

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Держкомстату України
24 жовтня 2005 р. № 327

ЗАРЕЄСТРОВАНО
в Міністерстві юстиції України
08 листопада 2005 р. № 1350/11630

ІНСТРУКЦІЯ

щодо заповнення форм державних статистичних спостережень стосовно торгової мережі та мережі ресторанного господарства

1. Загальні положення

1.1. Інструкція розроблена відповідно до Закону України "Про державну статистику" з урахуванням міжнародних рекомендацій у системі статистики торгівлі з метою визначення загальних підходів статистичного обліку функціонування торгової мережі та мережі ресторанного господарства, типів і видів мережі, форм торгівлі, забезпечення порівняння з даними інших країн.

1.2. Інструкція містить основні методологічні положення щодо визначення показників про види, спеціалізацію, розміщення на певних територіях (локалізацію), групування за розмірами торгової площі, іншими ознаками діяльності об'єктів роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, які використовуються для державних статистичних спостережень торгової мережі та мережі ресторанного господарства.

1.3. Інструкція використовується при складанні суб'єктами господарювання форм державних статистичних спостережень, зокрема № 7-торг (річна) "Звіт про наявність торгової мережі та мережі ресторанного господарства" (далі – форма № 7-торг) та № 12-торг (річна) "Про наявність і використання торгової мережі на ринках та реалізацію сільськогосподарської продукції на них" (далі – форма № 12-торг), а також при проведенні обстежень торгової мережі та мережі ресторанного господарства працівниками органів державної статистики.

Зазначені форми статистичної звітності заповнюються на підставі даних первинної облікової документації, зокрема технічних паспортів, затверджених типових проектів, документів щодо орендної плати або обмірів, інвентарних карток обліку основних засобів тощо.

1.4. Терміни та визначення, що наведені в даній інструкції, застосовуються для цілей статистичних спостережень торгової мережі та мережі ресторанного господарства.

2. Загальні терміни та визначення

2.1. Роздрібна торгівля – вид економічної діяльності суб'єктів господарювання з продажу (без перероблення) населенню нових та вживаних товарів, призначених переважно для споживання громадянами (приватними особами) або домашніми господарствами, у магазинах, універсальних магазинах, лавках і кіосках, посилоківих торгових фірмах, торговими посередниками тощо (коди згідно з Класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) – 50.10.2, 50.30.2, 50.40.2, 50.50.0, 52.1, 52.2, 52.3, 52.4, 52.5, 52.6).

2.2. Ресторанне господарство – вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг із задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього в закладах (об'єктах) ресторанного господарства (коди згідно з КВЕД – 55.3, 55.4, 55.5).

2.3. Об'єкт (заклад) роздрібно́ї торгівлі – місцева одиниця (структурний підрозділ) суб'єкта господарювання, у якій здійснюється продаж споживчих товарів безпосередньо населенню для особистого споживання.

2.4. Об'єкт (заклад) ресторанного господарства – місцева одиниця (структурний підрозділ) суб'єкта господарювання, яка розміщується в окремій будівлі або приміщенні, має, як правило, обладнаний столами та стільцями для споживання їжі зал і необхідні виробничі та побутові приміщення та в якій здійснюється продаж продукції власного виготовлення і купованих товарів, переважно для споживання на місці.

2.5. Діючий об'єкт (заклад) роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства – об'єкт, який фактично працює на звітну дату або тимчасово не працює у зв'язку з ремонтом, інвентаризацією, санітарною обробкою, нетривалим переобладнанням, сезонним характером тощо. Не належить до діючого об'єкта об'єкт, який не працює або не працюватиме у зв'язку з переобладнанням, сезонним характером тощо більше 6 місяців.

2.6. Тип (вид) об'єкта (закладу) роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства – сукупність характерних ознак діяльності об'єктів роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства (асортимент, контингент споживачів, форми організації та обслуговування тощо).

