

VODIČ ZA ISPUNJAVANJE STATISTIČKOG IZVJEŠTAJA SPPI-ISTR

Uvod

Svrha ovog vodiča jest pružiti detaljnije informacije o istraživanju kako biste lakše mogli ispuniti izvještaj o cijenama usluga u djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja SPPI-ISTR. Ako vam je potrebna dodatna pomoć ili informacije, molimo da nam se obratite na broj telefona (01) 4806-162 ili elektroničkom poštom na adresu spipi@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. Državna tijela nemaju ovlasti koristiti se prikupljenim podacima za nametanje bilo kakvih obveza izvještajnim jedinicama. 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. Rezultatima ovog istraživanja također se možete koristiti za usporedbu prosječnih kretanja cijena sa sličnim tvrtkama te analizu drugih aspekata svog poslovanja (troškovi, produktivnost, za izradu eskalacijske klauzule u ugovoru).

Vaše je sudjelovanje važno

Bez točnih podataka svih uzorkom izabranih poduzeća ne može se izračunati točan i za korisnike upotrebljiv indeks cijena usluga u djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja, a to ugrožava i realnost indeksa cijena za cijeli 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-a) br. 1165/98. od 19. svibnja 1998. o kratkoročnim poslovnim statistikama
- Uredba (EZ-a) 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-a) br. 1503/06. o provedbi i izmjenama i dopunama Uredbe Vijeća (EZ-a) 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, 2005. (www.oecd.org/dataoecd/44/40/36274111.pdf). 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://epp.eurostat.ec.europa.eu/>, i to:

- *Statistics Database*
- *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 isključena plaćanja poreza. Cilj je pratiti cijene usluga koje su za izabrana poduzeća važne, bilo u smislu učestalosti izvođenja bilo 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

I. Osnovni podaci

Razdoblje

Razdoblje označuje 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.

Treba 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), 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 papirnatu izvještaje.)

II. DIO A: Podaci o prometu poduzeća

Promet se uvijek daje **za godinu koja je prethodila godini u kojoj se provodi istraživanje i daje se samo pri prvom ispunjavanju izvještaja u godini.**

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 (poslovni prihod) bez izvanrednih i financijskih prihoda.

Oba polja prometa treba ispuniti.

a) **Ukupan promet poduzeća ostvaren od svih djelatnosti**

- u to polje unosi se sveukupan godišnji promet poduzeća u tisućama kuna neovisno o tome od koje je djelatnosti ostvaren. Isključen je PDV.

b) **Promet ostvaren samo od djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja**

- u to polje unosi se godišnji promet u tisućama kuna koji je sadržan u ukupnom prometu poduzeća, a odnosi se samo na djelatnost istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja. Isključen je PDV.

Ukupan promet poduzeća i promet od djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja mogu biti isti u slučaju da se poduzeće nije bavilo nikakvim drugim aktivnostima od kojih bi ostvarilo promet.

c) **Ako ostvarujete promet i od nekih drugih djelatnosti (ne istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja),**

- molimo napišite koje su to djelatnosti na crtu na papirnatom obrascu ili u prazno polje na mrežnom obrascu.

1) **Tablica 1. Struktura prometa u djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja**

Za strukturu prometa predviđena je tablica u koju se unosi udio prometa (u %) u prometu ostvarenome samo od djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja za svaku skupinu usluga koje poduzeće pruža. Zbroj udjela mora iznositi 100% prometa ostvarenoga od djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja iskazanog pod b. Upisuju se samo cijeli brojevi bez decimala.

Ako se dio prometa ostvaruje i od **ostalih usluga istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja** (šifra skupine usluga 60), u praznom polju treba naznačiti koje su to usluge.

Na kraju tablice treba naznačiti tip podataka koji se koristio za iskazivanje strukture prometa.

- **P** (procjena) – ako se sa sigurnošću iz poslovnih evidencijskih knjiga nije mogla odrediti struktura prometa
- **E** (poslovne evidencije poduzeća) – ako se iz poslovnih knjiga poduzeća mogla točno odrediti struktura prometa
- **K** (kombinacija procjene i poslovne evidencije) – koristi se ako se za pojedine skupine usluga moglo točno odrediti koji je udio u prometu od djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja, a za ostale skupine usluga nije.

