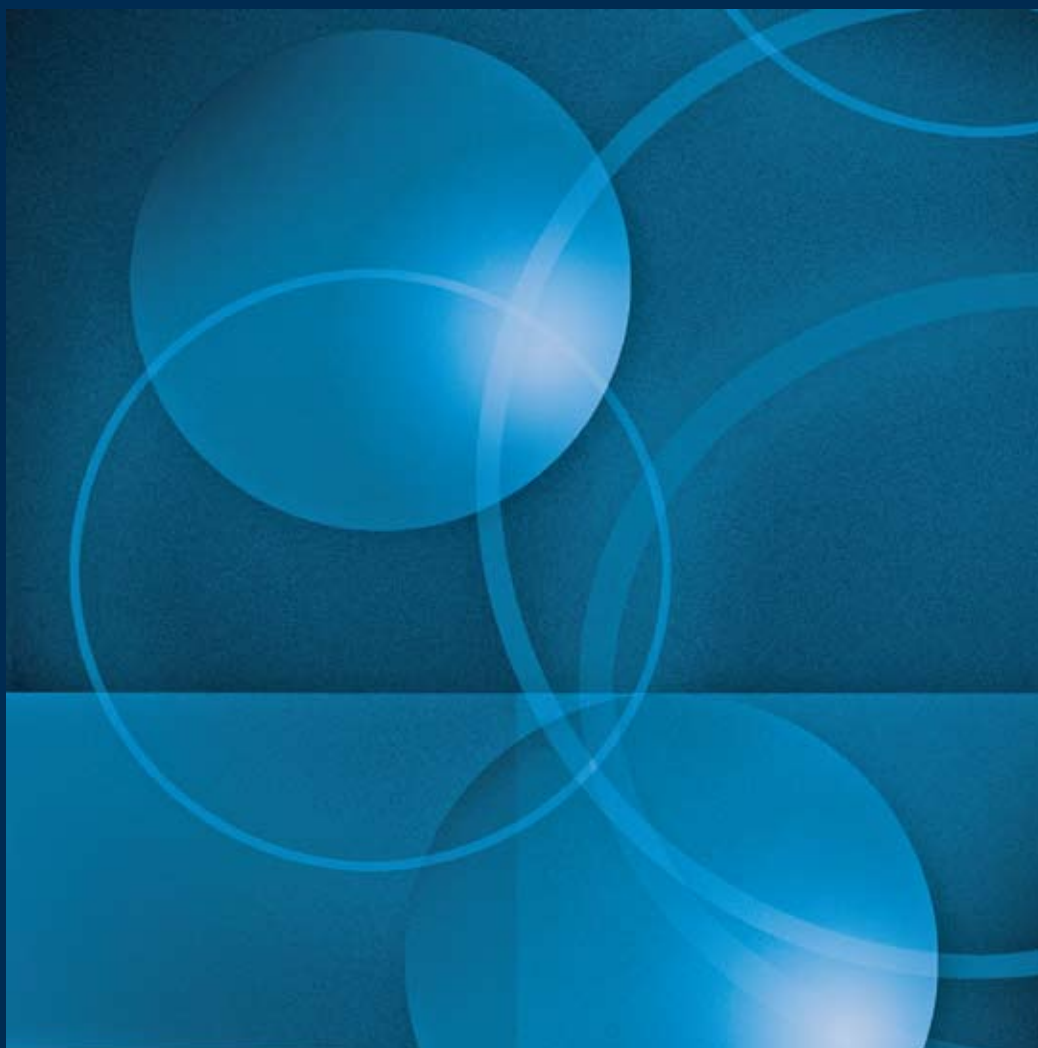


**Международные
рекомендации по статистике
розничной и оптовой торговли,
2008 год**



Департамент по экономическим и социальным вопросам
Статистический отдел

Статистические документы Серия М № 89

Международные рекомендации по статистике розничной и оптовой торговли, 2008 год



Организация Объединенных Наций
Нью-Йорк, 2010 год

ДЭСВ

Департамент по экономическим и социальным вопросам Секретариата Организации Объединенных Наций является жизненно важным звеном, обеспечивающим связь между глобальными стратегиями в экономической, социальной и экологической сферах и деятельностью на национальном уровне. Департамент ведет работу в трех основных взаимосвязанных областях: i) он собирает, вырабатывает и анализирует широкий круг экономических, социальных и экологических данных и информации, которые используются государствами — членами Организации Объединенных Наций для изучения общих проблем и критической оценки возможных стратегий; ii) он содействует проведению переговоров между государствами-членами во многих межправительственных органах с целью выработки совместных планов действий по решению существующих и возникающих глобальных проблем; и iii) он консультирует заинтересованные правительства относительно путей и средств воплощения основ политики, разработанных на конференциях и встречах на высшем уровне Организации Объединенных Наций, в виде программ на страновом уровне, и по линии технической помощи оказывает содействие укреплению национального потенциала.

Примечание

Условные обозначения документов Организации Объединенных Наций состоят из прописных букв и цифр. Когда такое обозначение встречается в тексте, оно служит указанием на соответствующий документ Организации Объединенных Наций.

ST/ESA/STAT/SER.M/89

ИЗДАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ

В продаже под № R.08.XVII.26

ISBN 978-92-1-461024-3

Авторское право © Организация Объединенных Наций, 2010 год

Все права защищены

Предисловие

Международные рекомендации по статистике розничной и оптовой торговли, 2008 год (International Recommendations for Distributive Trade Statistics 2008) (МРСРОТ, 2008 год) были подготовлены в соответствии с решением Статистической комиссии Организации Объединенных Наций, принятом на ее тридцать седьмой сессии в Нью-Йорке 7–10 марта 2006 года*. В этом решении Комиссия поддержала инициативу Статистического отдела Организации Объединенных Наций о пересмотре действующих рекомендаций в области статистики розничной и оптовой торговли и рекомендовала, чтобы данный пересмотр в полной мере учитывал конкретные потребности и специфику различных групп стран и, в особенности, стран, в экономике которых существенную роль играет неформальный сектор.

Предварительный проект МРСРОТ 2008 года был подготовлен Статистическим отделом на основе выводов первого совещания Группы экспертов Организации Объединенных Наций по статистике розничной и оптовой торговли, которое состоялось 22–25 августа 2005 года. В этот проект были включены соображения, полученные от национальных статистических управлений и международных организаций в ходе глобальных консультаций по содержанию рекомендаций, проходивших с ноября 2006 года по декабрь 2007 года. Данный проект был рассмотрен и одобрен группой экспертов на ее втором совещании, состоявшемся 16–19 июля 2007 года, и представлен Комиссии на ее тридцать девятой сессии.

Статистическая комиссия на своей тридцать девятой сессии**, состоявшейся в Нью-Йорке с 26 по 29 февраля 2008 года, приняла проект документа «Международные рекомендации по статистике розничной и оптовой торговли, 2008 год» в качестве новых международных рекомендаций по статистике розничной и оптовой торговли.

Подготовка МРСРОТ 2008 года стала составной частью усилий Статистического отдела по комплексному укреплению методологических и оперативных основ различных стран в отношении базовых данных экономической статистики, включая повышение их согласованности по различным секторам экономики и концептуального соответствия в части макроэкономической статистики, а также по обеспечению наиболее эффективного с точки зрения расходов составления официальной статистики розничной и оптовой торговли.

Документ МРСРОТ 2008 года обеспечивает всеобъемлющие методологические основы сбора и обобщения данных статистики розничной и оптовой торговли для всех стран вне зависимости от уровня развития их статистических систем. Этот документ предназначен в первую очередь для сотрудников национальных статистических управлений, занятых подготовкой данных такой статистики. Кроме того, МРСРОТ 2008 года содержит большой объем информации, который может оказаться актуальным для пользователей данных, стремящихся к лучшему пониманию характера данных по розничной и оптовой торговле.

* *Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, 2006 год, Дополнение № 4 (E/2006/24), глава I.C, решение 37/102.*

** *Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, 2008 год, Дополнение № 4 (E/2008/24), глава I.B, решение 39/107, пункт b.*

Выражение признательности

Международные рекомендации по статистике розничной и оптовой торговли 2008 года (МРСРОТ 2008 года) были подготовлены Статистическим отделом Организации Объединенных Наций в сотрудничестве с членами Группы экспертов Организации Объединенных Наций по статистике розничной и оптовой торговли. В состав этой Группы экспертов вошли (в алфавитном порядке): Фузиа Мад Амин (Малайзия), Энтони Амузу (Гана), Франсиско Ардавин-Перес (Мексика), Батжаргал Бадамцэцэг (Монголия), Одиль Бовар (Франция), Ромуло Вирола (Филиппины), Малгожата Дитман (Польша), Мохаммадреза Дустмохаммади (Исламская Республика Иран), Янь Ду (Китай), Хосе Альберто Гарсия Санабрия (Перу), Александр Кевеш (Российская Федерация), Прахлад Кумар (Индия), Лам Хон Кван (Гонконг, Специальный административный район Китая), Клиффорд Льюис (Тринидад и Тобаго), Майкл Манамела (Южная Африка), Цуй Хуэй Минь (Сингапур), Даррен Морган (Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии), Леонардо Нуньес (Чили), Мария Еухения Олиден (Чили), Бибиш Оюнсүрэн (Монголия), Энн Расселл (Соединенные Штаты Америки), Ренато Расиа (Канада), Роберту Салданья (Бразилия), Пол Салливан (Австралия), Алех Кумар Саху (Индия), Хон Ын Пё (Организация экономического сотрудничества и развития), Анатолий Фризоренко (Украина), Хасан Хасанин (Египет), Наталья Черевиченко (Дания), Чалермквун Чиёмпрачанакарорн (Таиланд) и Ричард Эванс (Канада).

Статистический отдел Организации Объединенных Наций выражает признательность Группе экспертов за их плодотворное сотрудничество. С большой благодарностью отмечается их ценный вклад в весь процесс разработки проекта рекомендаций и в работу двух совещаний Группы экспертов. Особыми словами признательности хотелось бы отметить вклад Марко Ланцетти (консультанта Статистического отдела Организации Объединенных Наций), который изучил существующие международные рекомендации в сфере статистики розничной и оптовой торговли и дал им оценку.

Статистический отдел Организации Объединенных Наций также выражает благодарность национальным статистическим управлениям, региональным комиссиям, международным организациям и отдельным экспертам за замечания, полученные в ходе глобальных консультаций по содержанию МРСРОТ 2008 года, которые способствовали успешному завершению работы над проектом.

Подготовка МРСРОТ 2008 года и организация совещаний Группы экспертов осуществлялась под общим контролем Владимира Мархонько. Юлия Антонова непосредственно отвечала за подготовку текстов документов и организацию международных консультаций. Содействие им оказывали следующие сотрудники Статистического отдела: Тьерно Алиу Бальде, Арлин Адриано и Грета Солсбери (на начальном этапе работы). Сотрудничество с Гулабом Сингхом, который отвечал за подготовку текста *Международных рекомендаций по вопросам промышленной статистики 2008 года*, обеспечило совместимость общих принципов, концепций и определений этих двух документов.

Содержание

	<i>Стр.</i>
Предисловие	iii
Выражение признательности	iv
Введение	1
<i>Глава</i>	
I. Сфера охвата статистики розничной и оптовой торговли	11
A. Розничная и оптовая торговля как вид экономической деятельности	11
B. Сфера охвата и структура сектора розничной и оптовой торговли в четвертом пересмотренном варианте Международной стандартной отраслевой классификации всех видов экономической деятельности (МСОК, Rev. 4)	12
C. Сфера охвата и структура сектора розничной и оптовой торговли во втором варианте Классификации основных продуктов (СРС, Версия 2) и Классификация индивидуального потребления по целям (КИПЦ)	17
D. Сектор розничной и оптовой торговли в других классификациях видов деятельности	19
E. Отдельные пограничные вопросы	20
1. Внешний подряд: пограничные вопросы между секторами оптовой торговли и обрабатывающей промышленности.	20
2. Разграничение между розничной торговлей и финансовыми услугами	22
F. Сфера охвата статистики розничной и оптовой торговли	23
II. Статистические и отчетные единицы	25
A. Обзор	25
B. Определения отдельных статистических единиц	27
C. Рекомендации по статистическим, отчетным единицам и единицам сбора данных	31
D. Отображение отдельных относящихся к сектору розничной и оптовой торговли хозяйствующих субъектов в статистических единицах	32
E. Статистические единицы неформального сектора	35
III. Характеристики статистических единиц	39
A. Идентификационный код	40
B. Местоположение	40
C. Вид деятельности	41
<i>Рисунок III.1.</i> Порядок принятия решений для распределения по категориям той или иной единицы оптовой торговли	46
<i>Рисунок III.2.</i> Порядок принятия решений для распределения по категориям той или иной единицы розничной торговли ..	46

	<i>Стр.</i>
D. Тип функционирования	48
<i>Вставка III.1.</i> Определения электронной торговли	50
E. Тип экономической организации	51
F. Тип правовой организации и тип собственности	52
G. Размер	54
H. Демографические характеристики	56
I. Период функционирования	57
<i>Глава</i>	
IV. Позиции данных и их определения	59
A. Понимание связей между бухгалтерским учетом в коммерческих предприятиях и базовой экономической статистикой	59
1. Различия в терминологии	60
2. Различия в правилах бухгалтерского учета коммерческих предприятий	60
B. Определения позиций данных	61
1. Демография	61
a) Характеристики статистических единиц	61
b) Число статистических единиц	61
2. Занятость	62
a) Численность работников	62
b) Средняя численность работников	70
c) Отработанное время	70
3. Оплата труда наемных работников	72
4. Прочие расходы	76
a) Закупки товаров и услуг	76
5. Товарооборот, продажи, отгрузки, поступления за оказанные услуги и прочие доходы	84
a) Товарооборот, продажи, отгрузки, поступления за оказанные услуги и прочие доходы	84
<i>Таблица IV.1.</i> Сравнение понятий товарооборота/продаж, прибыли и поступлений	85
b) Электронная торговля	90
c) Позиции данных по количественному параметру	90
6. Товарно-материальные запасы	93
7. Налоги и субсидии	96
8. Произведенная продукция	97
9. Промежуточное потребление и инвентарные вводимые факторы производства	99
10. Добавленная стоимость	99
11. Активы, капитальные затраты, списание и амортизация фондов	100
V. Показатели эффективности	107
A. Необходимость в показателях эффективности	107

	<i>Стр.</i>
В. Цели введения показателей эффективности	107
С. Типы показателей эффективности	108
1. Темпы роста	109
2. Показатели в виде соотношений	110
3. Долевые показатели	112
D. Дополнительные показатели	112
E. Методы толкования показателей эффективности	113
<i>Глава</i>	
VI. Источники данных и методы составления данных	115
A. Источники данных	115
1. Источники статистических данных	115
2. Административные источники данных	121
3. Реестр коммерческих предприятий в качестве инструментария для статистических обследований	123
<i>Рисунок VI.1.</i> Иерархическая структура связей между группой предприятий, предприятием и входящими в него заведениями	126
B. Методы составления данных	126
C. Стратегия сбора данных	131
<i>Рисунок VI.2.</i> Общая стратегия сбора данных по различным сегментам экономики	133
D. Метод обследования	134
E. Масштаб и сфера охвата обследований розничной и оптовой торговли	137
F. Отчетный период	138
VII. Краткосрочные данные статистики розничной и оптовой торговли	139
A. Справочная информация	139
B. Индексы розничной и оптовой торговли	140
1. Обзор	140
2. Индексы товарооборота розничной и оптовой торговли	142
C. Сезонная корректировка	144
1. Основные концепции, применяемые при составлении данных с сезонной корректировкой	145
2. Основные принципы и модели сезонной корректировки	146
3. Календарные эффекты	149
4. Программные пакеты для сезонной корректировки	150
D. Эталонное тестирование	153
1. Необходимость эталонного тестирования статистики розничной и оптовой торговли	153
2. Основные принципы и методы эталонного тестирования	154
3. Эталонное тестирование и составление статистики розничной и оптовой торговли	156

<i>Глава</i>	<i>Стр.</i>
VIII. Качество данных и метаданные	159
A. Повышение качества данных по розничной и оптовой торговле .	159
<i>Рисунок VIII.1.</i> Взаимосвязь между Рамочной системой оценки качества данных Международного валютного фонда, определением качества в системе «Евростат» и Рамочной системой измерения качества Организации экономического сотрудничества и развития	160
B. Сравнение показателей качества с результатами прямого измерения качества	165
<i>Таблица VIII.1</i> Ключевые показатели для измерения качества статистики розничной и оптовой торговли	167
C. Метаданные статистики розничной и оптовой торговли	167
IX. Распространение данных	171
A. Национальная отчетность	171
B. Международная отчетность	177
<i>Таблица IX.1.</i> Список позиций данных статистики розничной и оптовой торговли, подлежащих распространению на международном уровне с годовой периодичностью	177
<i>Таблица IX.2.</i> Список позиций данных статистики розничной и оптовой торговли, подлежащих распространению на международном уровне с квартальной периодичностью	178
<i>Таблица IX.3.</i> Список позиций данных статистики розничной и оптовой торговли, подлежащих распространению на международном уровне с месячной периодичностью	178
Приложения	
I. Список позиций данных для использования в статистике розничной и оптовой торговли	179
II. Список видов деятельности в соответствии с МСОК (Rev. 4), исключенных из сферы охвата соответствующих подразделов и классов сектора розничной и оптовой торговли	187
III. Определение основного вида деятельности статистической единицы по методу нисходящей пошаговой детализации в рамках сектора розничной и оптовой торговли	191
Справочная литература	195

Введение

1. *История вопроса.* Статистика розничной и оптовой торговли (СРОТ) представляет собой тематическую область экономической статистики, связанную с получением данных по экономическим объектам, основным видом деятельности которых является оптовая и розничная торговля (иными словами, продажа без видоизменения) любых видов товаров совместно с оказанием связанных с торговлей услуг, таких как ремонт, сборка и доставка. Растущий интерес к статистике розничной и оптовой торговли обусловлен в большинстве стран неуклонным ростом вклада розничной и оптовой торговли в экономику в целом с точки зрения добавленной стоимости и занятости. Розничная и оптовая торговля во все большей степени обеспечивает связь не только между производителями и покупателями товаров, находящимися в одной конкретной стране, но и между производителями и покупателями, действующими в качестве экспортеров и импортеров на мировых рынках. В этом контексте наличие высококачественной статистики розничной и оптовой торговли становится необходимым условием для углубленного анализа процессов глобализации. В то время как в развитых странах розничная и оптовая торговля хорошо организована и, как правило, ее показатели могут отслеживаться с помощью обычных статистических средств, статистические наблюдения в развивающихся странах осложняются тем фактом, что значительная доля розничной и оптовой торговли до сих пор осуществляется в неформальном секторе экономики.

2. Необходимость улучшения сопоставимости национальных данных по розничной и оптовой торговле была признана Статистической комиссией Организации Объединенных Наций еще в начале 1950-х годов. После завершения подготовительных работ первоначальный набор международных рекомендаций по статистике розничной и оптовой торговли был принят Комиссией на ее девятой сессии, которая состоялась в 1956 году¹. Основой для указанных рекомендаций послужили отчет Группы экспертов по статистике розничной и оптовой торговли (E/CN.3/L.36), замечания со стороны конкретных стран по данному отчету и отчет о втором совещании Группы экспертов по статистике розничной и оптовой торговли Конференции европейских статистиков. Впоследствии эти рекомендации были пересмотрены, и в 1974 году *International Recommendations on Statistics of the Distributive Trades and Services* («Международные рекомендации по статистике розничной и оптовой торговли и услуг»)² были приняты Комиссией на ее восемнадцатой сессии³. В 1977 году по просьбе Комиссии Статистический отдел Организации Объединенных Наций опубликовал руководство под названием *Organization and Conduct of Distributive-Trade Surveys* («Организация и проведение обследований розничной и оптовой торговли»)⁴. Начиная с 1974 года Комиссия не включает статистику розничной и оптовой торговли в свою повестку дня в качестве отдельного пункта. Тем не менее в контексте работы Комиссии рассматривались актуальные вопросы розничной и оптовой торговли, связанные, прежде всего, со статистикой услуг и экономическими классификациями. Настоящее издание «Международные рекомендации по статистике розничной и оптовой торговли, 2008 год» (МРСРОТ 2008 года) представляют собой очередной документ из серии международных статистических стандартов, опубликованных Статистическим

¹ *Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, 2008 год, Дополнение №7 (E/2876), глава IV.A.*

² *Statistical Papers, No 57 (United Nations publication, Sales No. E.75.XVII.9).*

³ *См. Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, пятьдесят восьмая сессия, Дополнение № 2 (E/5603 и Corr.1), глава VI.*

⁴ *Методологические исследования № 19 (издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.77.XVII.3).*

отделом в целях предоставления странам руководящих принципов сбора и обобщения данных по розничной и оптовой торговле.

3. *Цель МРСРОТ 2008 года.* Основная цель этой публикации — обеспечить рекомендации по концепциям, определениям, классификациям, источникам данных, методам составления данных, подходам к оценке качества данных, метаданным и стратегиям распространения данных, применяемым в статистике розничной и оптовой торговли. Эти рекомендации также затрагивают некоторые конкретные темы, которые были определены как требующие дополнительного инструктирования, такие как подход к единицам неформального сектора, вычисление индексов розничной и оптовой торговли, сезонная поправка и т. д. Рекомендации МРСРОТ 2008 года совместимы с рекомендациями, выпущенными по другим сферам экономической статистики, таким как промышленная статистика, строительная статистика и иные, связанные с ними области структурных и краткосрочных данных статистики, по расчету индексов и показателей деятельности; и последнее, но не менее важное, — МРСРОТ 2008 года были согласованы с *Системой национальных счетов 2008 года* (СНС 2008 год).

4. Рекомендации МРСРОТ 2008 года разработаны для того, чтобы обеспечить составление своевременной, надежной и сопоставимой на международном уровне статистики розничной и оптовой торговли, отвечающей требованиям пользовательского сообщества и актуальной с политической точки зрения. Они применимы для всех стран вне зависимости от уровня развития их статистических систем. При этом, однако, следует подчеркнуть, что эти рекомендации не задумывались как нормативный документ, и национальные статистические управления должны выполнять их с учетом специфики своей работы, включая конкретные потребности пользователей, наличие ресурсов, приоритеты и рабочую нагрузку по представлению данных.

5. Основное внимание в МРСРОТ 2008 года уделяется подготовке данных как структурной, так и краткосрочной статистики. Данные структурной статистики собираются и обобщаются для определения структуры, видов деятельности, конкурентоспособности и показателей работы торговых предприятий на национальном, региональном и международном уровнях. Эти статистические данные обычно предоставляют информацию по всему отчетному году. Они показывают изменения на годовом уровне и могут использоваться для оценки точности данных в рамках одного года, которые зачастую получаются на основе выборки более мелкого размера. И наконец, они могут обеспечить контрольный показатель по совокупности для анализа данных редких, нерегулярных или одномоментных обследований сферы торговли. Напротив, данные краткосрочной статистики розничной и оптовой торговли представляют собой внутригодовые статистические данные, которые собираются для целей контроля экономической деятельности в отношении краткосрочной динамики производства и добавленной стоимости торговых предприятий, занятости в торговом секторе и т. д. Часто такие статистические данные используются для расчета месячных или квартальных показателей и нередко принимают форму индексов.

6. *Необходимость в текущем пересмотре рекомендаций.* Анализ международных рекомендаций по статистике розничной и оптовой торговли не производился в полном объеме с 1974 года, поэтому их пересмотр необходим для того, чтобы:

- a) учесть и предоставить рекомендации по статистической оценке новых экономических тенденций в секторе розничной и оптовой торговли, таких как интеграция реализационных цепочек, повышение важности групп предприятий, успешность таких видов ассоциаций, как франшизинг, растущая роль торговых центров, расширение электронной торговли, глобализация и неослабевающая значимость неформального сектора в менее развитых странах;
- b) обеспечить применение комплексного подхода к составлению базовых данных экономической статистики по различным видам экономической деятельности и, в частности, достичь согласованности с рекомендациями по промышленной статистике. Было признано, что на практике можно добиться очевидных преимуществ посредством стандартизации концепций и определений, методов и процедур, используемых в экономических обследованиях со схожими признаками. Это включает согласование рекомендаций по статистике розничной и оптовой торговли с другими недавно обновленными международными статистическими стандартами, такими как *Международные рекомендации по вопросам промышленной статистики 2008 года* (МРПС 2008 года), которые обновляются параллельно с МРСРОТ 2008 года, *Система национальных счетов 2008 года* (СНС 2008 год), *Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности, Четвертый пересмотренный вариант* (МСОК, Rev. 4)⁵ и *Классификация основных продуктов* (СРС, Версия 2)⁶;
- c) обеспечить согласованность с концепциями, определениями и терминами, используемыми в статистических публикациях и нормативных документах других международных организаций, таких как Статистическое бюро Европейских сообществ (Евростат) в разделе развития статистических реестров предприятий, выполнения норм и правил краткосрочной и структурной статистики коммерческой деятельности; Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в разделе, касающемся измерения показателей, не находящихся под наблюдением секторов экономики, расчета индекса объема оказываемых услуг, демографических показателей бизнеса, а также передачи и представления данных и метаданных; Международная организация труда (МОТ) в разделе, касающемся международной классификации статуса занятости, статистики занятости в неформальном секторе и измерения рабочего времени;
- d) предоставить рекомендации касательно требующих расчета переменных показателей, источников данных и методов подготовки данных, а также освещение новейшей практики сбора и обобщения данных, в результате чего улучшается качество и сфера охвата статистической информации по розничной и оптовой торговле;
- e) обеспечить единообразие в международной отчетности в целях создания всемирной базы данных по розничной и оптовой торговле и облегчить доступ к информации по структуре и динамике мировых рынков, а также по показателям сектора розничной и оптовой торговли в различных странах;
- f) учесть постоянное появление других услуг в секторе услуг экономики большинства стран мира, а также возрастающий объем и сложность

⁵ Издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.08.XVII.25.

⁶ Издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.08.XVII.7.

взаимосвязей между розничной и оптовой торговлей и прочими видами деятельности в сфере услуг как в рамках отдельных предприятий, так и между предприятиями.

7. *Единая комплексная система подготовки данных базовой экономической статистики.* Данный документ — *Международные рекомендации по статистике розничной и оптовой торговли, 2008 год* — следует рассматривать как элемент единой комплексной системы подготовки данных базовой экономической статистики, которая в настоящее время разрабатывается Статистическим отделом Организации Объединенных Наций. Эта система будет включать широкий спектр тем, включая статистические единицы, классификации и определения позиций данных с охватом деятельности в масштабах всей экономики, что позволит осуществлять последовательную подготовку согласованных статистических данных с тем уровнем надежности, гибкости и детализации, который необходим для удовлетворения потребностей правительств, деловых кругов, региональных и международных учреждений, а также создания прочной основы для компиляции национальных счетов. Ее предназначение — облегчить изучение коммерческих видов деятельности в промышленности и сфере услуг и обеспечить соответствующее сравнение между различными видами деятельности вне зависимости от их разнообразия, а также между странами вне зависимости от различий в обычаях и законодательстве.

8. *Краткий обзор изменений в рекомендациях.* Кратко различия между настоящими рекомендациями и рекомендациями 1974 года можно описать следующим образом:

- a) *Сфера охвата.* В настоящих рекомендациях *сфера охвата статистики розничной и оптовой торговли* определяется как статистические данные, отражающие характеристики и деятельность единиц, относящихся к экономическому сектору розничной и оптовой торговли. *Сфера охвата сектора розничной и оптовой торговли* определяется в терминах четвертого пересмотренного варианта МСОК как включающая все хозяйствующие субъекты-резиденты, признаваемые в качестве статистических единиц и подпадающие под классификацию по разделу G — «Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов» этого варианта МСОК, независимо от их размера, формы экономической и правовой организации или владельца. Статистикой розничной и оптовой торговли не охватывается связанная с такой торговлей деятельность, осуществляемая хозяйствующими субъектами, которые не подпадают под классификацию по разделу G четвертого пересмотренного варианта МСОК. Предыдущие рекомендации не содержали определения сектора розничной и оптовой торговли, поскольку в них говорилось обо всех заведениях, занимающихся преимущественно оптовой и розничной торговлей, а также о ресторанах и гостиницах и предприятиях, занимающихся оказанием отдельных услуг. Согласно четвертому пересмотренному варианту МСОК, единицы, занимающиеся преимущественно оказанием гостиничных и ресторанных услуг и ремонтом предметов личного пользования и бытовых товаров, классифицируются сейчас, соответственно, по разделу I «Услуги размещения и общественного питания» и подразделу 95 раздела S «Прочие виды деятельности в сфере услуг».

- b) *Статистические единицы.* В настоящий вариант рекомендаций в контексте сбора данных статистики розничной и оптовой торговли включено более всестороннее и подробное обсуждение статистических единиц, включая подход к статистическим единицам неформального сектора и отображение отдельных, относящихся к сектору розничной и оптовой торговли хозяйствующих субъектов, таких как сети розничных магазинов, универсальные магазины, предприятия-франшизы, рынки и т.д. Он также содержит более подробные указания относительно разграничения и надлежащей классификации торговых единиц, согласующиеся с принципами, изложенными в пересмотренной системе национальных счетов и классификации видов деятельности.
- c) *Позиции данных.* Пересмотрен и обновлен как перечень позиций, так и их определения. В частности, более детально представлены позиции, связанные с поступлениями и расходами, отдельно указаны продажи по каналам электронной торговли, а стоимостный объем оборота представлен по группам продуктов. Перечни позиций данных и их нумерация в МРСРОТ 2008 года и МРПС 2008 года полностью согласованы.
- d) *Показатели деятельности.* В настоящих рекомендациях учтен возросший интерес к оценке общей эффективности сектора розничной и оптовой торговли. Наряду с базовыми позициями данных в рекомендациях определяется набор показателей для оценки сектора розничной и оптовой торговли в целом или некоторых из его подсекторов с точки зрения прибыльности, производительности труда и эффективности. В предыдущем варианте рекомендаций такие показатели не содержались.
- e) *Источники данных и методы подготовки данных.* Значительно расширено описание источников данных и методов подготовки данных, в частности, за счет рассмотрения различных типов статистических и административных источников данных; реестров предприятий и их использования в качестве инструментария при проведении статистических обследований; а также методов подготовки данных, внедренных статистическими управлениями с целью преобразования собираемых данных статистики розничной и оптовой торговли в необходимую статистическую продукцию. Также представлены наброски стратегии сбора данных по различным сегментам экономики на основе комплексного подхода.
- f) *Краткосрочные данные статистики розничной и оптовой торговли.* По данной теме добавлена новая глава, в которой, среди прочего содержатся указания по некоторым из наиболее важных вопросов, связанных с краткосрочными данными статистики розничной и оптовой торговли, такими как расчет индексов розничной и оптовой торговли, их динамический характер и необходимость сезонных корректировок и согласования данных за более короткие периоды с годовыми данными (сопоставительный анализ).
- g) *Качество данных и метаданные.* Вопросы, касающиеся качества данных и метаданных, в предыдущих рекомендациях не рассматривались. С учетом возросшей важности повышения качества данных в настоящих рекомендациях содержатся указания относительно

основных аспектов качества, которые следует принимать во внимание при разработке систем оценки качества. В них предлагается ограниченный набор ключевых показателей для определения качества данных статистики розничной и оптовой торговли. Отдельные рекомендации также затрагивают вопросы подготовки и распространения адекватных метаданных, касающихся данных статистики розничной и оптовой торговли.

- h) *Распространение данных.* Рекомендации в отношении распространения данных обновлены и согласованы с аналогичными рекомендациями, касающимися других отраслей экономической статистики. В них содержатся дополнительные указания относительно обеспечения конфиденциальности и разработки рациональных процедур пересмотра.
- i) *Согласование МРСРОТ 2008 года с СНС 2008 года.* Степень согласованности МРСРОТ 2008 года и СНС 2008 года повысилась с точки зрения применения одних и тех же основополагающих методологических концепций и определений. Изменения в СНС 2008 года, имеющие отношение к статистике розничной и оптовой торговли, включают следующие компоненты:
- *оценку объема торговых операций.* Для расчета торговой наценки и объема торговых операций рекомендуется использовать базисные цены (см. пункты 4.164 и 4.165). Такой принцип стоимостной оценки, который не только используется в СНС 2008 года, но и лежит в основе практики бухгалтерского учета, создает базис для получения данных, используемых по результатам статистических обследований;
 - *вспомогательные единицы.* Когда в наличии имеются отдельные счета по производственным издержкам вспомогательной единицы или когда она географически отделена от тех заведений, которые она обслуживает, такую вспомогательную единицу следует рассматривать как отдельное заведение (см. пункт 2.23) в целях облегчения процесса расчета регионального показателя добавленной стоимости для видов деятельности в секторе розничной и оптовой торговли;
 - *научные исследования и опытно-конструкторские разработки.* Расходы торговых единиц на научные исследования и разработки (НИОКР), если таковые имеются, подлежат капитализации. Поскольку значительное число НИОКР проводится за собственный счет, вводится целый ряд позиций данных, включая отдельную категорию активов, с тем чтобы учесть их оценку по себестоимости;
 - *крупные базы данных.* Аналогично научным исследованиям и разработкам следует проводить капитализацию крупных баз данных, создаваемых торговыми единицами либо для собственного пользования, либо для продажи;
 - *участие работников в акционерной собственности.* Вводятся дополнительные инструменты вознаграждения работников посредством приобретения ими акций своего предприятия (см. пункт 4.61). Это позволяет добиться дальнейшей согласованности не только с СНС 2008 года, но также с международными стандартами бухгалтерского учета коммерческих операций;

- терминологию и классификацию нефинансовых активов, используемые в МРСРОТ 2008 года и СНС 2008 года, являются идентичными.

9. Рекомендации МРСРОТ 2008 года разработаны в контексте основополагающих принципов официальной статистики⁷, требующих таких официальных статистических данных, которые соответствуют критериям практической применимости, доступны для всех и подготовлены эффективным с точки зрения затрат способом, однако для этого необходим соответствующий отбор источников и методов сбора данных, обеспечивающих достижение целей в части своевременности предоставления и прочих показателей качества данных, и сводящих к минимуму бремя отчетности для поставщиков данных. В качестве дополнительного руководства использовались принципы, регулирующие международную деятельность в сфере статистики⁸ и требующие высококачественной международной статистики и координации международных статистических программ для повышения качества, согласованности международной статистики и управления ею, а также во избежание дублирования работы.

⁷ Информация размещена по адресу: <http://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/fundprinciples.aspx>

⁸ Информация размещена по адресу: <http://unstats.un.org>

10. При необходимости, в МРСРОТ 2008 года использовались предшествующие работы и материалы, содержащиеся в методических пособиях Евростата, МОТ, Международного валютного фонда (МВФ) и ОЭСР, а также целый ряд международных статистических стандартов Статистического отдела Организации Объединенных Наций. Наряду с этим, часто использовались примеры рекомендуемых практических подходов. Цитируемые источники широко представлены в перечне ссылок в конце этой публикации. Подробная информация об источниках, а также ссылки приведены по всему тексту публикации, для того чтобы дать возможность пользователю получить дополнительные сведения и справочные материалы.

11. Рекомендации МРСРОТ 2008 года предназначены для того, чтобы обеспечить всеобъемлющую методологическую основу статистики розничной и оптовой торговли, а также руководящие указания по целому ряду вопросов практического характера. Более подробные консультативные материалы для составителей данных, включая описание передовой практики, будут подготовлены в ближайшее время и опубликованы в двух работах *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual* («Статистика розничной и оптовой торговли: руководство для составителей») и *Indices of Distributive Trade: A Handbook of Good Practices* («Индексы по сектору розничной и оптовой торговли: справочник по передовой практике»), а также в других технических отчетах.

12. *Пользователи и сферы применения статистики розничной и оптовой торговли.* Ниже дается краткое описание основных пользователей и сфер применения статистики розничной и оптовой торговли.

- а) Составители национальных счетов широко используют статистику розничной и оптовой торговли, в том числе, для i) измерения объема торговой продукции и добавленной стоимости, создаваемой этим сектором экономики; ii) составления таблиц поставок и применения, а также таблиц затрат и выпуска, используя данные о торговых наценках в разбивке по товарам и отраслям промышленности, а также сочетая и согласовывая данные статистики розничной и оптовой торговли с данными обследований расходов домохозяйств и производственными статистическими данными; iii) расчетов конечных потребительских расходов домохозяйств, исходя из показателей про-

даже розничной торговли в разбивке по группам товаров; iv) составления квартальных национальных счетов, используя краткосрочные показатели розничной и оптовой торговли для расчета или прогнозирования как квартального объема и добавленной стоимости розничной и оптовой торговли, так и квартальных конечных данных потребительских расходов домохозяйств; и v) расчета месячного или квартального индекса объема оказанных услуг.

- b) *Лица, определяющие политический курс*, используют статистику розничной и оптовой торговли, включая индексы этих видов торговли, для оценки краткосрочной и долгосрочной динамики не только в секторе розничной и оптовой торговли, но и в экономике страны в целом и для оптимизации своей экономической политики, включая кредитно-денежную политику. Такие подробные данные жизненно важны не только в контексте всей экономики страны, но и для анализа на субнациональном (региональном/областном) уровне, а также для разработки внешней политики.
- c) *Деловые круги* становятся все более активными пользователями подробных данных статистики розничной и оптовой торговли. Отраслевые аналитики считают такие данные незаменимыми для расчета и прогнозирования динамики оптовых и розничных рынков, а также для оценки показателей и конкурентоспособности различных подсекторов сферы розничной и оптовой торговли как на национальном, так и на международном уровне. Статистика розничной и оптовой торговли за тот или иной период времени в подробной разбивке по видам деятельности и по различным категориям продуктов используется для выявления областей роста или снижения спроса, а также для отслеживания общих закономерностей изменения потребительских вкусов.
- d) *Исследователи* считают статистику розничной и оптовой торговли полезной для экономического анализа и исследований, включая отслеживание экономических тенденций и разработки прогнозов для сектора розничной и оптовой торговли; проведение исследований конъюнктуры рынка в части продаж определенной группы товаров; изучение методов сбыта и т. д.
- e) *Население* выигрывает от наличия своевременных данных статистики розничной и оптовой торговли, получая возможность оценки состояния экономики, перспектив в плане занятости и доходов для принятия информированных решений.

13. *Структура МРСРОТ 2008 года*. Данная публикация охватывает все аспекты статистики розничной и оптовой торговли. Содержание ее девяти глав и трех приложений можно представить следующим образом:

- в главе I приводится описание видов деятельности в секторе розничной и оптовой торговли, на основе *Четвертого пересмотренного варианта Международной стандартной отраслевой классификации всех видов экономической деятельности* (МСОК, Rev. 4) и других классификаций; рассматриваются пограничные вопросы, и определяется сфера охвата статистики розничной и оптовой торговли;

- в главе II дается описание статистических и отчетных единиц, что актуально в контексте сбора данных статистики розничной и оптовой торговли и анализа экономики страны;
- в главе III рассматриваются основные характеристики статистических единиц, которые требуются для их однозначной идентификации и классификации;
- в главе IV приводятся определения позиций данных, используемых в статистике розничной и оптовой торговли со ссылкой на те позиции, данные по которым необходимо собрать, и на ту статистику, которую необходимо опубликовать;
- в главе V дается описание набора основных индикаторов, которые актуальны для оценки показателей деятельности сектора розничной и оптовой торговли;
- в главе VI обсуждаются основные источники данных и методы, используемые для составления статистики розничной и оптовой торговли;
- в главе VII даются рекомендации по краткосрочной статистике розничной и оптовой торговли, включая индексы этих видов торговли, сезонные поправки и сопоставительный анализ;
- в главе VIII обсуждается качество данных и метаданные, связанные со статистикой розничной и оптовой торговли;
- в главе IX приводятся директивные указания и рекомендации касательно распространения данных статистики розничной и оптовой торговли, и указываются отдельные позиции данных, отобранные для международной отчетности с годовой и более краткосрочной периодичностью;
- в приложении I содержится список позиций данных для использования в статистике розничной и оптовой торговли;
- в приложении II приводится список видов деятельности, которые исключены из сферы охвата соответствующих подразделов и классов розничной и оптовой торговли;
- в приложении III дается пример определения основного вида деятельности отчетной единицы в сфере розничной и оптовой торговли с использованием метода нисходящей пошаговой детализации.

Глава I

Сфера охвата статистики розничной и оптовой торговли

А. Розничная и оптовая торговля как вид экономической деятельности

1.1. *Экономическая деятельность.* В целом под термином «экономическая деятельность» понимается процесс, а именно — сочетание действий, осуществляемых той или иной определенной организацией, результатом которого является конкретный вид продукта (товаров или услуг). Признаками такой деятельности являются: *a)* вложение ресурсов; *b)* производственный процесс и *c)* получение продукта. Принято считать, что под одним видом деятельности понимается процесс, результатом которого является однородный вид продуктов. Общеизвестно, что один вид деятельности может состоять из одного простого процесса или может включать широкий спектр подчиненных процессов, каждый из которых может классифицироваться в различных категориях видов деятельности. Для статистических целей хозяйствующий субъект, осуществляющий данный вид деятельности, может считаться простым или сложным. Простой субъект не делится на составные части по признаку видов деятельности, в то время как сложный субъект, по определению, состоит из нескольких подсубъектов, каждый из которых рассматривается как осуществляющий конкретный вид деятельности.

1.2. *Перепродажа.* С учетом приведенных выше условий, характеристики, отличающие розничную и оптовую торговлю от других видов экономической деятельности, заключаются, прежде всего, в специфическом признаке производственного процесса этого сектора, который далее именуется «перепродажа». Перепродажа включает ряд действий, которые могут быть осуществлены, для того чтобы сделать доступной покупку товаров, включая проведение переговоров о сделках между покупателями и продавцами или покупку товаров у производителя за собственный счет, транспортировку, хранение, выбраковку, компоновку, сортировку, упаковку и выставление ассортимента товаров в приспособленных для этого местах. Эти действия можно организовывать или комбинировать различным образом. Каждая комбинация таких действий, ведущая к перепродаже товаров, представляет собой вид деятельности, подпадающий под сферу охвата сектора розничной и оптовой торговли. Некоторые из таких комбинаций, типичные для розничной и оптовой торговли, называются «типом функционирования» (более подробную информацию см. в пунктах 3.24–3.37).

1.3. *Продажа без видоизменения.* По определению, перепродажа товаров представляет собой продажу без видоизменения. Как правило, видоизменение товаров имеет место, когда они претерпевают такое существенное изменение своей формы, внешнего вида или природы, в результате которого товары, образующиеся после видоизменения, являются новыми и отличающимися от

товаров, имевшихся до такого видоизменения. Следующие действия не считаются существенным видоизменением товаров в соответствии с *Четвертым пересмотренным вариантом Международной стандартной отраслевой классификации всех видов экономической деятельности* (МСОК, Rev. 4): выбраковка, сортировка и компоновка товаров, смешивание (блендирование) товаров (например, песка), розлив в бутылки (с предшествующей мойкой бутылок или без нее), упаковка, разделение оптовых партий и переупаковка для сбыта более мелкими партиями, хранение товаров (независимо от того, заморожены они или охлаждены, либо нет), очистка и сушка сельскохозяйственных продуктов, резка древесноволокнистых плит или металлических листов в качестве вспомогательного вида деятельности.

1.4. *Розничная и оптовая торговля как вид деятельности* включает: а) предоставление услуг различным типам клиентов (розничным торговцам и другим коммерческим потребителям или населению) путем складирования и выставления ассортимента товаров, для того чтобы сделать их доступными для покупки; и б) предоставление прочих услуг, связанных с продажей данных товаров или подконтрольных процессу продажи, таких как доставка, послепродажные услуги по ремонту и сборке.

В. Сфера охвата и структура сектора розничной и оптовой торговли в Четвертом пересмотренном варианте Международной стандартной отраслевой классификации всех видов экономической деятельности (МСОК, Rev. 4)

1.5. *Сфера охвата.* Более точное определение сферы охвата сектора розничной и оптовой торговли, а также описание его структуры можно дать, исходя из классификации видов деятельности. В соответствии с решением Статистической комиссии Организации Объединенных Наций о принятии МСОК (Rev. 4) в качестве международного стандарта классификации видов деятельности, рекомендуется определять сферу охвата сектора розничной и оптовой торговли в рамках раздела G — «Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов» стандарта МСОК (Rev. 4). Странам, не использующим МСОК (Rev. 4), рекомендуется разработать собственные национальные классификации видов деятельности таким образом, чтобы обеспечить совпадение общей сферы охвата розничной и оптовой торговли с МСОК и реализовать такой подход в ходе всех сборов национальных статистических данных в целях международной сопоставимости. Не осуществившим такие меры странам следует, как минимум, разработать ясные и точные таблицы соответствия между классами розничной и оптовой торговли в их национальных классификациях и классами в МСОК (Rev. 4).

1.6. *Структура розничной и оптовой торговли.* Согласно схеме классификации МСОК (Rev. 4), розничная и оптовая торговля структурируется по трем подразделам. В подраздел 45 включены все виды деятельности, связанные с продажей и ремонтом автомобилей и мотоциклов, в то время как в подразделы 46 и 47 включены все прочие виды продаж. Различие между подразделами 46 (оптовая торговля) и 47 (розничная торговля) базируется на преобладающем типе потребителей. В рамках подразделов 46 и 47 схема классификации предусматривает два дополнительных уровня, исходя из типа

функционирования единиц, осуществляющих такие торговые операции, и видов продаваемых продуктов.

1.7. *Оптовая торговля* определяется как перепродажа (продажа без видоизменения) новых и бывших в употреблении товаров розничным торговцам, торговые операции с корпоративными клиентами (например, промышленные, коммерческие, учрежденческие или профессиональные пользователи) или перепродажа другим оптовым торговцам; либо такая торговля предусматривает действия в качестве агентов или маклеров при покупке товаров от имени таких лиц или компаний, или продаже им товаров. Основными видами коммерческих предприятий в сфере оптовой торговли выступают оптовые торговые предприятия, то есть оптовики, принимающие право собственности на товары, которые они продают, как, например, оптовые торговцы или профессиональные биржевики, предприятия оптовой торговли, обслуживающие определенную отрасль промышленности, экспортеры, импортеры, закупочные организации, отделения и конторы по продаже (но не магазины розничной торговли), которые содержатся обрабатывающими или горнодобывающими предприятиями, в дополнение к их заводам или шахтам и рудникам, для сбыта своей продукции, и функции которых не ограничиваются приемом заказов, выполняемых путем прямых отгрузок с заводов или рудников и шахт. К другим видам коммерческих предприятий в сфере оптовой торговли относятся торговые и товарные брокеры, торговцы, покупающие товары для продажи на комиссионных началах, а также агенты и оптовики-скупщики, закупщики и кооперативные объединения, занимающиеся сбытом сельскохозяйственной продукции. Хотя, по определению, оптовики не видоизменяют товары, они нередко своими силами осуществляют скупку, выбраковку и сортировку товаров в крупных партиях, разбивку на части больших объемов товара, переупаковку и перераспределение на более мелкие партии (например, фармацевтической продукции); хранение, охлаждение, доставку и установку товаров, занимаются рекламой своих товаров среди клиентов и дизайном этикеток.

1.8. *Розничная торговля* определяется как перепродажа (продажа без видоизменения) новых и бывших в употреблении товаров преимущественно населению для личного или домашнего потребления или использования через магазины, универмаги, палатки, розничные фирмы электронной торговли, магазины, выполняющие заказы по почте, лоточников и уличных торговцев, потребительские кооперативы и т. д. Номенклатура товаров, торговля которыми отнесена к данному подразделу, ограничена так называемыми потребительскими товарами или товарами розничного спроса. Вследствие этого, сюда не включены товары, обычно не поступающие в розничную торговую сеть, например продовольственное зерно, руды, промышленное оборудование и т. д. Розничная торговля также включает деятельность предприятий, осуществляющих преимущественно продажи населению товаров из числа выставленных на обозрение, таких как персональные компьютеры и программное обеспечение, канцелярские принадлежности, краски или лесоматериалы, хотя подобные товары могут предназначаться не только для личного потребления или домашнего использования. Может осуществляться определенная обработка товаров, однако лишь такая, которая связана с их продажей, например сортировка или переупаковка товаров, установка электробытовых приборов и т. д. Розничная торговля также включает розничную торговлю, осуществляемую комиссионными агентами, и деятельность биржевых розничных аукционных фирм.

1.9. *Структура подраздела 45.* Этот подраздел включает все виды деятельности (кроме производства и сдачи в аренду) в отношении автомобилей

и мотоциклов, включая грузовые автомобили, такие как оптовая и розничная торговля новыми и поддержанными автотранспортными средствами, техническое обслуживание и ремонт, оптовая и розничная продажа запасных частей и принадлежностей для автомобилей и мотоциклов. К этому также относится деятельность комиссионных агентов по оптовой и розничной продаже автомобилей. Данный подраздел также включает такие виды деятельности, как мойка и полировка автомобилей и т. д. Виды деятельности разделены на четыре группы, каждая из которых имеет один базовый класс.

1.10. *Структура подраздела 46.* Первая отличительная особенность этого подраздела заключается в типе функционирования, а именно в том, как организована оптовая торговая деятельность. Различаются две группы видов деятельности: *a)* комиссионная торговля, представленная группой 461 «Оптовая торговля (только) на платной или договорной основе» без какой-либо дополнительной детализации; и *b)* оптовая торговля за собственный счет, представляющая объединение групп 462–466 и 469, в зависимости от категорий продаваемых товаров. Второе отличие предусматривает разделение оптовой торговли за собственный счет на специализированную и неспециализированную торговлю. В МСОК (Rev. 4) используются двенадцать классов для обозначения групп продаваемых товаров (см. ниже). Оптовая торговля, которая не может считаться специализированной (т. е. продажей, не включающей одну из этих конкретных групп продуктов), относится к группе 469 — «Неспециализированная оптовая торговля».

1.11. *Структура подраздела 47.* Основным используемым в подразделе 47 структурным критерием является наличие или отсутствие организации розничной торговли в магазинах. Розничная торговля в магазинах, которая включает группы 471–477, подразделяется далее на розничную торговлю в специализированных и неспециализированных магазинах. Третьим применяемым к розничной торговле в магазинах критерием является категория продаваемых товаров. Розничная торговля, осуществляемая не через магазины, представлена в группах 478 и 479, которые дополнительно подразделяются на пять классов, три из которых включают розничную торговлю в палатках и на рынках, а оставшиеся две — другие виды розничной торговли: т. е. не в палатках или на рынках; и розничную торговлю через фирмы, выполняющие заказы по почте или через Интернет.

1.12. *Подразделы, группы и классы МСОК (Rev. 4), имеющие отношение к статистике розничной и оптовой торговли.* Ниже представлена полная структура раздела G МСОК (Rev. 4) в разбивке по подразделам (двузначные числа), группам (трехзначные) и классам (четырёхзначные).

Раздел G — Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов

45 — Оптовая и розничная торговля и ремонт автомобилей и мотоциклов

451 — Продажа автомобилей

4510 — Продажа автомобилей

452 — Техническое обслуживание и ремонт автомобилей

4520 — Техническое обслуживание и ремонт автомобилей

453 — Продажа деталей и принадлежностей для автомобилей

4530 — Продажа деталей и принадлежностей для автомобилей

454 — Продажа, техническое обслуживание и ремонт мотоциклов и соответствующих деталей и принадлежностей

4540 — *Продажа, техническое обслуживание и ремонт мотоциклов и соответствующих деталей и принадлежностей*

46 — Оптовая торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами

461 — Оптовая торговля за вознаграждение или договорной основе

4610 — *Оптовая торговля за вознаграждение или на договорной основе*

462 — Оптовая торговля сельскохозяйственным сырьем и живыми животными

4620 — *Оптовая торговля сельскохозяйственным сырьем и живыми животными*

463 — Оптовая торговля пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями

4630 — *Оптовая торговля пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями*

464 — Оптовая торговля бытовыми товарами

4641 — *Оптовая торговля текстильными изделиями, одеждой и обувью*

4649 — *Оптовая торговля прочими бытовыми товарами*

465 — Оптовая торговля машинами, оборудованием и вспомогательными материалами

4651 — *Оптовая торговля компьютерами, периферийным оборудованием и программным обеспечением*

4652 — *Оптовая торговля электронным и телекоммуникационным оборудованием и деталями для него*

4653 — *Оптовая торговля сельскохозяйственными машинами, оборудованием и вспомогательными материалами*

4659 — *Оптовая торговля прочими машинами и оборудованием*

466 — Прочая специализированная оптовая торговля

4661 — *Оптовая торговля твердым, жидким и газообразным топливом и смежной продукцией*

4662 — *Оптовая торговля металлами и металлическими рудами*

4663 — *Оптовая торговля строительными материалами, скобяными изделиями, водопроводным и отопительным оборудованием и вспомогательными материалами*

4669 — *Оптовая торговля отходами, ломом и прочей продукцией, не включенные в другие категории*

469 — Неспециализированная оптовая торговля

4690 — *Неспециализированная оптовая торговля*

47 — Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами

471 — Розничная торговля в неспециализированных магазинах

4711 — *Розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями*

4719 — *Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах*

472 — Розничная торговля пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах

4721 — *Розничная торговля пищевыми продуктами в специализированных магазинах*

4722 — *Розничная торговля напитками в специализированных магазинах*

4723 — *Розничная торговля табачными изделиями в специализированных магазинах*

473 — Розничная торговля горючим для транспортных средств с двигателями внутреннего сгорания в специализированных магазинах

4730 — *Розничная торговля горючим для транспортных средств с двигателями внутреннего сгорания в специализированных магазинах*

474 — Розничная торговля информационно-коммуникационным оборудованием в специализированных магазинах

- 4741 — Розничная торговля компьютерами, периферийным оборудованием, программным обеспечением и телекоммуникационным оборудованием в специализированных магазинах
- 4742 — Розничная торговля аудио- и видеоаппаратурой в специализированных магазинах
- 475 — Розничная торговля прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах
 - 4751 — Розничная торговля текстильными изделиями в специализированных магазинах
 - 4752 — Розничная торговля скобяными изделиями, красками и стеклом в специализированных магазинах
 - 4753 — Розничная торговля коврами, ковровыми изделиями, обоями, покрытиями для пола в специализированных магазинах
 - 4759 — Розничная торговля бытовыми электроприборами, мебелью, осветительными приборами и прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах
- 476 — Розничная торговля предметами культурно-развлекательного назначения в специализированных магазинах
 - 4761 — Розничная торговля книгами, газетами, писчебумажными и канцелярскими товарами в специализированных магазинах
 - 4762 — Розничная торговля музыкальными видеозаписями в специализированных магазинах
 - 4763 — Розничная торговля спортивным инвентарем в специализированных магазинах
 - 4764 — Розничная торговля играми и игрушками в специализированных магазинах
- 477 — Розничная торговля прочими товарами в специализированных магазинах
 - 4771 — Розничная торговля одеждой, обувью и изделиями из кожи в специализированных магазинах
 - 4772 — Розничная торговля фармацевтическими и медицинскими товарами, косметическими товарами и туалетными принадлежностями в специализированных магазинах
 - 4773 — Прочая розничная торговля новыми товарами в специализированных магазинах
 - 4774 — Розничная торговля поддержанными товарами
- 478 — Розничная торговля через палатки и рынки
 - 4781 — Розничная торговля пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями через палатки и рынки
 - 4782 — Розничная торговля текстильными изделиями, одеждой и обувью через палатки и рынки
 - 4789 — Розничная торговля прочими товарами через палатки и рынки
- 479 — Розничная торговля не в магазинах, палатках или на рынках
 - 4791 — Розничная торговля через фирмы, выполняющие заказы по почте или через Интернет
 - 4799 — Прочая розничная торговля не в магазинах, палатках или на рынках

1.13. *Границы сектора розничной и оптовой торговли.* Считается, что следующие виды деятельности не приводят к видоизменению товаров, и они включаются в сектор розничной и оптовой торговли:

- физическая сборка;
- упаковка;
- выбраковка и сортировка товаров в крупных партиях;
- разбивка товара на более мелкие части;

- переупаковка для продажи мелкими партиями (например, фармацевтической продукции);
- смешивание (блендирование) товаров (например, песка);
- розлив в бутылки (с предшествующей мойкой бутылок или без нее);
- хранение товаров (независимо от того, заморожены они или охлаждены, либо нет);
- замораживание;
- доставка;
- послепродажная установка;
- очистка и сушка сельскохозяйственных продуктов;
- резка древесноволокнистых плит или металлических листов в качестве вспомогательного вида деятельности;
- реклама своих товаров среди клиентов, включая дизайн этикеток;
- мойка, полировка автомобилей.

1.14. Считается, что следующие виды деятельности либо приводят к видоизменению товаров, либо не относятся к соответствующим подразделам и классам розничной и оптовой торговли и, соответственно, исключаются из сектора розничной и оптовой торговли:

- прокат автомобилей и мотоциклов;
- прокат и лизинг товаров;
- упаковка твердых товаров и розлив в бутылки и закачивание в контейнеры газообразных товаров, включая их смешивание и фильтрацию для третьих сторон;
- продажа сельскохозяйственных продуктов фермерами;
- производство и продажа товаров, которые обычно классифицируются как обрабатывающая промышленность;
- продажа готовых блюд и напитков для потребления в местах продажи и продажа готовых блюд на вынос;
- прокат населению предметов личного пользования и бытовых товаров.

С. Сфера охвата и структура сектора розничной и оптовой торговли во Второй версии Классификации основных продуктов (СРС, Версия 2) и Классификация индивидуального потребления по целям (КИПЦ)

1.15. *СРС. Вторая версия Классификации основных продуктов* (СРС, версия 2) представляет собой всеобъемлющую классификацию продуктов, охватывающую все товары и услуги, которые могут быть объектом внутренних или международных операций. Это — базовый статистический инструмент для формирования статистики розничной и оптовой торговли в разбивке по продуктам. Услуги розничной и оптовой торговли классифицируются в подразделах 61 и 62 СРС на основе двух критериев: *a)* вид предоставляемой услуги (т.е. тип функционирования, как рассматривалось в пунктах 1.10–1.11, выше); и *b)* вид товаров в торговом обороте. В результате, список товаров, которые

могут быть выставлены на продажу, разбивается на семь групп по типу функционирования торговых услуг: две группы в секторе услуг оптовой торговли (комиссионная торговля и торговля за собственный счет) и пять групп услуг розничной торговли (в магазинах и не в магазинах, в специализированных и неспециализированных магазинах и комиссионные услуги розничной торговли).

⁹ Дополнительная информация о СРС и других классификациях товаров, таких как Международная стандартная торговая классификация (МСТК) и Гармонизированная система кодирования товаров и т.д. размещена по адресу: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regot.asp?Lg=1>.

1.16. Международные и национальные версии СРС существуют точно так же, как они существуют для МСОК (см. раздел D данной главы). К ним относятся Классификация продуктов по видам деятельности (КПВД) — европейский аналог СРС и стандартная отраслевая классификация Австралии и Новой Зеландии (АНЗСИК). Они существенно отличаются от СРС и друг от друга не только в деталях и системах кодирования, но и по своей структуре⁹

1.17. *Сфера охвата товарных групп, используемых в разделе 6 СРС (Версия 2)*. В целях повышения международной сопоставимости данных страны могут использовать таблицы соответствия между категориями СРС и классами видов деятельности МСОК (Rev. 4) в качестве руководства в определении сферы охвата данных категорий товаров. Такая таблица будет составлена и включена в готовящееся к публикации *Distributive Trade Statistic: Compilers Manual* (Статистика розничной и оптовой торговли: руководство для составителей). При классификации статистических единиц по различным классам подразделов 45–47 странам следует пользоваться пояснительными примечаниями, представленными в МСОК (Rev. 4) и СРС (Версия 2).

1.18. *КИПЦ*. Еще одним вариантом классификации товаров сектора розничной и оптовой торговли является Классификация индивидуального потребления по целям (КИПЦ), которая производит разбивку на категории по целям (или функциям) использования продаваемых товаров. Предоставление данных розничной торговли на детализованном уровне КИПЦ облегчает обобщение данных по потребительским расходам отдельных домохозяйств в национальных счетах. Странам рекомендуется внедрять данную классификацию и представлять данные товарооборота розничной торговли в максимальном соответствии с классами КИПЦ¹⁰.

¹⁰ См. публикацию *Классификация расходов по целям: Классификация функций органов государственного управления (КФОГУ); Классификация индивидуального потребления по целям (КИПЦ); Классификация всех расходов некоммерческих организаций, обслуживающих домашние хозяйства, по целям (КЦНО); Классификация отдельных расходов производителей по целям*, М № 84, издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.00.XVII.6, часть первая, гл. III, и часть третья; см. веб-сайт: <http://unstats.un.org>

1.19. В целях достижения широкой международной и национальной сопоставимости данных розничной и оптовой торговли в разбивке по товарам странам рекомендуется представлять классы розничных товаров в подразделе 45 (четырёхзначный уровень СРС, Версия 2), сгруппированные в 7 следующих категорий товаров. Несмотря на то что не существует однозначного соответствия между категориями СРС и КИПЦ, широкой совместимости можно добиться по семи группировкам:

- продовольственные продукты, напитки и табачные изделия;
- одежда и обувь;
- бытовые приборы, предметы и оборудование
 - в том числе: мебель;
- машины, оборудование и принадлежности
 - в том числе: оборудование обработки информации;
 - в том числе: автомобили и связанные с ними товары;
- товары личного потребления и прочие товары;
- строительные материалы;
- прочее.

1.20. В целях удовлетворения потребностей широкого круга пользователей странам рекомендуется разработать свои собственные перечни для отчетности по сектору розничной и оптовой торговли в разбивке по виду товаров в соответствии с классификациями товаров, которые они используют в своих обследованиях сферы торговли, кроме того, странам следует придерживаться международных стандартов. Странам желательно разработать более подробные перечни по розничной торговле, а не по оптовой торговле, поскольку первые — более актуальны в описании движения товаров для домохозяйств. Какие бы перечни или классификации товаров ни использовались, в целях национальных счетов они должны быть увязаны с классификацией товаров и услуг, бытового назначения.

