

**О внесении изменений в приказ Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан от 15 декабря 2015 года № 209 "Об утверждении Методики по формированию показателей по статистике внутренней торговли"**

Приказ Руководителя Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан от 20 декабря 2022 года № 41. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 22 декабря 2022 года № 31207

**ПРИКАЗЫВАЮ:**

1. Внести в приказ Председателя Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан от 15 декабря 2015 года № 209 "Об утверждении Методики по формированию показателей по статистике внутренней торговли" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов под № 12918) следующие изменения:

преамбулу приказа изложить в следующей редакции:

"В соответствии с подпунктом 5) статьи 12 Закона Республики Казахстан "О государственной статистике" и с подпунктом 20) пункта 15 Положения о Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, утвержденного Приказом Председателя Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан от 23 октября 2020 года № 9-нқ, **ПРИКАЗЫВАЮ:"**;

Методику по формированию показателей статистики внутренней торговли, утвержденную указанным приказом, изложить в новой редакции согласно приложению к настоящему приказу.

2. Департаменту статистики услуг и энергетики совместно с Юридическим Департаментом Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан в установленном законодательством порядке обеспечить:

1) государственную регистрацию настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан;

2) размещение настоящего приказа на интернет-ресурсе Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан.

3. Департаменту статистики услуг и энергетики Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан

довести настоящий приказ до структурных и территориальных подразделений Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан для руководства и использования в работе.

4. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на курирующего заместителя руководителя Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан.

5. Настоящий приказ вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования.

*Руководитель Бюро  
национальной статистики  
Агентства по стратегическому  
планированию и реформам  
Республики Казахстан*

*Ж. Шаймарданов*

Приложение к приказу  
Руководитель Бюро  
национальной статистики  
Агентства по стратегическому  
планированию и реформам  
Республики Казахстан  
от 20 декабря 2022 года № 41  
Утверждена  
приказом Председателя  
Комитета по статистике  
Министерства национальной  
экономики  
Республики Казахстан  
от 15 декабря 2015 года № 209

## **Методика по формированию показателей по статистике внутренней торговли**

### **Глава 1. Общие положения**

1. Настоящая Методика по формированию показателей по статистике внутренней торговли (далее – Методика) относится к статистической методологии, утверждаемой в соответствии с Законом Республики Казахстан "О государственной статистике" (далее – Закон).

2. Методика применяется Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан (далее – Бюро) и его территориальными подразделениями при проведении общегосударственных статистических наблюдений с целью формирования показателей по статистике внутренней торговли.

3. Настоящая Методика разработана в соответствии со следующими международными рекомендациями:

1) "Международные рекомендации по статистике розничной и оптовой торговли" 2008 года, разработанные Статистическим Комитетом Организации Объединенных Наций (ООН);

2) "Методологические рекомендации по статистическому наблюдению за оборотом розничной торговли и расчету его индекса физического объема", разработанные Межгосударственным статистическим комитетом Содружества Независимых Государств (Статкомитет СНГ) в 2011 году.

4. В настоящей Методике используются понятия в значениях, определенных в Законе, и их определения:

1) индекс розничных цен – показатель, характеризующий изменение розничных цен на товары, реализуемые населению в предприятиях розничной торговли, и рассчитанный по структуре розничного товарооборота;

2) индекс цен оптовых продаж – показатель, характеризующий изменение цен на товары, продукцию, реализуемые оптовыми торговыми предприятиями различным пользователям для дальнейшего профессионального их использования или последующей их перепродажи в розницу;

3) вторичный вид деятельности – вид деятельности, помимо основного, который осуществляется с целью производства товаров и услуг для третьих лиц;

4) основной вид деятельности – вид деятельности, добавленная стоимость которого превышает добавленную стоимость любого другого вида деятельности, осуществляемого субъектом;

5) правовая единица – единица, наделенная юридическим статусом;

6) торговая наценка – элемент цены продавца, обеспечивающий возмещение затрат по продаже товаров и получение прибыли;

7) статистическая единица – абстрактная единица, созданная на основе правовой для использования в статистических целях;

8) товарные запасы – количество товаров в денежном или натуральном выражении, находящихся в торговых предприятиях, на складах, в пути на определенную дату;

9) индекс потребительских цен – показатель, характеризующий изменение во времени среднего уровня цен на фиксированную корзину товаров и услуг, приобретаемых населением для личного потребления.

