



VODIČ ZA ISPUNJAVANJE STATISTIČKOG IZVJEŠTAJA SPPI-UGL

Uvod

Svrha ovog vodiča jest pružiti detaljnije informacije o istraživanju kako biste lakše mogli ispuniti izvještaj o cijenama usluga promidžbe i oglašavanja SPPI-UGL. Ako vam je potrebna dodatna pomoć ili informacije, molimo da nam se obratite na broj telefona (01) 4806-125 ili elektroničkom poštom na adresu sppi@dzs.hr.

Povjerljivost podataka

Državni zavod za statistiku odgovoran je prema Zakonu o službenoj statistici osigurati da se podaci dobiveni ovim istraživanjem koriste isključivo za statističke svrhe. DZS zaprimljene podatke čuva kao poslovnu tajnu i ne dostavlja ih trećim osobama. DZS je zakonski odgovoran osigurati povjerljivost individualnih poslovnih podataka prikupljenih u statističkim istraživanjima. **Državna tijela nemaju pravo upotrebe prikupljenih podataka pojedinih poduzeća za određivanje bilo kakvih obveza poduzećima.** Prikupljeni podaci objavljuvat će se u agregiranom obliku tako da se ne mogu prepoznati individualne jedinice.

Svrha istraživanja

Osnovna svrha istraživanja jest mjerenje dinamike kretanja cijena koje odražavaju uvjete ponude i potražnje na tržištu usluga. Podaci dobiveni ovim istraživanjem služe za makroekonomske analize te se koriste i kao deflatori za pretvorbu vrijednosti outputa usluga u mjeru volumena. Iz pojedinačnih indeksa cijena pojedinih djelatnosti izračunava se indeks za cjelokupni uslužni sektor i takav se dostavlja Eurostatu. Također se možete koristiti rezultatima ovog istraživanja za usporedbu prosječnih kretanja cijena sa sličnim tvrtkama te analizu drugih aspekata svog poslovanja (troškovi, produktivnost, za izradu eskalacijske klauzule u ugovoru).

Vaše sudjelovanje je važno

Bez točnih podataka svih uzorkom izabranih poslovnih subjekata ne može se izračunati točan i za korisnike upotrebljiv indeks cijena usluga promidžbe i oglašavanja, a to opet ugrožava i realnost indeksa cijena za cjelokupni uslužni sektor.

Pravna i metodološka osnova

Pravna osnova za provođenje istraživanja jest Zakon o službenoj statistici (NN, br. 103/03., 75/09. i 59/12.) i Godišnji provedbeni plan statističkih aktivnosti. Metodološku osnovu čine propisi Eurostata i nacionalni propisi.

Propisi Eurostata na kojima se temelji metodologija za ovo istraživanje jesu:

- Uredba Vijeća (EZ) br. 1165/98 od 19. svibnja 1998. o kratkoročnim poslovnim statistikama
- Uredba (EZ) Europskog parlamenta i Vijeća br. 1158/2005 od 6. srpnja 2005. o izmjenama i dopunama Uredbe Vijeća (EZ) br. 1165/98 o kratkoročnim statistikama
- Uredba Komisije (EZ) br. 1503/06 o provedbi i izmjenama i dopunama Uredbe Vijeća (EZ) br. 1165/98 o kratkoročnim statistikama u pogledu definicija i varijabla, popisa varijabla i učestalosti prikupljanja podataka.

Metodološki priručnik na temelju kojeg se izrađuje nacionalna metodologija za izračun indeksa:

„Methodological guide for developing producer price indices for services“, Eurostat i OECD, second edition (<http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-manuals-and-guidelines/-/KS-04-14-661>) i konzultirana je praksa drugih zemalja (www.voorburggroup.org/).

