



МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ
(РОССТАТ)

П Р И К А З

13 сентября 2018 г.

№ 561

Москва

**Об утверждении Методологических положений по проведению
выборочного наблюдения за индивидуальными предпринимателями,
осуществляющими деятельность в розничной торговле**

В соответствии с подпунктом 5.2 Положения о Федеральной службе государственной статистики, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2008 г. № 420, п р и к а з ы в а ю:

1. Утвердить прилагаемые Методологические положения по проведению выборочного наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в розничной торговле.

2. Признать утратившим силу приказ Росстата 29 августа 2013 г. № 346 «Об утверждении Методологических положений по проведению выборочного наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в розничной торговле (с учетом типизации индивидуальных предпринимателей)».

Руководитель



А.Е. Суринов

УТВЕРЖДЕНЫ
приказом Росстата
от 13.09.2018 № 561

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ
по проведению выборочного наблюдения за индивидуальными
предпринимателями, осуществляющими деятельность
в розничной торговле**

Введение

Целью настоящих Методологических положений по проведению выборочного наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в розничной торговле (далее – Методологические положения) является обеспечение формирования в соответствии с Федеральным планом статистических работ, утвержденным распоряжением Правительства Российской Федерации от 6 мая 2008 г. № 671-р, официальной статистической информации о деятельности индивидуальных предпринимателей в розничной торговле.

Настоящие Методологические положения включает описание объектов статистического наблюдения, статистического инструментария, основных этапов планирования и распространения итогов выборочного обследования индивидуальных предпринимателей (формирования выборочной совокупности, методов сбора, контроля, редактирования первичных данных, методов распространения данных выборки на генеральную совокупность), алгоритмов формирования основных показателей о деятельности индивидуальных предпринимателей.

Методологические положения разработаны в связи с изменениями, внесенными в Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и в другие нормативные правовые акты, введением в статистическую практику с 1 января 2017 г. новой версии Общероссийского классификатора видов экономической деятельности ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) (далее - ОКВЭД2), утвержденного приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст.

При проведении выборочных обследований экономической деятельности индивидуальных предпринимателей, в том числе в сфере торговли, органы государственной статистики сталкиваются с трудностями создания и в особенности поддержания в актуальном состоянии основы выборки – списка единиц наблюдения генеральной совокупности, формируемого на основе централизованной базы данных Статистического регистра Росстата – Автоматизированной системы генеральной совокупности объектов федерального статистического наблюдения (АС ГС ОФСН). Созданные Методологические положения решают задачу обеспечения полного охвата исследуемой совокупности и учитывают состав и качество имеющейся в Росстате и его территориальных органах (далее - органы государственной статистики) пообъектной информации об индивидуальных предпринимателях, осуществляющих деятельность в розничной торговле.

Разработанные Методологические положения при формировании выборочной совокупности индивидуальных предпринимателей в торговле на основе двухэтапного отбора (из списочной основы и путем территориальной выборки) позволяют устранить влияние потери актуальности генеральной совокупности индивидуальных предпринимателей и обеспечить репрезентативность выборки.

Алгоритмы формирования территориальной выборки позволяют повысить объективность собираемых сведений путем проведения опросов непосредственно по месту торговой деятельности.

Методологические положения по организации и проведению выборочного статистического наблюдения за деятельностью индивидуальных предпринимателей разработаны с учетом опыта по организации и проведению аналогичных обследований, прежде всего Бюро цензов США, а также статистических служб Италии и Индонезии.

Формирование выборочной совокупности и обработка данных осуществляется программными средствами.

Методологические положения предназначены для использования территориальными органами Росстата для организации и проведения выборочного статистического наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в розничной торговле.

1. Общие положения

Выборочное наблюдение за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в розничной торговле, проводится ежегодно во всех субъектах Российской Федерации с 2001 года в рамках специального обследования, основная цель которого – получить данные об объеме выручки от продажи товаров, продукции, работ, услуг индивидуальными предпринимателями на территории субъекта Российской Федерации и в целом по стране. По данным наблюдения также формируется информация о численности работников у индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле.

В настоящих Методологических положениях под индивидуальными предпринимателями рассматриваются физические лица с момента их государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица. Главы крестьянских (фермерских) хозяйств объектом наблюдения не являются.

Субъектами федерального статистического наблюдения за розничной торговлей являются не только индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в объектах торговли, но и предприниматели, осуществляющие деятельность на розничных рынках и ярмарках (наряду с гражданами, ведущими личные подсобные хозяйства, фермерскими хозяйствами, занимающимися садоводством и огородничеством). Обследование этой категории индивидуальных предпринимателей осуществляется в рамках наблюдения, организованного за рынками (ярмарками).

Ввиду высокой степени вариации показателя «Оборот розничной торговли» при проведении обследования индивидуальных предпринимателей применяется модель расслоенной случайной выборки из списка (регистра) предпринимателей. Однако из-за большой подвижности состава и структуры исследуемой генеральной совокупности списочная основа выборки быстро теряет актуальность, устаревает.

Один из путей обеспечения полноты охвата исследуемой генеральной совокупности заключается в использовании территориальной основы отбора, которая покрывает всю территорию страны (региона) и, следовательно, всю целевую генеральную совокупность. Также как списочная основа выборки является списком единиц генеральной совокупности, информация о которых имеется у организатора обследования, территориальная основа – перечень территориальных единиц, полностью и без пересечений покрывающий территорию распространения явления. Территориальная выборка – совокупность единиц наблюдения, отбираемых с использованием многоступенчатой схемы. При этом на начальных этапах отбираются территориальные единицы, а единицы наблюдения только на последнем этапе.

Обследование индивидуальных предпринимателей торговли на потребительском рынке проводится выборочным методом с использованием списочной и территориальной основ отбора для формирования комбинированной выборки: совокупностей предпринимателей и объектов торговли.

Применение комбинированной выборки позволяет более эффективно применять модель случайной выборки, улучшить качество результатов обследования.

Списочная и территориальная основы наблюдения выступают в качестве двух независимых источников отбора единиц наблюдения.

Территориальная основа отбора обеспечивает полноту охвата совокупности индивидуальных предпринимателей торговли и повышает точность результатов.

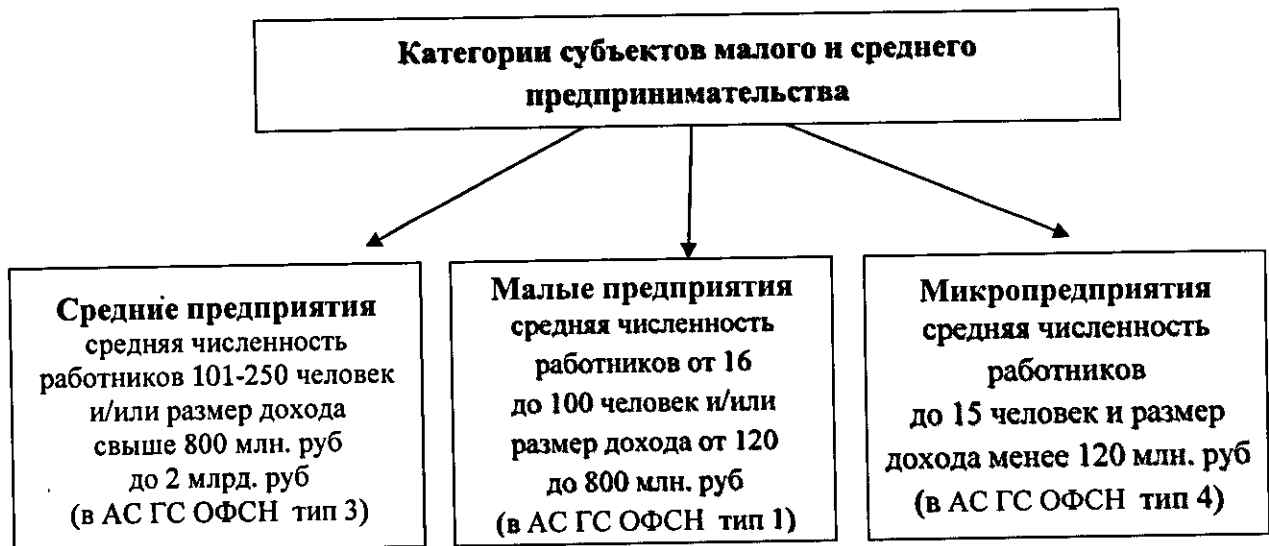
Таким образом, единицами наблюдения выступают:

- 1) индивидуальные предприниматели, отобранные из списочной основы;
- 2) торговые объекты, принадлежащие индивидуальным предпринимателям.

Индивидуальные предприниматели относятся к субъектам малого и среднего предпринимательства, если они соответствуют условиям, установленным в Федеральном законе от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и в постановлении Правительства Российской Федерации от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».