D. Сектор розничной и оптовой торговли в других классификациях видов деятельности

1.21. МСОК. Для классификации экономической деятельности большинство стран либо использует непосредственно Международную стандартную отраслевую классификацию всех видов экономической деятельности (МСОК), либо разрабатывает основанные на ней собственные национальные отраслевые классификации. Тем странам, которые не используют МСОК, или национальные классификации которых отличаются от МСОК, рекомендуется разрабатывать свои национальные отраслевые классификации способом, предусматривающим международную сопоставимость и идентификацию конкретного вида деятельности, с тем чтобы обеспечить совпадение, по крайней мере, с двузначным уровнем (подразделений) МСОК. Для достижения полной совместимости национальной отраслевой классификации с разделом G МСОК (Rev. 4) наиболее детальные категории классификации в национальной схеме должны совпадать с соответствующими классами МСОК или являться их объединениями или составной частью.

1.22. НАСЕ. Второй пересмотренный вариант Статистической классификации экономической деятельности в рамках Европейского сообщества (НАСЕ, Rev. 2)¹¹ представляет собой классификацию экономической деятельности, принятую странами — членами Европейского союза (ЕС), некоторыми странами с переходной экономикой и другими странами, стремящимися к вступлению в Европейский союз. Она полностью совместима с МСОК (Rev. 4), тем более что в некоторых случаях она предусматривает использование подразделов МСОК, которые в большей степени применимы к структурам европейских экономик. Хотя конкретный вид деятельности на уровне групп и классов в НАСЕ может иметь отличающийся от МСОК цифровой код и степень разукрупнения, эти две классификации всегда можно сопоставить путем объединения более детализованных групп и классов НАСЕ в группы и классы МСОК. Существует полное соответствие между двумя первыми уровнями (разделы и подразделы) этих классификаций. НАСЕ (Rev. 2) пересматривалась параллельно с четвертым пересмотренным вариантом МСОК. Он вступил в силу с 1 января 2008 года. Страны должны составлять свою годовую структурную статистику по розничной и оптовой торговле с использованием НАСЕ (Rev. 2), начиная с указанной выше даты, а краткосрочную статистику — с 1 января 2009 года. Использующим НАСЕ странам рекомендуется продолжать использовать НАСЕ (Rev. 2), поскольку эта классификация полностью совместима с МСОК (Rev. 4).

¹¹ См. публикацию по адресу: http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=NACE_REV2&StrLanguageCode=EN&IntPcKey=&trLayoutCode=HIERARCHIC&CFID=1505220&CFTOKEN=4b5a935fefb8960a-64410213-09DA-12FE-B2107BE19A0001E6&jsessopmo=ee3085e515312a416332.

1.23. *НАИКС*. Североамериканская система отраслевой классификации (НАИКС) была разработана для создания единых отраслевых определений для Канады, Мексики и Соединенных Штатов Америки в целях облегчения анализа состояния экономики этих трех североамериканских стран. НАИКС построена на концептуальной модели, ориентированной на производство или основанной на предложении, и в ней дается классификация отраслей экономики, а не видов деятельности. Это означает, что в НАИКС объединяются в группы производственные единицы, использующие идентичные или аналогичные производственные процессы. Хотя эта система стремится к достижению сопоставимости с двузначным уровнем подразделов МСОК, между структурами классификации НАИКС и МСОК имеются серьезные различия. Поэтому невозможен простой перевод данных между системами НАИКС и классификации МСОК/НАСЕ. Подробная информация о соответствии между НАИКС и МСОК (Rev. 3.1)¹² опубликована на веб-сайте Статистического отдела Организации Объединенных Наций¹³.

¹² Статистические документы, № 4/Rev.3.1 (издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.03.XVII.4).

¹³ См. <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regot.asp?Lg=1>.

1.24. *АНЗСИК*. Австралийско-Новозеландская стандартная отраслевая классификация (АНЗСИК) была пересмотрена в 2006 году, и в ней учтены отрасли экономики, характерные для Австралии и Новой Зеландии. Как и в случае с МСОК, концептуальная основа АНЗСИК была пересмотрена в сторону большего акцента на подход, связанный с аспектами предложения. Структура АНЗСИК в широком плане соответствует структуре МСОК, при этом структура АНЗСИК совпадает, насколько это возможно, с МСОК (Rev. 4) на уровне подразделов (двузначных). Таблицы соответствия между АНЗСИК и МСОК размещены на веб-сайте Австралийского статистического бюро.

Е. Отдельные пограничные вопросы

1. Внешний подряд: пограничные вопросы между секторами оптовой торговли и обрабатывающей промышленности

1.25. *Внешний подряд*. Термин «внешний подряд» в сфере производства используется для обозначения ситуации, когда основная производственная единица (заказчик) передает подряд другой производственной единице (подрядчику) на осуществление конкретных функций, включающих в себя полностью или частично деятельность заказчика по производству того или иного товара или услуги. В то время как классификация деятельности подрядчика достаточно проста, и на нее не влияет сам факт передачи деятельности во внешний подряд, на классификацию деятельности заказчика в значительной мере влияет характер и масштаб внешнего подряда; в связи с этим для обеспечения единообразного подхода требуется принятие определенных соглашений. Классификация основных заказчиков представляет собой серьезный пограничный вопрос, поскольку решения, принимаемые в связи с их деятельностью, влияют на размеры подразделов обрабатывающей промышленности и оптовой (или розничной) торговли.

1.26. *Виды внешнего подряда*. Внешний подряд может осуществляться в трех формах, а именно: *a)* внешний подряд вспомогательных функций; *b)* внешний подряд частей производственного процесса; и *c)* внешний подряд всего производственного процесса. В каждом из этих случаев заказчик и подрядчик могут располагаться в одном и том же или в разных экономических пространствах. Фактическое местонахождение не влияет на классификацию любого из данных видов единиц.

1.27. *Внешний подряд вспомогательных функций.* В этом случае заказчик (оптовый или розничный торговец) осуществляет перепродажу товаров и услуг, но при этом отдает во внешний подряд подрядчику определенные вспомогательные функции, такие как бухгалтерский учет или компьютерные услуги. В этом случае рекомендуется сохранить классификацию заказчика согласно тому из классов раздела G МСОК, который соответствует основному производственному процессу (перепродажа в разбивке по типу торговли и виду продаваемых товаров). Подрядчик классифицируется по конкретному виду выполняемой им вспомогательной деятельности, например, согласно классу МСОК 6920 «Деятельность в области составления счетов, бухгалтерского учета и аудита; консультации по вопросам налогообложения» или классу 6202 «Консультационная деятельность, связанная с компьютерами, и деятельность по управлению компьютерным оборудованием».

1.28. *Внешний подряд определенных частей производственного процесса.* Заказчик (производитель) отдает во внешний подряд подрядчику какую-либо часть, но не весь производственный процесс создания (товара или услуги). В собственности заказчика находятся материальные ресурсы, которые будут преобразованы подрядчиком, а значит, в его собственности находится и конечный продукт. В этом случае рекомендуется произвести классификацию заказчика по соответствующему классу обрабатывающей промышленности МСОК, как если бы он осуществлял весь производственный процесс. Подрядчик классифицируется согласно той части производственного процесса, которую он осуществляет. В случае видоизменения товара подрядчик классифицируется по той же или по отдельной категории МСОК. Кроме того, в случае передачи во внешний подряд той или иной услуги, виды деятельности заказчика и подрядчика могут и не классифицироваться по одной и той же категории МСОК.

1.29. *Внешний подряд всего производственного процесса.* Необходимо рассмотреть два конкретных примера передачи от заказчика подрядчику во внешний подряд всего производственного процесса полностью, а именно:

- a) *внешний подряд видов деятельности по созданию инфраструктуры, включая строительство.* В этом случае как заказчик, так и подрядчик классифицируется таким образом, как если бы они в полном объеме осуществляли данный вид деятельности в сфере услуг;
- b) *передача подрядчику во внешний подряд производственных видов деятельности.* В этом случае заказчик физически не видоизменяет товары, расположенные на территории своей единицы. Рекомендуются следующие правила классификации видов деятельности:
 - i) заказчик, являющийся собственником материальных ресурсов и, следовательно, имеющий в экономическом владении конечный продукт, но в случае производства, осуществляемого другими единицами, относится по классификации к *разделу С «Обрабатывающая промышленность»* МСОК (Rev. 4) и конкретно к классификационной категории, которая соответствует всему (передаваемому во внешний подряд) производственному виду деятельности,
 - ii) заказчик, передающий производство другим единицам, но при этом не владеющий материальными ресурсами, должен классифицироваться по *разделу G «Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов»* МСОК (Rev. 4) и конкретно по классификационной категории, которая соответствует виду

деятельности в соответствии с типом торговли (например, оптовая или розничная торговля) и видом продаваемых товаров. В этом случае необходимо также определить, осуществляет ли заказчик другие виды деятельности, такие как проектные работы, научные исследования и опытно-конструкторские разработки. Если другие виды деятельности действительно осуществляются заказчиком, то должны применяться обычные правила определения основного вида деятельности заказчика (информацию по методу нисходящей детализации см. в пункте 3.12),

- iii) в этом случае подрядчик классифицируется по *разделу С «Обрабатывающая промышленность»* МСОК (Rev. 4) и конкретно по классификационной категории, которая соответствует деятельности в сфере обрабатывающей промышленности, осуществляемой подрядчиком.

2. Разграничение между розничной торговлей и финансовыми услугами

1.30. *Структурные единицы, предлагающие потребительские кредитные линии.* Многие розничные магазины и другие хозяйствующие субъекты, осуществляющие розничную или оптовую торговлю, предлагают своим клиентам возможность покупки в кредит. Для этой цели они могут выпускать членские карты, позволяющие их клиентам делать покупки в рамках установленного кредитного лимита. Потребительский кредит — это форма краткосрочного займа, предоставляемого физическим лицам для личного или бытового, а не коммерческого использования. Потребительский кредит также предлагается компаниями, активно работающими в сфере потребительского кредита, к которым обычно относятся: *a)* небольшие кредитные компании, которые в качестве организаторов кредита вступают в контакт с клиентами и предоставляют им кредит напрямую; и *b)* финансовые компании, которые не работают напрямую с клиентами, однако покупают и обслуживают в течение определенного времени потребительский долг, связанный с продажами в рассрочку товаров длительного пользования.

1.31. Классификация финансовых учреждений, осуществляющих операции по потребительскому кредитованию, довольно проста (они относятся к разделу К «Финансовая деятельность и страхование» МСОК, Rev. 4), однако, в данные рекомендации она не включается. Тем не менее составителям статистики розничной и оптовой торговли следует обращать внимание на те случаи, когда организатором и держателем потребительского кредита выступает структурная единица розничной торговли, имеющая отдельное заведение по предоставлению потребительских кредитов или осуществляющая второстепенную деятельность в этой области (см. пункты 3.10–3.11). Поскольку в СНС 2008 года проводится различие между нефинансовым и финансовым секторами¹⁴, рекомендуется, чтобы в этом случае по возможности выявлялись две отдельные структурные единицы: одна единица применительно к подразделению, осуществляющему нефинансовую деятельность (торговлю), а другая единица — к подразделению, осуществляющему финансовую деятельность (предоставление потребительских кредитов), если только по каждой из этих единиц имеется необходимая финансовая отчетность даже если обе единицы совместно имеют все прочие признаки, присущие хозяйствующему субъекту,

¹⁴ Информацию по институциональным секторам и классификации институциональных секторов см. в главе 4 Системы национальных счетов 2008 года.

и ведут консолидированную отчетность как одна единица. Обе единицы должны классифицироваться самостоятельно, при этом вторая — в качестве финансовой организации, а не как единица розничной и оптовой торговли. Тем не менее, если предоставляющая потребительские кредиты структурная единица статистически неотделима (иными словами, если не существует отдельной отчетности по ее деятельности), рекомендуется, чтобы такое подразделение рассматривалось как составная часть соответствующей статистической единицы, осуществляющей вспомогательную деятельность. Такой подход не повлияет на классификацию этой единицы в сфере розничной и оптовой торговли.

F. Сфера охвата статистики розничной и оптовой торговли

1.32. Как правило, статистика розничной и оптовой торговли отражает характеристики и виды деятельности структурных единиц, относящиеся к экономическому сектору розничной и оптовой торговли. Принимая во внимание роль МСОК (Rev. 4) в плане классификации видов деятельности для применения во всех профильных областях экономической статистики, рекомендуется определять экономический сектор розничной и оптовой торговли как включающий в себя все предприятия-резиденты, признанные статистическими единицами и подлежащие классификации по разделу G МСОК (Rev. 4) вне зависимости от их размера, формы экономической и правовой организации и формы собственности (рекомендации по статистическим единицам см. в главе III). Место пребывания хозяйствующих субъектов должно определяться в соответствии с правилами, изложенными в СНС 2008 года. Виды деятельности в секторе розничной и оптовой торговли, осуществляемые хозяйствующими субъектами, которые не классифицируются по разделу G МСОК (Rev. 4), не охватываются статистикой розничной и оптовой торговли.

1.33. По определению, позиции данных, подпадающие под охват статистики розничной и оптовой торговли, отражают: *a)* характеристики субъектов, относящихся к сектору розничной и оптовой торговли; *b)* доходы и прочие поступления и закупки этих субъектов, отражаемые в отчетах о прибылях и убытках и используемые для калькуляции объема торговых операций, промежуточного потребления и добавленной стоимости; *c)* инвестиции субъектов в нефинансовые активы и изменения товарных запасов; и *d)* информацию по занятости, которая тесно связана с большинством указанных выше групп по позициям данных (подробные рекомендации по этому вопросу см. в главе IV). Прочие позиции данных, такие как позиции по финансовому положению хозяйствующих субъектов, полностью исключаются, и вместо этого они составляют часть финансовой и прочей профильной статистики.

Глава II

Статистические и отчетные единицы

А. Обзор

2.1. *Хозяйствующие субъекты.* Сфера охвата генеральной совокупности хозяйствующих субъектов в области розничной и оптовой торговли весьма обширна; она распространяется как на мелкие предприятия, осуществляющие один или всего несколько видов деятельности в одном географическом месте (или из одного географического места), так и на крупные хозяйствующие субъекты со сложной структурой, осуществляющие многочисленные виды деятельности во многих местах или из многих мест. Хозяйствующие субъекты в сфере розничной и оптовой торговли различаются по своей организационно-правовой форме, структуре бухгалтерской отчетности и оперативной деятельности. В крупных, имеющих сложную структуру субъектах единицы, в которых или из которых осуществляется хозяйственная деятельность, группируются в иерархические структуры в целях коммерческого и административного управления и принятия решений. Организационные единицы более высокого уровня владеют или управляют производственными единицами более низкого уровня, в рамках которых принимаются производственные решения или осуществляется производство. Структура хозяйствующего субъекта может формироваться по географическому, правовому или операционному принципу. Хозяйственный субъект может иметь одну или несколько структур, выполняющих различные функции или служащих различным целям.

2.2. В хозяйствующих субъектах со сложной структурой управление финансовыми вопросами бизнеса обычно осуществляется на более высоком организационном уровне, чем управление оптовыми или розничными торговыми операциями. Системы бухгалтерского учета компаний обычно отражают эту управленческую структуру, зеркально копируя иерархию управленческой ответственности за коммерческие операции. В той мере, в которой учет, необходимый для поддержки функций управления и принятия решений как в финансовой, так и в производственной сфере, обычно ведется для соответствующего уровня управленческой ответственности, между различными структурными уровнями варьируются и возможности отчетности по таким данным.

2.3. *Сбор данных по хозяйствующим субъектам.* Экономическая статистика в целом и статистика розничной и оптовой торговли в частности должны принимать во внимание упомянутые выше структуры для обобщения данных, наиболее актуальных для целей экономического анализа. При этом, однако, правовые и организационные структуры хозяйствующих субъектов, а также их практика ведения учета, разработанные в большинстве стран, не применимы для статистических целей. Вследствие этого при сборе данных желательно иметь некие руководящие принципы определения статистических, отчетных единиц и единиц для сбора данных в целях составления сопоставимой национальной и международной статистики.

2.4. *Статистические единицы.* Статистическая единица — это тот или иной субъект, в отношении которого запрашивается информация и для которого в конечном счете составляются статистические данные. Она является единицей, которая составляет основу суммарных статистических показателей и к которой относятся табулированные данные. Эти единицы можно разделить на две категории:

- a) *единицы наблюдения:* поддающиеся идентификации организационно-правовые или физические лица, способные фактически или потенциально предоставлять отчетные данные о своей деятельности;
- b) *аналитические единицы:* субъекты, создаваемые статистиками (называемые также статистическими конструкциями) зачастую путем разделения или объединения единиц наблюдения в целях составления статистических показателей, которые являются более подробными и более однородными, чем показатели, которые возможно составить, используя данные по единицам наблюдения. Хотя аналитические единицы сами по себе неспособны предоставлять отчетные данные о своей деятельности, существуют косвенные методы статистической оценки, включая использование расчетных значений таких данных. Примерами аналитических единиц могут служить единицы однородной продукции или местные единицы однородной продукции.

2.5. *Единицы для сбора данных.* Единица для сбора данных — это единица, от которой поступают данные и по которой составляются статистические анкеты. По сути, речь идет скорее о контактном адресе или контактном лице, чем о единице. Любой субъект, располагающий значимой в статистическом плане информацией о статистических единицах, потенциально может выступать в качестве единицы для сбора данных. Например, если те или иные субъекты поручают заполнение формуляров и анкет своим бухгалтерским подразделениям, последние выступают в качестве единиц для сбора данных.

2.6. *Отчетные единицы.* Отчетная единица — это единица, в отношении которой поступают данные. Как правило, когда данный субъект сообщает требуемые данные по характеристикам и видам деятельности всех своих разбросанных по различным местам подразделений, такие подразделения представляют собой отчетные единицы. В этом случае такие подразделения поддаются статистическому наблюдению, выступая и как статистические, и как отчетные единицы.

2.7. Следует отметить, что на практике статистические, отчетные единицы и единицы для сбора данных зачастую совпадают друг с другом. Однако этого не происходит, если статистические единицы выступают в качестве аналитических единиц. Необходимо проводить различие между этими единицами, поскольку они соответствуют различным этапам процесса сбора/составления данных. В контексте настоящих рекомендаций основной интерес представляют статистические единицы, так как они служат основой для суммарных статистических показателей, и именно к таким единицам относятся все позиции данных. Единицы для сбора данных и отчетные единицы имеют особое значение на этапах формирования выборки и сбора данных.

2.8. Если какой-либо хозяйствующий субъект осуществляет несколько видов деятельности и если с каждым из этих видов деятельности связана отдельная статистическая единица, такой субъект является статистически сложным. При условии, что данная единица (или единицы) способна предо-

ставлять все требуемые данные, нет необходимости в сборе дополнительных данных по хозяйствующему субъекту в целом. Однако, если полный набор данных получить таким образом невозможно, сбор данных необходимо также вести по субъекту в целом, и, если эта цель достигнута, распределять дополнительную информацию по статистическим единицам. В этой связи важно обеспечить, чтобы в отчетности отсутствовали дублирующие данные.

В. Определения отдельных статистических единиц

2.9. Определения различных видов статистических единиц даются во введении к МСОК (Rev. 4)¹⁵. Странам рекомендуется использовать эту публикацию для обеспечения лучшей совместимости с национальной практикой использования статистических и прочих единиц. Ниже приводятся определения статистических единиц применительно к статистике розничной и оптовой торговли.

¹⁵ Издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.08.XVII.25

2.10. *Группа предприятий.* Группа предприятий — это объединение предприятий (см. пункт 2.12), связанных вместе по различным аспектам, таким как права собственности, контрольный пакет акций и управление. В группе предприятий может быть более одного центра принятия решений, особенно применительно к политике в сфере производства, продаж и получения прибыли, при этом могут быть централизованы некоторые аспекты финансового управления и налогообложения. Это — хозяйствующий субъект, наделенный полномочиями осуществления выбора, в частности по входящим в его состав единицам. Группа предприятий контролируется головным предприятием этой группы, которое является основным юридическим лицом, находящимся под прямым или косвенным контролем любого другого юридического лица. При этом, однако, существуют некоторые формы кооперативных или взаимных ассоциаций, в которых головное предприятие фактически находится в собственности единиц данной группы.

2.11. Группа предприятий зачастую представляет собой конгломерат, связанный сетью сложных взаимоотношений, и нередко охватывает весьма широкий спектр видов деятельности. Часто в рамках группы предприятий можно выделить различные подгруппы. Существуют определенные сложности в использовании такой структурной единицы в статистических целях, в частности, из-за проблем, возникающих в выявлении и отслеживании подчас нестабильных связей между различными предприятиями группы.

2.12. *Предприятие.* Хозяйствующий субъект в своем качестве производителя товаров и услуг считается «предприятием», если он способен самостоятельно владеть активами, принимать обязательства и осуществлять хозяйственную деятельность, вступая в договорные отношения с другими хозяйствующими субъектами. Предприятие является хозяйствующим субъектом, обладающим автономией в отношении принятия финансовых и инвестиционных решений, а также наделенным полномочиями и ответственностью в сфере распределения ресурсов для производства товаров и услуг. Оно может осуществлять один или несколько видов производительной деятельности в одном или нескольких местах.

2.13. Предприятие в сфере розничной и оптовой торговли может быть корпорацией, некоммерческой организацией или некорпоративным предприятием. Корпоративное предприятие является «полноправным» хозяйствующим субъектом, способным вступить в любой вид договорных отношений, в

то время как термин «некорпоративное предприятие» относится к домашнему хозяйству как к хозяйствующему субъекту только в части оказания услуг розничной и оптовой торговли. Некоммерческая организация также представляет собой хозяйствующий субъект, созданный в целях оказания услуг структурным единицам розничной оптовой торговли и продвижения их интересов.

¹⁶ В пункте 2.106 Европейской системы счетов 1995 года (ЕСС, 1995 год) термин «заведение» также называется «местной единицей вида деятельности».

2.14. *Заведение*¹⁶. Заведение определяется как предприятие или часть предприятия, находящееся в каком-то одном месте и на котором осуществляется только один вид производственной деятельности или на котором на основной вид производственной деятельности приходится бóльшая часть добавленной стоимости. Хотя определение любого заведения допускает возможность осуществления одного или более видов второстепенной деятельности, эти виды деятельности должны иметь небольшие масштабы по сравнению с основным видом деятельности. Если второстепенная деятельность в рамках того или иного заведения играет такую же или почти такую же важную роль, как и основная деятельность, тогда данная структурная единица больше подходит для классификации «местная единица», описание которой дается ниже (см. пункт 2.22).

2.15. Применительно к большинству малых и средних компаний понятия «предприятие» и «заведение» будут идентичными. Как правило, крупные предприятия, осуществляющие многие виды деятельности в различных отраслях, рекомендуется подразделять на одно и более заведений, при условии что можно выделить более мелкие и более однородные производственные единицы, по которым имеется возможность получения достаточных данных о выпуске продукции.

2.16. *Единица вида деятельности*. Исходя из структуры и определения статистической единицы предприятия оно уже может иметь определенную степень однородности в осуществляемых им видах экономической деятельности; тем не менее, для определенных областей статистики, включая статистику розничной и оптовой торговли, может потребоваться более высокая степень однородности. Именно в этих целях вводится и используется понятие единицы вида деятельности.

2.17. Единица вида деятельности — это понятие, связанное с предприятием или частью предприятия, которое осуществляет только один вид производственной деятельности или в котором на основную производственную деятельность приходится бóльшая часть добавленной стоимости. Применительно к такой единице не существует ограничений по географическому району, в котором осуществляется данная деятельность. Для создания таких однородных единиц предприятие необходимо разделить на более узкие и более однородные составные части.

2.18. Хотя целью является по возможности большее соответствие требованию однородности, нельзя игнорировать и два других требования, а именно — доступность данных и позицию в организационной структуре. Разделение предприятий на единицы вида деятельности предполагает достижение компромисса между однородностью экономической деятельности, с одной стороны, и доступностью данных и организационной структурой — с другой. Эти три требования в большинстве случаев взаимосвязаны: чем более однородна та или иная структурная единица, чем меньший объем данных по ней доступен, тем менее вероятно, что эта единица будет восприниматься как самостоятельное подразделение организации. Нахождение правильного баланса зависит от национальных статистических управлений. Тем не менее при таком

разделении рекомендуется уделять особое внимание доступности данных и организационной структуре. Необходимо отметить, что каждое предприятие должно, по определению, предусматривать одну или более единиц вида деятельности. Во многих случаях единица вида деятельности может существовать только как аналитическая статистическая единица.

2.19. При принятии решения о выделении той или иной единицы вида деятельности следует учитывать, что любая данная единица вида деятельности, подпадающая под категорию какой-либо конкретной классификации видов деятельности, может касаться второстепенных видов деятельности, которые могут и не определяться отдельно по имеющимся бухгалтерским документам.

2.20. *Определение термина «местоположение».* В определениях понятий «заведения» и «местной единицы» (см. ниже) используется термин «местоположение», и необходимо прояснить его значение в этом контексте. Термин «местоположение» можно толковать двумя различными способами:

- a) в узком смысле, как определенное место, такое как отдельный адрес или даже комната в многоэтажном офисном здании. Именно такое понятие местоположения необходимо использовать в статистических целях, поскольку в некоторых случаях два или даже больше не граничащих друг с другом помещения могут рассматриваться, как имеющие одно и то же местоположение, как, например, в случаях, когда два магазина одного торгового предприятия находятся за углом друг от друга в одном и том же квартале или через улицу друг от друга и когда по каждому из этих магазинов не ведется отдельная статистическая отчетность. Как правило, расстояние между двумя объектами должно быть довольно большим, чтобы определить такие объекты, как имеющие отдельное местоположение, особенно если они находятся в одной, самой мелкой административно-территориальной единице, по которой составляются статистические ряды данных;
- b) как комбинации мест расположения всех объектов, принадлежащих предприятию в данном географическом районе. Выявление таких статистических единиц позволяет проводить различия между провинциями, штатами, округами, муниципалитетами, населенными пунктами и даже между более мелкими административными единицами типа городских кварталов¹⁷. Следовательно, если деятельность осуществляется в двух и более местах, например в одном и том же муниципалитете, населенном пункте или аналогичном географически ограниченном районе, включение всех таких мест в одну единственную местную единицу может стать приемлемым исходя из понятия местной единицы.

2.21. Применение одного из этих двух толкований зависит от изучаемой статистики. Если, например, ведется подсчет количества розничных магазинов в определенном районе или если ведется анализ производственных процессов, надлежащей единицей будет местоположение отдельного объекта. Если же, с другой стороны, предметом статистического изучения является занятость, то в качестве одной местной единицы можно вполне считать все объекты какого-либо предприятия в пределах наименьшего географического района.

2.22. *Местная единица.* Предприятия зачастую ведут производственную деятельность более чем в одном месте, и в целях получения географического распределения собираемых данных возникает необходимость соответствующим образом разделять такие предприятия. Таким образом, местная единица

¹⁷ Базовой концепцией, регулирующей статистику с разбивкой по географическому признаку, является то, что данные собираются по тому району, в котором фактически осуществляется та или иная деятельность. Городской квартал — это административная единица микроуровня, по которой могут кодироваться отдельные лица или компании; данные по таким людям или единицам могут суммироваться.

определяется как предприятие или часть предприятия (например, мастерская, завод, склад, контора, рудник или депо), осуществляющие производственную деятельность только в одном месте или из какого-то одного места. Это определение включает в себя лишь один признак, так как в нем нет ссылки на вид осуществляемой данной единицей деятельности.

2.23. *Вспомогательное заведение.* Если какое-либо заведение, выполняющее чисто вспомогательные функции (см. пункт 3.10), статистически просчитывается, поскольку легко доступны отдельные счета по осуществляемому таким заведением производству, или если такое заведение географически отдалено от обслуживаемых им организаций, желательно и полезно рассматривать его в качестве отдельной единицы, иными словами, в качестве вспомогательного заведения, и классифицировать его по производственной категории, соответствующей его основному виду деятельности (см. пункт 3.8). При этом рекомендуется создавать отдельные заведения, только если доступны надлежащие базовые данные, например по стоимости промежуточного потребления, вознаграждения работникам, валовому накоплению основного капитала и численности персонала.

2.24. Стоимость конечного продукта вспомогательного заведения должна определяться по методу суммарных расходов, иными словами, исходя из всех его производственных расходов, включая стоимость используемого в производственных целях капитала. Конечный продукт вспомогательного заведения рассматривается в качестве промежуточного потребления обслуживаемых им организаций и должен распределяться с применением соответствующего показателя, такого как объем производства, добавленная стоимость или численность персонала указанных организаций. Холдинговые компании не являются вспомогательными единицами, так как выполняемые ими функции — контроль и руководство деятельностью дочерних компаний — не являются вспомогательной деятельностью.

2.25. *Вспомогательная корпорация.* Торговая корпорация, исходя из налоговых или иных соображений, может признать для себя выгодным создание дочернего предприятия исключительно в целях того, чтобы данное дочернее предприятие могло выполнять определенные вспомогательные функции для собственной выгоды. Например, она может создать дочернее предприятие для передачи ему прав собственности на землю, здания или оборудование, передача которых в лизинг обратно корпорации-учредителю будет являться единственной функцией этого дочернего предприятия; или она может создать дочернее предприятие для ведения бухгалтерского учета и отчетности в отдельном вычислительном центре и т.д. Такие искусственные единицы создаются для ухода от налогов, минимизации ответственности в случае банкротства или получения иных технических преимуществ в соответствии с действующим в конкретной стране налоговым или корпоративным законодательством. Рекомендуется рассматривать такие вспомогательные корпорации не в качестве отдельных статистических единиц, а как неотъемлемую часть корпорации-учредителя, и консолидировать их отчетность со счетами такой головной корпорации.

С. Рекомендации по статистическим, отчетным единицам и единицам сбора данных

2.26. Для описания хозяйственной деятельности единиц в сфере розничной и оптовой торговли требуются два основных вида данных: *a)* производственные данные на основе счетов управления и затрат торговых единиц¹⁸; и *b)* финансовые данные на основе их бухгалтерских счетов¹⁹. Такие виды статистических данных требуются для анализа сектора розничной и оптовой торговли, а также для составления национальных счетов. Для составления такой статистики необходимо идентифицировать и последовательно использовать статистические и отчетные единицы и единицы сбора данных. Рекомендации по таким единицам приводятся ниже.

2.27. Признавая тот факт, что СНС 2008 года рекомендует считать заведение наиболее приемлемой статистической единицей для получения данных по производству и занятости и что должно быть обеспечено составление однородных и географически распределенных данных, странам для получения статистики розничной и оптовой торговли предлагается в качестве статистических единиц использовать заведения. В большинстве случаев заведение и предприятие совпадают друг с другом, и, следовательно, все виды данных могут быть получены из одного и того же источника. В таких случаях заведение/предприятие может выступать в качестве не только статистической, но и отчетной единицы, а также единицы для сбора данных. Тем не менее, если заведение является частью состоящего из многих подразделений предприятия, такое заведение может и не иметь доступа ко всей необходимой (например, финансовой) информации. При таких обстоятельствах предприятие, к которому относится данное заведение, может служить в качестве единицы для сбора данных, предоставляющей статистическим службам данные о видах деятельности этого заведения.

2.28. Странам рекомендуется собирать данные по всем профильным заведениям, входящим в то или иное многопрофильное предприятие в пределах страны. Применительно к предприятиям с заведениями, работающими на экономической территории нескольких стран, особое внимание необходимо уделять тому, чтобы в статистику розничной и оптовой торговли составляющей ее страны не входили данные о деятельности заведений — резидентских подразделений других стран.

2.29. Если достаточной степени однородности и требуемого географического распределения данных можно добиться другими средствами или если недоступны данные на уровне отдельных заведений, в качестве статистической единицы можно использовать предприятие, при этом страны могут ограничить свою работу по сбору данных теми предприятиями, основным видом деятельности которых является розничная и оптовая торговля. Некоторые страны, ставящие перед собой цель достичь максимально возможной однородности данных и их широкого географического распределения, могут решить, что более практично использовать заведение в качестве статистической единицы для сбора нефинансовых данных, в то же время используя предприятие для сбора финансовых данных.

2.30. Единица вида деятельности отличается от заведения в том плане, что не существует ограничений в части географического района, в котором данный вид деятельности осуществляется отдельным юридическим лицом. В некоторых обстоятельствах доступность данных на основе единиц вида дея-

¹⁸Как правило, производственная статистика включает данные по операционным доходам от продажи товаров и оказания услуг и сопутствующим затратам, заработной плате, амортизации и прибыли от основной деятельности.

¹⁹Такая отчетность включает консолидированные отчеты о прибылях и убытках и балансовые отчеты об активах и пассивах торговых единиц.

тельности может послужить оправданием использования в обследованиях сферы торговли именно таких единиц, а не заведений. Например, в ряде случаев данные по валовому накоплению основного капитала, товарным запасам и продажам могут быть легкодоступны по единицам вида деятельности, но не по заведениям; и при этом лишь минимальный интерес может представлять классификация данных в разбивке по территориальному признаку или размеру заведений. Более обобщенно для многих целей применение единиц вида деятельности может рассматриваться в качестве приемлемой альтернативы использованию заведений в тех странах, где крупные многопрофильные предприятия ведут свою отчетность именно таким образом. Однако в этих случаях при использовании единиц вида деятельности будет полезно указывать взаимосвязь между такими единицами и единицами, используемыми в других обследованиях.

2.31. Местная единица используется в качестве статистической единицы для составления определенных видов данных, когда не требуется разбивка по видам деятельности; по этой причине не рекомендуется использовать ее в статистике розничной и оптовой торговли. Тем не менее, если критерий единицы вида деятельности может быть применен к местной единице, и это поместит ее в сферу охвата раздела G МСОК (Rev. 4), такая единица превращается в заведение и может использоваться в статистике розничной и оптовой торговли в качестве как статистической, так и отчетной единицы.

2.32. Единица в виде группы предприятий является слишком разноплановой и нестабильной по своему характеру для ее применения в качестве статистической единицы в статистике розничной и оптовой торговли. Тем не менее использование единицы, состоящей из группы предприятий, полезно для финансового анализа и изучения стратегий той или иной компании. Вследствие этого, если статистика розничной и оптовой торговли может представляться в разбивке по группам предприятий, такой способ будет весьма важен для аналитических целей.

2.33. В качестве единицы сбора данных может выступать любой субъект, способный предоставить национальному статистическому управлению надежные и своевременные данные применительно к принятым статистическим единицам.

D. Отображение отдельных относящихся к сектору розничной и оптовой торговли хозяйствующих субъектов в статистических единицах

2.34. *Сети розничных магазинов.* В течение последних десятилетий в секторе розничной торговли практически во всех странах происходили значительные изменения с точки зрения видов, размеров и структуры единиц. Одной из важнейших тенденций на розничных рынках стало доминирование магазинов сетей розничной торговли. Сети розничных магазинов являются организационной формой единиц розничной торговли, которые присутствуют в основном в этом виде торговли, однако, они имеются также и в некоторых других ориентированных на сферу услуг компаниях. Сети розничной торговли включают ряд розничных торговых точек под единым фирменным знаком, имеющих одних и тех же собственников или функционирующих под централизованным управлением. Такие магазины могут быть филиалами,

находящимися во владении одного юридического лица, или франшизами, находящимися во владении физических лиц или компаний и работающими по договору с головной корпорацией. В случае, когда сеть розничной торговли принадлежит одному собственнику, функционирует одно торговое предприятие со многими заведениями, имеющими различное местоположение. В случае, когда сеть розничной торговли работает по договору франшизы, имеется много предприятий в соответствии с количеством таких договоров.

2.35. Сети розничной торговли появились в результате вертикальной интеграции розничных торговых компаний, относящихся к одному и тому же классу деятельности в сфере розничной торговли (а именно, продажи одного и того же вида товаров, например, продовольствия, мебели и т. д.). Исходя из типа функционирования (см. пункт 3.28), розничные сети относятся к категории розничной торговли в магазинах. Многие страны определили минимальное число розничных торговых точек, работающих в рамках розничных сетей в качестве дополнительного критерия их отличия от других видов розничной торговли в магазинах. Магазины розничной сети по многим признакам отличаются от одиночных магазинов, при этом самым большим отличительным признаком является различие в их размерах. Обычно они предлагают конкретные товары по низким ценам и получают прибыль за счет большого объема продаж, а не за счет высокой торговой наценки.

2.36. Если сеть розничной торговли работает более чем в одной провинции или штате, и при этом для экономики страны важную роль играют данные субнационального уровня, каждой сети рекомендуется предоставлять список всех адресов действующих в ней торговых точек, а также суммарные показатели по некоторым важным позициям данных, таким как численность персонала, товарооборот, заработная плата рабочих и служащих и т. д. отдельно по каждой торговой точке. Для снижения нагрузки на респондентов можно также рассмотреть возможность задействования альтернативных методов, таких как использование административных данных (например, данных по занятости) из реестра компаний в качестве замены распределения национальной хозяйственной деятельности на субнациональном уровне. В этом случае каждый магазин рассматривается как отдельное заведение, поскольку его объем торговых операций и добавленная стоимость вычисляются пропорционально имеющимся данным по отдельным торговым точкам, позволяя, таким образом, получить данные по торговой деятельности в разбивке по тем точкам, где фактически ведется такая деятельность, и содействуя расчету регионального объема торговых операций и структуры регионального валового внутреннего продукта.

2.37. *Торговля через универсальные магазины и/или «магазины в магазинах».* Универсальный магазин — это заведение розничной торговли, специализирующееся на продаже широкого ассортимента продуктов без преобладания какой-либо одной товарной линейки (неспециализированные магазины). Некоторые универсальные магазины могут входить в сети розничной торговли, в то время как другие могут быть независимыми магазинами.

2.38. Универсальные магазины представляют собой организационную форму розничной торговли, которая может усложнить применение правил идентификации местных единиц (см. пункт 2.24). В принципе, практически во всех случаях местные единицы розничной торговли точно соответствуют розничным магазинам. Одно из исключений из этого принципа обусловлено такой формой торговли, как «магазин в магазине», когда универсальный магазин сдает в аренду часть своих торговых площадей другим розничным торгов-

цам. Хотя рядовому покупателю может показаться, что он видит лишь один магазин, определение местной единицы как части предприятия предполагает, что существует некоторое число местных единиц и равное число магазинов. Рекомендуется, чтобы в случае торговли методом «магазин в магазине» как сам универсальный магазин, так и другие магазины, находящиеся в том же помещении, рассматривались как отдельные статистические единицы.

2.39. *Франшиза.* Функционирование сети франшиз предполагает такой метод ведения торговых дел, который пользуется популярностью в целом ряде видов деятельности в сфере услуг, особенно в розничной торговле. Франшизы — это независимые юридические лица, которые подписывают контракт с другим юридическим лицом, франшизодателем, относительно ведения деятельности по использованию товарных знаков, торговых стилей и маркетинговой поддержки, предоставляемой франшизодателем обычно за вознаграждение или долю в продажах или прибылях. Договор франшизы обычно включает ряд оговорок, ограничивающих свободу выбора получателя франшизы, например, путем установления стандартов на производимые товары и оказываемые услуги, их качество и цены. Получателя франшизы могут обязать получать поставки товаров от франшизодателя и вносить вклад в оплату организуемых франшизодателем определенных услуг, общих для всей сети. Франшизодатель, в свою очередь, предлагает воспользоваться преимуществами экономии масштаба, не лишая полностью получателя франшизы его независимости в плане, например, принятия на себя обязанностей коллективного маркетинга.

2.40. Франшизы, осуществляющие деятельность в сфере розничной торговли, рекомендуется рассматривать как отдельные предприятия, поскольку они содержат полный набор факторов производства и несут полный предпринимательский риск. Получатели франшизы также соответствует определению предприятия, которое требует самостоятельности, однако допускает некоторое ограничение такой самостоятельности (требуется «определенная степень самостоятельности»); более того, полная отчетность обычно доступна только на уровне отдельных получателей франшиз.

2.41. *Рыночные площадки, уличные рынки и т.д.* Они представляют собой открытые площадки, где производится обмен товарами и услугами. Они традиционно работают во многих странах и функционируют аналогичным образом вне зависимости от их названия и местоположения (на улице, на рыночной площади или в другом специально отведенном для этого месте). Торговцы (или производители) имеют киоски, но не полномасштабные магазины. Тем не менее существует возможность наличия соответствующих магазинов. Зачастую рынки являются постоянно действующими, однако они могут быть и временными, когда киоски работают один или два дня в неделю. Некоторые рынки постепенно заменяются торговыми центрами с большой площадью и специально организованными помещениями, аналогичными помещениям универсальных магазинов.

2.42. Обычно еще одной единицей является собственник, который выступает оператором рыночной территории. Таким собственником может быть муниципалитет или корпорация, и за право продажи на этой территории от торговцев может потребоваться покупка лицензии или оплата взноса. В этом случае рекомендуется рассматривать такие единицы аналогично единицам для универсальных магазинов (см. пункты 2.34 и 2.35), когда они сдают в аренду торговые площади отдельным розничным торговцам, иными словами, отдельные розничные торговцы на рынке и собственник рыночной площади рассматриваются как отдельные статистические единицы. В то же время

рынок будет иметь столько местных единиц, сколько там имеется киосков. Следует отметить, что фермеры, продающие свою продукцию на фермерских рынках, не рассматриваются как торговые единицы (см. пункт 1.14). Продажа рассматривается как второстепенный вид деятельности по сравнению с производством сельскохозяйственной продукции, и такие единицы классифицируются по подразделу 01 «Растениеводство и животноводство, охота и связанные с этим услуги» МСОК (Rev. 4).

Е. Статистические единицы неформального сектора

2.43. *Неформальный сектор.* Неформальный сектор представляет собой экономическое понятие, которое в разных странах проявляется по-разному. Его размеры и значимость могут также зависеть от социальных структур, национальной и местной экономической политики и правоприменительных мер, принимаемых в той или иной стране. Он может включать в себя практически все виды экономической деятельности и семейные предприятия с различными формами функционирования. Значительное число неформальных видов деятельности осуществляется без привязки к какому-либо постоянному местоположению: на дому, в небольших магазинах или мастерских. Неформальные виды деятельности охватывают диапазон, например, от уличной торговли с рук, чистки обуви и прочих видов деятельности, требующих незначительных капиталовложений или навыков или вообще их не требующих, и до видов деятельности, требующих определенных инвестиций или определенного уровня навыков, таких как пошив одежды или ремонт автомобилей. Во многих предприятиях неформального сектора работает всего лишь один человек в качестве самостоятельного предпринимателя, либо такие предприятия функционируют с помощью неоплачиваемого труда членов семьи, хотя некоторые неформальные микропредприниматели могут нанимать работников за плату.

2.44. На Международной конференции статистиков труда неформальный сектор был определен, исходя из типов входящих в него производственных единиц. Согласно выводам Конференции, неформальный сектор может быть охарактеризован как состоящий из единиц, которые осуществляют производство товаров или оказание услуг с основной целью обеспечения трудоустройства и получения доходов участвующих в них лиц и которые функционируют в границах производственного сектора системы национальных счетов²⁰. Эти единицы, как правило, функционируют на низком уровне организации работ с минимальным или отсутствующим разделением труда и капитала как факторов производства и в малых масштабах. Трудовые отношения (там, где они существуют) базируются в основном на нерегулярной занятости, родственных связях или личных и общественных отношениях, а не на договорных обязательствах с формальными гарантиями. Странам рекомендуется давать определение неформального сектора исходя из характеристик производственных единиц, осуществляющих такие виды деятельности, а не исходя из характеристик работающих в них лиц или их рабочих функций.

2.45. *Предприятия неформального сектора.* Такие предприятия представляют собой подсистему семейных неакционерных предприятий²¹ или, иными словами, предприятий, находящихся во владении отдельных лиц или домохозяйств, которые не являются отдельными юридическими лицами, существующими независимо от их владельцев, производящими по крайней мере часть продукции для продажи или обмена на рынке, и по которым не

²⁰ Для получения дополнительной информации см. резолюцию по статистике занятости в неформальном секторе, принятую пятнадцатой Международной конференцией статистиков труда (январь 1993 года); см. веб-сайт: www.ilo.org

²¹ Семейные неакционерные рыночные предприятия создаются в целях производства товаров или оказания услуг для продажи или обмена на рынке. К ним относятся неакционерные предприятия, находящиеся во владении или в управлении отдельных или нескольких членов одного домохозяйства, а также неакционерные товарищества и кооперативы, формируемые членами различных домохозяйств, если в них отсутствует полный набор счетов. См. главу 4 СНС 2008 года под названием «Институциональные единицы и секторы».

существует полного набора счетов, позволяющих с финансовой точки зрения отделить производственную деятельность предприятия от прочих видов деятельности его владельца(ев). Используемый основной и прочий капитал принадлежит не предприятию, как таковому, а членам домохозяйства. Поскольку производственные расходы зачастую неотделимы от расходов домохозяйства, а средства производства, такие как здания или транспортные средства, могут использоваться без каких-либо различий для коммерческих и бытовых целей, такие предприятия нельзя рассматривать в качестве квази-корпораций и относить их к корпоративному сектору.

2.46. *Дополнительные критерии распознавания предприятий неформального сектора.* Наряду с исключением из неформального сектора семейных предприятий, производящих продукцию исключительно для собственного конечного использования, страны должны внести дополнительные ограничения в охват неформального сектора путем введения дополнительных критериев включения семейных предприятий в неформальный сектор. Для определения предприятий неформального сектора должны использоваться следующие дополнительные критерии:

- a) *Размер.* Размер предприятий неформального сектора с точки зрения численности работников должен быть ниже определенного национального порога; и/или
- b) *Отсутствие регистрации предприятий и/или их работников.* Предприятия неформального сектора не должны иметь регистрацию в соответствии с конкретными формами национального законодательства (например, фабричное или коммерческое законодательство, законы о налогообложении или социальном страховании, законы о регулировании деятельности профессиональных групп либо аналогичные акты, законы или нормативные акты, принятые национальными законодательными органами). Следует отметить, что этот критерий неприменим к вводимым местными властями правилам получения торговой лицензии или разрешения на ведение коммерческой деятельности.

2.47. Производственная единица в неформальном секторе теперь определяется как домашнее предприятие, осуществляющее по крайней мере некоторое производство для продажи или обмена и отвечающее либо одному, либо обоим следующим критериям: число работников должно быть ниже определенного на национальном уровне порога, и должна отсутствовать регистрация предприятия и/или его работников в соответствии с конкретными формами национального законодательства.

2.48. *Виды предприятий неформального сектора.* Предприятия неформального сектора бывают следующих двух видов:

- a) *Неформальные предприятия, производящие продукцию для собственного пользования.* В зависимости от национальных особенностей как неформальные должны рассматриваться либо все индивидуальные предприятия, либо только те, которые не зарегистрированы в соответствии с конкретными формами национального законодательства. Поскольку большинство индивидуальных предприятий являются малыми, не рекомендуется применять какие-либо критерии размера для их определения. В неформальных индивидуальных предприятиях могут быть заняты работники из числа членов семьи или работ-

ники могут наниматься эпизодически, однако такие предприятия не имеют постоянного штата работников;

- b) *Предприятия неформальных работодателей.* Существуют домашние предприятия, находящиеся во владении и управлении работодателей, действующих в одиночку или в партнерстве с членами одного или нескольких домохозяйств, в которых заняты один или более штатных наемных работников.

2.49. *Предприятия неформального сектора, работающие в розничной и оптовой торговле.* Существуют многочисленные производственные единицы, работающие в сфере перепродажи новых и подержанных товаров и услуг на рынке, которые имеют характеристики, описанные в пунктах 2.44 и 2.45, выше. Деятельность может осуществляться в пределах или за пределами дома владельца предприятия и может осуществляться на поддающемся или не поддающемся идентификации объекте или без определенного местоположения. Передвижные единицы (без определенного местоположения) в секторе розничной и оптовой торговли, такие как уличные торговцы и лоточники, должны рассматриваться как отдельные предприятия, если в них работают самозанятые лица или если в качестве наемных работников они работают на предприятиях неформальных работодателей, которые соответствуют критериям таких предприятий. В предприятия неформального сектора, осуществляющие торговую деятельность, рекомендуется включать предприятия как в городах, так и в сельской местности.

Глава III

Характеристики статистических единиц

3.1. Характеристики статистических единиц представляют собой элементы данных, используемых для их однозначной идентификации, для их классификации в рамках определенного вида деятельности в секторе розничной и оптовой торговли, а также для описания различных аспектов их структуры, операций и взаимоотношений с другими единицами. Доступность информации о характеристиках статистических единиц является необходимым условием для эффективной организации статистических выборочных обследований, а также для сравнения данных из различных источников и установления связей между такими данными, значительно уменьшая, таким образом, объем возможного дублирования данных в ходе их сбора и нагрузку на респондентов.

3.2. Основными характеристиками статистической единицы являются идентификационный код, местоположение, вид деятельности, тип функционирования, тип хозяйственной организации, тип правовой организации, тип собственности, размер и демографические показатели. Этот список не является исчерпывающим, однако указанные характеристики являются наиболее важными с точки зрения международной сопоставимости, и, кроме того, считается, что они представляют наибольший интерес на национальном уровне. Они позволяют проводить четыре различных вида анализа:

- *географический анализ* или подробный анализ показателей регионов или субрегионов какой-либо экономической территории по сравнению с общими национальными показателями;
- *анализ деятельности*, относящийся к структуре или экономическому циклу производства в рамках одного вида деятельности, или сравнение относительных показателей различных видов деятельности в пределах отчетных периодов или между ними;
- *юридическая экспертиза и анализ форм собственности*, позволяющие сравнивать показатели предприятий различных форм собственности и контроля применительно, например, к государственным, частным и находящимся в иностранном владении предприятиям по видам экономической деятельности, а также между различными видами экономической деятельности;
- *анализ размеров классов*, показывающий взаимосвязь между различными размерами классов предприятий и показателями их деятельности, а также определяющий различные структуры видов деятельности в зависимости от размера классов путем указания степени концентрации и конкуренции. Этот вид анализа особенно важен при изучении демографии бизнеса.

А. Идентификационный код

3.3. Идентификационный код — это уникальный номер, который присваивается статистической единице и может состоять из цифр, обозначающих географическое положение, вид экономической деятельности, принадлежность данной единицы к основной производственной единице или вспомогательной единице, связь с дочерними предприятиями и/или головной организацией, если это имеет место быть и т.д. Однозначная идентификация статистических единиц необходима для того, чтобы: *a)* позволить их регистрацию в статистическом реестре компаний или включение в инструментарий выборки; *b)* позволить сбор данных по ним с помощью административных источников; *c)* предоставить основу выборки для статистических обследований; и *d)* позволить осуществление демографического анализа генеральной совокупности единиц. Идентификационный код не должен меняться в течение всего срока существования конкретной единицы, хотя при этом может меняться ряд других характеристик единицы. Общие идентификационные коды, используемые совместно с административными органами и другими департаментами правительства, значительно облегчают проведение статистической работы, включая установление связи статистического реестра предприятий, если таковой создан, с другими реестрами.

В. Местоположение

3.4. *Физическое местоположение предприятия, почтовый адрес, контактное лицо.* Местоположение определяется как то место, в котором данная единица физически осуществляет свою деятельность, а не место, соответствующее ее почтовому адресу. Эта характеристика выполняет две важные функции: идентификацию единицы и ее классификацию по географическому региону, предпочтительно на наиболее детальном уровне; и привязку экономической деятельности единицы к тому месту, в котором она фактически осуществляется в случае, если данная единица проводит деятельность более чем в одном месте. Последнее важно для измерения региональной продукции (регионального валового внутреннего продукта и других экономических показателей) и проведения регионального экономического анализа. Поскольку классификация единиц по местоположению представляет особый интерес на национальном уровне, в рамках любой географической классификации должны выделяться основные экономические регионы или административные подразделения страны, начиная с крупных регионов (штатов или провинций) до промежуточных районов и местных зон (городов).

3.5. Подробные сведения, касающиеся почтового адреса, номеров телефона и факса, адреса электронной почты и контактного лица также представляют собой важные переменные элементы идентификации, поскольку такие реквизиты необходимы для рассылки статистических вопросников, позволяя вести переписку с конкретной производственной единицей и направлять специальные запросы о ее деятельности. Обновление информации при любых изменениях этих переменных реквизитов играет ключевую роль для эффективности работы статистических органов.

3.6. *Местоположение предприятий, состоящих из нескольких заведений.* Когда в состав предприятия входит только одно заведение, такое предприятие и заведение могут иметь, а могут и не иметь одно и то же местоположение и

адрес. Адрес предприятия зачастую используется в административных целях, а адрес заведения — в статистических целях. Рекомендуется проявлять осторожность при изучении крупных, имеющих сложную структуру предприятий. В зависимости от типа отчетной единицы для конкретного статистического обследования, от предприятия, состоящего из нескольких заведений, могут потребоваться сведения по местоположению каждого из его заведений, или же от конкретного заведения могут потребовать предоставить название и местоположение владеющего им предприятия. В некоторых случаях может оказаться необходимым согласовать получение сведений как с заведением, так и с предприятием, поскольку, как правило, данные по занятости будет предоставлять единица, отличающаяся от единицы, предоставляющей финансовые данные.

С. Вид деятельности²²

²²Текст данного раздела основан на МСОК (Rev. 4).

3.7. *Вид деятельности.* Вид деятельности определяется как тип производства, в котором занята та или иная единица. Характеристика вида деятельности представляет собой главный переменный показатель, используемый для определения того, следует или не следует включать данную статистическую единицу в сферу охвата статистики розничной и оптовой торговли, и если да, то к какому классу деятельности в области такой торговли ее следует отнести. Статистическая комиссия на своей тридцать седьмой сессии постановила рекомендовать, чтобы МСОК (Rev. 4.) была признана в качестве международного стандарта классификации видов экономической деятельности²³. Согласно указанному решению рекомендуется определять вид деятельности статистических единиц в соответствии с данными МСОК (Rev. 4.)²⁴ путем применения правил классификации, изложенных во введении к этой классификации. Если теми или иными странами используются различные схемы национальной классификации видов деятельности, необходимо стремиться к полному совпадению по крайней мере с двузначным уровнем категорий МСОК (Rev. 4), т. е. с уровнем подразделов.

²³См. *Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, 2006 год, Дополнение № 4 (E/2006/24), глава I, раздел С, решение 37/105.*

²⁴<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=27&Lg=1>.

3.8. *Основная деятельность.* Основной деятельностью той или иной единицы является деятельность, которая вносит наибольший вклад в добавленную стоимость данной единицы, или деятельность, в результате которой добавленная стоимость превосходит любой другой вид деятельности данной единицы. Нет необходимости в том, чтобы на основную деятельность приходилось 50 процентов или более от общей добавленной стоимости единицы.

3.9. *Второстепенная деятельность.* Второстепенная деятельность — это деятельность, осуществляемая той или иной единицей в дополнение к основной деятельности, конечный продукт которой, как и продукт основной деятельности, должен быть пригоден для поставки за пределы данной единицы. Добавленная стоимость второстепенной деятельности должна быть меньше по сравнению с добавочной стоимостью основной деятельности. Большинство единиц осуществляют хотя бы некоторые виды второстепенной деятельности.

3.10. *Вспомогательные виды деятельности.* Вспомогательная деятельность определяется как производственная деятельность, осуществляемая с единственной целью оказания одной или более общераспространенных видов услуг для промежуточного потребления в рамках того же предприятия. Примерами вспомогательных видов деятельности является счетоводство, транспортные операции, складирование, закупки, реклама товара, чистка и уборка,

ремонт и техническое обслуживание, охрана и т. д. По крайней мере некоторые из указанных видов деятельности осуществляются каждой единицей. Следовательно, вспомогательными являются такие виды деятельности, которые осуществляются в целях поддержки основных и второстепенных видов деятельности единицы путем предоставления услуг полностью или преимущественно для использования данной единицей.

3.11. Если осуществляющее вспомогательную деятельность заведение поддается статистическому наблюдению в том смысле, что отдельные счета по осуществляемой им производительной деятельности легкодоступны или если оно географически расположено отдельно от обслуживаемых им заведений, целесообразно и желательно рассматривать его в качестве отдельной единицы и относить к классификационной категории, соответствующей его основной деятельности.

3.12. *Общие принципы определения вида деятельности статистических единиц согласно МСОК (Rev. 4).* Рекомендуется использовать следующие принципы:

- a) вид деятельности статистической единицы определяется по характеру ее основной деятельности; второстепенные и вспомогательные виды деятельности при классификации той или иной единицы не учитываются;
- b) если данная единица осуществляет несколько независимых видов деятельности, однако сама по себе не может быть разделена на отдельные статистические единицы, ее вид деятельности должен определяться в соответствии с конкретным классом МСОК (Rev. 4), исходя в этом случае из наибольшей доли в добавленной стоимости с помощью метода нисходящей пошаговой детализации. Метод нисходящей пошаговой детализации предусматривает на первом этапе определение надлежащего высшего уровня классификации (однозначного), за которым следует определение более низких уровней (двух- и трехзначных), и, наконец, уровня класса (четырёхзначного);
- c) если невозможно определить добавленную стоимость по рассматриваемым видам деятельности, классификация видов деятельности должна осуществляться с использованием субститутов в качестве критериев при условии их последовательного применения в отношении всех рассматриваемых видов деятельности. К таким критериям относятся:
 - i) субституты, базирующиеся на конечном продукте: на валовом продукте единицы, относящемся к товарам или услугам, связанным с каждым видом деятельности, и на стоимости продаж данных групп продуктов, подпадающих под каждую категорию деятельности;
 - ii) субституты, базирующиеся на исходных затратах: на заработной плате и окладах применительно к различным видам деятельности; на затратах рабочего времени применительно к различным видам деятельности; и на занятости в видах деятельности исходя из доли работников, которые трудятся в различных видах деятельности данной производственной единицы.

3.13. Для обеспечения более полного единообразия в классификационных решениях ниже рассматриваются два случая, когда существенная доля видов деятельности той или иной единицы относится к более чем одному классу МСОК (Rev. 4).

3.14. *Классификация в случае вертикальной интеграции.* Рекомендуется, чтобы единица с вертикально интегрированной цепочкой видов деятельности, а именно, единица, в которой различные стадии производственного процесса осуществляются последовательно одной и той же единицей и в которой конечный продукт одного процесса служит исходным продуктом для следующего процесса, и при этом большая часть продукции или только конечный продукт заключительного производственного этапа фактически продается на рынке, рассматривалась как любая другая форма единиц, осуществляющих многочисленные виды деятельности. Это означает, что единица с вертикально интегрированной цепочкой видов деятельности должна быть отнесена к тому классу, который соответствует основному виду деятельности в рамках указанной цепочки, иными словами, к тому виду деятельности, который приносит наибольшую долю добавленной стоимости, что определяется по методу нисходящей пошаговой детализации. Если добавленную стоимость или ее субституты для отдельных этапов вертикально интегрированного процесса невозможно определить напрямую из отчетности, которая ведется самой единицей, следует использовать метод сравнения с другими единицами (например, исходя из рыночных цен на полуфабрикаты и конечные продукты). Если и в этом случае невозможно определить долю добавленной стоимости (или ее субституты) для различных этапов производственного процесса, следует применять присваиваемые по умолчанию показатели, используемые в типичных формах вертикальной интеграции.

3.15. *Классификация в случае горизонтальной интеграции.* Рекомендуется, чтобы единица с горизонтальной интеграцией видов деятельности, а именно единица, в которой виды деятельности осуществляются одновременно с использованием одних и тех же факторов производства, когда зачастую не представляется возможным статистически разделить такие виды деятельности на отдельные процессы, распределить их по разным единицам или в целом предоставить по ним отдельные данные, и когда неприменимы правила распределения добавленной стоимости или аналогичные методы, как правило, классифицировалась с помощью применения альтернативных показателей, таких как валовой продукт. Признается, тем не менее, что не существует приемлемого общего правила по выявлению какого-либо одного вида деятельности, который бы в наилучшей степени представлял ассортимент продуктов, входящих в такую горизонтальную интеграцию. Странам рекомендуется разрабатывать свои собственные правила для подобной идентификации и включать их в метаданные, предназначенные для национального и международного распространения.

3.16. *Конкретные принципы.* Общие принципы для определения вида деятельности статистических единиц необходимо дополнить следующими критериями классификации, относящимися конкретно к сектору розничной и оптовой торговли:

- а) В идеале основной вид деятельности конкретной единицы следует определять, исходя из добавленной стоимости продаваемых товаров или оказываемых услуг. Тем не менее, на практике зачастую не представляется возможным получить информацию о добавленной стоимости по отдельным продуктам или услугам, и возникает необходимость определения основного вида деятельности с помощью субституциональных критериев (см. пункт 3.12 с). Для целей статистики розничной и оптовой торговли при определении основного вида деятельности торговых единиц рекомендуется использовать

субституты, базирующиеся на конечном продукте. С концептуальной точки зрения наилучшим выходным показателем торговых операций является валовая прибыль (разница между товарооборотом и закупками товаров для перепродажи с поправкой на изменение товарных запасов). Однако, поскольку этот показатель зачастую отсутствует в результатах обследований сектора торговли, вторым оптимальным альтернативным выходным показателем служит товарооборот в стоимостном выражении. Следует отметить, что подчас возникают проблемы с применением критериев товарооборота в качестве замены производственной продукции, поскольку в некоторых случаях пропорциональное соотношение товарооборота и добавленной стоимости может варьироваться в рамках отдельного сегмента оптовой и розничной торговли, а также между отдельными видами торговой деятельности. Например, оборот оптовой и розничной торговли за собственный счет обычно включает значительно меньшую долю добавленной стоимости, чем в случае комиссионной торговли. Для определения основного вида деятельности торговых единиц при отсутствии каких-либо других субститутов произведенной продукции имеет смысл рассмотреть возможность использования показателей исходных ресурсов, таких как заработная плата и оклады, распределенные по различным видам деятельности, и занятость исходя из доли работников, задействованных в различных видах деятельности данной единицы.