Međunarodno usporedivi podaci

Podaci o cijenama usluga međunarodno su usporedivi na razini EU-a. Eurostat tromjesečno preuzima indekse cijena. Podaci za članice EU-a i Republiku Hrvatsku mogu se naći u bazi podataka Eurostata na internetskoj stranici <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, i to:

Tables by Themes

Industry, trade and services

Short-term business statistics

Trade and Services

Services

Service producer prices (SPPI)

Koncept cijena

Cijena uslužnih djelatnosti jest ugovorna cijena, odnosno **cijena** koju **prima proizvođač, tj. pružatelj usluga** za izvršenu uslugu. U tu su cijenu uključene moguće primljene subvencije, a isključeno je plaćanje poreza. Cilj je pratiti cijene usluga koje su za izabrana poduzeća važne, bilo u smislu učestalosti izvođenja ili s vrijednosnoga gledišta.

Budući da prikupljeni podaci **o cijenama moraju biti usporedivi po tromjesečjima**, promatrane usluge treba jasno specificirati. Konačan popis važnih usluga utvrđujemo u suradnji s konkretnim poduzećem obično na početku godine, a po potrebi i unutar godine.

Struktura i sadržaj obrasca

Osnovni podaci

Razdoblje

Razdoblje označava tromjesečno razdoblje za koje se obrazac ispunjava. Imamo četiri oznake za tromjesečja:

- **01** – za razdoblje od 1. siječnja do 31. ožujka
- **02** – za razdoblje od 1. travnja do 30. lipnja
- **03** – za razdoblje od 1. srpnja do 30. rujna
- **04** – za razdoblje od 1. listopada do 31. prosinca.

Naziv tvrtke, adresa, OIB i MB

Naziv tvrtke treba biti potpun, a adresa tvrtke odnosi se na adresu gdje je tvrtka registrirana.

OIB i MB ispisuju se tako da budu ispunjena sva polja predviđena za te podatke.

Osoba za kontakt

Traže se podaci o osobi s kojom se može kontaktirati u vezi s ispunjenim izvještajem. Preporučujemo da to bude osoba koja se svakodnevno bavi određivanjem prodajnih cijena vaših usluga.

Potrebno je upisati njezino ime i prezime, u kojem sektoru ili odjelu poduzeća radi (ako je za ispunjavanje izvještaja zadužena osoba iz vanjskoga računovodstvenog servisa, to treba naznačiti pod sektor/odjel), zatim telefonski broj, telefaks te adresu elektroničke pošte na koju joj se možemo obratiti. Kod upisa telefonskih brojeva obvezatno se upisuje predbroj.

Pod „Izvještaj sastavio“ i „Izvještaj odobrio“ traži se potpis tih osoba. (Ovaj zahtjev vrijedi samo za papirnate izvještaje.)

Dio A

Dio A ispunjava se samo pri prvom slanju izvještaja u godini.

Promet se uvijek iskazuje **za godinu koja je prethodila godini u kojoj se provodi istraživanje i daje se samo prilikom prvog ispunjavanja izvještaja.**

Promet je vrijednost svih prodanih roba i obavljenih usluga na tržištu tijekom godine bez obzira na to jesu li naplaćene ili ne. Iz prometa je isključen porez na dodanu vrijednost. Promet odgovara prihodu od obavljanja djelatnosti bez izvanrednih i financijskih prihoda.

- **Ukupan promet ostvaren od svih djelatnosti** – u ovo polje unosi se sveukupan godišnji promet poduzeća u tisućama kuna neovisno o tome od koje je djelatnosti ostvaren. Isključen je PDV.
- **Promet ostvaren samo od usluga promidžbe i oglašavanja** – u ovo polje unosi se godišnji promet koji je sadržan u ukupnom prometu poduzeća, a odnosi se samo na djelatnosti promidžbe i oglašavanja. Isključen je PDV.

Ukupan promet i promet od usluga promidžbe i oglašavanja mogu biti isti u slučaju da se poduzeće nije bavilo nikakvim drugim aktivnostima od kojih je ostvarilo promet.

- **Ako ostvarujete promet i od nekih drugih djelatnosti (osim promidžbe i oglašavanja)**, molimo da napišete koje su to djelatnosti.