2.7. Торгова мережа (мережа роздрібно́ї торгівлі) – сукупність об'єктів (закладів) роздрібно́ї торгівлі, розміщених на визначеній території (місто, селище тощо).

2.8. Мережа ресторанного господарства – сукупність об'єктів (закладів) ресторанного господарства, розміщених на визначеній території (місто, селище тощо).

2.9. Сезонна мережа – мережа роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства, яка відкрита для обслуговування населення на певний сезон року – тільки на літо, весну або зиму тощо. У складі сезонної мережі можуть бути палатки, кіоски, ятки тощо, об'єкти ресторанного господарства (під тентами, на верандах, у павільйонах легкого типу, збірні та переносні), які розміщені на лижних базах, катках, пляжах, стадіонах, у парках, на ярмарках і в інших місцях.

3. Мережа роздрібно́ї торгівлі

Мережа роздрібно́ї торгівлі поділяється на стаціонарну, напівстаціонарну, торгівлю поза магазинами (включаючи пересувну).

3.1. Мережа роздрібно́ї торгівлі стаціонарна – це сукупність об'єктів роздрібно́ї торгівлі, що розміщені в капітальних будівлях, мають систему спеціальних приміщень, оснащених торгово-технологічним устаткуванням. Стаціонарна мережа функціонує у вигляді об'єктів роздрібно́ї торгівлі – магазинів.

3.1.1. Магазин (крамниця) – об'єкт стаціонарної роздрібно́ї торгівлі, розміщений у відокремленій будівлі або приміщенні, що має торговий зал для покупців з достатньою торговою площею для їх обслуговування та систему спеціальних приміщень (для зберігання товарів, підготовки їх для продажу, підсобних, адміністративних, технічних тощо), оснащених торгово-технологічним устаткуванням, застосовує різні форми продажу товарів у широкому асортименті, надає населенню додаткові послуги, забезпечує високу культуру торгівлі. Магазин, який займає декілька окремих приміщень в одній будівлі і підпорядкований *одному суб'єкту господарювання*, обліковується як один магазин (*об'єкт роздрібно́ї торгівлі*); якщо торгівля здійснюється у декількох окремих приміщеннях у різних будівлях, то кожне приміщення обліковується як самостійний магазин (*об'єкт роздрібно́ї торгівлі*), навіть у тому разі, коли він підпорядкований *одному суб'єкту господарювання*. Розміри магазинів характеризуються їх торговою площею.

3.1.2. Торгова площа магазину – площа для торгівлі та обслуговування покупців, включаючи здану в оренду (крім площ окремих приміщень, що повністю здані в оренду), тобто сума площ, на яких здійснюється продаж товарів, та площ для розміщення служб з додаткового обслуговування покупців (відділ замовлень, кафетерій, демонстраційна зала,

камера сховищ, пакувальна, оформлення продажу у кредит та інші служби з додаткового обслуговування покупців). При цьому торгова площа включає площі, що зайняті під прилавками, стелажми та іншим обладнанням, яке встановлене в торговому залі.

За площі окремих приміщень, що здані в оренду, звітують суб'єкти господарювання, які їх орендують.

3.1.3. За розмірами торгової площі магазини можна класифікувати таким чином:

- менше 20 м²;
- від 20 м² до 59 м²;
- від 60 м² до 119 м²;
- від 120 м² до 399 м²;
- від 400 м² до 2499 м²;
- від 2500 м² до 4999 м²;
- від 5000 м² і більше.

У статистичній практиці для цілей кон'юнктурних спостережень зі статистики роздрібної торгівлі серед інших окремо виділяють магазини з торговою площею до 20 м² та великі магазини – від 400 м² до 2499 м², від 1000 м² до 2499 м², від 2500 м² і більше.