III. DIO B: Odabir tipičnih usluga i cijene odabranih usluga

Dio B sadržava tablicu 2. "Tipične usluge i cijene", u koju se upisuju podaci o tipičnim uslugama vašeg poduzeća. Odabire se jedna do dvije tipične usluge iz svake skupine usluga za koju ste iskazali udio prometa u tablici 1.

Cijene se izvješćuju na dva načina.

1. Prvi način je odabir tipične usluge za skupine usluga 30 (kvantitativna kontinuirana i redovita istraživanja tržišta) i 40 (istraživanje tržišta, osim provođenja istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja). To znači da je ta usluga svojstvena za poduzeće, ponavljajuća i stabilna.

Svojstvena za poduzeće: izabrana usluga treba opravdavati znatan udio u prometu pripadajuće skupine usluga u vašem poduzeću i treba predstavljati tipično obavljanje posla 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 jest da se iz tromjesečja u tromjesečje izvješćuju cijene za istu uslugu (iste kvalitete i obujma).

2. Drugi način je izvješćivanje modelne cijene za hipotetske usluge, tj. modele.

Zbog specifičnosti djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja i nemogućnosti definiranja ponavljajućih i stabilnih usluga, u tablici 2 su već predložene reprezentativne usluge ili takozvani modeli za skupine usluga od 10 do 24 i 50.

Što su modeli?

Modeli mogu biti stvarne usluge koje ste nedavno obavili ili hipotetske usluge koje još u tom specificiranom opisu niste obavljali, ali koje najbolje predstavljaju vaše stvarno poslovanje. Modeli su **usluge koje predstavljaju, odnosno glume** stvarne stabilne, ponavljajuće i svojstvene usluge vašeg poduzeća. Modeli su u tablici 2. označeni šifrom načina formiranja cijena MC.

Tablica 2. Tipične usluge i cijene

- ispunjava se na sljedeći način:

➤ **U stupac ❶ Šifra skupine usluga** upisuje se šifra skupine usluga koja se može pronaći u tablici 1. (dio A), u prvom stupcu (šifre od 10 do 60). Šifra usluge ovisi o skupini usluga kojoj pripada.

➤ **U stupac ❷ Šifra načina formiranja cijena** upisuje se šifra načina formiranja cijene za odabranu uslugu, a to može biti MC, VN ili TC.

MC – Modelna cijena označava cijenu već zadane jedinstvene reprezentativne usluge u tablici 2. Ta je usluga zapravo model-usluga (hipotetska usluga) koja najbolje predstavlja vaše usluge. Cijenu je za takvu uslugu moguće izračunati na temelju vašega internog cjenika. MC je obvezatan za skupine usluga od 10 do 24 i 50.

VN – Prosječna cijena po jedinici vremena koja je interno određena (cjenik) za osobe određene kvalifikacije i staža. Tom šifrom načina formiranja cijena mogu se koristiti samo skupine usluga 30 i 40.

TC – Transakcijska cijena je cijena iste ili vrlo slične usluge koja se pruža različitim ili istim klijentima barem jedanput u tromjesečju. Tom šifrom načina formiranja cijena mogu se koristiti samo skupine usluga 30 i 40.