Категории и критерии определения субъектов малого и среднего предпринимательства представлены на схеме 1:

Схема 1



Кроме того, в обследовании принимают участие индивидуальные предприниматели, размеры бизнеса которых превышают установленные для субъектов малого и среднего предпринимательства критерии.

2. Инструментарий выборочного статистического наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в розничной торговле

Обследование индивидуальных предпринимателей проводится по форме федерального статистического наблюдения № 1-ИП (торговля) «Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя в розничной торговле» (далее - форма №1-ИП (торговля), анкета). Обследование проводится по результатам деятельности за один месяц отчетного года. В качестве отчетного месяца выбирается сентябрь.

Бланк формы представляет собой анкету для заполнения самим индивидуальным предпринимателем, либо интервьюером, и содержит минимальный перечень следующих показателей:

- объем выручки (с учетом налогов и аналогичных обязательных платежей) от продажи товаров, продукции, работ, услуг;
- доля выручки, полученной от определенного вида деятельности, в общем объеме;
- распределение выручки от розничной продажи товаров по кварталам отчетного года;
- численность работающих в бизнесе;
- стоимость товаров, приобретенных для продажи населению;
- число объектов розничной торговли (магазинов, павильонов, киосков).

В форму № 1-ИП (торговля) помимо показателей, характеризующих объемы деятельности индивидуальных предпринимателей в розничной торговле, включены основные показатели формы федерального статистического наблюдения № 1-ИП «Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя» (далее – форма № 1-ИП). В целях снижения отчетной нагрузки на респондентов при организации выборочного обследования по форме № 1-ИП в круг обследуемых индивидуальных предпринимателей не включаются предприниматели, деятельность которых идентифицируется 47 классом ОКВЭД2. По результатам проведения обследований по формам № 1-ИП и № 1-ИП (торговля) предусмотрено объединение полученных сводных итогов (унифицированных показателей) по всему массиву индивидуальных предпринимателей.

3. Основные этапы проведения статистического наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в розничной торговле

Текущее выборочное обследование индивидуальных предпринимателей торговли на потребительском рынке по форме № 1-ИП (торговля) проводится с использованием списочной и территориальной основ отбора для формирования комбинированной выборки с применением программных средств.

Списочная и территориальная основы выборки выступают в качестве двух независимых источников для формирования списков единиц наблюдения.

Выборки индивидуальных предпринимателей извлекаются независимо из каждой из основ. Предполагается, что индивидуальный предприниматель торговли принадлежит данной единице территориальной основы, если он может быть приписан к этой единице после одного или более этапов случайного отбора.

Кроме того, предполагается:

полнота, то есть каждая единица целевой совокупности принадлежит, по крайней мере, одной основе;

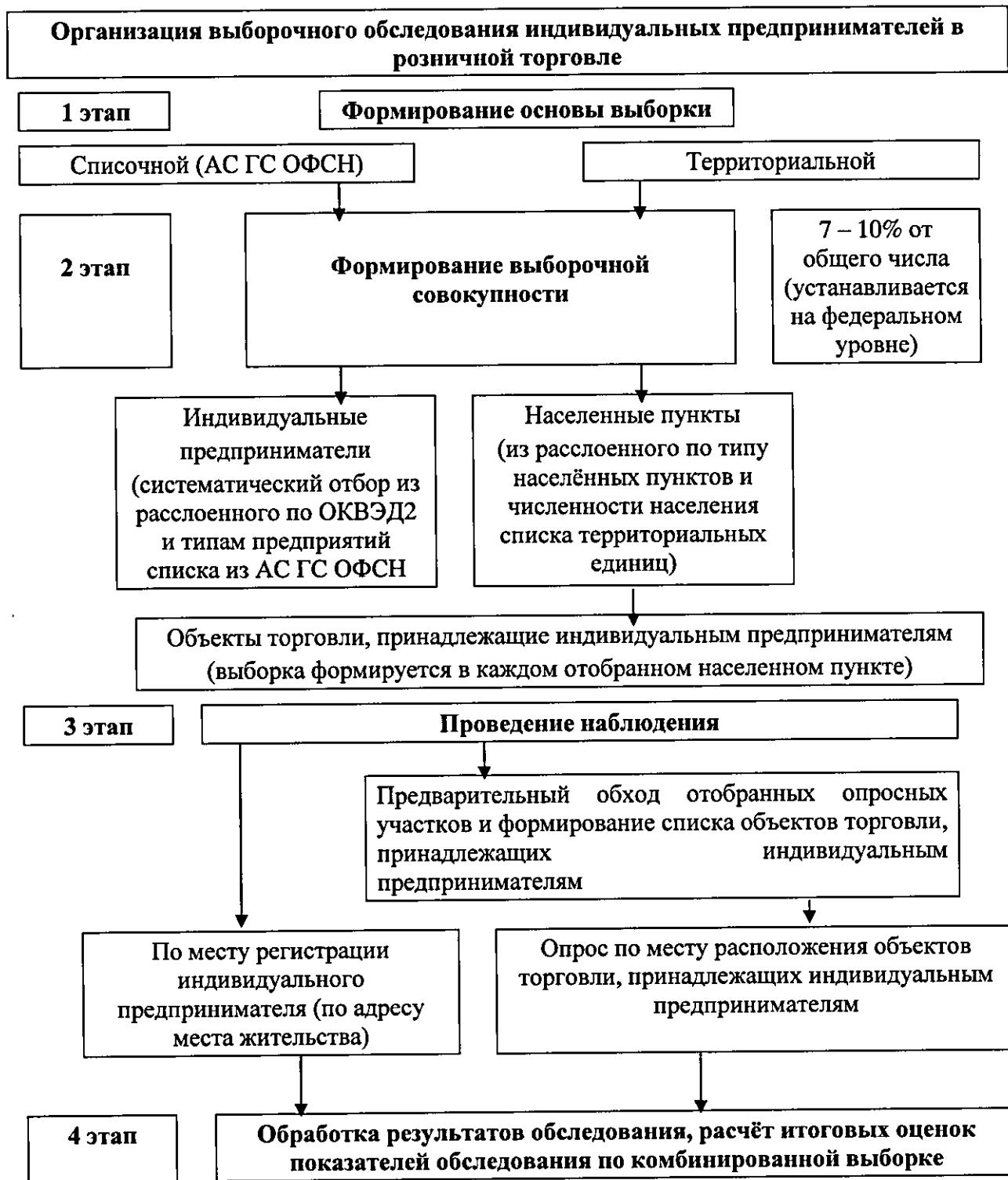
опознаваемость, то есть для каждой единицы наблюдения в любой из основ возможна ее идентификация в другой.

Опознаваемость необходима для корректного распространения выборочных данных, то есть исключения «двойного счета». Выполнение этого требования связано с практическими трудностями. Поэтому следует осуществлять специальные процедуры сопоставления.

Работа по проведению обследования состоит из нескольких основных этапов:

- 1) определение объемов (количества единиц наблюдения) списочной и территориальной выборок;
- 2) формирование списочной и территориальной основ выборки;
- 3) формирование выборок из списочной и территориальной основ;
- 4) сбор, ввод и обработка первичных данных наблюдения;
- 5) распространение данных выборок из списочной и территориальной основ на генеральную совокупность объектов наблюдения;
- 6) расчет итоговых комбинированных оценок показателей обследования;
- 7) отгрузка пообъектных данных наблюдения в комплекс формирования регламентных таблиц, предусмотренных экономическим описанием.

На схеме 2 представлены основные этапы проведения обследования индивидуальных предпринимателей в розничной торговле:



Общее число индивидуальных предпринимателей розничной торговли, подлежащих обследованию, определяется на федеральном уровне, исходя из отведенного на проведение обследования ресурсного обеспечения.

Фиксированный объем выборки для организации обследования индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле, размещается по субъектам Российской Федерации, исходя

из распределения численности единиц наблюдения по субъектам и с учетом обеспечения приблизительно одинаковой точности результатов обследования. Ниже приведена формула для определения общего объема выборки по субъектам Российской Федерации:

$$n_h = n \cdot \frac{(X_h)^a \cdot CV(y_h)}{\sum_h (X_h)^a \cdot CV(y_h)}, \text{ где (1)}$$

- n - заданный общий объем выборки в целом по Российской Федерации;
- n_h - объем выборки в h -ом субъекте Российской Федерации;
- X_h - показатель оборота индивидуальных предпринимателей торговли в h -ом субъекте Российской Федерации по итогам предыдущего цикла обследования;
- $CV(y_h)$ - оценка коэффициента вариации показателя оборота индивидуальных предпринимателей торговли в h -ом субъекте Российской Федерации в текущем периоде наблюдения;
- a - параметр «силы размещения», который изменяется в промежутке от нуля до единицы (обычно выбирается $a = 1, 1/2, 1/3$).