3.1.4. За формами обслуговування (торгівлі) магазини поділяють на:

- **самообслуговування** – різновид магазину, у якому покупець має вільний доступ до всіх товарів, самостійно підбирає і доставляє відібрані товари до вузлу розрахунку; не виключається можливість відпуску продавцями товарів, що потребують нарізки, зважування (без попередньої оплати). До магазину самообслуговування належать магазини, у яких вартість проданих товарів за цим методом становить не менше 70% обсягу його товарообороту;

- **з відкритою викладкою товарів** – різновид магазину, у якому покупець має вільний доступ до товарів, що відкрито викладені на робочому місці продавця, самостійно ознайомлюється з товарами, користується консультацією і допомогою продавця (наприклад, відмірювання та нарізання тканин, перевірка приладів у дії, консультації з правил користування товарами тощо) та відбирає необхідні йому товари; розрахунок за товари проводиться через стіл пакування або на робочому місці продавця;

- **торгівля через прилавок** – різновид магазину, у якому продаж товарів здійснює продавець;

- **торгівля за зразками** – різновид магазину, у якому покупець відбирає товар за зразками, що виставлені в торговому (демонстраційному) залі, і після оплати одержує відповідний зразку товар або безпосередньо в магазині, або з доставкою додому.

3.1.5. За спеціалізацією магазини поділяють на:

- **спеціалізований** – різновид магазину, у якому здійснюється торгівля широким асортиментом товарів однієї або декількох (не більше чотирьох) товарних груп. Можуть продаватись товари інших товарних груп, але кожна з них не повинна перевищувати 5% обсягу роздрібного товарообороту магазину. Вид спеціалізації визначається за найбільшою за обсягом продажу товарною групою;

- **неспеціалізований (універсальний)** – різновид магазину, асортимент якого включає широкую (5 і більше) номенклатуру товарних груп.

3.1.6. За товарною спеціалізацією магазини поділяють на:

- **продовольчий** – різновид магазину, у якому здійснюється продаж продовольчих товарів, а також можуть пропонуватись непродовольчі товари; при цьому обсяг продажу продовольчих товарів повинен бути не менше 35% обсягу роздрібного товарообороту магазину;

- **непродовольчий** – різновид магазину, у якому здійснюється продаж непродовольчих товарів, а також можуть пропонуватись продовольчі товари; при цьому

обсяг продажу продовольчих товарів не повинен бути більше 35% обсягу роздрібного товарообороту магазину.

До **продовольчих спеціалізованих магазинів** належать магазини типу: "Овочі-фрукти", "Горілчані вироби", "Хліб", "Кондитерські вироби", "Молоко", "Чай" тощо.

До **продовольчих неспеціалізованих (універсальних) магазинів** належать магазини типу:

- **Гастроном** – різновид неспеціалізованого продовольчого магазину, у якому здійснюється торгівля широким асортиментом продовольчих товарів через прилавок обслуговування і можуть надаватись додаткові послуги населенню.

- **Продтовари** – різновид неспеціалізованого продовольчого магазину, у якому здійснюється торгівля широким асортиментом продовольчих товарів.

- **Універсам** – різновид універсального магазину самообслуговування з торговою площею від 400 м² до 2499 м², у якому здійснюється торгівля широким асортиментом продовольчих товарів, можуть бути відділи з продажу непродовольчих товарів та надаватись додаткові послуги населенню.

- **Супермаркет** – різновид універсального магазину самообслуговування з торговою площею від 400 м² до 2499 м², у якому покупцю пропонується не менш 2000 найменувань продовольчих товарів, широкий асортимент непродовольчих товарів, а також широкий перелік додаткових послуг (стоянка автотранспорту, послуги з харчування, комплектування подарункових наборів та ін.).

- **Гіпермаркет** – різновид універсального магазину самообслуговування з торговою площею від 2500 м² і більше, у якому здійснюється продаж не менше 10 тисяч найменувань продовольчих та непродовольчих товарів, а також пропонується широкий перелік додаткових послуг населенню (стоянка автотранспорту, послуги з харчування, комплектування подарункових наборів та ін.).