➤ **U stupcu ❸ Identifikacijski broj; opis usluge i glavnih elemenata koji određuju cijenu** zbog specifičnosti djelatnosti i nemogućnosti definiranja ponavljajućih i stabilnih usluga za skupine usluga 10 do 24 i 50 već su zadane reprezentativne usluge ili takozvani modeli čiji opis ostaje nepromijenjen tijekom cijele godine. Modeli mogu biti usluge koje ste nedavno obavili ili hipotetske usluge koje još u tom specificiranom opisu niste obavljali, ali koje najbolje predstavljaju vaše stvarno poslovanje. Ako nijedan od modela ne odgovara vašim uslugama u smislu da za njih ne možete prema svome internom cjeniku izračunati cijenu, potrebno je da za svaku takvu neodgovarajuću model-uslugu definirate svoj vlastiti model i upišete ga u prazne retke tablice 2. (ako ispunjavate papirnatu obrazac) ili promijenite opis usluge modela klikom na tipku UREDI ako ispunjavate upitnik putem internetske aplikacije. Za skupine usluga 30 i 40 sami definirate stvarne postojeće usluge. Opis usluge ne smije se mijenjati tijekom cijelog razdoblja izvješćivanja. Ako se tijekom godine pojavi potreba za drastičnom promjenom opisa usluge, takva usluga smatrat će se novom uslugom i upisivat će se u prazne retke tablice na papirnatom obrascu ili dodati u tablicu 2 klikom na tipku "Dodaj novu uslugu" u mrežnom obrascu. Pritom ćete se za postojeću uslugu koju mijenjate koristiti šiframa za razloge promjene ili nedostatka cijene u stupcu 7.

Kod opisa usluge imajte na umu da se tim opisom omogućuje praćenje promjena cijena, što znači da se opis usluge tijekom godine ne mijenja i on jednoznačno određuje uslugu koju ste izabrali za izvješćivanje. Cijena se daje za točno taj opis usluge koji ste naveli, što znači da se ne uzimaju u obzir izvanredni dodatni elementi koji bi promijenili opis usluge (npr. ne uzimaju se u obzir neki izvanredni dodatni poslovi koji bi utjecali na cijenu, a nisu sastavni dio opisa usluge koju ste naveli).

➤ **U stupac ❹ Mjerna jedinica** jest jedinica za koju se dogovara cijena usluge. Mjerna jedinica može biti:

- izvršena usluga
- dan
- sat.

Možete se također koristiti drugom mjernom jedinicom za koju smatrate da je primjerenija za iskazivanje cijene usluge.

Mjerna jedinica trebala bi biti takva da je prema njoj moguće lako odrediti promjene cijena ako dođe do promjena.

➤ **U stupce ❺ i ❻ Cijena za iskazanu mjernu jedinicu u kn** upisuje se cijena za mjernu jedinicu odabrane usluge koju biste zaračunali klijentu u prethodnome i tekućem tromjesečju za modele (skupine usluga od 10 do 24 i 50) te stvarno zaračunane cijene za usluge koje ste naveli iz skupina usluga 30 i 40. Cijenu za modele možete izračunati koristeći se vlastitim internim cjenikom. Naznačena cijena treba odražavati vaše prihode koje ste dobili za jedinicu usluge. **Iz cijene treba biti isključen PDV, a uključene subvencije.** U slučaju da se cijena iste usluge mijenjala tijekom istog tromjesečja, molimo, izračunajte prosječnu cijenu za to tromjesečje.

Obvezatno treba biti ispunjeno polje cijena za "prethodno tromjesečje". Od tog se pravila može odstupiti samo u slučaju kada je riječ o potpuno novoj usluzi iz skupine usluga 30 ili 40 koja se nije obavljala u prijašnjim razdobljima, a usluge koje ste redovito pružali i za koje biste mogli dati cijenu prethodnog tromjesečja više nisu raspoložive ili ne odražavaju primjereno vaše poslovanje.

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 ili nedostatka podatka o cijeni iz šifrnika navedenoga u nastavku ovog vodiča. Šiframa se koristite u slučajevima ako se cijena izabrane usluge promijenila u tekućem tromjesečju u odnosu na prethodno. Tada unesite šifru najvažnijeg razloga

promjene (od 1 do 7 ili 11). U slučaju da se usluga više ne nudi, tj. izabrani model usluge više nije reprezentativan, koristite se šifrom 9 i obvezatno u donji dio tablice unesite podatke o nadomjesnoj odnosno novoj usluzi (šifra 10 za papirnati obrazac prema uputama navedenim pod "VAŽNO!" iz tablice cijena) ili, ako ispunjavate mrežni obrazac, novu uslugu dodajete klikom na gumb "Dodaj novu uslugu". Ako je usluga nadomjesna i nudila se u prošlom tromjesečju, navedite podatke o njezinoj cijeni za tekuće i prethodno tromjesečje. Ako je usluga posve nova i nije se nudila u prethodnim tromjesečjima, navedite podatak o njezinoj cijeni samo za tekuće tromjesečje (samo za skupine usluga 30 i 40). Cijena za prethodno i tekuće tromjesečje obvezna je za model-usluge. Šifra 8 ne može se koristiti za model-usluge.

