

INSTRUCȚIUNI METODOLOGICE
privind evidența rețelei unităților comerciale care desfășoară comerț cu amănuntul

Raportul statistic privind rețeaua unităților comerciale, care desfășoară comerț cu amănuntul se prezintă în adresa organului teritorial de statistică de către toți agenții economici care practică comerțul cu amănuntul, prin rețeaua de magazine nu mai târziu de termenul indicat pe formularul statistic.

În raport se indică numărul unităților comerciale, care funcționează și anume unitățile care desfășoară activitate de comerț cu amănuntul la data raportării, precum și cele care și-au întrerupt activitatea pe o perioadă limitată de timp și urmează să-și preia activitatea. Nu se includ în această categorie unitățile sezoniere, precum și unitățile care se află la conservare. Unități sezoniere sînt unitățile care funcționează numai o anumită perioadă a anului - vara, primăvara sau iarna.

CENTRU COMERCIAL – unitate comercială, cu suprafață medie sau mare în care se desfășoară activități de comercializare cu amănuntul a produselor și serviciilor, utilizîndu-se o infrastructură comună și adecvată. Suprafața de vânzare a unui centru comercial este formată din suma suprafețelor de vânzare cu amănuntul a tuturor produselor și serviciilor cuprinse în acesta. Centrul comercial trebuie să dispună de parcare auto.

HIPERMAGAZIN – unitate comercială cu amănuntul, cu suprafața de peste 2000 mp., care comercializează un mare sortiment de mărfuri alimentare și nealimentare, preponderent prin autoservire, cu case de marcat amplasate la ieșirea din fluxul de autoservire, sector de alimentație publică reprezentat prin mai multe săli de consum, unități de prestări servicii comerciale, construit, de obicei, pe un singur nivel, amplasat în zonele periferice ale orașului, dispunînd de un mare număr de locuri de parcare.

SUPERMAGAZIN – unitate comercială cu amănuntul, cu suprafața de la 250 mp pînă la 2000 mp, destinată pentru comerțul cu mărfuri alimentare, avînd următoarele caracteristici: autoservirea, plata mărfurilor la casele de marcat amplasate la ieșire, construcția, de obicei, pe un singur nivel, amplasarea, de regulă, în zonele de locuit (de cartier).

MAGAZIN UNIVERSAL – unitate comercială cu un sortiment vast de mărfuri nealimentare, care dispune de o suprafață comercială de cel puțin 250 mp, cu utilizarea unei părți din suprafața comercială pentru desfacerea unor mărfuri alimentare de primă necesitate.

MAGAZIN „Produse alimentare” – magazin cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun, în principal magazin alimentar, care vînde preponderent mărfuri alimentare din toate grupele de produse, precum și unele articole nealimentare de uz curent, cum ar fi: detergenți, cosmetice, articole de uz casnic și produse similare (recomandat: pentru produsele nealimentare suprafețele comerciale trebuie să dețină 20-30% din suprafața comercială totală).

MAGAZIN „Mărfuri industriale” – magazin cu vânzare predominantă de mărfuri nealimentare, în principal magazin universal, care vînde preponderent mărfuri nealimentare din toate grupele de produse, precum și unele mărfuri alimentare de uz curent, cum ar fi: pâine, dulciuri, răcoritoare și produse similare (recomandat: pentru mărfuri alimentare suprafețele comerciale trebuie să dețină 10-15% din suprafața comercială totală).

MAGAZIN MIXT – unitate comercială cu amănuntul, cu o suprafață comercială cuprinsă între 20 și 250 mp, amplasată, de regulă, în zonele rurale, care comercializează produse alimentare și nealimentare.

MAGAZIN DE CONSIGNAȚIE – magazin ce comercializează mărfuri recepționate conform contractului de consignație.

MAGAZIN DISCOUNT – magazin cu un sortiment restrîns de mărfuri nealimentare de cerere curentă, care comercializează produse la prețuri reduse (din contul circulației rapide și reducerii cheltuielilor operaționale).

MAGAZIN DE FABRICĂ – magazin care comercializează produse fabricate de un producător concret și care aparține acestui producător. Magazinele respective sînt amplasate, de regulă, pe teritoriul fabricii sau în afara acesteia.

MAGAZIN-SALON – magazin destinat comercializării mobilei, covoarelor, uneori mărfurilor electrocasnice, care expune mostre de produse și cataloage în sala comercială, iar comercializarea mărfurilor se efectuează pe bază de comenzi recepționate de la consumatori.

MAGAZIN ON-LINE (VIRTUAL) – pagină-web, prin intermediul căreia se efectuează publicitatea unui produs sau serviciu, se acceptă comenzile de cumpărare și care oferă utilizatorului posibilitatea de a alege modalitatea de achitare, precum și metoda de primire a mărfii.

