

Объекты розничной торговли и общественного питания

Информация о количестве объектов розничной торговли и общественного питания приводится на основе обработки итогов формы федерального статистического наблюдения № 1-ТОРГ(МО) «Сведения об объектах розничной торговли и общественного питания», предоставляемой органами местного самоуправления.

В связи с особенностями организации местного самоуправления, данные по г. Санкт-Петербургу и г. Севастополю отсутствуют.

Магазин – стационарный торговый объект, предназначенный для продажи товаров и оказания услуг покупателям, в составе которого имеются торговые залы, подсобные, административно-бытовые помещения и складские помещения.

Гипермаркет – магазин с площадью торгового зала от 5000 м², в котором осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров универсального ассортимента преимущественно по методу самообслуживания.

Супермаркет (универсам) – магазин с площадью торгового зала от 400 м², в котором осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса преимущественно по методу самообслуживания. К супермаркетам также относятся магазины «Гастроном».

Специализированный продовольственный магазин – магазин, в котором осуществляется продажа товаров одной продовольственной группы или ее части («рыба», «мясо», «колбасы», «минеральные воды», «хлеб», «овощи-фрукты» и так далее).

Специализированный непродовольственный магазин – магазин, в котором осуществляется продажа товаров одной непродовольственной группы или ее части («одежда», «обувь», «ткани», «мебель», «книги», «зоотовары», «семена», «цветы» и так далее).

Минимаркет (магазины «Продукты») – предприятие розничной торговли, в котором с использованием методов самообслуживания и/или индивидуального обслуживания через прилавок осуществляют продажу продовольственных и/или непродовольственных товаров повседневного спроса узкого ассортимента, включающего ограниченное число разновидностей товаров.

Универмаг – магазин с совокупной площадью торговых залов от 3500 м² в городском населенном пункте и от 650 м² в сельском населенном пункте, в котором осуществляют продажу непродовольственных товаров универсального ассортимента.

Прочие магазины – предприятия розничной торговли, реализующие товары нескольких непродовольственных групп («Промтовары», «Все для дома», «Комиссионный магазин», «Секонд Хенд», «Сток», антикварные магазины, «Медтехника» и прочие). По этой строке также отражаются «Магазины-склады». В сельской местности к прочим магазинам относятся также торговые центры, в которые преобразованы бывшие розничные рынки.

Торговый павильон – нестационарный торговый объект, представляющий собой отдельно стоящее строение (часть строения) или сооружение (часть сооружения) с замкнутым пространством, имеющее торговый зал и рассчитанное на одно или несколько рабочих мест продавцов. Павильон может иметь помещения для хранения товарного запаса.

Торговая палатка – нестационарный торговый объект, представляющий собой оснащенную прилавком легковозводимую сборно-разборную конструкцию, образующую внутреннее пространство, не замкнутое со стороны прилавка, предназначенный для размещения одного или нескольких рабочих мест продавцов и товарного запаса на один день торговли.

Киоск – нестационарный торговый объект, представляющий собой сооружение без торгового зала с замкнутым пространством, внутри которого оборудовано одно рабочее место продавца и осуществляется хранение товарного запаса.

Данные о количестве передвижных палаток и киосков (по продаже кваса, кур-гриль, мороженого и т.п.), а также палаток и киосков, реализующих проездные билеты на все виды транспорта, не отражаются.

В площадь торгового зала (зала для обслуживания покупателей) включается установочная площадь магазина (площадь торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей), площадь контрольно-кассовых узлов и кассовых кабин, площадь рабочих мест обслуживающего персонала, а также площадь проходов для покупателей. В площадь торгового зала магазина не включается площадь для приема, хранения и подготовки товаров к продаже, подсобных и административно-бытовых помещений.

К столовой относится предприятие (объект) общественного питания, осуществляющее приготовление и реализацию с потреблением на месте разнообразных блюд и кулинарных изделий в соответствии с меню, различающимся по дням недели.

Закусочная – предприятие (объект) питания с ограниченным ассортиментом блюд и изделий несложного изготовления и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольных напитков, покупных товаров (например, шашлычная, котлетная, сосисочная,пельменная (вареничная), чебуречная, чайная, пирожковая, блинная, пончиковая, бутербродная, рюмочная).

Ресторан – предприятие (объект) питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая фирменные блюда и изделия, алкогольных, прохладительных, горячих и других видов напитков, кондитерских и хлебобулочных изделий, покупных товаров.

Кафе – предприятие (объект) по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции, которое реализует фирменные, заказные блюда, кондитерские изделия, напитки.

Бар – предприятие (объект) питания, оборудованное барной стойкой и реализующее, в зависимости от специализации, алкогольные и/или безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, блюда, холодные и горячие закуски в ограниченном ассортименте, покупные товары.

В площадь зала обслуживания посетителей включается площадь помещений и открытых площадок, используемых для организации общественного питания

Данные о розничных рынках и числе торговых мест на них приведены на основе итогов сплошного статистического наблюдения по форме № 3-рынок.

Данные о розничных рынках и числе торговых мест на них приведены в соответствии с Федеральным законом от 30 декабря 2006 г. № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации».

Розничный рынок – имущественный комплекс, предназначенный для осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на основе свободно определяемых непосредственно при заключении договоров розничной купли-продажи и договоров бытового подряда цен и имеющий в своем составе торговые места.

Данные о ярмарках и числе торговых мест на них приведены на основе итогов сплошного статистического наблюдения по форме № 3-ярмарка.

Ярмарка – мероприятие, имеющее временный характер и организуемое вне пределов розничных рынков. Ярмарки могут проводиться органами государственной

власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями.

Данные о числе организаций розничной торговли и общественного питания приведены на основе Статрегистра Росстата, включающего фактически действовавшие юридические лица.

Данные по категориям субъектов малого и среднего предпринимательства приведены в соответствии с условиями, определенными Федеральным законом от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и постановлением Правительства Российской Федерации от 10.09.2008 № 222 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».

Данные о числе индивидуальных предпринимателей приведены на основе базы данных «Индивидуальные предприниматели» Статрегистра Росстата.

Данные о числе индивидуальных предпринимателей приведены в соответствии с Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Индивидуальный предприниматель – гражданин (физическое лицо), занимающийся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, с момента его государственной регистрации в соответствии со ст. 23 Гражданского Кодекса Российской Федерации, введенного в действие с 1 января 1995 года.