До **непродовольчих спеціалізованих магазинів** належать магазини типу: "Одяг", "Взуття", "Тканини", "Меблі", "Радіотовари", "Ювелірні вироби", "Товари для спорту та туризму", "Автомобілі", "Автотовари", "Книги", "Квіти", "Аптека", "Оптика", "Медтехніка" тощо.

До **непродовольчих неспеціалізованих (універсальних) магазинів** належать магазини типу:

- **Універсальний магазин** – різновид магазину, асортимент якого включає широку номенклатуру непродовольчих товарів.

До універсальних магазинів слід відносити також магазини "**Дитячий світ**", "**Усе для дітей**" – це магазини, у яких здійснюється продаж універсального асортименту товарів в основному для дітей. Торгівля окремими асортиментними групами здійснюється через відокремлені відділи та секції.

- **Будинок торгівлі** – різновид універсального непродовольчого магазину з торговою площею від 1000 м² до 2499 м², у якому здійснюється продаж населенню предметів гардеробу та інших товарів.

- **Універмаг** – різновид універсального магазину з торговою площею не менш 2500 м², у якому здійснюється торгівля універсальним асортиментом непродовольчих товарів, можуть бути відділи з продажу продовольчих товарів та надаватись додаткові послуги населенню. Торгівля окремими асортиментними групами здійснюється через відокремлені відділи та секції.

3.2. Мережа роздрібної торгівлі напівстаціонарна – сукупність об'єктів роздрібної торгівлі, які займають відокремлене приміщення, як правило, легкої конструкції без великих капітальних витрат і, як правило, не мають торгового залу для здійснення торгово-технологічних операцій з покупцями. Напівстаціонарна мережа функціонує у вигляді об'єктів роздрібної торгівлі – кіосків, яток, автозаправних станцій тощо. Кіоск, ятка

враховуються як окремі об'єкти торгівлі незалежно від того, розташовані вони у будь-якому приміщенні (магазині, кінотеатрі тощо), на вулиці, ринку чи в підземному переході тощо.

3.2.1. Кіоск (ятка) – різновид об'єкта напівстаціонарної роздрібної торгівлі, що займає відокремлене приміщення легкої конструкції, як правило, без торгового залу та має просте обладнання.

3.2.2. Автозаправна станція (АЗС) – різновид об'єкта напівстаціонарної роздрібної торгівлі з продажу пального для автотранспортних засобів з використанням спеціального обладнання, а також супутніх товарів.

3.3. Торгівля поза магазинами (включаючи пересувну мережу) – сукупність нестаціонарних, пересувних пунктів з продажу товарів, які пристосовані для тривалої роздрібної торгівлі товарами населенню на розвіз або рознос (лотки, розкладки, стенди, палатки, автомагазини, автофургони тощо), через торгові автомати, а також роздрібна торгівля, що здійснюється комівояжерами, через каси неторгових підприємств, зі складів, поштою, за допомогою Інтернету, телефону, телебачення тощо.

3.3.1. Лотки (розкладки, стенди, палатки) – нестаціонарні пункти продажу товарів на вулиці, на ринках, у підземних переходах, приміщеннях кінотеатрів, магазинів тощо, які, як правило, на ніч розбираються.

3.3.2. Автомагазини, автофургони – різновид мережі пересувної роздрібної торгівлі, призначений для продажу товарів населенню за допомогою автомобільного транспорту.

3.3.3. Торгові автомати – різновид мережі роздрібної торгівлі предметами повсякденного попиту та імпульсної покупки, необхідної в різних ситуаціях (тютюнові вироби, прохолодні та гарячі напої, цукерки, інші легкі продукти харчування, газети, косметика, книги, музичні альбоми, фільми, футболки тощо). Їх установлюють на вулицях, площах, вокзалах, у місцях відпочинку населення для продажу штучних товарів.

3.3.4. Торгівля, що здійснюється комівояжерами – різновид роздрібної торгівлі поза магазинами з продажу товарів роз'їзними агентами торговельних фірм, які пропонують покупцям товари за зразками.