При $a = 1$ формула дает размещение близкое к оптимальному, то есть с минимальной дисперсией оценки. При уменьшении a ослабляется требование к обеспечению приблизительно одинаковой точности результатов выборочного обследования по субъектам Российской Федерации.

Общий объем выборки распределяется между выборками из списочной и территориальной основ. Рекомендуются, чтобы объем выборки из списочной основы регистра составлял порядка 50% (не менее 30%) от общего объема региональной выборки индивидуальных предпринимателей. Соответственно объем выборки из территориальной основы также порядка 50% и не более 70% общего объема выборки на региональном уровне.

При принятии решения об увеличении объема выборки из списочной основы следует учитывать уровень собираемости отчетов индивидуальных предпринимателей при почтовой рассылке анкет, ориентируясь на результаты сбора в обследовании по форме № 1-ИП(торговля) в предыдущем году, а также большую трудоемкость проведения наблюдения единиц территориальной выборки по месту осуществления деятельности.

4. Формирование выборки индивидуальных предпринимателей из списочной основы АС ГС ОФСН

Списочную основу выборки составляют индивидуальные предприниматели торговли, зарегистрированные в АС ГС ОФСН. Для осуществления эффективной оценки показателей выборочного обследования индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле, то есть обеспечения приемлемой точности результатов распространения выборочных данных на генеральную совокупность обследования, списочная основа отбора расщепляется по субъектам Российской Федерации, типу предприятий и видам деятельности на уровне 3 знаков ОКВЭД2.

Использование типизации индивидуальных предпринимателей на стадии планирования списочной выборки повышает точность и надежность распространения результатов выборочного обследования.

Анализ информации о распределении числа индивидуальных предпринимателей по типам, показал, что в розничной торговле осуществляют деятельность в основном индивидуальные предприниматели с типом «микропредприятие».

Доля индивидуальных предпринимателей по типам в общем числе индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле приведена в таблице 1:

Таблица 1

Количество объектов в % к общему числу			
Коммерческие предприятия, не относящиеся к субъектам малого и среднего предпринимательства	Субъекты малого и среднего предпринимательства		
	Средние предприятия	Малые предприятия	Микро-предприятия
3,5	1,3	20,4	74,8

Индивидуальные предприниматели, не относящиеся к субъектам малого и среднего предпринимательства, а также субъекты, относимые к средним предприятиям, должны включаться в списочную выборку в обязательном порядке. Доля отбора в группе индивидуальных предпринимателей, относимых к малым предприятиям (без микро), будет варьироваться в зависимости от их численности в каждом регионе:

если численность составляет менее 60 единиц в группе, то все индивидуальные предприниматели из этой группы включаются в списочную выборку;

если численность составляет от 60 до 500 единиц в группе, то в выборку включается каждый второй индивидуальный предприниматель из этой группы

(но не менее 2 единиц в каждом из 9 слоёв, сформированных по видам деятельности на уровне 3 знаков ОКВЭД2);

если численность составляет более 500 единиц в группе, то в выборку включается каждый третий индивидуальный предприниматель из этой группы (но не менее 2 единиц в каждом из 9 слоёв, сформированных по видам деятельности на уровне 3 знаков ОКВЭД2).

Для совокупности индивидуальных предпринимателей, относимых к микропредприятиям, также применяется выборочный метод. Объем списочной выборки для указанного типа индивидуальных предпринимателей определяется по формуле:

$$n_{\text{микро}} = n_c - k_{\text{кр.и ср.}} \cdot n_{\text{мал}}, \text{ где} \quad (2)$$

- $n_{\text{микро}}$ - объем списочной выборки индивидуальных предпринимателей с типами «микропредприятие»;
- n_c - общий объем списочной выборки;
- $k_{\text{кр.и ср.}}$ - число индивидуальных предпринимателей, не относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, а также субъектов, относимых к средним предприятиям;
- $n_{\text{мал}}$ - объем списочной выборки индивидуальных предпринимателей с типом «малое предприятие».

Далее осуществляется расслоение списочной выборки по видам деятельности на уровне 3 знаков ОКВЭД2, при этом для выборочной совокупности индивидуальных предпринимателей, относимых к микропредприятиям, объем выборки в каждом слое определяется по формуле:

$$n_{\text{слой}} = n_{\text{микро}} / 9, \text{ где} \quad (3)$$

- $n_{\text{слой}}$ - объем выборки в слое;
- $n_{\text{микро}}$ - объем списочной выборки индивидуальных предпринимателей с типами «микропредприятие»;
- 9 - количество подклассов в 47 классе ОКВЭД2.

В программные средства формирования выборочной совокупности из АС ГС ОФСН отгружаются все записи, содержащие информацию об индивидуальных предпринимателях, которые имеют ОГРНИП и фактический вид деятельности, или заявленный при государственной регистрации, идентифицированный кодами раздела «G» ОКВЭД2 47.1, 47.2, 47.3, 47.4, 47.5, 47.6, 47.7, 47.8 (без 47.81.2, 47.82.2, 47.89.2), 47.9.

При этом из основы выборки исключаются индивидуальные предприниматели, которые не осуществляют деятельность по данным Федеральной налоговой службы (ФНС России).

В ходе проведения обследования должно быть собрано не менее 80% анкет установленного объема выборки из списочной основы. Поэтому для учета ситуации недостижимости респондентов и отказа предоставлять

информацию можно на этапе планирования увеличить объем выборки из списочной основы (но не более указанного верхнего предела в 50% общего объема региональной выборки). Например, если по результатам прошлых наблюдений известно, что доля неответов респондентов составляет 30% от сформированного списка единиц для наблюдения, то избыточный объем выборки рассчитывается следующим образом:

$$n_{c, изб} = n_c / 70 * 100, \text{ где } (4)$$

$n_{c, изб}$ - избыточный объем выборки из списочной основы;
 n_c - объем выборки из списочной основы.

Если в процессе сбора данных выясняется, что доля неответов респондентов составляет существенно большую, чем предполагалось, часть объема сформированной списочной выборки, то кроме основного списка рекомендуется сформировать дополнительную выборку. Дополнительная выборка формируется аналогично основной.

5. Формирование выборки индивидуальных предпринимателей из территориальной основы наблюдения

План территориальной выборки объектов торговли, в которых осуществляют продажу товаров населению индивидуальные предприниматели, предусматривает два этапа отбора.

Для первого этапа создается территориальная основа первичных единиц выборки (далее - ПЕВ), представляющая собой муниципальные районы субъекта Российской Федерации с численностью проживающего населения по данным текущей статистики (таблица 2).

Таблица 2

Структура файла данных территориальной основы
выборки на первом этапе отбора

№ п/п	Описание
1	Код по ОКАТО (ПЕВ)
2	Наименование населенного пункта /административного района
3	Тип населенного пункта: 1 'Областной/республиканский центр и крупные города' 2 'Другие городские муниципальные образования' 3 'Сельские муниципальные образования'
4	Численность населения
5	Слой по численности населения
6	Объем выборки из слоя

При этом проставляется укрупненный код ОКАТО ПЕВ. Код ОКАТО для данных по разным типам местности укрупняется по-разному. Алгоритм укрупнения кодов ОКАТО ПЕВ, приведенный в таблице 3, должен обеспечить уникальную идентификацию каждой выделяемой территориальной единицы. Если применение указанного алгоритма не приводит к желаемому результату, например, в некоторых случаях могут совпасть укрупненные коды некоторых ПЕВ из групп 2 и 4, тогда для уникальной идентификации ПЕВ совпавшие укрупненные коды могут быть расширены, например, добавлением «001», «002».

Таблица 3

Алгоритм укрупнения кода ОКАТО первичных единиц выборки
в зависимости от типа местности

№ п/п	Тип ПЕВ	Укрупнение кода ОКАТО (число первых значащих знаков ¹)
1	Административные районы в составе областного/республиканского центра и крупных городов	8
2	Другие городские населенные пункты.	5
3	Городские населенные пункты и пгт в составе сельских административных районов	8
4	Сельские административные районы (без городских населенных пунктов, пгт)	5

В каталоге проставляется тип населенного пункта в соответствии с таблицей 4.

Таблица 4

Типы населенных пунктов

Тип	Описание
1	Областной/республиканский центр и крупные города, районы внутри крупных городов
2	Другие городские населенные пункты, пгт.
3	Сельские административные районы

При заполнении каталога территории с численностью городского и сельского населения необходимо разделять.

¹ Остальные позиции кода ОКАТО (до 11-ой включительно) заполняются символом «ноль».