- b) МСОК (Rev. 4) дает более четкое определение тех случаев, когда необходимо применять метод нисходящей пошаговой детализации при классификации единиц в подразделах 46 «Оптовая торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами» и 47 «Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами». В связи со спецификой структуры этих подразделов, необходимо принимать во внимание два дополнительных уровня классификации, описывающих различные типы функционирования (см. пункты 3.24–3.37). В случае оптовой торговли соответствующий подраздел вначале делится на комиссионную торговлю и оптовую торговлю за собственный счет, а последняя затем подразделяется на специализированную и неспециализированную оптовую торговлю. Розничная торговля подразделяется аналогичным образом. Этот подраздел вначале делится на один набор групп для розничной торговли в магазинах и другой набор — для розничной торговли не в магазинах. Розничная торговля в магазинах подразделяется на группы розничной торговли в специализированных магазинах и розничной торговли в неспециализированных магазинах. Группы специализированных магазинов далее подразделяются на классы по ассортименту продаваемых товаров, в то время как торговля не в магазинах подразделяется на торговлю в палатках и на рынках и прочие виды торговли.

3.17. *Применение метода нисходящей пошаговой детализации.* Для определения надлежащего классификационного кода статистической единицы, основным видом деятельности которой является оптовая или розничная торговля, рекомендуется следовать рассмотренным выше критериям типа функционирования. Исходя из списка осуществляемых данной единицей видов деятельности и показателя добавленной стоимости или иных соответствующих им критериев для определения кода в соответствии с МСОК (Rev. 4) рекомендуются следующие шаги:

- Шаг 1.** Определить раздел, имеющий наибольшую долю добавленной стоимости.
- Шаг 2.** В рамках этого раздела определить подраздел, имеющий наибольшую долю добавленной стоимости.
- Шаг 3.** В рамках этого подраздела определить группу, имеющую наибольшую долю добавленной стоимости.

Оптовая торговля

- Шаг 3 а)** Провести различие между комиссионной торговлей и торговлей за собственный счет.
- Шаг 3 б)** Провести различие между специализированной и неспециализированной торговлей.

Розничная торговля

- Шаг 3 а)** Провести различие между розничной торговлей в магазинах и не в магазинах.
- Шаг 3 б)** Провести различие между специализированной и неспециализированной торговлей (для розничной торговой деятельности в магазинах).
- Шаг 3 в)** Провести различие между торговлей в палатках и на рынках и прочими видами торговли (для розничной торговой деятельности не в магазинах).
- Шаг 4.** В рамках этой группы определить класс, имеющий наибольшую долю добавленной стоимости.

3.18. На рисунках III.1 и III.2, ниже, указан порядок принятия решений, который следует использовать для распределения той или иной единицы в рамках подраздела 46 «Оптовая торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами» и подраздела 47 «Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами» МСОК (Rev. 4):

3.19. При выборе между специализированной розничной торговлей в группах 472–477 МСОК (Rev. 4) и неспециализированной розничной торговлей в группе 471 МСОК (Rev. 4) результат будет зависеть от числа рассматриваемых классов МСОК (Rev. 4) вне зависимости от важности уровня конкретной группы. Для принятия надлежащего решения рекомендуется исходить из следующих правил (аналогичные принципы применяются при выборе между специализированными и неспециализированными видами оптовой торговой деятельности):

- а)* Если продаваемые продукты включают до четырех классов групп 472–477 МСОК (Rev. 4) и ни на один из этих классов не приходится 50 или более процентов добавленной стоимости, однако на каждый из них приходится по 5 и более процентов добавленной стоимости, такая торговля по-прежнему считается специализированной. В этом случае надлежит лишь определить основную сферу деятельности, исходя из ее добавленной стоимости. Путем выбора сначала основной группы, а затем класса в рамках этой группы можно определить категорию основной деятельности.
- б)* Если продаваемые продукты включают пять и более классов групп 472–477 МСОК (Rev. 4), на каждый из которых приходится по 5 и более процентов добавленной стоимости, однако ни на один из

Рисунок III.1

Порядок принятия решений для распределения по категориям той или иной единицы оптовой торговли



Рисунок III.2

Порядок принятия решений для распределения по категориям той или иной единицы розничной торговли



них не приходится 50 и более процентов, такая единица должна классифицироваться как неспециализированный магазин и относиться к группе 471. Если на пищевые продукты, напитки и табачные изделия приходится не менее 35 процентов добавленной стоимости, то данную единицу надлежит относить к классу 4711 МСОК (Rev. 4). Во всех прочих случаях ее следует относить к классу 4712.

- с) Приведенные выше правила распределения по категориям всегда применяются исключительно к розничной торговой деятельности данной единицы. Если в дополнение к розничной торговле какая-либо единица осуществляет второстепенную деятельность по предоставлению услуг или производству товаров, отнесение данной единицы к соответствующему классу подраздела 47 определяется только ассортиментом розничной торговой деятельности. Иными словами, изложенное выше 5-процентное правило применяется к 5 процентам добавленной стоимости по всем видам розничной торговой деятельности, а не к 5 процентам добавленной стоимости по всем видам деятельности данной единицы.

3.20. Иллюстрация того, каким образом надлежит приспособлять метод нисходящей пошаговой детализации к конкретной структуре подразделов 46 и 47 МСОК (Rev. 4), приводится в приложении III.

3.21. *Изменения в классификации единиц.* Единицы могут менять свой основной вид деятельности либо сразу, либо постепенно в течение какого-то периода времени. Основной вид деятельности может меняться в течение года от одного статистического периода до следующего либо в силу сезонных факторов, либо в результате решения руководства об изменении ассортимента выпускаемой продукции. В любом из таких случаев будет иметь место сравнительно быстрое изменение в соотношении видов деятельности. В иных случаях ассортимент производства или продаж может меняться постепенно в течение нескольких лет. Хотя во всех указанных случаях требуется изменение классификации конкретной единицы, но в случае слишком частых изменений это может внести искажения в статистику вплоть до того, что толкование таких статистических данных будет значительно затруднено.

3.22. Странам рекомендуется избегать частых изменений в классификации торговых единиц и разработать некое «правило стабильности». Без такого правила в экономической демографии всех торгово-промышленных предприятий могут появиться явные изменения, которые на деле будут ничем иным, как статистическими аномалиями. Рекомендуемое рабочее правило предусматривает, что второстепенная деятельность должна превышать по показателям тот вид деятельности, по которому данная единица классифицировалась в течение двух лет до момента изменения классификации. Аналогичным образом, если та или иная единица занимается различными видами деятельности, которые практически сбалансированы, то при определении основного вида деятельности такой единицы должно приниматься во внимание соотношение видов ее деятельности за последние два-три года.

3.23. Странам рекомендуется вносить изменения в классификацию единиц в целях статистических исследований не чаще одного раза в год либо на некую установленную дату, либо по мере поступления информации. Более частые изменения приведут к несоответствию между краткосрочными (месячными и квартальными) и более долгосрочными статистическими данными.

D. Тип функционирования

3.24. *Тип функционирования*, по определению, означает различные методы (формы) организации оптовой и розничной торговли и используется для определения видов деятельности групп и классов раздела G МСОК (Rev. 4). Эта позиция важна как с национальной, так и международной точки зрения и может использоваться для отслеживания динамики изменений в структуре функционирования оптовой и розничной торговли.

3.25. *Типы функционирования в оптовой торговле*. Оптовые торговые единицы могут разделяться на следующие типы функционирования, которые в широком смысле соответствуют принципам распределения единиц по различным группам подраздела 46 МСОК (Rev. 4):

- a) Оптовая торговля за собственный счет: оптовые торговцы, которые закупают товар (приобретая, таким образом, право собственности на него) и продают такие товары за собственный счет (группы 462–466 и 469 МСОК, Rev. 4). Оптовая торговля за собственный счет далее подразделяется на следующие две группы:
 - i) специализированная оптовая торговля (группы 462–466),
 - ii) неспециализированная оптовая торговля (группа 469);
- b) Комиссионная торговля: агенты и брокеры, которые покупают и продают товары для других лиц преимущественно за комиссию (группа 461).

3.26. Оптовые торговые единицы, которые одновременно покупают и продают за собственный счет, а также выступают в качестве агентов и брокеров от имени других лиц, рекомендуется классифицировать как оптовых торговцев за собственный счет (см. пункт 3.25 a, выше) в том случае, если получаемая ими валовая прибыль от оптовой торговли превышает поступления за счет комиссионных платежей (агентскую прибыль). Такая же схема (более высокая валовая прибыль) должна применяться для классификации единиц, осуществляющих оптовые и розничные торговые операции, по типу функционирования, поскольку рост числа новых крупномасштабных розничных фирм делает действующее определение оптовых и розничных торговых операций весьма широким и, вследствие этого, сложным в применении.

3.27. *Специализированная и неспециализированная оптовая торговля*. Оптовые торговые предприятия могут торговать либо конкретным видом товаров/продуктов, либо общим ассортиментом; в последнем случае они обычно относятся к неспециализированной оптовой торговле.

3.28. *Типы функционирования розничных торговых предприятий*. Розничная торговля в соответствии с определением, приведенным в подразделе 47 МСОК (Rev. 4), включает единицы, осуществляющие продажу в небольших количествах новых или бывших в употреблении товаров без их видоизменения преимущественно конечным потребителям. Можно выделить две большие категории организации розничной торговли: розничная торговля в магазинах и не в магазинах. Эти две категории в значительной мере сопоставимы на международном уровне и иллюстрируют те методы, с помощью которых единицы розничного сектора работают в тех или иных странах. Рекомендуется определять следующие типы функционирования розничной торговли:

- a) розничная торговля в магазинах (группы 471–477):
 - i) специализированные магазины (группы 472–477);

- ii) неспециализированные магазины (группа 471):
 - преимущественно продукты питания;
 - прочие товары;
- b) розничная торговля не в магазинах:
 - i) розничная торговля в палатках или на рынках (группа 478);
 - ii) прочие виды торговли.

3.29. *Розничные магазинные торговцы* ведут свои операции в постоянных местах продажи товара, таких как магазины, универсальные магазины, супермаркеты и т.д., расположенные и спроектированные таким образом, чтобы привлечь большой поток потенциальных покупателей. В них предусмотрены витрины для наглядной демонстрации товаров, и они часто используют рекламу в средствах массовой информации для привлечения покупателей.

3.30. *Розничные немагазинные торговцы* также обслуживают население, однако используют другие методы розничной торговли. К таким методам можно отнести торговлю из передвижных киосков, расположенных либо вдоль улицы, либо на специально отведенном месте на рынке, где покупатель не заходит внутрь помещения, в котором осуществляется торговля. К этой группе также относятся такие методы, как продажа через торговые автоматы и розничная торговля любой продукцией посредством печатных или электронных каталогов, продажа вразнос на улице или путем обхода квартир, офисов, демонстрация товаров на дому, прямые продажи, т.е. прямая доставка топлива, газет и т.д. по адресам покупателей.

3.31. *Единицы, занятые в сфере электронной торговли.* Коммерческие единицы, продающие товары и оказывающие услуги исключительно через Интернет, создают новый способ доставки продуктов потребителям. Во многих странах такой вид операций называется «электронной торговлей», в которой сделки осуществляются в основном в электронной форме. При этом появляется все больше отдельных единиц, которые продают товары и оказывают услуги исключительно через Интернет. Хотя методы электронной торговли в равной степени применимы ко всем основным видам экономической деятельности, в условиях широкого использования компьютеров и Интернета ее масштабы стремительно расширяются в секторе оптовой и розничной торговли.

3.32. *Определение электронной торговли.* Используются два определения электронной торговли²⁵ — широкое и узкое (см. вставку III.1, ниже). Единственное различие между ними основано на задействованных видах информационных потоков. Широкое определение, наряду с передачей через Интернет, включает передачу с помощью других использующих компьютеры сетей, таких как телефонные системы, электронные системы обмена данными (ЭДИ) и система «Минител». В целях МРСРОТ 2008 года приемлемо любое из этих определений. Согласно широкому определению электронной торговли, масштаб этого типа функционирования будет приближаться к охвату всего класса 4791 «Розничная торговля через фирмы, выполняющие заказы по почте или через Интернет», который включает не только единицы, торгующие преимущественно через Интернет, но и фирмы, выполняющие заказы по почте (см. пункты 3.34–3.35).

3.33. Для многих торговых единиц электронная торговля является лишь одним из многих способов заключения сделок по продаже. Рекомендуется сохранять неизменными правила классификации таких единиц по видам дея-

²⁵ Данные определения приняты странами — членами Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Более подробную информацию см. по адресу: www.oecd.org/document/22/0,3343,en_2649_34449_34508886_1_1_1_1_0_0.html.

Вставка III.1

Определения электронной торговли

Широкое определение: электронная сделка — это продажа или покупка товаров или услуг либо между компаниями, домохозяйствами, отдельными лицами, правительствами, либо между другими государственными или частными организациями, осуществляемая по сетям с использованием компьютеров. Товары и услуги заказываются по таким сетям, однако платеж и окончательная поставка товара или услуги могут производиться как в онлайн-овом, так и в обычном режиме. Электронная торговля включает заказы, полученные или размещенные с помощью любых онлайн-овых программ, используемых для автоматического оформления сделок, таких как прикладные функции Интернета, электронная система обмена данными (ЭДИ), служба «Минител»^a и интерактивные телефонные системы.

Узкое определение: Интернет-транзакция — это продажа или покупка товаров или услуг либо между компаниями, домохозяйствами, отдельными лицами, правительствами, либо между другими государственными или частными организациями, осуществляемая через Интернет. Товары и услуги заказываются по этим сетям, однако платеж и окончательная поставка товара или услуги может производиться как в онлайн-овом, так и в обычном режиме. Электронная торговля включает заказы, полученные или размещенные с помощью прикладных функций Интернета, используемых для автоматического оформления сделок, таких как веб-страницы, экстранет и прочие приложения, доступные в Интернете, такие как ЭДИ и «Минител», через Интернет или любое другое доступное через веб-страницу приложение вне зависимости от способа доступа к веб-страницам (например, по мобильному телефону или «V set» и т.д.). Сюда не входят заказы, полученные или размещенные с помощью телефона, факсимильной связи или обычной электронной почты.

^a «Минител» — это использующая видеотекст онлайн-овая служба с доступом по телефону, которая была запущена во Франции в 1982 году.

тельности: они классифицируются по отрасли своей основной деятельности, используя метод нисходящей пошаговой детализации. Единицы, предоставляющие услуги исключительно через Интернет, должны также относиться к отрасли их основной деятельности. Вследствие этого, единицы, осуществляющие электронную торговлю, можно обнаружить в любой включенной в МСОК отрасли. Следует отметить, что единственным исключением из этого правила являются розничные торговые единицы, осуществляющие продажи только или в основном через Интернет. Они относятся в рамках отраслевой группы 479 «Розничная торговля не в магазинах, палатках или на рынках» к классу 4791. Электронная торговля в оптовой торговле (в основном электронная торговля между компаниями) не отражена в действующей структуре МСОК (Rev. 4), поскольку она классифицируется по ассортименту продуктов.

3.34. *Прочие единицы в сфере дистанционной торговли: заказы по почте.* Заказы по почте являются одной из форм дистанционной торговли, когда покупатель размещает заказ на нужные ему продукты в торговой фирме с помощью определенных методов связи, таких как телефонный звонок. Продукты могут рекламироваться с помощью каталогов «товары почтой», а также по радио и телевидению. Они доставляются клиенту по почте. Продукты, как правило, доставляются непосредственно по предоставленному клиентом адресу, например по домашнему адресу, однако иногда заказы могут доставляться в близлежащую розничную торговую точку, где клиент их забирает. Некоторые торговые организации допускают отгрузку товаров покупателям третьей стороны, что представляет собой эффективный способ посылки подарка иногороднему получателю.

3.35. Однако в настоящее время большинство традиционных фирм почтовой рассылки также осуществляют продажи через Интернет. Тот факт, что веб-сайт компании стал более распространенным способом заказа товаров для отправки почтой, делает электронную торговлю и продажи по почте трудноразличимыми. Именно поэтому в МСОК (Rev. 4) оба эти вида деятельности отнесены к одному классу, а именно — классу 4791 «Розничная торговля через фирмы, выполняющие заказы по почте или через Интернет». Странам рекомендуется применять метод нисходящей пошаговой детализации для надлежащей классификации и фиксирования операций по выполнению заказов по почте и соответствующих торговых единиц.

3.36. *Дополнительная разбивка розничной торговли в магазинах.* Использование метода нисходящей пошаговой детализации требует дополнительных подробностей по двум сегментам розничной торговой деятельности. Рекомендуется дополнительная разбивка методов розничной торговли в магазинах и не в магазинах. В категории розничных магазинов рекомендуется проводить различие между специализированными и неспециализированными магазинами. Эта процедура должна осуществляться исходя из числа классов по ассортименту продаваемых товаров (см. пример в приложении III к настоящему тому). Кроме того, неспециализированные розничные магазины следует подразделять на продающие преимущественно продукты питания или продающие прочие товары. В случае необходимости или при наличии спроса со стороны пользователей могут понадобиться дополнительные детали касательно категории розничных магазинов. Дополнительная разбивка может производиться по типам розничных торговых организаций: розничные сети, универсальные магазины и прочие.

3.37. *Дополнительная разбивка розничной торговли не в магазинах.* Типы функционирования розничных единиц торговли не в магазинах также варьируются в связи с различными способами заключения сделок и доставки товара. В связи с расширением масштабов электронной торговли и других форм торговли по почтовым заказам практически в любой стране рекомендуется учитывать их отдельно, когда это представляется возможным.

Е. Тип экономической организации

3.38. Предприятие и заведение являются основными статистическими единицами, которые используются странами для проведения обследований хозяйственной деятельности. Характеристика «тип экономической организации» предназначена для обозначения того, является ли то или иное заведение *одиночным заведением предприятия прямого владения или частью предприятия, состоящего из многих заведений*. Если требуются дополнительные подробные данные по экономической структуре, то предприятия, состоящие из многих заведений, могут подразделяться в соответствии с числом входящих в них заведений на классы, наиболее подходящие для каждой страны.

3.39. *Связи между различными подразделениями в рамках экономической организации.* В целях точного измерения объема производства и всех прочих потоков товаров, услуг и капитала в экономике рекомендуется четко определять связи между отдельными подразделениями и соответствующим головным предприятием. Более важным представляется то, что эти связи имеют основополагающее значение для формирования эффективного плана выборки, поскольку в рамках одного обследования может собираться инфор-

мация по статистике добавленной стоимости, занятости и производства, которая обычно имеется на уровне заведения, в то время как в другом обследовании могут собираться данные из консолидированной финансовой отчетности, которая составляется в основном на уровне предприятия.

Ф. Тип правовой организации и тип собственности

3.40. *Правовая организация.* Тип правовой организации является еще одной важной характеристикой и возможным критерием для стратификации единиц в статистических обследованиях. Тип правовой организации — это правовая форма хозяйствующего субъекта, который владеет данной единицей (или предприятием, или заведением). Минимально рекомендуемая классификация единиц по типу правовой организации проводит различие между двумя основными типами, а именно *акционерными и неакционерными производственными единицами*. Могут представлять интерес и дальнейшая разбивка, а именно разбивка акционерных единиц на *акционерные предприятия* (корпорации), кроме товариществ с ограниченной ответственностью и кооперативов, *товарищества с ограниченной ответственностью и кооперативы и некоммерческие организации*; и разбивка неакционерных единиц на индивидуальных предпринимателей и товарищества, не признанные в качестве независимых юридических лиц. Таким образом,

- a) *акционерные предприятия* включают следующие организации:
 - i) *корпорации*: юридические лица, зарегистрированные в целях рыночного производства товаров и оказания услуг на рынке, которые могут являться источником прибыли или иного финансового дохода для своего владельца(ев) и которые находятся в коллективной собственности акционеров, имеющих полномочия назначать директоров, отвечающих за общее управление корпорациями;
 - ii) *прочие акционерные предприятия*: юридические лица, создаваемые в целях участия в рыночном производстве товаров и оказании услуг для извлечения прибыли, но зарегистрированные в иных формах, таких как:
 - *кооперативы*: предприятия, организуемые производителями в целях производства и сбыта коллективно произведенного продукта, в котором каждый владелец имеет равную долю собственности,
 - *товарищества с ограниченной ответственностью*: в этих предприятиях партнеры являются и собственниками, и управляющими и несут ограниченную ответственность по своим обязательствам,
 - *некоммерческие организации*: юридические лица, организуемые в целях производства товаров и оказания услуг, но при этом их прибыль не может служить источником дохода единиц, в собственности которых они находятся;
- b) *неакционерные предприятия* — это единицы, организуемые для производства товаров и оказания услуг, которые не зарегистрированы в качестве юридических лиц отдельно от их собственников. К ним могут относиться государственные агентства, входящие в общую структуру

правительства или индивидуальные частные предприятия и партнерства, находящиеся в собственности домохозяйств. Некоторые неакционерные предприятия могут действовать практически точно так же, как и корпорации, и такие предприятия рассматриваются как *квазикорпорации*, если они ведут полную бухгалтерскую отчетность, включая составление балансовой ведомости.

3.41. *Некоммерческие организации (НКО)*. В сферу охвата МРСРОТ 2008 года рекомендуется включать только некоммерческие организации, являющиеся рыночными производителями, иными словами, те, которые осуществляют продажу большей части своего продукта по экономически значимым ценам и которые обслуживают и продвигают интересы единиц в сфере розничной и оптовой торговли. К ним относятся в основном торговые ассоциации или организации работодателей в сфере торговли. Некоммерческие организации, обслуживающие торговые предприятия, осуществляют те виды деятельности, которые представляют взаимный интерес или приносят выгоду финансирующей и контролирующей их группе единиц. Такие некоммерческие организации обычно финансируются за счет вкладов или взносов со стороны заинтересованной группы единиц. Такие взносы рассматриваются не как передача средств, а как оплата за оказываемые услуги.

3.42. *Квазикорпорации*. Некоторым странам может понадобиться провести различие между упомянутыми неакционерными единицами (см. пункт 3.40 *b*), имеющими характеристики квазикорпораций. Целью разработки концепции квазикорпораций является отделение от собственников таких неакционерных единиц, которые осуществляют коммерческую деятельность, достаточно автономны и независимы от их собственников и функционируют так же, как корпорации. Для того чтобы квазикорпорация была признана в качестве отдельной единицы, она должна вести полный набор счетов, включая балансовый отчет, или должна иметь возможность составления таких счетов. Тем не менее опыт показал, что в определенных случаях может быть затруднительным выделить квазикорпорации, находящиеся во владении домохозяйств.

3.43. Классификация единиц по их организационно-правовой форме имеет в большей степени национальную, чем международную значимость; и в связи с этим рекомендуется разрабатывать такую классификацию в соответствии с правовыми формами или категориями, принятыми в каждой отдельной стране.

3.44. *Тип собственности*. Рекомендуется в качестве полезных дополнительных характеристик и в добавление к форме правовой организации принимать во внимание основные типы собственности, а именно *частную* собственность и различные формы *государственной* собственности единиц. Критерий для проведения различия между единицами, находящимися в частной и государственной собственности, должен основываться на том, имеют ли права собственности на предприятие, к которому относится то или иное заведение, государственные органы или частные лица и организации. К государственным организациям относятся те единицы, которые находятся в собственности или контролируются правительственными ведомствами. Напротив, к частным организациям относятся единицы, находящиеся в собственности или под контролем частных лиц. Государственные органы или частные лица считаются собственниками данного предприятия, если они владеют всеми или большинством акций или иных форм долевого участия в капитале этой единицы. Контроль над той или иной единицей заключается в возможности

определять политику данной единицы путем назначения, при необходимости, надлежащих директоров.

3.45. *Разделение между государственной и частной собственностью.* Категория единиц, находящихся в государственной собственности, может далее разделяться на основные категории государственной собственности, существующие в каждой стране, которые обычно различают собственность центрального правительства, администраций штатов или провинций и местных органов власти. В рамках группы единиц, находящихся в частной собственности, может проводиться дальнейшая классификация, подразделяющая их на единицы в национальной собственности и единицы, находящиеся под иностранным контролем.

3.46. *Перекрестная классификация по типу правовой организации и типу собственности.* Ниже приводится сокращенная версия перекрестной классификации по типу правовой организации и типу собственности:

акционерные предприятия, кроме товариществ с ограниченной ответственностью и кооперативов

государственная собственность
 центрального правительства
 правительства штата
 местных органов власти
 национальная частная собственность
 собственность под иностранным контролем

кооперативы и товарищества с ограниченной ответственностью

государственная собственность
 центрального правительства
 правительства штата
 местных органов власти
 национальная частная собственность
 собственность под иностранным контролем

некоммерческие организации

государственная собственность
 центрального правительства
 правительства штата
 местных органов власти
 национальная частная собственность
 собственность под иностранным контролем

неакционерные предприятия.

G. Размер

3.47. Определение размера статистической единицы является важной стратификационной характеристикой, существенной для формирования плана выборки и методов получения валовых показателей, а также для целей индикации структуры того или иного вида деятельности. Как правило, классы размеров статистических единиц могут определяться, исходя из физических единиц измерения, таких как уровень занятости, или денежных единиц измерения, таких как товарооборот или сумма чистых активов. Денежные крите-

рии могут использоваться отдельно или совместно с критериями занятости. Площадь торговых помещений для выставления товара может использоваться в качестве особого критерия в целях классификации по размеру единиц в сфере розничной торговли.

3.48. *Размер, основанный на уровне занятости.* Определение размера, исходя из уровня занятости, рекомендуется в силу простоты, общей применимости, полезности и международной сопоставимости этого метода. В большинстве стран данные об уровне занятости легкодоступны (включая данные об уровне занятости для небольших предприятий) и не требуют дополнительных статистических расчетов и коррекций.

3.49. Классы по уровню занятости должны измеряться, исходя из средней численности нанятых работников. Если не имеется данных о средней численности работников, в качестве критерия размера можно использовать общую численность работников за какой-то один период времени. Рекомендуется использовать следующую классификацию размера единиц в сфере розничной и оптовой торговли: 1, 2–9, 10–19, 20–49, 50–249 и 250 человек и более.

3.50. Для обеспечения международной сопоставимости данных странам рекомендуется по возможности следовать классификации, описанной в предыдущем пункте. Если это необходимо в связи с национальными особенностями, то классы крупного размера могут объединяться или, наоборот, более детально подразделяться в рамках указанной классификации. Общеизвестно, однако, что на национальном уровне могут существовать различия, обусловленные административными, организационными или правовыми факторами. Кроме того, многообразие форм занятости, особенно в небольших розничных торговых единицах, состоящих из работников, занятых неполный рабочий день, и неоплачиваемых работников из числа членов семьи, может также усложнить классификацию по размеру на основе уровня занятости.

3.51. Уровень занятости по эквиваленту полной занятости (ЭПЗ) может также использоваться в качестве критерия для классификации статистических единиц по размеру. Этот показатель позволяет более точно измерить занятость, избегая проблем, связанных с наличием группы работников, занятых неполный рабочий день. При этом, однако, применение концепции эквивалента полной занятости совсем не обязательно сделает данные в полной мере сопоставимыми, поскольку этот показатель может существенно варьироваться в различных странах. Кроме того, в некоторых странах подчас бывает невозможно рассчитать уровень занятости по эквиваленту полной занятости в связи с тем, что для этого требуются довольно подробные данные по отработанному времени.

3.52. *Размер, основанный на товарообороте.* Для некоторых видов обследований или аналитических исследований интерес в национальном масштабе могут представлять альтернативные способы измерения размера единиц. Одним из таких способов является товарооборот статистических единиц. Являясь важным показателем учетно-бухгалтерской информации, данные по товарообороту могут быть получены либо из статистических (обследования), либо из административных (финансовая или налоговая отчетность) источников. Тем не менее как любой другой критерий размера, связанный с денежными суммами, он имеет ограниченное применение для международных сопоставлений в силу проблем пересчета таких сумм в единую валюту. Кроме того, проблемы могут возникнуть с точным определением и сферой применения понятия «товарооборот», особенно для единиц в торговой сфере. Напри-

мер, товарооборот оптовых агентов, работающих на договорной основе, будет полностью состоять из сумм комиссий, в то время как товарооборот розничного торговца будет включать полную стоимость, оплачиваемую конечным потребителем, включая стоимость товаров, закупаемых для перепродажи.

3.53. *Размер, основанный на торговой площади.* Существует также возможность вывести характеристики размера розничных торговых единиц из торговой и/или демонстрационной площади. Торговая площадь может быть использована в качестве стратификационной переменной для классификации розничных торговых единиц, большинство из которых можно охарактеризовать как «магазины» или «торговые точки». Тем не менее в силу отсутствия единообразия классов по размерам торговой площади и различий в практике отдельных стран, конкретные категории торговых площадей, упомянутые в данной главе и в главе V «Показатели эффективности» (см. пункт 5.26), должны определяться с учетом национальных особенностей.

Н. Демографические характеристики

3.54. Демографические характеристики дают информацию о периоде экономической деятельности данной единицы, включая данные начала и завершения ее деятельности. С учетом современной динамики создания (начала деятельности)/ликвидации (прекращения деятельности) хозяйственных единиц в торговом секторе демографические характеристики играют большую роль в определении единиц в качестве изучаемой совокупности для статистических обследований. Более того, там, где доступны статистические данные по демографии торговых единиц, такая статистика может дать полезную информацию о темпах создания новых единиц, вероятности выживания единиц и различий между классами МСОК с точки зрения динамики развития единиц. Такие показатели позволяют проанализировать тенденции, наблюдающиеся в данной совокупности.

3.55. *Временно неактивные (пассивные) единицы.* В принципе, должна существовать дата официального признания (дата начала деятельности или создания иным образом) единицы, которая будет зафиксирована в реестре компаний или в территориальном инструментарии. Однако в силу медлительности административного процесса ликвидации или прекращения деятельности единицы или ее намерения возобновить свою деятельность по истечении неопределенного периода времени, более сложным может быть получение информации о дате (периоде), на которую единица фактически прекратила свою деятельность. Вследствие этого, между периодом функционирования и датой прекращения деятельности единицы может существовать период неактивности, в течение которого единица считается временно неактивной (пассивной). Информацию о начале и прекращении деятельности единиц можно также получить из административных источников, таких как налоговые или судебные органы, от служб социального страхования или аналогичных источников или путем обновления территориальных инструментариев с помощью проведения регистрации в период между переписями, в то время как статистические обследования определяют статус единицы, т. е. тот факт, является ли единица активной или временно неактивной (пассивной), или же она прекратила свою деятельность.

3.56. *Хозяйственная демографическая статистика.* Со стороны широкого круга пользователей имеет место растущий спрос на составление сопо-

ставимой на международном уровне статистики о хозяйственной демографии статистических единиц. Ключевыми фактами такой статистики будут данные о начале и прекращении деятельности единицы; однако другие события, такие как разделение на части, отделение, слияние, поглощение и т. д., также имеют значение для определения того, выжила ли та или иная статистическая единица за определенный период времени. Демографическая статистика хозяйственной деятельности составляется, как правило, с использованием предприятия в качестве статистической единицы, а реестра компаний — в качестве предпочтительного источника информации о демографических событиях. При этом признается, что отсутствие обновленного реестра компаний во многих странах ограничивает международную сопоставимость демографической статистики хозяйственной деятельности. Страны могут проконсультироваться с руководством *Eurostat-OECD Manual on Business Demography Statistics, 2007 edition* («Руководство Евростата-ОЭСР по демографической статистике хозяйственной деятельности, издание 2007 года») ²⁶ для получения рекомендаций по теории и практике в этой области статистики.

I. Период функционирования

3.57. Эта характеристика указывает промежуток времени, в течение которого торговая единица функционировала в отчетный период. Полезно получать информацию по следующим альтернативным позициям: *a*) функционирует с ... (дата), *b*) временно или сезонно неактивна, *c*) прекратила деятельность с ... (дата) и *d*) продана или передана в лизинг другому оператору (имя/название нового оператора). Наряду с предоставлением информации о статусе активности единицы (активна или временно неактивна) эта характеристика помогает также в толковании отчетности, предоставляемой статистическими единицами, которые находятся под влиянием сезонных факторов, а также отчетности, предоставляемой статистическими единицами, которые начали или прекратили деятельность за отчетный период.

²⁶*Eurostat Methodologies and Working Papers* (Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities, 2007), см. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46587259&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=KS-RA-07-010.

Глава IV

Позиции данных и их определения

4.1. В настоящей главе приводятся краткие определения позиций данных по статистике розничной и оптовой торговли, которые рекомендуются для составления и распространения, а также определения дополнительных позиций данных, извлекаемых из базовой системы. Некоторые позиции данных могут отсутствовать или не иметь особого значения для экономики определенных стран. Составителям данных рекомендуется использовать этот список позиций данных в качестве справочного пособия, для того чтобы разработать подходящий список в соответствии с особенностями своей статистической деятельности, нагрузкой на респондентов и имеющимися ресурсами. После включения соответствующих позиций данных в свой список составители должны последовательно применять приведенные в нем определения.

4.2. Список позиций данных для использования в статистике розничной и оптовой торговли приведен в приложении I к настоящему тому. Он разработан Статистическим отделом Организации Объединенных Наций в целях предоставления странам инструмента, который можно использовать в формировании их собственных программ в сфере статистики розничной и оптовой торговли, включая разработку статистических вопросников и других инструментов сбора данных. Этот список можно использовать для создания списка по конкретным отраслям, обеспечивая, таким образом, согласованность понятий и определений между различными видами деятельности, размерами классов, географическими районами и структурами собственности.

А. Понимание связей между бухгалтерским учетом в коммерческих предприятиях и базовой экономической статистикой

4.3. Основным источником базовой экономической статистики, собираемой с помощью статистических обследований, является отчетность по операциям, осуществляемым компаниями. Вследствие этого при разработке вопросников с соответствующими терминами желательно понимать имеющиеся связи между концепциями, используемыми в бухгалтерском учете коммерческих предприятий, и концепциями, используемыми в базовой экономической статистике. Это обусловлено в основном двумя причинами²⁷:

- используемые в вопросниках термины должны быть знакомы бухгалтерам предприятий;
- понимание бухгалтерского учета в коммерческих предприятиях является важнейшим фактором конверсии данных, собираемых из хозяйственной отчетности, в экономические данные, которые можно использовать в экономической статистике.

²⁷ Связи между счетами бухгалтерского учета предприятий и национальными счетами: Руководство по национальным счетам. Методологическое исследование № 76 (издание Организации Объединенных Наций, в продаже под № R.00.XVII.13).

4.4. В базовой экономической статистике отчетность по производственным затратам должна охватывать стоимость всех товаров и услуг, использованных в процессе производства за отчетный период. В бухгалтерском учете коммерческих предприятий эти расходы могут распределяться по различным группам счетов в зависимости от традиций той или иной страны в этой области бухгалтерского учета. В некоторых странах доходы и расходы учитываются совместно, в то время как в других странах они учитываются по трем различным группам счетов: *a)* производство (сбыт или маркетинг применительно к розничной и оптовой торговле); *b)* общие административные расходы (накладные расходы предприятия, реклама, сбыт и т. д.); и *c)* прочие доходы и расходы. Важно также иметь в виду, что в большинстве случаев прочие поступления от текущей деятельности, в которые входят вторичный доход, например от аренды зданий, и расходы на различные услуги, учитываемые в хозяйственной статистике как конечный продукт или промежуточное потребление, в бухгалтерском учете коммерческих предприятий фиксируются в чистом виде (т. е. доход к получению за минусом понесенных расходов).

1. Различия в терминологии

4.5. Значения терминов, используемых в бухгалтерском учете коммерческих предприятий, могут широко варьироваться в различных странах. Например, если в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии и многих европейских странах слово «товарооборот» означает общий объем продаж, то для Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)²⁸ «товарооборот» означает сумму валовых продаж и некоторых других доходов, исключая, однако, поступления от сдачи в аренду недвижимости, взносы, подарки и т. д. Одновременно в используемых в Соединенных Штатах Америки Общепринятых принципах бухгалтерского учета (ГААП) термин «товарооборот» означает, сколько раз тот или иной актив заменяется в течение финансового периода, и он зачастую используется в контексте оборота товарных запасов или оборота дебиторской задолженности по счетам. В сфере ценных бумаг применительно к инвестиционному портфелю или биржевым операциям товарооборот означает число акций, проданных за отчетный период, как долю от общего числа акций.

4.6. «Операционные расходы» являются еще одним примером термина, значение которого зависит от страны использования. В Соединенном Королевстве операционные расходы ограничиваются теми расходами, которые варьируются в строгой зависимости от объема произведенного продукта — например, стоимость сырья или покупаемых компонентов. При этом в Соединенных Штатах и Канаде под операционными расходами понимаются не относящиеся к производству и не подлежащие инвентаризации расходы, такие как продажи, реклама и административные расходы. Это означает, что производственные затраты не относятся к операционным расходам.

2. Различия в правилах бухгалтерского учета коммерческих предприятий

4.7. Принципы бухгалтерского учета коммерческих предприятий во многих странах могут оставаться одинаковыми, при этом правила бухгалтерского учета варьируются в различных странах. Эти правила влияют на ту коррекцию,

²⁸ См. *Compilation Manual for an Index of Service Production* (Paris, Organization for Economic Cooperation and Development, 2007), см. веб-сайт: www.oecd.org.

которая необходима, для того чтобы данные, собранные из счетов компаний, могли использоваться в базовой экономической статистике. Например:

- a) правила некоторых стран требуют от бухгалтеров относить на статьи расходов затраты на программное обеспечение (как разработанное своими силами, так и закупленное), в то время как в других странах допускается включать такие затраты в капитализацию. В странах, где не разрешена капитализация, такие расходы должны вменяться в счет выпускаемого продукта, а затем рассматриваться по статье валового накопления капитала;
- b) в бухгалтерском учете коммерческих предприятий большинства стран чистые активы оцениваются как первоначальная стоимость валового накопления капитала минус амортизация (исходя из первоначальной стоимости). Таким образом, невозможно получить показатель валового накопления капитала путем вычитания стоимости активов в двух соседних периодах, поскольку активы в коммерческой статистике должны оцениваться по стоимости их замещения исходя из стандартов хозяйственного расчета.

В. Определения позиций данных

1. Демография

a) Характеристики статистических единиц

4.8. Статистические единицы, осуществляющие деятельность в секторе розничной и оптовой торговли, могут различаться и классифицироваться с использованием различных критериев и переменных показателей (более подробную информацию см. в главе III). В дополнение к финансовым и производственным данным каждое статистическое обследование ставит своей целью сбор подробной информации, связанной с самой статистической единицей, и в этой связи в ходе обследования выясняется ее местоположение, период эксплуатации, тип собственности и хозяйственной организации, вид деятельности, размер и т. д.

4.9. Основная часть включенных в данный раздел позиций данных применяется, как правило, для составления перекрестных таблиц данных. Следует отметить, что в случае предприятий, состоящих из многих заведений, некоторые из этих позиций данных в большей степени относятся к тому торговому предприятию, составной частью которого является изучаемая единица (заведение, местная единица и т. д.), и в зависимости от того, каким образом эта проблема решается в плане проектирования на уровне операций статистических обследований, данные по таким позициям могут собираться на уровне предприятия для последующего распределения по обслуживающим его статистическим единицам.

b) Число статистических единиц

Число предприятий (позиция 1.10)

4.10. Этот показатель определяется как число активных предприятий, функционирующих в секторе розничной и оптовой торговли. При этом необходимо исключить временно бездействующие (пассивные) единицы. Данная

статистика должна включать все единицы, которые были активными в течение хотя бы части отчетного периода.

4.11. Из-за различий в размере и организационной структуре торговых предприятий эта позиция далее подразделяется на две основных категории предприятий:

- a) *комплексные предприятия (позиция 1.10.1)*. Комплексное предприятие, также называемое предприятием со многими заведениями, — это предприятие, которое состоит из более чем одного заведения. Отдельные заведения комплексного предприятия обычно осуществляют различные виды хозяйственной деятельности, относящиеся к разным классам МСОК, однако, они могут заниматься также и одним видом деятельности;
- b) *предприятия, состоящие из одного заведения (позиция 1.10.2)*. Соответственно, в предприятие, состоящее из одного заведения, входит одно единственное заведение.

Число заведений (позиция 1.10.1.1)

4.12. Эта позиция определяется как число заведений, функционирующих в секторе розничной и оптовой торговли в течение отчетного периода. Сюда должны включаться даже те заведения, которые не имеют наемных работников. Данная статистика должна включать все заведения, которые были активными в течение хотя бы части отчетного периода и которые зарегистрированы в рамках изучаемой совокупности (см. пункт 4.10) либо в статистическом реестре компаний, либо в территориальном инструментарии.

4.13. Применительно к большинству мелких и средних компаний число предприятий и число заведений вероятнее всего будет одним и тем же. Таким образом, общее число заведений равно сумме числа заведений в предприятиях со многими заведениями (позиция 1.10.1.1) и числа предприятий, состоящих из одного заведения (позиция 1.10.2).

4.14. В случаях, когда малые заведения и микрозаведения подсчитываются на основе выборки, данные по генеральной совокупности таких активных заведений должны указываться по результатам объединения (с учетом доли выборки), числа включенных в выборку заведений.

2. Занятость²⁹

a) Численность работников

4.15. Рекомендуется, если позволяют возможности, собирать данные о занятости по целому ряду указанных ниже категорий работников в разбивке по половой принадлежности в каждой категории. Странам также предлагается собирать данные по другим характеристикам, представляющим интерес на национальном уровне, таким как различия между полной и неполной занятостью и сезонной работой, которые базируются на законах и обычаях конкретной страны. Некоторым странам, а именно тем, в которых обследования проводятся не чаще чем раз в год, рекомендуется отслеживать сезонные факторы в сфере торговли путем запроса данных по занятости ежеквартально или даже ежемесячно в течение отчетного периода.

²⁹ Информацию по статусу занятости см. в резолюции по Международной классификации статуса в занятости (МКСЗ), принятой на пятнадцатой Международной конференции статистиков труда (в январе 1993 года); см. www.ilo.org

Общая численность работников (позиция 2.1)

4.16. Численность работников определяется как общее число лиц, работающих в данной статистической единице или для нее как полный, так и неполный рабочий день, в том числе:

- работающие собственники;
- активные бизнес-партнеры;
- неоплачиваемые работающие члены семьи;
- лица, работающие за пределами статистической единицы, но относящиеся к ней (например, торговые агенты, работники фирмы по доставке товаров, бригады ремонта и техобслуживания), при условии что они получают регулярную заработную плату от данной единицы;
- получающие заработную плату менеджеры и директора акционерных предприятий;
- лица, находящиеся в кратковременном отпуске (на больничном листе, в ежегодном отпуске или на каникулах);
- лица, находящиеся в специальном оплачиваемом отпуске (учебный отпуск или профессиональное обучение вне рабочего места, отпуск по беременности и родам или отпуск по уходу за ребенком);
- лица, участвующие в забастовке;
- штатные работники, занятые неполный рабочий день;
- штатные сезонные работники;
- ученики, включенные в штат;
- надомные работники, включенные в штат, оплата которым начисляется аккордно за выполненную работу.

4.17. В общую численность работников не включаются:

- директора акционерных предприятий и члены комитетов акционеров, получающие оплату исключительно за свое участие на заседаниях;
- рабочая сила, предоставляемая данной единице другими единицами за плату (нештатные работники, труд которых оплачивается через подрядчика, работники, осуществляющие ремонт и техническое обслуживание в данной единице от имени других единиц);
- лица, находящиеся в бессрочном отпуске;
- лица, находящиеся на военной службе по призыву;
- пенсионеры;
- надомные работники, труд которых оплачивается субподрядчиками.

Работающие собственники (позиция 2.1.1)

4.18. К ним относятся все единоличные собственники и партнеры, активно работающие в данном заведении, исключая «молчаливых» или пассивных партнеров, основная деятельность которых осуществляется за пределами заведения. Эта категория неприменима к любому акционерному или аналогичному предприятию, владение которым определяется долей акционерного капитала.

Неоплачиваемые работающие члены семьи (позиция 2.1.2)

4.19. Неоплачиваемые работающие члены семьи определяются как лица, которые проживают в домохозяйстве собственника(ов), владеющего(их) тем или иным заведением предприятия и которые работают на это заведение, вне зависимости от отработанного времени в течение отчетного периода, без регулярной оплаты (иными словами, без согласованной суммы, которая должна быть выплачена за проделанную работу). Требование «проживания в одном и том же домохозяйстве» можно исключить в случаях, когда существует обычай, в частности для молодых людей, работать без оплаты в коммерческом предприятии родственника, который не проживает с ними в одном домохозяйстве. Работающие члены семьи, получающие оплату за выполненную ими работу, должны классифицироваться как наемные работники. Страны, по особым причинам предпочитающие устанавливать минимальный временной критерий для включения неоплачиваемых работающих членов семьи в состав наемных работников, должны выявлять и отдельно классифицировать тех, кто отработал меньше оговоренного времени.

Наемные работники (позиция 2.1.3)

4.20. В эту категорию включены все лица, которые работают в заведении или для него, имеют трудовой договор в этой производственной единице и которые получают денежную или натуральную компенсацию через регулярные промежутки времени. Компенсация обычно базируется либо на проведенном на рабочем месте времени, либо на каком-либо другом объективном показателе объема выполненной работы. Компенсация может быть предоставлена в форме оклада, заработной платы, гонорара, денежного пособия, сдельной оплаты или вознаграждения в натуральной форме (позиция 3.1).

4.21. Взаимоотношения работодателя с наемным работником возникают при наличии письменного или устного договора между заведением и физическим лицом; договор может быть формальным или неформальным, и заключается обычно добровольно обеими сторонами, в силу чего данное лицо работает на предприятии в обмен на вознаграждение в денежной или натуральной форме.

4.22. Категория «наемные работники» предназначена для включения в нее всех лиц, привлеченных к хозяйственной деятельности заведения, за исключением работающих собственников и неоплачиваемых работающих членов семьи. Она также включает надомных работников, когда их труд оплачивается и контролируется данной производственной единицей. Включаются также наемные работники, занятые вспомогательной деятельностью по отношению к основному виду деятельности данной единицы.

4.23. В качестве наемных работников должны рассматриваться все оплачиваемые работники, занятые продажей товаров, и связанные с этим видами деятельности заведения. Сюда также должны включаться наемные работники, занятые вспомогательной деятельностью по отношению к основному виду деятельности данной единицы: водители грузовиков, лица, занятые ремонтом и техническим обслуживанием и т. д. Кроме того, должны включаться студенты, имеющие формальные обязательства, в соответствии с которыми они вносят вклад в производственный процесс конкретной единицы в обмен за вознаграждение и/или услуги в сфере образования.

Разбивка наемных работников по группам

4.24. Для единиц в сфере розничной и оптовой торговли типичным является использование нестандартных рабочих часов (круглосуточно, с 7 до 23 часов или работа в течение всех выходных дней без перерыва), что вынуждает их нанимать работников по трудовому договору либо на полный, либо на неполный рабочий день. Это явление может быть достаточно распространенным в данном секторе и оказывать влияние на расчет данных с сезонной поправкой.

4.25. Странам рекомендуется вводить дополнительную разбивку по различным группам наемных работников, которые используются в их экономике и по которым необходимо и возможно составлять отдельную статистику. Одна из таких разбивок может быть выполнена по длительности времени работы, устанавливаемого в соответствии с существующими стандартами *организации рабочего времени*³⁰. Организация рабочего времени связана с нормативами, которые устанавливаются законами и нормативными актами, коллективными договорами; арбитражными решениями или трудовыми договорами или определяются правилами и обычаями заведений, общин; или устанавливаются занимающимися собственным бизнесом лицами исходя из их договорных обязательств, рабочих требований или личных и семейных предпочтений.

³⁰См. резолюцию по статистике рабочего времени, принятую десятой Международной конференцией статистиков труда (11 октября 1962 года); информация размещена на веб-сайте: www.ilo.org

4.26. В той или иной стране продолжительность рабочего дня для различных групп оплачиваемых должностей может варьироваться в зависимости от различных вариантов организации рабочего времени. Отработанными часами является то время, в течение которого лица на оплачиваемых должностях осуществляли рабочие функции за отчетный период, внося вклад в процесс оказания торговых услуг. В организации рабочего времени отдельных лиц на оплачиваемых должностях может присутствовать целый ряд различий в плане более длительного/короткого рабочего дня или рабочей недели, работы в течение неполного года и т. д.

4.27. Предоставление отдельной статистики по наемным работникам с различной организацией рабочего времени, например по работникам с полным или неполным рабочим днем, полезно для определенных видов анализа занятости. В связи с традиционным порядком определения в отдельных странах полной и неполной занятости с точки зрения количества отработанных часов на международном уровне невозможно провести точное разграничение между лицами наемного труда, работающими на полной и неполной ставке. Тем не менее, если позволяют возможности и если имеется значительный интерес в национальном масштабе, рекомендуется разбивать данные для позиции 2.1.3 «Наемные работники» на следующие три категории: наемные работники на полной ставке; наемные работники на неполной ставке; наемные работники в эквиваленте полной занятости. Количественные показатели по всем трем категориям необходимо рассчитывать, исходя из количества фактически отработанных часов (позиция 2.5).

Численность наемных работников, занятых полный рабочий день (часть позиции 2.1.3)

4.28. Далее приводятся результаты разбивки численности наемных работников в зависимости от количества часов, отработанных в день/неделю/месяц, за которые они получили оплату. Наемные работники на полной ставке — это лица, чье рабочее время равняется стандартному рабочему вре-

мени в течение полной недели, месяца или года. Стандартное рабочее время — это время, в течение которого лица на оплачиваемых должностях должны выполнять рабочие функции за отчетный период и которое устанавливается законами и нормативными актами, коллективными договорами или арбитражными решениями.

Численность наемных работников, занятых неполный рабочий день
(часть позиции 2.1.3)

4.29. Наемные работники, занятые неполный рабочий день, — это лица, количество часов работы которых меньше, чем стандартное рабочее время наемных работников, занятых полный рабочий день. Эта категория объединяет все формы неполной занятости (работа половину рабочего дня, работа один, два или три дня в неделю и т. д.). Не следует путать работников на неполной ставке и работников с прерывистым графиком работы и сезонных работников (которые могут работать на полной ставке в течение оговоренного короткого периода, например временные работники, съемочные группы и т. д.).

Наемные работники в эквиваленте полной занятости
(часть позиции 2.1.3)

4.30. Общее число отработанных часов всеми наемными работниками, занятыми неполный рабочий день, может служить основой для пересчета в эквивалент полной занятости. Такой пересчет необходимо осуществлять исходя из стандартного рабочего времени работника на полной ставке в данной производственной единице и принимая во внимание число отработанных часов, дней или месяцев. Эквивалент полной занятости определяется как общее число отработанных часов в той или иной единице, деленное на среднее (за год, квартал, месяц или неделю) количество часов, отработанных наемным работником на полной ставке. Такой пересчет облегчит международное сравнение с данными тех стран, которые способны оценивать показатели занятости только в эквиваленте полной занятости. В силу различий продолжительности полной занятости между видами деятельности, категориями наемных работников и т. д. рекомендуется делать такой пересчет на максимально возможном уровне детализации.

Надомные работники, включенные в штат (часть позиции 2.1.3)

4.31. Некоторые страны могут счесть обоснованным составление статистики по другим аспектам схем занятости в секторе розничной и оптовой торговли, таким как место работы или найма. Надомный работник — это лицо, которое дает согласие на работу в интересах конкретного торгового предприятия или на поставку ему определенного количества товаров и услуг на основании предварительной договоренности или контракта с данным предприятием, при этом место работы данного лица находится за пределами любого из заведений, входящих в состав предприятия. В данную категорию включаются только те надомные работники, которые получают вознаграждение прямо или косвенно, исходя из объема выполненной работы, иными словами, из объема трудозатрат, вложенных в качестве исходного ресурса в определенный производственный процесс вне зависимости от стоимости готового продукта или рентабельности производственного процесса. Считается, что такой вид занятости не имеет особого значения для единиц в сфере торговли, но, тем не менее, надомные работники могут выполнять некоторые виды работ по расфасовке товаров в мелкие партии, сборке и т. д.

4.32. Сюда не включаются надомные работники, оплачиваемые субподрядчиками; средства, выплачиваемые субподрядчикам применительно к надомным работникам, рассматриваются по статье «закупки услуг, за исключением аренды» (позиция 4.4.1.2.1).

4.33. Надомные работники, включенные в штат, должны учитываться за отдельный период. В случае значительной и меняющейся численности таких работников полезно также собирать данные по средней численности за определяемые для этих наемных работников учетные периоды.

Наемные работники, занятые научными исследованиями и опытно-конструкторскими разработками (позиция 2.1.3.1.1)

4.34. В СНС 2008 года конечный продукт научных исследований и опытно-конструкторских разработок признается в качестве актива. В настоящих рекомендациях используется определение научных исследований и опытно-конструкторских разработок, данное в публикации *Frascati Manual: Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development* («Руководство Фраскати: предлагаемая стандартная практика для обследований по вопросам научных исследований и опытно-конструкторских разработок») ³¹. Согласно этой публикации (пункт 63): «Научные исследования и опытно-конструкторские разработки (НИОКР) представляют собой творческую деятельность, осуществляемую на систематической основе в целях увеличения объема знаний, включая знания о человеке, культуре и обществе, и использования этого объема знаний для создания новых прикладных продуктов». Когда такие исследования и разработки проводятся за собственный счет, они представляют собой производственные затраты и должны рассчитываться путем суммирования стоимости исходных ресурсов, включая стоимость трудозатрат.

³¹ Организация экономического сотрудничества и развития, Париж, 2002 год.

4.35. В эту позицию входит общая численность работников по найму, непосредственно занятых в сфере научных исследований и опытно-конструкторских разработок, а также тех, которые оказывают им прямые услуги, таких как менеджеры, администраторы и канцелярский персонал подразделений НИОКР. Лица, предоставляющие косвенные услуги, например, работники столовых и служб безопасности, исключаются из этой категории, несмотря на то, что их заработная плата включается в накладные расходы при определении расходов. Необходимо отличать персонал сферы НИОКР от персонала, занятого широким кругом смежных видов деятельности. Поэтому из числа персонала сферы НИОКР исключаются следующие категории работников:

- персонал, занятый в сфере образования и профессиональной подготовки;
- персонал, занятый в прочих видах научно-технической деятельности (например, информационные услуги, испытания и стандартизация, технико-экономические обоснования и т. д.);
- персонал, занятый в прочих видах промышленной деятельности (например, промышленные нововведения, не включенные в другие категории);
- персонал, занятый в административном управлении и прочих видах косвенной вспомогательной деятельности.

Наемные работники, занятые разработками программного обеспечения и баз данных (позиция 2.1.3.1.3)

4.36. В эту позицию входит общая численность наемных работников, занятых созданием программного обеспечения и баз данных с ожидаемым эксплуатационным сроком службы более одного года, а также тех работников, которые оказывают им прямые услуги, такие как менеджеры, администраторы и канцелярский персонал. Лица, предоставляющие косвенные услуги, например работники столовых и служб безопасности, должны исключаться из этой категории, несмотря на то, что их заработная плата включается в накладные расходы при определении расходов. В СНС 2008 года разработка программного обеспечения и баз данных учитывается в качестве актива. Когда такие продукты создаются за собственный счет, они представляют собой производственные затраты и должны рассчитываться путем суммирования стоимости исходных ресурсов, включая стоимость трудозатрат.

Наемные работники, занятые в сфере создания и капитального ремонта основных фондов за собственный счет (позиция 2.1.3.1.5)

4.37. В эту позицию входит общая численность наемных работников, занятых в сфере создания и капитального ремонта основных фондов за собственный счет. Создание и капитальный ремонт основных фондов, в случае если это осуществляется за собственный счет, рассматриваются в качестве капитализированного продукта, т. е. учитывается производителями как инвестиция. Капитализированный продукт представляет собой непроданный продукт и в связи с этим относится к производственным затратам, т. е. должен рассчитываться путем суммирования стоимости исходных ресурсов, включая стоимость трудозатрат.

Численность временно-наемных работников (позиция 2.2)

4.38. Временно-наемная занятость предусматривает предоставление за вознаграждение кадровых ресурсов торговым единицам. В эту позицию входит общая численность работников, предоставляемых торговому заведению агентствами по трудоустройству или аналогичными организациями. Агентства по трудоустройству данного типа не осуществляют надзор за деятельностью работников, которые находятся под контролем (руководством и надзором) клиентов агентств по трудоустройству. Временно-наемные работники находятся в штатном расписании агентства по трудоустройству, а не заведения, которое вносит за них оплату агентству. Предоставление кадровых ресурсов обычно осуществляется на краткосрочной основе (в этом случае агентство по трудоустройству относится к категории по классу 7820 «Деятельность агентств по временному трудоустройству» МСОК, Rev. 4) или на долгосрочной и постоянной основе (в этом случае агентство по трудоустройству относится к категории по классу 7830 «Прочая деятельность по обеспечению людскими ресурсами» МСОК, Rev. 4). Информация по временно-наемной занятости важна для содержательного анализа трудовых ресурсов и производительности труда; при этом численность временно-наемных работников исключается из общей численности лиц, принятых на работу в торговой единице (позиция 2.1).

4.39. Заведение, использующее временно-наемных работников, должно классифицироваться исходя из его собственного основного вида деятельности. Из числа временно-наемных работников исключаются следующие категории:

- временный персонал, выделенный кадровым агентством;
- подрядчики, субподрядчики или независимые подрядчики;
- оплаченные или управленческие услуги, такие как уборка помещений, охрана или уход за территорией;
- профессиональные или технические услуги, закупаемые у другой фирмы, такие как консультирование по вопросам программного обеспечения, компьютерное программирование, инженерно-конструкторские или бухгалтерские услуги.

Общая численность лиц, занятых в неформальном секторе (позиция 2.3)

4.40. Для тех стран, которые используют понятие «неформальный сектор» в своих статистических системах, в общую численность лиц, занятых в неформальном секторе, включаются все лица, которые в данном отчетном периоде работали по крайней мере в одной производственной единице неформального сектора (позиция 1.5.4.1), классифицируемой в разделе G МСОК (Rev. 4), вне зависимости от их статуса в занятости, однако только в том случае, если такое заведение являлось их основным местом работы. Показатель общей численности лиц, занятых в неформальном секторе, должен относиться ко всей территории страны. Эту позицию можно дополнительно разделить на наемных работников (позиция 2.3.1) и прочих лиц, занятых в неформальном секторе (позиция 2.3.2).

4.41. В число лиц, занятых в неформальном секторе, не входят:

- лица, занятые исключительно производством товаров или оказанием услуг для собственного конечного потребления или накопления собственных основных фондов;
- лица, занятые сельскохозяйственными видами деятельности, поскольку эти виды деятельности исключены из сферы охвата неформального сектора по практическим соображениям;
- самостоятельно занятые лица, предоставляющие профессиональные или технические услуги, — врачи, адвокаты, бухгалтеры, архитекторы, инженеры и т. д., если они не отвечают требованиям предприятий неформального сектора;
- оплачиваемая домашняя прислуга.

4.42. В целях настоящих рекомендаций (производственные) единицы розничной и оптовой торговли неформального сектора (позиция 1.5.4.1) определяются в соответствии с решениями пятнадцатой Международной конференции статистиков труда³² как подгруппа неакционерных предприятий, которые находятся в собственности домохозяйств, или, иными словами, как подгруппа производственных единиц, не являющихся отдельными юридическими лицами, независимыми от владеющих ими домохозяйств или членов домохозяйств, и в отношении которых отсутствуют полные наборы счетов (включая балансовые ведомости активов и пассивов), позволяющие провести четкое различие между производственными видами деятельности данных предприятий и прочими видами деятельности их владельцев, а также позволяющие выявить любые движения доходов и капитала между данными предприятиями и их владельцами.

³²См. резолюцию по статистике занятости в неформальном секторе, принятую пятнадцатой Международной конференцией статистиков труда (январь 1993 года); информация размещена на веб-сайте: www.ilo.org

4.43. Оценку неформальной занятости можно выполнить напрямую, путем проведения обследований неформального сектора, или косвенно, с помощью альтернативных подходов. Одним из таких подходов является остаточный метод, когда неформальная занятость рассчитывается как разность между показателями общей занятости (на основе переписи населения или данных обследований рынка рабочей силы) и занятости в формальном секторе (на основе экономической переписи, обследования заведений или источников административных данных).

b) Средняя численность работников

Средняя численность лиц работников (позиция 2.4)

4.44. Эта позиция данных, определяемая как средняя численность наемных работников (позиция 2.4.1) плюс численность работающих собственников (позиция 2.1.1) и неоплачиваемых работающих членов семьи (позиция 2.1.2) за какой-либо отдельный период, служит в качестве критерия размера конкретной единицы. Если отсутствуют данные по средней численности работников, то в качестве критерия размера можно использовать общую численность работников (позиция 2.1), за какой-либо отдельный период.

Средняя численность наемных работников (позиция 2.4.1)

4.45. Средняя численность наемных работников — это среднее арифметическое значение численности наемных работников на каждый календарный день отчетного периода, включая праздники и выходные дни, деленная на число дней отчетного периода. Годовое среднее значение численности наемных работников определяется как среднее арифметическое значение месячной (или квартальной) средней численности наемных работников.

c) Отработанное время

*Время, отработанное наемными работниками*³³ (позиция 2.5)

4.46. Число отработанных часов, известное также как *объем работы* или *трудозатраты*, является важной позицией данных, которая используется для анализа трудовых операций, пересчета численности наемных работников на неполной ставке в эквивалент полной занятости, изучения производительности труда и расчета числа сводных показателей за каждый отработанный час. Число часов, отработанных наемными работниками, определяется как общее время, фактически затраченное ими на виды деятельности, относящиеся к оказанию услуг розничной и оптовой торговли за отчетный период. Этот показатель может измеряться в расчете за неделю, месяц или год. Рекомендуется разделять этот показатель аналогично по категориям работников.

4.47. У некоторых малых производственных единиц, особенно ведущих меньший объем формальной отчетности, может не быть возможности предоставлять данные по отработанному времени. В этом случае рекомендуется условно начислять отработанное время, исходя из ответов на альтернативные вопросы, такие как численность работников, среднее число рабочих дней, продолжительность продуктивного времени в течение обычного рабочего дня и т. д.

4.48. Фактически отработанное время должно включать:

- a) *продуктивное время*: время, затраченное на виды деятельности, связанные с рабочими функциями лиц, и направленное на оказание торговых услуг. Такая деятельность может осуществляться в обыч-

³³ См. проект резолюции Международной конференции статистиков труда по измерению рабочего времени www.insee.fr/en/nom_def_met/colloques/citygroup/2006_meeting.htm.

ное или договорное рабочее время или же сверхурочно; может быть оплачиваемой или неоплачиваемой вне зависимости от места ее осуществления — на территории данного заведения, дома, в полевых условиях, на улице и т. д.; и может включать работу, которая берется домой с места работы;

- b) *время, затраченное на вспомогательные виды деятельности*: время, затраченное на виды деятельности, которые напрямую не направлены на оказание торговых услуг, но необходимы для того, чтобы обеспечить возможность предоставления таких услуг. Сюда включается время, затраченное на:
- i) организацию, подготовку, уборку рабочего места или рабочих инструментов, ремонт или техническое обслуживание производственных процессов,
 - ii) профессиональную подготовку (для лиц с оплачиваемой занятостью), разрешенную и прямо или косвенно предоставляемую работодателем; командировки и поездки, необходимые или оплачиваемые, и составляющие неотъемлемую часть рабочих функций, например деятельность коммивояжеров, моряков торгового флота, водителей и лиц, находящихся в командировке для участия в собрании за пределами своего обычного места работы,
 - iii) прочие связанные с работой виды деятельности по личному обучению и профессиональной подготовке, оплачиваемые (в том числе в натуральной форме) работодателем как с отрывом, так и без отрыва от рабочего места;
- c) *время, затраченное в ходе работы на непродуктивную деятельность*: время, затраченное в промежутках между производственной деятельностью, которое неизбежно, но необходимо для производственных процессов, и в течение которого работники остаются доступными для выполнения работы. Сюда включается время, затраченное на:
- i) ожидание клиентов в конторе, магазине, на улице,
 - ii) простой по техническим или хозяйственным причинам, таким как отсутствие поставок материалов для работы, поломка оборудования, авария,
 - iii) промежуток времени между производственными периодами, когда никакая работа не осуществляется, но который оплачивается по гарантированному трудовому договору,
 - iv) время нахождения в командировке в рамках конкретных служебных заданий или по требованию конкретных клиентов, если рабочее место не является фиксированным;
- d) *короткие периоды отдыха*: периоды времени менее 30 минут между производственными периодами, в течение которых работники недоступны для работодателя или для другой работы. Такие периоды имеют место в связи с естественными потребностями и могут оговариваться договором или обычаем и включать перерывы на чай, кофе или молитву.

4.49. К фактически отработанному времени не относятся:

- a) оплачиваемое, но не отработанное время, например, оплачиваемый ежегодный отпуск, оплачиваемые официальные праздники, оплачиваемый отпуск по болезни, оплачиваемый отпуск на получение обра-

зования, оплачиваемый отпуск по беременности и родам и по уходу за ребенком для матери или по уходу за ребенком для отца, оплачиваемый отпуск по семейным обстоятельствам, альтернативная гражданская служба;

- b) перерывы на еду не более 30 минут;
- c) время, затраченное на поездки между домом и работой, не являющееся фактическим рабочим временем, даже если оплачивается работодателем.

4.50. Для стран, не имеющих возможности собирать информацию по отработанному времени, рекомендуется в качестве альтернативного способа измерения трудозатрат использовать число отработанных дней. Такую информацию легче получить из отчетности по заработной плате, чем число отработанных часов. Позиция «отработанные дни» должна включать общее число дней, проведенных на рабочем месте, а не число оплаченных дней. Дни, затраченные на ежегодный отпуск, отпуск сверх ежегодного или отпуск по болезни, должны исключаться. Кроме того, может быть установлено стандартное число рабочих часов в день в торговых единицах для работников на полной ставке, при этом отдельно может учитываться число дней, отработанных работниками на неполной ставке. Необходимо также предусмотреть разбивку по статусу занятости.

Разбивка работников по признаку пола и по роду деятельности

4.51. Как правило, необходимо собирать отдельные цифры по уровню занятости мужчин и женщин. Если позволяют средства, каждая из категорий занятости и соответствующие данные о трудозатратах должны подразделяться по признаку пола. При расчете ценовых показателей оплаты труда в конкретном секторе розничной и оптовой торговли важно включать в эти категории разбивку по роду деятельности, желательно в соответствии с Международной стандартной классификацией занятий (МСКЗ)³⁴.

³⁴Информация размещена на веб-сайте: www.ilo.org

3. Оплата труда наемных работников

Оплата труда наемных работников (позиция 3)

4.52. Оплата труда наемных работников определяется как общее вознаграждение в денежной или натуральной форме, выплачиваемое торговым заведением работнику в обмен за проделанную им работу за отчетный период. Оплата труда должна учитываться методом нарастающего итога; иными словами, измеряться стоимостью вознаграждения в денежной или натуральной форме, которое наемный работник имеет право получить от работодателя за работу, проделанную за соответствующий период, выплачиваемое авансом, одновременно или по результатам самой работы. Оплата труда наемных работников не учитывает какие-либо налоги, оплачиваемые работодателем из фонда заработной платы, например подоходные налоги. Оплата труда таких работников состоит из двух основных элементов: а) оклад и заработная плата, выплачиваемые в денежной или натуральной форме (позиция 3.1) и б) взносы в фонд социального страхования, оплачиваемые работодателем (позиция 3.3). Наемными работниками являются лица, определенные как таковые в позиции 2.1.3.

4.53. Оплата труда наемным работникам не причитается за неоплачиваемую работу, осуществляемую добровольно, включая труд неоплачиваемых работающих членов семьи. Следует исключать выплаты работающим собственникам, не являющимися получателями регулярной заработной платы.

Оплата труда наемных работников в денежной и натуральной форме (позиция 3.1)

4.54. Заработная плата и оклады³⁵ определяются как все выплаты либо в денежной, либо в натуральной форме, осуществляемые работодателем в течение отчетного периода в связи с выполненной работой всеми лицами, включенными в штатное расписание, вне зависимости от того, оплачивалась ли их работа по аккордной или сдельной системе, или по результату, а также вне зависимости от того, были ли такие выплаты регулярными или нет. В них включаются суммы всех отчислений на социальное страхование, подоходные налоги и т. д., подлежащие оплате со стороны наемного работника, даже если в целях упрощения административных процедур или по иным причинам они фактически удерживались работодателем и выплачивались от имени работника напрямую в фонды социального страхования, налоговым органам и т. д. Такие платежи учитываются по методу нарастающего итога в соответствии с правом на компенсацию за выполненную работу в течение отчетного периода, вне зависимости от того, выплачивались ли они авансом, единовременно или по результатам такой проделанной работы.

³⁵ Более подробную информацию о составных частях заработной платы и окладах наемных работников см. в главе 7 СНС 2008 года «Счета распределения доходов».

Оплата труда в денежной форме

4.55. Оплата труда в денежной форме включает следующие формы вознаграждения:

- a) заработная плата и оклады, регулярно выплачиваемые через недельные, месячные или иные интервалы, включая выплаты по результату и сдельные выплаты, повышенные выплаты или специальные льготы за сверхурочную работу, работу в ночную смену, в выходные дни или в другие «неудобные часы»; пособия за работу вдали от дома или в тяжелых и опасных условиях; пособия за отъезд из родной страны и работу за границей и т. д.;
- b) дополнительные пособия, выплачиваемые на регулярной основе, такие как пособия на оплату жилья или пособия на покрытие расходов в связи с поездками между домом и работой, исключая, однако, пособия по социальному обеспечению (см. ниже);
- c) заработная плата и оклады, выплачиваемые работникам, отсутствующим на работе в течение коротких периодов времени (например, находящимся в отпуске) или в результате кратковременной остановки производства, за исключением отсутствия по болезни, травме и т. д.;
- d) единовременные бонусы или прочие внеплановые выплаты, связанные с общими показателями работы предприятия, осуществляемые в рамках программ стимулирования работников;
- e) комиссионные вознаграждения, премии и денежные подарки, получаемые наемными работниками, должны рассматриваться как оплата оказанных услуг предприятием, в котором состоит данный работник, и, следовательно, должны включаться в готовый продукт и валовую

добавленную стоимость данного предприятия, когда такое вознаграждение выплачивается напрямую работнику третьей стороной.

4.56. В заработную плату и оклады в денежной форме не включается возмещение работодателями расходов, понесенных наемными работниками, в целях обеспечения или выполнения ими своей работы, например:

- a) возмещение расходов на поездки, переезд или связанных с этим расходов, понесенных работниками при переходе на новое место работы или в случае требования работодателя о смене места жительства с переездом в другую часть страны или в другую страну;
- b) возмещение расходов, понесенных работниками на покупку инструментов, оборудования, спецодежды или иных предметов, необходимых им исключительно или преимущественно для выполнения своей работы.

4.57. В оплату труда в денежной форме также не включаются отчисления в фонд социального страхования, выплачиваемые работодателями в форме: a) детских, родительских, семейных, образовательных или иных пособий для иждивенцев; b) выплат по полной или сокращенной ставке оклада или заработной платы работникам, отсутствующим на работе по причине болезни, травмы, в результате несчастного случая, отпуска по беременности и родам, и т. д.; и c) выходных пособий работникам, потерявшим свое место по причине сокращения штатов, нетрудоспособности, смерти от несчастного случая и т. д., или их родственникам. На практике бывает сложно провести различие между выплатой заработной платы или окладов в период кратковременного отсутствия на работе по причине болезни, несчастного случая и т. д. и прочими выплатами заработной платы и окладов, и в этом случае первые выплаты должны объединяться с последними.

Оплата труда в натуральной форме

4.58. Выплаты в натуральной форме определяются как предоставляемые наемным работникам товары и услуги, которые не являются необходимыми для работы и могут использоваться работниками во внерабочее время и по своему усмотрению для удовлетворения потребностей и запросов как собственных, так и других членов их домохозяйств. В качестве вознаграждения в натуральной форме может использоваться практически любой потребительский товар или услуга. К наиболее распространенным в сфере розничной и оптовой торговли видам выплат в натуральной форме относятся продукты питания и напитки; одежда (если ее можно носить в нерабочее время); коммунальные услуги или временное проживание, предоставляемые бесплатно или по существенно сниженным расценкам; предоставляемые работникам и их семьям помещения для занятий спортом, развлечения или отдыха и т. д. При этом расходы работодателей, приносящие пользу как им самим, так и их работникам (например, дополнительные удобства на рабочем месте, медицинские осмотры, помещения для занятий спортом и других видов отдыха, туристические поездки, развлечения и аналогичные услуги, предоставляемые работодателями в связи с их коммерческой деятельностью), не входят в компенсацию работникам, а включаются в статьи промежуточного потребления работодателей.

4.59. Денежная стоимость выплат для работодателя в натуральной форме может учитываться по себестоимости соответствующих товаров или услуг. В случаях, когда работодатель не способен сообщить фактически поне-

сенные расходы, удобно использовать продажные цены производителя или оптовые цены.

4.60. Вознаграждение в натуральной форме может также включать процентный доход, теряемый работодателями, когда они предоставляют работникам ссуды по сниженным или даже нулевым процентным ставкам на такие цели, как покупка дома, мебели и прочих товаров или услуг. Стоимость такого дохода можно оценить как сумму, которую работник вынужден был бы заплатить при взимании средней процентной ставки по ипотечному или потребительскому кредиту минус фактически выплаченный им процент.

Опционы на покупку акций

4.61. Некоторые работодатели используют практику предложения наемным работникам опционов на покупку ценных бумаг (акций) компании на какую-либо дату в будущем по специальной цене и на особых условиях. Такие акционерные опционы являются видом дохода в натуральной форме. Они дают работникам право, но не накладывают на них обязательство покупки акций. Опционы обычно предоставляются для стимулирования работников оставаться в компании и помогать ей расти. Работник может и не воспользоваться опционом либо по причине того, что текущий курс акций ниже, чем цена опциона, либо потому, что он больше не работает на того работодателя, который предложил данный опцион, лишившись таким образом права на него. Ниже следует описание методов оценки стоимости акционерных опционов, учитывая возможность того, что не все опционы будут использованы.

4.62. Как правило, работодатель информирует своих работников о решении предоставить акционерный опцион по определенной цене (цена реализации или цена исполнения опциона) по истечении определенного периода времени и на определенных условиях (например, работник должен по-прежнему являться сотрудником компании, или компания должна достигнуть определенных показателей своей деятельности). «Датой предоставления» считается дата, когда опцион предоставляется работнику, «дата вступления в силу» — это самая ранняя дата, когда опцион может быть исполнен, а «дата исполнения» — это дата, когда опцион фактически исполнен (или истек). В некоторых странах разрешенный промежуток времени между датами вступления в силу и исполнения может быть весьма продолжительным, в других — совсем коротким.

4.63. Оценка стоимости опционов может рассчитываться либо используя ценовую модель для акционерных опционов, либо в виде разницы между рыночной ценой и ценой реализации на дату вступления опциона в силу. Если рыночная цена ниже, чем цена реализации, опцион имеет нулевую стоимость, поскольку он не будет исполнен. Дата регистрации опциона в отчетности должна по возможности охватывать период с даты предоставления опциона до даты его вступления в силу. Если это невозможно, стоимость опциона должна регистрироваться датой его вступления в силу. Любое изменение стоимости между датой вступления в силу и датой исполнения опциона не рассматривается как вознаграждение работников, а как прибыли или убытки в результате владения активами.

Разбивка заработной платы и окладов работников на категории

4.64. Для обеспечения надлежащей оценки конечного продукта научных исследований и опытно-конструкторских разработок, создания программ-

ного обеспечения и баз данных, а также формирования основных фондов за собственный счет рекомендуется отдельно учитывать данные по заработной плате и окладам работников, занятых в этих трех видах деятельности.

4.65. В целях более точного измерения уровней заработной платы и окладов рекомендуется также, чтобы в рамках редко проводимых обследований собирались данные по заработной плате и окладам работников на полной и неполной ставке и надомных работников в зависимости от рода занятий и пола.

Выплаты директорам акционерных предприятий за их участие в заседаниях (позиция 3.2)

4.66. В эту позицию включаются все выплаты директорам акционерных предприятий и членам комитетов акционеров за их участие в заседаниях.

Отчисления на социальное страхование, выплачиваемые работодателями (позиция 3.3)

4.67. Отчислениями работодателей на социальное страхование являются взносы, выплачиваемые работодателями в фонды социального обеспечения или в связанные с трудовой деятельностью программы страхования для предоставления социальных пособий для своих работников. Для учета в качестве отчислений на социальное страхование такие выплаты должны отвечать трем условиям: *a)* бенефициару (или держателю страхового полиса) должно быть предписано или рекомендовано законом или условиями трудового договора участвовать в такой программе; *b)* такая программа должна функционировать от имени группы лиц и ограничиваться членами этой группы; и *c)* работодатели должны делать взносы от имени работников. Такие страховые программы могут находиться под управлением либо работодателей, либо той или иной третьей стороны. Отчисления на социальное страхование можно разбить на следующие категории:

- социальное страхование;
- пенсионные фонды;
- медицинское страхование;
- срочное страхование жизни;
- прочие выплаты.

4.68. Работодатели могут по своему усмотрению предлагать наемным работникам выплаты по болезни, беременности и родам, производственной травме, а также семейные пособия, выходные пособия и другие льготы для работников, при этом такие выплаты учитываются как часть заработной платы и окладов работников.

4. Прочие расходы

a) Закупки товаров и услуг

4.69. В закупки товаров и услуг входит стоимость всех товаров и услуг, приобретенных в течение отчетного периода для перепродажи или использования в производственном процессе, права на которые приобрело данное торговое заведение, исключая основные фонды, потребление которых регистрируется как потребление основного капитала [амортизация (позиция 11.4)].

Указанные товары и услуги могут: *a*) перепродаваться с последующим видоизменением или без видоизменения, *b*) полностью использоваться в производственном процессе или *c*) помещаться на хранение.

4.70. В такие закупки включаются материалы, напрямую входящие в производимую продукцию (сырье, готовые детали (полуфабрикаты), компоненты и т. д., которые физически включаются в продукцию данного заведения), плюс не входящие в основные фонды мелкие инструменты и оборудование. Должно включаться топливо, непосредственно входящее в конечный продукт, а также топливо, используемое для выработки электроэнергии, добычи газа или производства пара как для собственных нужд, так и для реализации. Сюда включается также стоимость потребляемых в ходе производственного процесса вспомогательных материалов (смазочные материалы, вода, полирующие составы, упаковка, материалы для ремонта и технического обслуживания, а также канцелярские товары). В этот переменный показатель включаются закупки материалов, используемых для создания основных фондов за собственный счет и их капитального ремонта, осуществляемого данной торговой единицей.

4.71. Если конкретное заведение отдает часть работ на субподряд другим заведениям, включая отдельные заведения одного и того же предприятия, и снабжает их для этой цели сырьевыми, расходными и прочими материалами, стоимость таких сырьевых и расходных материалов также должна включаться в эту позицию.

4.72. Также включаются расходы на приобретение услуг в течение отчетного периода, вне зависимости от того, являются ли такие услуги промышленными или непромышленными. Также включается оплата всех работ, осуществленных третьими сторонами от имени торговой единицы, включая текущий ремонт и техобслуживание, работы по монтажу и технические исследования. Из этой позиции исключаются суммы, выплачиваемые за монтаж капитального оборудования и стоимость капитализированного оборудования.

4.73. Из общего объема закупок товаров и услуг исключаются затраты, классифицируемые как финансовые расходы или чрезвычайные расходы в счетах торговых единиц.

4.74. Стоимость закупок товаров и услуг должна вычисляться по закупочным ценам, т. е. по ценам, по которым они доставляются до данного заведения, включая транспортные расходы, выставленные в счете-фактуре производителем или другими организациями; стоимость страхования; стоимость упаковочных материалов, за которые взимается плата; и также все налоги и пошлины на данные товары, исключая, однако, где это применимо, подлежащий вычету налог на добавленную стоимость (НДС). Из указанной стоимости должны вычитаться скидки (включая скидки при оплате наличными, если они списываются со стоимости покупки в соответствующей отчетности) или скидки, предусмотренные для покупателей, а также стоимость упаковочных материалов, возвращаемых поставщикам. В случаях самостоятельной перевозки закупаемых товаров статистической единицей соответствующие расходы не должны учитываться в их стоимости.

4.75. Товары, полученные данным заведением от других заведений того же предприятия для производства товаров, должны учитываться по стоимости как закупаемые товары. На практике обычно возникает необходимость их учета по балансовой стоимости в счетах отгрузившего их заведения, но при

этом в случаях, когда транспортировка таких товаров до заведения-получателя осуществляется внешними организациями, в стоимость должны включаться транспортные расходы. При возврате товаров после их включения в товарные запасы, эти позиции должны учитываться как продажи на тех же условиях, на которых они были получены (позиция 4.5). Товары, полученные данным заведением от других заведений того же предприятия для их видоизменения, не должны учитываться как закупаемые товары.

Расходы на сырье и материалы, кроме газа, топлива и электроэнергии
(позиция 4.1)

4.76. В эту позицию входит стоимость всех товаров (за исключением основных фондов), поставленных и принятых под контроль данным заведением в течение отчетного периода и находящихся в его владении (или во владении юридического лица, которому принадлежит это заведение). Дата получения товаров должна увязываться с определением товарно-материальных запасов (позиция 6) в том смысле, что товары должны учитываться как полученные на момент включения таких товаров в счет товарно-материальных запасов данного заведения. В качестве альтернативного варианта товары могут учитываться как полученные, когда данное заведение получает право экономической собственности на такие товары. Как правило, сроки, указанные в этом определении, совпадают с датой приобретения права собственности или датой выставления счетов, при этом получаемые из-за границы товары необходимо включать в эту позицию, даже если переход права собственности на них еще не произошел.

Закупки или получение сырья и материалов от других предприятий
(позиция 4.1.1)

4.77. В эту позицию включается стоимость сырья, расходных и аналогичных материалов или готовых деталей (полуфабрикатов), учитываемых в позиции 4.1, которые закупаются или поступают от других предприятий.

Стоимость сырья и материалов, поставляемых другими заведениями одного и того же предприятия (позиция 4.1.2)

4.78. Эта позиция охватывает стоимость сырья, расходных и аналогичных материалов или готовых деталей (полуфабрикатов), закупаемых или производимых одним заведением предприятия и передаваемых другому заведению того же предприятия, которое осуществляет их дальнейшую переработку, включает их в другие продукты или иным образом использует их в собственном производственном процессе. Такие товары должны оцениваться по стоимости, как если бы они были получены от другого предприятия.

Расходы на материалы, используемые для формирования и капитального ремонта основных фондов за собственный счет
(позиция 4.1.3)

4.79. Эта позиция включает расходы на сырье и прочие материалы, закупаемые или получаемые данным заведением для самостоятельного производства основных фондов в целях собственного использования (или для передачи в аренду или лизинг), а также материалы и детали, используемые для капитального ремонта за собственный счет собственных зданий, сооружений,

машин и прочих основных фондов. Сюда включаются материалы и прочее для строительства занимаемых работниками жилья и других служебных помещений, а также для капитального ремонта всех находящихся во владении и в аренде зданий, за исключением жилых зданий.

4.80. Расходы на материалы для формирования основных фондов за собственный счет должны учитываться отдельно в отношении продуктов интеллектуальной собственности, а именно: научных исследований и опытно-конструкторских разработок (позиция 4.1.3.1), создания программного обеспечения и баз данных (позиция 4.1.3.3) и формирования и капитального ремонта основных фондов (позиция 4.1.3.5).

Расходы на закупаемые газ, топливо и электроэнергию (позиция 4.2)

4.81. Эта позиция включает расходы на все объемы закупаемого газа, топлива и электроэнергии, получаемые заведением только в том случае, если они были закуплены для использования в качестве топлива. Энергоносители, закупаемые в качестве сырья или для перепродажи без видоизменения, должны исключаться и учитываться в позициях 4.1 или 4.5, соответственно.

Расходы на закупку отдельных видов топлива и газа (позиция 4.2.1)

4.82. Топливо, входящее в состав производимого продукта или используемое для выработки другой энергии, должно включаться в позицию материалов. Для удобства в эту позицию включаются бензин и другие виды автомобильного топлива. Также включаются топливо и электроэнергия, используемые для отопления и освещения, кроме случаев использования для занимаемых работниками жилых помещений, находящихся во владении или аренде данного заведения. Из этой позиции исключается топливо, производимое и потребляемое одним и тем же заведением.

Расходы на закупаемую электроэнергию (позиция 4.2.2)

4.83. В эту позицию включаются расходы на весь объем электроэнергии, закупленный данным заведением в течение отчетного периода.

Расходы на услуги водоснабжения и канализации (позиция 4.3)

4.84. В эту позицию включаются расходы на весь объем услуг по водоснабжению и канализации, закупленный данным заведением в течение отчетного периода.

Расходы на закупку воды (позиция 4.3.1)

4.85. Эта позиция определяется как общие расходы на весь объем воды, закупленный данным заведением для производственных целей в течение отчетного периода.

Расходы на услуги по канализации (позиция 4.3.3)

4.86. В эту позицию включаются расходы на услуги по канализации, закупленные данным заведением в течение отчетного периода.

Закупка услуг, за исключением арендных платежей (позиция 4.4)

4.87. В эту позицию включаются расходы на все услуги, подлежащие оплате данным заведением в течение отчетного периода, вне зависимости от того, являются ли такие услуги промышленными или непромышленными.

4.88. Эта позиция охватывает суммы, подлежащие оплате данным заведением за договор, комиссию и работы по ремонту и техобслуживанию, осуществленные в течение отчетного периода другими заведениями того же предприятия или другими предприятиями. При осуществлении работ другими предприятиями должны использоваться фактические цены, указанные в счете-фактуре, при этом, где применимо, должен исключаться подлежащий вычету налог на добавленную стоимость. В эту позицию необходимо включать расходы на перевозку груза. При осуществлении работ другими заведениями того же предприятия необходимо использовать эквивалентную коммерческую стоимость по базовым расценкам (за исключением налогов на продукты и транспортных расходов) или делать условную оценку стоимости работ, включая вмененную наценку на накладные расходы и прибыль, а также стоимость использованных материалов и трудозатрат.

4.89. В эту позицию должны также включаться суммы, подлежащие оплате данным заведением в течение отчетного периода за услуги непромышленного характера, такие как услуги связи, транспортные услуги, услуги по рекламе и стимулированию сбыта, финансовые услуги (за исключением выплаты процентов) и прочие непромышленные услуги. В отчетность должны включаться фактические суммы к оплате, за исключением подлежащих вычету налога на добавленную стоимость и прочих удерживаемых налогов.

4.90. Исключаются следующие статьи: выплаченные дивиденды и проценты; выплаченные штрафы и аналогичные пени; покупки патентов и лицензий с безотлагательной оплатой; пожертвования; просроченные долги и амортизация.

Расходы на промышленные услуги, закупаемые и предоставляемые другими заведениями того же предприятия (позиция 4.4.1)

Услуги по техническому обслуживанию, ремонту и монтажу (кроме строительных работ) (позиция 4.4.1.1)

4.91. Эта позиция включает работы промышленного характера по техническому обслуживанию и ремонту, относящиеся к группе 871 CPC (Версия 2), такие как услуги по техническому обслуживанию и ремонту металлоизделий, кроме машин и оборудования; техническое обслуживание и ремонт контрольного оборудования и машин для бухгалтерского учета; техническое обслуживание и ремонт компьютеров и периферийного оборудования; техническое обслуживание и ремонт транспортных машин и оборудования; и техническое обслуживание и ремонт прочих машин и оборудования. В эту позицию включаются платежи за монтаж проданных конкретным заведением товаров на установленной основе и обслуживание проданных товаров, однако из нее исключаются суммы, выплачиваемые за монтаж и капитальный ремонт основных фондов.

Работы на подрядной и комиссионной основе (позиция 4.4.1.2)

4.92. Эта позиция охватывает платежи, которые сделаны тем или иным заведением за работы, переданные во внешний подряд другой единице.

Внешний подряд [см. также «Внешний подряд» (пункты 1.25–1.29)] производственных процессов имеет место, когда единица-заказчик (заказчик) заключает договор подряда с другой производственной единицей (подрядчиком) на осуществление конкретных функций, составляющих полный набор или часть видов деятельности заказчика в рамках производства товара или услуги. Внешний подряд может принимать три формы, а именно: *a)* внешний подряд вспомогательных функций; *b)* внешний подряд частей производственного процесса; и *c)* внешний подряд всего производственного процесса. Применительно к единицам розничной и оптовой торговли эта позиция охватывает в основном платежи, осуществляемые данным заведением за функции, передаваемые субподрядчикам. К таким функциям может относиться уборка помещений, бухгалтерские или компьютерные услуги. Сюда также включаются платежи, совершаемые через субподрядчиков в адрес домашних работников, не включенных в фонд оплаты труда [временно-наемная занятость (позиция 4.4.1.2.1)].

Расходы на непромышленные услуги, закупленные, а также предоставленные другими заведениями того же предприятия
(позиция 4.4.2)

Техническое обслуживание и ремонт зданий и сооружений
(позиция 4.4.2.1)

4.93. Эта позиция охватывает работы по текущему ремонту и техническому обслуживанию зданий и прочих сооружений данного заведения, а также арендуемых зданий, за исключением жилых помещений. В эту позицию не должны включаться расходы на ремонт и техническое обслуживание занимаемых работниками жилых помещений, но их следует учитывать отдельно в целях вычисления общих расходов на жилье работников, принимаемых на себя работодателями в качестве компенсации труда работников в натуральной форме.

Услуги связи (позиция 4.4.2.2)

4.94. Эта позиция включает оплачиваемые данным заведением расходы на приобретение почтовых и телекоммуникационных услуг, включая услуги мобильной телефонной связи, факсимильной связи, Интернета и т. д.

Транспортные услуги (позиция 4.4.2.3)

4.95. Эта позиция включает оплачиваемые данным заведением расходы исключительно на наемный транспорт. Перевозки, осуществляемые самой единицей, в эту позицию не включаются, поскольку расходы на них учитываются по другим позициям.

Рекламно-маркетинговые услуги (позиция 4.4.2.4)

4.96. Эта позиция включает все оплачиваемые данным заведением расходы на рекламу по телевидению, в газетах и других средствах массовой информации, а также платежи за продвижение товара на рынок и платежи за деятельность по исследованию конъюнктуры рынков и за деятельность по связям с общественностью, осуществляемую третьей стороной. Из этой позиции должны быть исключены исследования конъюнктуры рынков, осуществляемые самой единицей.

Финансовые услуги (позиция 4.4.2.5)

4.97. Эта позиция включает гонорары и сборы, выплачиваемые напрямую за услуги финансового посредничества, а также косвенные издержки на цели финансирования приобретения основных фондов: например, расходы на эмиссию ценных бумаг, такие как указанные расходы, комиссии фирм-гарантов и регистрационные сборы, а также расходы на обслуживание кредитов. Сюда не включаются выплаты процентов.

Прочие непромышленные услуги (позиция 4.4.2.9)

4.98. Эта позиция включает приобретение таких услуг, как юридические услуги, бухгалтерские и счетоводческие услуги, управленческие и консультационные услуги, развлечения, проездные расходы и суточные работников, взносы в торгово-промышленные и профессиональные ассоциации, подписку на газеты и другие периодические издания, расходы на проведение заседаний управляющих органов и собраний акционеров компании и прочие услуги, не включенные в другие категории. В эту категорию также должны включаться патентные и лицензионные сборы (за исключением покупки патентов и лицензий с безотлагательной оплатой).

Закупка товаров и услуг для перепродажи в том же состоянии, в котором они были получены (позиция 4.5)

4.99. Эта позиция включает стоимость всех товаров и услуг, закупленных у других предприятий или произведенных или закупленных другими заведениями одного и того же предприятия и переданных данному торговому заведению с переходом прав собственности в целях перепродажи третьим лицам без видоизменения. Перепродажа без видоизменения включает сортировку, отбор и формирование ассортимента, смешивание, розлив в бутылки, упаковку, расфасовку на мелкие партии и переупаковку товаров и т. д.

4.100. Закупки товаров должны фиксироваться в отчетности без учета возвратов, скидок, вычетов и прочих полученных льгот. Исключается стоимость товаров и услуг, реализованных третьим лицам на комиссионной основе, поскольку такие товары не покупаются и не продаются получающим комиссию агентом. Упомянутые выше услуги в целях перепродажи представляют собой конечный продукт деятельности в сфере услуг; права на использование заранее оговоренных услуг (таких, как услуги факсимильной связи или фотокопирования) или материальную поддержку предоставления услуг (например, оплата третьей стороне за доставку ваших товаров, а затем отнесение транспортных расходов на счет покупателя их клиента).

4.101. Стоимость закупки товаров должна вычисляться по ценам покупки с учетом доставки до конкретной торговой единицы, включая доставку и аналогичные расходы, связанные с закупкой (например, транспортные расходы, стоимость страховки, стоимость упаковки и т. д.), а также все налоги и пошлины на поставляемые товары, исключая при этом подлежащий вычету налог на добавленную стоимость и прочие подлежащие вычету налоги, напрямую связанные с товарооборотом. В закупочную цену данной единицы должна также включаться стоимость товаров, передаваемых в зачет или в обмен на поставленные товары. Товары, передаваемые другими заведениями одного и того же предприятия, должны оцениваться как закупаемые товары. Когда

это практически невозможно, передача товаров может оцениваться по себестоимости предприятия с учетом доставки до данного заведения, иными словами, по первоначальной закупочной цене, включая доставку и аналогичные расходы, трудозатраты и напрямую использованные материалы и, возможно, накладные расходы.

4.102. Рекомендуется отдельно учитывать закупки теми или иными единицами товаров и услуг в целях перепродажи в том же состоянии, в котором они были получены, в разбивке по следующим категориям: *a*) топливо (позиция 4.5.1); *b*) детали автомобилей и мотоциклов, используемые исключительно в целях ремонта и технического обслуживания (позиция 4.5.2); *c*) все прочие товары (позиция 4.5.3); и *d*) услуги, закупленные в целях перепродажи без дальнейшей обработки (позиция 4.5.4).

4.103. С учетом практики различных стран в части регистрации закупок цена закупаемых продуктов должна корректироваться в зависимости от изменения товарных запасов для перепродажи. Некоторые страны учитывают закупки товаров для перепродажи, когда они поступают в производственный процесс; другие страны, наоборот, учитывают закупки на момент приобретения или выставления счета-фактуры. Следует ожидать, что закупки в последней группе стран будут скорректированы с учетом изменения товарных запасов для перепродажи и, более того, с учетом стоимости любых прибылей или убытков в результате владения активами, включенной в цены закупленных товаров, с тем чтобы их можно было рассчитать, исходя из преобладающих цен на момент перепродажи.

4.104. В качестве альтернативы классификации товарооборота (продаж) по отдельным товарам рекомендуется разбивка закупок по товарам. Несмотря на различные наценки и скорость оборачиваемости товарных запасов, часто бывает легче собрать данные по закупкам в разбивке по товарам, особенно применительно к розничным торговым заведениям, поскольку они имеют меньше счетов-фактур на покупку, чем на продажу, причем такие данные можно получить из бухгалтерской отчетности, а не из отдельных счетов-фактур.

4.105. Перечисленные ниже позиции данных включаются в общие закупки товаров и услуг. Этот список дает весьма полную и детальную разбивку общей структуры закупок. В некоторых странах могут иметься в наличии данные только по комбинации некоторых позиций или мелкие позиции могут группироваться с одной более существенной позицией. Странам рекомендуется определять отдельно те позиции из приведенного списка, которые важны для их экономики, но при этом по возможности полно и точно собирать и обрабатывать данные о закупках товаров и услуг. Сбор данных по закупкам на таком подробном уровне рекомендуется также осуществлять в ходе редко проводимых обследований.

Арендные платежи (позиция 4.6)

4.106. Эта позиция включает все расходы, оплачиваемые данной единицей за наем, лизинг или аренду основных фондов и нежилых зданий. Отсюда исключаются платежи по договорам финансового лизинга. Арендные платежи можно разделить на следующие категории:

- a*) арендные платежи за машины и оборудование (позиция 4.6.1);
- b*) арендные платежи за здания и сооружения (позиция 4.6.2).

Страховые премии, выплачиваемые на имущество заведения, за исключением страхования жизни (позиция 4.7)

4.107. Эта позиция включает страховые премии (исключая страхование жизни), подлежащие выплате конкретной единицей в течение отчетного периода на имущество такой единицы (например, за страхование от ущерба, связанного с пожаром, стихийными бедствиями, убытками и т. д.).

5. Товарооборот, продажи, отгрузки, поступления за оказанные услуги и прочие доходы

а) Товарооборот, продажи, отгрузки, поступления за оказанные услуги и прочие доходы

4.108. Эта позиция состоит из общих сумм по счетам-фактурам, выставленным конкретным заведением в течение отчетного периода, и соответствует рыночным продажам (отгруженные товары³⁶, поступления от оказанных услуг и прочие доходы) товаров и услуг какой-либо торговой единицы другим предприятиям или переданных другим заведениям одного и того же предприятия. Товарооборот³⁷ должен исключать налог на добавленную стоимость и прочие аналогичные вычитаемые налоги, напрямую связанные с продажами, а также все пошлины и налоги на продукты по счетам-фактурам, выставленным торговой единицей, при этом показатель товарооборота после оценки равен оценке его стоимости по первичным ценам. Сюда включаются все прочие внесенные в счета-фактуры расходы на транспортировку, упаковку и т. д., переносимые на потребителя, даже если такие расходы указываются в счете отдельной позицией. При этом необходимо вычитать возвраты, скидки и аналогичные ценовые льготы, предоставленные на возвращаемые товары, и стоимость возвратной упаковки.

4.109. В эту позицию включаются все товарные позиции, произведенные конкретным заведением или для самого такого заведения из его собственных материалов, как проданные, так и переданные другим заведениям того же предприятия или отгруженные на условиях консигнации. Чистая продажная стоимость продуктов, изготовленных одним заведением на договорной основе из материалов, принадлежащих другому заведению, должна включаться в отчетность заведения, предоставившего эти материалы.

4.110. В принципе, продажи другим заведениям одного и того же предприятия должны оцениваться как рыночные продажи. На практике, однако, может возникнуть необходимость учитывать такие операции по балансовой стоимости. Балансовая стоимость или себестоимость производства равна сумме расходов на материалы и услуги, оплаты труда работников, прочих налогов на производство, амортизации используемых в этом производстве основных фондов и, если возможно, вмененной наценке на накладные расходы и прибыль. В случае участия обоих видов заведений в программе реализации получающее товар заведение должно учитывать одни и те же товарные позиции как закупки по такой же стоимости, что и продажи отгрузившего их заведения.

4.111. Эта позиция также включает продажи товаров и услуг, закупленных для перепродажи, а также комиссионные платежи и сборы от продажи товаров от имени третьих лиц, а также все поступления от оказанных промышленных услуг, такие как поступления за подрядные работы в интересах третьих лиц, ремонтно-монтажные работы, научные исследования и опытно-конструкторские разработки промышленного характера.

³⁶ Показатель стоимости отгруженных товаров заменяет стоимость продаж, когда данное заведение поставляет товар другим заведениям того же предприятия.

³⁷ Здесь и далее эта позиция будет именоваться кратким названием «товарооборот».

4.112. Сюда включаются также поступления от видов деятельности, отличающихся от продажи товаров и оказания промышленных услуг, таких как поступления от сдачи в аренду или лизинг зданий, машин и оборудования, и все прочие поступления, а также стоимость основных фондов, произведенных или построенных данным заведением для собственного пользования.

4.113. Для обозначения доходов статистических единиц в экономической статистике и бухгалтерском учете хозяйственной деятельности такие термины, как «товарооборот», «продажи», «поступления», «отгрузки» применяются на взаимозаменяемой основе. Термин «товарооборот» был определен как подходящий для целей настоящих рекомендаций; при этом, однако, следует признать, что между разными странами существуют широкие различия в отношении сферы охвата различных видов доходов. Краткий обзор взаимосвязей между понятиями товарооборота, продаж, доходов и поступлений в плане входящих в них элементов дается в приводимой ниже таблице IV.1:

Таблица IV.1

Сравнение понятий товарооборота/продаж, прибыли и поступлений

Составной элемент	Товарооборот/ продажи	Доход от текущей деятельности	Общий доход	Общие поступления
Валовой объем продажи товаров	Да	Да	Да	Да
Оказание услуг	Да	Да	Да	Да
Доставка и обработка грузов	Да	Да	Да	Да
Монтаж	Да	Да	Да	Да
Техническое обслуживание и ремонт	Да	Да	Да	Да
Переделка	Да	Да	Да	Да
Хранение	Да	Да	Да	Да
Поступления от сдачи в аренду автотранспортных средств, оборудования, приборов, инструментов и прочих товаров	Да	Да	Да	Да
Комиссионные вознаграждения за организацию финансирования	Да	Да	Да	Да
Платежи за незавершенное производство	Да	Да	Да	Да
Рыночная стоимость компенсации, полученной вместо денежных средств	Да	Да	Да	Да
Валовой объем продаж, осуществляемых подразделениями, концессионными объектами, игровыми и торговыми автоматами, операторами которых являются сторонние организации	Да	Нет	Нет	Да
Доля продаж единиц, осуществляемых подразделениями, концессионными объектами, игровыми и торговыми автоматами, операторами которых являются сторонние организации	Нет	Да	Да	Нет
Суммы, полученные за работу, переданную в субподряд другим сторонам	Да	Нет	Нет	Да
Потребление, продажи и налоги на добавленную стоимость	Нет	Нет	Нет	Да
Поступления от продажи недвижимости, инвестиций или иных активов, сохраняемых для перепродажи	Нет	Нет	Нет	Да

Составной элемент	Товарооборот/ продажи	Доход от текущей деятельности	Общий доход	Общие поступления
Доход от процентов и дивидендов	Нет	Нет	Да	Да
Аренда недвижимости	Нет	Нет	Да	Да
Взносы, подарки, ссуды и дотации	Нет	Нет	Да	Да
Снижение цен, возвраты платежей, скидки и возвратная упаковка	Нет	Нет	Нет	Нет
Все пошлины и налоги на товары или услуги, включенные в выставленные предприятием счета-фактуры	Нет	Нет	Нет	Нет
Субсидии на текущую деятельность, полученные от государственных органов	Нет	Нет	Нет	Нет

Источник: *Compilation Manual for an Index of Service Production* (Paris, Organization for Economic Cooperation and Development, 2007), см. по адресу: www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html.

Продажи/товарооборот/стоимость отгрузок, включая передачу товаров другим заведениям одного и того же предприятия (позиция 5.1)

4.114. Эта позиция включает стоимость продаж, товарооборот, стоимость отгрузок, включая передачу за отчетный период другим заведениям одного и того же предприятия всех товаров, произведенных данным заведением как в течение отчетного периода, так и в предшествующие периоды (иными словами, всех товаров, отчужденных данным заведением за отчетный период; сюда необходимо включать все товары, отгруженные за границу для продажи или обработки, даже несмотря на то, что право собственности на них еще не перешло). В число товаров, произведенных данным заведением, включаются товары, произведенные другими организациями из материалов, поставленных этим заведением.

4.115. Стоимость отгруженных товаров должна вычисляться по цене заведения, назначенной для потребителя, будь то отпускная цена или цена с доставкой, включая все расходы, включенные в выставленные клиентам счета-фактуры, даже если такие расходы включены в отдельные счета применительно к транспортным операциям (как осуществляемым данным заведением своими транспортными средствами, так и осуществляемым внешними организациями), утраченной упаковке и т. д. Из этой позиции должны вычитаться возвраты денежных средств, ценовые скидки и льготы на возвращаемые товары, предоставляемые потребителям, а также стоимость возвратной упаковки. Сюда включаются скидки в денежной форме, вычитаемые из объема продаж в отчетности по продажам. Из стоимостной оценки должны исключаться все пошлины и налоги, налагаемые на отгружаемые с завода продукты, в том числе налог на добавленную стоимость, включаемый в счет-фактуру производителя для клиента, в случае если применима система взимания налога на добавленную стоимость.

Стоимость продажи/товарооборот/стоимость отгрузок по товарам, произведенным конкретным заведением (позиция 5.1.1)

4.116. Эта позиция включает продажи или отгрузки товаров, произведенных конкретным заведением, другим предприятиям, а также другим заведениям того же самого предприятия, включая передачу товаров опто-

вым и розничным торговым заведениям того предприятия, по которому ведутся отдельные счета. Сюда должны также включаться передачи продукции заведения-производителя другому заведению того же предприятия для дальнейшей обработки. Такая продукция должна оцениваться как продаваемая независимому предприятию. Если это невозможно, отчетность должна составляться по фактической себестоимости производства. Также в эту позицию включаются продажи или отгрузки произведенных данным заведением товаров, поставленных клиентам на экспорт, а также передача товаров зарубежным филиалам.

Продажи/товарооборот/стоимость отгрузок по всем товарам и услугам, закупленным для целей перепродажи на тех же условиях, на которых они были получены (позиция 5.1.2)

4.117. Эта позиция включает стоимость продажи/товарооборот по товарам и услугам, проданным или обмененным торговой единицей за свой собственный счет. Из этого показателя продаж/товарооборота должны исключаться налог на добавленную стоимость и прочие аналогичные подлежащие удержанию налоги, напрямую связанные с продажами/товарооборотом, которые удерживаются с покупателей и выплачиваются напрямую государственным налоговым органам, а также все налоги и сборы на товары и услуги, которые данная единица включила в выставленные ею счета-фактуры. В эту позицию включаются также все прочие включенные в счета-фактуры расходы на транспортировку, упаковку и т. д., переносимые на покупателя, даже если такие расходы включены в счета отдельными позициями. Из этого показателя продаж/товарооборота должны вычитаться возвраты денежных средств, ценовые скидки и аналогичные льготы на возвращаемые товары, предоставляемые потребителям, а также стоимость возвратной упаковки.

4.118. Эта позиция также включает товары, изъятые владельцами у торговой единицы для собственного использования. Стоимость этих товаров должна вычисляться по надлежащей рыночной цене (иными словами, как если бы они были проданы потребителю). Если это невозможно, изъятые владельцами товары должны оцениваться по стоимости приобретения.

4.119. Товары и услуги, закупаемые в целях перепродажи, могут продаваться либо конечным потребителям, либо другим предприятиям или передаваться другим заведениям того же самого предприятия.

Продажи по подарочным картам (позиция 5.1.2.1)

4.120. В эту позицию данных входят продажи/товарооборот по подарочным картам. Подарочная карта представляет собой предоплаченную карту, функция которой аналогична подарочному сертификату, и она может использоваться для покупки товаров в определенном магазине. Следуя общепринятым принципам бухгалтерского учета, продажи по подарочным картам включаются в розничные продажи/товарооборот единиц на момент погашения подарочной карты.

Комиссионные выплаты и гонорары за продажу товаров и оказание услуг за счет других лиц (позиция 5.1.3)

4.121. Эта позиция включает комиссионные выплаты/гонорары, получаемые торговыми агентами за продажу товаров или услуг за счет других лиц (иными словами, комиссионная оптовая и розничная торговля, при которой

данная единица не имеет прав собственности на продаваемые товары). В эту позицию должны включаться комиссионные выплаты/гонорары, а не полная цена продажи. Должны также включаться все прочие понесенные и перенесенные на потребителей расходы.

Поступления за производственные работы, выполненные для других предприятий, и за производственные услуги, оказанные другим предприятиям (позиция 5.1.4)

Работы на условиях подряда и на комиссионной основе (позиция 5.1.4.1)

4.122. Эта позиция охватывает доходы от работ на условиях подряда и на комиссионной основе. К работам на условиях подряда и на комиссионной основе относятся те случаи, когда производственная единица (подрядчик) выполняет в соответствии с инструкциями другой производственной единицы (заказчика) функции по осуществлению всей или части деятельности, требуемой для производства какого-либо товара или оказания услуги (см. также «внешний подряд», пункты 1.25–1.29).

Услуги по техническому обслуживанию, ремонту и монтажу (кроме строительства) (позиция 5.1.4.2)

4.123. Эта позиция включает поступления от услуг по техническому обслуживанию, ремонту, переделке, хранению и прочих подобных услуг.

Прочие доходы (позиция 5.2)

4.124. Эта позиция охватывает доходы, полученные данной единицей от видов деятельности, отличающихся от продажи товаров или оказания услуг, которые не всегда можно установить на уровне заведения. Включаемые в отчетность стоимостные показатели должны представлять собой фактически полученные суммы, исключая налог на добавленную стоимость и иные аналогичные подлежащие удержанию налоги, напрямую связанные с продажами, а также все пошлины и налоги на товары и услуги, которые данная единица включила в выставленные ею счета-фактуры. Отдельно должна учитываться информация о доходах от сдачи в аренду или лизинг машин и оборудования (позиция 5.2.1) и от сдачи в аренду или лизинг зданий (позиция 5.2.2). Машин и оборудование включают автотранспортные средства, машины, приборы и инструменты.

4.125. Все остальные доходы, не включенные в указанные выше категории, необходимо включать в позицию 5.2.3 «Прочие доходы, не включенные в другие категории». К ним относятся:

- a) доходы от эксплуатации столовых, общежитий, лагерей и прочих объектов для персонала, кроме жилых единиц (платежи, получаемые от аренды жилья для работников, сюда не должны включаться, а, скорее, должны вычитаться из расходов на жилье для работников по категории оплаты труда в натуральной форме);
- b) доходы от транспортных услуг, предоставляемых другим лицам, иных, чем доставка собственной продукции [последние должны включаться в стоимость продаж/товарооборота/отгрузок (позиция 5.1)];
- c) доходы от продаж лома;

- d) доходы от хранения товаров, предоставления складских помещений и аналогичных помещений, включая холодильные склады;
- e) комиссионные вознаграждения за организацию финансирования;
- f) доходы от прав на использование патентов, товарных знаков, авторских прав и аналогичных им прав, таких как права на ведение производственной деятельности и разработку карьеров, техническое «ноу-хау»;
- g) дилерские наценки и прочие перенесенные затраты по сделкам с поддержанными товарами и ломом, землей, нематериальными активами (финансовыми требованиями, имущественным наймом, правами на разработку недр, патентами); к ним относятся также брокерские комиссионные вознаграждения, адвокатские гонорары и аналогичные выплаты, которые представляют собой только конечные затраты по таким сделкам; эти конечные затраты могут быть распределены между продавцом и покупателем, а в некоторых случаях могут быть отнесены на счет покупателя;
- h) все прочие доходы, получаемые в результате производства товаров или оказания услуг.

4.126. В данную категорию не должны включаться следующие позиции, которые не связаны с производством товаров и оказанием услуг статистической единицей:

- получаемые дивиденды;
- доходы по процентам и в результате скидок;
- доходы от продажи патентов и лицензий с безотлагательным расчетом;
- доходы от продажи земли и бывших в употреблении основных фондов.

Стоимость основных фондов, созданных за собственный счет
(позиция 5.3)

4.127. Эта позиция включает стоимость всех основных фондов, таких как здания и сооружения, машины и оборудование и т. д., произведенных или построенных данным заведением в течение отчетного периода для своего собственного использования и имеющих срок эксплуатации свыше одного года, а также расходы на расширения, переделки, улучшения и капитальный ремонт, которые осуществлялись самим заведением с применением собственной рабочей силы и которые продлили срок эксплуатации или повысили производственную мощность существующих основных фондов. Сюда также включаются основные фонды, произведенные в целях сдачи в аренду или лизинг.

4.128. Основные фонды, созданные за собственный счет, должны включаться в отчетность на момент завершения работ, когда данный актив становится составной частью накопленных основных фондов заведения. В принципе стоимостная оценка должна осуществляться, исходя из базовых цен на аналогичные активы, продаваемые на рынке. Тем не менее зачастую возникает необходимость условного начисления производственных расходов, используя информацию по позиции 3.1.1.5 «Заработная плата и оклады наемных работников, занятых накоплением основных фондов и капитальным ремонтом за собственный счет» и позиции 4.1.3 «Расходы на материалы, используемые для создания и капитального ремонта основных фондов за собственный счет».

b) Электронная торговля*Продажи/товарооборот/стоимость отгрузок/поступления за оказанные услуги и прочие доходы от электронной торговли (позиция 5.4)*

4.129. Продажи по системе электронной торговли представляют собой продажи товаров и услуг, когда заказ размещается покупателем или когда цена и условия продажи согласовываются по каналам Интернета, экстранета, электронной системы обмена данными (ЭДИ) или иных онлайн-систем. Платеж может производиться как в онлайн-режиме, так и в обычном режиме (см. пункт 3.32). Некоторые страны в своих вопросниках по сфере розничной и оптовой торговли имеют особую позицию для электронной торговли в рамках раздела под названием «в том числе». Тем странам, которые еще не признали электронную торговлю в качестве отдельной категории, рекомендуется либо провести национальное обследование по вопросам электронной торговли, либо дополнить проводимые экономические обследования вопросами об электронных продажах.

4.130. Эта позиция включает стоимость продаж всех товаров и услуг, реализованных по каналам компьютерных сетей (электронная торговля). Сюда включаются как сделки «предприятие-предприятие», так и сделки «предприятие-потребитель». Доходы от электронных продаж входят в качестве составной части в позицию 5 а, «Товарооборот, продажи, отгрузки, поступления за оказанные услуги и прочие доходы».

4.131. Электронные торговые сделки заключаются между покупателями и продавцами, однако обычно рекомендуется измерять их объем исходя из данных, сообщаемых продавцами. Измерение электронных операций в сфере розничной и оптовой торговли является сложной и часто не прямолинейной процедурой в силу целого ряда факторов, включая проблемы, касающиеся определения того, что же следует относить к электронной торговле, и учитывая тот факт, что могут проводиться многочисленные Интернет-сделки со множеством участников, а также тот факт, что во многих случаях статистические единицы могут одновременно осуществлять как электронную, так и традиционную торговлю.

4.132. Далее приводятся примеры электронных операций, актуальных для сферы розничной и оптовой торговли: книги или компакт-диски, купленные/проданные через Интернет; какое-либо физическое лицо или компания звонит по бесплатному номеру телефона и заказывает компьютер, используя интерактивную телефонную систему продавца; на электронной торговой площадке ведутся продажи комплектующих деталей для других компаний, иными словами, та или иная компания закупает, например, канцелярские расходные материалы в онлайн-режиме или через электронный аукцион; розничная торговая точка заказывает товар, используя сеть электронного обмена данными или сеть экстранет поставщика. Из категории электронной торговли рекомендуется исключать бесплатные операции, такие как скачивание бесплатного программного обеспечения из Интернета.

c) Позиции данных по количественному параметру*Стоимость товарооборота в разбивке по категориям продуктов (позиция Q5.1)*

4.133. Продажи/товарооборот единицы розничной и оптовой торговли можно разбить на категории по различным продуктам или группам продук-

тов, включаемых в счета-фактуры самой единицы, вне зависимости от того, проводится ли эта торговля за собственный счет или от имени других лиц. Торговые продажи/товарооборот можно разбить на категории продукции как для товаров, так и для услуг в соответствии с Классификацией основных продуктов (СРС, Версия 2)³⁸ или другими международными/национальными классификациями продуктов.

³⁸<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regct.asp?Lg=1>.

Разбивка товарооборота по категориям

4.134. В раздел G МСОК (Rev. 4) включены статистические единицы, осуществляющие широкий спектр видов деятельности в сфере розничной и оптовой торговли. Такая разбивка предназначена для подробного описания структуры данного раздела. Предполагается, что на детализованном уровне статистические единицы осуществляют более однородные виды деятельности; и, таким образом, чем детальнее разбивка, тем большей пользы для национальных и международных целей можно ожидать от данных по товарообороту. Кроме того, чем больше число подразделяемых видов деятельности, тем более объективно можно оценить вклад каждого отдельного подраздела или группы в общие показатели товарооборота, продаж, отгрузки, поступлений за оказанные услуги и прочих доходов (позиция 5 а).

4.135. На практике, однако, существует ограничение уровня надежной разбивки данных по товарообороту/продажам. Каждая классификация предъявляет серьезные запросы к респондентам и требует наличия подробной отчетности. Вследствие этого, информация о товарообороте, по которой требуется детальная разбивка, должна ограничиваться теми показателями, по которым данная статистическая единица вероятнее всего будет иметь отчетность. В целях проведения более углубленного анализа сектора розничной и оптовой торговли в целом и по трем его подразделам, а также достижения гармонизации при составлении и международной сопоставимости предоставляемых данных, рекомендуются следующие виды разбивки товарооборота:

- по видам деятельности;
- по группам продуктов;
- по классам размера предприятий.

Товарооборот в разбивке по видам деятельности

4.136. Товарооборот в разбивке по видам деятельности должен осуществляться исходя из двух аспектов: один — актуальный для более детализованного уровня МСОК, и другой — разбивка товарооборота в соответствии с любой из представленных выше переменных величин классификации (см. пункты 4.8 и 4.9). В любом случае, когда возникает необходимость в получении конкретных переменных величин товарооборота на национальном уровне, странам рекомендуется принять решение о наиболее актуальных типах разбивки для удовлетворения своих собственных требований. Рекомендуемые виды разбивки предусматривают возможность перекрестной классификации товарооборота (иными словами, товарооборот оптовой торговли (46), например, будет представлен как группами МСОК, так и классами размера предприятий), еще более усиливая, таким образом, аналитические возможности данных.

4.137. В целях настоящих рекомендаций разбивка по видам деятельности для годовых данных должна осуществляться не менее чем на трехзначном

уровне (групп) МСОК (Rev. 4). Странам рекомендуется собирать такую информацию чаще, чем один раз в год — например, ежемесячно или ежеквартально, — поскольку рекомендуемым уровнем разбивки таких данных по видам деятельности является двузначный уровень (подразделы) МСОК, Rev. 4 (см. главу IX, «Распространение данных»).

4.138. Должна производиться дальнейшая разбивка товарооборота на следующие категории:

- a) товарооборот по основному виду деятельности (один из классов раздела G МСОК, Rev. 4);
- b) товарооборот по второстепенным видам деятельности, если таковые имеются:
 - i) деятельность в сфере сельского, лесного и рыбного хозяйства,
 - ii) промышленные виды деятельности,
 - iii) прочие виды деятельности в сфере услуг.

4.139. В дополнение к своей основной деятельности большинство производственных единиц осуществляют по крайней мере некоторые второстепенные виды деятельности. Если выпуск продукции, получаемой от второстепенной деятельности, является существенным и отчетность позволяет его выявить, то такая продукция должна рассматриваться как деятельность отдельного заведения (см. пункт 3.9). В противном случае, может оказаться полезным измерять объем второстепенных видов деятельности, осуществляемых торговыми единицами. Такая разбивка имеет вторую (более низкую) приоритетность, и, таким образом, второстепенные виды деятельности представлены в виде трех больших групп. Такие данные можно собирать по более продолжительным периодам (например, каждые пять лет).

4.140. Торговые единицы, отнесенные к подразделу 46 (оптовая торговля) отделяются от тех, которые отнесены к подразделу 47 (розничная торговля), прежде всего исходя из преобладающего типа клиентов. Дальнейшая разбивка оптового товарооборота по виду клиентов может оказаться затруднительной, если единицы не ведут подробную отчетность. Если отсутствуют точные цифры, то рекомендуется, чтобы оптовые торговые единицы давали собственные наиболее обоснованные оценки.

Товарооборот в разбивке по группам продуктов

4.141. Товарооборот той или иной единицы розничной и оптовой торговли может подразделяться по различным продуктам или группам продуктам, включаемых в свои счета-фактуры самой единицей, вне зависимости от того, идет ли речь о торговле за собственный счет или от имени других лиц. Рекомендуется разбивать торговый товарооборот по продуктам (позиция данных Q5.1) в отношении как товаров, так и услуг в соответствии с Классификацией основных продуктов (СРС, Версия 2).

4.142. Рекомендуется также предоставление данных по товарообороту на детализованном уровне Классификации индивидуального потребления по целям (КИПЦ), поскольку это облегчает подсчет расходов на личное потребление домохозяйств в национальных счетах.

4.143. Рекомендуется следующая сводная разбивка товарооборота по продуктам (см. также пункт 1.19):

- пищевые продукты, напитки и табачные изделия;

- одежда и обувь;
- бытовые приборы, изделия и оборудование,
в том числе: мебель;
- машины, оборудование и вспомогательные материалы,
в том числе: оборудование для обработки информации
в том числе: автотранспортные средства и относящиеся к ним
товары;
- товары личного пользования и прочие товары;
- строительные материалы;
- прочее.

Товарооборот в разбивке по классам размера предприятий

4.144. Классы размера предприятий определяются исходя из средней численности работников в течение отчетного периода, а не исходя из годового товарооборота, поскольку последний показатель может варьироваться в широких пределах от одной страны к другой (см. пункты 3.47–3.53). Рекомендуемыми уровнями разбивки по классам размера являются следующие: 1, 2–9, 10–19, 20–49, 50–249 и 250 и более работников.

6. Товарно-материальные запасы

Общие товарно-материальные запасы (позиция 6.1)

4.145. Эта позиция включает стоимость всех товарно-материальных запасов, находящихся в собственности головного предприятия и находящихся на хранении или под контролем заведения либо на территории самого заведения, либо в другом месте. Сюда также должны включаться товарно-материальные запасы, хранящиеся во вспомогательных единицах, таможенных или товарных складах, на консигнации или в процессе транспортировки, а также материалы, находящиеся в процессе производства, переработки или сборки на условиях комиссии и принадлежащие другим лицам. Следует исключать материалы, находящиеся в собственности других лиц, но на хранении данной единицы для обработки. Товарно-материальные запасы за рубежом или находящиеся в процессе транспортировки за рубежом должны включаться в случае, если они находятся в хозяйственном владении единицы, хранящей данные запасы.

4.146. Информация о товарно-материальных запасах требуется для измерения величины изменений товарно-материальных запасов (позиция 6.1.3). Изменения товарно-материальных запасов представляют собой разницу (положительную или отрицательную) между стоимостью товарно-материальных запасов на конец отчетного периода (позиция 6.1.2) и их стоимостью на начало отчетного периода (позиция 6.1.1). Они также могут измеряться, исходя из стоимости позиций, вносимых в товарно-материальные запасы за минусом произведенных расходов и любых периодических потерь товаров, входящих в товарно-материальные запасы.

4.147. Изменения товарно-материальных запасов должны оцениваться по закупочным ценам, включая любые пошлины и налоги, выплачиваемые покупателем, и исключая вычитаемый налог на добавленную стоимость, а также исключая любые денежные возвраты или скидки, предоставляемые про-

давцом, если закупки производятся у другой единицы, или по эквивалентным базисным ценам (рыночным ценам, исключая налоги на продукты, транспортные расходы и торговую наценку), или по себестоимости производства, если продукты произведены самой единицей. Себестоимость производства равна сумме стоимости материалов и услуг, оплаты труда работников, других налогов на производство, амортизации основных фондов, использованных в производстве и, если это возможно, вмененных накладных расходов и прибылей.

4.148. В принципе, балансовая стоимость товарно-материальных запасов, отражаемая в бухгалтерской отчетности, используется для оценки изменений их физических объемов (и любых прибылей в результате владения, появляющихся в силу изменения их цен). Когда товарно-материальные запасы оцениваются по их балансовой стоимости, необходимо знать или предполагать ту очередность, в которой товары изымаются из запасов, поскольку изымаемые из запасов позиции должны оцениваться по тем закупочным ценам, по которым данные позиции могут быть замещены на момент их извлечения из запасов, в отличие от закупочных цен, которые могли быть уплачены за них на момент приобретения. Для отчетности об изъятии товаров из запасов статистические единицы в своей практике бухгалтерского учета коммерческих предприятий используют следующие общепринятые методы:

- a) метод ФИФО (простая очередность): стоимость позиций, проданных или потребленных в течение отчетного периода, рассчитывается, как если бы они были проданы или потреблены в порядке их приобретения;
- b) метод ЛИФО (обратная очередность): стоимость позиций, проданных или потребленных в течение отчетного периода, определяется как стоимость последних приобретенных или произведенных товаров. Это означает, что изымаемые из запасов позиции оцениваются приблизительно по текущим ценам;
- c) средняя стоимость: стоимость той или иной позиции определяется путем применения средневзвешенной стоимости всех аналогичных позиций, предназначенных для продажи за какой-либо период времени;
- d) стоимость конкретной позиции: метод отслеживания изменений товарно-материальных запасов, когда может быть отдельно определена фактическая стоимость каждой позиции. Этот метод обычно используется для крупных, легко отслеживаемых позиций, таких как автомобили или мебель.