PAVILION – unitate comercială din construcție ușor demontabilă, cu o suprafață totală de peste 12 mp și care dispune de spațiu pentru depozitarea mărfurilor.

CHIOȘC (gheretă) – construcție de fabrică, utilată, cu o suprafață totală de pînă la 12 mp, fără a dispune de spațiu pentru păstrarea mărfurilor.

TONETĂ – construcție ușor demontabilă, ce deține un stoc de mărfuri pentru o zi, fără a dispune de o sală comercială și spațiu pentru păstrarea mărfurilor.

AUTOMAT PENTRU VÎNZĂRI – unitate comercială cu amănuntul, care are forma unui dispozitiv (utilaj) pentru eliberarea produselor (băuturi nealcoolice, articole de tutungerie, ziare etc.), după recepționarea monedelor sau a altor forme de plată de la cumpărător.

SECȚIE COMERCIALĂ (boutique) – varietate a unității comerciale cu suprafață de pînă la 30 mp, care funcționează în baza contractelor de locațiune a spațiilor comerciale din centre comerciale, magazine, încăperi adaptate, ce corespund cerințelor și normelor sanitare. Vânzarea se efectuează prin intermediul vânzătorului. Se comercializează un sortiment redus de produse alimentare sau mărfuri industriale.

La „**Alte unități comerciale, care desfășoară comerț cu amănuntul**” se atribuie așa magazine specializate precum stațiile de petrol și farmaciile.

La rîndul „**Farmacii**” se includ toate farmaciile, care eliberează populației contra plată medicamente și alte produse farmaceutice.

Capacitatea magazinelor este determinată după suprafața lor comercială. **Suprafață comercială** se consideră spațiul pentru activitate comercială și deservire a populației, adică totalitatea spațiilor pe care se realizează comercializarea mărfurilor și spațiile unde sînt amplasate serviciile pentru deservirea suplimentară a cumpărătorilor (secția de comenzi, cofetării, sala de expoziții, biroul de deservire, camera de păstrare a bagajelor, camera pentru ambalarea mărfurilor cumpărate, chioșcul gravurului, croitoria, sala pentru ajustarea confecțiilor la dimensiunile solicitate, biroul de întocmire a vânzărilor în rate și alte servicii). Totodată în suprafața comercială se includ și suprafețele ocupate de rafturi, stelaje și alte utilaje instalate în sala de comerț.

În suprafața comercială a magazinului nu se includ încăperile destinate primirii, păstrării și sortării mărfurilor pentru vânzare, încăperile auxiliare, administrative și tehnice.

Notă: În cazul depistării greșelilor e necesar să se facă urgent corectările respective în raportul statistic cu o remarcă corespunzătoare, comunicînd datele corectate pe toate adresele stabilite.

*Direcția statistică comerțului
exterior și serviciilor de piață*

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по учету сети торговых единиц розничной торговли

Статистический отчет о сети торговых единиц розничной торговли представляют все экономические агенты, занимающиеся розничной торговлей, через сеть магазинов, в адрес территориального органа статистики не позднее срока, указанного на бланке статистического отчета.

В отчете отражается число торговых единиц розничной торговли, действующие на отчетную дату, а также временно не работающие с последующим возобновлением их деятельности. Не включаются в эту категорию торговые единицы временно не работающие по сезонным причинам, а также находящиеся на консервации. Сезонными торговыми единицами считаются единицы, работающие в определенном сезоне года - летом, весной или зимой.

ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР – торговая единица со средней или большой торговой площадью, осуществляющая деятельность по розничной торговле товарами и предоставлению услуг, с использованием общей и адекватной инфраструктуры. Торговая площадь торгового центра формируется из суммы площадей розничной торговли всех его товаров и услуг. Торговый центр обязан располагать парковочной зоной для автомобилей.

ГИПЕРМАГАЗИН – розничная торговая единица площадью свыше 2000 кв.м, реализующая большой ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров преимущественно методом самообслуживания, с кассами, расположенными у выхода, сектор общественного питания представлен множеством потребительских залов, единицами по предоставлению коммерческих услуг, построенных, как правило, в одном уровне, расположенная на окраине города, с большим количеством парковочных мест.

СУПЕРМАГАЗИН – розничная торговая единица площадью от 250 кв.м до 2000 кв.м, предназначенная для торговли продовольственными товарами, для которой характерно следующее: самообслуживание, оплата товара непосредственно через кассу, расположенную у выхода, сооружение, имеющее, как правило, один уровень и располагающееся обычно в жилых зонах (кварталах).

УНИВЕРМАГ – торговая единица с широким ассортиментом непродовольственных товаров, имеющая торговую площадь не менее 250 кв.м, с использованием части торговой площади для продажи некоторых продовольственных товаров первой необходимости.

МАГАЗИН «Продовольственные товары» – магазин, в котором преобладает продажа продовольственных товаров, напитков и табачных изделий, в основном это продовольственный магазин, реализующий преимущественно все группы продовольственных товаров, а также некоторые непродовольственные товары повседневного пользования, такие как: моющие средства, косметика, предметы домашнего обихода и другие аналогичные товары (рекомендуется: для непродовольственных товаров торговая площадь должна составлять 20-30% от общей торговой площади).

МАГАЗИН «Промышленные товары» – магазин, в котором преобладает продажа непродовольственных товаров, в основном это универмаг, реализующий в широком ассортименте все группы непродовольственных товаров, а также некоторые продовольственные товары повседневного пользования, в том числе хлеб, сладости, прохладительные напитки и другие аналогичные товары (рекомендуется: для продовольственных товаров торговая площадь должна составлять 10-15% от общей торговой площади).

КОМБИНИРОВАННЫЙ МАГАЗИН – торговая единица розничной торговли, торговая площадь которой составляет от 20 до 250 кв.м, расположенная, как правило, в сельской местности, реализующая продовольственные и непродовольственные товары.

КОМИССИОННЫЙ МАГАЗИН – магазин, осуществляющий продажу товаров, принятых по комиссионному договору.

ДИСКОНТНЫЙ МАГАЗИН – магазин с ограниченным ассортиментом ходовых непродовольственных товаров, реализуемых по сниженным ценам (за счет их быстрой оборачиваемости и сокращения затрат на их хранение и реализацию).

ФАБРИЧНЫЙ МАГАЗИН – магазин, реализующий товар, изготовленный одним конкретным производителем, который, как правило, принадлежит этому производителю. Данные магазины, как правило, располагаются либо на территории фабрики, либо вне ее территории.

МАГАЗИН-САЛОН – магазин, предназначенный для реализации мебели, ковров, иногда электробытовых товаров, в котором образцы товаров и каталогов выставляются в торговом зале, а реализация товара производится на базе принятых заказов от покупателей.

ВИРТУАЛЬНЫЙ (ОНЛАЙН) МАГАЗИН – веб-сайт, рекламирующий товар или услугу, принимающий заказы на покупку и предлагающий пользователю возможность выбора способа расчета, а также получения заказа.

ПАВИЛЬОН – торговая единица, сооруженная из легко демонтируемых конструкций общей площадью более 12 кв.м, имеющая помещение для хранения товаров.

КИОСК – оснащенная фабричная конструкция, общая площадь которой не превышает 12 кв.м, не имеющая площади для хранения товаров.

ПАЛАТКА – легкая сборно-разборная конструкция, располагающая однодневным товарным запасом, не имеющая торгового зала и помещения для хранения товаров.

ТОРГОВЫЙ АВТОМАТ – розничная торговая единица в виде устройства (оборудования), предназначенная для выдачи товаров (безалкогольных напитков, табачных изделий, газет и др.) после получения монет или других платежных средств от покупателя.

ТОВАРНЫЙ ОТДЕЛ (бутик) – разновидность торговой единицы, площадь которой не превышает 30 кв.м, осуществляющей деятельность на основе договоров аренды торговых помещений в торговых центрах, в магазинах, в адаптированных помещениях, которые соответствуют санитарным нормам и требованиям. Продажа товара осуществляется через продавца. Реализуется небольшой ассортимент продовольственных или промышленных товаров.

К «Другим единицам розничной торговли» относятся специализированные магазины, такие как автозаправочные станции и аптеки.

По строке «*Аптеки*» учитываются все аптеки, которые отпускают медикаменты и другие фармацевтические препараты населению за плату.

Показателем, характеризующим мощность магазинов, является торговая площадь магазинов. Под **торговой площадью** понимается площадь для торговли и обслуживания населения, т. е. сумма площадей, на которых производится продажа и площадей для размещения служб по дополнительному обслуживанию покупателей (отдел заказов, кафетерий, демонстрационный зал, бюро обслуживания, камера хранения, упаковочная для обслуживания покупателей, граверная, площади для подгонки одежды по фигуре покупателей, раскрой тканей, оформление продажи в кредит и др. службы). При этом в торговую площадь магазина включается площадь, занятая под прилавки, стеллажи и другое оборудование, установленное в торговом зале.

В торговую площадь магазина не включаются помещения для приема и хранения товаров, для подготовки их к продаже, подсобные помещения, административно-бытовые и технические помещения.

Примечание: В случае обнаружения ошибок необходимо безотлагательно внести исправления в отчет, сделав соответствующие примечания и сообщить исправленные данные во все установленные адреса.

*Управление статистики
внешней торговли и рыночных услуг*