При формировании на региональном уровне территориальной основы выборки (списка ПЕВ) основным критерием должно быть приблизительное равенство численности проживающего населения в единицах, относящихся к одному типу местности. Для решения проблемы разнородности ПЕВ по численности проживающего населения предусматривается два варианта формирования территориальной выборки в зависимости от объема слоев по типу ПЕВ.

Первый вариант предусматривает расслоение списка ПЕВ по численности проживающего населения. Параметры расслоения представлены в таблице 5.

Таблица 5

Расслоение списка муниципальных образований и населенных пунктов для осуществления территориального отбора первого этапа

Группировка муниципальных образований	Тип населенного пункта	Расслоение по численности населения ²
Административные районы (округа) крупных городов	Областной (республиканский, краевой) центр и крупные города (обычно с административно-территориальным делением на районы)	1. Внутригородские районы с населением менее (x_1^3) тыс.чел. 2. Внутригородские районы с населением свыше (x_1^3) тыс. чел.
Другие муниципальные районы с преобладанием городского населения	Города в составе муниципального района Городские поселения вблизи крупных городов (поселки городского типа)	3. Города (другие городские поселения) с населением менее (x_2^3) тыс.чел. 4. Города с населением свыше (x_2^3) тыс.чел.
Муниципальные районы с преобладанием сельского населения	Сельские поселения	5. Сельские поселения с населением менее (x_3^3) тыс.чел. 6. Сельские поселения с населением свыше (x_3^3) тыс.чел.

Если все слои по типу местности достаточно многочисленны (объем каждого не менее 10-15 единиц), то их целесообразно расслоить на два подслоя по численности проживающего населения. В результате расслоения единицам каждого слоя по типу местности присваиваются коды принадлежности к подслоям.

Если в слоях по типу населенного пункта имеется менее 10 ПЕВ, то для формирования территориальной выборки на первом этапе отбора

² Расслоение по численности населения не проводится в случае отбора ПЕВ с вероятностью пропорциональной размеру (численность постоянно проживающего населения).

³ Разделяющая слои граница по значению показателя численности проживающего населения.

предусмотрен план отбора с вероятностью пропорциональной размеру (численности проживающего населения) территориальных единиц.

Также если в некотором слое по типу населенного пункта имеется менее 10 ПЕВ и вариация ПЕВ по признаку численности проживающего населения в данном слое относительно небольшая, то для формирования территориальной выборки на первом этапе отбора можно воспользоваться планом расслоенной выборки территориальных единиц (то есть применить первый вариант плана выборки). Но после выполнения расслоения единицы расслоенного изначально малочисленного слоя по типу населенного пункта нужно опять объединить в единый слой.

В таблице 6 приведен пример группировки территориальных единиц по типу населенного пункта.

Таблица 6

Группировка территориальных единиц по типу населенного пункта

Тип населенного пункта	Слой	Число ПЕВ	Характеристики численности проживающего населения				
			Среднее	Минимум	Максимум	Размах	Коэффициент вариации признака (%)
Областной/республиканский центр	1	8	77160,88	47644	140173	92529	47,5
Городской населенный пункт	2	46	8792,39	552	39750	39198	96,3
Сельский населенный пункт	3	36	9939,03	2014	44032	42018	77,2

Из данных, приведенных в таблице 6, следует, что степень разнородности единиц внутри слоев по типу населенного пункта достаточно высокая. Поэтому целесообразно выполнить дальнейшее расслоение слоев по типу населенного пункта по признаку численности проживающего населения. Однако в слое "Областной центр/республиканский центр" число территориальных единиц меньше 10, но вариация признака в слое относительно других слоев невысокая (значение коэффициента вариации признака 47,5%). Поэтому можно также выполнить расслоение.

В таблице 7 представлены характеристики новых более мелких слоев, полученных в результате расслоения совокупности ПЕВ по признаку численности проживающего населения. Сравнивая уровни вариации в слоях 1 и 2, 3 и 4, 5 и 6 с вариаций в объединенных слоях 1, 2, 3 (таблица 6) видим, что полученные шесть слоев приблизительно одинаковые по степени вариации. Следовательно, в данном случае можем воспользоваться расслоенным случайным планом отбора, предусматривающим расслоение на 5 слоев.

Группировка территориальных единиц по типу населенного пункта и по размеру численности проживающего населения

Тип населенного пункта	Слой по численности населения	Число ПЕВ	Характеристики численности проживающего населения				
			Среднее	Минимум	Максимум	Размах	Коэффициент вариации признака (%)
Областной/республиканский центр	1	5	52776,4	47644	60667	13023	9,5
	2	3	117801,7	88877	140173	51296	22,3
Городской населенный пункт	3	29	4005,0	552	7830	7278	48,0
	4	17	16959,1	8723	39750	31027	53,7
Сельский населенный пункт	5	23	6057,6	2014	9502	7488	34,2
	6	13	16806,2	10768	44032	33264	54,5

В случае необходимости расслоить, например, только один слой по типу, это можно сделать «вручную». По результатам расслоения всем единицам расслоенного слоя по типу необходимо присвоить коды подслоев. Непосредственно для расслоения можно пользоваться алгоритмом Экмана. Формула Экмана для определения оптимальных границ слоев по количественному показателю:

$$N_1(x - x_{\min}) \cong N_2(x_{\max} - x), \text{ где (6)}$$

N_1, N_2 - объемы образованных слоев (число территориальных единиц в каждом слое);

x_{\min} - минимальная по территориальным единицам численность проживающего населения;

x_{\max} - максимальная по территориальным единицам численность проживающего населения;

x - граница между первым и вторым слоями по численности проживающего населения в территориальных единицах, обеспечивающее наименьшее различие правой и левой частей приближенного равенства.

Например, если имеется пять территориальных единиц с численностью проживающего населения 13, 15, 17, 25 и 30 тыс. человек, то искомой границей по численности проживающего населения между слоями будет величина $x = 19,8$, так как это значение обеспечивает точное (что не всегда возможно) равенство левой и правой частей формулы 6 ($3 \cdot (19,8 - 13) = 20,4$ и $2 \cdot (30 - 19,8) = 20,4$). Поэтому первые три территориальные единицы с численностью проживающего населения 13, 15 и 17 (< 19,8) тыс. человек следует включить в первый слой, а оставшиеся две с численностью проживающего населения 25 и 30 (> 19,8) тыс. человек во второй.

Второй вариант формирования территориальной выборки в зависимости от объема слоев по типу ПЕВ предполагает отбор выборки с вероятностью

пропорциональной размеру (численности населения) территориальных единиц из расслоенного только по типу местности списка ПЕВ.

Если объем слоев по типу (в особенности число районов областного/республиканского центра и крупных городов) менее 10, то при формировании выборки на первом этапе отбора рекомендуется выбрать метод отбора с вероятностью пропорциональной размеру численности проживающего населения

Из созданного списка территориальных единиц, расслоенного по типу населенного пункта (3 категории) и, возможно, по численности проживающего населения (2 категории), методом простой случайной выборки или выборки с вероятностью пропорциональной размеру программными средствами отбираются две - три ПЕВ из каждого слоя. Количество отбираемых единиц зависит от рассчитанного объема выборки объектов торговли (не более 70% общего объема региональной выборки предпринимателей), а также от объема слоев.

Например, если в некотором слое всего 4 ПЕВ, то целесообразно отобрать две территориальные единицы (одну ПЕВ в слое отбирать нельзя, так как тогда будет невозможно оценить точность полученных распространенных итогов обследования). Если объем выборки объектов торговли составляет порядка 600-700 единиц, а слоев 3 (6), то в каждом слое целесообразно отобрать 3 (2) ПЕВ. Тогда объем выборки объектов торговли в каждой отобранной ПЕВ приблизительно составит 70-80 (50-60) единиц.

Таким образом, объем территориальной выборки на первом этапе отбора составляет от 6-9 до 18 территориальных единиц (6 = 3 категории по типу населенного пункта умноженные на 2 отбираемые ПЕВ; 9 = 3 категории по типу населенного пункта умноженные на 3 отбираемые ПЕВ; 18 = 3 категории по типу населенного пункта умноженные на 2 слоя по численности населения и на 3 отбираемые ПЕВ).

Для второго этапа формирования территориальной выборки в отобранных территориальных единицах (ПЕВ) создаются списки объектов торговли предпринимателей, осуществляющих деятельность в границах каждой территориальной единицы, включенной в выборку. Указанные списки формируются либо на основе торговых дислокаций.

Под торговой дислокацией принято понимать перечень объектов розничной торговли, принадлежащих индивидуальным предпринимателям на правах собственности или аренды, а также перечень торговых центров, и других объектов розничной торговли (кроме рынков), принадлежащих юридическим лицам, в которых торговые площади (торговые места) сдаются в аренду индивидуальным предпринимателям.