Tablica strukture prometa po skupinama usluga promidžbe i oglašavanja

Za strukturu prometa predviđena je tablica u koju se unosi udio (u %) u prometu ostvarenom samo od usluga promidžbe i oglašavanja za svaku skupinu usluga koje poduzeće pruža. Zbroj udjela mora iznositi 100% prometa ostvarenoga od djelatnosti promidžbe i oglašavanja. Upisuju se samo cijeli brojevi bez decimala.

Ako se dio prometa ostvaruje i od **ostalih usluga promidžbe i oglašavanja** (šifra skupine usluga 41), u prazno polje treba naznačiti koje su to usluge.

Dio B

Prosječna stopa marže

- U ovom dijelu obrasca unosi se vaša prosječna tromjesečna stopa marže svih ugovora. Budući da je u interesu prikupiti stvarnu naplaćenu cijenu, važno je znati konačnu stopu marže koja se koristila. Stopa marže uzima se u obzir kada iskazujete troškove umjesto cijena (šifra načina formiranja cijena VT u tablici 2.). Obično su te cijene izražene kao prosječna tromjesečna plaća (trošak) prema kvalifikaciji i stažu osoba koje obavljaju uslugu.
- Ako niste u mogućnosti izračunati prosječnu stopu marže svih ugovora, upisujete procijenjenu stopu marže za najvažniju skupinu usluga koju obavljate.

Broj odrađenih i fakturiranih jedinica vremena rada (SAT/DAN...) osoblja koje radi na uslugama promidžbe i oglašavanja (ne uključuje se pomoćno osoblje)

U slučaju određivanja cijene usluge iskazane kao „čovjek-sat/dan...“ moguće je da se kod fakturiranja broj sati/dana... koji su fakturirani razlikuje od broja sati/dana... koji su stvarno odrađeni (uglavnom su fakturirani sati/dani... manji od stvarno odrađenih). To podrazumijeva nižu ili višu „stvarnu cijenu po satu/danu...“.

U ovom dijelu obrasca unosite podatke samo ako u tablici 2. iskazujete prosječnu cijenu po jedinici vremena koja je interno određena cjenikom (način formiranja cijena VN u tablici 2.) ili ako iskazujete troškove umjesto cijena, a temelje se na vremenu npr. plaća „čovjek-sat/dan...“ (način formiranja cijena VT u tablici 2.)

Ako ne postoje takve evidencije, dovoljno je dati stručnu procjenu odrađenih i fakturiranih jedinica vremena rada (sat, dan...).

- Upisuje se broj **stvarno odrađenih jedinica vremena rada** osoblja koje radi na uslugama promidžbe i oglašavanja u promatranom tromjesečju bez obzira na to jesu li fakturirane ili naplaćene.
- Upisuje se broj **svih fakturiranih jedinica vremena rada** osoblja koje radi na uslugama promidžbe i oglašavanja u promatranom tromjesečju koje su odrađene u promatranom tromjesečju bez obzira na to jesu li naplaćene.

Odabir tipičnih usluga i cijene odabranih usluga

Ovaj dio sadržava tablicu 2. „Tipične usluge i cijene“, u koju se upisuju podaci o tipičnim uslugama poslovnog subjekta. Odabire se jedna tipična usluga iz svake skupine usluga za koju ste iskazali udio prometa u tablici 1. Ako je ukupni (100%) promet ostvaren samo od jedne skupine usluga, molimo vas da navedete najmanje dvije tipične usluge te njihove cijene. **Za skupinu usluga 41** "Ostale nespomenute usluge promidžbe i oglašavanja" izbor tipičnih usluga **nije potreban**.

Tipična usluga znači da je ta usluga:

Karakteristična za poduzeće: izabrana usluga treba imati znatan udio u prometu pripadajuće skupine usluga i treba biti tipičan način pružanja usluge za danu skupinu usluga.

Ponavljajuća: važno je da odaberete uslugu koju ste obavljali prije i za koju očekujete da ćete je obavljati još barem godinu dana.

Stabilna: posao obavljen za svaku tipičnu uslugu treba biti sličan iz tromjesečja u tromjesečje.