3.3.5. Продаж через каси неторгових підприємств – різновид роздрібної торгівлі поза магазинами в разі продажу товарів безпосередньо населенню промисловими, сільськогосподарськими, транспортними та іншими неторговими підприємствами через каси.

3.3.6. Торгівля зі складів – різновид роздрібної торгівлі поза магазинами, що здійснює торгівлю будівельними матеріалами, вугіллям, автомобілями, побутовою технікою тощо зі складу; має вузол розрахунку з покупцем і, як правило, не має торгової площі.

3.3.7. Продаж поштою – різновид роздрібної торгівлі поза магазинами, коли товари надсилають покупцю поштою на його замовлення на основі вибору товару за каталогами, оголошеннями, іншими видами реклами.

3.3.8. Торгівля через Інтернет, телефон, телебачення – різновид торгівлі поза магазинами, коли пропозиція та замовлення здійснюються за допомогою Інтернет, телефону, телебачення.

3.3.9. Торгівля з орендованих кутків, прилавків – різновид торгівлі, що здійснюється з орендованих площ, які розміщуються в інших підприємствах торгівлі (магазинах, оптових складських приміщеннях) та ресторанного господарства.

3.4. Торгово-сервісний центр (комплекс) – спеціально обладнане приміщення, площі якого здаються в оренду підприємствам та фізичним особам–підприємцям для здійснення діяльності з роздрібною торгівлю, ресторанного господарства, надання послуг туристичних агенцій, розважальних об'єктів тощо.

3.5. Павільйон – різновид об'єкта роздрібної торгівлі, який розташований в споруді легкого, *некапітального будівництва* з невеликою торговою залом і допоміжними

приміщеннями. Якщо павільйон має торговий зал з площею 20 м² і більше, то він ураховується як магазин, а з площею менше 20 м² – як кіоск. На ринках павільйон має торговий зал, місця в якому здаються в оренду підприємствам та підприємцям для здійснення діяльності з роздрібною торгівлі.

4. Мережа ресторанного господарства

Мережа ресторанного господарства за типами поділяється на ресторани, кафе, закуочні, буфети (кіоски), бари, їдальні та заклади з постачання готової їжі.

4.1. Ресторан – різновид об'єкта ресторанного господарства з різноманітним асортиментом страв, напоїв, кулінарних та кондитерських виробів складного приготування, з виготовленням та реалізацією страв на замовлення та фірмових страв, вино-горілчаних та тютюнових виробів, з підвищеним рівнем обслуговування і комфорту в поєднанні з організацією дозвілля відвідувачів.

Ресторани розрізняють за:

- спеціалізацією – асортиментом продукції, що реалізується (рибний, пивний, з національною кухнею чи з кухнею інших країн);
- місцем розташування – ресторан при готелі, вокзалі, у зоні відпочинку, лікувальних, оздоровчих закладах, на підприємствах та в установах, у вагонах залізничного, салонах авіа-, авто- та водного транспорту тощо. **Вагон-ресторан, салон-ресторан** – різновид ресторану, який організовує харчування споживачів послуг залізничних компаній та інших організацій пасажирського транспорту;
- часом обслуговування – швидкого обслуговування та звичайні. **Ресторан швидкого обслуговування** – різновид ресторану, де застосовують метод самообслуговування і пропонують обмежений асортимент продукції, що прискорює процес обслуговування;
- методом обслуговування – обслуговування офіціантами та самообслуговування;
- контингентом споживачів – загальнодоступні та закриті (обслуговують певний контингент споживачів);
- ступенем комфорту, рівнем обслуговування та обсягом послуг, що надаються, – класу люкс, вищого і першого.

Такий поділ за різними ознаками діяльності можна також застосовувати для групування інших типів об'єктів ресторанного господарства.