Торговые дислокации индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность на рынках и ярмарках, в территориальную выборку не включаются. Также не обследуются объекты по розничной продаже автотранспортных средств, мотоциклов, их деталей, узлов и принадлежностей (деятельность, идентифицированная кодами класса 45 ОКВЭД2).

По каждому объекту, принадлежащему индивидуальному

предпринимателю, необходима следующая информация: адрес объекта розничной торговли, вид объекта (магазин, палатка, киоск, павильон (торговое место) в торговом центре, контактный телефон). Фамилия, имя, отчество индивидуального предпринимателя – необязательные реквизиты, главное – информация о фактической принадлежности объекта розничной торговли на правах собственности или аренды индивидуальному предпринимателю.

Если в списке торговых объектов, предоставленном муниципальными органами, по некоторым торговым центрам указано только их местонахождение, то рекомендуется в адрес администрации торгового центра направить письмо с просьбой предоставить информацию о торговых местах (павильонах), находящихся в аренде у индивидуальных предпринимателей. Запрашиваются сведения только о местонахождении торговых мест (павильонов) в торговом центре, принадлежащих индивидуальным предпринимателям, данные о фамилии, имени, отчестве этих индивидуальных предпринимателей запрашивать необязательно.

В случае отсутствия информации от администрации торгового центра о помещениях, арендуемых индивидуальными предпринимателями в торговом центре, интервьюерам необходимо обойти эти торговые центры и составить перечень торговых объектов индивидуальных предпринимателей с присвоением им условных кодов, позволяющих обеспечить их уникальную идентификацию.

Для актуализации списка торговых объектов индивидуальных предпринимателей, осуществляющих торговлю в границах отобранных на первом этапе территориальных единиц (ПЕВ), осуществляется предварительный обход отобранных опросных участков.

В таблице 8 представлена структура файла данных территориальной основы отбора второго этапа.

Таблица 8

Структура файла данных территориальной основы выборки на втором этапе отбора

№ п/п	Описание
1	Код по ОКАТО ПЕВ
2	Условный код торгового объекта
3	Наименование торгового объекта
4	Адрес места расположения торгового объекта
5	Наименование населенного пункта/административного района (ПЕВ)
6	Тип населенного пункта 1 'Областной/республиканский центр и крупные города' 2 'Другие городские населенные пункты' 3 'Сельские административные районы'
7	Численность населения
8	Слой по численности населения (ПЕВ)
9	Объем выборки из слоя
10	Вероятность включения (отбора) на этапе 1
11	Кумулятивный выборочный вес для этапа 1
12	Окончательный выборочный вес

№ п/п	Описание
13	Объем выборки в опросном участке

На втором этапе формирования территориальной выборки в зависимости от количества предпринимателей торговли, включенных в список объектов торговли, осуществляется сплошное (100%) или выборочное наблюдение в каждом опросном участке. Ориентировочно в каждом опросном участке в городской местности подлежит опросу порядка 50-80 объектов торговли, а в сельской - 30-50 единиц.

Таблица 9

Ориентировочное распределение объема территориальной выборки по опросным участкам⁴

Тип населенного пункта	Слой (по типу и численности населения в н.п.)	Число территориальных единиц в выборке (из слоя)	Объем выборки в опросном участке	Объем выборки
1 Административные районы крупных городов	1 Городские районы с населением менее (x_1) ⁵ тыс. чел.	3	60	180
	2 Городские районы с населением свыше (x_1) тыс. чел.	3	60	180
2 Городские населенные пункты	3 Города с населением менее (x_2) тыс. чел.	3	60	180
	4 Города с населением свыше (x_2) тыс. чел.	3	60	180
3 Сельские административные районы	5 Сельские административные с населением менее (x_3)	3	30	90
	6 Сельские административные районы с населением свыше (x_3)	3	30	90
Подытог				900
Резерв				100
Итого		18		1000

⁴ Общий объем выборки региональной выборки составляет 1500 единиц наблюдения

⁵ Разделяющая слой граница.

6. Организация и проведение наблюдения за индивидуальными предпринимателями, включенными в списочную выборку

Основным методом опроса индивидуальных предпринимателей, включенных в списочную выборку, является почтовый. В отдельных случаях возможна передача индивидуальному предпринимателю бланка формы № 1-ИП (торговля) через вторых лиц с просьбой позвонить в органы государственной статистики и сообщить сведения о своей деятельности согласно вопросам бланка обследования или передать заполненный бланк обследования удобным респонденту способом.

Специалисты территориальных органов государственной статистики информируют индивидуальных предпринимателей, включенных в списочную выборку о том, что в их отношении проводится выборочное статистическое наблюдение с использованием средств факсимильной связи, электронной почты и иных средств связи, позволяющих зафиксировать факт соответствующего уведомления. Также в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на официальном сайте Росстата (далее – Интернет) размещен Сервис информирования респондентов по адресу: <http://websbor.gks.ru/online/#!/gs/statistic-codes>.

Респонденты – граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица на территории Российской Федерации, в отношении которых проводится федеральное статистическое наблюдение, обязаны безвозмездно предоставлять субъектам официального статистического учета первичные статистические данные, связанные с осуществлением ими предпринимательской деятельности и необходимые для формирования официальной статистической информации, в том числе сведения, составляющие государственную тайну, и сведения, составляющие коммерческую тайну (статья 8 Федерального закона от 29.11.2007 № 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации») (далее – Закон о статистике). В соответствии со статьей 13.19 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлено, что непредоставление респондентами субъектам официального статистического учета первичных статистических данных в установленном порядке или несвоевременное предоставление этих данных либо предоставление недостоверных первичных статистических данных влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 10 тысяч до 20 тысяч рублей, при повторном совершении административного правонарушения от 30 тысяч до 50 тысяч рублей.

В соответствии со статьей 6 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», а также статьей 9 Закона о статистике обработка персональных данных осуществляется для статистических целей с соблюдением конфиденциальности при условии обязательного обезличивания персональных данных.

В ходе проведения обследования оптимально должно быть собрано не менее 80% анкет от установленного объема выборки из списочной основы.

Отобраным индивидуальным предпринимателям списочной выборки направляется по одному экземпляру анкеты с пометкой «Просьба ответить на все вопросы анкеты» для заполнения и представления территориальному органу Росстата.

**Рекомендации по кодированию видов деятельности, указанных
индивидуальным предпринимателем в разделе 4
формы № 1-ИП (торговля)**

Кодовую зону анкеты по ответам на вопрос 4 следует заполнить после получения анкет от индивидуальных предпринимателей списочной выборки. Используются коды, приведенные в ОКВЭД2 (47 класс), на уровне 4-6 знаков, в исключительных случаях на уровне 3 знаков.

Кодирование видов деятельности по форме № 1-ИП (торговля) осуществляется в соответствии с описанием группировок, приведенных в Приложении А Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД2).

Обращаем внимание на особенности кодирования кодами ОКВЭД2 47.8 и 47.1:

Код ОКВЭД2	Наименование группировки	Правило присвоения кода ОКВЭД2
47.8	Розничная торговля вне магазинов	в вопросе 2 «Где Вы осуществляете свою деятельность» отмечен вариант ответа «вне рынка», при этом в п. 4 указана розничная торговля по заказам по почте, через телемагазины, по сети Интернет, или в вопросе 2 «Где Вы осуществляете свою деятельность» отмечен вариант ответа «вне рынка», при этом в п. 4 указана розничная торговля продовольственными и (или) непродовольственными товарами или определенным видом товара, а в ответе на вопрос 7 «Сколько принадлежащих Вам объектов розничной торговли (магазинов, павильонов, киосков) на 1 октября (или на 1 число месяца, следующего за последним месяцем работы) текущего года находилось на территории данного субъекта Российской Федерации» указан «-» или «0».
47.1	Розничная торговля в неспециализированных магазинах	По данным раздела 4 из перечисленных видов деятельности нет ни одного (на уровне 3-х значных кодов ОКВЭД2 в подклассах 47.2-47.9), доля выручки от которого составляет 35% и более.

В случае, если наибольшая доля выручки указана от видов деятельности, не относящихся к розничной торговле, то данные этих анкет при формировании сводных итогов по форме № 1-ИП (торговля) не учитываются. Вместе с тем,

данные о численности работников, а также о фактическом основном виде деятельности выгружаются в АС ГС ОФСН.

7. Организация и проведение наблюдения за индивидуальными предпринимателями, включенными в территориальную выборку

Сбор данных в ходе наблюдения за индивидуальными предпринимателями, попавшими в территориальную выборку, осуществляется экспедиционным способом, предполагающим проведение опросов методом личного интервью при обходе торговых дислокаций индивидуальных предпринимателей.