## **Глава 2. Сфера охвата и определение объема товарооборота по статистике внутренней торговли**

5. В национальной статистической практике в сферу учета статистики внутренней торговли относится розничная торговля, оптовая торговля, услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, предоставление услуг по обеспечению питанием и напитками.

6. Статистика внутренней торговли отражает характеристики и виды деятельности структурных единиц, относящиеся к секции G "Оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов" Общего классификатора видов экономической деятельности (далее – ОКЭД), вне зависимости от их размера, организационно-правовой формы и формы собственности. Услуги общественного питания классифицируются по отдельному виду деятельности "Услуги по предоставлению продуктов питания и напитков".

7. Секция G включает оптовую и розничную торговлю (продажу без видоизменения) всех видов товаров и предоставление услуг, связанных с продажей товаров. Также, в секцию включаются услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей.

8. К розничной торговле относится предпринимательская деятельность по продаже покупателю товаров, предназначенных для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

9. К оптовой торговле относится предпринимательская деятельность по реализации товаров, предназначенных для последующей продажи или иных целей, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

10. Оптовая торговля за вознаграждение (через комиссионных агентов) определяется как доход (вознаграждение), полученный в результате посреднической деятельности респондента.

11. В национальном статистическом бизнес-регистре (далее – регистр или СБР) используются несколько типов статистических единиц. В статистике внутренней торговли применяются следующие единицы:

1) статистическая единица "предприятие" – наименьшая комбинация (то есть одна или несколько) правовых единиц, осуществляющих свою деятельность в одном или нескольких местах на коммерческой или некоммерческой основе;

2) статистическая единица "местная единица" (МЕ), которая соответствует предприятию или части предприятия (цех, завод, магазин, бюро, шахта), расположенном вне места нахождения предприятия. То есть, в целях получения географического распределения собираемых данных возникает необходимость соответствующим образом разделять предприятия, которые ведут деятельность более, чем в одном месте. Это определение включает в себя лишь один признак, так как в нем нет ссылки на вид осуществляемой данной единицей деятельности.

12. При формировании основных показателей обследованию подлежат местные единицы с видами деятельности секции G "Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов".

В качестве одной местной единицы считают все объекты какого-либо предприятия в пределах наименьшего географического района. Аналогично и по виду деятельности "Предоставление услуг по обеспечению питанием и напитками" (код ОКЭД 56).

13. Местные единицы розничной торговли соответствуют розничным магазинам, за исключением такой формой торговли, как "магазин в магазине" (по типу торгового центра, торгового дома), когда владелец торгового объекта сдает в аренду часть своих торговых площадей другим розничным торговцам. При этом собственник торгового объекта и другие розничные торговцы, находящиеся в том же помещении, рассматриваются как отдельные статистические единицы.

14. Торговые рынки функционируют аналогично торговой форме "магазин в магазине". Торговый рынок имеет столько местных единиц, сколько там торгующих, включая собственника торгового рынка.

15. Фермеры, продающие свою продукцию на торговых рынках, не рассматриваются как торговые единицы. Продажа рассматривается как вторичный вид деятельности по сравнению с производством сельскохозяйственной продукции.

16. Статистическая информация по формированию показателей внутренней торговли на ежемесячной основе формируется согласно плану статистических работ следующим образом:

1) сплошной учет:

по средним и крупным предприятиям по данным общегосударственного статистического наблюдения "Отчет о реализации товаров и услуг" за отчетный месяц;

2) выборочный учет:

по малым предприятиям (10% от генеральной совокупности) по данным общегосударственного статистического наблюдения "Отчет о реализации товаров и услуг" за отчетный месяц;

3) расчетно:

по индивидуальным предпринимателям - 1/12 часть годовых данных общегосударственного статистического наблюдения о деятельности индивидуальных предпринимателей за последний отчетный период;

по предприятиям с вторичным видом деятельности "Торговля" (независимо от численности) - 1/12 годового объема предприятий с вторичным видом деятельности общегосударственных статистических наблюдений: структурной статистики и с учетом обследований в различных отраслях статистики за последний отчетный период.