Preduvjet točnosti izračunanog indeksa cijena je da se iz tromjesečja u tromjesečje izvješćuju cijene za istu uslugu (**iste kvalitete i obujma**) što znači da činitelji koji određuju cijenu usluge moraju uvijek biti **isti**.

Tablica 2. Tipične usluge i cijene ispunjava se na sljedeći način:

U stupac ① Šifra usluga upisuje se šifra skupine usluga koja se može pronaći u tablici 1., u prvom stupcu (šifre od 11 do 41). Šifra usluge ovisi o skupini usluga kojoj pripada te o vrsti usluge koja se izabire za izvještavanje.

U stupac ② Način formiranja cijena upisuje se kratica načina formiranja cijene za odabranu uslugu a to može biti:

PR – postotna vrijednost (percentage fee) koja se izračunava kao umnožak unaprijed definiranog postotka naknade i vrijednosti investicije;

VD – cijena koju ste izračunali kao rezultat dijeljenja prometa od izabrane usluge koji su ostvarile osobe određene kvalifikacije i staža u promatranom tromjesečju s brojem odrađenih jedinica vremena tih osoba u istom razdoblju (prosječna cijena po jedinici vremena (sat, dan,...) koja je stvarno naplaćena);

VN – prosječna cijena po jedinici vremena koja je interno određena (cjenik) za osobe određene kvalifikacije i staža;

VT – troškovi koji su korišteni za obavljanje određene usluge, a temelje se na vremenu (sat, dan itd). Obično su te cijene izražene kao prosječna tromjesečna plaća (trošak) prema kvalifikaciji i stažu osoba koje obavljaju uslugu;

TC – transakcijska cijena, tj. cijena iste ili vrlo slične usluge koja se pruža istim ili različitim klijentima barem jedanput u tromjesečju;

UG – cijena na bazi sklopljenog ugovora, iste ili vrlo sličnih usluga koje se pružaju za istoga klijenta tijekom razdoblja ne kraćega od jedne godine. Usluga se na osnovi istog ugovora pruža klijentu najmanje jedanput u tromjesečju. U ugovoru je obujam usluge precizno definiran (trajanje ugovora, količine, cijene i ostali bitni elementi određivanja cijene) te je unaprijed određen ukupan iznos koji će se platiti za obavljene usluge iz ugovora. Ako je cijena ugovorena za dulje razdoblje, npr. cijelu godinu, ista se cijena prenosi iz tromjesečja u tromjesečje sve dok se cijena iz ugovora ne revidira.

(Vidjeti primjere na str. 6. i 7. ovog dokumenta.)

U stupac ③ Identifikacijski broj; opis usluge i glavni elementi koji određuju cijenu upisuje se interni identifikacijski broj usluge ako postoji u vašem poduzeću. Opišite uslugu što je moguće detaljnije koristeći se sljedećim činiteljima koji obično određuju cijenu usluga u vašoj djelatnosti, ako su primjenjivi:

- stupanj kvalifikacije osoblja
- vrsta oglasnog medija
- veličina oglasa
- vrsta oglasa
- vrsta klijenata
- trajanje ugovora.

Predloženi činitelji nisu i zadani što znači da možete opisati uslugu na svoj način koristeći se onim činiteljima koji su relevantni za formiranje cijene usluge koju opisujete, a ne nalaze se na ovoj listi.

Kod opisa usluge imajte na umu da se iz tog opisa može uočiti kada je došlo do promjene usluge, a time i do promjene cijene.

Opis usluge se tijekom godine ne mijenja i on jednoznačno određuje uslugu koju ste izabrali za izvješćivanje.

U stupac ④ Mjerna jedinica upisuje se jedinica za koju se dogovara cijena usluge. Mjerna jedinica može biti:

- sat
- minuta
- m²
- postotna vrijednost
- ostalo

Možete se također koristiti drugom mjernom jedinicom koju smatrate važnom za formiranje cijene usluge.