4.2. Кафе – різновид об'єкта ресторанного господарства, що має виробничі приміщення, зал для відвідувачів і реалізує широкий асортимент страв і кулінарних виробів нескладного приготування, хлібобулочні і борошняні кондитерські вироби, гарячі і холодні напої, кисломолочні продукти, товари, що купуються, із застосуванням методів самообслуговування або обслуговування офіціантами.

4.2.1. Закусочна (шинок) – різновид об'єкта ресторанного господарства, який має або не має виробничих приміщень, виготовляє страви і закуски нескладного приготування, гарячі і холодні напої, реалізовує хлібобулочні, кондитерські вироби, кисломолочні і товари, що купуються. До них належать також спеціалізовані закуочні: шашличні, котлетні, сосискові, пельменні, вареничні, чебуречні, чайні, пиріжкові, млинцеві, пончикові, бутербродні тощо. До закуочних належать також закуочні з національною кухнею.

4.2.2. Буфет (кіоск) – різновид об'єкта ресторанного господарства, що не має кухні і призначений для швидкого обслуговування споживачів гарячими і прохолодними напоями, бутербродами, курами-гриль, холодними стравами і закусками, хлібобулочними і кондитерськими виробами і деякими гарячими і солодкими стравами нескладного приготування.

Буфети організуються при виробничих підприємствах, школах та інших навчальних, лікувальних закладах, при готелях, при спортивних спорудах, вокзалах, на річкових і морських суднах, у зонах масового відпочинку тощо.

За спеціалізацією кафе поділяють на:

- **спеціалізовані** – мають обмежений асортимент страв і виробів (кафе-кондитерські, кафе-морозиво, кафе-молочні, дитячі кафе тощо) з кухнею або без неї;
- **неспеціалізовані** – мають широкий асортимент страв і виробів.

До буфетів належать кафетерії при магазинах, організовані від підприємств ресторанного господарства.

До купе-буфетів належать буфети, обладнані на частині площі одного з вагонів потяга і призначені для обслуговування пасажирів у потязі.

4.3. Бар – різновид об'єкта ресторанного господарства, що реалізовує широкий асортимент змішаних, міцних алкогольних, слабоалкогольних і безалкогольних напоїв, закусок, десертів, борошняних кондитерських та булочних виробів з реалізацією страв на замовлення та фірмових страв, товарів, що купуються, через барну стійку у поєднанні з організацією відпочинку та розваг відвідувачів.

Бари розрізняють за:

- специфікою організації дозвілля відвідувачів – відео-бар, вар'єте-бар, нічний бар-клуб та інші;
- спеціалізацією – асортиментом продукції, що реалізується та способом її приготування.

За спеціалізацією бари поділяють на:

- **спеціалізовані** – різновид бару, який реалізовує визначений спеціалізацією асортимент продукції (молочний, пивний, винний, кав'ярня, коктейль-бар, гриль-бар тощо);
- **неспеціалізовані** – різновид бару, який зорієнтований на реалізацію широкого асортименту коктейлів, десертів, бутербродів, штучних кондитерських виробів, фруктів, соків тощо.

4.4. Їдальня – різновид об'єкта ресторанного господарства, що функціонує, як правило, за місцем роботи споживачів, реалізовує споживачам різноманітний асортимент страв, як правило, за зниженими цінами, має зал для споживачів, інші необхідні виробничі, складські, адміністративно-побутові приміщення.

Їдальні поділяють на:

- загальнодоступні (не пов'язані з визначеним контингентом споживачів);
- закриті (для харчування чітко визначеної групи осіб на підприємствах та в організаціях, у загальноосвітніх, професійно-технічних і вищих навчальних закладах, малозабезпечених верств населення тощо).