17. Статистическая информация по формированию показателей внутренней торговли на годовой периодичности формируется согласно плану статистических работ следующим образом:

1) сплошной учет:

по средним и крупным предприятиям по данным общегосударственного статистического наблюдения "Отчет о реализации товаров и услуг" за отчетный год;

2) выборочный учет:

по малым предприятиям (30 % от генеральной совокупности) по данным общегосударственного статистического наблюдения "Отчет о реализации товаров и услуг" за отчетный год;

3) выборочный учет:

по индивидуальным предпринимателям (10 % от генеральной совокупности) по данным общегосударственного статистического наблюдения "Отчет о реализации товаров и услуг" за отчетный год;

4) Оценка досчета объема по вторичному виду деятельности осуществляется на основании годовых обследований респондентов для которых отрасль "Торговля" не является основным видом деятельности.

### **Глава 3. Основные показатели статистики внутренней торговли**

#### **Параграф 1. Объем реализации товаров и услуг**

18. Объем реализации товаров и услуг характеризует сумму денежной выручки, полученной за проданные товары, продукцию и оказанные услуги за наличный и безналичный расчет.

19. Для целей статистического наблюдения объем реализации товаров приводится в фактических ценах реализации, включающих торговую наценку, без налога на добавленную стоимость, акцизов.

20. Объем реализации товаров включает стоимость товаров, проданным или обмененным торговой единицей за свой собственный счет.

В эту позицию включаются все прочие включенные в счета-фактуры расходы на транспортировку, упаковку и другие расходы, переносимые на покупателя.

Из этого показателя вычитаются возвраты денежных средств, ценовые скидки и аналогичные льготы на возвращаемые товары, предоставляемые потребителям и стоимость возвратной упаковки. Эта позиция включает товары, изъятые владельцами у торговой единицы для собственного использования. Стоимость этих товаров вычисляется по надлежащей рыночной цене. Если это невозможно, изъятые владельцами товары, оцениваются по стоимости приобретения.

В статистике внутренней торговли объем реализации товаров определяется по розничной (объем розничной торговли) и оптовой торговле (объем оптовой торговли), а услуг – по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, общественному питанию.

21. Обязательным признаком операции, относимой к обороту оптовой торговли, является наличие счет-фактуры на отгрузку товара, к обороту розничной торговли – кассового чека (счета).

22. Объем розничной торговли включает в себя стоимость проданных населению потребительских товаров за наличный или безналичный (оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков) расчет.

23. В оборот розничной торговли включаются:

1) стоимость товаров, отправленных покупателям по почте с оплатой по безналичному расчету (по моменту сдачи посылки отделению связи);

2) стоимость товаров, проданных в кредит (по моменту отпуска товаров покупателю) в объеме полной стоимости товара;

3) стоимость товаров, проданных в порядке комиссионной торговли (по договору комиссии, поручения или агентского договора) в размере полной стоимости по моменту продажи товаров;

4) стоимость товаров, проданных через розничные фирмы по системе электронной торговли (по каналам Интернета, электронной системе обмена данными или иных онлайн-систем) по времени выписки счета или доставки покупателю независимо от времени фактической оплаты товара покупателем;

5) стоимость товаров, проданных через торговые автоматы;

6) полная стоимость товаров, проданных отдельным категориям населения бесплатно или со скидкой (лекарственных средств, топлива и другие товары);

7) стоимость проданных по подписке печатных изданий (по моменту выписки счета без учета стоимости доставки);

8) стоимость упаковки, имеющей продажную цену, не входящую в цену товара;

9) стоимость проданной порожней тары, проданной населению с товаром, за вычетом стоимости возвращенной населением порожней тары;

10) стоимость подарочных карт (сертификатов). Продажи по подарочным картам включаются в оборот розничной торговли на момент погашения подарочной карты;

11) стоимость товаров, отпущенных населению через розничную торговую сеть или через торговые заведения неторговых организаций, в счет задолженности по заработной плате, пенсиям с последующей оплатой организациям торговли предприятиями или органами социального обеспечения.