U stupce ⑤ i ⑥ Cijena u prethodnome i tekućem tromjesečju upisuje se cijena odabrane usluge koja je fakturirana klijentima u prethodnome i tekućem tromjesečju. Naznačena cijena predstavlja prihod koji ste fakturirali za jedinicu usluge. **Iz cijene treba biti isključen PDV, a uključene subvencije.** U slučaju da se cijena iste usluge mijenjala tijekom istog tromjesečja, izračunajte prosječnu cijenu za to tromjesečje.

Obvezatno se ispunjava polje cijena za prethodno tromjesečje (osim u slučaju kada je riječ o novoj usluzi koja se nije obavljala u prethodnom tromjesečju). Kod elektroničkog ispunjavanja izvještaja taj će podatak biti unaprijed ispisan u aplikaciji kod sljedećeg unosa podataka, i to u slučaju ako nije došlo do zamjene tipične usluge. U prvom tromjesečju u to se polje unosi cijena za četvrto tromjesečje prethodne godine bez obzira na to jeste li tada sudjelovali u istraživanju ili ne.

U stupac ⑦ Razlog promjene ili nedostatka cijene unosi se šifra razloga promjene cijene u slučajevima kada se cijena izabrane usluge promijenila u tekućem tromjesečju u odnosu na prethodno (šifra od 1 do 7 ili 11). U slučaju da ne raspoložete cijenom za tekuće tromjesečje, unesite šifru 8 ili 9. Ako ne raspoložete cijenom za prethodno tromjesečje jer obavljate potpuno novu uslugu ili nadomještate staru, unesite šifru 10.

Šifre 8. – 10 nisu prihvatljive pri prvom ispunjavanju upitnika.

ŠIFRE RAZLOGA PROMJENE I NEDOSTATKA PODATAKA O CIJENI

Šifra Razlozi promjena i nedostatka podataka o cijeni

- 1 **NOVI CJENIK** – U promatranom razdoblju promijenili ste cijenu zbog prijelaza u novu fiskalnu godinu ili ste uskladili cijene s inflacijom ili tarifom.
- 2 **POTRAŽNJA PREMAŠUJE PONUDU** – U promatranom razdoblju povećala se potražnja za uslugom koju pružate, a nemate mogućnosti zadovoljiti svaki zahtjev niti na tržištu postoje slična poduzeća koja bi pružala usluge slične vašima. Prema tome, cijena je porasla.
- 3 **PONUĐA PREMAŠUJE POTRAŽNJU** – U promatranom razdoblju broj pružatelja usluge se povećao, a broj kupaca odnosno klijenata se smanjio. Primjerice usluga je postala manje atraktivna za kupce jer su se na tržištu pojavile nove, poboljšane usluge. Prema tome, cijena se snizila. Isto tako, ako se kupovna moć klijenata smanjila, prisiljeni ste smanjiti cijenu usluge kako biste je prodali.
- 4 **POPUST** – U tom razdoblju odobravao se popust na cijenu usluge. Promjena cijene vrijedi i u slučaju ako se cijena u promatranom tromjesečju promijenila zbog smanjenja/povećanja popusta u odnosu na popust koji je vrijedio u prethodnom tromjesečju.
- 5 **PREKID POPUSTA** – U promatranom se razdoblju cijena usluge vratila na razinu prije popusta.
- 6 **PROMJENA U TROŠKOVIMA UTJECALA JE NA CIJENU** – U promatranom razdoblju promijenila se cijena potrošnog materijala, plaće kvalificiranog osoblja ili se promijenio devizni tečaj, što utječe na promjenu cijena usluge.
- 7 **DRUGI RAZLOZI PROMJENE CIJENE** – U ovom slučaju potrebno je navesti koji su to razlozi promjene cijena. Primjerice, revizija ugovora, indeksacija mogu biti neki od ostalih razloga promjena cijena. Bitno je da se navede koji je to drugi razlog.
=====
- 8 **USLUGA SE PRIVREMENO NE OBAVLJA** – Ako se u promatranom tromjesečju odabrana usluga privremeno ne obavlja, ali očekujete da će se opet obavljati u sljedećim razdobljima. U ovom slučaju cijenu za tekuće tromjesečje ne iskazujete, odnosno cijenu za tekuće tromjesečje iskazujete u onom tromjesečju kada ste uslugu ponovno počeli obavljati.
- 9 **USLUGA SE VIŠE NE NUDI** – Ako ste uslugu koju ste izabrali za izvješćivanje prestali obavljati, tj. više se ne nalazi u vašoj ponudi. U ovom slučaju cijenu odabrane usluge za tekuće tromjesečje ne iskazujete. U sljedećim tromjesečjima ova se usluga više ne prikazuje na izvještajima.
- 10 **NOVA USLUGA** – Ako za novu/nadomjesnu uslugu ne postoji cijena za prethodno tromjesečje jer je riječ o potpuno novoj usluzi koju je poduzeće počelo obavljati tek od tekućeg tromjesečja, a izabrali ste je za izvješćivanje jer uslugu koju ste prvotno izabrali za izvješćivanje više ne obavljate ili više nije tipična ili je bitno promijenjena.
=====
- 11 **TEČAJNE RAZLIKE** – Tečajne razlike su iznosi koji proizlaze iz promjena tečaja (kao cijene novca) između dva razdoblja. Ovaj razlog se navodi ako se cijena usluge u poduzeću iskazuje u stranoj valuti, a kod obračuna u kunskoj protuvrijednosti dolazi do razlika u cijenama prethodnoga i tekućeg razdoblja.