Опрос проводится интервьюерами (привлеченными внештатными работниками). Ответ заносится в бланк формы № 1-ИП (торговля) со слов опрашиваемого, без обязательного предъявления респондентом каких-либо документов, подтверждающих правильность его ответов.

К интервьюерам предъявляются следующие требования. Интервьюер проходит обучение, осуществляет предварительный обход закрепленного за ним участка, опрос респондентов, передачу информации о ходе проведения опроса (число опрошенных респондентов) и сдачу заполненных анкет ответственному сотруднику территориального органа государственной статистики.

В ходе обследования объектов торговли интервьюер на основе визуального наблюдения и сравнения полученных характеристик о торговой деятельности других аналогичных объектов (по месту расположения, типу помещения, численности работников, ассортименту продаваемых изделий) должен контролировать достоверность представляемых индивидуальным предпринимателем сведений. В случае предоставления респондентами явно недостоверных сведений или в случае отказа осуществляющего деятельность респондента от участия в обследовании интервьюеру рекомендуется вменить основной вид деятельности и значения основных показателей данного объекта торговли, сделав соответствующую пометку на анкете: «данные вменены».

В ходе опроса в торговом объекте интервьюер задает вопросы продавцу «Много ли желающих купить Ваш товар?» или «Удастся ли Вам продать вес товар в течение дня (часа, недели)?» Если контакта с продавцом найти не удастся, то можно понаблюдать со стороны, какое количество товара продается в течение определенного времени, а затем произвести необходимые расчеты. Если сведения о размере деятельности не были экспертно вменены интервьюером, то при вводе данных такой анкеты статусу ответа респондента присваивается код 2 (см. табл.10) и проставляется основной вид деятельности (определенный визуально) объекта торговли с последующей автоматизированной обработкой таких случаев.

При опросе интервьюером обращается внимание респондента на гарантии защиты первичных статистических данных, содержащихся в формах федерального статистического наблюдения, установленные статьей 9 Закона о статистике, согласно которому федеральные органы государственной власти,

органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, государственного и муниципальные служащие, должностные лица, другие физические и юридические лица не вправе требовать предоставления первичных статистических данных, являющихся информацией ограниченного доступа, от субъектов официального статистического учета и использовать их в иных не связанных с формированием официальной статистической информации целях.

Во время интервью успех в получении соответствующей информации зависит от умения интервьюера убедить респондента в необходимости его участия в обследовании, в искренности и честности интервьюера, от соблюдения инструкций при записи ответа на вопрос, полного и точного сбора данных.

Интервьюер несет персональную ответственность за обеспечение конфиденциальности информации, полученной в ходе обследования.

Организация работы интервьюера обеспечивается территориальным органом Росстата.

В период проведения обследования в обязанности ответственного работника территориального органа Росстата входят:

формирование списков объектов торговли предпринимателей, осуществляющих деятельность в границах каждой территориальной единицы, включенной в выборку на основе данных органов местного самоуправления (образец письма-запроса приведен в приложении), либо (в визуальной регистрации (в случае непредставления торговых дислокаций органами местного самоуправления);

инструктаж интервьюеров по правилам ведения интервью, методологическим и организационным положениям обследования;

проведение анализа работы интервьюеров (правильность заполнения бланка, решение возникших проблем);

координация и контроль работы интервьюеров, занятых в проведении обследования;

проведение визуального контроля полноты заполнения бланков по форме № 1-ИП (торговля) по окончании обследования.

На титульной части бланка формы № 1-ИП (торговля) заполняется почтовый адрес торгового объекта, в графе «Код индивидуального предпринимателя по ОКПО» проставляется условный код торгового объекта.

Условный код торгового объекта может состоять, например, из семи знаков, где первые два знака – это порядковый номер попавшей в выборку территориальной единицы, следующие два знака - порядковый номер торгового центра, попавшего в выборку (если в выборку торговые центры не попали, то остается код 00), последние три знака – порядковый номер попавшего в выборку торгового объекта индивидуального предпринимателя в пределах территориальной единицы.

Например, в выборку попало 12 территориальных единиц, в первых трех территориальных единицах необходимо обследовать по 50 торговых объектов,

в том числе 5 торговых центров, в 4, 5 и 6 – по 30, в остальных - по 20. Условные коды торговых объектов в первой территориальной единице будут следующими: 0100001....., 0100009, 0101021, 0101022, 0102023, ..., 0100050, в четвертой территориальной единице – 0400001....., 0400009....., 0400030, в десятой территориальной единице – 1000001....., 1000009....., 10020 и т.д.

Анкета для индивидуальных предпринимателей, попавших в территориальную выборку, должна содержать метку «Просьба ответить на вопросы 3 и 4 по одному обследуемому торговому объекту».

8. Ввод и обработка данных обследования

Вся собранная по списочной и территориальной выборкам первичная статистическая информация импортируется в программные средства для проведения процедуры автоматизированного контроля и редактирования (поиск и исправление ошибок). Далее выполняется деление собранных данных на две части, соответственно на списочную и территориальную выборки, а также идентификация нетипичных единиц по переменной выручки (вопрос 3 анкеты) и обработка неответов респондентов.

Выявленные нетипичные значения должны уточняться на их достоверность. Например, оператор мог допустить ошибку при вводе или респондент указал значение показателя в неправильных единицах измерения. В этих случаях следует проверить представленные сведения в анкете, а потом повторно связаться с респондентом. После уточнения данных единиц списочной выборки, идентифицированных как нетипичные, их выборочным весам присваивается значение «1».

В файле первичных данных предусмотрена переменная для занесения информации о статусе ответа предпринимателя на вопросы анкеты.

Таблица 10

Категории статуса ответа респондента

Код ответа	Описание
1	Предприниматель ответил на вопросы анкеты (осуществляет деятельность)
2	Предприниматель осуществляет деятельность, но отказался от участия в обследовании
3	Предприниматель деятельность не осуществляет (приостановил, прекратил или осуществляет деятельность отличную от торговой)
4	Предприниматель по указанному адресу не проживает и/или связаться с ним не удалось

Для учета случаев неответов респондентов, когда предприниматель осуществляет предпринимательскую деятельность (код статуса ответа 2), применяется метод импутации медианного значения в группе по коду ОКВЭД2. Для учета остальных случаев (код статуса ответа 4) выборочные веса ответивших предпринимателей корректируются. При этом скорректированный выборочный вес единиц списочной выборки, представивших сведения, будет равен отношению объема единиц основы выборки к суммарному количеству в выборке ответивших предпринимателей (единицы выборки с кодом статуса ответа 1, 2 и 3), признанных типичными.

Распространение данных выборки на генеральную совокупность

После обработки микроданных наблюдения выполняется процедура распространения, то есть оцениваются показатели программы обследования индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле, по данным обеих выборок в отдельности в соответствии с примененными планами выборок.

Распространение данных каждой из выборок осуществляется в соответствии со следующими общими формулами.

Оценка суммарного показателя:

$$\hat{Y}_d = \sum_{k=1}^{n_d} w_k y_k, \text{ где (7)}$$

\hat{Y}_d - оценка суммарного показателя обследования;

d - индекс, обозначающий расчет по данным выборки из территориальной ($d=T$) или списочной ($d=C$) основ;

Σ - суммирование ведется по единицам соответствующей выборки;

w_k - выборочный вес, рассчитанный на стадии планирования выборки (согласно используемому плану) и скорректированный с учетом выявленных нетипичных единиц и неответов респондентов;

y_k - значение показателя k -ой единицы, полученное в результате наблюдения.

Количество единиц генеральной совокупности оценивается как сумма выборочных весов единиц, в том числе относящихся к заданному разрезу разработки по типу предприятия и по коду ОКВЭД2 на 3 знака:

$$\hat{N}_d = \sum_{k=1}^{n_d} w_k, \text{ где (8)}$$

\hat{N}_d - количество единиц генеральной совокупности;

d - индекс, обозначающий расчет по данным выборки из территориальной ($d=T$) или списочной ($d=C$) основ;

W_k - выборочный вес или фактор распространения, рассчитанный на стадии планирования выборки (согласно используемому плану) и скорректированный с учетом выявленных нетипичных единиц и неответов респондентов.

Средний показатель в расчете на одну единицу наблюдения (индивидуального предпринимателя или торговую дислокацию) рассчитывается как отношение оценки суммарного показателя к оценке объема соответствующей генеральной совокупности.

$$\hat{Y}_d = \frac{\hat{Y}_d}{\hat{N}_d}, \text{ где (9)}$$

\hat{Y}_d - оценка среднего показателя в расчете на одну единицу наблюдения;

\hat{Y}_d - оценка суммарного показателя обследования;

d - индекс, обозначающий расчет по данным выборки из территориальной ($d=T$) или списочной ($d=C$) основ;

\hat{N}_d - количество единиц генеральной совокупности.