24. Не включаются в оборот розничной торговли:

1) стоимость проданных товаров, не выдержавших гарантийных сроков службы;

2) стоимость проездных билетов, талонов на все виды транспорта, лотерейных билетов, телефонных карт, карт экспресс-оплаты услуг связи;

3) стоимость товаров, отпущенных через розничную торговую сеть юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (организациям социальной сферы, спецпотребителям) для использования в производственных целях.

25. Розничный, оптовый товарооборот измеряется в стоимостном, а по отдельным товарным позициям в натуральном выражении.

26. Объем реализации услуг по предоставлению и обеспечению питанием и напитками представляет собой выручку от реализации собственной кулинарной продукции (блюд, кулинарных изделий, полуфабрикатов) и покупных товаров без кулинарной обработки (мучных, кондитерских и хлебобулочных изделий, фруктов, алкогольных и безалкогольных напитков и других товаров) населению для потребления в местах их продажи (в большинстве случаев), организациям и индивидуальным предпринимателям для организации питания различных контингентов населения.

27. В состав оборота предоставлению услуг по обеспечению питанием и напитками включается стоимость собственной кулинарной продукции и попутных товаров без кулинарной обработки, отпущенных: работникам предприятий и организаций с последующим удержанием из заработной платы; по абонентам, талонам в объеме фактической стоимости питания; учащимся школ в столовых школ, колледжей, высших учебных заведений и других образовательных учреждений за наличный расчет; организациям социальной сферы (больницам, санаториям и другим учреждениям) в объеме фактической стоимости питания; на дом по заказам населения; на рабочие места по заказам предприятий и индивидуальных предпринимателей; транспортным предприятиям в пути следования сухопутного, воздушного, водного транспорта; для обслуживания приемов, банкетов.

28. Для предприятий общественного питания объем оказанных услуг приравнивается к его товарообороту, включая поставку готовой пищи. Проданные напитки и продукты являются материальными затратами и включаются в объем произведенной продукции.

29. Объем реализации услуги по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей отражают стоимость работ (услуг), оказанных населению предприятиями и индивидуальными предпринимателями осуществляющие данный вид деятельности.

## **Параграф 2. Индекс физического объема реализации товаров и услуг**

30. Индекс стоимостных объемов оборота в текущих ценах характеризует изменение объемов оборота за счет изменения цен и количества проданных товаров. Определяется по следующей формуле:

$$I = (O_1 / O_0 \times 100) \quad (1)$$

где,

$O_1, O_0$

– объем реализации товаров (услуг) соответственно за отчетный и базисный периоды в текущих ценах.



31. В физическом выражении индекс объема реализации товаров и услуг рассчитывается путем дефлятирования текущей стоимости объема реализации с помощью надлежащих ценовых индексов. В качестве дефлятора объема реализации применяется соответствующий индекс цен.

32. Индекс физического объема оборота показывает, как меняется оборот в результате изменения только его физического объема при исключении влияния изменения цен.

Для расчета индекса физического объема реализации товаров (услуг) сравниваются обороты отчетного и базисного периодов в ценах одного и того же периода, принятого в качестве базисного периода (в постоянных ценах):

$$I_{\text{фo}} = (O_1 / I_D \times 100) / O_0 \times 100 \quad (2)$$

где,

$I_{\text{фo}}$

– индекс физического объема оборота реализации товаров (услуг);

$I_D$

– индекс цен – соответствующий дефлятор оборота.

### **Параграф 3. Товарно-материальные запасы**

33. Товарно-материальные запасы включают стоимость всех товарно-материальных запасов, находящихся в собственности предприятия, на территории самого предприятия или в другом месте. Сюда включаются товарно-материальные запасы, хранящиеся во вспомогательных единицах, складах, в процессе транспортировки. Следует исключать материалы, находящиеся в собственности других лиц, но на хранении данной единицы для обработки.

34. Товарно-материальные запасы измеряются, исходя из стоимости товаров, вносимых в товарно-материальные запасы за минусом произведенных расходов и любых периодических потерь товаров, входящих в товарно-материальные запасы. Товарно-материальные запасы оцениваются по закупочным ценам, включая любые пошлины и налоги, выплачиваемые покупателем, исключая налог на добавленную стоимость, денежные возвраты или скидки, предоставляемые продавцом, или по рыночным ценам (исключая налоги на продукты, транспортные расходы и торговую наценку), или по себестоимости производства, если продукты произведены самой единицей.

35. Объем товарных запасов в статистике внутренней торговли измеряется в стоимостном выражении по республике и по регионам.

36. Для анализа и учета товарных запасов рассматривается система следующих статистических показателей:

1) объем товарных запасов на начало и на конец отчетного периода;

2) изменение товарных запасов (DЗ), которое рассчитывается по следующей формуле:

$$DЗ = Зк - Зн$$

где, Зк, Зн – запасы соответственно на конец и начало отчетного периода;

3) структура товарных запасов, характеризуется показателями запасов отдельных товаров, товарных групп в стоимостном выражении, в процентах к общему итогу;

4) средние (среднемесячные) товарные запасы

( $\bar{з}$ )

за конкретный период времени рассчитывается по формуле:

$$\bar{з} = \frac{Зн + Зк}{2},$$

за более длительный период времени, чем месяц (квартал, полугодие, год):

$$\bar{з} = \frac{\frac{1}{2}З_1 + З_2 + \dots + \frac{1}{2}З_n}{n - 1}$$

где, n – число дат, на которые зарегистрированы товары;

5) запасоемкость (З<sub>е</sub>).

Запасоемкость показывает, сколько товарных запасов приходится на единицу товарооборота:

$$З_e = \frac{Зк}{O}$$

где,

O – объем товарооборота;

6) обеспеченность товарооборота товарными запасами (З<sub>oi</sub>).

Этот показатель отражает число дней торговли, на которые хватит товарных запасов до момента их полного истощения. Рассчитывается по конкретному товару или по совокупности товаров, в днях торговли, по следующей формуле:

$$З_{oi} =$$

$$3_{oi} = \frac{3ki}{mi}$$

где,

$3ki$  – запасы на конец периода  $i$  - го товара;

$mi$  – однодневный товарооборот  $i$  - го товара, который рассчитывается по следующей формуле:

$$m_i = \frac{O_i}{t}$$

где,  $t$  – количество дней торговли в анализируемом периоде.

37. Методика расчета показателей, характеризующих уровень товарных запасов, предусматривает расчет указанных показателей по торговым предприятиям.

#### **Параграф 4. Дополнительные показатели**

38. В статистике внутренней торговли дополнительно формируются следующие показатели:

1) оборот розничной торговли на душу населения, который определяется как отношение товарооборота к средней за период численности населения;

3) оборот розничной торговли в расчете на единицу торговой площади, вычисляется путем деления товарооборота на торговую площадь;

2) удельный вес (доля) каждого товара или группы в общем объеме товарооборота (товарная структура);

4) количество торговых объектов.

#### **Глава 4. Источники данных**

39. Статистические обследования торговых единиц выступают основным источником информации для составления статистики внутренней торговли. Обследования проводятся сплошным методом, путем опроса всех единиц совокупности или выборочным методом, путем получения ответов только от нескольких репрезентативных единиц, отобранных научными методами из генеральной совокупности.

40. В статистике внутренней торговли предусмотрены статистические формы годовой и месячной периодичности, на основе которых формируются основные показатели статистики внутренней торговли, включая оборот и индекс физического объема по сектору торговли, предназначенные для целей Системы национальных счетов (далее – СНС):

1) по малым, средним и крупным предприятиям с основным видом экономической деятельности ОКЭД 45-47 "Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов", ОКЭД 56 "Предоставление услуг по обеспечению питанием напитками" (ежемесячно и ежегодно);

2) по индивидуальным предпринимателям с основным видом экономической деятельности ОКЭД 45-47 "Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов", ОКЭД 56 "Предоставление услуг по обеспечению питанием напитками" (ежегодно).

41. Для мониторинга исполнения отдельных государственных отраслевых программ, для формирования целевых индикаторов и иных целей предусмотрены обследования по биржевой торговле, электронной коммерции, торговых рынков.

## **Глава 5. Редактирование и импутация данных**

42. Для решения проблем отсутствующих, неправильных или непоследовательных ответов используется редактирование и импутация.