PRIMJER ISPUNJAVANJA OBRASCA S POPISOM NEKIH OD MOGUĆIH USLUGA I ELEMENATA KOJI ODREĐUJU CIJENU

Dio A: PODACI O PROMETU

Promet je vrijednost svih prodanih roba i obavljenih usluga na tržištu tijekom godine bez obzira na to jesu li naplaćene ili ne. Iz prometa je isključen porez na dodanu vrijednost.

1. PROMET OSTVAREN U 2013.

a) UKUPAN PROMET PODUZEĆA OSTVAREN OD SVIH DJELATNOSTI U 2013. u tis. kn bez PDV-a 62 325

b) PROMET OSTVAREN SAMO OD DJELATNOSTI PROMIDŽBE I OGLAŠAVANJA U 2013. u tis. kn bez PDV-a 58 410

c) Ako ostvarujete promet i od nekih drugih djelatnosti (ne od promidžbe i oglašavanja), molimo napišite koje su to djelatnosti:

 djelatnosti istraživanja tržišta

2. STRUKTURA PROMETA U DJELATNOSTI PROMIDŽBE I OGLAŠAVANJA (b) U 2013.

Molimo da u sljedećoj tablici navedete udjele prometa (u %) po skupinama usluga u djelatnosti promidžbe i oglašavanja koje ste ostvarili u 2013. Ako ne možete iz poslovne evidencije točno odrediti udio prometa po skupinama, možete se koristiti procjenama.

Tablica 1. Struktura prometa u djelatnosti promidžbe i oglašavanja u 2013. po skupinama usluga

