



REPUBLIKA SLOVENIJA



STATISTIČNI URAD REPUBLIKE SLOVENIJE

STANDARDNO POROČILO O KAKOVOSTI
ZA RAZISKOVANJE
POSLOVNE TENDENCE V TRGOVINI NA DROBNO
ZA LETO
2012

Poročilo pripravili: Barbara Čertanec, Tanja Garvas

Datum: avgust 2013

Kazalo

0	Metodološka pojasnila o statističnem raziskovanju	4
1	Ustreznost	6
1.1	Uporabniki podatkov iz raziskovanja	6
1.1.1	<i>Ključni uporabniki podatkov iz raziskovanja</i>	6
1.1.2	<i>Komuniciranje z uporabniki</i>	6
1.2	Delež manjkajočih statistik.....	6
2	Točnost ocen	7
2.1	Vzorčne napake	7
2.1.1	<i>Postopek za izračun vzorčne napake</i>	7
2.1.2	<i>Vzorčna napaka</i>	8
2.1.3	<i>Pojasnila</i>	8
2.1.4	<i>Ukrepi za zmanjšanje vzorčnih napak</i>	8
2.2	Priistranskost zaradi zajema	8
2.2.1	<i>Postopek za izračun priistranskosti</i>	8
2.2.2	<i>Priistranskost</i>	9
2.3	Nevzorčne napake.....	9
2.3.1	<i>Napake zaradi neodgovora</i>	9
2.3.1.1	<i>Stopnja neodgovora enote</i>	9
2.3.1.2	<i>Stopnje neodgovora spremenljivke</i>	9
2.3.1.3	<i>Uporabljeni postopki v primeru neodgovora</i>	9
2.3.1.4	<i>Delež vstavljenih (imputiranih) podatkov</i>	9
2.3.1.5	<i>Uporabljeni postopki za zmanjšanje stopenj neodgovora</i>	10
2.3.2	<i>Napake zaradi neustreznega pokritja</i>	10
2.3.2.1	<i>Delež nadpokritja</i>	10
2.3.2.2	<i>Napaka zaradi podpokritja</i>	10
2.3.2.3	<i>Ukrepi za zmanjšanje napak zaradi neustreznega pokritja</i>	10
2.3.3	<i>Merske napake</i>	10
2.3.3.1	<i>Kontrole za zaznavanje napak</i>	10
2.3.3.2	<i>Razlogi za nastanek merskih napak</i>	10
2.3.3.3	<i>Uporabljeni postopki v primeru napak</i>	11
2.3.3.4	<i>Delež urejanja podatkov</i>	11
2.3.3.5	<i>Ukrepi za zmanjšanje števila merskih napak</i>	11
3	Pravočasnost in točnost objave	11
3.1	Pravočasnost objave	11
3.1.1	<i>Pravočasnost prve objave</i>	11
3.1.2	<i>Pravočasnost objave končnih rezultatov</i>	11
3.1.3	<i>Razlogi za večje zamude in ukrepi za izboljšanje pravočasnosti</i>	11
3.2	Točnost objave.....	11
3.2.1	<i>Točnost prve objave</i>	11
3.2.2	<i>Razlogi za večje zamude in ukrepi za izboljšanje točnosti objav</i>	12
4	Dostopnost in jasnost informacij	13
4.1	Dostopnost informacij	13
4.1.1	<i>Uporabljeni načini za izkazovanje rezultatov</i>	13
4.1.2	<i>Delež uporabljenih načinov za izkazovanje statističnih rezultatov</i>	13
4.2	Jasnost izkazanih informacij.....	13
4.2.1	<i>Oblike izkazovanja podatkov</i>	13
4.2.1.1	<i>Spletna objava</i>	13
4.2.1.2	<i>Druge oblike izkazovanja rezultatov</i>	14
4.2.2	<i>Izkazani rezultati</i>	14

4.2.3	<i>Raven podrobnosti izkazovanja rezultatov</i>	14
4.2.4	<i>Metapodatki</i>	14
4.2.5	<i>Ukrepi za izboljšanje jasnosti izkazanih rezultatov</i>	14
5	Primerljivost statistik	14
5.1	Časovna primerljivost.....	15
5.1.1	<i>Dolžina primerljivih časovnih vrst</i>	15
5.1.2	<i>Prelomi v časovni vrsti</i>	15
5.1.3	<i>Drugi dejavniki, ki vplivajo na časovno primerljivost</i>	15
5.2	Krajevna primerljivost.....	15
5.2.1	<i>Primerljivost z drugimi članicami Evropskega statističnega sistema</i>	15
5.3	Desezoniranje	15
6	Skladnost	16
6.1	Skladnost med začasnimi in končnimi podatki	16
6.1.1	<i>Politika objavljanja začasnih podatkov</i>	16
6.1.2	<i>Skladnost med začasnimi in končnimi podatki</i>	16
6.1.3	<i>Razlogi za večje razlike med začasnimi in končnimi podatki</i>	16
6.2	Skladnost z rezultati referenčnega raziskovanja.....	16
6.2.1	<i>Kratek opis referenčnega raziskovanja</i>	16
6.2.2	<i>Skladnost z rezultati iz referenčnega vira</i>	16
6.2.3	<i>Razlogi za večje razlike med raziskovanjema</i>	17
7	Stroški in obremenitve	18
7.1	Stroški raziskovanja za urad	18
7.2	Obremenitev poročevalskih enot	18
7.3	Ukrepi za zmanjšanje stroškov in obremenitev	18