4.149. Методы стоимостной оценки товарно-материальных запасов могут варьироваться в зависимости от практики бухгалтерского учета каждой единицы; тем не менее для многих компаний товарно-материальные запасы представляют собой значительную долю активов и в этом смысле составляют важную часть бухгалтерского баланса. Вследствие этого статистикам, обобщающим данные розничной и оптовой торговли, рекомендуется изучить практику единиц применительно к отчетности по стоимости товарно-материальных запасов на начало и конец отчетного периода, а также данные по периоду оборачиваемости товарных запасов (см. пункт 5.25).

4.150. При отсутствии инфляции все четыре метода стоимостной оценки товарно-материальных запасов дадут абсолютно одинаковые результаты. К сожалению, в долгосрочной перспективе цены имеют тенденцию к росту, и это означает, что выбор метода бухгалтерского учета может существенно повлиять

на оценку стоимости. Для надлежащей оценки изменений тех запасов, которые участвуют в расчетах торговой наценки и других суммарных и балансовых величин, в вопросниках обследований рекомендуется запрашивать метод стоимостной оценки.

Запасы сырья, топлива и материалов (позиция 6.2)

4.151. Эта позиция включает стоимость всех материалов, топлива, компонентов и других принадлежностей, которые то или иное заведение держит в запасах с намерением использовать их в качестве промежуточных исходных ресурсов для производства, ремонта и технического обслуживания. В эту позицию включается стоимость любых запасов сырья и материалов для использования в целях накопления основного капитала за собственный счет. В принципе товарно-материальные запасы должны оцениваться по стоимости замещения на основе закупочных цен (см. позицию 6.1). В качестве альтернативы можно запросить балансовую стоимость.

Незавершенное производство (позиция 6.3)

4.152. Эта позиция относится к стоимости произведенного каким-либо заведением продукта, по которому еще не завершён процесс переработки до той стадии, в которой он обычно поставляется другим предприятиям или другим заведениям того же предприятия. Сюда следует включать все незавершенное производство за счет других организаций, вне зависимости от способов финансирования данной работы. Тем не менее та часть незавершенного производства по долгосрочным договорам, по которой поступают поэтапные платежи, должна рассматриваться как отгрузки/продажи и, вследствие этого, не должна включаться в незавершенное производство. По возможности, следует использовать вмененную стоимостную оценку, исходя из базисных цен на эквивалентные продукты. В качестве альтернативы можно запросить балансовую стоимость.

Запасы готовой продукции (позиция 6.4)

4.153. Эта позиция включает все товары, произведенные тем или иным заведением как готовый продукт, который данное заведение не намерено подвергать дальнейшей переработке до их поставки другим предприятиям или конечным потребителям. Сюда должны также включаться готовые продукты, находящиеся в распоряжении другого заведения, которые были переработаны таким заведением из материалов, находившихся в собственности заведения-респондента. Не должны включаться готовые товары, находящиеся в распоряжении заведения-респондента, которые изготовлены из материалов, являвшихся собственностью других организаций.

Запасы товаров, закупленных для перепродажи в том же состоянии, в каком они были получены (позиция 6.5)

4.154. Эта позиция включает стоимость всех товаров, закупленных заведением в целях перепродажи другим потребителям в том же виде, в каком они были получены. В запасы закупленных для перепродажи товаров не включаются запасы тех товаров, которые были переданы третьим сторонам на комиссионной основе.

4.155. Позиции 6.4 и 6.5 товарно-материальных запасов оказывают значительное влияние на торговые единицы, при этом наиболее важный аспект базируется на том факте, что запасы товаров, закупленных для перепродажи в том же виде, что и при их получении, включаются в калькуляцию торговой наценки и прочих суммарных и балансовых величин. Запасы материалов, топлива и принадлежностей относятся к товарам, предназначенным для промежуточного потребления торговыми единицами.

7. Налоги и субсидии

Налоги (позиция 7.1)

4.156. Налоги представляют собой обязательные односторонние платежи в денежной или натуральной форме, осуществляемые торговыми единицами в пользу правительства. Следует выделить две основные группы налогов: налоги на продукты и прочие налоги на производство. В данном разделе рекомендуется собирать данные только по прочим налогам на производство, поскольку эти платежи заносятся в бухгалтерские счета торговых единиц. Странам рекомендуется в статистических вопросниках давать конкретные названия и описания налогов, как они указаны в их национальных фискальных системах.

Прочие налоги на производство (позиция 7.1.1)

4.157. Прочие налоги на производство — это те налоги, которые торговые единицы обязаны выплачивать в результате осуществления ими производственной деятельности. В этом качестве они представляют собой составную часть производственных затрат и должны включаться в стоимость конечного продукта. Данные единицы выплачивают их вне зависимости от рентабельности производства. Эти налоги состоят в основном из налогов на владение или пользование землей, зданиями и другими используемыми в процессе производства активами или на наемную рабочую силу и оплату труда работников. Примерами таких налогов являются налоги, сборы и регистрационные пошлины на автотранспортные средства, лицензии на ведение предпринимательской деятельности, налоги на фонд заработной платы, налоги на общее страхование активов и сборы за использование основных фондов. Сюда также включаются официальные пошлины и взносы — иными словами, сборы, подлежащие оплате за конкретные государственные услуги, такие как проверка соответствия стандартам мер и весов, предоставление выписок из официальных реестров криминального учета и аналогичной отчетности.

4.158. Может оказаться невозможным сбор данных по всем этим налогам на уровне заведения; в таких случаях в формулярах статистических вопросников и при последующем сборе данных должен четко указываться тот вид налогов, который был включен в отчетность.

Полученные субсидии (позиция 7.2)

4.159. Эта позиция включает платежи, осуществляемые государственными учреждениями в пользу производственных единиц-резидентов, исходя из их производственной деятельности либо количества или стоимости товаров или услуг, которые они производят, продают или импортируют. Классификация субсидий близко соответствует классификации налогов.

Субсидии на продукты (позиция 7.2.1)

4.160. Субсидии на продукты соответствуют субсидиям, подлежащим выплате за единицу произведенного товара или оказанной услуги, либо определенной денежной сумме на единицу товара или услуги, либо оговоренной процентной доле от цены такой единицы; субсидия также может рассчитываться как разница между оговоренной целевой ценой и рыночной ценой, фактически оплачиваемой покупателем.

Прочие субсидии на производство (позиция 7.2.2)

4.161. Прочие субсидии на производство состоят из субсидий, за исключением субсидий на продукты, которые предприятия-резиденты могут получить вследствие осуществления ими производственной деятельности, например субсидии на фонд заработной платы или рабочую силу и субсидии на снижение уровня загрязнения.

8. Произведенная продукция

Валовое производство по базисным ценам (позиция 8.1)

4.162. Эта позиция иллюстрирует общую производственную деятельность торговых заведений. Произведенную продукцию (производство) невозможно измерить напрямую на основе их бухгалтерской отчетности. Этот показатель рассчитывается на основе позиций данных по следующим группам: товарооборот, продажи, отгрузки, поступления за оказанные услуги и прочие доходы (позиция 5 а); закупки товаров и услуг (позиция 4 а); и товарно-материальные запасы (позиция б). Произведенная продукция торговых единиц рассчитывается особым способом. Наиболее значительная часть общей торговой произведенной продукции приходится на валовую прибыль (позиция 8.1.1). Расчет этой торговой продукции должен рассматриваться в качестве основного приоритета в связи с ее прямой связью с составлением национальных счетов.

4.163. Стоимость произведенной продукции соответствует суммарной стоимости всех товаров или услуг, которые были фактически произведены в рамках того или иного торгового заведения и стали доступными для использования за пределами этого заведения, плюс любые товары или услуги для собственного конечного потребления. Стоимость произведенной продукции по базисным ценам рассчитывается следующим образом:

Валовой продукт =

- + стоимость продаж/товарооборота/отгрузок товаров, произведенных конкретным заведением (позиция 5.1.1)
- + стоимость продаж/товарооборота/отгрузок всех товаров и услуг, закупленных для перепродажи в том же виде, в каком они были получены (позиция 5.1.2)
- закупки товаров и услуг для перепродажи в том же виде, в каком они были получены (позиция 4.5)
- + комиссионные выплаты и гонорары за продажу товаров и услуг за счет других лиц (позиция 5.1.3)
- + поступления за производственные работы, выполненные для других предприятий, и производственные услуги, оказанные другим предприятиям (позиция 5.1.4)

- + прочие доходы (позиция 5.2)
- + стоимость основных фондов, созданных за собственный счет (позиция 5.3)
- + изменения в незавершенном производстве (позиция 6.3.3)
- + изменения в запасах готовой продукции (позиция 6.4.3)
- + изменения в запасах товаров, закупленных для перепродажи в том же виде, в каком они были получены (позиция 6.5.3).

4.164. В целях сохранения согласованности с концепциями стоимостной оценки произведенной продукции (производства) других международных рекомендаций по коммерческой статистике и национальным счетам стран рекомендуется оценивать произведенную торговую продукцию по базисным ценам. Тем не менее для тех стран, в которых как для респондентов, так и для статистиков обследований могут возникнуть сложности проведения различий между «налогами и субсидиями на продукты» и «прочими налогами на производство», второй альтернативой может стать стоимостная оценка произведенной продукции по факторным ценам. В зависимости от способа расчетов, применяемого к прочим налогам и субсидиям на производство, могут быть получены три следующие оценки произведенной продукции: по факторным ценам, по базисным ценам или по ценам производителя.

Стоимость валового продукта по факторным ценам

- + прочие налоги на производство (позиция 7.1.1)
- прочие субсидии на производство (позиция 7.2.2)
- = стоимость валового продукта по базисным ценам
- + налоги на продукты (кроме импортных пошлин и любого налога на добавленную стоимость или любых других удерживаемых налогов, включаемых в выставляемый покупателю счет-фактуру)
- субсидии на продукты (позиция 7.2.1)
- = стоимость валового продукта по ценам производителя.

Валовая прибыль (позиция 8.1.1)

4.165. Валовая прибыль определяется как разница между фактической или вмененной ценой, полученной за товар, купленный для перепродажи (оптовой или розничной), и ценой, которая была бы оплачена дистрибьютором для замещения данного товара на момент его продажи или иного отчуждения. Стоимостная оценка валовой прибыли в принципе должна осуществляться по базисным ценам, хотя могут применяться и другие альтернативные принципы стоимостной оценки, аналогичные принципам стоимостной оценки валового продукта по базисным ценам (позиция 8.1). Стоимость валовой прибыли рассчитывается по следующему уравнению:

Валовая прибыль =

- + стоимость продаж/товарооборота/отгрузок всех товаров и услуг, закупленных для перепродажи в том же виде, в каком они были получены (позиция 5.1.2)
- закупки товаров и услуг для перепродажи в том же виде, в каком они были получены (позиция 4.5)
- + изменения в запасах товаров, закупленных для перепродажи в том же состоянии, в каком они были получены (позиция 6.5.3)
- стоимость периодических потерь, связанных с нормами потерь материальных средств.

4.166. В качестве общей рекомендации изменения запасов товаров для перепродажи должны оцениваться без учета прибылей и убытков в результате владения товарами. Прибыли и убытки в результате владения исключаются из валовой прибыли/произведенной продукции путем стоимостной оценки всех поступающих или изымаемых позиций товарно-материальных запасов по ценам, превалярующим на момент таких поступлений или изъятий.

9. Промежуточное потребление и инвентарные вводимые факторы производства

Промежуточное потребление по закупочным ценам (позиция 9.1)

4.167. Промежуточное потребление включает стоимость товаров и услуг, потребленных в качестве исходных ресурсов в процессе производства, за исключением основных фондов, потребление которых учитывается как потребление основного капитала [амортизация (позиция 11.4)]. Товары или услуги могут либо видоизменяться, либо использоваться в производственном процессе. Промежуточное потребление обычно оценивается по закупочным ценам, превалярующим на тот момент, когда товары и услуги включаются в процесс производства, иными словами, по той цене, которую производитель должен был бы заплатить за их замещение на момент использования.

4.168. Промежуточное потребление представляет собой категорию национальных счетов и вносится в отчетность на тот момент, когда товар или услуга включаются в процесс производства, в отличие от момента, когда они были закуплены/приобретены производителем. Эти два срока совпадают для услуг, но не для товаров. На практике торговые единицы ведут отчетность по закупкам товаров и услуг, предназначенных к использованию в качестве исходных ресурсов, а также по любым изменениям количества таких товаров, находящихся в запасах. Это требует коррекции закупок товаров для учета изменений товарных запасов.

4.169. Промежуточное потребление невозможно измерить напрямую на основе бухгалтерской отчетности торговых заведений. Оно рассчитывается на основе позиций данных по следующим группам: закупки товаров и услуг (позиция 4а) и товарно-материальные запасы (позиция б).

Промежуточное потребление =

- + расходы на сырье и принадлежности, кроме газа, топлива и электроэнергии (позиция 4.1)
- + расходы накупаемый газ, топливо и электроэнергию (позиция 4.2)
- + расходы на услуги систем водоснабжения и канализации (позиция 4.3)
- + закупка услуг, за исключением арендных платежей (позиция 4.4)
- + арендные платежи (позиция 4.6)
- + изменения запасов материалов, топлива и принадлежностей (позиция 6.2.3).

10. Добавленная стоимость

Общая добавленная стоимость по базисным ценам (позиция 10.1)

4.170. Добавленная стоимость по базисным ценам рассчитывается как разница между валовым продуктом по базисным ценам (позиция 8.1) и промежуточным потреблением по закупочным ценам (позиция 9.1). Оценка

величины добавленной стоимости близко соответствует стоимостной оценке валового продукта (позиция 8.1). Если произведенная продукция оценивается по базисным ценам, тогда добавленная стоимость также оценивается по базисным ценам (стоимостная оценка промежуточного потребления всегда осуществляется в закупочных ценах).

Общая добавленная стоимость по базисным ценам =
 + валовой продукт по базисным ценам (позиция 8.1)
 – промежуточное потребление по закупочным ценам (позиция 9.1).

4.171. Можно также применять альтернативные принципы стоимостной оценки, аналогичные оценке валового продукта (позиция 8.1). В некоторых случаях не представляется возможным отделить друг от друга налоги и субсидии на продукты и на производство. Поэтому такие особенности конкретных стран учтены в данной рекомендации путем допущения измерения добавленной стоимости по факторным ценам. Добавленная стоимость по факторным ценам рассчитывается следующим образом:

Добавленная стоимость по факторным ценам =
 + валовой продукт по факторным ценам
 – промежуточное потребление по закупочным ценам (позиция 9.1).

4.172. Добавленная стоимость может выражаться как валовая или чистая, в зависимости от включения/исключения потребления основного капитала (амортизации).

11. Активы, капитальные затраты, списание и амортизация фондов

4.173. Валовое накопление основного капитала измеряется как общая стоимость приобретения основных фондов торговой единицей минус их отчуждение в течение отчетного периода плюс определенные оговоренные затраты на услуги, добавляющие стоимость активов, не произведенных самой единицей.

Первоначальная стоимость основных фондов (позиция 11.1)

4.174. Эта позиция данных включает стоимость всех товаров длительного пользования, срок эксплуатации которых должен превышать один год, предназначенных для использования конкретным заведением (земля, полезные ископаемые, лесные угодья и т. д., здания, машины, оборудование и автотранспортные средства). Сюда включаются крупные дополнения, изменения и улучшения имеющихся основных фондов, которые продлевают их нормальный срок эксплуатации или повышают их производительность. Также сюда включается стоимость новых основных фондов, а также дополнения и улучшения имеющихся основных фондов, произведенные с применением собственной рабочей силы данного заведения для своего собственного пользования. Сюда включается капитальный ремонт, но при этом исключаются затраты на текущий ремонт и техническое обслуживание. Также исключаются операции, касающиеся финансовых требований и нематериальных активов (таких, как права на добычу полезных ископаемых, авторские права и т. д.).

4.175. Значительный интерес на национальном уровне может представлять разделение между новыми и имеющимися основными фондами.

- Новые основные фонды включают все те активы, которые ранее не использовались в данной стране. Импортные основные фонды рассматриваются как новые, вне зависимости от того, использовались они или нет до момента их импорта. Новые основные фонды охватывают не только приобретение укомплектованных активов, но также любую модернизацию, реконструкцию или укрупнение, значительно увеличивающие производственную мощность или расширяющие срок эксплуатации имеющегося актива.
- Существующие основные фонды — это те активы, которые уже были приобретены по крайней мере одним пользователем или произведены за собственный счет, и стоимость которых уже была включена в валовое накопление основного капитала.

Стоимостная оценка

4.176. Стоимостная оценка основных фондов осуществляется следующим образом:

- a) основные фонды, приобретенные путем закупки у других лиц, оцениваются по закупочным ценам, в которые включены расходы на транспортировку и монтаж, а также все расходы, понесенные в процессе перехода права собственности, в форме сборов и любых налогов, подлежащих оплате за данные трансферты;
- b) основные фонды, приобретенные путем товарообменных операций, оцениваются по оценочным базисным ценам плюс любые подлежащие оплате налоги и расходы на передачу права собственности;
- c) основные фонды, произведенные за собственный счет, оцениваются по оценочным базисным ценам или по производственным затратам, когда невозможно сделать достоверные оценки их базисных цен. Производственные затраты равны сумме расходов на материалы и услуги, оплаты труда работников, прочих налогов на производство, амортизации использованных в производстве основных фондов и, если возможно, вмененных накладных расходов и прибылей;
- d) основные фонды, произведенные одним заведением сложного предприятия, состоящего из нескольких заведений, для использования другим заведением того же самого предприятия, оцениваются заведением-получателем, как если бы они были закуплены за пределами предприятия;
- e) отчуждаемые основные фонды оцениваются по фактическим суммам реализации, а не по балансовой стоимости.

Срок включения в отчетность

4.177. Согласно общим принципам, регулирующим сроки включения в отчетность приобретений основных фондов за минусом их отчуждения, срок включения в отчетность определяется как момент перехода прав собственности на основные фонды к той конкретной единице, которая намерена использовать их в производстве. Основные фонды, произведенные за собственный счет, включаются в отчетность на момент завершения их производства.

4.178. Исключением из этого правила является включение в отчетность таких фондов, по которым выставление счета-фактуры, поставки, оплаты и первичного использования данного товара может происходить в разные

отчетные периоды, как в случае строительства зданий, сооружений, дорог и других проектов, так и в случае не достигших взрослой стадии животных и незрелых растений. Вначале они рассматриваются как незавершенное производство, а затем переводятся из товарно-материальных запасов в основные фонды после завершения строительства, наступления стадии зрелости и передачи их данной единице для использования.

4.179. Когда строительство осуществляется в рамках заранее согласованного контракта купли-продажи, передача прав собственности на сооружение фактически происходит поэтапно по мере выполнения работ. В отсутствие заранее согласованного контракта купли-продажи строительные работы, осуществленные (строительной) единицей, должны фиксироваться в отчетности в рамках изменения товарно-материальных запасов либо как незавершенное производство, либо как готовый товар, в зависимости от того, было ли завершено строительство или нет.

4.180. В приведенном выше определении поэтапные платежи за строительные работы и за прочие основные фонды рассматриваются по-разному. Для строительных работ поэтапные платежи должны включаться в затраты на основные фонды; что касается прочих основных фондов, поэтапные платежи должны исключаться из затрат на основные фонды и фиксироваться в отчетности как финансовые требования. В некоторых странах такой способ может быть практически неосуществимым, и все поэтапные платежи тогда следует фиксировать как затраты на основные фонды.

Классификация по типу основных фондов

4.181. Операции с основными фондами подразделяются на следующие категории:

Жилые здания (позиция 11.1.1)

4.182. Жилыми зданиями являются здания, которые используются исключительно или преимущественно в качестве жилья, включая любые связанные с ним сооружения, такие как гаражи, а также все стационарные приспособления, обычно устанавливаемые в жилых помещениях. В эту категорию включаются также жилые суда, баржи, передвижные дома и жилые фургоны, используемые в качестве основного местожительства.

Прочие здания и сооружения (позиция 11.1.2)

4.183. К прочим зданиям и сооружениям относятся нежилые здания, прочие сооружения и благоустройство территории:

- a) *нежилые здания.* К нежилым относятся здания, кроме жилых зданий, включая необходимые приспособления, помещения и оборудование, являющиеся неотъемлемой частью таких сооружений. Что касается новых зданий, то включаются расходы на расчистку и подготовку строительной площадки. Примерами нежилых зданий являются склады, промышленные и коммерческие здания.
- b) *прочие сооружения.* Прочие сооружения включают сооружения, кроме зданий, в которые включается стоимость прилегающих улиц, канализационных систем, расчистки и подготовки строительной площадки. Их примерами являются автомагистрали, улицы, мосты, шахты, туннели и прочие сооружения, связанные с добычей полез-

ных ископаемых и энергоносителей, строительством волнорезов, дамб, перемычек для защиты от наводнений и т. д., предназначенных для расширения территории и повышения качества прилегающих к ним земель.

- с) *благоустройство территории*. Благоустройство территории является результатом действий, которые ведут к существенному расширению территории, повышению качества или продуктивности земли или предотвращению ее деградации, а также рассматриваются как валовое накопление основного капитала. Такие виды деятельности, как расчистка и планировка земельной территории, строительство колодцев и гидротехнических сооружений, являющихся неотъемлемой частью рассматриваемой земли, должны рассматриваться как действия, ведущие к благоустройству территории.

4.184. Применительно к благоустройству территории в нее не включается стоимость земли в природном состоянии до благоустройства. При этом, однако, учитываются расходы на переход права собственности на объекты благоустройства территории.

4.185. Существенные дополнения, изменения и улучшения зданий и сооружений (иными словами, их реставрация, реконструкция или укрупнение), продлевающие их срок эксплуатации или повышающие их производственные возможности, должны классифицироваться наряду с приобретением новых основных фондов того же типа.

Машины и оборудование (позиция 11.1.3)

4.186. Эта категория активов включает приобретенные в течение отчетного периода новые или бывшие в употреблении активы. Машины и оборудование охватывают транспортное оборудование, информационное, коммуникационное и телекоммуникационное (ИКТ) оборудование и прочие машины и оборудование. Из этой категории могут исключаться сравнительно недорогие инструменты, закупаемые со сравнительно постоянной периодичностью, такие как ручные инструменты. Также исключаются машины и оборудование, являющиеся неотъемлемой частью жилых и нежилых зданий.

Транспортное оборудование (позиция 11.1.3.1)

4.187. Транспортное оборудование включает оборудование для перевозки людей и грузов. К нему относится такое транспортное оборудование, как автомобили, прицепы и полуприцепы; суда; железнодорожные локомотивы, трамваи и подвижной состав, летательные и космические аппараты, мотоциклы, велосипеды и т. д.

Оборудование ИКТ (позиция 11.1.3.2)

4.188. Оборудование ИКТ состоит из устройств, использующих схемы электронного управления, а также из электронных компонентов этих устройств. В качестве примеров можно привести продукты, входящие в категории 452 и 472³⁹ СРС, Версия 2 [аппаратное обеспечение (компьютеры, портативные компьютеры) и периферийные устройства, различные устройства индикации данных и т. д.].

³⁹<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regct.asp?Lg=1>

Прочие машины и оборудование (позиция 11.1.3.3)

4.189. В прочие машины и оборудование включаются машины и оборудование, не вошедшие в другие категории классификации. К примерам относятся машины общего назначения; машины специального назначения; канцелярское, бухгалтерское и вычислительное оборудование, электрические машины и приборы, радио-, телевизионное и коммуникационное оборудование и приборы; медицинские устройства, точные и оптические приборы, наручные и прочие часы и т. д.

Продукты интеллектуальной собственности (позиция 11.1.4)

4.190. Продукты интеллектуальной собственности представляют собой результаты научных исследований, опытно-конструкторских разработок, экспериментов или нововведений, ведущих к получению знаний, которые их разработчик может реализовать на рынке или использовать для собственной выгоды в производственной деятельности, поскольку использование этих знаний ограничивается средствами правовой или иной защиты. Конкретными формами продуктов интеллектуальной собственности являются научные исследования и опытно-конструкторские разработки, разведка и оценка полезных ископаемых, компьютерное программное обеспечение и базы данных и оригинальные материалы развлекательного, литературного или художественного характера. Каждый элемент продуктов интеллектуальной собственности необходимо разделять на два элемента: инвестиционные товары, закупленные у других предприятий, и товары, разработанные за собственный счет или для собственного использования.

Научные исследования и опытно-конструкторские разработки (позиция 11.1.4.1)

4.191. Научные исследования и (экспериментальные) опытно-конструкторские разработки (НИОКР) включают сумму затрат на творческую деятельность, осуществляемую на систематической основе в целях увеличения объема знаний и использования этих знаний для создания новых прикладных продуктов. Стоимость НИОКР следует определять, исходя из той экономической выгоды, которую исследования и разработки, как ожидается, могут принести в будущем. Если рыночную стоимость НИОКР невозможно определить напрямую, она может условно определяться как сумма расходов, включая расходы на безрезультатные НИОКР.

4.192. Подход к исследованиям и разработкам, осуществленным предприятиями за собственный счет, можно проиллюстрировать с точки зрения суммы расходов следующим тождеством:

Результирующие данные по сумме затрат на исследования и разработки, осуществленные за собственный счет =

- + стоимость материалов и услуг
- + оплата труда работников, занятых в сфере исследований и разработок
- + прочие налоги на производство за минусом субсидий
- + амортизация основных фондов, использованных на цели НИОКР.

Разведка и оценка запасов полезных ископаемых (позиция 11.1.4.2)

4.193. Разведка и оценка полезных ископаемых включает сумму издержек на разведку месторождений нефти и природного газа и прочих не свя-

занных с нефтью полезных ископаемых и последующую оценку разведанных запасов. В эти издержки включаются расходы на этапе до получения лицензии, расходы на лицензию и ее приобретение, расходы на оценку и расходы на фактическое разведочное бурение, а также расходы на аэрофотосъемку и прочие обследования, транспортные расходы и т. д., понесенные для обеспечения возможности проведения испытаний. Переоценка стоимости, которая может произойти после начала коммерческой эксплуатации месторождения, также включается в валовое накопление основного капитала.

Программное обеспечение и базы данных (позиция 11.1.4.3)

4.194. Компьютерное программное обеспечение включает компьютерные программы, описания программ и вспомогательные материалы как по системному, так и по прикладному программному обеспечению. Валовое накопление основного капитала в сфере программного обеспечения включает как первичную разработку, так и последующие расширения компьютерных программ, а также приобретение копий, классифицируемых как активы. Формула, используемая для расчета суммы расходов на разработку компьютерного программного обеспечения, аналогична формуле, использованной в отношении научных исследований и опытно-конструкторских разработок (позиция 11.1.4.1).

4.195. База данных состоит из файлов, организованных таким образом, чтобы обеспечить экономичный с точки зрения ресурсов доступ и использование таких данных. Базы данных могут разрабатываться исключительно для собственного потребления или для продажи в качестве отдельного компонента, или для продажи посредством выдачи лицензий на право доступа к содержащейся в них информации. Сюда включается как стоимость базы данных, закупленной в качестве основных фондов, так и стоимость разработки базы данных для собственного пользования. Разработка базы данных для собственного пользования, как правило, оценивается по принципу суммирования расходов.

Оригинальные материалы развлекательного жанра, литературы и искусства (позиция 11.1.4.4)

4.196. Оригинальные материалы развлекательного, литературного и художественного характера включают оригиналы фильмов, звукозаписей, рукописей, пленок, моделей и т. д., на которых записаны или иным образом зафиксированы сценические представления, радио- и телевизионные программы, музыкальные выступления, спортивные мероприятия, литературные и изобразительные работы и т. д. Такие работы зачастую осуществляются за собственный счет и могут оцениваться по принципу суммирования расходов.

Амортизация (позиция 11.4)

4.197. Амортизация, как она рассчитывается в бухгалтерском учете коммерческих предприятий, является методом распределения на последующие отчетные периоды затрат, понесенных на основные фонды в прошлые периоды. Амортизация представляет собой потерю стоимости основных фондов по причине их старения и использования в производстве. В основном она рассчитывается исходя из первоначальной стоимости основных фондов. Амортизация применяется ко всем основным фондам; вследствие этого клас-

сификация амортизации должна совпадать с классификацией основных фондов, представленной в позиции данных 11.1.

4.198. Амортизация в бухгалтерском учете коммерческих предприятий основывается на концепции потребления основного капитала, применяемой в стандартах хозяйственного расчета. Потребление основного капитала в общих чертах определяется как часть валового продукта, которая необходима для замещения основного капитала, использованного в процессе производства в течение отчетного периода. В основе здесь лежит понятие ожидаемого срока эксплуатации отдельных активов, и указанное потребление предназначено для компенсации потери стоимости в связи с прогнозируемым моральным старением и нормальным объемом не поддающегося восстановлению неумышленного ущерба, а также нормальным износом. Непредусмотренное моральное старение рассматривается как потеря капитала на тот момент, когда такое старение фактически происходит, а не как потребление основного капитала. В принципе тот спектр капитального оборудования, потребление которого должно отражаться в отчетности, дается в определении накопления основного капитала. Потребление основного капитала рассчитывается составителями национальных счетов в аналитических целях позднее, а не на этапе сбора данных.

Глава V

Показатели эффективности

A. Необходимость в показателях эффективности

5.1. Рост спроса на информацию, с помощью которой оценивается статус коммерческих предприятий в секторе розничной и оптовой торговли с точки зрения прибыльности, производительности труда и эффективности, обусловил активный интерес к показателям эффективности этого сектора торговли. Показатели эффективности дают возможность либо оценивать работу отдельных розничных и оптовых торговых организаций, либо определять, насколько хорошо работает сфера розничной и оптовой торговли по сравнению с другими отраслями национальной экономики или на международном уровне.

5.2. Информация, получаемая с помощью позиций данных, которые рассматриваются в главе IV, может оказаться полезной для анализа структуры и производственной деятельности единиц сектора оптовой и розничной торговли. Тем не менее прямого применения этих позиций данных зачастую бывает недостаточно при принятии политических или управленческих решений. Безусловно, что для удовлетворения таких потребностей необходим еще один набор переменных величин. Такие переменные величины называются показателями эффективности.

5.3. Общеизвестно, что с учетом разнообразия потребностей пользователей и с учетом того факта, что такие потребности могут с течением времени меняться, невозможно создать исчерпывающий список показателей эффективности, который мог бы использоваться во всех странах и при любых условиях. В данной главе рассматривается ограниченный набор показателей для контроля и измерения общих результатов работы сектора розничной и оптовой торговли в целом или же некоторых из его подсекторов, т. е. такой набор показателей, который обеспечит надлежащую сопоставимость данных на национальном и международном уровнях. Также дается описание целей введения показателей эффективности, и рассматриваются ключевые принципы, регламентирующие методы расчета, оптимальное применение и толкование этих показателей применительно к розничной и оптовой торговле.

B. Цели введения показателей эффективности

5.4. Как правило, тот или иной показатель эффективности представляет собой стратегическую переменную величину, числовое или количественное описание, отражающие условия и функционирование любой отрасли экономики, включая сектор розничной и оптовой торговли или его единицы. На практике показатель эффективности может принимать форму любого коэффициента, который подытоживает результаты двух или нескольких важных измерений и который напрямую увязан с результатами работы, а не с характером деятельности какой-либо единицы или отрасли.

5.5. Показатели эффективности также являются мощным инструментом для представления комплексных данных в обобщенном виде и служат средством для подведения итогов и передачи соответствующей информации для руководителей и общественности. В качестве инструмента измерения общих результатов работы сектора розничной и оптовой торговли показатели эффективности помогают разработчикам стратегии и специалистам по экономическому планированию оценивать, насколько эффективно организована торговая деятельность, определять возможные направления улучшения деятельности и принимать обоснованные стратегические решения касательно будущей стратегии развития.

5.6. Подготовка и широкое распространение показателей эффективности также призваны помогать предприятиям, работающим в торговом секторе, оценивать те условия коммерческой деятельности, в которых они функционируют. Показатели эффективности позволяют розничным и оптовым торговым организациям разрабатывать собственные программы измерения результатов их деятельности, определять и ставить свои долгосрочные производственные цели и измерять достигнутый прогресс. Управление показателями работы и отчетность по ним могут дать значительные коммерческие преимущества, такие как повышение эффективности с помощью экономии и управления ресурсами, рост объемов продаж и укрепление репутации среди своих клиентов.

5.7. Показатели эффективности также являются полезным инструментом для ученых и исследователей, которые используют их для сопоставления данных между странами и отраслями, а также в динамике по времени, и для выявления факторов, обуславливающих улучшение показателей деятельности.

С. Типы показателей эффективности

5.8. Показатели эффективности можно в широком плане разделить на три типа, а именно: *a)* темпы роста; *b)* показатели в виде соотношений; и *c)* долевые показатели. Некоторые показатели эффективности применимы для любого вида экономической деятельности, в то время как расчет других показателей имеет смысл только в отношении сектора розничной и оптовой торговли и его трех подразделов. Основная часть информации, необходимой для расчета показателей эффективности, содержится в бухгалтерской отчетности и платежных ведомостях предприятий и включается в статистические обследования сферы розничной и оптовой торговли. Однако для того чтобы воспользоваться некоторыми конкретными показателями, требуется получить дополнительную информацию.

5.9. Любая страна должна рассматривать расчет показателей эффективности как составную часть своей программы составления статистики розничной и оптовой торговли. Рекомендуется рассчитывать показатели эффективности ежегодно для трехзначного уровня (группы) и ежеквартально для двузначного уровня (подразделы) МСОК (Rev. 4).

5.10. Большинство показателей эффективности имеют относительную размерность или точку отсчета, что позволяет составлять и анализировать временные ряды. В зависимости от важности и наличия данных коммерческие предприятия могут составлять и отслеживать некоторые показатели ежедневно (например, товарооборот), в то время как прочие пользователи могут

изучать их в ежемесячном (отношение товарно-материальных запасов к объему продаж), ежеквартальном и ежегодном режимах.

5.11. В историческом плане значимость любой экономической деятельности для экономики в целом, включая розничную и оптовую торговлю, измеряется с помощью двух показателей: полученная добавленная стоимость и занятость, а также их соответствующие доли или темпы роста. Рекомендуется рассчитывать именно эти, а также некоторые дополнительные рассматриваемые ниже показатели эффективности.

1. Темпы роста

Прирост добавленной стоимости

5.12. Темпы прироста добавленной стоимости представляют собой годовое (квартальное) процентное изменение добавленной стоимости по результатам деятельности в секторе розничной и оптовой торговли (или добавленной стоимости в любой другой экономической деятельности). Этот показатель выражается в виде арифметической формулы темпов роста $(Y_t/Y_{t-1})-1$, где Y и t обозначают стоимость и период времени, соответственно.

Рост занятости в секторе розничной и оптовой торговли

5.13. Рост занятости в рамках деятельности в сфере розничной и оптовой торговли представляет собой годовое (месячное или квартальное) процентное изменение численности работников, занятых в секторе этих видов торговли. Данный показатель может составляться в разбивке по видам деятельности, по категориям занятости, по признаку пола и по классам размера предприятий.

Индекс товарооборота розничной/оптовой торговли⁴⁰

5.14. Этот индекс представляет собой показатель месячных результатов деятельности сектора розничной и оптовой торговли в номинальном и реальном выражении. В этом качестве он включается в список краткосрочных статистических данных розничной и оптовой торговли, однако здесь приводится также как показатель эффективности в связи с его важностью для оценки и анализа динамики товарооборота указанных видов торговли. Этот индекс описывает только динамику, а не уровень товарооборота (позиция 5 а).

5.15. В реальном выражении данный индекс рассчитывается путем дефлятирования текущей стоимости товарооборота с помощью надлежащих ценовых индексов. В качестве дефляторов товарооборота розничной торговли могут выступать соответствующие индексы потребительских цен (ИПЦ), в то время как для дефляторов оптовой торговли должна использоваться методология, аналогичная методологии для индекса цен производителей (ИЦП), адаптированной к особенностям оптовой торговли и отражающей изменения цен продаваемых товаров, а не стоимости предоставляемых торговых услуг. Если индексы оптовых цен не рассчитываются, то в качестве разумной замены оптовым ценам могут приниматься соответствующие ИЦП. Использование дефляторов, как правило, является предпочтительным методом получения показателя товарооборота в реальном выражении; тем не менее при отсутствии ценовых индексов альтернативой могут выступать прямые показатели физического объема товарооборота.

⁴⁰Дополнительную информацию по индексу товарооборота см. в главе VII «Краткосрочные данные статистики розничной и оптовой торговли».

⁴¹ Дополнительную информацию по методам внесения сезонных поправок см. в главе VII «Краткосрочные данные статистики розничной и оптовой торговли».

5.16. Предпочтительно иметь данные по товарообороту с поправкой на календарные и сезонные изменения, применяя надлежащие методы сезонной коррекции⁴¹. Темп изменения (или роста) определяется как процентное изменение товарооборота по сравнению с соответствующим месяцем предшествующего года (при последовательном расчете) или базисного года. В качестве альтернативы можно вместо индекса товарооборота розничной/оптовой торговли использовать объем товарооборота.

5.17. Месячный индекс товарооборота в номинальном выражении (стоимостный индекс товарооборота) рассчитывается аналогичным образом, т. е. как процентное изменение месячного товарооборота по сравнению с товарооборотом предшествующего или базисного года. Стоимостный показатель базисного года (предшествующий год также является базисным) представляет собой среднеарифметическое значение 12-месячных результирующих данных товарооборота в течение базисного года.

5.18. Следуя методологии расчета месячных индексов, можно получать квартальные и годовые индексы.

2. Показатели в виде соотношений

Произведенная продукция в расчете на одного работника

5.19. Произведенная продукция в расчете на одного работника получается путем деления валового продукта (как определено в позиции 8.1) на общую численность работников (позиция 2.1). Сопоставление валового продукта с трудозатратами (а также с затратами капитала и промежуточными затратами) на уровне отдельных единиц или видов деятельности выделяет различные аспекты измерения производительности труда. Этот показатель отражает изменение коэффициента трудозатрат в разбивке по видам деятельности и помогает в анализе потребностей в рабочей силе по различным видам деятельности.

5.20. Любой показатель, имеющий в знаменателе общую численность работников, обладает определенными недостатками, поскольку на него влияют подбор источников трудозатрат и изменение доли неполной занятости в рабочей силе. Например, он повышается вследствие использования внешнего подряда и, кроме того, не отражает изменений отдельных характеристик рабочей силы. Одним из способов внесения поправок на неполную занятость является учет отработанных часов.

Добавленная стоимость в расчете на одного работника

5.21. Этот показатель эффективности представляет собой отношение общей добавленной стоимости (позиция 10.1) к общей численности работников (позиция 2.1). Определение показателя добавленной стоимости в расчете на одного работника — это популярный метод оценки тенденций в области производительности труда для экономики в целом и в разбивке по видам деятельности.

Добавленная стоимость в расчете на час отработанного времени

5.22. Простое указание численности работников маскирует изменения в среднем числе отработанных часов, вызванные изменениями в числе

работников на неполной ставке или влиянием колебаний количества времени сверхурочной работы или сдвигом графика стандартного рабочего времени. Трудозатраты в производственном процессе наиболее корректно измеряются как общее число часов отработанного времени. Используя данные по общим отработанным часам, показатель добавленной стоимости в расчете на час отработанного времени рассчитывается путем деления общей добавленной стоимости (позиция 10.1) на общее количество отработанных часов (позиция 2.5), используемых для создания этой добавленной стоимости. Он аналогичен показателю добавленной стоимости в расчете на одного работника; тем не менее для достижения точных результатов он требует наличия качественных данных по отработанному времени. В зависимости от наличия данных этот показатель может рассчитываться с квартальной или годовой периодичностью. Он показывает изменения в тот или иной период по объему товаров и услуг, производимых в расчете на один час.

Товарооборот в расчете на одного работника

5.23. Этот показатель эффективности получается путем деления общего объема товарооборота (позиция 5 а) на общую численность работников (позиция 2.1). Тенденции в этой области могут также измеряться в реальном выражении (см. пункт 5.15) путем деления на общую численность работников. Этот показатель полезен для анализа развития отдельных подсекторов розничной и оптовой торговли, поскольку товарооборот некоторых видов деятельности в торговой сети (например, в оптовой и розничной торговле за собственный счет) может быть относительно высоким по сравнению с товарооборотом в других подсекторах (оптовая торговля на комиссионной основе). Этот показатель может рассчитываться в разбивке по видам деятельности, категориям занятости, по классам размера предприятий и т. д.

Отношение валовой прибыли к товарообороту

5.24. Этот показатель эффективности рассчитывается путем деления валовой прибыли по товарам для перепродажи (позиция 8.1.1) на товарооборот по видам торговой деятельности, связанным исключительно с закупкой и перепродажей (позиция 5.1.2). Это соотношение является важным показателем эффективности торговых единиц и представляет собой основу для сравнения между различными видами торговли.

Отношение товарно-материальных запасов к товарообороту

5.25. Отношение товарно-материальных запасов к товарообороту представляет собой соотношение между стоимостью товарно-материальных запасов на конец месяца и месячным товарооборотом. На товарно-материальные запасы, как правило, приходится значительная доля общих активов торговых организаций, и поэтому улучшение управления товарно-материальными запасами способно оказать серьезное влияние на их рентабельность. Этот показатель более важен для краткосрочной торговой статистики, хотя он может рассчитываться для любого периода времени. Например, соотношение на уровне 2,5 будет означать, что розничная или оптовая торговая организация имеет достаточно товаров в наличии для обеспечения продаж в течение двух с половиной месяцев.

Объем продаж в расчете на единицу площади для розничной торговли

5.26. Показатель объема продаж в расчете на единицу торговой площади вычисляется путем деления товарооборота (позиция 5 а) на торговую площадь, т.е. на примерную общую площадь части помещений, предназначенных для демонстрации и продажи товаров. Торговая площадь включает общую площадь, к которой имеют доступ покупатели, включая примерочные комнаты; площадь прилавков и витрин; площадь за прилавками, используемую продавцами. В торговую площадь не входят офисы, склады и помещения для предварительной обработки товаров, мастерские, лестницы, раздевалки и прочие бытовые помещения. Конкретные категории торговой площади должны определяться с учетом национальных особенностей. В связи с неоднородностью категорий торговой площади и различающейся по странам практики в этой области невозможно установить международную классификацию торговой площади.

3. Долевые показатели

Доля добавленной стоимости за счет сферы торговли в общей добавленной стоимости

5.27. Этот показатель эффективности обозначает добавленную стоимость, созданную в сфере розничной и оптовой торговли (или в любой другой экономической деятельности), в виде доли от общей добавленной стоимости по экономике в целом. Когда этот показатель рассчитывается по всем видам экономической деятельности, он иллюстрирует структуру экономики и показывает вклад отдельных видов экономической деятельности в валовой внутренний продукт (ВВП).

Уровень занятости в розничной и оптовой торговой деятельности в виде доли от общей занятости по экономике

5.28. Этот показатель эффективности служит полезным инструментом для оценки сегментации рынка труда и действующих на нем тенденций. Он рассчитывается как отношение общей численности работников в сфере розничной и оптовой торговли к общей численности работников в экономике в целом.

Доля электронных продаж в общем товарообороте

5.29. Этот показатель эффективности рассчитывается как доля общего товарооборота (позиция 5 а), которая приходится на электронные продажи (позиция 5.4). Важность этого показателя в последние годы возросла в условиях колоссального расширения сделок, совершаемых по компьютерной сети.

D. Дополнительные показатели

5.30. С помощью показателей, рассматриваемых в данном разделе, оценивается не только эффективность работы; скорее их расчет призван помочь коммерческим предприятиям и прочим пользователям отслеживать некоторые конкретные аспекты организации торговой деятельности. Тем не менее следует отметить, что расчет таких показателей требует сбора дополнительных

ных данных, увеличивая тем самым нагрузку на респондентов. Странам рекомендуется собирать эту информацию только в том случае, если это оправдано национальными особенностями.

Дебиторская задолженность (непогашенные остатки на конец года по счетам платежей в рассрочку и кредитам по открытому счету)

5.31. Дебиторская задолженность в розничной торговле определяется как суммы кредитов, предоставленных розничными магазинами своим клиентам на сделанные покупки, которые остаются непогашенными на конец отчетного периода. Дебиторская задолженность включает непогашенные суммы потребительской задолженности, такие как: *a)* кредит, возникающий в результате продажи легковых автомобилей и прочих транспортных средств; *b)* розничный кредит, предоставляемый в рамках кредитной линии и возникающий в результате продажи потребительских товаров, кроме легковых автомобилей и прочих транспортных средств; и *c)* прочая потребительская задолженность, т. е. любой кредит, не предоставленный в рамках возобновляемой кредитной линии и возникающий в результате розничных продаж потребительских товаров, кроме автомобилей. В эту позицию не входят суммы, которые оплачены по кредитным картам, выпущенным банками или прочими кредитными организациями, выпускающими кредитные карты.

Количество розничных магазинов

5.32. Этот показатель обозначает общее количество розничных магазинов, управляемых тем или иным предприятием и находящихся либо в собственности, либо арендуемых. Магазины считаются постоянные торговые помещения, в которые клиенты заходят для осуществления своих покупок.

Количество постоянных палаток и/или киосков на рынках

5.33. Эта категория охватывает общее количество постоянных палаток и/или киосков на рынках, управляемых тем или иным предприятием, находящихся либо в собственности, либо арендуемых. Клиенты обычно не заходят внутрь торговых помещений палаток/киосков для осуществления своих покупок, как это было в случае магазинов.

Е. Методы толкования показателей эффективности

5.34. Показатели эффективности не являются абсолютными числами: они приобретают смысл в контексте сравнения и анализа. Сравнение с другими измеряемыми показателями дает картину эффективности работы той или иной единицы или сектора; анализ дает понимание тех факторов, которые обуславливают данный уровень эффективности.

5.35. При использовании показателей эффективности в целях сравнения следует обеспечивать, чтобы конкретные единицы или явления были достаточно однородными, чтобы поддаваться сравнению, или, в крайнем случае, следует четко обозначать их отличия. Не имеет особого смысла сравнивать, например, эффективность работы небольшого специализированного магазина и крупного универсального магазина. Более того, в тех случаях, когда показатели эффективности выражены в виде соотношений между двумя и более

позициями данных из представленного в главе IV списка, следует обеспечить согласованность в использовании их определений и сферы охвата.

5.36. Оптимальной сферой применения показателей эффективности является измерение общего результата работы сектора розничной и оптовой торговли (или любого другого сектора экономики), определение его структуры или текущих процессов. Вследствие этого не рекомендуется приносить эту цель в жертву излишне детальному анализу или расчету не слишком важных показателей эффективности, составление которых, тем не менее, требует значительного объема дополнительных данных. Задачей показателей эффективности является облегчение понимания наиболее общих параметров работы сектора розничной и оптовой торговли и наблюдаемых в этом секторе тенденций и применение полученных знаний единообразными и сопоставимыми на международном уровне методами.

Глава VI

Источники данных и методы составления данных

6.1. Настоящая глава содержит общие рекомендации касательно источников данных и методов составления данных для использования в статистике розничной и оптовой торговли. Более детальное руководство по соответствующей общепринятой практике будет представлено в работе *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual* («Статистика розничной и оптовой торговли: пособие для составителей»), которая будет опубликована в качестве дополнительной информации к настоящим рекомендациям.

А. Источники данных

6.2. *Источники данных для составления статистики розничной и оптовой торговли.* Составление статистики розничной и оптовой торговли базируется на данных, собираемых из многочисленных источников, в которых дается описание производственной деятельности, а также на отдельных статьях балансового отчета торговых единиц, осуществляющих деятельность в этих видах торговли, в соответствии с классификацией раздела G МСОК, Rev. 4. Две основные категории источников данных могут различаться в зависимости от их цели или организации, предоставляющей статистическую информацию. Тем не менее в обеих категориях первоначальные источники данных остаются одинаковыми, а именно ими является отчетность, которая ведется торговыми предприятиями. К указанным двум источникам информации относятся:

- a) источники статистических данных, предоставляющие информацию, которая собрана специально в статистических целях, такую как данные по результатам переписей и обследований;
- b) источники административных данных, предоставляющие информацию, которая изначально собрана для иных целей, чем составление статистических данных.

1. Источники статистических данных

6.3. *Статистические обследования.* Статистические обследования рассматриваемых торговых единиц традиционно выступают основным источником информации для составления статистики розничной и оптовой торговли. Обследования проводятся или путем регистрации всех единиц совокупности (перепись), или путем получения ответов только от нескольких репрезентативных единиц, отобранных научными методами из совокупности (выборочное обследование).

6.4. Основным преимуществом статистических обследований по сравнению с источниками административных данных является то, что плани-

рование и проведение обследований, процедуры сбора и обработки данных находятся под контролем самого статистического управления. В принципе у респондентов меньше причин умышленно предоставлять ложную информацию, поскольку статистическое управление гарантирует строгую конфиденциальность собранных им данных, а также то, что они не будут использованы для любых иных целей, кроме статистических. Тем не менее концепция обследований имеет ряд определенных недостатков, таких как затратность по ресурсам (как финансовым, так и людским), дополнительная нагрузка на респондентов, более высокие показатели неполучения ответов и ошибки выборки.

⁴² Не существует согласованного на международном уровне определения термина «экономическая перепись». Разные страны могут давать одному и тому же виду статистического обследования различные названия и вкладывать в него различный смысл. Некоторыми из известных вариантов этого термина являются «перепись хозяйственных единиц», «перепись заведений» и «перепись заведений и предприятий».

6.5. *Экономическая перепись.* Как правило, экономическая перепись⁴² представляет собой статистическое обследование, проводимое через продолжительные промежутки времени (обычно каждые 5 или 10 лет), целью которого является сбор всеобъемлющей и подробной статистической информации о рабочих характеристиках и структуре единиц, осуществляющих все (или определенные) виды хозяйственной деятельности. К некоторым основным целям экономической переписи относятся создание и ведение реестра коммерческих предприятий и предоставление инструментария выборки для более часто проводимых статистических обследований.

6.6. *Перепись торговых единиц.* Перепись торговых единиц может проводиться либо как часть переписи в масштабах всей экономики, включающей все виды хозяйственной деятельности, либо как самостоятельная перепись исключительно сектора розничной и оптовой торговли или его деятельности. Следует отметить, что планирование и организация такой переписи и последующее преобразование полученных по ее результатам базовых данных в позиции статистических данных розничной и оптовой торговли является трудоемким и затратным с точки зрения ресурсов мероприятием. Этот подход связан со значительными расходами и большой нагрузкой на опрашиваемые единицы, что может сократить долю получаемых ответов и, следовательно, повлиять на качество собранной информации. Проведение полной переписи торговых единиц может оказаться полезным в случаях, когда та или иная конкретная страна не ведет обновляемого реестра коммерческих предприятий или когда наблюдается значительный интерес со стороны пользователей к получению подробных статистических данных с разбивкой по географическим районам. Перепись торговых единиц не должна проводиться, если существуют иные способы сбора и составления достаточно качественной статистики розничной и оптовой торговли.

6.7. Переписи торговых единиц обычно предусматривают полную регистрацию единиц, осуществляющих торговую деятельность (включая мелкие торговые единицы неформального сектора) на определенный момент времени, и служат надлежащим подходом к составлению торговой статистики, требуемой через продолжительные промежутки времени. При этом переписи ограничиваются с точки зрения объема собираемых данных. Для тех стран, которые осуществляют переписи единиц розничной оптовой торговли в рамках своей единой стратегии сбора данных, рекомендуется, чтобы как можно скорее после переписей проводились периодические (ежегодные, ежеквартальные или ежемесячные) выборочные обследования для обеспечения согласованности измерения торговой деятельности и сбора более подробных данных по конкретным секторам.

6.8. В некоторых странах инструментарии для обследований предприятий формируются на основе списков, составляемых в ходе экономических переписей или на основе специально сохраняемых территориальных инстру-

ментариев. Такая практика не желательна. Странам рекомендуется по крайней мере на постоянной основе вести реестры коммерческих предприятий (см. пункт 6.30), в которые заносятся все торговые предприятия.

6.9. *Выборочные обследования.* Для получения данных по крупной совокупности статистических единиц статистики зачастую используют метод выборочных обследований, который предусматривает отбор и измерение выборки из такой совокупности. В связи с изменчивостью характеристик единиц данной совокупности в процессе отбора единиц в выборку применяются научные методы формирования плана выборки для снижения риска искажения оценки совокупности. Выводы по поводу совокупности единиц в целом делаются на основе оценок, полученных по данным выборочного обследования. Метод выборочного обследования является менее затратным способом сбора данных по сравнению с экономической переписью. Этот метод можно использовать совместно с той или иной «точкой отсечения» данных или без нее.

6.10. *Выборочные обследования розничной и оптовой торговли.* В большинстве национальных статистических управлений выборочные обследования розничной и оптовой торговли редко ограничиваются одной стандартной анкетой, для них обычно составляется несколько анкет, отличающихся друг от друга по периодичности использования и основным характеристикам, а именно:

- a) вид деятельности, размер, организационно-правовая форма, тип функционирования и охватываемые обследованием переменные показатели (товарооборот, расходы, занятость, прочие специальные переменные показатели);
- b) случайная дополнительная характеристика, которая может повлиять на контент обследования, такая как местоположение данной единицы.

6.11. *Пороговое значение размера для определения целевой совокупности.* Применительно к обследованиям сферы торговли пороговые значения размера играют важную роль в определении целевой совокупности и, где применимо, выборочной совокупности единиц. Большинство выборочных обследований проводятся в отношении единиц, превышающих некое пороговое значение размера. Причины этого весьма разнообразны, в том числе — стремление ограничить масштаб обследования и активную нагрузку на коммерческие предприятия, а также желание учитывать проблемы ведения реестров для более мелких единиц. Не существует никакой международной рекомендации относительно надлежащего порогового значения размера. Это решение отдается на усмотрение каждого национального статистического управления и может варьироваться между обследованиями для различных видов торговой деятельности и их периодичностью. Тем не менее странам рекомендуется делать периодические оценки касательно недостаточного охвата обследований вследствие наличия указанных пороговых значений, а также включать описание таких пороговых значений в свои метаданные, предоставляемые пользователям.

6.12. *Типы обследований для сбора данных по торговым единицам.* Как правило, для сбора данных по торговым единицам в зависимости от обследуемых и/или опрашиваемых единиц, а именно: *обследования предприятий, обследования домохозяйств и смешанные обследования предприятий-домохозяйств.* Выбор типа планируемого обследования зависит от статистической системы той или иной страны, а также ресурсов, доступных для статистического управления этой страны.

6.13. *Обследования предприятий* представляют собой такие обследования, в которых выборочными единицами выступают предприятия (или принадлежащие предприятиям статистические единицы, такие как заведения или единицы вида деятельности) в их качестве отчетных единиц или единиц наблюдения, от которых или о которых собираются данные. С другой стороны, в *обследованиях домохозяйств* отбираются домашние хозяйства в качестве отчетных единиц или единиц наблюдения. В *смешанных обследованиях домохозяйств-предприятий* формируется выборка домохозяйств, и каждому домохозяйству задается вопрос о том, владеет и управляет ли кто-либо из его членов каким-либо неакционерным предприятием (также называемым в развивающихся странах предприятием неформального сектора). Составленный таким методом список предприятий используется в качестве основы для отбора предприятий, и из него в конечном счете осуществляется сбор желаемых данных. Смешанные обследования домохозяйств-предприятий полезны для охвата только неакционерных (или семейных) предприятий, которые многочисленны и не поддаются простой регистрации.

6.14. *Инструментарий выборки*. Наличие инструментария выборки по статистическим единицам является необходимым условием проведения любого обследования, поскольку инструментарий обеспечивает основу для отбора единиц в выборку. В зависимости от источника инструментария обследования можно также классифицировать как обследования *на основе списков* или *на основе районов*. При обследовании на основе списков первоначальная выборка формируется из заранее составленного списка предприятий или домохозяйств. При обследовании на основе районов первичными единицами выборки выступает набор географических районов. По завершении одного или нескольких этапов обследования определяется выборка районов, в рамках которых составляются списки предприятий или домохозяйств. На основе этого списка формируется выборка и осуществляется сбор данных.

6.15. *Обследования предприятий*. Проведение обследований предприятий предполагает наличие инструментария выборки торговых предприятий. Инструментарий выборки составляется из реестра коммерческих предприятий в случае, если данное статистическое управление ведет такой реестр для обеспечения широкого круга обследований (см. пункт 6.30). Тем странам, которые не ведут постоянно обновляемый реестр коммерческих предприятий, рекомендуется использовать список предприятий в качестве инструментария выборки на основе последней экономической переписи. При проведении обследования предприятий на основе районов в первую очередь формируется выборка районов, а затем в таких вошедших в выборку районах проводится регистрация действующих в этих районах предприятий в целях составления их списка, который служит в качестве инструментария выборки для отбора предприятий в выборку и сбора требуемой информации. Для обследований предприятий розничной и оптовой торговли предпочтительными, как правило, являются обследования на основе списков, а не обследования на основе районов по следующим причинам:

- a) обследование на основе списков более эффективно в плане формирования выборки с точки зрения размера такой выборки; подход на основе районов предполагает кластерную выборку, которая для достижения заданного уровня точности требует более крупной выборки, чем обследование на основе списков;
- b) могут возникнуть сложности при регистрации предприятий в рамках того или иного района. Хотя большинство предприятий, как пра-

вило, легко поддаются выявлению, обычно трудности появляются при выявлении семейных предприятий, работающих на базе конкретного домохозяйства или не имеющих постоянного местоположения;

- c) ведение и обновление списка предприятий посредством общего статистического универсального реестра коммерческих предприятий обходится дешевле, чем ведение списка на основе районов;
- d) выборка на основе районов не подходит для крупных или средних предприятий, работающих в нескольких районах, в силу сложности сбора данных только в тех частях этих предприятий, которые находятся в фактически вошедших в выборку районах. Более того, как правило, во избежание непреднамеренного упущения каких-либо подразделений конкретного предприятия предпочтительно собирать данные по всему предприятию в целом, а не только по какой-то его части.

6.16. Странам рекомендуется использовать метод обследований предприятий на основе районов для сбора данных по малым торговым предприятиям, которые, как правило, работают в неформальных или неорганизованных сегментах экономики. По таким предприятиям обычно не существует адекватных реестров или списков.

6.17. *Обследования домохозяйств.* Семейные предприятия, выступающие в качестве неакционерных производственных единиц, не считаются юридическими лицами, не зависимыми от своих владельцев (см. пункт 2.45). Капитальные и прочие активы, используемые этими предприятиями в процессе производства, принадлежат не предприятиям, а их собственникам. Составление адекватного списка данных предприятий является либо практически неосуществимым, либо чрезвычайно трудоемким и дорогостоящим мероприятием. Для охвата производственной деятельности таких предприятий рекомендуется проведение обследований домохозяйств.

6.18. Поскольку обследования домохозяйств проводятся в целях сбора данных по трудовым ресурсам и расходам домашних хозяйств, дополнительные вопросы по производственной деятельности можно добавлять в них практически без дополнительных расходов. Как правило, использование обследований домохозяйств дешевле, чем проведение в этих же целях обследований на основе районов. Следует отметить, однако, что поскольку отвечающей единицей в домохозяйстве выступает то или иное физическое лицо, а не предприятие, то данные, которые можно собрать о торговой деятельности такого предприятия, могут быть, соответственно, более ограниченными. Некоторые статистические управления ведут реестры учета населения или домохозяйств, по крайней мере для сельских районов, или имеют доступ к этим реестрам и, таким образом, имеют возможность проводить обследования домохозяйств на основе списков. Тем не менее число таких реестров весьма невелико, поэтому большинство обследований домохозяйств проводится на основе районов.

6.19. *Недостатки обследований домохозяйств.* Основным недостатком использования обследований домохозяйств для сбора данных по неакционерным торговым предприятиям является то, что выборка для таких обследований составляется таким образом, чтобы обеспечить репрезентативный охват не самой торговой деятельности, а распределения домохозяйств. Хотя и присутствует возможность того, что розничная торговля, которая по определению предназначена для продажи товаров и услуг конечным потребителям (домо-

хозяйствам), может распределяться по различным районам аналогично распределению населения, во многих случаях эти две структуры распределения отличаются друг от друга, поскольку торговая деятельность имеет тенденцию концентрироваться в коммерческих и рыночных зонах.

6.20. *Смешанные обследования домохозяйств-предприятий.* При проведении смешанных обследований домохозяйств-предприятий формируется выборка домохозяйств, а затем каждому домохозяйству задается вопрос о том, является ли кто-либо из его членов *предпринимателем*, то есть единоличным собственником или партнером неакционерного предприятия, занимающегося экономической (в том числе торговой) деятельностью. Затем собираются данные по всем выявленным с помощью этого способа предприятиям (или их подвыборке) либо непосредственно от респондента, предоставляющего такие данные от имени предприятия, либо на последующем этапе сбора данных. Таким образом, основной особенностью смешанного обследования домохозяйств-предприятий, отличающей его от обследования домохозяйств, является тот факт, что в рамках первого собирается информация по самим предприятиям, в то время как в рамках обследования домохозяйств собирается информация о лицах, проживающих в домохозяйстве, включая, возможно, их личное участие в тех или иных предприятиях.

6.21. Проведение смешанных обследований домохозяйств-предприятий также рекомендуется для сбора данных по малым предприятиям, которые не включены в обследования предприятий на основе списков. Странам следует иметь в виду, что смешанные обследования имеют недостатки, аналогичные тем, которые присущи обследованиям домохозяйств на основе районов, а именно неэффективность плана выборки и сложность управления предприятиями с производственными единицами, расположенными более чем в одном месте. Как правило, смешанные обследования домохозяйств-предприятий являются предпочтительным методом по сравнению с обследованиями домохозяйств или обследованиями предприятий на основе районов при сборе данных или при оценке конечного продукта мелких торговых единиц, исключенных из обследований предприятий на основе списков.

6.22. *Модифицированный метод смешанных обследований домохозяйств-предприятий.* Чтобы избежать недостатков, присущих методу смешанных обследований домохозяйств-предприятий (см. пункт 6.21), некоторые страны⁴³ используют модифицированный вариант этого подхода, который предусматривает составление двух взаимоисключающих списков: *a)* домохозяйств и операторов семейных предприятий и *b)* заведений во включенных в выборку районах. На этапе составления списков предусмотрено посещение каждого подразделения в отобранных территориальных единицах для выявления и подготовки полного списка всех заведений, попадающих в сферу охвата данного обследования. Модифицированный метод смешанных обследований домохозяйств-предприятий является предпочтительным по сравнению с обследованием предприятий на основе районов, поскольку он повышает качество данных по микро- и малым торговым единицам, особенно передвижным единицам по сравнению с единицами, имеющими постоянный адрес.