Šifra skupine usluga	Naziv skupine usluga	Struktura prometa u 2014. (%)
a	b	1
01	USLUGE AGENCIJA ZA PROMIDŽBU - uključuje se cijeli spektar usluga oglašavanja (putem vlastitih kapaciteta poduzeća ili uz podugovaranje), uključujući savjetovanje, kreativne usluge, izradu promotivnog materijala i kupnju.	
11	Cjelovite usluge promidžbe pružanje kompletnog niza promidžbenih usluga, uključuje usluge planiranja, kreiranja i izvedbe te kontrole (npr. kreiranje koncepta, kreiranje ključnih poruka, kreiranje oglasnih sredstava, odabir korištenih medija, izvedba u medijima, kontrola i mjerenje učinaka) u svim oblicima promidžbe - isključuje se: snimanje i realizacija promotivnoga ili promidžbenog filma; usluge odnosa s javnošću; usluge istraživanja tržišta; fotografske usluge	82
12	Usluge direktnog marketinga - razvoj i organiziranje komunikacijskih kampanja direktnog marketinga, tj. organizirano slanje promotivnih poruka izravno kupcima - uključuje metode kao što su direktno obraćanje poštom, osobna distribucija ili telemarketing - isključuju se usluge poštanskih djelatnosti	
13	Usluge osmišljavanja i konceptualnog razvoja promidžbenih kampanja - uključuje se: kreiranje osnovne ideje za oglas, nacrt teksta; dizajniranje izgleda tiskanih oglasa, ilustracija, postera; pisanje scenarija za promidžbene filmove	
14	Ostale usluge promidžbe - uključuje se: oglašavanje putem zraka; usluge isporuke besplatnih uzoraka i ostaloga oglasnog materijala; usluge demonstriranja i prezentiranja na mjestu prodaje; usluge promotivne prodaje (u slučaju da se ne zaprime narudžbe) - isključuje se: objavljivanje oglasnog materijala; usluge organiziranja poslovnih događaja	
02	OGLAŠAVANJE (PRODAJA OGLASNOG PROSTORA I VREMENA) -obuhvaća se oglašavanje preko različitih vrsta medija, a ne uključuje se oglašavanje izravno od strane vlasnika (izdavača itd.), odnosi s javnošću i djelatnosti priopćavanja.	
21	Oglašavanje u tiskanom mediju	
22	Oglašavanje na televiziji/radiju	
23	Oglašavanje na internetu	
24	Prodaja oglasnog prostora vezanoga za događanja/priredbe (sportske, kulturne i sl. događaje (sponzorstvo))	
25	Vanjsko i unutarnje oglašavanje (billboard, u restoranima, u transportnim sredstvima itd.)	
26	Ostala prodaja oglasnog prostora i vremena	
03	PREPRODAJA ZAKUPLJENOG MEDIJSKOG PROSTORA/VREMENA	
31	Preprodaja zakupljenog prostora u tiskanom mediju	18
32	Preprodaja zakupljenog vremena na televiziji/radiju	
33	Preprodaja zakupljenog prostora na internetu	
34	Preprodaja zakupljenog prostora na vanjskim i unutarnjim sredstvima oglašavanja	
35	Ostala preprodaja zakupljenog prostora/vremena	
04	OSTALE NESPOMENUTE USLUGE PROMIDŽBE I OGLAŠAVANJA	
41	Ostali nespomenuti proizvodi i usluge promidžbe i oglašavanja (molimo da navedete koje su to usluge):	
PROMET ostvaren od usluga promidžbe i oglašavanja (11+12+13+14+21+22+23+24+25+26+31+32+33+34+35+41)		100%
Upišite tip podataka pretežno korištenih za prikaz prometa, koristeći se kriticama: P (procjena) - E (poslovne evidencije poduzeća) - K (kombinacija procjene i poslovne evidencije)		

NASTAVAK PRIMJERA:

Dio B: ODABIR TIPIČNIH USLUGA I CIJENE ODABRANIH USLUGA

1. PROSJEČNA STOPA MARŽE SVIH UGOVORA U PROMATRANOM TROMJESEČJU

Ako cijene usluga iskazujete kao **troškove** (šifra načina formiranja cijene VT u tablici 2) koji su korišteni za obavljanje određene usluge (npr. prosječna tromjesečna plaća prema kvalifikaciji i stažu osoba koje obavljaju uslugu), molimo da upišete prosječnu stopu marže svih ugovora u promatranom tromjesečju. Ako niste u mogućnosti izračunati prosječnu stopu marže svih ugovora, molimo da upišete **procijenjenu stopu marže za najvažniju skupinu usluga** koju obavljate.