Šifre razloga promjene ili nedostatka podatka o cijeni

Šifra Razlozi promjena i nedostataka podataka o cijeni

01 NOVI CJENIK

U promatranom razdoblju promijenili ste cijenu zbog prijelaza u novu fiskalnu godinu ili ste uskladili cijene s inflacijom ili tarifom.

02 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.

03 PONUDA PREMAŠUJE POTRAŽNJU

U promatranom razdoblju broj pružatelja usluge se povećao, a broj kupaca odnosno klijenata se smanjio. Primjer: 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.

04 AKCIJA

U tom razdoblju bila je akcijska cijena usluge. Promjena cijene vrijedi i u slučaju ako se cijena u promatranom tromjesečju promijenila zbog smanjenja/povećanja akcije u odnosu na akciju koja je vrijedila u prethodnom tromjesečju.

05 PREKID AKCIJE

U promatranom razdoblju cijena se vratila na razinu prije akcije.

06 PROMJENA U TROŠKOVIMA UTJECALA JE NA CIJENU

U promatranom razdoblju promijenila se cijena potrošnog materijala ili cijena energenata. Također, ako se promijenila plaća vaših radnika, to može biti razlog promjene cijena ako je promjena plaće vezana za cijenu usluge.

07 DRUGI RAZLOZI PROMJENE CIJENE

Odabirom tog razloga potrebno je navesti koji je to drugi razlog promjene cijene. Primjerice: revizija ugovora, indeksacija, mogu biti neki od ostalih razloga promjena cijena. Bitno je da se navede koji je to drugi razlog.

08 USLUGA SE PRIVREMENO NE OBAVLJA

Ta se šifra koristi u slučaju ako se u promatranom tromjesečju odabrana usluga privremeno ne obavlja, ali očekujete da će se opet obavljati u sljedećim razdobljima. U tom slučaju cijenu za tekuće tromjesečje ne iskazujete, odnosno cijenu za tekuće tromjesečje iskazujete u onom tromjesečju kada ste uslugu ponovno počeli obavljati.

09 USLUGA SE VIŠE NE NUDI

Ta se šifra koristi u slučaju ako ste uslugu koju ste izabrali za izvješćivanje prestali obavljati, tj. više se ne nalazi u vašoj ponudi ili više nije reprezentativna. U tom slučaju cijenu odabrane usluge za tekuće tromjesečje ne iskazujete. U sljedećim tromjesečjima ta se usluga više ne prikazuje na izvještajima.

10 NOVA USLUGA

Ta se šifra koristi u slučaju 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 se razlog navodi ako se cijena usluge u poduzeću iskazuje u stranoj valuti, a kod obračuna u kunskoj protuvrijednosti dolazi do razlika u cijenama prethodnog i tekućeg razdoblja.

PRIMJER ISPUNJAVANJA OBRASCA SPPI-ISTR

(Primjer je dan samo kao ilustracija, što znači da ne mora odgovarati stvarnoj situaciji. Ova vam tablica služi kao ogledni primjer za ispunjavanje.)

Dio A: PODACI O PROMETU PODUZEĆA (ispunjava se samo pri prvom slanju izvještaja u godini)

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 (poslovni prihodi) bez izvanrednih i financijskih prihoda.

1. PROMET OSTVAREN U 2013.

- a) UKUPAN PROMET PODUZEĆA OSTVAREN OD SVIH DJELATNOSTI U 2013. u tis. kn bez PDV-a 26.398
- b) PROMET OSTVAREN SAMO OD DJELATNOSTI ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA I ISPITIVANJA JAVNOG MNIJENJA
U 2013. u tis. kn bez PDV-a 23.500
- c) Ako ostvarujete promet i od nekih drugih djelatnosti (ne istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja), molimo, napišite koje su to djelatnosti:
odnosi s javnošću i djelatnosti priopćivanja

2. STRUKTURA PROMETA U DJELATNOSTI ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA I ISPITIVANJA JAVNOG MNIJENJA (b) U 2013.