6.23. *Нагрузка на респондентов.* Сведение к минимуму нагрузки на респондентов должно быть важной задачей национальных статистических управлений при планировании и проведении обследований розничной и оптовой торговли.

6.24. Вопросу снижения нагрузки на респондентов следует уделять особое внимание. В качестве одного из способов снижения такой нагрузки

⁴³ Например, Индия и Филиппины.

странам рекомендуется координировать сбор данных как внутри самого статистического управления путем централизованного контроля над разграничением инструментариев выборки и отбора сформированных выборок, так и извне, максимально используя имеющиеся источники информации, такие как административные реестры.

2. Административные источники данных

6.25. *Административные источники данных* создаются в соответствии с законодательными и/или нормативными актами. Каждый нормативный акт (или взаимосвязанная группа нормативных актов) предписывает создание того или иного реестра конкретных единиц — предприятий, лиц и т. д., — предусматриваемых этим актом, и получение данных в результате применения такого акта. Статистические управления называют в совокупности такие реестры и данные *административным источником*. Административные органы ведут учет единиц в соответствии с предписанными законом административными требованиями или просто в собственных целях для помощи торговым единицам в управлении своей деятельностью. Получаемые из административных источников данные могут использоваться статистическими управлениями. При использовании административных источников данных в статистических целях странам рекомендуется обращать особое внимание на ограничения таких данных и давать описание этих ограничений в своих метаданных.

6.26. *Административные источники данных, находящиеся под контролем частных организаций*. Наряду с использованием административных источников данных, составляемых в соответствии с законодательными и/или иными нормативными актами, статистические управления могут получать некоторые данные от поставщиков данных частного сектора. Поставщики данных частного сектора⁴⁴ работают на коммерческой основе; следовательно, передача их данных статистическим управлениям связана с заключением контрактов и выплатой сборов.

6.27. *Основные преимущества использования административных источников данных*. Ниже приводится список важнейших преимуществ использования административных источников данных:

- a) полный охват населения, к которому относится та или иная административная процедура, и презюмируемый низкий показатель неполучения ответов от единиц;
- b) отсутствие значительной нагрузки на респондентов; отвечающие единицы предоставляют информацию в рамках административной процедуры;
- c) меньшие расходы для статистического управления на приобретение данных из административного источника, чем на проведение обследования;
- d) эти источники данных применимы для охвата наименьшего сегмента совокупности единиц, который не оказывает какого-либо существенного влияния на оценки, однако составляет значительную долю от численности единиц в совокупности;
- e) меньший уровень ошибок, чем в случае выборочного обследования;
- f) некоторые данные могут оказаться более точными в связи с активной проверкой данных со стороны административных органов.

⁴⁴Примером такого поставщика данных частного сектора является компания «Дан энд Брэдстрит» в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии.

6.28. К основным недостаткам административных источников данных можно отнести следующие:

- a) расхождения между административными и статистическими концепциями. Поскольку административные процедуры неподконтрольны статистическому управлению, определения понятий тех или иных переменных величин или единиц в плане охвата данных, содержания, качества и совместимости отвечают административным задачам. Это ограничивает использование административных данных в целях статистической оценки и проведения анализа;
- b) ограниченные возможности совмещения с другими данными, взятыми из статистических систем. Это превращается в проблему, в частности, когда административные единицы не соответствуют статистическим единицам в силу либо концептуальных различий, либо отклонений в идентификационных номерах. Даже если присутствующие в административном реестре переменные показатели точно соответствуют потребностям статистического управления, их использование может стать невозможным по причине несогласованности;
- c) риски в плане стабильности данных. Административные процедуры подвержены изменениям в связи с новым законодательством без серьезного (или вообще какого-либо) учета воздействия на статистические временные ряды. Это может стать причиной системной погрешности;
- d) даже когда конкретный административный орган осуществляет проверку данных, он обычно акцентирует свое внимание на тех переменных показателях, которые имеют существенное значение для его административной деятельности. Это может не означать соблюдения такого же уровня тщательности в ходе проверки в отношении переменных показателей, представляющих лишь статистический интерес;
- e) данные могут появляться с неприемлемой задержкой по срокам;
- f) наличие юридических ограничений в плане доступа к данным и их конфиденциальности.

6.29. Составителям статистики розничной и оптовой торговли рекомендуется выявлять и проводить обзор имеющихся в их странах административных источников данных и для составления торговой статистики использовать только наиболее приемлемые из таких источников. Это может в значительной мере содействовать снижению нагрузки на респондентов и расходов на проведение обследований. Изложенные выше сравнительные достоинства и недостатки не следует рассматривать в абсолютном плане. Их наличие или отсутствие или степень применимости зависят от конкретной ситуации. Таким образом, целью такого обзора источников следует считать составление контрольного списка, который можно использовать в процессе принятия решений. Примерами наиболее адекватных административных источников являются: налоговые органы (для любой информации по финансовому состоянию единиц и оплате налога на добавленную стоимость), таможенные органы, реестры системы социального страхования и т. д.

3. Реестр коммерческих предприятий в качестве инструментария для статистических обследований

6.30. *Необходимость в реестре коммерческих предприятий.* Организация и проведение любого обследования предприятий розничной и оптовой торговли предполагают наличие адекватного инструментария выборки, то есть набора торговых единиц, подлежащих включению в соответствующую выборку, вместе с информацией о таких единицах, которая используется в целях стратификации, формирования выборки и установления контактов. В принципе, инструментарий выборки должен содержать все единицы, включаемые в целевую совокупность обследования без их дублирования или исключений. В качестве наиболее приемлемого источника рекомендуется использовать реестр коммерческих предприятий, который те или иные страны ведут в статистических целях и из которого формируется инструментарий выборки для обследований розничной и оптовой торговли.

6.31. *Статистические реестры коммерческих предприятий.* Как правило, статистический реестр коммерческих предприятий представляет собой всеобъемлющий список всех активно работающих в национальной экономике предприятий и прочих единиц с указанием их характеристик. Он служит инструментом для проведения статистических обследований, а также сам по себе является источником статистической информации. Создание и ведение статистического реестра коммерческих предприятий в большинстве случаев базируется на положениях закона, поскольку масштаб реестра и сфера его охвата определяются конкретными особенностями страны. В качестве оптимального варианта рекомендуется формировать инструментарий для каждого обследования предприятий розничной и оптовой торговли на основе списков из единого, общего, статистического универсального реестра коммерческих предприятий, обслуживаемого статистическим управлением, а не использовать различные реестры для каждого отдельного обследования. Существуют две основные причины для использования единого статистического реестра коммерческих предприятий. Первая и главная причина — статистический реестр коммерческих предприятий использует определенную модель статистических единиц и облегчает классификацию единиц в соответствии с согласованными концептуальными стандартами применительно ко всем обследованиям. Вторая причина — возложение ответственности за ведение и обновление инструментария на какое-либо одно организационное подразделение статистического управления является более эффективной мерой, чем назначение различных подразделений, ответственных за создание и ведение инструментариев для каждого отдельного обследования.

6.32. *Создание статистического реестра коммерческих предприятий.* Исходной точкой для создания статистического реестра коммерческих предприятий должны стать имеющиеся в наличии административные реестры, то есть реестры предприятий, создаваемые и обновляемые для обеспечения административного контроля выполнения определенных законов или нормативных актов. При использовании лишь одного административного реестра получаемый в результате статистический реестр коммерческих предприятий будет, вероятнее всего, неполным с точки зрения сферы охвата и содержания и не сможет выступать в качестве адекватного инструментария выборки для последующих статистических обследований. Странам рекомендуется вести

работу по совершенствованию (в плане охвата и содержания) своих статистических реестров коммерческих предприятий путем включения в них данных из нескольких административных источников. До начала использования каждый административный реестр должен быть тщательно изучен статистическими управлениями на предмет охвата единиц и качества данных. Следует отметить, что комбинирование данных возможно только при введении единого регистрационного номера для всех предприятий.

6.33. *Ведение реестра.* Для того чтобы служить в качестве централизованного инструментария выборки и взвешивания для всех статистических обследований, включая обследования розничной и оптовой торговли, статистический реестр коммерческих предприятий должен обновляться и обладать надлежащим качеством. На практике, однако, включенные в реестр предприятия не остаются без изменений с течением времени: владеющие ими юридические лица могут сливаться или разделяться, или прекращать хозяйственную деятельность; они могут менять вид производственной деятельности или местоположение; или же могут создаваться новые предприятия (рождение), а действующие предприятия могут прекращать свое существование (ликвидация). По этим причинам статистические реестры коммерческих предприятий рекомендуется регулярно обслуживать и обновлять для учета изменений в динамике предприятий. В отсутствие регулярного обслуживания реестр коммерческих предприятий быстро теряет свою ценность, устаревает и перестает адекватно отражать реальное положение дел.

6.34. *Источники для создания и ведения статистического реестра коммерческих предприятий.* В принципе, те источники, которые используются для создания статистического реестра коммерческих предприятий, обычно применяются и для его ведения. К ним относятся следующие:

- a) *экономические переписи.* Экономические переписи (см. пункт 6.5) представляют собой на практике наиболее полный список производственных единиц в данной стране и взаимосвязей между ними, на базе которого можно создавать и вести статистический реестр коммерческих предприятий. Использование экономических переписей рекомендуется по причинам, изложенным в пункте 6.6, выше;
- b) *административные источники данных.* Административные источники данных представляют собой один из важнейших источников для создания статистического реестра коммерческих предприятий (см. пункт 6.32); тем не менее существует также целый ряд проблем, связанных с их использованием для ведения реестра. К наиболее распространенным примерам административных источников данных, пригодных для создания и ведения реестров коммерческих предприятий, можно отнести системы регистрации таких предприятий, системы взимания налога на добавленную стоимость и налога на фонд заработной платы, а также отчетность, которая ведется правительственными органами для управления системами страхования по безработице, социального обеспечения или иными программами. Такая отчетность, однако, требует тщательной проверки на полноту, соответствие требованиям и точность, поскольку она не предназначена в первую очередь для обслуживания нужд экономических обследований. Известно, что в указанных источниках содержатся неактивные единицы; они также могут оказаться неполными с точки зрения обеспечения классификации единиц по видам деятельности и контактной информации, а также с точки зрения их возможности

отслеживать то или иное неакционерное предприятие при смене владельцев;

- c) *материалы по результатам обследований предприятий.* Материалы по результатам обследований предприятий являются жизненно важным источником для создания и обновления статистического реестра коммерческих предприятий, поскольку они дают новую информацию об изменениях контактных адресов, о закрытии бизнеса, изменении вида экономической деятельности единицы и т. д.;
- d) *обследования реестров коммерческих предприятий.* Ту информацию для обновления реестра, которую невозможно получить из административного источника, служащего основой для данного реестра, или из материалов по результатам обследований, необходимо получать с помощью *обследований реестров коммерческих предприятий* (иногда называемых *обследованиями характера хозяйственной деятельности*), а также с помощью мероприятий по определению профиля, которые проводятся сотрудниками, ведущими реестр коммерческих предприятий;
- e) *прочие потенциальные источники.* К ним относится информация, сохраняемая в торговых ассоциациях по их членам, телефонные справочники или специальные списки, составляемые телефонными компаниями, и т. д. Каждый вид источника обладает своими собственными особыми характеристиками, которые необходимо тщательно изучить до принятия решения о способе применения источника.

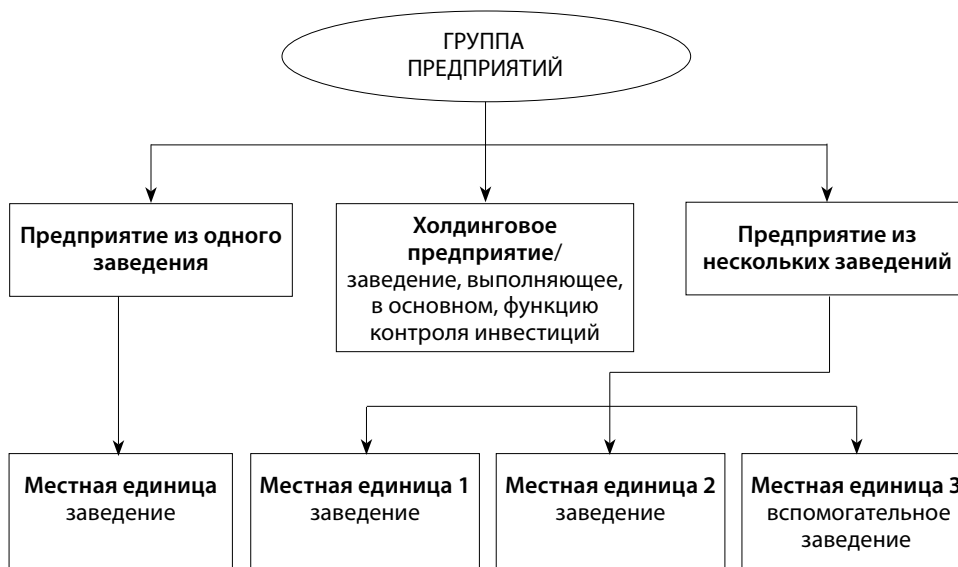
6.35. Как правило, статистический реестр коммерческих предприятий содержит одну запись по каждому заведению и одну запись по каждому предприятию, при этом должна проследиваться связь между каждым заведением и его головным предприятием. Применительно к предприятиям, состоящим из многих заведений, это означает, что должна также иметься запись по центральному офису и что каждое заведение должно иметь перекрестную ссылку на центральный офис. Странам рекомендуется ввести надлежащее кодирование предприятий и заведений, с тем чтобы установить иерархические связи между ними, как показано на рисунке VI.1, ниже. Кодирование взаимосвязи будет предусматривать распределение дохода от текущей хозяйственной деятельности основного заведения обслуживающим его вспомогательным единицам и условное начисление конечного продукта вспомогательных единиц в качестве временного потребления для потребляющих заведений. Холдинговые компании не считаются вспомогательными единицами, поскольку выполняемые ими функции контроля и руководства дочерними компаниями не являются вспомогательными функциями. СНС 2008 года рассматривает холдинговые компании как финансовые корпорации.

6.36. Как минимум статистический реестр коммерческих предприятий должен содержать следующую информацию по торговым единицам:

- название и фактическое местонахождение каждого предприятия;
- почтовый адрес, который может отличаться от фактического местонахождения;
- название и адрес центрального офиса или штаб-квартиры предприятия и заведений, входящих в состав сложного предприятия;
- вид экономической деятельности, описание или код;

Рисунок VI.1

Иерархическая структура связей между группой предприятий, предприятием и входящими в него заведениями



- форма правовой организации: акционерное или неакционерное предприятие;
- тип собственности: государственное предприятие (управляемое центральным правительством, правительством штата или местными органами власти); национальное частное предприятие под иностранным контролем;
- численность работников;
- объем продаж или стоимость конечного продукта;
- источник и дата информации.

В. Методы составления данных

6.37. Данные в том виде, в котором они поступают от респондентов в ходе статистических обследований, являются исходной позицией для составления статистики розничной и оптовой торговли. Процесс подготовки данных представляет собой нечто большее, чем простое суммирование позиций вопросника. Статистические управления проводят целый ряд проверок, оценок достоверности и статистических процедур в отношении собранных данных в целях доведения их до уровня планируемого конечного статистического продукта. Наиболее важные из этих процедур рассматриваются в нижеследующих пунктах.

6.38. *Проверка достоверности и редактирование данных.* Как и респондент любого обследования, респондент статистического обследования сферы торговли склонен делать ошибки при заполнении статистического вопросника. Следовательно, данные, собранные в ходе даже наилучшим образом организованных статистических обследований, находятся под влиянием различных типов ошибок в ответах или ошибок, связанных с неполучением

ответа. Для решения проблем отсутствующих, неправильных или непоследовательных ответов используется редактирование и условное вменение данных как неотъемлемая часть всех видов процесса обработки данных статистических обследований. Редактирование — это систематическая проверка собранных от респондентов данных с целью выявления и последующего изменения неприемлемых, противоречивых и весьма сомнительных или невозможных значений в соответствии с заранее установленными правилами. Эта процедура играет решающую роль для обеспечения качества собранной информации. Микроредактирование (также называемое редактированием входных данных) концентрируется на отдельных записях или вопросниках в отличие от макроредактирования, при котором проверяются агрегированные данные.

6.39. *Избирательное (по приоритетности) редактирование*⁴⁵. Избирательное редактирование представляет собой методологию для определения приоритетности и дополнительного снижения расходов на редактирование, которое является одним из наиболее трудоемких и затратных процессов в составлении официальной статистики. В ходе этой процедуры рассматриваются только те позиции микроданных или записи, которые могут оказать существенное влияние на результаты обследований розничной и оптовой торговли. При принятии решений о распределении ресурсов на различных этапах процесса составления статистики странам рекомендуется отдавать приоритет использованию избирательного редактирования, как более эффективного метода редактирования данных по розничной и оптовой торговле.

6.40. Редактирование данных может осуществляться на этапе ввода (редактирование входных данных) или на последующих этапах (редактирование конечных статистических данных). Рекомендуется проведение следующих редакционных проверок в плане редактирования как полезных процедур для выявления ошибок в данных по розничной и оптовой торговле:

- a) *текущие проверки*: используются для проверки фактического наличия ответов на все заданные вопросы;
- b) *проверки достоверности*: используются для проверки допустимости полученных ответов. Ответ на определенный пункт вопросника сверяется с допустимым диапазоном значений, оговоренным для этой цели. Любое наблюдение, лежащее за пределами такого допустимого диапазона значений, должно проверяться составителями данных для внесения необходимых исправлений;
- c) *проверки правильности данных*: набор проверок, основанный на статистическом анализе поступивших от респондентов данных. Многие проверки принимают форму отношения двух переменных величин, которое должно находиться в обозначенных пределах. Другим типом проверки правильности данных является арифметическая проверка, устанавливающая, например, что сумма тех или иных переменных должна равняться оговоренному значению.

6.41. Крупные случайные ошибки респондентов, как правило, могут выявляться с помощью проверки достоверности данных, например, путем сравнения полученных данных с предыдущими значениями или сопоставления отношений полученных данных с разумными предельными значениями, для того или иного типа предприятия. Статистическое управление не способно отследить все допускаемые респондентами ошибки, и поэтому даже самое тщательное редактирование данных никогда не даст в результате полностью свободный от ошибок файл данных. Например, практически не поддаются

⁴⁵ Более подробную информацию см. в работе OECD STES Timeliness Framework: Selective (or Significance) Editing, по адресу: www.oecd.org/document/21/0,2340,en_2649_34257_30214485_1_1_1_1,00.html.

выявлению устойчивые систематические ошибки, такие как занижение показателей товарооборота и завышение расходов торговыми единицами.

6.42. *Собранные в ходе обследования сведения определяющего характера.* Ответы, получаемые по некоторым позициям данных, оказывают наиболее существенное влияние на основные оценки. Такие ответы часто называют сведениями *определяющего характера*. Основная работа по редактированию должна, как правило, концентрироваться на ответах именно по таким позициям данных. В частности, в ходе обследований источником сведений определяющего характера чаще всего выступают наиболее крупные предприятия, и полученные от них данные должны проверяться в индивидуальном порядке.

6.43. *Использование расчетных значений (вменение данных).* В большинстве обследований сферы торговли часто встречаются отсутствующие позиции данных, что создает проблемы при редактировании данных. Данные могут отсутствовать по определенной позиции вопросника (неполучение ответов на отдельные вопросы) или же та или иная выбранная единица может вообще не вернуть заполненный вопросник (отказ единицы). Для оценки отсутствующих данных при получении ответов на отдельные вопросы применяется методология вменения данных. Проблема отказа единицы обычно решается либо путем повторного взвешивания или вменения данных из имеющихся в наличии по этой единице данных по предшествующим периодам (замена данных), либо путем использования имеющихся по такой единице административных данных.

6.44. *Неполучение ответов на отдельные вопросы.* Неполучение ответов на отдельные вопросы или частичное получение ответов имеет место, когда вошедшая в выборку торговая единица дала ответы не на все, а только на часть вопросов по существу. Бывают случаи, когда респондент дал ответы на все вопросы, однако, либо некоторые ответы могут быть нелогичными, либо могут наблюдаться несоответствия между некоторыми ответами респондента. Случаи такого частичного получения ответов или недостоверных ответов в комплекте данных в конечном итоге влияют на качество результатов обследования. Многие из этих проблем устраняются при соблюдении надлежащих правил редактирования.

6.45. *Отказ единицы.* Несмотря на то что включенные в выборку единицы по закону обязаны предоставлять ответы на вопросы обследований, проводимых статистическими управлениями, и несут ответственность в случае непредоставления таких ответов, факт остается фактом — это требование не устраняет проблему получения ответов. Неполучение ответа может иметь место по целому ряду причин: включение в обследование несуществующей единицы, отсутствие понимания со стороны респондентов важности предоставляемых данных, отказ, незнание методики ответов на вопросы, отсутствие ресурсов и отсутствие требуемой информации.

6.46. Существуют способы сведения случаев неполучения ответов к минимуму, в том числе: повышение информированности о важности собираемых данных, призыв к респондентам сотрудничать со статистическими службами через печатные и электронные средства массовой информации на начальной стадии обследования и рассылка напоминаний не ответившим респондентам, а также использование принудительных мер, оговоренных в национальном законодательстве.

6.47. *Методы решения проблемы частичного неполучения ответов.* Наличие неполученных ответов требует принятия мер к снижению влияния

таких отсутствующих ответов на оценки по результатам обследований. Существуют две общие стратегии по устранению проблемы отсутствующих позиций данных (неполучения ответов):

- a) все формуляры с отсутствующими значениями не принимаются во внимание, а анализ ограничивается полностью заполненными формулярами;
- b) отсутствующие данные вменяются для получения полной матрицы данных. В отношении комплекта данных, заполненного с помощью вмененных данных, применяются методы статистического анализа.

6.48. Применение первой стратегии ведет к исключению в том числе и ценных данных, содержащихся в частично заполненных формулярах. Вследствие этого для решения проблемы частичного неполучения ответов желательно применять вторую стратегию. Отсутствующие в исходных ответах или предполагаемые ошибочными значения отдельных позиций данных не должны автоматически приравниваться нулю; наоборот, следует применять надлежащие методы вменения данных. Когда после завершения редактирования всех данных в соответствии с заранее установленными правилами обнаруживается файл с отсутствующими данными, обычно отдельным этапом процедуры проводится вменение данных. Этим устраняются несоответствия, сохранившиеся после первых этапов ручной или компьютерной проверки.

6.49. Процедура вменения данных заключается в замене одного или нескольких ошибочных или неполученных ответов в одной или нескольких записях на достоверные и внутренне согласованные значения. Именно с помощью этой процедуры заполняются пробелы и устраняются несоответствия, и в итоге получается полный и согласованный файл, содержащий вмененные данные. Существуют разнообразные методы вменения данных — от простых и интуитивных статистических процедур до весьма сложных. Выбор подходящего метода зависит от цели анализа и типа отсутствующих данных. К некоторым, наиболее широко используемым методам вменения данных можно отнести следующие:

- a) *субъективный подход*: условное начисление, исходя из таких величин, которые выглядят разумными. Например, можно вывести расходы на оплату труда, если известна численность работников;
- b) *среднее/наиболее вероятное вмененное значение*: условное начисление среднего значения переменной величины для отсутствующих данных. Для категориальных данных используется вмененное наиболее вероятное значение. Одним из способов оптимизации является вменение медианного значения для устранения эффекта крайних значений;
- c) *последующая стратификация*: более высокая степень приближения вмененного значения к истинному достигается в том случае, если средние/модовые/медианные значения вменяются с применением наблюдений по тем единицам, которые однородны единице с отсутствующими данными. С этой целью используется метод последующей стратификации, то есть выборка подразделяется на страты, а затем вменяется среднее/модовое/медианное значение по соответствующей страте;
- d) *замена*: базируется на наличии сопоставимых данных. Вмененные данные могут быть значениями по данному предприятию, получен-

ными в результате такого же обследования за предшествующий год с поправкой на среднее возрастание (снижение) величины данной позиции данных в соответствующей стране;

- e) *так называемый метод «cold deck»*: используется фиксированный набор значений, охватывающий все позиции данных. Такие величины могут рассчитываться, исходя из данных за прошлые периоды времени, тематической экспертизы и т. д. В результате создается «идеальный» вопросник для удовлетворения потребностей в полном или частичном вменении данных;
- f) *так называемый метод «hot deck»*: каждое отсутствующее значение заменяется на имеющееся значение от «донора», то есть от аналогичного участника этого же обследования. Донор может в случайном порядке отбираться из пула доноров с одним и тем же набором заранее определенных характеристик. Создается список возможных доноров, соответствующих таким критериям, а затем в случайном порядке выбирается один из них. После определения донора его ответ (например, годовой доход) заменяет соответствующий отсутствующий или недостоверный ответ;
- g) *метод вменения данных «ближайшего соседа» или сопоставления функции расстояния*: в качестве значения отсутствующей отредактированной записи присваивается значение «ближайшей» подходящей отредактированной записи. При этом понятие «ближайшая запись» определяется, исходя из функции расстояния по другим известным переменным. В этом случае в качестве донора используется единица, имеющая значение, наиболее близко соответствующее отсутствующему значению;
- h) *последовательное вменение по методу «hot deck»*: значения из подходящих отредактированных записей заносятся в память, а отсутствующее значение заменяется функцией от внесенных в память значений. Процедура начинается со значения по методу «cold deck». Однако основным недостатком этого метода является то, что он зачастую ведет к многократному использованию доноров, влияя, таким образом, на распределение значений;
- i) *регрессионное (смоделированное) вменение*: для регрессии искомой переменной используется набор предсказанных переменных из подходящих записей. Затем применяется уравнение регрессии для вменения значений по отсутствующим или недостоверным позициям данных.

6.50. В большинстве систем условного начисления используется смесь методов вменения данных. Ниже приводятся желаемые характеристики всех методов вменения данных:

- a) вмененные записи должны близко соответствовать отсутствующей отредактированной записи, сохраняя при этом максимальный объем данных респондента. Таким образом, следует вменять минимальное число переменных (или полей записей);
- b) вмененные записи должны удовлетворять всем проверкам в плане редактирования;
- c) желательно помечать вмененные значения и указывать методы и источники условного начисления данных.

6.51. *Подходы к решению проблемы отказа единицы.* При получении ответа на статистический вопросник от единицы-респондента наиболее широко используемым подходом является повторное взвешивание. Такие случаи называются полным отказом единицы. Производится повторное взвешивание выборки, с тем чтобы она содержала только ответившие единицы выборки. Назначение весовых коэффициентов для элементов выборки является общепринятой практикой статистических управлений. Такие весовые коэффициенты, наряду с их прочими функциями, используются для расширения выборочной информации до уровня всей целевой совокупности. В качестве альтернативного варианта проблему отказа единицы можно решать, используя подходы, аналогичные тем, которые применяются в случае частичного неполучения ответов, а именно: различные формы вменения данных либо из имеющихся записей по данной единице из предыдущих периодов (замена), либо на основе имеющейся по ней административной информации.

6.52. *Процедуры экстраполяции данных выборки, агрегирование.* После внесения редакционных поправок на отсутствие ответов и т. д. данные используются для расчета величины переменного показателя. Экстраполяция данных выборки заключается в увеличении выборочного значения на множитель, основанный на доле выборки (или на множитель с использованием возвращаемых данных) для каждой ячейки стратифицированной выборки, с тем чтобы получить уровни данных для включенной в инструментарий совокупности. При экстраполяции данных используются отредактированные данные в целях расчета того или иного значения, репрезентативного для всех единиц. При наличии информации о вспомогательных переменных, связанных с изучаемым переменным показателем для единиц как в самой выборке, так и в инструментарии выборки, в отношении такой информации возможно применение более сложных статистических методов в целях экстраполяции данных выборки.

6.53. *Аномальные значения.* Аномальные значения представляют собой особую категорию полученных в ходе обследований сведений определяющего характера, которые являются точными, но необычными в том смысле, что они не являются репрезентативными для выборочной совокупности и, следовательно, склонны исказить оценки. Вследствие этого рекомендуется выявлять и тщательно контролировать такие аномальные значения, поскольку они способны оказать существенное влияние на оценки. Если множитель экстраполяции достаточно велик и в выборку включено аномальное значение, то итоговая оценка будет значительно выше требуемой и практически не будет обладать репрезентативностью, поскольку она будет определяться одной крайней величиной. Простейшим путем обработки аномального значения является снижение его веса в выборке таким образом, чтобы оно было репрезентативным только в отношении самого себя. В качестве альтернативного варианта для расчета более подходящего весового коэффициента для имеющей аномальное значение единицы можно использовать некоторые статистические методы.

С. Стратегия сбора данных

6.54. Для сбора и составления данных статистики розничной и оптовой торговли статистическими обследованиями и/или административными источниками данных должны охватываться все единицы в масштабах национальной экономики, осуществляющие хозяйственную деятельность в секторе

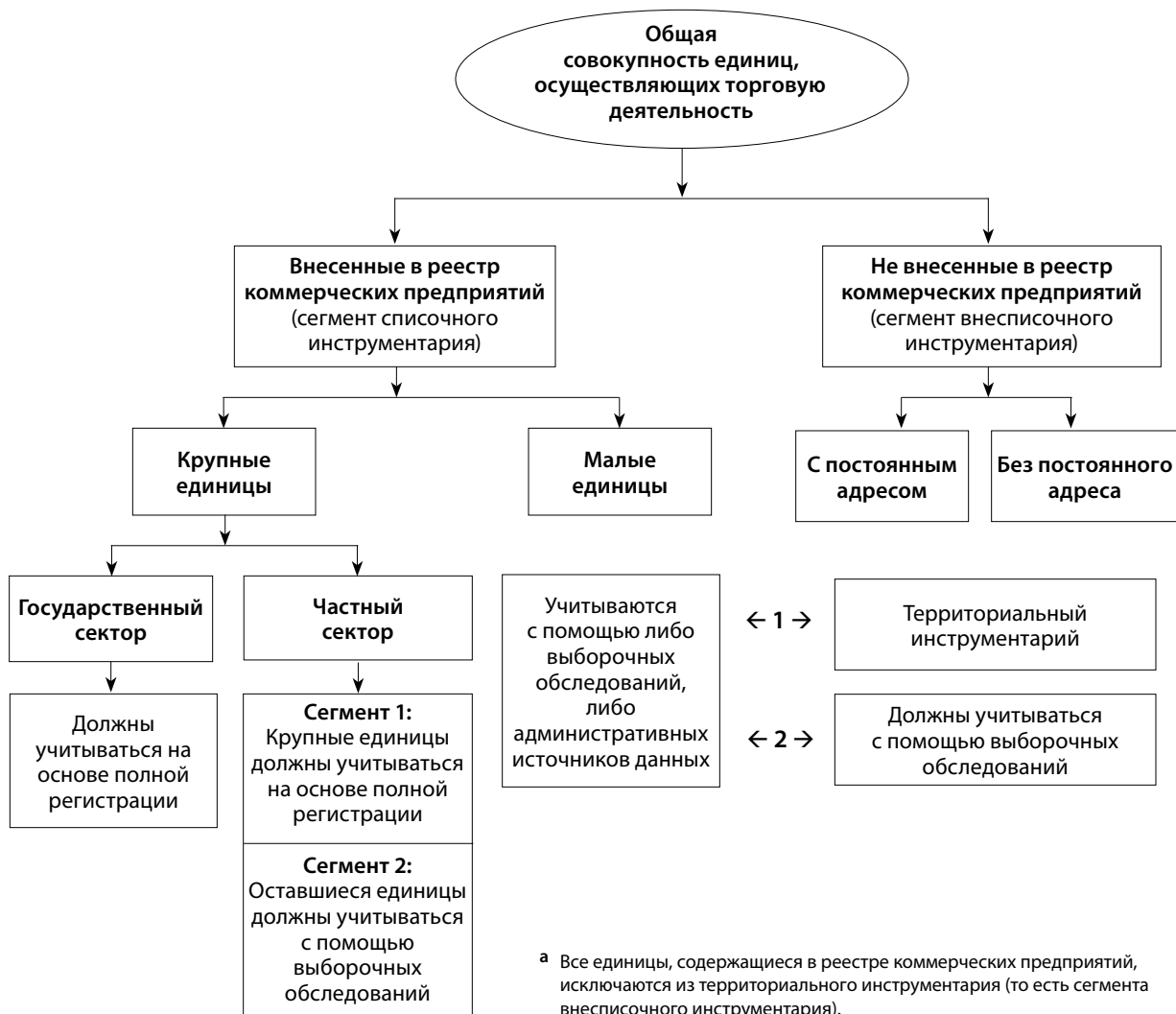
торговли (раздел G МСОК, Rev. 4). Это относится к единицам любого размера и типа, включая корпорации и неакционерные (семейные) единицы. Семейные единицы включают мелкие торговые предприятия на основе домохозяйств, работающие по отдельному адресу за пределами домохозяйства (например, постоянная палатка на рынке) или не имеющие постоянного местоположения (например, передвижной ларек на улице или автомобиль уличного торговца). В развивающихся странах используется термин «неакционерная семейная единица» (или «единица неформального сектора»). В большинстве развитых стран семейная единица, как правило, принимает более формализованную форму малого предприятия и регистрируется как юридическое лицо. Тем не менее некоторые малые семейные единицы могут оставаться неакционерными.

6.55. Для обеспечения полного охвата розничной и оптовой торговой деятельности странам необходимо разработать их собственную стратегию сбора данных, основанную на комплексном подходе и охватывающую, в принципе, все торговые единицы с учетом размеров предприятий всех классов, и сопоставить ее с их конкретными статистическими и организационными возможностями. В рамках статистики розничной и оптовой торговли имеются существенные различия между единицами с точки зрения формы правовой организации (акционерные или неакционерные), размера (от комплексных, состоящих из многих заведений предприятий с более чем 250 работниками, и до простых, состоящих из одного заведения предприятий с менее чем 10 работниками) и типа собственности (государственный сектор, частная собственность или собственность, находящаяся под иностранным контролем). Иллюстрация общей стратегии сбора данных для различных сегментов экономики представлена на рисунке VI.2, ниже.

6.56. На одном конце спектра находятся корпоративные торговые единицы, зарегистрированные по законам соответствующей страны (государственные предприятия) и имеющие сравнительно крупные размеры; на другом — неакционерные торговые предприятия, характеризующиеся низким уровнем организованности. Типы предприятий можно описать следующим образом:

- a) *государственные акционерные предприятия.* Такие предприятия имеют сложную структуру, они обязаны вести учет своих операций и представлять годовые отчеты государственным органам, в которых они зарегистрированы. Всегда имеется справочник по таким предприятиям. Нельзя ожидать, что их численность будет большой, и такие предприятия должны учитываться на основе полной регистрации;
- b) *частные и находящиеся под иностранным контролем акционерные предприятия.* Охват таких предприятий должен достигаться их разбивкой на два сегмента: один — включающий крупные единицы и другой — включающий остальные единицы. Следует подчеркнуть, что крупный сегмент экономики не подходит для выборочных обследований, поскольку наблюдаемое в нем разнообразие размеров и видов деятельности весьма велико по сравнению с числом имеющихся в этом сегменте единиц. Следовательно, предприятия в крупном секторе должны учитываться путем полной регистрации, если такая возможность существует. Более мелкие предприятия, число которых, как правило, намного выше, являются относительно однородными по сравнению с компаниями в крупных сегментах. Выборочное обследование более целесообразно использовать для охвата именно этого сегмента предприятий;

Рисунок VI.2

Общая стратегия сбора данных по различным сегментам экономики^а

с) *малые предприятия*. Сегмент малых акционерных или неакционерных семейных предприятий можно охватить посредством двух подходов в зависимости от того, зарегистрированы эти предприятия или нет:

- i) с помощью выборочных обследований, если такие предприятия включены в статистический реестр коммерческих предприятий, или с помощью административных данных (налоговые декларации малых предприятий);
- ii) с помощью «метода полностью интегрированного рационального обследования» (FIRST), если не существует реестра неакционерных предприятий (см. раздел D, ниже).

D. Метод обследования

6.57. Странам рекомендуется в качестве одного из вариантов программы обследований изучить «метод полностью интегрированного рационального обследования» (FIRST)⁴⁶, который эффективно обеспечивает получение всеобъемлющей статистической информации от всех работающих в национальной экономике предприятий любых размеров, включая предприятия розничной и оптовой торговли. Применение этого метода обследований требует наличия двух базовых комплектов статистической информации, а именно: *a)* некоторые данные переписей, предпочтительно по итогам экономической переписи, для определения полной статистической совокупности единиц в целях составления инструментария выборки и формирования самой выборки; в отсутствие данных экономической переписи, как правило, достаточными будут данные переписи населения; и *b)* надежные вспомогательные документы по районам выборочного обследования/переписным участкам для контрольной регистрации. При удовлетворении этих двух базовых требований условия на местах определяют выбор наиболее приемлемого формата любого конкретного обследования розничной и оптовой торговли.

6.58. Метод FIRST требует разбивки статистической совокупности на две части:

- a)* списочный инструментарий сравнительно небольшого числа крупных единиц (далее именуемый как *сегмент списочного инструментария*), которые явственно отличаются по своему правовому статусу от остальных единиц. Для этого сегмента применяется либо полная регистрация, либо одноэтапный (чаще всего стратифицированный) план выборки;
- b)* остальные единицы (далее именуемые как *сегмент внесписочного инструментария*), по которым нецелесообразно составлять исчерпывающий список и которые, вследствие этого, могут быть охвачены только с помощью (географического) территориального инструментария. Для этого сегмента применим двухэтапный план выборки (в конкретных случаях может применяться многоэтапный план).

6.59. Метод FIRST позволяет комплексно охватывать все виды хозяйственной деятельности в экономике и имеет явное преимущество перед проведением серии отдельных обследований по конкретным видам деятельности (каждое из них проводится независимо по отдельной группе видов экономической деятельности) для охвата одной и той же области обследования. Одним из основных преимуществ метода FIRST является снижение затрат на проведение обследования. Кроме того, комплексное обследование обеспечивает отсутствие перекрытия в охвате групп заведений по виду экономической деятельности. Каждое заведение классифицируется лишь по одному единственному сектору. Метод FIRST позволяет собрать всеобъемлющую информацию за короткий промежуток времени с помощью сравнительно скромных средств. При надлежащем исполнении метод FIRST устраняет необходимость компромисса между содержанием обследования и своевременностью публикации его результатов, что зачастую играет важную роль при планировании обследований.

6.60. *Обследование сегмента списочного инструментария на основе этого инструментария.* При проведении обследований по методу FIRST списочный инструментарий обычно формируется на основе реестра коммерческих предприятий или справочника единиц, включающего все единицы

⁴⁶См. *Strategies for Measuring Industrial Structure and Growth* («Стратегии оценки структуры и роста промышленного производства»), *Studies in Methods*, No. 65 (издание Организации Объединенных Наций в продаже под № E.94.XVII.11).

сегмента списочного инструментария, используя критерий правового и/или административного статуса, отделяющего «крупные» единицы от остальных. Этот список используется для проведения обследования по методу FIRST предпочтительно с помощью рассылаемых по почте вопросников с последующими посещениями в случае необходимости. Используемое здесь определение крупных предприятий основано на соображениях практического характера и различается в разных странах. Наиболее важным критерием для определения подсектора крупных предприятий являются простота и удобство ведения списочного инструментария. Списочный инструментарий обычно включает следующие легко различимые группы:

- a) акционерные компании открытого типа (то есть компании, зарегистрированные на бирже);
- b) компании, не регистрируемые на бирже (то есть компании, зарегистрированные в государственных ведомствах, таких как министерство юстиции, министерство торговли или аналогичные им организации);
- c) государственные предприятия (государственные предприятия могут также относиться к категории *a* или *b*, выше).

6.61. Наряду с единым и не содержащим повторяющихся записей инструментарием важно использовать комплексный план выборки для обеспечения полного (без дублирования) охвата крупных единиц. Наличие списочного инструментария позволяет осуществлять одноэтапное формирование выборки по этому подсектору. Тем не менее, если требуются дополнительные подробные данные в разбивке по видам экономической деятельности или географическим районам, необходима добавочная стратификация списочного инструментария.

6.62. Совокупность единиц в сегменте крупных предприятий имеет склонность к значительной неоднородности в плане их размера и характеристик. На сравнительно небольшое число единиц зачастую приходится основная доля производства или добавленной стоимости в национальной экономике. Включение всех этих единиц в выборку, как ожидается, даст в итоге более высокие показатели эффективности. Вследствие этого для целей большинства обследований предприятий в конкретное обследование включаются все единицы, находящиеся выше определенного порогового уровня, а из остальных единиц делается только выборка. Страта, включающая все такие единицы, называется «достоверной» или «саморепрезентативной» стратой.

6.63. Те единицы, которые выпадают из саморепрезентативной страты, но при этом относятся к сегменту списочного инструментария, должны охватываться надлежащим образом с помощью выборки как для годовых, так и для более частых обследований. Применение комплексного плана выборки для обоих видов обследований зачастую помогает устранить проблемы несоответствия между двумя наборами оценок по результатам таких обследований. Оценки параметров годовых и более частых изменений, а также параметров уровня могут быть получены с помощью имеющего надлежащий инструментарий *плана ротационной групповой выборки* для комплексного обследования. План с применением ротационной группы имеет ряд преимуществ перед *планом повторяемой перекрестной выборки* (независимые выборки для различных случаев) и *планом фиксированной групповой выборки*, а именно:

- a) он эффективен с точки зрения расходов и устанавливает баланс между противоречащими друг другу задачами получения надежных

- годовых оценок и получения надежных оценок за более короткие периоды времени;
- b) уровень сотрудничества со стороны респондентов постепенно снижается по мере увеличения числа повторных посещений, что влияет на качество ответов. Ротация выборок снижает нагрузку на участвующих в обследовании респондентов;
 - c) в статистическом ряду оценок, полученных от повторных обследований с применением схемы ротационной групповой выборки, обычно отсутствуют большие и нереалистичные временные колебания; более того, использование ротационной выборки позволяет применять составные оценки, которые еще более ограничивают такие временные колебания, приводящие к ошибкам выборки;
 - d) этот план дает возможность включения новых единиц в охват того или иного обследования.

6.64. Все единицы, *не* вошедшие в сегмент списочного инструментария, попадают в ту часть генеральной совокупности, которая названа «сегмент внесписочного инструментария». Сбор данных по этому подсектору требует выборки территориальных единиц из территориального инструментария, сформированного из данных, которые были собраны в ходе последней экономической переписи или переписи населения.

6.65. *Обследование сегмента внесписочного инструментария, основанное на территориальном инструментарии.* Проведение комплексных обследований по методу FIRST для сегмента списочного инструментария и сегмента внесписочного инструментария позволяет собрать полные и согласованные данные по всем видам хозяйственной деятельности в масштабах всей национальной экономики. Это требует введения определенного операционного правила для обеспечения того, чтобы включенные в реестр коммерческих предприятий единицы исключались из территориального инструментария по сегменту внесписочного инструментария. Из территориального инструментария должны исключаться те заведения, деятельность которых консолидирована с деятельностью головной компании. Это относится, например, к находящимся в различных частях страны складам или терминалам, оператором которых выступают торговые компании.

6.66. В принципе, метод FIRST предполагает проведение обследования заведений, однако применительно к *сегменту внесписочного инструментария* этот метод использует технику территориальной выборки. В рамках методологии территориальной выборки для обследования домохозяйств и заведений на первом этапе формируется выборка территориальных единиц. Затем в каждой из отобранных на первом этапе единиц выборки требуется проведение идентификации и составление списка тех заведений, функционирующих в выбранном районе, которые не входят в состав и не связаны с любым предприятием, включенным в списочный инструментарий, используемый для обследований сегмента списочного инструментария. Такие выявленные заведения, попавшие в сферу охвата данного обследования, затем классифицируются по виду деятельности, и из списка таких заведений формируется выборка по каждому виду деятельности.

6.67. При таком подходе особым образом обрабатываются данные по группам деятельности, относящимся к функционированию передвижных единиц, в том числе в торговле и в некоторых других сферах услуг, поскольку эта группа видов деятельности играет важную роль в большинстве развиваю-

щихся стран. Этот подход позволяет охватывать те предприятия/заведения, которые управляются домохозяйствами, даже если они не имеют постоянного помещения.

6.68. При таком подходе все поддающиеся выявлению заведения, находящиеся вне дома их владельцев и относящиеся к вошедшему в выборку району, а также заведения на основе домохозяйств, работающие в пределах дома, вносятся в список в ходе посещения различных домов (от строения к строению). Кроме того, единицы, не имеющие постоянного рабочего помещения, например разносчики, уличные лоточники и не работающие по найму работники сферы обслуживания (передвижные единицы), выявляются с помощью дополнительных вопросов, задаваемых домохозяйствам на этапе составления списка, и вносятся в список домохозяйства, где проживает владелец (или партнер) того или иного заведения. Таким образом, обеспечивается включение в список всех заведений в вошедших в выборку районах, находящихся в сфере охвата обследования, а затем такой список используется для формирования выборок заведений.

Е. Масштаб и сфера охвата обследований розничной и оптовой торговли

6.69. *Годовые обследования.* Все страны независимо от уровня развития их статистической службы проводят годовые обследования розничной и оптовой торговли. Странам рекомендуется с помощью таких годовых обследований принять меры к получению оценок, охватывающих все заведения розничной и оптовой торговли. Эта рекомендация не подразумевает, что всегда необходимо проводить всеобъемлющее обследование. Страны могут использовать один из следующих вариантов: *a)* в рамках обследования можно полностью регистрировать все заведения выше заданного порогового уровня (например, исходя из критериев размера) и делать выборку других заведений; *b)* всем единицам могут рассылаться формуляры обследований, однако для малых заведений может использоваться сокращенная форма и *c)* оценки по малым заведениям могут формироваться на основе административных данных или на основе материалов прочих статистических обследований, таких как смешанные обследования домохозяйств-предприятий.

6.70. *Внутригодовые обследования.* Сфера охвата внутригодовых обследований розничной и оптовой торговли (квартальных или месячных) обязательно должна быть более ограниченной, чем в годовых обследованиях. Даже в странах с высокоразвитыми статистическими системами нецелесообразно охватывать малые заведения месячными или квартальными обследованиями для составления краткосрочной статистики розничной и оптовой торговли. В случае если на малые заведения приходится существенная доля в особо важном классе розничной и оптовой торговой деятельности и для их охвата не существует надежных источников административных данных, такие единицы должны включаться в сферу охвата внутригодовых обследований путем использования надлежащих методов выборки.

6.71. *Обследования, проводимые через длительные промежутки времени.* В дополнение к годовым и внутригодовым обследованиям некоторые страны могут проводить обследования единиц розничной и оптовой торговли через длительные интервалы времени. Такие обследования используются для сбора

данных по специальной тематике или более подробных данных. Как правило, периодические контрольные обследования, проводимые обычно с интервалом от 5 до 10 лет, не ставят перед собой цель сбора и составления структурной статистики сферы розничной и оптовой торговли.

6.72. Для тех стран, которые характеризуются значительной долей неакционерных единиц в розничной и оптовой торговой деятельности (сегмент внесписочного инструментария на рисунке VI.2, выше), чрезвычайно важно собирать данные также и по этим единицам. Как указывалось выше, охват таких единиц требует проведения обследований на основе выборки из территориального инструментария, что является весьма затратным и трудоемким. Контрольное обследование, обычно проводимое каждые пять лет, может использоваться для сбора всеобъемлющих структурных данных, в то время как сбор аналогичных или меньших по объему данных осуществляется с помощью годовых или более частых обследований. Контрольные оценки можно прогнозировать, используя оценки изменений и темпов роста, получаемые из годовых и внутригодовых обследований сегмента внесписочного инструментария или любых других соответствующих обследований.

Г. Отчетный период

6.73. *Отчетный период для годовых обследований.* Как правило, данные, собираемые в годовых обследованиях, должны соотноситься с 12-месячным периодом, который предпочтительно должен быть календарным годом, начинающимся 1 января и заканчивающимся 31 декабря. Тем не менее в случаях, когда данные по определенным заведениям легче получить в рамках другого финансового года, может возникнуть необходимость принимать данные на этой основе. В таких случаях желательно собирать данные по некоторым позициям. Например, по заработной плате и окладам, как по финансовому, так и по календарному году, с тем чтобы облегчить составление сводных показателей за календарный год. Если для большинства заведений финансовый год как обычный период бухгалтерской отчетности отличается от календарного года, то данные могут собираться единообразно на основе финансового, а не календарного года. Есть преимущества в предоставлении всеми заведениями отчетности, охватывающей идентичный 12-месячный период, особенно в плане интеграции годовых данных с месячными или квартальными данными. Во многих странах даты закрытия бухгалтерской отчетности по финансовым годам у различных компаний распределены в течение всего года, и статистические управления сталкиваются с трудностями в получении отчетов от заведений за согласованный 12-месячный период. Если отчетные периоды столь сильно отличаются друг от друга, в публикуемый отчет можно включить дополнительную таблицу с указанием дат окончания финансового года в разбивке по месяцам, что поможет пользователям оценивать тот период, который охватывают эти данные.

6.74. *Отчетный период для внутригодовых обследований.* Для внутригодовых обследований рекомендуется принимать в качестве отчетного периода один и тот же месяц/квартал. Тем не менее некоторые заведения работают в квартальные периоды по четыре и пять недель, и в таких случаях статистическим управлениям необходимо прилагать все усилия для стандартизации данных с помощью определенной процедуры оценки по предоставляемой ежемесячно информации.

Глава VII

Краткосрочные данные статистики розничной и оптовой торговли

А. Справочная информация

7.1. Краткосрочные данные статистики розничной и оптовой торговли представляют собой важный источник информации для разработки и контроля эффективности экономической политики и проведения анализа экономического цикла. В то время как приоритетными соображениями при составлении годовой статистики, например структурных статистических данных, описанных в предшествующих главах, является детализация, всеобъемлющий охват и точность, приоритетом для краткосрочной статистики является по возможности своевременное составление месячных и квартальных показателей динамики сектора розничной и оптовой торговли, даже если это с большой вероятностью приведет к снижению точности и детализации и сокращению сферы охвата. Такие статистические данные обычно составляются в соответствии со строгим графиком и требуются для принимающих решения лиц в максимально короткие сроки. Иногда это означает, что первоначальные показатели впоследствии пересматриваются или корректируются по мере поступления и анализа дополнительных данных.

7.2. Чаще всего краткосрочные статистические данные как в целом, так и для розничной и оптовой торговли в частности, представляются в форме индексов (по отношению к тому или иному базисному периоду) или в форме показателей темпов роста, хотя столь же общепринятой практикой является составление и распространение абсолютных численных данных.

7.3. Хотя краткосрочной статистикой розничной и оптовой торговли пользуются многие специалисты с самой разной мотивацией применения таких данных, проводимый на их основе анализ сводится в основном к двум категориям:

- a) сравнение показателей деятельности единиц розничной и оптовой торговли за два различных периода времени;
- b) сравнение в рамках одного отчетного периода двух или более групп в совокупности единиц, таких как единицы, находящиеся в различных географических районах, или сравнение между торговыми единицами и прочими единицами, отнесенными по классификации к сфере услуг, или сравнение между оптовыми и розничными торговыми предприятиями и т. д.

7.4. Наличие различных групп задач и приоритетов применительно к структурной и краткосрочной статистике розничной и оптовой торговли требует от стран разработки и внедрения надлежащих статистических методов для комбинирования этих двух массивов данных. Основной целью таких мето-

дов является согласование статистических данных, получаемых из различных источников с различной периодичностью, для составления краткосрочных рядов данных, в которых при должном учете ограничений, накладываемых источниками более надежной и точной долгосрочной информации, в максимальной степени отслеживается динамика высокочастотных временных рядов.

7.5. Для того чтобы облегчить достижение этой цели, оба массива статистических данных должны базироваться на идентичных концепциях и принципах измерения, использовать одинаковые статистические единицы, классификации и определения позиций данных. Краткосрочная статистика должна формироваться на основе актуальных и достоверных источников внутригодовых данных, которые охватывают достаточную долю единиц (размер выборки). Они также должны быть сопоставимы со своими годовыми эквивалентами, частично для удобства пользователей и частично — что к тому же более важно — из-за того, что в процессе эталонного тестирования содержательная часть годовых данных включается в месячные/квартальные оценки. В принципе, странам не следует использовать эконометрические методы и процедуры косвенной оценки в качестве субститута краткосрочной статистики. Тем не менее применение таких методов неизбежно при составлении «оперативных» показателей (например, составление квартальных данных в течение 30 дней по истечении данного квартала), т. е. в условиях дефицита имеющихся данных. В таких случаях странам рекомендуется информировать пользователей как об использованных методах, так и о степени надежности применяемых оценок, а также корректировать оценки по мере поступления новой и более точной информации.

7.6. В настоящей главе рассматриваются некоторые важные вопросы, относящиеся к краткосрочной торговой статистике, такие как составление индексов розничной и оптовой торговли, характер их временного ряда, а также необходимость во внесении сезонной корректировки и в проведении эталонного тестирования.

В. Индексы розничной и оптовой торговли

1. Обзор

7.7. *Виды индексов розничной и оптовой торговли.* В целях анализа различных аспектов динамики розничной и оптовой торговли можно составить целый ряд индексов, начиная от довольно простого индекса динамики товарооборота в номинальном выражении (индекс стоимости) до более детализованного и сложного индекса стоимости товарооборота и конечного продукта торгового сектора (отражающего стоимость оказанных услуг розничной и оптовой торговли). Для получения индексов физического объема необходимо иметь индексы розничных и оптовых цен или соответствующие показатели физического объема. Вопрос разработки международных рекомендаций по составлению таких индексов цен не рассматривается в МРСРОТ 2008 года; однако ниже приводятся некоторые руководящие указания по этой тематике.

7.8. *Цель.* Одной из основных целей составления индексов розничной и оптовой торговли является описание краткосрочных изменений в стоимости и физическом объеме товарооборота оптовой и розничной торговли, а также производства продукции торгового сектора в целом и его компонентов. При

их наличии в случае месячной/квартальной периодичности индексы объема товарооборота дополняют индексы прочих видов экономической деятельности в процессе краткосрочного анализа состояния всей экономики, включая выявление поворотных точек в экономических циклах. Индексы производства продукции сектора розничной и оптовой торговли, в дополнение к их важности для краткосрочного анализа, являются ключевыми исходными данными для составления квартальных национальных счетов.

7.9. *Периодичность.* Рекомендуется составлять индексы физического объема товарооборота и производства продукции с месячной периодичностью, поскольку в этом случае лучше отражаются краткосрочные колебания. Месячные индексы еще более актуальны, если они составляются без существенного запаздывания, т. е. в течение месяца (или двух месяцев) по окончании отчетного периода. Принимая во внимание тот факт, что национальные статистические управления могут не располагать возможностями составления надежных месячных индексов, странам рекомендуется в таких случаях составлять квартальные индексы, поскольку такая периодичность обеспечивает достаточную гибкость в плане затрат времени и ресурсов. Следует отметить, однако, что использование квартальных индексов влечет за собой ослабление влияния текущих рыночных условий, сезонных изменений и других факторов, связанных с краткосрочным периодом производства.

7.10. *Выбор формул индексов и базисного года.* Подробное обсуждение видов индексов, их теоретических характеристик и их сравнительных преимуществ и недостатков приводится в различных международных источниках⁴⁷ и поэтому они не освещаются в данной публикации. Составителям индексов розничной и оптовой торговли рекомендуется использовать указанные пособия при разработке индексов такой торговли для своих стран. Хотя в настоящей главе содержатся некоторые основные руководящие указания по рассматриваемому вопросу, более подробное обсуждение передовых методов в этой области не входит в сферу охвата данных рекомендаций. Такое обсуждение приводится в работе под названием *Indices of Distributive Trade: A Handbook of Good Practices* («Индексы по сектору розничной и оптовой торговли: справочник по передовой практике»), которая будет опубликована в качестве дополнения к настоящим рекомендациям.

7.11. *Общие рекомендации по составлению индексов физического объема розничной и оптовой торговли.* В качестве общего принципа рекомендуется, чтобы предпочтение при составлении индексов физического объема отдавалось использованию цепного индекса Ласпейреса с весовыми коэффициентами, обновляемыми по крайней мере каждые пять лет. Эта формула индекса удовлетворяет большинству желательных критериев, таких как монотонность, однородность, обновляемая структура взвешивания, реальное сравнение физических объемов, эффективность с точки зрения затрат, своевременность и т. д. Формула Пааше не имеет каких-либо существенных преимуществ по сравнению с индексом Ласпейреса и более сложна в применении, поскольку для нее требуется наличие текущих весовых коэффициентов. Цепной индекс Фишера — при использовании весов текущего и базисного периода в его компонентах Ласпейреса и Пааше — имеет ряд теоретических преимуществ, таких как симметрия и обратимость по времени, однако у него есть и недостатки в плане его интерпретируемости и, кроме того, этот индекс наиболее сложен в применении. Следует также отметить, что при использовании цепных индексов на годовом уровне лучше учитываются изменения относительных цен и, следовательно, этот метод должен рассматриваться как рекомендуемый для

⁴⁷См. СНС 2008 год, глава XVI; *Compilation Manual for an Index of Service Production* (Пособие по расчету индекса производимых услуг) (Paris, OECD, 2007), sect.5, Eurostat, *Handbook on Price and Volume Measures in National Accounts* (Справочник по показателям цен и физического объема в национальных счетах), (Luxemburg, Office for Official Publications of the European Communities, 2001); пособия по индексам потребительских цен и цен производителя и т.д.

составления индексов услуг розничной и оптовой торговли, в которых быстро меняется структура весов.

7.12. Индекс физического объема Ласпейреса с весовыми коэффициентами, которые остаются неизменными в течение длительного периода времени (свыше пяти лет), используется странами с ограниченными ресурсами и постоянными проблемами в плане получения обновленных весов. Такой подход обладает преимуществом в плане выдачи данных в постоянных ценах, которые являются аддитивными (сумма компонентов равна общему значению), и, вследствие этого, поддается четкой экономической интерпретации и удобен в использовании. Тем не менее по мере увеличения промежутка времени между базисным годом и текущим периодом качество такого индекса снижается, поскольку он не отражает динамику розничной и оптовой торговли. Если какая-либо страна использует индекс физического объема Ласпейреса с фиксированными весовыми коэффициентами, рекомендуется, чтобы периоды обновления весов были по возможности близкими к пяти годам. В процессе обновления весов странам рекомендуется прилагать все усилия к выстраиванию цепной связи рядов данных с новыми весами.

7.13. При выборе вида индекса странам рекомендуется принимать во внимание цель этого индекса и соображения практического характера, такие как общая политика данного национального статистического управления в сфере ценовой статистики, наличие и качество данных, ограничения имеющихся ресурсов и т. д. В качестве дополнительного руководства по составлению индексов розничной и оптовой торговли странам рекомендуют использовать ряды данных с сезонной корректировкой, когда такие ряды адекватны и имеются в наличии. В подразделе 2, ниже, даются некоторые дополнительные рекомендации в отношении индексов физического объема товарооборота и производства продукции услуг сектора розничной и оптовой торговли.

2. Индексы товарооборота розничной и оптовой торговли

7.14. *Индекс стоимости товарооборота.* Индекс стоимости товарооборота представляет собой прямой индекс, который сравнивает стоимость товарооборота за текущий период (в текущих ценах) со стоимостью товарооборота в базисном году (в ценах базисного года). Этот индекс можно вычислить как для розничной, так и для оптовой торговли и их компонентов.

7.15. *Индекс физического объема товарооборота.* Индекс физического объема товарооборота, особенно объема розничного товарооборота, является одним из наиболее тщательно контролируемых рядов данных. Для устранения ценового влияния на товарооборот, его необходимо скорректировать с учетом уровня инфляции. В принципе, дефлятором товарооборота должен выступать индекс цен, который является репрезентативным для конкретного класса розничной и оптовой торговой деятельности и который отражает изменения цен на продаваемые товары, а не на предоставляемые услуги. В качестве замены для таких дефляторов могут использоваться индексы розничных цен (ИРЦ) и индексы оптовых цен (ИОЦ) или индексы потребительских цен (ИПЦ) и индексы цен производителей (ИЦП). Дефлятор цены для данного вида деятельности должен рассчитываться как средневзвешенное значение индексов цен для определенной категории товаров, продаваемых в рамках этого вида деятельности в текущий период.

7.16. Для расчета индексов физического объема товарооборота на более высоких уровнях раздела G МСОК (Rev. 4) необходимо агрегировать индексы

на самых низких уровнях. Такое агрегирование осуществляется путем использования весовых коэффициентов, определяемых исходя из доли добавленной стоимости (или товарооборота) каждого вида деятельности в базисном году. Например, индекс для группы 471 «Розничная торговля в неспециализированных магазинах» выводится на основе всех индексов более низкого уровня (т. е. классов, включенных в группу 471). Индекс по разделу G вычисляется путем определения среднего взвешенного значения всех компонентов, полученных в результате разбивки в данном разделе.

7.17. *Альтернативные методы измерения физического объема товарооборота.* Если не имеется надлежащих индексов цен для внесения в товарооборот поправки на инфляцию в связи со сложностями измерения ценовых изменений или большим числом источников данных, физический объем товарооборота можно оценить, используя описанные ниже показатели объема торговых операций или показатели вводимых ресурсов:

- a) *показатели объема торговых операций.* Переменные величины торговых операций (например, физическое количество проданных товаров) могут приниматься в качестве второго наилучшего варианта, если эти переменные представляют собой четко определенные категории продукции и применяются при достаточном уровне детализации;
- b) *показатели вводимых ресурсов.* Занятость рассматривается как один из основных показателей вводимых ресурсов и может использоваться в качестве альтернативного измерителя объема производимой продукции. Существует много ситуаций, когда информация о показателях вводимых ресурсов, хотя это и не рекомендуется, является единственным имеющимся в наличии источником. В этом случае предполагается, что изменения во вводимых ресурсах и производстве продукции пропорциональны друг другу. Специалистам по составлению индексов следует проявлять крайнюю осторожность при использовании оценок, базирующихся на переменных величинах вводимых ресурсов.