2. BROJ STVARNO ODRAĐENIH I FAKTURIRANIH VREMENSKIH JEDINICA RADA (SAT/DAN/MJESEC...) OSOBLJA KOJE RADI NA USLUGAMA PROMIDŽBE I OGLAŠAVANJA (ne uključuje se pomoćno osoblje)

Ako u ugovorima cijene usluga iskazujete u vremenskim jedinicama (satnice/dnevnice...) – šifra načina formiranja cijena VN ili VT u tablici 2., molimo da upišete broj odrađenih i fakturiranih vremenskih jedinica svih tih ugovora, i to **samo za osoblje koje radi na uslugama promidžbe i oglašavanja**. Ako u svojim poslovnim evidencijama nemate točan broj, molimo da date svoju stručnu procjenu.

BROJ ODRAĐENIH JEDINICA VREMENA U PROMATRANOM TROMJESEČJU.....

2.234

SATI / DANA
zaokružite

BROJ FAKTURIRANIH JEDINICA VREMENA KOJE SU ODRAĐENE U PROMATRANOM TROMJESEČJU.....

2.056

ODABIR TIPIČNE USLUGE

U tablici 2. potrebno je za **svaku skupinu usluga** za koju ste naveli udio prometa u tablici 1. odabrati po jednu tipičnu uslugu te ih opisati i iskazivati cijene. Ako je ukupni promet ostvaren **samo od jedne skupine usluga (100%)**, molimo da navedete **dvije tipične usluge** te njihove cijene za tu skupinu usluga. Za skupinu usluga 41 Ostale nespomenute usluge promidžbe i oglašavanja nije potrebno iskazivati usluge i cijene.

Pri odabiru tipične usluge za izvještavanje cijena treba voditi računa o tome da je izabrana usluga reprezentativna, tj. da je:

Karakteristična za poduzeće: usluga koja ima znatan udio u prometu pripadajuće skupine usluga i tipičan je način pružanja usluge za danu skupinu usluga

Ponavljajuća: usluga koju ste i prije obavljali i za koju očekujete da ćete je obavljati još barem godinu dana

Stabilna: posao obavljen za svaku tipičnu uslugu treba biti sličan iz tromjesečja u tromjesečje.

Ako se pojave znatne promjene kod usluga koje iskazujete, molimo da postojeću uslugu zamijenite drugom tipičnom uslugom i prikazete podatke za novu uslugu za prethodno i tekuće tromjesečje (donji dio tablice 2.).

PRIJE ISPUNJAVANJA TABLICE 2. POMNO PROČITAJTE UPUTE I POGLEDAJTE PRIMJERE NA SLJEDEĆOJ STRANICI I U VODIČU ZA ISPUNJAVANJE STATISTIČKOG IZVJEŠTAJA SPPI-OGL.

Tablica 2. TIPIČNE USLUGE I CIJENE U 2014.

NAPOMENA! - U stupcima 5 i 6 iskažite cijene pojedinih usluga koje ste izabrali, a ne ukupne prihode koje ste ostvarili u promatranim tromjesečjima.

Iznimno ove godine istraživanje se provodi samo za treće i četvrto tromjesečje 2014. kao pilot-istraživanje. U izvještaju za treće tromjesečje, kao prethodno tromjesečje smatra se drugo tromjesečje, a kao tekuće tromjesečje – treće tromjesečje 2014. U izvještaju za četvrto tromjesečje, kao prethodno tromjesečje smatra se treće tromjesečje, a kao tekuće tromjesečje – četvrto tromjesečje 2014.

Šifra skupine usluga	Šifra načina formiranja cijena	Identifikacijski broj; opis usluge i glavnih elemenata koji određuju cijenu	Mjerna jedinica	Cijena za iskazanu mjernu jedinicu u kn, bez PDV-a		Razlog promjene ili nedostatka cijene
				prethodno tromjesečje	tekuće tromjesečje	
1	2	3	4	5	6	7
11	VN	Kreiranje komunikacijskih i marketinških koncepata, akcija i kampanja - strateški planer	sat	600,00	610,00	6
32	PR	3% od vrijednosti zakupljenog vremena na nacionalnoj radijskoj postaji – 30 sekundi (prime time)	postotna vrijednost	550,00	550,00	