U sljedećoj tablici navedite udjele prometa (u %) **po skupinama usluga** u djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja koje ste ostvarili u 2013. Ako ne možete iz poslovne evidencije točno odrediti udio prometa po skupinama, možete se koristiti procjenama.

NAPOMENA! Promet ostvaren od **ispitivanja javnog mnijenja**, bez obzira za metodu provođenja ispitivanja, iskazujete pod skupinu usluga 50.

Tablica 1. Struktura prometa u djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja u 2013. po skupinama usluga

Šifra skupine usluga	Skupina usluga	Struktura prometa u djelatnosti istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja u 2013. (%)
a	b	1
10	Kvalitativna istraživanja tržišta osim ispitivanja javnog mnijenja (fokusne skupine, dubinski intervjui, on-line fokusne skupine)	10
	Kvantitativna ad hoc istraživanja tržišta osim ispitivanja javnog mnijenja	
21	Telefonski intervjui uz korištenje računala (CATI)	20
22	Osobni intervjui uz korištenje računala (CAPI)	9
23	Osobni intervjui uz korištenje olovke i papira (PAPI)	
24	Istraživanja putem interneta (CAWI)	12
30	Kvantitativna kontinuirana i redovita istraživanja tržišta osim ispitivanja javnog mnijenja (panel-istraživanja, omnibus)	10
40	Istraživanje tržišta, osim provođenja istraživanja i ispitivanja javnog mnijenja (desk research)	29
50	Ispitivanje javnog mnijenja Molimo, navedite metodu kojom obavljate ispitivanje CATI, CAWI	8
60	Ostale nespomenute usluge istraživanja tržišta i ispitivanja javnog mnijenja (navedite koje): Eye tracking	2
UKUPAN PROMET OD DJELATNOSTI ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA I ISPITIVANJA JAVNOG MNIJENJA (šifre 10 + 21 + 22 + 23 + 24 + 30 + 40 + 50 + 60)		100%
Upišite tip podataka pretežno korištenih za prikaz prometa, koristite se kraticama: • P (procjena), E (poslovne evidencije poduzeća), K (kombinacija procjene i poslovne evidencije)		P

Dio B: ODABIR TIPIČNIH USLUGA I CIJENE ODABRANIH USLUGA

Za svaku skupinu usluga za koju ste naveli udio prometa u dijelu A (tablica 1.), molimo, navedite cijene za predložene hipotetske usluge (modele) skupina usluga od 10 do 24 i 50 u tablici 2. te cijene za usluge iz skupina 30 i 40 koje ćete sami definirati.

Usluge iz skupina 30 i 40 trebaju biti takve da predstavljaju znatan udio u prometu pripadajuće skupine usluga u vašem poduzeću te koje ste obavljali prije i za koje očekujete da ćete ih obavljati još barem godinu dana, a posao obavljen za takvu uslugu treba biti sličan iz tromjesečja u tromjesečje. Primjere usluga za panel i desk research imate na kraju obrasca.

Cijene usluga za prethodno i tekuće tromjesečje možete izračunati uporabom vlastitoga internog cjenika. **Za skupinu usluga 60 nije potrebno iskazivati usluge i cijene.** Ako vam nijedna od predloženih hipotetskih usluga (modela) ne odgovara, imate mogućnost upisa svojih hipotetskih usluga za koje ćete iskazivati cijene u praznim redcima ispod u tablici 2., ali po istom načelu detaljnog opisa usluge kao što su opisane navedene usluge. Dani modeli i cijene trebaju adekvatno reflektirati vašu situaciju na tržištu s obzirom na promjene cijena vaših usluga.

Prije ispunjavanja tablice 2. pogledajte upute za ispunjavanje upitnika na sljedećoj stranici.

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.