7.18. *Индекс физического объема товарооборота и индекс производства продукции в сфере оптовой и розничной торговли.* Цель индекса товарооборота — показать эволюцию конъюнктуры рынка товаров и услуг. В этой связи следует отметить, что существуют значительные концептуальные различия между этим индексом и индексом производства продукции в сфере услуг оптовой и розничной торговли (также называемого индексом оказанных услуг оптовой и розничной торговли). Основные различия между ними таковы:

- a) товарооборот включает в себя продажи товаров, купленных в целях перепродажи в том же состоянии, в котором они были получены, при этом такие товары не учитываются в индексах производства продукции в сфере услуг оптовой и розничной торговли;
- b) товары, произведенные (или закупленные) и складированные до продажи, включаются как в произведенную продукцию, так и в товарооборот, однако учитываются на различные моменты времени;
- c) индекс производства продукции в сфере услуг оптовой и розничной торговли учитывает изменения в оказанных торговых услугах.

7.19. Оба эти индекса важны сами по себе. Хотя индекс физического объема товарооборота рекомендуется составлять в рамках краткосрочной ста-

истики, индексы производства продукции в сфере услуг оптовой и розничной торговли имеет смысл составлять только в рамках системы национальных счетов, предпочтительно в рамках таблиц поставок и использования.

7.20. Индексы производства продукции измеряют изменения в производстве услуг в рамках различных видов розничной и оптовой торговой деятельности. Одним из основных стимулов составления этих индексов является их использование в качестве исходных данных для составления квартальных национальных счетов в качестве надлежащего показателя краткосрочных изменений валовой добавленной стоимости в сфере услуг оптовой и розничной торговли. Поэтому такие индексы в принципе следует рассчитывать как средневзвешенные значения объема произведенной продукции в этом виде деятельности, используя веса добавленной стоимости и исходя из того, что отношение добавленной стоимости к произведенной продукции остается неизменным в краткосрочной перспективе. На практике, однако, требуемые данные по добавленной стоимости могут отсутствовать на столь детализованном уровне для требуемых периодов времени. Таким образом, при отсутствии данных по добавленной стоимости необходимо использовать альтернативные методы составления этих индексов, такие как физический объем товарооборота.

С. Сезонная корректировка

7.21. *Необходимость в статистике розничной и оптовой торговли с сезонной корректировкой.* Месячные и квартальные данные статистики розничной и оптовой торговли представляют собой важный инструмент для осуществления экономической политики, анализа экономического цикла, моделирования и прогнозирования. Тем не менее такие данные часто характеризуются сезонными колебаниями и иными календарными эффектами/эффектами числа рабочих дней, которые создают препятствия для четкого выявления важных характеристик временных рядов, таких как их краткосрочная и долгосрочная динамика, поворотные точки и согласованность с другими экономическими показателями. Сезонная корректировка — это процедура, с помощью которой из временных рядов устраняются изменения, возникшие по причине сезонных и календарных эффектов для достижения лучшего понимания основных закономерностей. В данном разделе приводится краткий обзор базовых концепций и рекомендаций для составления временных рядов с сезонной корректировкой. Более подробные руководящие указания по этому вопросу будут включены в готовящуюся к публикации работу *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual* («Статистика розничной и оптовой торговли: руководство для составителей»). Те аспекты сезонной корректировки, которые представляют особый интерес для статистики розничной и оптовой торговли, например, влияния числа рабочих дней или скользящих праздников, изложены в подразделе 3 — «Календарные эффекты».

7.22. В качестве общей рекомендации странам необходимо рассмотреть возможность составления сезонно скорректированных временных рядов как неотъемлемой части их долгосрочной программы повышения качества статистики розничной и оптовой торговли. Странам рекомендуется в приоритетном порядке начать составление сезонно скорректированных временных рядов по позициям этих видов торговли. После того как выбран определенный метод сезонной корректировки, его не следует менять слишком часто. При необходимости внесения таких изменений их нужно тщательно обосновывать.

1. Основные концепции, применяемые при составлении данных с сезонной корректировкой

7.23. *Временные ряды.* Когда сбор статистических данных осуществляется через регулярные промежутки времени, эти данные формируются во временные ряды. Хорошим примером временного ряда является товарооборот розничной торговли по каждому внутригодовому периоду (неделя, месяц, квартал) в заданной стране. Напротив, данные, собираемые нерегулярно или лишь однократно, не являются временными рядами. Существуют два вида временных рядов: статические и динамические. Статические временные ряды характеризуют уровень деятельности *на какой-либо момент* времени, а динамические — уровень деятельности *за какой-либо интервал* времени.

7.24. *Составляющие временных рядов.* Считается, что во временные ряды, как правило, входят следующие составляющие:

- a) *составляющая тренда (T_t)* отражает долгосрочную динамику, сохраняющуюся в течение многих лет. Она обычно ассоциируется с явлениями структурного характера, например такими, как институциональные события, демографические и технологические изменения, новые организационные методы, общеэкономическое развитие и т. д. Во многих временных рядах, например по розничным и оптовым продажам или по производству товаров и оказанию услуг, эта составляющая называется элементом роста;
- b) *циклическая составляющая (C_t)* означает флуктуацию вокруг тренда, которая характеризуется сменяющимися друг друга периодами роста и снижения, называемыми обычно экономическим циклом. Практически в ходе любой аналитической работы составляющая тренда и циклическая составляющая комбинируются, поскольку для рядов данных, охватывающих короткий период времени, невозможно адекватно оценить долгосрочный тренд. Таким образом, составляющая циклического тренда характеризует базовую тенденцию или общее направление, отраженное в таких данных, иными словами, заключенное в этих данных объединение долгосрочного тренда и динамики экономического цикла;
- c) *сезонная составляющая (S_t)* отражает динамику в пределах одного года с графиком характерной формы для каждого временного ряда, связанную с воздействием климатических явлений и институциональных изменений, повторяющихся ежегодно с более или менее регулярной периодичностью. Эта составляющая включает в себя сезонные эффекты в узком определении этого термина, а также связанные с календарем систематические эффекты, не имеющие стабильного ежегодного графика, такие как эффекты числа рабочих дней или скользящих праздников (см. пункты 7.36–7.42). Сезонный эффект, в узком значении этого термина, — это влияние, сравнительно стабильное с точки зрения своей магнитуды. Возможными причинами этого эффекта являются природные факторы, административные или законодательные меры, социально-культурные традиции и стабильные по своему годовому графику календарные эффекты (например, государственные праздники, такие как Рождество);
- d) *нерегулярная составляющая (I_t)* характеризует непредсказуемую динамику, связанную с событиями любого характера. Она вклю-

чает в себя остаточные изменения, вызванные результатами развития или событиями особо важного значения, такими как войны или национальные катастрофы, которые влияют на многие временные ряды одновременно. Как правило, нерегулярная составляющая имеет стабильно случайный характер и учитывает те эффекты, которые невозможно предсказать в отсутствие дополнительной информации касательно их сроков, влияния и продолжительности. Нерегулярная составляющая включает следующие воздействия: *a)* нерегулярные воздействия в узком определении этого термина; *b)* воздействие выбросов (аномальных результатов измерений); *c)* прочие нерегулярные воздействия, такие как погода, не соответствующая времени года, стихийные бедствия, нерегулярные кампании по организации и стимулированию сбыта и т.д. При этом следует отметить, что такие воздействия могут оцениваться независимо от нерегулярной составляющей и что указанные оценки следует проводить для достижения максимально качественной сезонной корректировки.

7.25. *Сезонная корректировка.* Процедура оценки и исключения сезонной составляющей из временных рядов известна как сезонная корректировка. С помощью такой процедуры исключаются все изменения, имеющие систематический характер (сезонные эффекты) или связанные с календарными эффектами (институциональные события, повторяющиеся в течение года с той или иной периодичностью).

2. Основные принципы и модели сезонной корректировки

7.26. Как общее правило, процедура сезонной корректировки должна проводиться в конце цикла обследования после того, как это обследование было спланировано и проведено; данные собраны, обработаны и отредактированы; соответствующие оценки произведены. Процедура сезонной корректировки начинается сразу после получения первоначальных оценок и формирования первоначальных временных рядов данных.

7.27. *Базовые принципы сезонной корректировки.* Для исключения сезонной составляющей из временных рядов вначале необходимо выполнить декомпозицию временного ряда на его составляющие элементы: циклический тренд, сезонную составляющую и нерегулярную составляющую, каждая из которых может состоять из нескольких субкомпонентов. Сезонные изменения можно отличить от тренда в силу их колебательного характера; от экономического цикла — в силу ежегодной периодичности и от нерегулярной составляющей — в силу систематичности. Четыре упомянутые выше составляющие можно комбинировать несколькими способами. Наиболее часто встречающиеся способы их комбинирования представлены двумя типами моделей декомпозиции: аддитивной и мультипликативной.

7.28. *Аддитивная модель декомпозиции.* Аддитивная модель исходит из того, что составляющие временного ряда действуют независимо друг от друга. В частности, размер сезонных колебаний независим от уровня ряда. Например, увеличение циклического тренда не вызовет увеличения сезонной составляющей. Эта модель используется в случае, если нерегулярные и сезонные эффекты независимы от динамики тренда, т.е. если сезонные эффекты остаются неизменными из года в год. В этом случае:

$$X_t = T_t + C_t + S_t + I_t$$

7.29. *Мультипликативная модель декомпозиции.* В программных пакетах сезонной корректировки по умолчанию обычно принимается мультипликативная модель. Эта модель исходит из того, что составляющие временного ряда взаимозависимы и, следовательно, размер сезонных колебаний увеличивается и уменьшается вместе с уровнем этого ряда, что характерно для большинства сезонных макроэкономических рядов. Например, увеличение тренда вызовет увеличение магнитуды сезонной составляющей. В этом случае:

$$X_t = T_t \times C_t \times S_t \times I_t$$

7.30. *Качество сезонной корректировки.* Самым фундаментальным требованием для качества сезонной корректировки является отсутствие поддающегося оценке сезонного эффекта в сезонно скорректированном ряде. Наличие поддающегося оценке сезонного эффекта либо в сезонно скорректированном ряде, либо в бестрендовом сезонно скорректированном ряде (т. е. нерегулярной составляющей) обычно называется *остаточной сезонностью*. Для того чтобы определить, содержит ли сезонно скорректированный временной ряд какую-либо остаточную сезонность или эффект числа рабочих дней, следует провести специальную «спектральную диагностику» в отношении месячных данных или в отношении достаточно длинного квартального ряда. В зависимости от применяемого для сезонной корректировки программного пакета существуют другие виды диагностики, которые можно использовать для оценки наличия остаточных сезонных факторов.

7.31. Другими важными требованиями для качественной сезонной корректировки является отсутствие погрешности в уровне ряда и стабильность оценок. Отсутствие погрешности в уровне ряда означает, что этот уровень будет аналогичен как первоначальному ряду, так и сезонно скорректированному ряду. Стабильность оценок означает, что по мере поступления новых данных и их включения в процедуру оценки пересмотр предшествующих оценок будет незначительным. Значительные изменения могут означать, что эти оценки являются недостоверными или даже лишены смысла.

7.32. *Концепция прямых и косвенных сезонных корректировок.* Многие данные, касающиеся розничной и оптовой торговли, представляют собой позиции сумм или разностей. Например, и торговая наценка, и добавленная стоимость рассчитываются как разность между двумя составляющими. В случае торговой наценки этими составляющими являются стоимость товарооборота и стоимость товаров, купленных в целях перепродажи; в случае добавленной стоимости такими составляющими являются стоимость произведенной продукции и стоимость промежуточного потребления. Оценка добавленной стоимости с сезонной поправкой может быть получена либо путем прямой сезонной коррекции добавленной стоимости, либо путем расчета разности между сезонно скорректированными значениями произведенной продукции и промежуточным потреблением.

7.33. В большинстве случаев прямые и косвенные корректировки агрегированного ряда не являются идентичными. Существует всего лишь весьма ограниченный круг ситуаций, в которых эти два вида корректировки совпадают, в особенности если эти корректировки являются аддитивными. Является ли прямая или косвенная корректировка более подходящей для заданной совокупности рядов, будет в значительной мере зависеть от рассматриваемой

совокупности рядов. Поскольку ни теоретические, ни эмпирические выкладки не отдадут однозначного предпочтения ни одному из подходов, странам рекомендуется решать эту проблему отдельно в каждом конкретном случае после тщательного анализа, основанного на характеристиках рассматриваемого ряда данных и на агрегационных ограничениях, накладываемых контекстом такого ряда (национальные счета, географическая разбивка и т. д.). Ниже приводится практическое руководство в отношении того, как осуществлять прямую/косвенную корректировку в некоторых конкретных случаях:

- a) следует отдавать предпочтение косвенной сезонной корректировке, когда составляющие ряда, образующие совокупный ряд, имеют как резко отличающиеся сезонные закономерности, так и улучшенные возможности корректировки; в этом случае косвенная сезонная корректировка будет более эффективной по сравнению с прямой корректировкой;
- b) следует отдавать предпочтение прямой сезонной корректировке, когда составляющие ряда имеют аналогичные сезонные закономерности и суммирование такого ряда может привести к исключению сезонных отклонений.

7.34. *Выбросы в сезонной корректировке.* Выбросы представляют собой аномальные значения во временных рядах, причиной которых обычно является какое-либо одноразовое экономическое или социальное событие. Их выявление и исправление до проведения процедуры корректировки представляет собой важный определяющий фактор качества сезонной корректировки. Чрезвычайно важно проводить различие между разными типами выбросов, поскольку отличается метод их обработки. Выбросы подразделяются на две группы: a) ошибки в данных и b) «подлинные» особые события. Первым шагом любого анализа выбросов должно стать выявление и исправление простых ошибок в данных, а затем выявление и исправление «подлинных» выбросов. Целью исправления выбросов является предотвращение искажений в направленности тренда. Направленность тренда предназначен для измерения долгосрочных темпов роста временных рядов, и поэтому нежелательно, чтобы направленность тренда реагировала на какое-либо одноразовое нерегулярное событие. Следует отметить, что все программные пакеты для сезонной корректировки имеют встроенную функцию для выявления и обработки выбросов, по крайней мере для первоначальной части временного ряда. Однако для самых последних значений сложная автоматическая корректировка невозможна.

7.35. *Различия между согласованными и экстраполированными сезонными факторами.* Для текущего года данные с сезонной поправкой могут рассчитываться либо путем проведения процедуры сезонной корректировки каждый месяц/квартал, либо путем применения коэффициентов экстраполяции, рассчитываемых один раз в году. В первом случае данные пересматриваются каждый месяц/квартал; во втором — данные пересматриваются лишь один раз в году и больше в течение года не пересматриваются. С точки зрения точности временных рядов с сезонной поправкой рекомендуется подход с использованием согласования. Он позволяет получать данные с сезонной поправкой путем пересчета значений каждый раз при поступлении новых данных. Использование экстраполированных сезонных факторов, хотя такой метод и предпочитают некоторые пользователи, может привести к искаженным результатам, особенно если в течение года происходят неожиданные события. Странам рекомендуется составлять график регулярного пересмотра

временных рядов с сезонной поправкой предпочтительно в соответствии с установленной общей политикой пересмотра данных.

3. Календарные эффекты

7.36. *Календарные эффекты.* Изменения, связанные с календарем, играют важную роль в анализе статистики розничной и оптовой торговли. Календарные эффекты — это имеющие регулярный характер воздействия, которые необязательно имеют место в одном и том же месяце или квартале каждый год, но, тем не менее, их можно выявить и исключить из рядов данных. Наиболее важными из них являются эффекты скользящих праздников и числа рабочих дней, причем последний фактор относится к «внутримесячным эффектам». Эти отклонения обычно рассматриваются как сезонные по своему характеру, и их необходимо устранять вместе с другими сезонными колебаниями при составлении рядов данных с сезонной поправкой.

7.37. *Скользящие праздники.* Скользящие праздники — это праздники, точная дата которых систематически перемещается каждый год по Григорианскому календарю, который широко используется в качестве мирового стандарта для статистических временных рядов. Влияние таких скользящих праздников на экономическое и социальное поведение обычно различается для каждой конкретной страны, что усложняет их учет в стандартных процедурах и практике. Примерами скользящих праздников могут служить Пасха, китайский Новый год, корейский День благодарения и Рамадан. *Пасха* обычно приходится на апрель, однако может сдвинуться и на конец марта, влияя тем самым на широкий круг рядов данных, например на показатели промышленного производства или объема розничных продаж, особенно в западном полушарии. Эффект Пасхи — это отклонения, обусловленные переносом с апреля на март объема хозяйственной деятельности, когда Пасха сдвигается на март вместо празднования ее, как обычно, в апреле. *Китайский Новый год* оказывает аналогичное Пасхе влияние на торговую деятельность и имеет предсказуемую магнитуду и направление.

7.38. Со скользящими праздниками обычно связаны два вида эффектов: а) немедленный эффект, связанный с тем фактом, что некоторые розничные магазины не работают в праздничные дни; и б) постепенный эффект, связанный с тем фактом, что влияние на торговую деятельность проявляется в течение нескольких дней, предшествующих празднику.

7.39. *Эффект числа рабочих дней* Эффект числа рабочих дней представляет собой распространенный, связанный с календарем эффект, часто отражаемый в экономических временных рядах, особенно во временных рядах розничной и оптовой торговли. Этот эффект находится в зависимости от того, сколько раз каждый день недели встречается в данном месяце/квартале и от длительности месяца/квартала. Число рабочих дней также зависит от числа праздников в течение того или иного периода, которые не приходятся на выходные дни. Число рабочих дней может различаться не только для различных периодов, но и для одних и тех же периодов в разные годы.

7.40. Эффект числа рабочих дней наступает, когда уровень активности варьируется для разных дней недели. Изменения в числе рабочих дней предполагают наличие базовой ежедневной модели деятельности в течение недели. Эта же дневная модель иллюстрирует сравнительную значимость различных дней недели. Например, пять воскресений в каком-либо месяце влияют

на временные ряды розничной торговли, поскольку воскресенье не является рабочим днем и предполагает низкий уровень экономической активности. Число пятниц и суббот также оказывает значительное влияние на такие ряды, поскольку именно в эти дни люди делают свои основные покупки. Изменения в числе рабочих дней также связаны с практикой бухгалтерского учета и отчетности торговых единиц. Те магазины, которые сводят бухгалтерский баланс по пятницам, обычно в своей отчетности имеют более высокий объем продаж в месяцы с пятью пятницами, чем в месяцы с четырьмя пятницами. Эффекты числа рабочих дней необходимо учитывать, поскольку они ведут к явным изменениям уровня деловой активности, когда ее базовый уровень остается по сути неизменным.

7.41. *Эффект длины месяца.* Поскольку различные месяцы года имеют различную продолжительность, а именно 28, 29, 30 или 31 день, одним из способов точного определения эффекта числа рабочих дней является рассмотрение каждого месяца в качестве блока из 28 дней (по 4 каждого дня недели) плюс одного дополнительного блока, содержащего 1, 2 или 3 дополнительных дня. Если уровень деловой активности по каждому определенному дню недели должен оставаться постоянным в течение года, то единственным различием между месяцами данного года будет число дополнительных дней (0, 1, 2 или 3). Следовательно, если в июне и июле наблюдаются одинаковые уровни деловой активности в соответствующие дни недели, то общий показатель по июлю, тем не менее, может быть выше, чем по июню, исключительно в силу того, что в июле есть лишний день. Это называется *эффектом длины месяца*. Если в тот или иной временной ряд не внесена поправка на число рабочих дней, тогда эффект длины месяца будет автоматически учитываться в сезонных факторах. Если этот ряд данных все же содержит поправку на число рабочих дней, тогда длину месяца можно учитывать в сезонных факторах или, в качестве альтернативы, в факторах числа рабочих дней.

7.42. *Методы корректировки, учитывающей эффект числа рабочих дней.* Корректировка, учитывающая влияние числа рабочих дней, может осуществляться с помощью либо пропорционального, либо регрессионного метода корректировки. При первом подходе эффекты числа рабочих дней оцениваются путем подсчета их доли в месяце/квартале, при втором — эффекты числа рабочих дней оцениваются в рамках регрессионной схемы. Как правило, странам при проведении корректировки, учитывающей число рабочих дней, следует отдавать предпочтение регрессионному подходу. Что касается других календарных эффектов, таких как скользящие праздники, то статистические программные пакеты имеют встроенные функции выявления и обработки эффектов числа рабочих дней. Хотя в таких программах предлагаются календари по умолчанию, применительно к корректировке с целью учета числа рабочих дней странам рекомендуется использовать свои собственные календари, поскольку они обеспечивают более точные результаты.

4. Программные пакеты для сезонной корректировки

7.43. Наиболее широко используемые программные пакеты для сезонной корректировки можно сгруппировать в две основные категории, базирующиеся на: *a)* одномерной декомпозиции временных рядов, а именно методе скользящего среднего значения; и *b)* явных моделях с небольшим числом параметров по каждой составляющей. Странам следует сделать выбор между этими двумя категориями программ, исходя из тщательного анализа тех временных

рядов, по которым необходима сезонная корректировка, и/или исходя из накопленного опыта.

7.44. *Программные пакеты для сезонной корректировки, основанные на методах скользящего среднего значения.* Большинство используемых статистическими управлениями методов сезонной корректировки относятся к классу скользящих средних значений. Методы сезонной корректировки, относящиеся к этой категории, являются в основном описательными, непараметрическими процедурами в том смысле, что в них отсутствуют явные параметрические модели для каждой ненаблюдаемой составляющей. Большинство отличий в алгоритме вычислений между различными подходами в этом классе обычно обусловлены разными методологиями, используемыми в конце временного ряда. В некоторых методах в конце ряда применяются ассиметричные фильтры, в то время как в других — ряды продолжают с использованием моделей «авторегрессивного интегрированного скользящего среднего» (ARIMA) и применением симметричных фильтров к продленному ряду. Общий подход в рамках класса моделей скользящих средних значений следует процедуре итеративного оценивания, в основе которой лежит ряд скользящих средних. Модели Census X-11/X-12 и ARIMA входят в класс методологий для сезонной корректировки, основанных на использовании скользящих средних.

7.45. *Программные пакеты для сезонной корректировки, основанные на методах с использованием моделей.* Подход, основанный на использовании моделей, требует отдельного моделирования в первоначальном временном ряду таких составляющих, как тренд, сезонные и нерегулярные составляющие. Этот подход исходит из того, что нерегулярная составляющая представляет собой «белый шум». Основные отличия в алгоритме вычислений между различными подходами, основанными на моделировании, обычно обусловлены техническими требованиями к модели. В некоторых случаях составляющие моделируются напрямую; в других случаях — моделируются первоначальные ряды, а модели составляющих выводятся уже из этой модели. К программам сезонной корректировки, основанным на построении моделей, относятся, в числе прочих, TRAMO-SEATS, STAMP и BV4.

7.46. *Диагностика сезонной корректировки.* В программах имеется набор диагностических функций для оценки результата на этапах как моделирования, так и сезонной корректировки, и эти функции необходимо использовать. Спектр таких диагностических функций простирается от продвинутых тестов, предназначенных для экспертов, стремящихся оптимизировать обработку сложных рядов, до простых тестов, которые как минимум следует применять всем пользователям данных программ. Хотя иногда указанные программы используются по принципу «черного ящика» без диагностики, их не следует задействовать таким образом, поскольку многие тесты весьма доступны для понимания.

7.47. *Минимальная длина временного ряда для сезонной корректировки.* В качестве минимального промежутка времени для получения оценок с надлежащей сезонной корректировкой требуется, как правило, пятилетний период со сравнительно стабильными сезонными параметрами, в течение которого производится сбор соответствующих данных. Для временных рядов, демонстрирующих особенно сильные и стабильные сезонные колебания, можно получить сезонно скорректированные оценки, основываясь на трехлетнем периоде сбора данных. При этом, однако, временные ряды большей длины требуются для более точного выявления сезонной закономерности и корректировки рядов с учетом календарных изменений (т.е. числа рабочих дней и

скользящих праздников), перерывов во временных рядах, выбросов и особых событий, которые могут повлиять на такие ряды и затруднить надлежащее определение сезонной закономерности во временных рядах. Если та или иная страна пережила период значительных структурных изменений, результатом которых стали радикальные изменения в сезонных закономерностях, может быть утрачена возможность сезонной корректировки данных по такой стране, пока не пройдет несколько лет после разрыва временного ряда. В таких случаях может возникнуть необходимость раздельной сезонной корректировки частей временного ряда до и после разрыва.

7.48. *Сезонная корректировка и согласование с годовыми данными.* Суммарные годовые показатели, основанные на сезонно скорректированных данных, не будут автоматически (и концептуально) равны соответствующим суммарным годовым показателям, базирующимся на первоначальных нескорректированных данных. Число рабочих дней, влияние скользящих праздников и прочие календарные эффекты меняются с каждым годом. Аналогичным образом меняющиеся сезонные факторы означают, что влияние сезонного эффекта в узком определении этого термина будет варьироваться от года к году. Следовательно, в концептуальном плане, применительно к временным рядам со значительными календарными эффектами или меняющимися сезонными эффектами, суммарные годовые показатели сезонно скорректированных рядов *должны отличаться* от показателей нескорректированных рядов. В таких случаях согласованность с годовыми рядами будет достигаться за счет качества сезонной корректировки и будет некорректной с концептуальной точки зрения.

7.49. Тем не менее в ряде конкретных случаях в целях, скажем, национальных счетов и разбивки по географическому признаку может возникнуть необходимость сохранять ограничения аддитивности для достижения согласованности данных. В таких случаях необходимо принудительно воздействовать на суммарные годовые показатели сезонно скорректированных рядов с тем, чтобы они были равны годовым показателям необработанных рядов. Программы X-11-ARIMA и X-12-ARIMA имеют функции принудительного обеспечения равенства суммарных годовых показателей на основе сезонно скорректированных данных и первоначальных суммарных величин.

7.50. *Политика пересмотра данных и пересчет моделей ARIMA.* Важной проблемой, связанной с методами моделирования, является то, насколько часто модели ARIMA должны перестраиваться и пересчитываться по мере поступления новых данных. Стабильность самих моделей и связанных с ними параметров зависит от характера временных рядов. В принципе сами модели ARIMA мало меняются с течением времени, однако связанные с ними параметры более чувствительны к новым данным. Рекомендуемым подходом в таких случаях является перестройка моделей один раз в год и пересчет их параметров каждый раз при проведении сезонной корректировки.

7.51. *Распространение данных и сезонная корректировка.* После устранения сезонных факторов и всех календарных эффектов данные розничной и оптовой торговли могут представляться либо с сезонной поправкой, либо в форме циклического тренда. Разность между ними равна значению нерегулярной составляющей. Как правило, странам рекомендуется предоставлять пользователям как первоначальные, так и сезонно скорректированные ряды данных. Распространение других рядов зависит как от интересов и потребностей пользователей, так и от возможностей страны. Данные с сезонной поправкой, например, зачастую считаются более информативными для одномерных

и многомерных целей, в то время как данные в форме циклического тренда в принципе рекомендуются для графического отображения, а также для рядов, характеризующихся высокой степенью волатильности.

7.52. *Частично скорректированные данные.* Некоторые страны в качестве «данных без сезонной поправки» публикуют данные, которые были скорректированы с учетом некоторых сезонных эффектов, в частности числа рабочих дней. Следует отметить, что частично скорректированные данные могут вводить в заблуждение и иметь ограниченное применение в аналитических целях. Во-первых, данные, опубликованные как не имеющие сезонной поправки, должны быть полностью нескорректированными и показывать фактическую ситуацию, а не являться частично скорректированными для учета некоторых сезонных эффектов. Эффекты числа рабочих/торговых дней являются составной частью общей сезонной вариации временного ряда, и внесение поправки на эти эффекты должно рассматриваться как неотъемлемая часть всей процедуры сезонной корректировки, а не как отдельный процесс. Во-вторых, поправки на число рабочих дней, внесенные вне зависимости от общего контекста сезонной корректировки, часто проводятся с применением простейших методов, которые являются неприемлемыми процедурами, как, например, фиксированные коэффициенты, основанные на отношении числа рабочих дней в месяце или квартале к стандартному месяцу или кварталу. Странам следует прилагать все усилия для прекращения подобной практики. Тем не менее, если публикуются частично скорректированные данные, к ним должно прилагаться соответствующее пояснительное примечание для предупреждения пользователей о присущих таким данным ограничениях. Весьма важно надлежащим образом документально фиксировать процедуры сезонной корректировки и включать их в метаданные статистики розничной и оптовой торговли.

D. Эталонное тестирование

1. Необходимость эталонного тестирования статистики розничной и оптовой торговли

7.53. Общими особенностями краткосрочной статистики (месячной и квартальной) является ее ограниченный охват и более низкий уровень точности и детализации. Например, могут возникать различия в охвате торговых единиц, степени детализации в отношении включенных позиций данных или представленных видов деятельности или географических районов и т. д. Таким образом, краткосрочная статистика по сравнению с более полными годовыми данными в большей мере страдает от искажений, возникающих в связи с такими факторами, как ошибка выборки, различия в использовании регистров коммерческих предприятий (различные версии реестров, методы экстраполяции, реклассификация заведений), а также в связи с различными методами месячного/квартального и годового бухгалтерского учета, используемыми респондентами. В настоящем разделе рассматриваются процедуры, применяемые для составления оптимальных краткосрочных данных розничной и оптовой торговли, которые согласуются с годовыми данными. Такие процедуры известны под общим термином «временное дезагрегирование», и их общепринятыми вариантами являются эталонное тестирование и интерполяция.

7.54. *Эталонное тестирование* относится к тому случаю, когда имеются два источника данных различной периодичности для одной и той же искомой переменной, при этом целью является исправление несоответствий между различными оценками, например различий между краткосрочными и годовыми оценками товарооборота сектора розничной и оптовой торговли, полученными из разных источников. Эталонное тестирование может применяться в отношении как первоначального временного ряда (распределение), где месячные/квартальные оценки должны сводиться в конце года к новым уровням, полученным исходя из годовых оценок, или в отношении временного ряда будущих периодов (экстраполяция), когда временные ряды продлеваются с помощью месячных/квартальных оценок, по которым еще не имеется годовых данных.

7.55. *Интерполяция* относится к тому случаю, когда не существует реальных месячных (или квартальных) измерений, и суммарные годовые показатели распределяются по месяцам (кварталам), используя по возможности косвенный индикатор месячной (квартальной) закономерности или, в противном случае, простой алгоритм аппроксимации кривой. Краткосрочная закономерность для целей интерполяции может выводиться из данных предшествующего (прекращенного) обследования или из косвенных переменных или с помощью сглаженной математической функции.

7.56. *Цель эталонного тестирования.* Основной целью эталонного тестирования является комбинирование сравнительных преимуществ данных низкой и высокой частотности, сохраняя при этом в максимальной степени краткосрочные изменения в исходных данных в рамках тех ограничений, которые накладывают контрольные показатели. Данные низкой и высокой частотности могут быть получены из переписей или более точных выборочных обследований, из административных данных или даже из определенной комбинации этих источников. Следует отметить, что проблема эталонного тестирования возникает и с годовыми данными, когда обследование проводится лишь один раз в несколько лет, или с месячными данными, когда их необходимо сопоставить с контрольными квартальными оценками.

2. Основные принципы и методы эталонного тестирования

7.57. *Отношение контрольного годового показателя к сумме месячных показателей.* По любому году чрезвычайно важно обеспечить согласованность между годовыми и внутригодовыми оценками значений любой переменной. Для оценки соотношения между соответствующими годовыми и месячными/квартальными данными можно измерить отношение годового контрольного показателя к сумме из 12 месячных (или четырех квартальных) значений данного показателя, т.е. отношения годового контрольного показателя к суммарному внутригодовому показателю (annual benchmark-to-indicator ratio) (отношение BI). Обычно значение отношения BI отличается от единицы, если оценки получаются из источников данных с различной частотностью.

7.58. В рамках отношения BI суммарный показатель определяет краткосрочную динамику оценок, в то время как годовые данные определяют общий уровень оценок и их долгосрочную динамику. Отношение BI обычно меняется от года к году, однако необходимо вносить такие поправки, чтобы отношение BI всегда равнялось единице.

7.59. Отношение BI может также отражать соотношение между значениями выборочного обследования и значениями годовой совокупности.

Рассмотрим, например, ситуацию, когда формируется выборка торговых предприятий для ежемесячного охвата 20 процентов (sm) от совокупности продаж (SM). Для этого по каждому месяцу общие значения совокупности рассчитываются по формуле $SM = sm \times 100/20$. В этом случае отношение VI составит $100/20$ или 5,0; однако коэффициент $100/20$ будет устаревать по мере потери репрезентативности выборки. Следовательно, когда появятся полные данные (SA) по результатам годовой переписи предприятий, весьма вероятно, что они будут отличаться от суммы 12 месячных величин продаж (SM).

7.60. *Методы эталонного тестирования.* Существуют два основных подхода к эталонному тестированию временных рядов: с использованием чисто численных методов и с использованием статистического моделирования. Подход с использованием численных методов отличается от статистического моделирования тем, что в нем не оговаривается статистическая модель временного ряда, которой, как предполагается, должен следовать такой временной ряд. Данный подход включает метод пропорционального распределения и семейство методов минимизации с помощью наименьших квадратов, иными словами, семейство методов Дентона. Подход с использованием статистического моделирования включает методы, основанные на моделях ARIMA, и набор различных регрессионных моделей⁴⁸. Ниже приводится краткое описание наиболее широко используемых численных методов. Дополнительные указания по использованию методов эталонного тестирования будут приведены в планируемой к публикации работе *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual* («Статистика розничной и оптовой торговли: руководство для составителей»).

7.61. *Метод пропорционального распределения и «проблема скачка».* Для любого базового года, по которому имеются годовые оценки какой-либо конкретной переменной, можно рассчитать отношение VI . Обычно оно отличается от единицы, и в целях коррекции этого отношения для учета имеющихся смещений годовые данные просто распределяются в соответствии с распределением месячных/квартальных значений этой переменной, иными словами, производится пропорциональное распределение по месяцам/кварталам. В результате метод пропорционального распределения сохраняет пропорциональность динамики в рамках каждого года. Тем не менее отношения VI для смежных лет отличаются друг от друга, и коррекция методом пропорционального распределения потенциально способна вызывать значительное несоответствие между показателями последнего месяца (или квартала) одного года и первым месяцем (или кварталом) следующего года, которая известна как «проблема скачка». Метод пропорционального распределения является простейшим методом эталонного тестирования; однако из-за «проблемы скачка» его не рекомендуется применять для целей согласования данных розничной и оптовой торговли низкой и высокой частотности.

7.62. *Семейство методов эталонного тестирования Дентона.* Метод Дентона представляет собой комплексный способ рассмотрения обоих аспектов эталонного тестирования (распределение и экстраполяция). Существует несколько его версий, которые и составляют семейство методов эталонного тестирования Дентона. Семейство методов Дентона базируется на принципе сохранения показателей динамики, в соответствии с которым требуется, чтобы: а) ежемесячные (или ежеквартальные) темпы роста в скорректированных месячных рядах и в первоначальных месячных (или квартальных) рядах максимально совпадали друг с другом; или б) поправки по смежным месяцам максимально совпадали друг с другом. В качестве базового требования этого

⁴⁸ Подробное разъяснение этих методов, а также анализ имеющегося в наличии программного обеспечения для их совмещения можно найти в публикации Евростата *Handbook on Quarterly National Accounts* (Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities, 1999); и в работе Adriaan M. Bloem, Robert J. Dippelsman and Nils Ø. Maehle, *Quarterly National Accounts Manual: Concepts, Data Sources, and Compilation* (Washington, D.C., International Monetary Fund, 2001).

метода расчеты должны основываться на первоначальном месячном/квартальном показателе (не пересмотренном или без сезонной поправки). Обычно включение новых годовых данных за один год требует пересмотра ранее опубликованных месячных/квартальных оценок, поскольку корректировка, учитывающая измерение показателя, распределена по нескольким периодам, причем не только в пределах одного и того же года. На практике эффект от применения методов эталонного тестирования Дентона исчезает через три-четыре года.

7.63. *Пропорциональный метод Дентона* является предпочтительным по сравнению с другими версиями семейства методов Дентона, поскольку: *a)* он значительно проще в применении; *b)* для большинства практических ситуаций он дает в результате примерно те же оценки по прошлым временным рядам, что другие версии; и *c)* он обеспечивает простой и эффективный механизм экстраполяции с помощью улучшенного пропорционального метода Дентона, который в полной мере учитывает наличие любых систематических отклонений или отсутствие таковых в темпах ежегодного изменения рассматриваемого показателя.

7.64. Пропорциональный метод Дентона сравнительно прост и хорошо приспособлен для крупномасштабных задач и в этом качестве считается приемлемым для решения задачи эталонного тестирования статистики розничной и оптовой торговли. Ключевой особенностью этого конкретного метода является то, что с помощью метода наименьших квадратов он минимизирует различия в относительных поправках в ежемесячной (или ежеквартальной) динамике отношения V_t между эталонным рядом и суммарным показателем. Это означает, что указанный метод также сглаживает изменения, внесенные в ежемесячные (или ежеквартальные) темпы роста во временном ряде данного показателя и позволяет вывести временной ряд месячных/квартальных отношений контрольных оценок к рассматриваемому показателю из наблюдаемых годовых отношений V_t . Этот метод может использоваться, в частности, для того, чтобы уйти от «проблемы скачка», иными словами, искажения месячных/квартальных временных рядов, связанных с применением метода пропорционального распределения (см. пункт 7.61), обусловленного в первую очередь изменением от одного значения отношения V_t к другому. Практическое применение пропорционального метода Дентона, тем не менее, требует использования специального программного обеспечения.

3. Эталонное тестирование и составление статистики розничной и оптовой торговли

7.65. Странам рекомендуется использовать эталонное тестирование в качестве неотъемлемой части процесса составления краткосрочной статистики розничной и оптовой торговли и применять этот метод на достаточно детализованном уровне составляемой статистики. На практике это предполагает эталонное тестирование различных временных рядов поэтапно, когда данные по некоторым рядам, уже прошедшим эталонное тестирование, используются для оценки других рядов с последующими вторым и третьим раундами эталонного тестирования. Фактические схемы использования могут варьироваться в зависимости от конкретных особенностей каждого отдельного случая. Вопросы, связанные с практическим применением эталонного тестирования, будут дополнительно рассмотрены в планируемой к публикации работе *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual* («Статистика рознич-

ной и оптовой торговли: руководство для составителей»). Тем не менее уже в настоящее время при проведении эталонного тестирования данных розничной и оптовой торговли страны могут руководствоваться следующими указаниями:

- a) оценки одной и той же переменной, полученные с различной частотностью, должны согласовываться друг с другом, для того чтобы не вводить в заблуждение пользователей;
- b) сразу же после поступления новых годовых данных необходимо согласовывать с ними месячные/квартальные оценки;
- c) необходимо сохранять темпы роста временных рядов внутригодового показателя;
- d) важность надлежащих методов эталонного тестирования возрастает в случаях, когда квартальные значения показателя демонстрируют значительное отклонение от годовых данных; в этой связи необходимо проверять соответствие между оценками, полученными из источников внутригодовых и годовых данных; это может выявить погрешности или иные проблемы и привести к совершенствованию практики оценивания и составления данных для обоих типов источников;
- e) необходимо регулярно пересматривать методы эталонного тестирования;
- f) необходимо избегать применения механических методов распределения различий между месячными/квартальными и годовыми оценками, таких как пропорциональное распределение, поскольку такие методы обуславливают появление «скачков» между отдельными годами;
- g) более высокая точность краткосрочной статистики, получаемой с помощью эталонного тестирования, позволяет применять выборки меньшего размера, сокращать расходы и/или создавать возможности для более своевременного представления данных.

7.66. *Эталонное тестирование и пересмотр данных.* Во избежание внесения погрешностей во временные ряды включение новых годовых данных за один год, как правило, требует пересмотра ранее опубликованных данных за несколько лет для максимального сохранения краткосрочной динамики внутригодовых рядов. Это — основная особенность всех приемлемых методов эталонного тестирования. Однако на практике применительно к большинству методов эталонного тестирования влияние новых годовых данных постепенно сходит к нулю через достаточно продолжительные периоды времени. В качестве практической рекомендации странам следует осуществлять пересмотр данных не менее чем за два-три предшествующих (и последующих) года каждый раз, когда появляются новые годовые данные.

7.67. *Эталонное тестирование и качество данных.* Более широкое применение методов эталонного тестирования играет ключевую роль в повышении качества статистики розничной и оптовой торговли. По сути, основополагающие характеристики эталонного тестирования тесно связаны с такими показателями, как точность, своевременность и согласованность. Для краткосрочных и среднесрочных данных при ограниченности ресурсов и возможностей статистических управлений по расширению масштабов сбора данных такие методы часто позволяют успешно заполнять пробелы, возникающие в резуль-

тате отсутствия данных, и устранять недостаток данных. В перспективе, когда качество данных в значительной мере будет зависеть от наличия и качества базовых источников данных, методы эталонного тестирования могут сыграть важную роль в оптимизации использования имеющихся в наличии данных.

7.68. *Эталонное тестирование и сезонная корректировка.* Согласно разъяснениям в предыдущем разделе, эталонное тестирование также применяется в контексте сезонной корректировки. Внесение сезонной поправки в месячные или квартальные временные ряды может вызвать разночтения между суммарными годовыми значениями необработанных рядов и соответствующими суммарными годовыми значениями сезонно скорректированных рядов, особенно применительно к рядам со значительными календарными эффектами или скользящими сезонными изменениями (см. пункты 7.48–7.49). Для соблюдения определенных ограничений, связанных с географическим распределением или национальными счетами, такие сезонно скорректированные ряды должны подвергаться эталонному тестированию в отношении годовых суммарных значений необработанных рядов. Как общее правило, в этом случае эталонное тестирование должно проводиться в конце цикла обследования после завершения сбора, обработки и редактирования данных и составления оценок. Процедура эталонного тестирования начинается сразу после появления первоначальных оценок и формирования исходных временных рядов. В большинстве случаев эталонное тестирование проводится до осуществления сезонной корректировки с тем, чтобы внести уточнения в необработанные временные ряды, которые предполагается использовать в качестве исходных данных в процессе сезонной корректировки. Тем не менее, в ряде случаев эталонное тестирование проводится на сезонно скорректированных данных. Например, необходимость совместимости с годовыми данными (по причинам, связанным с географической разбивкой или национальными счетами) может потребовать проведения эталонного тестирования в процессе сезонной корректировки.

Глава VIII

Качество данных и метаданные

А. Повышение качества данных по розничной и оптовой торговле

8.1. *Измерение качества статистики розничной и оптовой торговли.* Статистические данные по розничной и оптовой торговле представляют собой конечный продукт сложного процесса, состоящего из многих этапов — от сбора и обработки данных до составления и распространения статистических материалов. Измерение качества статистики розничной и оптовой торговли обусловлено необходимостью предоставления пользователям достаточной информации, для того чтобы они могли оценить, адекватно ли качество данных для предполагаемого их использования или нет, иными словами — оценить их «пригодность для применения». Например, пользователи данных должны иметь возможность достоверно установить, является ли удовлетворяющая их конкретные потребности в данных система концепций и определений одинаковой или достаточно близкой с той системой, которая использовалась при сборе и обработке данных. Пользователи также должны иметь возможность оценки того, в какой степени точность данных соответствует их предполагаемому использованию или интерпретации. Управление качеством включает все меры, принимаемые статистическим управлением для обеспечения качества статистической информации.

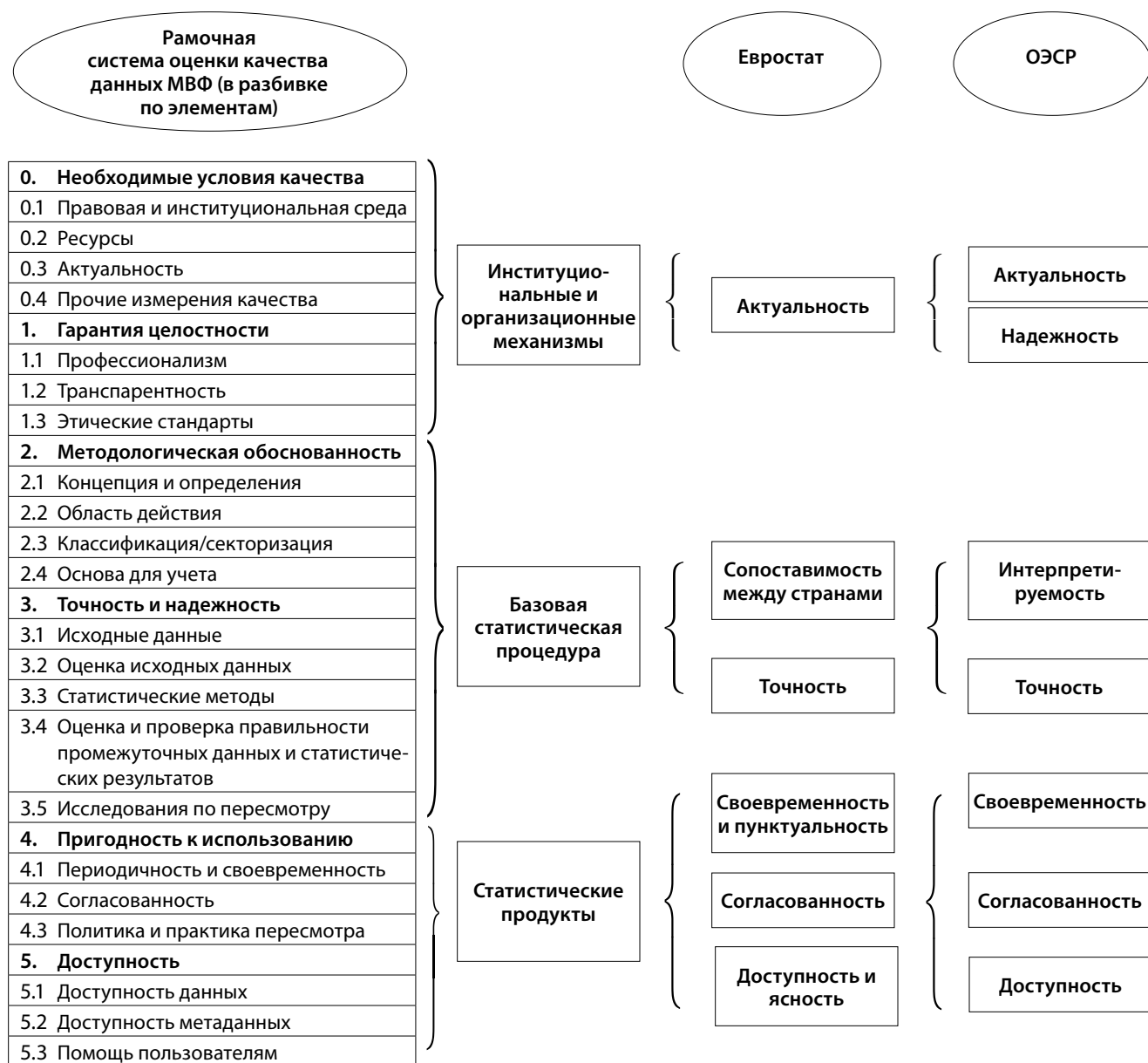
8.2. *Различные системы оценки качества данных.* Большинство международных организаций и стран разработали определения качества⁴⁹, в которых изложены различные критерии (аспекты) качества и его измерения, и объединили их в рамочные системы оценки качества. Несмотря на то что существующие рамочные системы оценки качества в некоторой степени отличаются по своим подходам к качеству и числовым данным, названию и области действия критериев качества (см. рисунок VIII.1), они дополняют друг друга и обеспечивают всеобъемлющие и гибкие структуры качественной оценки широкого спектра статистической информации. Например:

- а) *Рамочная система оценки качества данных МВФ (РОКД)* использует целостный подход к качеству данных и включает управление статистическими системами, базовыми статистическими процедурами и статистическими продуктами. Эта система организована в форме каскадной структуры, охватывающей необходимые условия и пять критериев качества: гарантия целостности, методологическая обоснованность, точность и надежность, пригодность к использованию и доступность;
- б) *Европейская статистическая система (ЕСС)* в большей мере делает упор на статистических результатах и определяет качество статистики по шести критериям: актуальность, точность, своевременность и пунктуальность, доступность и ясность, сопоставимость и согласованность;

⁴⁹ См. Рамочную систему оценки качества данных Международного валютного фонда (<http://dsbb.imf.org/Applications/web/dqrs/dqrsdqaf/>); Eurostat, Working Group «Assessment of quality in statistics», «Definition of quality in statistics» (документ Eurostat/A4/Quality/03/General/Definition), подготовленный на шестом совещании (Люксембург, 2 и 3 октября 2003 года); Organization for Economic Cooperation and Development, Statistics Directorate; «Quality framework for OECD statistics» (Paris, June 2002); United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, Office for National Statistics, *Guidelines for Measuring Statistical Quality*, version 3.1 (London, 2007); *Statistics Canada's Quality Assurance Framework* (Ottawa, September 2002); *Statistics Finland, Quality Guidance for Official Statistics*, 2nd revised ed. (Helsinki, 2007), и т.д.

Рисунок VIII.1

Взаимосвязь между Рамочной системой оценки качества данных Международного валютного фонда, определением качества в системе «Евростат» и Рамочной системой измерения качества Организации экономического сотрудничества и развития



Источник: Lucie Laliberte (IMF), Werner Grunewald and Laurent Probst (Eurostat), «Data quality: A comparison of IMF's Data Quality Assessment Framework (DQAF) and Eurostat's quality definition», January 2004. Информация для последнего столбца, показывающая взаимосвязь с Рамочной системой измерения качества данных ОЭСР, была получена от Статистического управления Организации Объединенных Наций.

- с) *Рамочная система измерения качества ОЭСР* рассматривает качество как многогранную концепцию. По аналогии с подходом Евростата характеристики качества зависят от позиций, потребностей и приоритетов пользователей, которые меняются для различных групп пользователей. Качество рассматривается по семи критериям: актуальность, точность, надежность, своевременность, доступность, интерпретируемость и согласованность.

8.3. Общей целью всех трех рамочных систем оценки качества являются стандартизация и систематизация измерений качества статистики и отчетности в странах. Они позволяют проводить сравнительную оценку национальных практических методик со статистическими подходами к измерению качества, принятыми на международном (или региональном) уровне. Рамочные системы оценки качества можно использовать в самых разнообразных целях, в том числе *a)* для руководства усилиями стран по укреплению их статистических систем путем предоставления инструментов для самооценки и средств выявления направлений дальнейшего улучшения; *b)* в целях технической помощи; *c)* для осуществления международными организациями обзоров конкретных статистических областей; и *d)* для оценки со стороны прочих групп пользователей данных.

8.4. *Критерии качества.* Национальные статистические управления могут принимать решения о введении одной из действующих рамочных систем для оценки качества любого вида статистики, включая статистику розничной и оптовой торговли, либо напрямую, либо путем разработки на базе этих рамочных систем национальных систем оценки качества, которые наиболее соответствуют практике и особенностям конкретных стран. Следующие критерии качества, отражающие общую картину и, вследствие этого, включенные в большую часть действующих рамочных систем, необходимо учитывать в разработке систем оценки качества для измерения и отчетности по качеству статистики в целом и статистики розничной и оптовой торговли в частности: необходимые условия качества, актуальность, надежность, точность, своевременность, методологическая обоснованность, согласованность и доступность. Ниже эти критерии рассматриваются более детально.

- a) Необходимые условия качества.* Необходимыми условиями качества называются все институциональные и организационные условия, оказывающие влияние на качество статистики розничной и оптовой торговли. К элементам этого критерия качества относятся: правовая база для составления данных; адекватность обмена данными и координация между агентствами по составлению данных; гарантии конфиденциальности; достаточность кадровых, финансовых и технических ресурсов для осуществления программ в сфере торговой статистики и принятие мер к эффективному использованию такой статистики; и информированность по вопросам качества.
- b) Актуальность.* Актуальность статистических данных розничной и оптовой торговли отражает ту степень, в которой эти данные удовлетворяют реальным потребностям пользователей. Вследствие этого, оценка актуальности требует выявления групп пользователей и их потребностей. Статистические управления должны находить баланс между различными потребностями существующих и потенциальных пользователей в целях разработки такой программы, которая позволит наилучшим образом удовлетворять самым важным потребностям пользователей в части как охвата, так и содержания

данных статистики розничной и оптовой торговли с учетом ограниченности ресурсов. Показателями актуальности выступают запросы пользователей, проводимые опросы касательно удовлетворенности пользователей и их результаты, а также выявленные пробелы между ключевыми сферами интересов пользователей и составляемой торговой статистикой с точки зрения концепций, сферы охвата и детализации.

⁵⁰ В Рамочной системе оценки качества данных МВФ этот критерий называется «гарантия целостности».

- с) *Надежность*⁵⁰. Надежность статистических данных розничной и оптовой торговли означает то доверие, которое испытывают пользователи к этим данным, исходя из авторитетности статистического управления или агентства, составляющего такие данные. Доверие со стороны пользователей формируется с течением времени. Одним из важных аспектов надежности является доверие к объективности данных, которое предполагает, что данные будут восприниматься как составленные профессионально в соответствии с надлежащими статистическими стандартами и что стратегии и практические методы отличаются транспарентностью. Например, с данными не должны проводиться никакие манипуляции, и их публикация не должна осуществляться в ответ на какое-либо политическое давление.
- d) *Точность*. Под точностью статистических данных розничной и оптовой торговли подразумевается та степень, в которой данные правильно оценивают или описывают количественные показатели или характеристики, для измерения которых они предназначены. Это понятие имеет множество граней, и на практике не существует единого суммарного показателя или общего мерила точности. Как правило, этот критерий оценивается с точки зрения ошибок в статистических показателях и традиционно подразделяется на такие элементы, как погрешность (систематическая ошибка) и вариантность (случайная ошибка), но также включает описание любых производимых статистическими управлениями процедур в целях снижения ошибок измерения. Применительно к оценкам розничной и оптовой торговли, получаемым из выборочных обследований, точность можно измерить, используя следующие показатели: охват, ошибки выборки, ошибки неполучения ответов, ошибки в ответах, ошибки обработки данных, а также ошибки измерения или модели. Способом измерения надежности являются проводимые через регулярные интервалы пересмотры и исследования по пересмотру статистики розничной и оптовой торговли.
- e) *Своевременность*. Своевременность статистики розничной и оптовой торговли представляет собой функцию промежутка времени, прошедшего между концом отчетного периода, к которому относятся данные, и датой публикации этих данных. Понятие своевременности в равной степени применимо к краткосрочным и структурным данным, поскольку единственным различием между ними является временной интервал. Своевременность тесно увязана с наличием графика публикации статистики. График публикации может состоять из списка планируемых дат выпуска торговой статистики или представлять собой обязательство публикации данных розничной и оптовой торговли в течение оговоренного срока после их получения. Этот фактор обычно представляет собой компромисс с точки зрения точности данных. Своевременность информации также влияет

на ее актуальность. Еще одним аспектом своевременности является пунктуальность — она отражает промежуток времени, прошедший между установленной датой публикации и фактической датой распространения данных статистики розничной и оптовой торговли.

- f) *Методологическая обоснованность.* Методологическая надежность — это критерий, включающий применение международных стандартов, руководящих принципов и передовой практики в ходе составления статистических данных розничной и оптовой торговли. Адекватность связанных с такими данными определений и понятий, целевых совокупностей, переменных величин и терминологии, а также информация, описывающая ограничения данных (если таковые имеются) в значительной мере определяют степень соответствия тех или иных конкретных данных международным стандартам. Важнейшую роль в оценке методологической надежности данных играют метаданные, предоставляемые вместе со статистикой розничной и оптовой торговли. Они информируют пользователей о том, насколько близко к искомой переменной (например, любой из позиций данных) находятся вводимые переменные, используемые для ее расчета. При наличии значительной разницы должно присутствовать разъяснение той степени, в которой это может послужить причиной погрешности при расчете позиций данных. Методологическая обоснованность тесно связана с интерпретируемостью данных, которая, в свою очередь, зависит от всех упомянутых выше критериев информации по статистике розничной и оптовой торговли и отражает тот факт, насколько легко конкретный пользователь сможет понять и надлежащим образом использовать и анализировать эти данные.
- g) *Согласованность.* Согласованность статистических данных розничной и оптовой торговли отражает ту степень, в которой эти данные логически связаны и взаимно согласованы, иными словами, ту степень, в которой они могут успешно совмещаться с другой статистической информацией в рамках широкой аналитической рамочной системы, а также в динамике по времени. Использование стандартных понятий, классификаций и целевых совокупностей содействует повышению согласованности, как и использование единой методологии в различных обследованиях. Согласованность, которая не обязательно предполагает совместимость по цифрам, характеризуют четыре важных субкритерия:
- i) *согласованность в рамках совокупности данных.* Это означает, что поэлементные позиции данных базируются на сопоставимых понятиях, определениях и классификациях и могут осмысленно комбинироваться. Применительно к статистике розничной и оптовой торговли этот субкритерий обеспечивает возможность компоновки всех позиций данных в соответствии с методологической основой, изложенной в рекомендациях МРСРОТ 2008 года;
 - ii) *согласованность между совокупностями данных.* Это означает, что данные в различных совокупностях данных базируются на общих понятиях, определениях и классификациях. Согласованность между торговой и промышленной статистикой, а также согласованность между торговой статистикой и национальными счетами будет обеспечиваться в том случае, когда все

совокупности данных базируются на общих понятиях, определениях, принципах оценки, классификациях и т. д., а также при наличии пояснений по любым различиям в данных и допустимости таких различий;

- iii) *согласованность в динамике по времени.* Это означает, что данные базируются на общих понятиях, определениях и методологии в течение определенного периода времени. Этот субкритерий выполняется, например, в том случае, если весь временной ряд статистики розничной и оптовой торговли составлен на основе рекомендаций МРСРОТ 2008 года. Если это не так, то странам рекомендуется четко фиксировать отклонения от рекомендаций;
 - iv) *согласованность между странами.* Это означает, что данные базируются на общих понятиях, определениях и методологии в различных странах. Согласованность статистики розничной и оптовой торговли между отдельными странами может зависеть от той степени, в которой приняты к применению рекомендации МРСРОТ 2008 года.
- h) *Доступность.* Под доступностью статистических данных розничной и оптовой торговли понимается то, насколько легко эти данные можно получить из статистического управления и насколько легко можно подтвердить наличие информации, а также приемлемость формы или средства распространения, с помощью которых может быть получена та или иная информация. К аспектам доступности можно также отнести наличие метаданных и присутствие услуг по поддержке пользователей. Доступность предполагает составление предварительного календаря публикации данных (см. пункт 9.13), с тем чтобы задолго до публикации пользователи располагали информацией о том, где и когда эти данные будут доступны и как получить доступ к ним.

8.5. Указанные критерии качества накладываются друг на друга и являются взаимосвязанными, и в этом плане между ними наблюдается сложная взаимозависимость. Те меры, которые принимаются для рассмотрения или изменения того или иного аспекта качества, могут повлиять на другие аспекты. Например, может быть найден определенный компромисс между целью достижения наиболее точной оценки общего годового товарооборота торговых единиц и своевременной публикацией такой информации, когда она все еще представляет интерес для пользователей. В случае, если те ли иные страны при составлении какой-либо конкретной совокупности данных статистики розничной и оптовой торговли не способны одновременно соблюдать требования точности и своевременности, то такие страны должны произвести предварительную оценку, которая будет доступна вскоре после окончания отчетного периода, но будет базироваться на менее подробных данных. Эта оценка будет позднее дополняться информацией, основанной на более подробных данных, однако не столь своевременных как ее предварительная версия. При отсутствии конфликта между этими двумя критериями качества необходимость в проведении таких оценок безусловно отпадает.

8.6. Измерение качества любых статистических данных, включая данные статистики розничной и оптовой торговли, является непростой задачей. Проблемы возникают в связи с теми сложностями, которые наблюдаются при количественном выражении уровней отдельных критериев и объединении уровней всех критериев. В таких условиях нет возможности выработать некий единый количественный измеритель качества. В отсутствие такого единого

измерителя странам рекомендуется использовать систему измерителей/показателей качества (см. раздел В, ниже) для разработки собственных рамочных систем оценки качества, базирующихся на упомянутых выше подходах и критериях и на конкретных особенностях их экономик, а также рекомендуется регулярно публиковать отчеты о качестве в рамках их метаданных. Рамочная система оценки качества предлагает статистическим управлениям практический подход к предоставлению таких данных, которые отвечают потребностям различных пользователей, в то время как предоставление информации о качестве позволяет пользователям самим судить о том, соответствует ли та или иная совокупность данных их конкретным требованиям качества. Обзор качества статистики розничной и оптовой торговли рекомендуется проводить каждые четыре-пять лет или более часто, если имеют место существенные методологические изменения или изменения в источниках данных.

В. Сравнение показателей качества с результатами прямого измерения качества

8.7. *Меры качества.* Меры качества определяются как позиции, которые обеспечивают прямое измерение определенного аспекта качества. Например, интервал времени между отчетной датой и выпуском определенных категорий статистики розничной и оптовой торговли представляет собой прямую меру качества. Тем не менее на практике многие меры качества могут быть сложными или дорогостоящими для расчета. Вместо этого, для измерения качества могут использоваться показатели качества. Меры качества и показатели качества могут либо дополнять, либо выступать в качестве замены желаемого измерения качества.

8.8. *Показатели качества.* Показатели качества представляют собой сводные количественные данные, дающие фактическую информацию о качестве или стандарте данных, составляемых национальными и международными статистическими агентствами. Они увязаны с достижением конкретных целей или задач. В отличие от обычных необработанных статистических данных показатели качества обычно моделируются таким образом, чтобы они имели некую точку отсчета, и структурируются так, чтобы они могли помочь при проведении самых различных сравнений.

8.9. Показатели качества обычно состоят из информации, которая является побочным продуктом статистических процедур. Они не измеряют качество напрямую, но могут предоставить достаточно информации для оценки качества. Например, применительно к точности практически невозможно измерить ошибку неполучения ответов, поскольку бывает сложно и дорого установить характеристики не ответивших респондентов. В этом случае доля ответивших на вопросы часто используется в качестве субститута показателя качества для измерения возможной величины ошибки неполучения ответов.