43. Редактирование представляет собой систематическую проверку данных с целью выявления и последующего изменения неприемлемых, противоречивых, сомнительных или невозможных значений. Эта процедура играет решающую роль для обеспечения качества собранной информации.

44. Различают микроредактирование и макроредактирование. Микроредактирование концентрируется на первичных данных в отличие от макроредактирования, при котором проверяются агрегированные данные.

45. Редактирование включает следующие проверки:

1) текущие проверки: используются для проверки фактического наличия ответов на все заданные вопросы;

2) проверки достоверности: используются для проверки допустимости полученных ответов. Ответ на определенный пункт статистической формы сверяется с допустимым диапазоном значений, оговоренным для этой цели. Любое значение, находящееся за пределами такого допустимого диапазона значений, проверяется для внесения необходимых исправлений;

3) проверки правильности данных: набор проверок, основанный на статистическом анализе поступивших от респондентов данных. Многие проверки принимают форму отношения двух переменных величин, которое находится в обозначенных пределах. Другим типом проверки правильности данных является арифметическая проверка, устанавливающая, что сумма тех или иных переменных равняется оговоренному значению.

46. Редактирование данных осуществляется на этапе ввода и на последующих этапах. Большая часть проверок осуществляется программно с применением различных видов контроля (арифметического, логического и форматного контролей).

47. Различают влиятельные или невлиятельные, случайные или систематические ошибки.

48. Случайные ошибки регистрации возникают из-за описок, невнимательности и небрежности респондентов. Систематические ошибки появляются в связи с преднамеренным искажением респондентом информации, либо с неправильно понятым смыслом вопроса или с нарушением правил записи ответа. Причиной является неправильно сформированные вопросники или формы, недостаточные или неверные инструкции по их заполнению.

49. Крупные случайные ошибки респондентов выявляются с помощью проверки достоверности данных путем сравнения полученных данных с предыдущими значениями или сопоставления отношений полученных данных с разумными предельными значениями или административными данными.

50. Список "влиятельных" значений определяется на основании параметра, который рассчитывается по каждому отчету как разница между темпом роста (снижения) товарооборота с участием в расчете данного предприятия и темпом, полученным без участия предприятия, следующим образом:

$$T (\text{по всем респондентам}) = \frac{O_t}{O_{t-1}} * 100 \%,$$

$$T (\text{без респондента}) = \frac{O_t \text{ без респондента}}{O_{t-1} \text{ без респондента}} * 100 \%,$$

$$R = T(\text{по всем респондентам}) - T(\text{без респондента})$$

где,

R – оценка "влияния";

T – темп роста объема реализации;

O – объем реализации.

51. В первую очередь, проводится проверка респондента, имеющих наибольший уровень "влияния" (R). Список респондентов со значительным абсолютным значением R отмечается как "нуждающийся в проверке".

52. Необходимо при проведении процедуры редактирования осуществлять анализ аномальных значений. 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. Аномальные значения выявляют и тщательно контролируют, так как они способны оказать существенное влияние на оценки. Если множитель экстраполяции (коэффициент распространения) достаточно велик и в выборку включено аномальное значение, то итоговая оценка окажется значительно выше требуемой и практически не будет обладать репрезентативностью, так как она определяется одной крайней величиной. Простейшим путем обработки аномального значения является снижение его веса до единицы (обеспечить репрезентативность только в отношении самого себя).

53. После микроредактирования приступают к процедуре макроредактирования. Данная процедура предусматривает анализ агрегированных данных с точки зрения их согласованности, включая согласованность оценок во времени, связь с данными, не относящимися к обследованию (например, оборот розничной торговли с данными по обследованиям домашних хозяйств по расходам). Макроредактирование проводится путем сопоставления с данными предыдущих периодов, сопоставления с данными из других источников, определение отношения объемов в разных подвыборках.

54. Если результаты макроредактирования оказываются неудовлетворительными, то возвращаются к процедуре микроредактирования. Макроредактирование не проводится, когда оценки являются удовлетворительными.