Так как обследование территориальной выборки предусматривает получение первичной статистической информации по объекту торговли, а не о деятельности индивидуального предпринимателя в целом, то распространенные итоги относятся к генеральной совокупности объектов торговли. Однако оцененный по данным территориальной выборки любой суммарный показатель обследования, например, объем розничного оборота розничной торговли, является оценкой показателя оборота в целом по субъекту Российской Федерации, то есть для всей генеральной совокупности индивидуальных предпринимателей в розничной торговле. При этом оцененное среднее, например, оборота розничной торговли, вычисляется в расчете на один торговый объект, а не в среднем на одного индивидуального предпринимателя.

По данным территориальной выборки численность индивидуальных предпринимателей в субъекте Российской Федерации не может быть оценен корректно. В частности из-за того, что одному индивидуальному предпринимателю могут принадлежать несколько объектов торговли. Кроме того, в ходе обследования территориальной выборки данные собираются об объемах деятельности фактически осуществляющих деятельность объектах торговли, которые в том числе могут принадлежать индивидуальным предпринимателям, зарегистрированным в других субъектах Российской Федерации.

Таким образом, для показателей обследования обычно должны выполняться следующие соотношения.

Во-первых, оценка количества действующих объектов торговли по данным территориальной выборки должна быть больше оценки количества индивидуальных предпринимателей по данным списочной выборки.

Во-вторых, полученные оценки по данным территориальной и списочной выборок объемов показателей программы обследования должны быть

приблизительно равными (с точностью до доверительных интервалов). Однако из-за уровня собираемости данных (по территориальной выборке существенно более высокий), а также из-за необъективности представляемой первичной информации единицами списочной выборки (объемы деятельности могут занижаться респондентами) ожидается, что оценка объема показателя по данным территориальной выборки окажется больше.

В-третьих, для среднего значения показателя обследования полученная оценка по данным территориальной выборки (среднее в расчете на один объект торговли) должна быть меньше оценки, рассчитанной по данным списочной выборки. Кроме этого, оценка среднего показателя, рассчитанная по данным списочной выборки, обычно завышена из-за того, что уровень собираемости данных (вероятность получить отчет) от предпринимателей с существенными объемами деятельности гораздо выше, чем от предпринимателей с небольшими объемами деятельности.

Приведенные ниже формулы можно рассматривать в качестве предупредительного контроля сводных итогов и использовать при анализе достоверности итогов обследования:

$$N_T \geq N_C \quad (10)$$

$$Y_T \cong Y_C \quad (11)$$

$$\bar{Y}_T \leq \bar{Y}_C \quad , \text{ где} \quad (12)$$

N_T - объем генеральной совокупности территориальной выборки

N_C - объем генеральной совокупности списочной выборки

Y_T - суммарный показатель обследования по территориальной выборке

Y_C - суммарный показатель обследования по списочной выборке

\bar{Y}_T - средний показатель обследования по территориальной выборке

\bar{Y}_C - средний показатель обследования по списочной выборке

Если не выполнено соотношение (10), то возможно оценка объема генеральной совокупности индивидуальных предпринимателей торговли была завышена. Причинами этого могут быть:

неактуальность данных АС ГС ОФСН, т.е. информационная база создания основы списочной выборки АС ГС ОФСН содержит большое избыточное число записей о предпринимателях, которые не осуществляют деятельность;

неоправданно низкий уровень сбора отчетности от объектов торговли (должно быть не менее 90-95% объема территориальной выборки) и, соответственно, невыполнение процедуры обработки ответов респондентов;

сформированная территориальная выборка не представительна для данного субъекта Российской Федерации.

Причины невыполнения соотношения (11) могут заключаться в следующем:

отчетность по списочной выборке собрана преимущественно от предпринимателей с большими объемами деятельности. В этом случае данная выборка не является репрезентативной для генеральной совокупности предпринимателей субъекта Российской Федерации. Следовательно оценка по списочной выборке недостоверна (объем показателя завышен);

основа территориальной выборки на втором этапе отбора (списки объектов торговли, принадлежащие индивидуальным предпринимателям, представленные администрацией) низкого качества и не была проактуализирована путем предварительного обхода;

низкий уровень сбора отчетности по территориальной выборке. Следовательно оценка по территориальной выборке недостоверна (объем показателя занижен).

Соответственно причиной невыполнения соотношения (12) может быть факт представления единицами списочной выборки необъективных сведений (объемы показателей занижены).

Таким образом, распространенные сводные итоги обследования индивидуальных предпринимателей торговли на потребительском рынке по форме № 1-ИП (торговля) целесообразно вычислять сочетая полученные распространенные итоги по выборкам из списочной и территориальной основ.

Для анализа распространенных итоговых показателей обследования следует руководствоваться приведенным ниже алгоритмом:

1) отдельно оценить показатели программы обследования по форме № 1-ИП (торговля) индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле, включая объемы генеральной совокупности в группах по типам индивидуальных предпринимателей и на уровне 3 знаков кода ОКВЭД2, рассчитав их по данным территориальной и списочной выборок в соответствии с их планом отбора;

2) проверить соотношения (10), (11) и (12). В случае невыполнения некоторых из них, проанализировать указанные выше возможные причины и либо внести корректировки в первичные сведения (идентифицировать нетипичные единицы и исправить ошибки в данных), либо сделать выводы о достоверности полученных оценок по одной из выборок и, соответственно, недостоверности полученных оценок по другой;

3) скорректировать в случае необходимости и зафиксировать значения оценок объемов генеральной совокупности индивидуальных предпринимателей в целом по субъекту Российской Федерации, по типам индивидуальных предпринимателей и по видам деятельности по ОКВЭД2 на уровне 3 знаков. В качестве базовых значений объемов АС ГС ОФСН нужно использовать рассчитанные оценки по данным списочной выборки. При этом следует учитывать количество зарегистрированных предпринимателей в АС ГС ОФСН и информацию налоговых органов;

4) вычислить комбинированную оценку среднего значения показателя по формуле:

$$\bar{Y}_{КОМБ} (p) = p\bar{Y}_T + (1 - p)\bar{Y}_C, \text{ где (13)}$$

$\bar{Y}_{КОМБ} (p)$ - комбинированная оценка среднего значения показателя выручки в расчете на одного предпринимателя;

p - параметр задается организатором обследования ($0 \leq p \leq 1$) и отражает мнение эксперта о надежности полученных оценок среднего по данным списочной и территориальной выборок с учетом анализа соотношений (10), (11) и (12);

\bar{Y}_T - оценка среднего значения показателя обследования, рассчитанная по данным территориальной выборки;

\bar{Y}_C - оценка среднего значения показателя обследования, рассчитанная по данным списочной выборки.

По умолчанию значение параметра p равно 0,5, что учитывает значения как территориальной, так и списочной выборки. Однако могут быть случаи, когда данные о выручке по результатам списочной выборки значительно занижены или завышены (более чем на 20%) по сравнению с данными других обследований субъектов малого предпринимательства (сплошного обследования субъектов малого предпринимательства, ежегодного обследования микропредприятий) параметр p может быть скорректирован до 0,7.

Задание параметра p большим 0,5 означает большую надежность распространенных итогов по данным территориальной выборки. Задание параметра p меньшим 0,5 означает большую надежность распространенных итогов по данным выборки из списочной основы регистра.

5) в качестве итоговой комбинированной оценки суммарного показателя программы обследования индивидуальных предпринимателей субъекта Российской Федерации (например, объема оборота розничной торговли), в том числе по типам индивидуальных предпринимателей и по видам деятельности по ОКВЭД2 на уровне 3 знаков кода, берется максимум из значений оценки суммарного показателя обследования, рассчитанной по данным территориальной выборки, и произведения оценки объема генеральной совокупности на комбинированную оценку среднего значения показателя:

$$Y = \text{MAX} (Y_T, N_C \cdot \bar{Y}_{КОМБ} (p)), \text{ где (14)}$$

Y - итоговая оценка суммарного показателя обследования;

N_C - оценка объема генеральной совокупности, рассчитанная по данным списочной выборки;

Y_T - оценка суммарного показателя обследования, рассчитанная по данным территориальной выборки;

$\bar{Y}_{Т,С}(p)$ - комбинированная оценка среднего значения показателя обследования, в расчете на одного предпринимателя.

Итоги выборочного наблюдения за индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в розничной торговле, используются для уточнения ежемесячных оперативных данных об обороте розничной торговли индивидуальных предпринимателей вне рынка, формируемых в соответствии с действующей Официальной статистической методологией по определению обобщающих показателей по статистике внутренней торговли, утвержденной приказом Росстата от 24.06.2016 № 301.