8.10. Все критерии качества не предназначены для применения ко всем данным. Вместо этого странам рекомендуется отбирать такие меры/показатели качества, которые совместно обеспечивают оценку общих достоинств, ограничений и надлежащих областей использования той или иной конкретной совокупности данных. Определенные типы мер и показателей качества будут составляться для каждой позиции данных; например, доля ответов по общему объему товарооборота (см. позицию данных 5.1) будет рассчитываться для каждой новой оценки. Напротив, некоторые другие меры и показатели

качества составляются один раз для всех позиций данных и пересчитываются только в случае каких-либо изменений. Примером последнего случая может служить описание применяемых в обследованиях подходов к сбору данных для такого критерия качества, как «методологическая обоснованность» (см. пункт 8.4 f), которые будут применимы ко всем позициям данных статистики розничной и оптовой торговли.

8.11. *Определение показателей качества.* Когда страны определяют показатели качества для статистики розничной и оптовой торговли, рекомендуется обеспечение этими странами того, чтобы показатели соответствовали следующим критериям: а) они охватывают часть или все определенные выше критерии качества; б) хорошо проработана методология их составления; и с) показатели легко поддаются интерпретации.

8.12. *Типы показателей качества.* Показатели качества можно классифицировать следующим образом в соответствии с их важностью:

- а) *ключевые показатели*, которые должны соответствовать критериям, указанным в пункте 8.11. Примерами ключевых показателей являются вариационный коэффициент, измеряющий точность статистики розничной и оптовой торговли, полученный путем выборочных обследований, и интервал времени между концом отчетного периода и датой первого выпуска данных, измеряющий своевременность торговой статистики;
- б) *вспомогательные показатели*, которые соответствуют критериям, указанным в пункте 8.11, в той степени, чтобы считаться важными в качестве косвенных мер качества данных. Таким показателем, например, является средняя величина корректировок, сделанных между предварительными и итоговыми оценками конкретной совокупности данных. Показатель измеряет точность статистики розничной и оптовой торговли;
- с) *показатели для дальнейшего анализа*, которые требуют дополнительного изучения и обсуждения со стороны статистических управлений. Например, после тщательного анализа возможностей того или иного статистического управления и имеющихся у него ресурсов некоторые страны могут принять решение о проведении обследования удовлетворенности пользователей и рассчитать индекс удовлетворенности пользователей для измерения значимости статистики розничной и оптовой торговли.

8.13. Странам рекомендуется уделять особое внимание поддержанию надлежащего баланса между различными критериями качества и количеством его показателей. Целью измерения качества является получение ограниченного набора (минимального количества) показателей, которые могут использоваться для измерения и отслеживания в динамике по времени качества данных розничной и оптовой торговли, составленных конкретным статистическим управлением, и гарантировать предоставление пользователям полезной сводки общего уровня качества, не перегружая при этом респондентов требованиями о нереалистичном объеме метаданных о качестве.

8.14. *Минимальный набор мер/показателей качества.* В приводимой ниже таблице VIII.1 представлен ограниченный набор ключевых показателей⁵¹, которые странам рекомендуется использовать на регулярной основе для измерения качества статистики розничной и оптовой торговли. Они просты в применении и предоставляют пользователям ясный и обновленный обзор общего качества статистики розничной и оптовой торговли.

⁵¹ В отношении дополнительных показателей качества см. Кодекс практической деятельности европейской статистики по адресу: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=2273,1,2273_47140765&dad=portal&_schema=PORTAL; веб-сайт Рамочной системы оценки качества МВФ по адресу: <http://dsbb.imf.org/Applications/web/dqrs/dqrsdqaf/>; и публикацию Национального статистического управления Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии, *Guidelines for Measuring Statistical Quality*, по адресу: www.statistics.gov.uk/StatBase/Product.asp?vlnk=13578.

Таблица VIII.1

Ключевые показатели для измерения качества статистики розничной и оптовой торговли

Критерий качества	Мера/показатель качества
Актуальность	R_1 Выявление пробелов между основными интересами пользователей и составленной торговой статистикой в плане концепций, сферы охвата и детализации
	R_2 Проведенные обследования удовлетворенности пользователей
Точность	A_1 Ошибки выборки ➤ коэффициент вариации
	A_2 Ошибки регистрации ➤ доля полных ответов единиц ➤ доля ответов на отдельные вопросы
	A_3 Доля ответов по количественным показателям (процентная доля от сообщений по общим продажам)
	A_4 Число и средняя величина корректировок данных статистики розничной и оптовой торговли
Своевременность	T_1 Интервал времени между концом отчетного периода и датой первой публикации (или публикации итоговых результатов) данных розничной и оптовой торговли
Методологическая обоснованность	MS_1 Число и уровни отклонений от соответствующих международных статистических стандартов в понятиях и процедурах измерения, используемых при сборе/составлении статистики розничной и оптовой торговли
Согласованность	CO_1 Сравнение и совместное использование соответствующих данных по розничной и оптовой торговле из различных источников
Доступность	AC_1 Число и виды способов, используемых для распространения статистики розничной и оптовой торговли
	AC_2 Опубликованные и доступные для использования совокупности данных статистики розничной и оптовой торговли по видам распространения, такие как процентная доля от общего количества составленных совокупностей данных статистики розничной и оптовой торговли

С. Метаданные статистики розничной и оптовой торговли

8.15. *Содержание статистических данных.* Как правило, статистические данные состоят из следующих категорий:

- a) *микроданные:* данные по характеристикам единиц совокупности, таких как заведения, собранные с помощью переписи или обследования;
- b) *макроданные:* данные, выведенные из микроданных путем их группировки или суммирования, например общее число заведений или общая добавленная стоимость;
- c) *метаданные:* данные, описывающие микроданные, макроданные или другие метаданные.

8.16. *Метаданные.* Термин «метаданные» обозначает всю информацию, которая используется для описания других данных. Таким образом, самым кратким определением метаданных является: «данные о данных». Содержа-

щиеся в метаданных описания выходят за рамки чистой формы и содержания данных и включают административные факты, касающиеся таких данных (кем были созданы эти данные и когда), а также факты о том, как осуществлялся сбор и обработка этих данных до момента их распространения или внесения в базу данных. Кроме того, метаданные обеспечивают эффективность поиска и нахождения данных.

8.17. *Статистические метаданные.* Статистические метаданные описывают или документируют статистические данные, т. е. микроданные, макро-данные и другие метаданные. Они облегчают обмен, поиск и понимание статистических данных в течение всего срока жизни таких данных. К ним также относятся любые методологические описания относительно сбора данных и манипуляций с ними. Применительно, например, к позициям данных статистики розничной и оптовой торговли метаданные включают название конкретной позиции данных, торговую единицу, от которой была получена информация, источники данных, информацию об использованных классификациях, о перерывах во временных рядах, об определениях и методологиях, использованных при составлении статистики. Метаданные играют важнейшую роль в интерпретации статистических данных. Без наличия надлежащих метаданных не будет возможности в полной мере понять статистические данные.

8.18. *Метаданные и качество.* Существует двусторонняя взаимосвязь между метаданными и качеством. С одной стороны, метаданные описывают качество статистики. С другой стороны, метаданные сами по себе являются компонентом качества, который повышает готовность и доступность статистических данных.

8.19. *Пользователи и области применения метаданных.* Существует много типов пользователей и областей применения любой отдельной совокупности данных. Обширный круг возможных пользователей и областей применения означает, что метаданные должны отвечать широкому спектру требований. В частности, статистические управления, выступая поставщиками данных, должны предоставлять достаточный объем метаданных, для того чтобы позволить наименее и наиболее опытным пользователям без труда оценивать данные и их качество. Странам рекомендуется принять систему сегментации пользователей на группы и многоуровневый подход к предоставлению метаданных, при этом каждый последующий уровень должен быть более детализованным. В качестве минимальной сегментации рекомендуется разделять метаданные на следующие два уровня:

- a) *структурные метаданные*, предоставляемые в качестве неотъемлемой части таблиц данных;
- b) *справочные метаданные*, предоставляющие подробную информацию по содержательной части и качеству данных, которые могут прилагаться к таблицам или предоставляться отдельно по каналам Интернета или в эпизодических публикациях.

8.20. *Использование метаданных для повышения международной сопоставимости данных.* Метаданные обеспечивают функционирование механизма сравнения национальных практических методов составления статистики. Они могут помочь и стимулировать страны в плане введения международных стандартов и применения передовой практики составления статистики по конкретным областям. Повышение согласованности подходов, применяемых различными странами, улучшает общее качество и расширяет сферу охвата ключевых статистических показателей.

8.21. Задачи метаданных статистики розничной и оптовой торговли.

Самой основной задачей метаданных является оказание помощи пользователям статистики розничной и оптовой торговли в интерпретации, понимании и анализе данных, даже если сами они не участвовали в процессе составления таких данных. Иными словами, метаданные торговой статистики должны помогать пользователям трансформировать статистические данные в информацию. Метаданные статистики розничной и оптовой торговли также должны помогать составителям такой статистики. Новые знания, получаемые в ходе интерпретации данных, могут также привести к совершенствованию как составления данных (посредством снижения расходов и улучшения качества данных), так и распространения данных (посредством распространения всеобъемлющих, своевременных, доступных и надежных данных).

8.22. *Компоненты метаданных.* В целях распространения всеобъемлющей статистики розничной и оптовой торговли, их соответствующие метаданные должны включать шесть основных компонентов: *a)* сфера охвата, периодичность и своевременность данных; *b)* открытый доступ; *c)* целостность распространяемых данных; *d)* качество данных; *e)* краткий обзор методологий; и *f)* форматы распространения. Каждый из этих компонентов можно охарактеризовать несколькими поддающимися контролю элементами, которые могут наблюдать пользователи статистики.

8.23. Странам рекомендуется предоставить высокую приоритетность составлению метаданных и расценивать их распространение в качестве неотъемлемой части распространения статистики розничной и оптовой торговли. Более того, рекомендуется, чтобы с учетом комплексного подхода к составлению экономической статистики были разработаны и приняты слаженная система и структурированный подход к метаданным во всех сферах экономической статистики с упором на улучшение ее качества и увеличение сферы охвата.

8.24. Различные международные организации, такие как Международный валютный фонд (МВФ), Статистическое управление Европейских сообществ (Евростат) и Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) разработали стандарты метаданных и собрали метаданные для различных областей статистики. Дополнительные руководящие указания по применению метаданных в целях, связанных со статистикой розничной и оптовой торговли, будут изложены и представлены в готовящейся публикации «Статистика розничной и оптовой торговли: руководство для составителей». Включенные в базу обмена статистических данных и метаданных (SDMX) ⁵² технические стандарты и руководящие указания по содержательной части предоставляют единые форматы и номенклатуру для обмена и совместного использования статистических данных и метаданных с применением современных технологий. Распространение национальных данных и метаданных с применением веб-технологии и стандартов SDMX рекомендуется в качестве способа снижения нагрузки при составлении международной отчетности.

⁵² Дополнительную информацию по SDMX см. по адресу: www.sdmx.org/.

Глава IX

Распространение данных

А. Национальная отчетность

9.1. *Распространение данных.* Распространение данных является одним из основных видов деятельности, осуществляемых национальными статистическими управлениями. Деятельность по распространению служит средством не только для обеспечения политиков, деловых кругов и других пользователей высококачественной статистической информацией, но и для стимулирования респондентов к участию в статистических обследованиях. Если национальные статистические управления имеют юридические право собирать и распространять статистическую информацию, они также несут обязательство по защите конфиденциальности респондентов.

9.2. *Конфиденциальность статистической информации.* В качестве конфиденциальной рассматривается основная часть информации об отдельных статистических единицах, отнесенных по классификации к разделу G МСОК (Rev. 4), которая напрямую собирается статистическими управлениями или получается из других источников. Конфиденциальность статистической информации необходима для завоевания и сохранения доверия как тех, от кого требуется предоставление ответов в рамках статистических обследований, так и тех, кто использует статистическую информацию.

9.3. Принцип 6 «Основных принципов официальной статистики» Организации Объединенных Наций создает основу для контроля за конфиденциальностью статистики. В нем говорится:

Персональные данные, собираемые статистическими учреждениями для подготовки статистической информации, независимо от того, относятся ли они к физическим или юридическим лицам, должны носить строго конфиденциальный характер и использоваться исключительно для статистических целей.

9.4. Правовые положения, регулирующие вопросы конфиденциальности статистической информации на национальном уровне, изложены в статистическом законодательстве или в иных дополнительных постановлениях правительств отдельных стран. Национальные определения конфиденциальности и правила доступа к микроданным могут отличаться друг от друга, однако они должны соответствовать этому основному принципу. Это особенно актуально для тех стран, в которых разделение между статистическим и нестатистическим использованием микроданных не связано с долгосрочными традициями или не оговорено никаким законодательством.

9.5. Распространение данных по розничной и оптовой торговле обычно ведется национальными статистическими управлениями в форме различных статистических таблиц. Конфиденциальность статистической информации соблюдается в том случае, если внесенные в таблицы данные не позволяют

прямо или косвенно идентифицировать статистические единицы, разглашая, таким образом, персональные данные. Прямая идентификация возможна, если в отдельной ячейке содержатся данные только по одной статистической единице, в то время как косвенная идентификация может иметь место, если персональные данные могут быть выведены из распространяемых данных (например, по причине того, что в отдельную ячейку включено слишком мало единиц, либо по причине доминирующего положения одной или двух единиц в ячейке). Для определения возможности идентификации той или иной статистической единицы необходимо использовать все способы, которые в разумных пределах могут применяться какой-либо третьей стороной для такой идентификации⁵³.

⁵³ См. принятое Евростатом определение термина «конфиденциальность», которое приводится в главе V (Конфиденциальность статистической информации), в Постановлении № 322/97 Совета Европейского союза от 17 февраля 1997 года по статистике Сообщества и в Постановлении № 1588/90 Совета от 11 июня 1990 года о передаче данных при условии соблюдения конфиденциальности статистической информации.

9.6. *Контроль за разглашением статистической информации.* Методы контроля за разглашением статистической информации определяются как набор методов, используемых для снижения риска разглашения информации об отдельных единицах. Хотя такие методы применяются на этапе распространения данных, они актуальны для всех этапов процесса составления статистики.

9.7. В основе методов контроля за разглашением статистической информации, связанных с этапом распространения данных, обычно лежит ограничение объема данных или изменение даты выпуска данных. Задачей методов контроля за разглашением информации является достижение оптимального баланса между улучшением защиты конфиденциальности и снижением качества данных. Различные виды данных вызывают разные виды проблем с точки зрения конфиденциальности и неизбежно требуют разных решений. Странам рекомендуется разрабатывать свои собственные, наиболее подходящие для их конкретных условий методы контроля за разглашением статистической информации, базируясь на имеющиеся в этой области международные руководящие положения⁵⁴. Примеры наиболее часто используемых методов приведены в пункте 9.8, ниже.

⁵⁴ См. «Принципы и руководящие положения обеспечения конфиденциальности статистики и предоставления доступа к микроданным», Справочный документ, подготовленный для тридцать восьмой сессии Статистической Комиссии, состоявшейся в Нью-Йорке с 27 февраля по 2 марта 2007 года (<http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2007.htm>).

9.8. *Методы обеспечения конфиденциальности.* В качестве первого шага в процессе контроля за разглашением статистической информации в виде табличных данных необходимо определить ячейки, требующие защиты. Такими уязвимыми ячейками считаются те, которые могут прямо или косвенно раскрывать информацию об отдельных статистических единицах (см. пункт 9.5). Самая распространенная практика, применяемая для предотвращения разглашения конфиденциальных данных, включает следующие меры:

- a) *агрегирование.* Содержащая конфиденциальные данные ячейка в таблице объединяется с другой ячейкой, и информация в этом случае распространяется в виде суммарного показателя, а не в виде двух отдельных ячеек. Это часто приводит к группировке конфиденциальных данных розничной и оптовой торговли на уровне класса МСОК с данными другого класса и представления и распространения таких данных на уровне группы МСОК;
- b) *исключение.* Исключение означает удаление записей из той или иной базы данных или таблицы, которая содержит конфиденциальные данные. Этот метод позволяет статистикам не опубликовывать значения показателей в уязвимых ячейках, публикуя при этом первоначальные значения в других ячейках (первичное исключение). Однако исключение только одной ячейки в таблице означает невозможность расчета суммарных значений для более высоких уровней, к которым

относится данная ячейка. В этом случае возникает также необходимость исключения некоторых других ячеек для гарантирования защиты конфиденциальности значений показателей в первоначальных ячейках, что означает вторичное исключение;

- с) *прочие методы*. Контролируемое округление и отклонение (perturbation) представляют собой более сложные методы защиты конфиденциальности данных. Контролируемое округление позволяет статистикам изменять первоначальное значение показателя в каждой ячейке путем его округления в сторону увеличения или уменьшения до ближайшего кратного или основного числа. Отклонение представляет собой вариант линейного программирования метода контролируемого округления.

9.9. В случаях, когда страны предпочитают использовать исключение в качестве метода защиты конфиденциальности данных розничной и оптовой торговли, рекомендуется полностью приводить любые считающиеся конфиденциальными данные на следующем более высоком уровне классификации, который надлежащим образом обеспечивает конфиденциальность (если данные приводятся в разбивке по видам деятельности) или на следующем более высоком уровне агрегирования (для любых других характеристик). Помимо обеспечения защиты конфиденциальности такой метод приводит к минимальным потерям информации.

9.10. *Конфиденциальность применительно к комплексным предприятиям*. Тщательные меры по защите конфиденциальности следует применять в отношении крупных торговых предприятий. Как правило, крупные единицы легче поддаются идентификации по сравнению с мелкими, при этом они имеют более высокую вероятность быть отобранными для обследований сектора торговли; а также их данные будут, скорее всего, доминировать в суммарных показателях целого ряда ячеек в таблицах, позволяя, следовательно, идентифицировать такие единицы.

9.11. *Правила конфиденциальности в отношении данных розничной и оптовой торговли*. Правила защиты конфиденциальности в отношении данных розничной и оптовой торговли должны соответствовать положениям национального законодательства и практики соответствующих стран. В качестве минимального требования при разработке правил конфиденциальности необходимо принимать во внимание следующие два фактора: а) число единиц в ячейке таблицы; и б) доминирование показателей одной или нескольких единиц в общем значении какой-либо ячейки таблицы. Решение касательно точного определения критериев конфиденциальности с точки зрения, например, числа единиц в ячейке или доминирующей процентной доли остается на усмотрении национальных статистических управлений. В отдельных случаях правила конфиденциальности можно ослаблять путем запроса разрешения у доминирующего(их) респондента(ов) на предоставление полномочий статистическому управлению в отношении раскрытия конкретных данных.

9.12. *Интернационализация конфиденциальности*. Данные, собираемые и распространяемые международными организациями, в значительной мере зависят от качества и полноты данных, предоставляемых заинтересованными странами. Таким образом, проблема конфиденциальности имеет не только национальный аспект, но и становится международной по своим масштабам по следующим причинам: а) рост интереса к сопоставлению данных между странами; б) интернационализация пользователей статистических данных

(включая международные организации); и с) рост объемов распространения данных через Интернет. В результате этого растет спрос на данные по странам на самом детализованном уровне, а в некоторых случаях даже спрос на микро-данные по отдельным странам.

9.13. *График распространения данных.* При составлении статистической информации обычно необходимо найти компромисс между своевременностью подготовки информации и точностью и уровнем детализации публикуемых данных. Таким образом, решающим фактором в поддержании конструктивных отношений между статистическими управлениями как производителями данных статистики розничной и оптовой торговли и сообществом пользователей является разработка надлежащего графика составления и публикации данных. Поскольку это важно для измерения показателя своевременности, являющегося одним из критериев качества торговой статистики (см. пункт 8.4 e), странам рекомендуется составлять и заранее объявлять точные даты публикации данных по статистике розничной и оптовой торговли. Предварительный календарь публикаций должен размещаться в начале каждого года на веб-сайте статистического управления конкретной страны.

9.14. Важнейшими элементами, которые необходимо принимать во внимание при разработке графика составления и публикации статистики розничной и оптовой торговли, являются следующие:

- a) сроки сбора первичных данных по результатам крупных обследований розничной и оптовой торговли;
- b) та степень, в которой полученные из основных источников данные требуют пересмотра;
- c) сроки подготовки важных национальных документов в сфере экономической политики, для которых в качестве информационного наполнения потребуются данные по розничной и оптовой торговле;
- d) способы распространения данных (пресс-релиз, электронные или печатные носители).

9.15. Своевременность публикации первоначальных месячных, квартальных и годовых данных розничной и оптовой торговли в значительной степени меняется для разных стран, отражая в основном различные точки зрения на достижение компромисса в плане своевременности, надежности и точности данных. В соответствии с рациональной статистической практикой странам рекомендуется публиковать свои первоначальные месячные данные через 45 дней после окончания отчетного месяца; квартальные данные — через 3 месяца после окончания квартала и годовые данные — через 18 месяцев после окончания года. Месячные и квартальные данные должны относиться к определенному месяцу или кварталу. Большинство стран используют ту или иную отдельную систему для составления годовой статистики розничной и оптовой торговли. В этом случае данные по четвертому кварталу (или по двенадцатому месяцу) следует публиковать отдельно, и они не должны выводиться как разность между общими годовыми данными и суммой данных по первым трем кварталам (или 11 месяцам).

9.16. *Пересмотры данных.* Пересмотры данных являются важнейшей частью практики отдельных стран применительно к составлению статистики розничной и оптовой торговли. Составление таких данных является компромиссом между своевременностью публикуемых данных и их надежностью, точностью и полнотой. Для разрешения этих проблем статистические управ-

ления составляют промежуточные данные, которые позднее подвергаются пересмотру при поступлении новой и более точной информации. Хотя обычно повторные пересмотры могут негативно сказываться на восприятии надежности официальных данных розничной и оптовой торговли, попытки избежать таких проблем путем публикации точных данных, но с большой задержкой, в конечном счете не будут отвечать потребностям пользователей. Важно подчеркнуть, что пересмотры данных розничной и оптовой торговли осуществляются в интересах пользователей, с тем чтобы обеспечить их по возможности своевременными и точными данными. Пересмотры затрагивают как годовые, так и краткосрочные данные статистики розничной и оптовой торговли, однако наиболее существенными они бывают применительно к краткосрочным данным.

9.17. *Причины пересмотров данных.* Как правило, проводятся два вида пересмотров: *a)* пересмотры в связи с «нормальными» статистическими процедурами (например, наличие новой информации, изменение методологии, изменение источника данных, изменение базового года и т. д.); и *b)* пересмотры в форме исправления ошибок, которые могут иметь место в поступающих из различных источников данных или при их обработке. Для обычных пересмотров статистических данных (называемых также текущими пересмотрами) странам необходимо выработать политику в отношении таких пересмотров. В любой момент времени статистические управления могут принять решение о проведении специального пересмотра в дополнение к обычным пересмотрам статистических данных в целях переоценки данных или углубленного исследования некоторых новых экономических структур. Такие пересмотры проводятся через более длительные, нерегулярные интервалы времени. Часто для сохранения методологической совместимости они могут потребовать изменений во временных рядах с самого их начала. Рекомендуется проводить такие пересмотры после предварительного уведомления пользователей статистическими управлениями той или иной страны, в котором должны быть указаны причины такого пересмотра и его воздействия на данные.

9.18. *Политика в сфере пересмотра данных.* Для решения проблем, связанных с пересмотрами данных розничной и оптовой торговли, странам рекомендуется разработать политику в отношении пересмотра данных, которая должна быть хорошо сформулирована, надлежащим образом контролируема и координирована с другими областями статистической деятельности. Разработка политики в отношении пересмотра данных должна быть направлена не на создание помех для проведения таких пересмотров, а на предоставление пользователям информации, необходимой для более систематического преодоления последствий таких пересмотров. Отсутствие координации и планирования пересмотров рассматривается пользователями как проблема, касающаяся качества. Основными признаками надлежащим образом разработанной политики в отношении пересмотра данных являются заранее определенный график, разумная стабильность из года в год, открытость, предварительное уведомление о причинах и последствиях, простой доступ пользователей к достаточно продолжительным временным рядам пересмотренных данных, а также достаточный объем документации по таким пересмотрам, включаемый в статистические публикации и базы данных.

9.19. *Рекомендуемая практика при проведении пересмотров данных.* Обоснованная политика в отношении пересмотра данных признается в качестве важного аспекта надлежащего управления статистической деятельностью, поскольку она не только помогает национальным пользователям данных,

⁵⁵ Более подробную информацию см. в публикации Организации экономического сотрудничества и развития *Data and Metadata Reporting and Presentation Handbook* (Paris, 2007), chap. 7, «Guidelines on key reporting practices».

но и обеспечивает международную совместимость. Для оказания помощи тем странам, которые еще не сформулировали такую политику, рекомендуется следующий передовой практический опыт⁵⁵:

- a) необходимо проводить консультации с пользователями для получения их мнений по практике проведения пересмотров;
- b) необходимо публиковать ясное и краткое заявление о сроках ожидаемых пересмотров и о причинах необходимости их простого доступа для пользователей;
- c) текущий цикл пересмотров должен быть сравнительно стабильным из года в год;
- d) крупные концептуальные и методологические пересмотры обычно должны проводиться каждые четыре-шесть лет, чтобы гармонично сочетать необходимость внесения изменений и озабоченность со стороны пользователей;
- e) пересмотры должны затрагивать данные за прошедшие несколько лет для составления согласованных временных рядов;
- f) документация по пересмотрам должна быть легкодоступна для пользователей;
- g) пользователям необходимо напоминать о масштабах вероятных пересмотров, исходя из конкретной предыстории той или иной статистики;
- h) при обнаружении ошибки в отчетности или при обработке данных пересмотр должен проводиться прозрачно и своевременно.

9.20. *Форматы распространения данных.* Ключевым фактором полезности статистики розничной и оптовой торговли является доступность данных и, следовательно, их широкое распространение. Данные могут распространяться как в электронном формате, так и в виде печатных публикаций. Странам рекомендуется выбрать тот формат распространения данных, который в наибольшей степени соответствует потребностям их пользователей. Например, пресс-релизы по статистике розничной и оптовой торговли должны распространяться такими способами, которые обеспечивают их повторное распространение через средства массовой информации; более полная или подробная статистика должна распространяться в электронном и/или бумажном формате. Если позволяют ресурсы, текущая статистика и более длинные временные ряды могут быть организованы и находиться в открытом доступе (бесплатно или за плату) с помощью электронных баз данных, которые поддерживаются конкретным статистическим управлением. В дополнение к регулярно распространяемой статистике статистические управления могут предоставлять пользователям данные статистики розничной и оптовой торговли по их запросам. Для некоторых конкретных целей могут предоставляться индивидуально сформированные таблицы данных (нестандартная классификация видов деятельности, конкретные типы единиц и т. д.). Странам рекомендуется обеспечивать, чтобы пользователи были четко информированы о наличии дополнительной статистики и о процедурах ее получения.

9.21. *Распространение метаданных.* Предоставление адекватных метаданных и оценки качества статистики розничной и оптовой торговли имеют для пользователей столь же важное значение, как и предоставление самих данных. Странам необходимо следовать указанным в главе VIII рекомендациям по качеству данных и метаданным статистики розничной и оптовой торговли,

а также разрабатывать и распространять метаданные, состоящие из следующих компонентов: *a)* сфера охвата, периодичность и своевременность данных; *b)* доступ населения к данным; *c)* целостность распространяемых данных; *d)* качество данных; *e)* краткая методология; и *f)* форматы распространения данных. Странам рекомендуется указывать в метаданных все отклонения от принятых на международном уровне статистических стандартов и руководящих положений. Метаданные статистики розничной и оптовой торговли должны находиться в открытом доступе посредством веб-сайтов и/или публикаций статистических управлений. Страны могут рассмотреть возможность составления метаданных с различными уровнями детализации, исходя из требований и запросов специализированных пользователей ⁵⁶.

⁵⁶ Более подробную информацию по отчетности, касающейся данных и метаданных, см. Organization for Economic Cooperation and Development, *Data and Metadata Reporting and Presentation Handbook* (Paris, 2007).

В. Международная отчетность

9.22. Странам рекомендуется размещать данные по статистике розничной и оптовой торговли на своих веб-сайтах или осуществлять их распространение на международном уровне, как только такие данные становятся доступными для национальных пользователей.

9.23. В приведенных ниже таблицах IX.1, IX.2 и IX.3 представлен список позиций данных розничной и оптовой торговли, рекомендуемых для международного распространения, а также их уровень детализации и периодичность.

Таблица IX.1

Список позиций данных статистики розничной и оптовой торговли, подлежащих распространению на международном уровне с годовой периодичностью

Номер позиции	Позиция данных	Уровень детализации	Минимальные требования (на основе МСОК, Rev. 4)	Предельный срок
А Демография				
1.10	Число предприятий	В разбивке по видам деятельности и классу размера	Трехзначный уровень для разбивки по видам деятельности Однозначный уровень для разбивки по классу размера	18 месяцев
В Занятость				
2.1	Общая численность работников	В разбивке по видам деятельности и классу размера	Трехзначный уровень для разбивки по видам деятельности Однозначный уровень для разбивки по классу размера	18 месяцев
2.1.3	Общая численность наемных работников	В разбивке по видам деятельности и классу размера	Трехзначный уровень для разбивки по видам деятельности Однозначный уровень для разбивки по классу размера	18 месяцев
С Оплата труда наемных работников				
3.1	Оклады и заработная плата наемных работников в денежной или натуральной форме	В разбивке по видам деятельности	Трехзначный уровень	18 месяцев
Н Объем производства				
8.1	Валовое производство по базисным ценам	В разбивке по видам деятельности	Трехзначный уровень	18 месяцев

Номер позиции	Позиция данных	Уровень детализации	Минимальные требования (на основе МСОК, Rev. 4)	Предельный срок
8.1.1	Валовая прибыль	В разбивке по видам деятельности	Трехзначный уровень	18 месяцев
J	Добавленная стоимость			
10.1	Общая добавленная стоимость по базисным ценам	В разбивке по видам деятельности	Трехзначный уровень	18 месяцев
K	Валовое накопление основных фондов		Однозначный уровень	18 месяцев

Таблица IX.2

Список позиций данных статистики розничной и оптовой торговли, подлежащих распространению на международном уровне с квартальной периодичностью

Номер позиции	Позиция данных	Уровень детализации	Минимальные требования (на основе МСОК, Rev. 4)	Предельный срок
B	Занятость			
2.1	Общая численность работников	В разбивке по видам деятельности	Двузначный уровень	3 месяца
2.1.3	Общая численность наемных работников	В разбивке по видам деятельности	Двузначный уровень	3 месяца
C	Оплата труда наемных работников			
3.1	Оклады и заработная плата наемных работников в денежной или натуральной форме	В разбивке по видам деятельности	Двузначный уровень	3 месяца
E	Товарооборот, продажи, отгрузки, поступления за оказанные услуги и прочие доходы			
5 a	Товарооборот, продажи, отгрузки, поступления за оказанные услуги и прочие доходы	В разбивке по видам деятельности	Двузначный уровень	3 месяца

Таблица IX.3

Список позиций данных статистики розничной и оптовой торговли, подлежащих распространению на международном уровне с месячной периодичностью

Номер позиции	Позиция данных	Уровень детализации	Минимальные требования (на основе МСОК, Rev. 4)	Предельный срок
	Индексы товарооборота розничной и оптовой торговли (стоимость и/или объем)	В разбивке по видам деятельности	Двузначный уровень	45 дней для розничной торговли (подраздел 47 МСОК, Rev. 4); 60 дней для оптовой торговли и торговли автомобилями транспортными средствами (подразделы 45 и 46 МСОК, Rev. 4)

Приложение I

Список позиций данных для использования в статистике розничной и оптовой торговли

A. Демография

1 а Характеристики статистических единиц

Номер позиции	Позиция данных
1.1	Идентификационный код
1.2	Местоположение
1.3	Период функционирования
1.4	Тип хозяйственной организации
1.4.1	Предприятие, состоящее из одного заведения
1.4.2	Комплексное предприятие, состоящее из многих заведений
1.4.2.1	Число заведений в составе комплексного предприятия
1.5	Тип правовой организации и тип собственности
1.5.1	Акционерные предприятия, кроме товариществ с ограниченной ответственностью и кооперативов
1.5.1.1	Государственная собственность
1.5.1.1.1	центрального правительства
1.5.1.1.2	правительства штата
1.5.1.1.3	местного самоуправления
1.5.1.2	Национальная частная собственность
1.5.1.3	Собственность под иностранным контролем
1.5.2	Кооперативы и товарищества с ограниченной ответственностью
1.5.2.1	Государственная собственность
1.5.2.1.1	центрального правительства
1.5.2.1.2	правительства штата
1.5.2.1.3	местного самоуправления
1.5.2.2	Национальная частная собственность
1.5.2.3	Собственность под иностранным контролем
1.5.3	Некоммерческие организации
1.5.3.1	Государственная собственность
1.5.3.1.1	центрального правительства
1.5.3.1.2	правительства штата
1.5.3.1.3	местного самоуправления
1.5.3.2	Национальная частная собственность

Номер позиции	Позиция данных
2.1.3.1.3	наемные работники, занятые разработками программного обеспечения и баз данных
2.1.3.1.5	наемные работники, занятые в сфере создания и капитального ремонта основных фондов за собственный счет
2.2	Численность временно наемных работников
2.3*	Общая численность лиц, занятых в неформальном секторе
2.3.1	Наемные работники в неформальном секторе
2.3.2	Прочие лица, занятые в неформальном секторе

* Эта позиция данных часто выводится статистическим управлением из других позиций собранных данных. В некоторых случаях страны могут предпочесть включить эту позицию в вопросник, например, в целях подтверждения точности других предоставленных цифр.

2b Средняя численность работников

Номер позиции	Позиция данных
2.4	Средняя численность работников, <i>в том числе</i> :
2.4.1	Средняя численность наемных работников

2c Отработанное время

Номер позиции	Позиция данных
2.5	Отработанное время наемных работников, <i>в том числе</i> :
2.5.1.1	наемные работники, занятые научными исследованиями и опытно-конструкторскими разработками
2.5.1.3	наемные работники, занятые разработками программного обеспечения и баз данных
2.5.1.5	наемные работники, занятые в сфере создания и капитального ремонта основных фондов за собственный счет
2.6	Отработанное время временно наемных работников

C. Оплата труда наемных работников

3. Оплата труда наемных работников

Номер позиции	Позиция данных
3.1	Оклады и заработная плата наемных работников в денежной или натуральной форме, <i>в том числе</i> :
3.1.1.1	наемные работники, занятые научными исследованиями и опытно-конструкторскими разработками
3.1.1.3	наемные работники, занятые разработками программного обеспечения и баз данных
3.1.1.5	наемные работники, занятые в сфере создания и капитального ремонта основных фондов за собственный счет
3.2	Выплаты директорам акционерных предприятий за участие в заседаниях
3.3	Отчисления на социальное страхование, выплачиваемые работодателями

D. Прочие расходы

4a Закупки товаров и услуг

Номер позиции	Позиция данных
4.1	Расходы на сырье и материалы, кроме газа, топлива и электроэнергии, в том числе:
4.1.1	Закупка или получение сырья и материалов от других предприятий
4.1.2	Стоимость сырья и материалов, поставляемых другими заведениями того же предприятия
4.1.3	Расходы на материалы, используемые для создания и капитального ремонта основных фондов за собственный счет, в том числе:
4.1.3.1	на цели научных исследований и опытно-конструкторских разработок
4.1.3.3	на цели разработки программного обеспечения и баз данных
4.1.3.5	на цели создания и капитального ремонта основных фондов за собственный счет
4.2	Расходы на покупаемый газ, топливо и электроэнергию
4.2.1	Расходы на закупку отдельных видов топлива и газа
4.2.2	Расходы на покупаемую электроэнергию
4.3	Расходы на услуги водоснабжения и канализации
4.3.1	Расходы на закупку воды
4.3.3	Расходы на услуги канализации
4.4	Закупка услуг, за исключением арендных платежей
4.4.1	Расходы на промышленные услуги, покупаемые и предоставляемые другими заведениями того же предприятия
4.4.1.1	Услуги по техническому обслуживанию, ремонту и монтажу (кроме строительных работ)
4.4.1.2	Работы на подрядной и комиссионной основе
4.4.1.2.1	Оплата труда временно наемных работников
4.4.2	Расходы на непромышленные услуги, покупаемые и предоставляемые другими заведениями того же предприятия
4.4.2.1	Техническое обслуживание и ремонт зданий и сооружений
4.4.2.2	Услуги связи
4.4.2.3	Транспортные услуги
4.4.2.4	Рекламно-маркетинговые услуги
4.4.2.5	Финансовые услуги (кроме оплаты процентов)
4.4.2.9	Прочие непромышленные услуги
4.5	Закупка товаров и услуг для перепродажи в том же состоянии, в каком они были получены
4.5.1	Закупка топлива для перепродажи без последующей переработки
4.5.2	Запасные части автомобилей и мотоциклов, используемые исключительно в целях ремонта и технического обслуживания
4.5.3	Закупка всех прочих товаров для перепродажи без последующей обработки
4.5.4	Закупка услуг для перепродажи без последующей обработки

Номер позиции	Позиция данных
4.6	Арендные платежи
4.6.1	Арендные платежи за машины и оборудование
4.6.2	Арендные платежи за жилые здания и сооружения
4.7	Страховые взносы на имущество заведения, за исключением страхования жизни

Е. Товарооборот, продажи, отгрузки, поступления за оказанные услуги и прочие доходы

5а Товарооборот, продажи, отгрузки, поступления за оказанные услуги и прочие доходы

Номер позиции	Позиция данных
5.1	Продажи/товарооборот/стоимость отгрузок, включая передачу товаров другим заведениям того же предприятия
5.1.1	Продажи/товарооборот/стоимость отгрузок по товарам, произведенным конкретным заведением
5.1.2	Продажи/товарооборот/стоимость отгрузок по всем товарам и услугам, закупленным для целей перепродажи на тех же условиях, на каких они были получены
5.1.2.1	Продажи по подарочным картам
5.1.3	Комиссионные выплаты и гонорары за продажу товаров и услуг за счет других лиц
5.1.4	Поступления за производственные работы, выполненные для других предприятий, и производственные услуги, оказанные другим предприятиям
5.1.4.1	Работы на условиях подряда и комиссии
5.1.4.2	Услуги по техническому обслуживанию, ремонту и монтажу (кроме строительства)
5.2	Прочие доходы
5.2.1	Доходы от сдачи в аренду или лизинг машин и оборудования
5.2.2	Доходы от сдачи в аренду или лизинг зданий
5.2.3	Прочие доходы, не включенные в другие категории
5.3*	Стоимость основных фондов, созданных за собственный счет

* Эта позиция данных часто выводится статистическим управлением из других позиций собранных данных. В некоторых случаях страны могут предпочесть включать эту позицию в вопросник, например, в целях подтверждения точности других предоставленных цифр.

5б Электронная торговля

Номер позиции	Позиция данных
5.4	Продажи/товарооборот/стоимость отгрузок/поступления за оказанные услуги и прочие доходы от электронной торговли

5с Позиции данных по количественным показателям

Номер позиции	Позиция данных
Q5.1	Стоимость товарооборота в разбивке по категориям продуктов

* Эта позиция данных часто выводится статистическим управлением из других позиций собранных данных. В некоторых случаях страны могут предпочесть включить эту позицию в вопросник, например, в целях подтверждения точности других предоставленных цифр.

Номер позиции	Позиция данных
1.5.3.3	Собственность под иностранным контролем
1.5.4	Неакционерные предприятия, в том числе:
1.5.4.1	предприятия неформального сектора
1.6*	Размер
1.7	Вид деятельности
1.8	Тип единицы
1.8.1	Основная производственная единица
1.8.2	Вспомогательная единица
1.9	Тип функционирования
1.9.1	Оптовая торговля
1.9.1.1	Оптовая торговля за собственный счет
1.9.1.1.1	Специализированная оптовая торговля
1.9.1.1.2	Неспециализированная оптовая торговля
1.9.1.2	Комиссионная торговля
1.9.2	Розничная торговля
1.9.2.1	Розничная торговля в магазинах
1.9.2.1.1	Специализированные магазины
1.9.2.1.2	Неспециализированные магазины
1.9.2.2	Розничная торговля не в магазинах
1.9.2.2.1	Розничная торговля в палатках или на рынках
1.9.2.2.2	Прочие виды торговли

1 b Число статистических единиц

Номер позиции	Позиция данных
1.10*	Число предприятий
1.10.1*	Предприятия, состоящие из многих заведений
1.10.1.1*	Число заведений
1.10.2*	Предприятия, состоящие из одного заведения

В. Занятость

2 a Численность работников

Номер позиции	Позиция данных
2.1*	Общая численность работников, в том числе:
2.1.1	Работающие собственники
2.1.2	Неоплачиваемые работающие члены семьи
2.1.3	Наемные работники, в том числе:
2.1.3.1.1	наемные работники, занятые научными исследованиями и опытно-конструкторскими разработками

F. Товарно-материальные запасы

6. Товарно-материальные запасы

* Эта позиция данных часто выводится статистическим управлением из других позиций собранных данных. В некоторых случаях страны могут предпочесть включать эту позицию в вопросник, например, в целях подтверждения точности других предоставленных цифр.

Номер позиции	Позиция данных
6.1*	Общие товарно-материальные запасы
6.1.1	На начало периода
6.1.2	На конец периода
6.1.3*	Изменение (плюс или минус)
6.2	Запасы сырья, топлива и материалов
6.2.1	На начало периода
6.2.2	На конец периода
6.2.3*	Изменение (плюс или минус)
6.3	Незавершенное производство
6.3.1	На начало периода
6.3.2	На конец периода
6.3.3*	Изменение (плюс или минус)
6.4	Запасы готовой продукции
6.4.1	На начало периода
6.4.2	На конец периода
6.4.3*	Изменение (плюс или минус)
6.5	Запасы товаров, закупленных для перепродажи в том же состоянии, в каком они были получены
6.5.1	На начало периода
6.5.2	На конец периода
6.5.3*	Изменение (плюс или минус)

G. Налоги и субсидии

7. Прочие налоги и субсидии на производство

Номер позиции	Позиция данных
7.1	Налоги
7.1.1	Прочие налоги на производство
7.2	Полученные субсидии
7.2.1	Субсидии на продукты
7.2.2	Прочие субсидии на производство

H. Произведенная продукция

8. Произведенная продукция

Номер позиции	Позиция данных
8.1*	Валовое производство по базисным ценам
8.1.1*	Валовая прибыль

I. Промежуточное потребление и инвентарные вводимые факторы производства

9. Промежуточное потребление и инвентарные вводимые факторы производства

Номер позиции	Позиция данных
9.1*	Промежуточное потребление по закупочным ценам

J. Добавленная стоимость

10. Общая добавленная стоимость и инвентарная добавленная стоимость

Номер позиции	Позиция данных
10.1*	Общая добавленная стоимость по базисным ценам

K. Валовое накопление основного капитала

11. Активы, капитальные затраты, списание и амортизационные отчисления

Номер позиции	Позиция данных
11.1	Валовая стоимость основных фондов (по балансовой стоимости) на начало периода
11.1.1	Жилые здания
11.1.2	Прочие здания и сооружения
11.1.3	Машины и оборудование
11.1.3.1	Транспортное оборудование
11.1.3.2	Оборудование ИКТ
11.1.3.3	Прочие машины и оборудование
11.1.4	Продукты интеллектуальной собственности
11.1.4.1	Научные исследования и опытно-конструкторские разработки
11.1.4.2	Разведка и оценка запасов полезных ископаемых
11.1.4.3	Программное обеспечение и базы данных
11.1.4.4	Оригинальные материалы развлекательного жанра, литературы и искусства
11.1.4.5	Прочее
11.2	Капитальные затраты на новые и бывшие в употреблении основные фонды (закупки) в течение периода
11.2.1	Жилые здания
11.2.2	Прочие здания и сооружения
11.2.3	Машины и оборудование
11.2.3.1	Транспортное оборудование
11.2.3.2	Оборудование ИКТ
11.2.3.3	Прочие машины и оборудование

Номер позиции	Позиция данных
11.2.4	Продукты интеллектуальной собственности
11.1.4.1	Научные исследования и опытно-конструкторские разработки
11.1.4.2	Разведка и оценка запасов полезных ископаемых
11.1.4.3	Программное обеспечение и базы данных
11.2.4.4	Оригинальные материалы развлекательного жанра, литературы и искусства
11.2.4.5	Прочее
11.3	Валовая стоимость проданных, списанных и утраченных (отчужденных) основных фондов в течение периода
11.3.1	Жилые здания
11.3.2	Прочие здания и сооружения
11.3.3	Машины и оборудование
11.3.3.1	Транспортное оборудование
11.3.3.2	Оборудование ИКТ
11.3.3.3	Прочие машины и оборудование
11.3.4	Продукты интеллектуальной собственности
11.3.4.1	Научные исследования и опытно-конструкторские разработки
11.3.4.2	Разведка и оценка запасов полезных ископаемых
11.3.4.3	Программное обеспечение и базы данных
11.3.4.4	Оригинальные материалы развлекательного жанра, литературы и искусства
11.3.4.5	Прочее
11.4	Амортизация
11.4.1	Жилые здания
11.4.2	Прочие здания и сооружения
11.4.3	Машины и оборудование
11.4.3.1	Транспортное оборудование
11.4.3.2	Оборудование ИКТ
11.4.3.3	Прочие машины и оборудование
11.4.4	Продукты интеллектуальной собственности
11.1.4.1	Научные исследования и опытно-конструкторские разработки
11.1.4.2	Разведка и оценка запасов полезных ископаемых
11.1.4.3	Программное обеспечение и базы данных
11.4.4.4	Оригинальные материалы развлекательного жанра, литературы и искусства
11.4.4.5	Прочее
11.5*	Валовая стоимость основных фондов на конец периода
11.5.1*	Жилые здания
11.5.2*	Прочие здания и сооружения
11.5.3*	Машины и оборудование
11.5.3.1	Транспортное оборудование
11.5.3.2	Оборудование ИКТ
11.5.3.3	Прочие машины и оборудование
11.5.4*	Продукты интеллектуальной собственности
11.1.4.1	Научные исследования и опытно-конструкторские разработки
11.1.4.2	Разведка и оценка запасов полезных ископаемых
11.1.4.3	Программное обеспечение и базы данных
11.5.4.4	Оригинальные материалы развлекательного жанра, литературы и искусства
11.5.4.5*	Прочее

* Эта позиция данных часто выводится статистическим управлением из других позиций собранных данных. В некоторых случаях страны могут предпочесть включать эту позицию в вопросник, например, в целях подтверждения точности других предоставленных цифр.

Приложение II

Список видов деятельности в соответствии с МСОК (Rev. 4), исключенных из сферы охвата соответствующих подразделов и классов сектора розничной и оптовой торговли

Следующие виды деятельности рассматриваются либо как обработка товаров, либо как не входящие в соответствующие подразделы и классы розничной и оптовой торговли, и *исключаются из них*:

1. Подраздел 45: Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов:

- Розничная торговля топливом, смазочными материалами или охлаждающими жидкостями для автомобилей
- Сдача в аренду автомобилей и мотоциклов

Класс по МСОК, Rev. 4	Исключенные виды деятельности
4510	оптовая и розничная торговля деталями и принадлежностями для автомобилей, см. 4530 аренда легковых автомобилей с водителем, см. 4922 аренда грузовых автомобилей с водителем, см. 4923 аренда легковых и грузовых автомобилей без водителя, см. 7710
4520	восстановление протектора и капитальный ремонт шин, см. 2211
4530	розничная продажа горючего для транспортных средств с двигателями внутреннего сгорания, см. 4730
4540	оптовая торговля велосипедами и соответствующими деталями и принадлежностями, см. 4649 розничная торговля велосипедами, и соответствующими деталями и принадлежностями, см. 4763 аренда мотоциклов, см. 7730 ремонт и техническое обслуживание велосипедов, см. 9529

2. Подраздел 46: Оптовая торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами:

- Оптовая торговля автомобилями, домами-автоприцепами и мотоциклами, а также принадлежностей для автомобилей (см. подраздел 45)
- Аренда и лизинг товаров (см. подраздел 77)
- Упаковывание твердых продуктов и розлив жидких или газообразных продуктов, включая смешивание и фильтрацию для третьих сторон (см. класс 8292)

Класс по МСОК, Rev. 4	Исключенные виды деятельности
4610	оптовая торговля от собственного имени, см. группы 462–466 и 469 деятельность комиссионных агентов по торговле автомобилями, см. 4510 продажа автомобилей с аукциона, см. 4510 розничная торговая деятельность комиссионных агентов, ведущаяся не через магазины, см. 4799 деятельность страховых агентов, см. 6622 деятельность агентов по продаже недвижимости, см. 6820
4620	оптовая торговля текстильным волокном, см. 4669
4630	смешивание вин или дистиллированных спиртов, см. 1101, 1102
4641	оптовая торговля ювелирными и кожаными изделиями, см. 4649 оптовая торговля текстильным волокном, см. 4669
4649	оптовая торговля пустыми аудио- и видеопленками, компакт-дисками и цифровыми универсальными дисками, см. 4652 оптовая торговля оборудованием телерадиовещания, см. 4652 оптовая торговля офисной мебелью, см. 4659
4651	оптовая торговля электронными деталями, см. 4652 оптовая торговля канцелярскими машинами и оборудованием (кроме компьютеров и периферийного оборудования), см. 4659 оптовая торговля машинами и оборудованием с компьютерным управлением, см. 4659
4652	оптовая торговля записанными магнитными лентами для звуковой и видео-записи, дискетами, магнитными и оптическими дисками, см. 4649 оптовая торговля бытовой электронной аппаратурой, см. 4649 оптовая торговля компьютерами и компьютерным периферийным оборудованием, см. 4651
4659	оптовая торговля автомобилями, прицепами и домами-автоприцепами, см. 4510 оптовая торговля автомобильными деталями, см. 4530 оптовая торговля мотоциклами, см. 4540 оптовая торговля велосипедами, см. 4649 оптовая торговля компьютерами и периферийным оборудованием, см. 4651 оптовая торговля электронными деталями и телефонным оборудованием и оборудованием связи см. 4652
4662	оптовая торговля металлоломом, см. 4669

Класс по МСОК, Rev. 4	Исключенные виды деятельности
4759	розничная торговля антиквариатом, см. 4774
4761	розничная торговля букинистическими или антикварными книгами, см. 4774
4764	розничная торговля игровыми видеоприставками, см. 4741 розничная торговля неспециализированным программным обеспечением, включая видеоигры, см. 4741
4771	розничная торговля текстильными изделиями, см. 4751
4774	розничная торговля поддержанными автомобилями, см. 4510 деятельность Интернет-аукционов и прочих (розничных) аукционов, проводимых не в помещениях магазинов, см. 4791, 4799 деятельность ломбардов, см. 6492
4781	розничная торговля готовыми пищевыми продуктами для немедленного потребления (уличными торговцами вразнос), см. 5610
4799	доставка товаров на дом, осуществляемая магазинами, см. группы 471–477

Приложение III

Определение основного вида деятельности статистической единицы по методу нисходящей пошаговой детализации в рамках сектора розничной и оптовой торговли

Пример

Статистическая единица может осуществлять следующие виды деятельности:

Раздел	Подраздел	Группа	Класс	Описание класса	Доля в добавленной стоимости (в процентах)	
G	46	465	4651	Оптовая торговля компьютерами, компьютерным периферийным оборудованием и программным обеспечением	10	
			474	4741	Розничная торговля компьютерами, периферийным оборудованием, программным обеспечением и телекоммуникационным оборудованием в специализированных магазинах	8
	4742	Розничная торговля аудио- и видеоаппаратурой в специализированных магазинах		15		
	47	475	4759	Розничная торговля бытовыми электроприборами, мебелью, осветительными приборами и прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах	4	
			476	4761	Розничная торговля книгами, газетами, писчебумажными и канцелярскими товарами в специализированных магазинах	3
				4762	Розничная торговля музыкальными и видеозаписями в специализированных магазинах	12
			479	4791	Розничная торговля через фирмы, выполняющие заказы по почте или через Интернет	35
	N	77	772	7722	прокат видеокассет и дисков	13

Затем основной вид деятельности определяется следующим образом:

Шаг 1. Определение раздела

Раздел G	Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	87
Раздел N	Деятельность в сфере административных и вспомогательных услуг	13

Шаг 2. Определение подраздела (в рамках раздела G)

Подраздел 46	Оптовая торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами	10
Подраздел 47	Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами	77

Шаг 3. Определение группы (в рамках подраздела 47)

Шаг 3 а. Определение торговли в магазинах и вне магазинов (см. подраздел 47)

Группы 471–477	Розничная торговля в магазинах	42
Группы 478–479	Розничная торговля вне магазинов	35

Шаг 3 б. Определение специализированной и неспециализированной торговли

Пересчет долей добавленной стоимости в общем объеме розничной торговли:

4741	= 8% / 77%	10
4742	= 15% / 77%	19
4759	= 4% / 77%	5
4761	= 3% / 77%	4
4762	= 12% / 77%	16

Лишь на четыре класса приходится доля в 5 процентов и более. Следовательно, данная единица относится к категории специализированной розничной торговли.

Шаг 3 с. Определение группы (в рамках специализированной розничной торговли)

Группа 474	Розничная торговля информационно-коммуникационным оборудованием в специализированных магазинах	23
Группа 475	Розничная торговля прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах	4
Группа 476	Розничная торговля предметами культурно-развлекательного назначения в специализированных магазинах	15

Примечание: Для определения наибольшей доли не имеет значения, используются ли первоначальные или пересчитанные цифры добавленной стоимости.

Шаг 4. Определение класса (в рамках группы 474)

Класс 4741	Розничная торговля компьютерами, периферийным оборудованием, программным обеспечением и телекоммуникационным оборудованием в специализированных магазинах	8
Класс 4742	Розничная торговля аудио-и видеоаппаратурой в специализированных магазинах	15

Таким образом, основным видом деятельности является **4742: Розничная торговля аудио-и видеоаппаратурой в специализированных магазинах.**

Класс по МСОК, Rev. 4	Исключенные виды деятельности
4669	<p>сбор бытовых и промышленных отходов, см. группу 381</p> <p>обработка отходов не в целях их дальнейшего использования в производственных процессах, а с целью захоронения, см. группу 382</p> <p>переработка отходов, лома и других предметов во вторичное сырье в случаях, когда требуется процесс реального видоизменения продукта (получаемые вторичные сырьевые материалы пригодны к прямому использованию в том или ином производственном процессе, но не являются конечным продуктом), см. 3830</p> <p>разборка автотранспортных средств, компьютеров, телевизоров и другого оборудования для повторного использования материалов, см. 3830</p> <p>измельчение автомобилей механическими способами, см. 3830</p> <p>разборка судов на металлолом, см. 3830</p> <p>розничная торговля подержанными товарами, см. 4774</p>

3. Подраздел 47: Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами:

- Продажа фермерами сельскохозяйственных продуктов (см. подраздел 01)
- Производство и продажа товаров, которые обычно классифицируются как производство в подразделах 10–32
- Продажа автомобилей, мотоциклов и деталей для них (см. подраздел 45)
- Продажа продовольственного зерна, руд, сырой нефти, промышленных химикатов, чугуна и стали, а также промышленных машин и оборудования (см. подраздел 46)
- Продажа приготовленных пищевых продуктов и напитков для потребления в торговых помещениях и продажа таких пищевых продуктов на вынос (см. подраздел 56)
- Сдача в аренду населению товаров личного и хозяйственно-бытового назначения (см. группу 772)

Класс по МСОК, Rev. 4	Исключенные виды деятельности
4711	розничная продажа горючего наряду с пищевыми продуктами, напитками и т.д., при доминирующем объеме продаж горючего, см. 4730
4721	производство хлебобулочных изделий, т.е. выпечка на месте, см. 1071
4730	<p>оптовая торговля топливом, см. 4661</p> <p>розничная продажа горючего наряду с пищевыми продуктами, напитками и т.д., при доминирующем объеме продаж топлива, см. 4711</p> <p>розничная продажа сжиженного нефтяного газа для приготовления пищи или отопления, см. 4773</p>
4741	розничная торговля пустыми пленками и дисками, см. 4762
4751	розничная продажа одежды, см. 4771
4753	розничная торговля пробковыми покрытиями для пола, см. 4752

Справочная литература

Канада

Quality Assurance Framework. Ottawa: Statistics Canada, 2002.

Финляндия

Quality Guidance for Official Statistics, 2nd revised edition. Helsinki: Statistics Finland, 2007.

Международная организация труда

Резолюция по вопросу о статистике отработанного времени, принятая на десятой Международной конференции статистиков труда (11 октября 1962 года). См. www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm.

Резолюция по вопросу о статистике экономически активного населения, занятости, безработицы и неполной занятости, принятая на тринадцатой Международной конференции статистиков труда (октябрь 1982 года). См. www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm.

Резолюция по вопросу о Международной классификации статуса в занятости, принятая на пятнадцатой Международной конференции статистиков труда (январь 1993 года). См. www.ilo.org/public/english/bureau/stat/res/index.htm.

Резолюция по вопросу о статистике занятости в неформальном секторе, принятая на пятнадцатой Международной конференции статистиков труда (январь 1993 года). См. по адресу: www.ilo.org.

Международный валютный фонд

Adrian M. Bloem, Robert J. Dippelsman and Nils Ø. Mæhle, *Quarterly National Accounts Manual: Concepts, Data Sources, and Compilation*. Washington, D.C.: International Monetary Fund, 2001.

Организация экономического сотрудничества и развития

Compilation Manual for an Index of Service Production. Paris: Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), 2007. См. www.oecd.org.

Data and Metadata Reporting and Presentation Handbook, Paris: OECD, 2007. См. www.oecd.org.

Frascati Manual: Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development. Paris: OECD, 2002.

Measuring the information economy. OECD, 2002. См. www.oecd.org/

Measuring the Non-Observed Economy: A Handbook. Paris: OECD, 2002. См. www.oecd.org/

Статистическое управление Европейских сообществ (Евростат)

Council Regulation (Euratom, EEC) No 1588/90 of 11 June 1990 on the transmission of data subject to statistical confidentiality to the Statistical Office of the European Communities. *Official Journal L 151*, 15/06/1990, p. 0001–0004. См. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31990R1588:EN:HTML>.

Council Regulation (EC, Euratom) No 58/97 of 20 December 1996 concerning structural business statistics. *Official Journal L 014*, 17/01/1997, p. 00010024. См. <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997R0058:EN:HTML>.

Council Regulation (EC) No 322/97 of 17 February 1997 on Community Statistics. *Official Journal L 052*, 22/02/1997, p. 0001–0007. См. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997R0322:EN:HTML>.

Council Regulation (EC) No 1165/98 of 19 May 1998 concerning short-term statistics. *Official Journal L 162*, 05/06/1998, p. 0001–0015. См. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998R1165:EN:HTML>.

Council Regulation (EC) No 2700/98 of 17 December 1998 concerning the definitions of characteristics for structural business statistics. *Official Journal L 344*, 18/12/1998, p. 0049–0080. См. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998R2700:EN:HTML>.

European System of Accounts: ESA 1995. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1996.

Eurostat guidelines on seasonal adjustment. Presented at the ninth meeting of the Euroindicators Working Group, Luxembourg, 4 and 5 December 2006.

Eurostat-OECD Manual on Business Demography Statistics. European Methodologies and Working Papers. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007. См. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46587259&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=KS-RA-07-010.

Handbook on the Design and Implementation of Business Surveys. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1998.

Handbook on Price and Volume Measures in National Accounts. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2001.

Handbook on Quarterly National Accounts. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1999.

Manual of Recommendations on Business Registers. 2003, См. <http://circa.europa.eu/>

Организация Объединенных Наций

Central Product Classification (CPC), Version 2. Statistical Papers, No. 77, Ver. 2. Sales No. E.08.XVII.7.

Fundamental Principles of Official Statistics. New York: United Nations Statistical Commission, 1994. См. <http://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/fundprinciples.aspx>.

International Recommendations for Construction Statistics. Statistical Papers, No. 47, Rev.1. Sales No. E.97.XVII.11. 1997.

International Recommendations for Industrial Statistics. Statistical Papers, No. 48, Rev.1. Sales No. E.83.XVII.8. 1983.

International Recommendations on Statistics of the Distributive Trades and Services. Statistical Papers, No. 57. Sales No. E.75.XVII.9. 1975.

Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности (МСОК), Четвертый пересмотренный вариант. Статистические документы, Серия М, № 4, в продаже под № R.08.XVII.25.

Связи между счетами бухгалтерского учета предприятий и национальными счетами: руководство по национальным счетам. Методологические исследования, Серия F, № 76, в продаже под № R.00.XVII.13. 2000.

Organization and Conduct of Distributive Trade Surveys. Studies and Methods, No. 19. Sales No. E.77.XVII.3.

Принципы и руководящие положения обеспечения конфиденциальности статистики и предоставления доступа к микроданным, Справочный документ, подготовленный для тридцать восьмой сессии Статистической Комиссии, 2007 год. См. <http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2007.htm>.

Principles governing international statistical activities. New York: United Nations Statistics Division, 2005. См. <http://unstats.un.org/>

Доклад Статистической комиссии о работе ее тридцать седьмой сессии (7–10 марта 2006 года). *Официальные отчеты Экономического и Социального Совета, 2006 год, Дополнение № 4.* E/2006/24. Глава I, раздел C, решение 37/102 о статистике розничной и оптовой торговли. См. также <http://unstats.un.org/>

Strategies for Measuring Industrial Structure and Growth. Studies in Methods, No. 65. Sales No. E.94.XVII.11. 1994.

System of National Accounts, 2008. Электронная версия на английском языке размещена на веб-сайте Статистического отдела Организации Объединенных Наций: <http://unstats.un.org/>

Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии

Guidelines for Measuring Statistical Quality, Version 3.1. London: Office for National Statistics, 2007.

Соединенные Штаты Америки

Thomas L. Mesenbourg, Assistant Director for Economic Programs Bureau of the Census, Measuring electronic business: definitions, underlying concepts, and measurement plans. Washington, D.C.: U.S. Census Bureau, 2000.