До їдалень належать також:

- **їдальня-роздавальня** – різновид їдальні без кухні, оснащеної устаткуванням для підігріву їжі, де реалізують для споживання на місці страви і кулінарну продукцію, що доставляються з інших об'єктів ресторанного господарства;
- **пересувна їдальня** – різновид їдальні, що обладнана в спеціальних вагонах, автофургонах і контейнерах, призначена переважно для обслуговування розосереджених колективів працівників (будівельників, нафтовиків, працівників шляхів сполучення, електрифікації, лісового господарства тощо). Їжу в цих їдальнях готують на місці або підігрівають готову їжу, що доставляється в спеціальній тарі з інших об'єктів ресторанного господарства та роздається споживачам;
- **дієтична їдальня** – різновид їдальні, що здійснює власне виробництво дієтичних страв (перших, других, третіх, холодних) і має зал для споживачів.

4.5. Постачання готової їжі – різновид об'єкта ресторанного господарства, що здійснює діяльність з постачання готової їжі, яка готується централізовано для споживання в інших місцях: для авіакомпаній, залізничного та водного транспорту, для пунктів "Їжа на

колесах", для банкетів та прийомів, весіль тощо. До таких закладів належать фабрики-заготівельні, фабрики-кухні, домашні кухні тощо.

4.6. Місця в об'єктах ресторанного господарства – це місця за столами, барними стійками, відповідно обладнані для обслуговування споживачів. Вони розраховуються, виходячи з місткості торговельної зали – кількості відвідувачів, на одночасне фактичне обслуговування яких розраховано об'єкт ресторанного господарства.

4.7. Якщо в одній будівлі розміщено декілька відокремлених об'єктів ресторанного господарства, що належать (орендуються) одному суб'єкту підприємницької діяльності, різних за типом (ресторан, кафе, закуочна, їдальня, буфет тощо), то всі вони враховуються як один комплекс.

Комплексним вважається об'єкт ресторанного господарства, що задовольняє різнобічний попит населення на різноманітний асортимент продукції і види обслуговування через окремі зали двох і більше типів (ресторан, їдальня, бар, кафе, закуочна), що мають спільні приміщення – складські, адміністративні, побутові, технічні і частково виробничі. Тип об'єкта ресторанного господарства визначається за об'єктом, що має кухню, а у випадках, коли всі вони мають кухню, – за об'єктом із залом найбільшої місткості.

5. Порядок заповнення форм державних статистичних спостережень № 7-торг та № 12-торг щодо торгової мережі та мережі ресторанного господарства

5.1. У відповідності до визначених у розділах 2-4 цієї Інструкції видів мережі при складанні форми державного статистичного спостереження **№ 7-торг** "Звіт про наявність торгової мережі та мережі ресторанного господарства" у розділі I "Наявність мережі" зазначаються дані:

- у графі 1 – щодо кількості діючих об'єктів;
- у графі 2 – щодо розміру торгової площі в кв. м для об'єктів роздрібною торгівлі та кількості місць (одиниць) для об'єктів ресторанного господарства;
- у графі 3 – у тому числі щодо торгової площі, яку надано в оренду іншим суб'єктам господарювання для здійснення ними торгової діяльності;
- у графі 4 – щодо обсягу роздрібного товарообороту у вартісному вимірі (тис. грн.) за IV квартал звітного року.

Розділи III "Відомості про місцеві одиниці (структурні підрозділи) на території регіону" та IV "Відомості про місцеві одиниці (структурні підрозділи) за межами регіону" передбачають заповнення даних у відповідності до граф та рядків розділу I з розподілом їх за територіальною ознакою.

5.2. У відповідності до визначених у розділах 2-4 цієї Інструкції видів торгової мережі при складанні форми державного статистичного спостереження **№ 12-торг** "Про наявність і використання торгової мережі на ринках та реалізацію сільськогосподарської продукції на них" у розділі Б "Наявність та використання торгової мережі" наводяться дані щодо кількості типів об'єктів роздрібною торгівлі та їх розподілу за спеціалізацією з продажу окремих груп товарів.

5.3. Визначення типів об'єктів роздрібною торгівлі та ресторанного господарства, які наведені у розділах 2-4 цієї Інструкції, можуть також використовуватись у разі проведення одноразових обстежень діяльності фізичних осіб-підприємців з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства.