



ТРОМЈЕСЕЧНИ ИЗВЈЕШТАЈ О ЦИЈЕНАМА УСЛУГА РЕКЛАМЕ И ПРОПАГАНДЕ

Тромјесечје (означите с X)

I тромјесечје

II тромјесечје

III тромјесечје

IV тромјесечје

Обавеза давања података Републичком заводу за статистику Републике Српске заснива се на члану 8. Закона о статистици Републике Српске ("Службени гласник Републике Српске", бр. 85/03).

Обавеза Републичког завода за статистику Републике Српске за заштиту достављених повјерљивих података заснива се на члану 27. и члану 28. истог Закона. С тим у вези, податке прикупљене у статистичке сврхе, Завод не смије користити за друге намјене и објављивати као појединачне.

1. Назив пословног субјекта _____

2. Матични број пословног субјекта _____

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3. Град/Општина _____

Улица и број _____ Телефон _____

4. Дјелатност _____

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

МОЛИМО ДА ПРИЈЕ ПОПУЊАВАЊА ОБРАСЦА ОБАВЕЗНО ПРОЧИТАТЕ УПУТСТВО НА СТРАНИ 4.

Сврха провођења овог статистичког истраживања јест тромјесечно праћење цијена услуга рекламе и пропаганде, које служе за израчунавање индекса цијена услужних дјелатности. Образац ИПЦУ - ПРО су дужни доставити сви изабрани пословни субјекти, наведени у адресару извјештајних јединица Републичког завода за статистику Републике Српске, који су према претежној (главној) дјелатности разврстани у дјелатност гране М73.1 КД (2010) - Реклама и пропаганда.

ИЗБОР ОСНОВНИХ УСЛУГА И ПОДАЦИ О ЦИЈЕНАМА ОДАБРАНИХ УСЛУГА

У табелу 1. унијети по једну типичну (репрезентативну) услугу за сваку групу услуга за коју сте унијели промет у табели 2. Репрезентативна услуга треба да остварује знатан удио у промету припадајуће групе услуга, односно да је типична за пословање пословног субјекта. Такођер, репрезентативна услуга треба да је понављајућа (обављали сте је претходне године и очекујете да ћете је обављати до краја текуће године) и стабилна (извршена услуга треба бити слична у свом опису током године).

Након што сте одабрали типичне услуге за извјештавање цијена, послужите се наведеним примјером испод табеле 1. те упутством на страни 4.

Табела 1. Типичне (репрезентативне) услуге и цијене по тромјесечјима 2024. године

Напомена: У колони 5 исказати цијену одабране услуге, а не остварени приход. Приликом описа услуге (колони 3) обавезно навести најбитније елементе који утичу на цијену услуге: кратак опис услуге, квалификација особља, врста клијената, врста инфраструктуре, трајање уговора и сл.

Шифра услуге	Начин формирања цијена	Опис услуге	Мјерна јединица	Цијена у КМ, без ПДВ-а		Разлог промјене цијене
				претходно тромјесечје	текуће тромјесечје	
1	2	3	4	5		6

Важно: Само у случају да за текуће тромјесечје одабрана основна услуга није расположива или је битно промијењена па више није основна услуга, потребно је да одаберете нову типичну (основну) услугу за коју ћете навести тражене податке у наставку табеле. (погледати упутство на страни 4.)

Нове типичне (репрезентативне) услуге						

Примјер правилног попуњавање табеле 1.

Шифра услуге	Начин формирања цијена	Опис услуге	Мјерна јединица	Цијена у КМ, без ПДВ-а		Разлог промјене цијене
				претходно тромјесечје	текуће тромјесечје	
3	СН	Графичко обликовање – дизајн графичких материјала – просјечна цијена по сату која је стварно зарачуната клијенту – позиција дизајнер	сат	100,00	110,00	1
9	УГ	Оглашавање – вањске површине (billboard), ТЦ Делта – 200 емитовања дневно	1 мјесец	1 400,00	1 460,00	6

ОСТВАРЕНИ ПРОМЕТ У ПРЕТХОДНОЈ ГОДИНИ

Табелу 2. попуњавате само једанпут и то приликом достављања извјештаја за I тромје:

Сви подаци о вриједности промета уписују се као цијели бројеви. Уколико не располагете егзактним књиговодственим подацима, молимо да дате најбољу могућу процјену.

Табела 2. Подаци о оствареном промету пословног субјекта у 2023. години

Шифра скупине услуга	Назив ставке	Вриједност промета без ПДВ-а, у 000 КМ
	Унесите укупан промет од свих дјелатности вашег пословног субјекта	
	Промет остварен само од услуга промоције (рекламе и пропаганде) (а+б)	
а)	УСЛУГЕ АГЕНЦИЈА ЗА РЕКЛАМУ И ПРОПАГАНДУ (збир од 1 до 4) укључују цијели спектар услуга оглашавања (путем властитих капацитета предузећа или уз подуговарање), укључујући савјетовање, креативне услуге, израду промотивног материјала и куповину	
1	Услуге укупне промоције укључују: пружање комплетног низа промотивних услуга, укључујући услуге планирања, стварања и провођења (избор кориштених медија, креирање пропагандних огласа, илустрација, постера итд, писање сценарија за пропагандне филмове, извођење у медијима, планирање (без снимања) рекламних објеката или филмова, организовање директних маркетиншких или директних обраћања путем поште "маилинг" промотивних кампања - искључује се: снимање и реализација промотивног или пропагандног филма, услуге односа с јавношћу, услуге истраживања тржишта, фотографије везане за оглашавање	
2	Услуге директног маркетинга и директног обраћања поштом укључују: развијање и организовање директних маркетиншких пропагандних кампања, као што су организовано слање пропагандних и промотивних порука директно купцима, за разлику од обраћања путем масовних медија. Искључују се: услуге поштанских активности	
3	Услуге осмишљавања и концептуалног развоја пропагандних кампања укључују креирање основне идеје за пропагандни оглас, нацрт текста, дизајнирање плана за штампане огласе, илустрације, постере, писање сценарија за пропагандне филмове	
4	Остале услуге пропаганде укључују: рекламирање из ваздуха, услуге испоруке бесплатних узорака и осталог пропагандног материјала, услуге пропагандног демонстрирања и презентовања на мјесту продаје, услуге промотивне продаје (у случају да се не заприме наруџбе) - искључују се: издавање пропагандног материјала, обликовање агенцијских услуга, услуге оглашавања путем поште, услуге телемаркетинга, услуге организовања састанака и пословних сајмова	
б)	УСЛУГЕ ОГЛАШАВАЊА ПУТЕМ МЕДИЈА (збир од 5 до 10) укључују оглашавање путем медија, тј. продају времена и простора за различите врсте медијског оглашавања, а не укључује оглашавање директно од стране власника (издавача итд.), односе с јавношћу и дјелатности саопштавања	
5	Продаја огласног простора и времена уз накнаду или на основу уговора у штампаном медију Искључује се: продаја простора и времена у штампаним медијима од стране издавача	
6	Продаја огласног простора и времена уз накнаду или на основу уговора, на телевизији/радију - искључује се: продаја простора на ТВ-у/радију од стране компанија које емитују	
7	Продаја огласног простора и времена уз накнаду или на основу уговора на интернету	
8	Услуге продаје огласног простора и времена на турнирима, стадионима итд.	
9	Остала продаја огласног простора и времена уз накнаду или на основу уговора, укључује услуге продаје простора или времена за рекламу на великим паноима, зградама, возилима итд, услуге продаје простора или времена за рекламу у електронским медијима, осим "on-line", услуге продаје простора или времена за рекламу путем видео записа и филмовима (пласирање производа) електронским медијима, осим "on-line", услуге продаје простора или времена за рекламу путем видео записа и филмовима (пласирање производа)	
10	Препродаја огласног простора и времена уз накнаду или на основу уговора	

УПУТСТВО ЗА ПОПУЊАВАЊЕ УПИТНИКА

Шифра услуге: унесите одговарајућу шифру сваке одабране типичне услуге користећи се пописом услуга из табеле 2. - Подаци о оствареном промету пословног субјекта.

Начин формирања цијена:

СН - просјечна стварно наплаћена цијена је цијена по јединици времена/норма сат за особу, одређеног степена квалификације и радног искуства, ангажовану на одређеном пројекту у посматраном тромјесечју (цијена по јединици времена: сат, дан). Цијену треба израчунати као просјечну цијену ангажмана (остварени приход/вријеме рада) за наведено стручно лице/ радну групу на реализацији изабраног пројекта у посматраном тромјесечју.

ВРЕТ - цијена базирана на трошковима који су кориштени за обављање одређене услуге, а базира се на времену (сат, дан итд.). Обично су те цијене изражене као просјечна тромјесечна плаћа (трошак), према квалификацији и стажу особа које обављају услугу.

ТЦ - трансакциона цијена тј. цијена исте или врло сличне услуге која се пружа истим или различитим клијентима барем једанпут у тромјесечју.

ВЦ - Цијена базирана на времену је цијена одређена временом утрошеним за пружање услуге.

ЈЦ - јединична цијена из цјеновника која се односи на услугу или компоненту услуге.

ПР - постотна вриједност (percentage fee) која се израчунава као производ унапријед дефинисаног постотка накнаде за извршену услугу и вриједности обављене услуге. Примјер: код исказивања стварно наплаћене цијене, као постотне вриједности од укупне вриједности извршене услуге, потребно је да се за извршену услугу наведе детаљан опис тј. главне карактеристике пројекта: опис, врста радова, трајање пројекта, степен сложености пројекта, број ангажованог особља те друге карактеристике од значаја.

УГ - уговорена цијена је цијена исте или врло сличних услуга које се на основу склопљеног уговора пружају клијенту најмање једанпут у току једне године. У уговору је обим услуге прецизно дефиниран (трајање уговора, количине, цијене и остали битни елементи одређивања цијене) те је унапријед одређен укупан износ који ће се платити за обављене услуге из уговора. Ако је цијена уговорена за дуже раздобље, нпр. цијелу годину, иста се цијена преноси из тромјесечја у тромјесечје све док се цијена из уговора не ревидира.

Опис услуге: молимо опишите услугу што је могуће детаљније узимајући у обзир најбитније елементе који обично одређују цијену услуге у вашој дјелатности као што су:

- > кратак опис услуге
- > квалификација особља
- > врста клијента
- > врста огласног медија
- > врста огласа
- > величина огласа
- > трајање уговора
- > други фактори важни за формирање цијене (навести који су).

Мјерна јединица: је јединица за коју се договара цијена услуга. Може бити: сат, дан, уговор, постотна вриједност, остало.

Цијена у претходном и текућем тромјесечју: назначите цијену одабране типичне услуге коју сте фактурисали својим клијентима у претходном и текућем тромјесечју. Назначена цијена треба да одражава ваше приходе које сте добили за јединицу услуге. Из цијене се искључују ПДВ, попусти и рабати, а укључују се субвенције. У случају да се цијена исте услуге мијењала током истог тромјесечја, молимо да израчунате просјечну цијену.

Разлог промјене или недостатка цијене: у случају промјене цијене у текућем тромјесечју, у односу на претходно тромјесечје обавезно напишите шифру најважнијег разлога промјене (од 1 до 8).

Ако не располагате цијеном за текуће тромјесечје, унесите шифру 9 или 10. Шифру 9 унесите ако се услуга привремено не обавља, а шифру 10 ако се услуга више не нуди.

У случају да се услуга више не нуди (шифра 10), обавезно у доњи дио таблице унесите податке о замјенској / новој услузи (шифра 11), у складу с упутством "ВАЖНО" из табеле бр.1.

Ако се замјенска услуга нудила и у претходном тромјесечју, наведите податке о цијени те услуге за текуће и претходно тромјесечје. Ако је услуга у потпуности нова, наведите податак о цијени те услуге само за текуће тромјесечје.

Шифра Разлог промјене цијене

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| 1 нови цјеновник | 7 други разлози промјене цијене |
| 2 потражња премашује понуду | 8 курсне разлике |
| 3 понуда премашује потражњу | 9 услуга се привремено не обавља |
| 4 попуст, акција | 10 услуга се више не нуди |
| 5 прекид попушта | 11 нова услуга |
| 6 промјена у трошковима | |

У ово поље можете уписати приједлоге за побољшање обрасца, као и све друге коментаре на радну верзију обрасца:

Образац попунио:

М.П.

ДИРЕКТОР

Уписати пуно име и презиме

Тел./Факс: _____

Е - mail: _____ Датум: _____

ХВАЛА НА САРАДЊИ !