55. В большинстве обследований сферы торговли встречаются отсутствующие позиции данных, что создает проблемы при редактировании данных. Данные отсутствуют по определенной позиции отчета (неполучение ответов на отдельные вопросы) или респондент не предоставил отчет (отказ единицы). Для оценки отсутствующих данных при неполучении ответов проводится процедура импутации данных (вменения данных).

56. Процедура вменения данных заключается в замене одного или нескольких ошибочных или неполученных ответов в одной или нескольких записях на достоверные и внутренне согласованные значения.

57. Существуют разнообразные методы вменения данных. Выбор подходящего метода зависит от цели анализа и типа отсутствующих данных. К наиболее широко используемым методам вменения данных относят следующие:

1) среднее/наиболее вероятное вмененное значение: условное начисление среднего значения переменной величины для отсутствующих данных;

2) замена базируется на наличии сопоставимых данных. Измененные данные являются значениями по данному респонденту, полученными в результате такого же обследования за предшествующий год с поправкой на среднее возрастание (снижение) величины данной позиции данных в соответствующей страте. Существуют несколько моделей замены данных. Первая модель используется при наличии значений у респондента в указанных периодах и представлена в виде следующей формулы:

$$T_t = T_{t-1} * (T_{t-12} / T_{t-13})$$

где,

T – наблюдаемая переменная (параметр);

t – отчетный месяц.

Данная модель подходит для единиц, которые реализуют товары, имеющие выраженный сезонный характер. При отсутствии данных за предыдущий год по данному респонденту применяется следующая модель:

$$T_t = T_{t-1} * \sum_{i \in M} T_{ti} / \sum_{i \in M} T_{t-1i}$$

где, М – группа (множество) единиц, имеющих аналогичные характеристики предприятия.

Третья модель применяется в последнюю очередь, когда невозможно реализовать методы 1), 2)

$$T_t = (T_{t-1} + T_{t-2} + T_{t-3}) / 3.$$

Существуют и другие методы импутации данных, которые применяются при отсутствии необходимых значений, но в основе которых лежат методы 1) или 2). Например:

$$T_t = T_{t-2} * (T_{t-12} / T_{t-14}).$$

58. При неполучении ответа от респондента (отказ единицы) в большинстве случаев используют повторное взвешивание. Повторное взвешивание выборки производится для того, чтобы она содержала только ответившие единицы выборки.

59. Процедура расчета объемов предприятий, не представивших отчеты, выражается следующей формулой:

$$Y = X_{ij} * U_{ij}$$

где,

Y – объем переменной (параметра) на неотчитавшиеся предприятия,

I – индикатор вида деятельности,

J – индикатор размера предприятия,

X – средняя величина переменной (параметра) на 1 предприятие,

U – количество предприятий, не представивших отчеты.

## **Глава 6. Краткосрочные данные статистики внутренней торговли**

60. Приоритетом для краткосрочной статистики является своевременное составление месячных и квартальных показателей динамики сектора розничной и оптовой торговли, даже если это приведет к снижению точности и детализации, сокращению сферы охвата. Первоначальные показатели впоследствии пересматриваются или корректируются по мере поступления и анализа дополнительных данных.

61. Статистическое наблюдение по краткосрочной статистике осуществляется на основании месячной формы отчетности. Данной формой охватываются юридические лица (включая структурные и обособленные подразделения) с видом деятельности, относящиеся к секции G ОКЭД 45, 46, 47 и секция I ОКЭД 56.

62. Для обеспечения охвата оборота индивидуальных предпринимателей, ежемесячно на региональном уровне согласно плану статистических работ осуществляется досчет на индивидуальных предпринимателей.

63. Досчет объема на индивидуальных предпринимателей осуществляется для каждого региона отдельно.

64. Информационной базой для расчета являются первичные данные общегосударственного статистического наблюдения годовой периодичности о деятельности индивидуальных предпринимателей.

65. К результатам годовых, так и краткосрочных обследований осуществляется досчет на объем реализации предприятий оптовой торговли, розничной торговли, услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, услуг по предоставлению и обеспечению питанием и напитками для которых отрасль "Торговля" не является основным видом деятельности. Оценка по ним осуществляется на основании годовых обследований предприятий в структурной статистике и с учетом обследований в различных отраслях статистики. Полученный оборот распределяется равными долями по всем месяцам.