Число индивидуальных предпринимателей в розничной торговле в течение года может меняться, что может привести к уточнению оборота розничной торговли, которое осуществляется в соответствии с Планом работы управлений Росстата по информированию пользователей об уточнении (пересмотре) данных по важнейшим социально-экономическим показателям, утвержденным приказом Росстата от 28.09.2017 № 633.

9. Расчет среднегодового оборота розничной торговли продовольственными товарами индивидуальных предпринимателей вне рынка по муниципальным образованиям

Формирование оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями индивидуальных предпринимателей вне рынка в разрезе муниципальных районов и городских округов субъекта Российской Федерации осуществляется в целях обеспечения выполнения постановления Правительства Российской Федерации от 04.05.2010 № 305 «Об утверждении методики расчета объема всех продовольственных товаров, реализованных в границах субъекта Российской Федерации, в том числе городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга, и в границах муниципального района, городского округа, в денежном выражении за финансовый год и определения доли объема продовольственных товаров, реализованных хозяйствующим субъектом, осуществляющим розничную торговлю такими товарами посредством организации торговой сети (за исключением сельскохозяйственного потребительского кооператива, организации потребительской кооперации), в границах соответствующего административно-территориального образования, в денежном выражении за финансовый год».

На основе данных формы № 1-ИП (торговля) с помощью программных средств по каждой группе муниципальных образований рассчитывается среднегодовая выручка от розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями на один торговый объект индивидуального предпринимателя. В программных средствах предусмотрен алгоритм расчета.

Расчет базируется на непосредственном использовании данных территориальной выборки о месячном обороте торгового объекта от продажи пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий. Переменная q3.1_уеаг вычисляется для каждого торгового объекта:

$$q_{3.1_year} = q_{3.1} * K_{year}, \text{ где (16)}$$

- $q_{3.1_year}$ - оценка годового оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями на один торговый объект;
- $q_{3.1}$ - месячный объем выручки от розничной продажи пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий одного торгового объекта (данные наблюдения);
- K_{year}_i - коэффициент дооценки среднемесячной выручки индивидуальных предпринимателей до годовых значений в подклассах 47.1 и 47.2 ОКВЭД2.
i- номер муниципального образования

$$K_{year} = \frac{\sum q_{3.1} * 3/d * 100}{\sum q_{3.1}}, \text{ где (17)}$$

- d - значение доли распределения годового объема выручки индивидуальных предпринимателей подклассов 47.1 и 47.2 ОКВЭД2 на основе информации формы статистического наблюдения по ф. № 1-ИП(торговля), вопрос 8 "Приведите примерное распределение выручки от розничной продажи товаров по кварталам года"

Пример расчета для i муниципального образования.

Данные формы №1-ИП(торговля), условные

	Объем выручки от розничной продажи за отчетный месяц, тыс. рублей ($q_{3.1}$)	Значение доли распределения годового объема выручки индивидуальных предпринимателей с основным видом деятельности, относящимся к подклассам 47.1 и 47.2 ОКВЭД2, % (d)
1	38,0	25
2	48,6	35
3	20,0	30
4	50,0	30
5	75,0	30

$$K_{year} = ((38,0 * 3/25 * 100) + (48,6 * 3/35 * 100) + (20,0 * 3/30 * 100) + (50,0 * 3/30 * 100) + (75,0 * 3/30 * 100)) / (38 + 48,6 + 20 + 50 + 75) = 10$$

В том случае если возникают трудности в получении информации о торговых дислокациях индивидуальных предпринимателей по муниципальным районам и городским округам, необходимо сначала определить число фактически действующих предпринимателей, воспользовавшись поправочным коэффициентом, рассчитанным по результатам выборочного обследования индивидуальных предпринимателей, проведенного в отчетном году, в целом по субъекту Российской Федерации. Затем с помощью среднего числа торговых объектов на одного индивидуального предпринимателя в подклассах 47.1 и 47.2 ОКВЭД2, которое рассчитывается по каждой группе муниципальных образований, определить число фактически действующих торговых дислокаций индивидуальных предпринимателей в муниципальных районах и городских округах.

Таким образом, оборот розничной торговли продовольственными товарами индивидуальных предпринимателей в границах муниципального района, городского округа рассчитывается по формуле:

$$O_{инд} = \tilde{O}_{то i}^n * N_{инд} * (1 - d_{инд}), \text{ где (18)}$$

- $O_{инд}$ - годовой оборот розничной торговли продовольственными товарами индивидуальных предпринимателей в границах муниципального района, городского округа
- $\tilde{O}_{то i}^n$ - среднегодовой оборот розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями на один торговый объект индивидуального предпринимателя в i – группе муниципальных образований;
- $N_{инд}$ - число фактически действующих торговых дислокаций индивидуальных предпринимателей на территории данного муниципального образования;
- $d_{инд}$ - удельный вес табачных изделий в обороте розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями индивидуальных предпринимателей (экспертная оценка).
-

Приложение 1
 К Методологическим положениям по
 проведению выборочного
 наблюдения за индивидуальными
 предпринимателями,
 осуществляющими деятельность в
 розничной торговле

Образец письма -запроса в органы местного самоуправления

**ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОРГАН
 ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
 ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ
 ПО ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ
 (ВОРОНЕЖСТАТ)**

Главе муниципального образования

Плехановская ул., 23, г. Воронеж, 394018
 тел./факс (473-2) 55 74 75, факс (4732) 55 74 52
 E-mail: stat@obstat.vrn.ru
 ОКПО 02347274, ОГРН 1056900004358
 ИНН/КПП 6901068750/690101001

. .20__ №

Уважаемый(мая) _____!

Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Воронежской области доводит до Вашего сведения, что в сентябре 20__ года на территории Воронежской области пройдет выборочное обследование индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле, по форме федерального статистического наблюдения № 1-ИП (торговля) «Сведения о деятельности индивидуальных предпринимателей в розничной торговле», утвержденной приказом Росстата от _____ № _____.

В связи с этим просим Вас представить в наш адрес не позднее _____ 20__ года информацию о дислокации объектов розничной торговли на территории муниципального образования (перечень объектов розничной торговли, принадлежащих индивидуальным предпринимателям на правах собственности или аренды, а также перечень торговых центров и других объектов розничной торговли, принадлежащих юридическим лицам, в которых торговые площади сдаются в аренду индивидуальным предпринимателям) согласно приложению к настоящему письму.

Обращаем Ваше внимание, что индивидуальные предприниматели играют важную роль в формировании оборота розничной торговли как в муниципальном образовании, так и в Воронежской области в целом. Обеспечение полноты и качества официальной статистической информации об объемах продажи товаров индивидуальными предпринимателями основывается в значительной степени на наличии информации о дислокации их торговых объектов.

Приложение: на 1 листе.

Руководитель

ФИО

Исполнитель ФИО, телефон

Приложение к письму

Перечень объектов розничной торговли, находящихся на территории муниципального образования, принадлежащих индивидуальным предпринимателям на правах собственности или аренды по состоянию на 20 ____ года (на последнюю имеющуюся дату)

Номер по п/п	Адрес объекта розничной торговли ¹	Вид объекта (например, магазин, палатка, киоск, отдел в торговом центре)	Ф.И.О, индивидуального предпринимателя (ИП) ²	телефон ИП ²
1	2	3	4	5
	<i>Пример условный:</i>	X	X	X
	Железнодорожный р-он	X	X	X
1	"Товары для детей", ул. Остужева д. 6.	магазин	Хрулева Л.И.	
2	ИП Петров А.И.	киоск	Петров А.И.	
3	и т.д.	
4	Гипермаркет «Линия» ул. Переверткина д.7 в т.ч.	X	X	X
4.1	"Часы", Московский проспект, д.10	павильон	Иванов А.И.	414-04-15
4.2	ИП Седов В.С., ул. Сортивная. д.13	торговое место	Седов В.С.	712-00-35
4.3	и т.д.			
5	"Продукты", ул. Ленинская, д.33	магазин	Бирюков В.Л	
6	"Ткани", ул. Лизикова, д.14	магазин	Селезнева Г.Т.	
7	ИП Леонова М.В, ул. Пушкинская, д.24	павильон	Леонова М.В	
8	и т.д.			
9	ТК «Магнит» Ленинский проспект д.150	X	X	X
9.1	ИП Маков Ю.Г. и т.д.	торговое место	Маков Ю.Г.	603-18-17

¹ указываются объекты розничной торговли, принадлежащие индивидуальным предпринимателям на правах собственности или аренды, а также торговые центры и другие объекты розничной торговли, принадлежащие юридическим лицам, в которых торговые площади сдаются в аренду индивидуальным предпринимателям. У одного индивидуального предпринимателя может быть несколько объектов розничной торговли. Например, 2 магазина в отдельно стоящих зданиях и отдел в Торговом центре.

² заполнение обязательное.