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 nedostatak cijene
				prethodno tromjesečje	tekuće tromjesečje	
1	2	3	4	5	6	7
10	MC	Fokusne skupine (rasprava u skupinama) 4 skupine (2 u Zagrebu i 2 u Rijeci) Trajanje skupine: 1,5 do 2 sata; Broj sudionika: 8 po skupini Ciljana populacija sudionika: korisnici proizvoda koji upotrebljava 35% opće populacije; Pisani izvještaj od 30-ak stranica	izvršena usluga	30.000,00	31.000,00	1
10	MC	Dubinski intervjui Broj intervjuja: 10 (4 u Zagrebu, 3 u Splitu i 3 u Osijeku); Trajanje intervjuja: 60 minuta; Ciljana populacija ispitanika: vlasnici trgovačkih društava s 10 do 30 zaposlenih iz Zagreba; Pisani izvještaj od 20-ak stranica	izvršena usluga	21.500,00	21.500,00	
21	MC	CATI Trajanje ankete: 15 minuta; Broj ispunjenih upitnika: 600; Broj otvorenih pitanja: 2 i potrebno ih je kodirati; Ciljana populacija: opća populacija građana starih od 18 do 65 g; Izrada izvještaja u Power Pointu (cca 30 slajdova)	izvršena usluga	30.450,00	30.450,00	
21	MC	CATI Centralna lokacija u 2 grada (Zagreb i Osijek); Trajanje ankete: 20 minuta; Broj ispunjenih upitnika: 300; Ciljana populacija: populacija građana starih 18 do 55 g, koji su korisnici prehrambenih proizvoda koje upotrebljava 50% te populacije; Izrada izvještaja u Power Pointu (cca 20 slajdova)	izvršena usluga	28.000,00	29.000,00	6
22	MC	CAPI Trajanje ankete: 35 minuta; Broj ispunjenih upitnika: 1 000; Broj otvorenih pitanja: 2 i potrebno ih je kodirati; Ciljana populacija: opća populacija građana starih 18 do 65 g.; Izrada izvještaja u Power Pointu (cca 45 slajdova)	izvršena usluga	150.500,00	145.000,00	6
23	MC	PAPI Trajanje ankete: 35 minuta; Broj ispunjenih upitnika: 1 000; Broj otvorenih pitanja: 2 i potrebno ih je kodirati; Ciljana populacija: opća populacija građana starih 18 do 65 g.; Izrada izvještaja u Power Pointu (cca 45 slajdova)	izvršena usluga	-	-	-
24	MC	CAWI – on-line panel ispitanika Trajanje ankete: 20 minuta; Broj ispunjenih upitnika: 600; Broj otvorenih pitanja: 2 i potrebno ih je kodirati; Ciljana populacija: opća populacija građana starih 18 do 45 g.; Izrada izvještaja u Power Pointu (cca 20 slajdova)	izvršena usluga	25.300,00	25.300,00	
50	MC	CATI – ispitivanje javnog mnijenja Trajanje ankete: 15 minuta; Broj ispunjenih upitnika: 500; Ciljana populacija: građani stari 18 i više godina; Izrada izvještaja u Power Pointu (cca 10 slajdova)	izvršena usluga	15.300,00	15.300,00	
Za skupine usluga 30 i 40 sami definirate usluge (primjere pogledajte u Vodiču za ispunjavanje izvještaja SPPI-ISTR)						
30	TC	Panel – tromjesečni podaci o prodaji 5 proizvoda iz panela 200 trgovina na području Republike Hrvatske	izvještaj	3.000,00	3.000,00	
40	VN	Desk research – procjena ukupne potrošnje mesa u Hrvatskoj, potrebno utrošiti 3 radna dana starijeg istraživača i 6 radnih dana mlađeg istraživača	dan	600,00	550,00	6
Važno: Molimo, ne mijenjajte opis usluge u stupcu 3. Samo u slučaju da za tekuće i iduća razdoblja odabrana usluga više nije raspoloživa, odnosno dani model usluge adekvatno ne predstavlja više vaše usluge, molimo, odaberite novu odnosno nadomjesnu uslugu ili novi model za koji ćete navesti podatke u donjem dijelu ove tablice.						
10	MC	Mystery shopping – boravak tajnog kupca na lokaciji (15 minuta), anketa od 100 pitanja, bez izrade izvještaja	posjet 1 lokaciji	400,00	400,00	