## **Глава 7. Расчет валового выпуска продукции отрасли "Торговля"**

66. Выпуск предприятий внутренней торговли измеряется как общая стоимость торговой наценки, вырученной за товары, приобретаемые для перепродажи.

67. Торговая наценка определяется как разница между фактической или условно исчисленной ценой, полученной в результате реализации товара, приобретенного для перепродажи, и ценой, которую предприятию торговли пришлось заплатить, чтобы приобрести идентичный товар (для замены проданного) на момент, когда он был продан или использован каким-либо другим способом. Торговые наценки на некоторые товары имеют отрицательные значения, если цены были снижены или не были проданы ввиду порчи или хищения.

68. Торговая наценка зависит от двух факторов – товарооборота и нормального уровня торговой наценки. Нормальный уровень торговой наценки является достаточно стабильной величиной. Для целей СНС торговая наценка определяется как определенная доля от общего объема реализации товаров и услуг по всем видам деятельности секции G ОКЭД. Нормальный уровень торговой наценки устанавливается на основании результатов статистических обследований.

69. Для расчета индекса физического объема товарооборота в целом по отрасли "Торговля" агрегируются индексы на самых низких уровнях раздела G. Такое агрегирование осуществляется путем использования весовых коэффициентов, определяемых исходя из доли товарооборота каждого вида деятельности в базисном году.

70. Валовая продукция услуг общественного питания представляет собой стоимость услуг, оказанных всеми производителями услуг, независимо от формы собственности и численности работающих (включая индивидуальных предпринимателей) и с учетом объемов, формируемых в сфере ненаблюдаемой экономики.

71. Для оценки ненаблюдаемой экономики (ННЭ) применяется табличный подход к классификации видов ННЭ, используемый в Статистического бюро Европейских



сообществ. Табличная основа разбита на 7 компонентов. В рамках отраслевой статистики учет ННЭ осуществляется по компонентам N3 и N7а.

К компоненту N3 относят производителей, которые в соответствии с законодательством, не обязаны регистрироваться. К данной категории относятся домохозяйства, производящие товары для собственного потребления, для формирования собственного основного капитала, строительства и ремонта жилья. Либо у производителя имеется небольшой рыночный выпуск, но он ниже установленного уровня, при котором они были бы обязаны зарегистрироваться в качестве предпринимателя.

72. Источником информации по компоненту N3 (неформальный сектор) служат итоги обследований домашних хозяйств по форме D-004 "Ежеквартальный вопросник по расходам и доходам домашних хозяйств".

73. Валовой выпуск продукции исчисляется суммированием выпуска продукции учтенными предприятиями и индивидуальными предпринимателями по всем видам торговли и услугам, классифицированных по кодам ОКЭД 45-47 и 56 выпуска в сфере ННЭ, рассчитываемого по видам услуг:

$$V_s = V_c + V_{ic} + V_{ue} + V_{dh}, (3)$$

где

$V_s$  – валовой выпуск по объему услуг;

$V_c$  – объем услуг малых, средних и крупных предприятий;

$V_{ic}$  – объем услуг индивидуальных предпринимателей;

$V_{ue}$  – оценка объема услуг по ненаблюдаемой экономике;

$V_{dh}$  – объем домашних хозяйств.

Объем услуг предприятий включает объем услуг отчитавшихся предприятий и оценку по объему не отчитавшихся предприятий (ненаблюдаемая экономика по статистическим причинам).

Объем услуг малых, средних, крупных предприятий и индивидуальных предпринимателей формируется по итогам общегосударственных статистических наблюдений.

Досчеты на ненаблюдаемую экономику по подтипу N7а производятся на микроуровне для валового выпуска по каждому виду деятельности по следующей формуле:

$$Y = X_{ij} * U_{ij}, (4)$$

где

$Y$  - объем досчета,

$I$  - индикатор вида деятельности,

$J$  - индикатор размера предприятия,

$X$  - средняя величина агрегата на 1 предприятие,

$U$  - количество предприятий, не представивших отчеты.

© 2012. РГП на ПХВ «Институт законодательства и правовой информации Республики Казахстан»  
Министерства юстиции Республики Казахстан