0 Metodološka pojasnila o statističnem raziskovanju

Namen raziskovanja

Namen kvalitativne Ankete o poslovnih tendencah v trgovini na drobno (vprašalnik PA-TRG/M) je mesečno pridobivanje informacij o trenutnih stanjih glavnih ekonomskih kazalnikov ter ocenitev njihovega gibanja v naslednjih mesecih. Rezultati anket so osnova za izračun kazalnika zaupanja v trgovini na drobno in kazalnika gospodarske klime.

Anketo o poslovnih tendencah v trgovini na drobno izvajamo v Sloveniji od januarja 1999 s poenotenim vprašalnikom, na podlagi poenotene metodologije in z enako periodiko, kakor jo izvajajo v državah članicah Evropske unije že več desetletij, kar omogoča neposredno primerljivost podatkov.

Pravna podlaga za raziskovanje

Raziskovanje poteka na podlagi Zakona o državni statistiki in veljavnega letnega programa statističnih raziskovanj. Pravna podlaga za raziskovanje »Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys«:

[http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006XC1012\(01\):EN:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006XC1012(01):EN:NOT)

Enote opazovanja

Opazujemo podjetja, ki so po Standardni klasifikaciji dejavnosti (SKD 2008) razvrščena v trgovino na drobno, in sicer v naslednja oddelka:

- 45 Trgovina z motornimi vozili in popravila motornih vozil,
- 47 Trgovina na drobno, razen z motornimi vozili.

Vzorec podjetij je oblikovan na podlagi dveh meril:

- razvrstitve trgovskega podjetja po SKD-ju in
- velikosti trgovskega podjetja.

Zajetje

V vzorec 2012 smo zajeli vsa velika in srednje velika podjetja ter 25 % malih podjetij (ali 35 % prihodka malih podjetij), ki so razvrščena v dejavnost trgovine na drobno ali trgovine z motornimi vozili. Opisani panelni vzorec pokriva 39 % podjetij vzorčnega okvira ali 94 % prihodka v trgovini na drobno in trgovine z motornimi vozili.

Zbiranje podatkov

Na vprašalnik, ki se mesečno pošilja po pošti, odgovarjajo direktorji podjetij ali drugi vodilni delavci med 1. in 15. dnev v mesecu. Sodelovanje v anketi je prostovoljno.

Ključne spremenljivke

Mesečno spremljanje naslednjih kazalnikov:

- Poslovni položaj
- Obseg zalog
- Pričakovana skupna nabava
- Pričakovani poslovni položaj
- Pričakovano zaposlovanje
- Prodajne cene
- Pričakovane prodajne cene
- Omejitveni dejavniki
- Prodaja

- Pričakovana prodaja

Ključne statistike

Pomembna kazalnika sta kazalnik zaupanja v trgovini na drobno in kazalnik gospodarske klime, ki vključuje poleg kazalnika zaupanja v trgovini na drobno tudi kazalnik zaupanja pri potrošnikih, kazalnik zaupanja v storitvenih dejavnostih, kazalnik zaupanja v predelovalnih dejavnostih in kazalnik zaupanja v gradbeništvu.

Definicije in pojasnila

Ravnotežje je razlika med pozitivnimi in negativnimi odgovori, izraženimi v odstotkih.

Ravnotežja prikazujejo gibanje opazovanih ekonomskih kazalnikov (stanj in pričakovanj), ne pa dejanskih velikosti ekonomskih kazalnikov.

Kazalnik zaupanja v trgovini na drobno (aprila 2007 je bil spremenjen izračun: sedanji in pričakovani poslovni položaj smo nadomestili s prodajo in pričakovano prodajo) je povprečje ravnotežij na vprašanja o prodaji, pričakovani prodaji in sedanjem obsegu zalog trgovskega blaga (obrnjen predznak).

Obdelava podatkov

Odgovori so uteženi tako, da odražajo relativno pomembnost posameznega podjetja v vzorcu (verjetnost izbora). Znotraj oddelkov SKD so odgovori uteženi tudi s prihodkom.

Osnova za ocene (povečanje podatkov na celotno opazovano populacijo) so podatki podjetij, ki so vključena v vzorec in ki nam sporočijo podatke. Te podatke nato s pomočjo uteži preračunamo na celotno ciljno populacijo. Utež je izračunana kot zmnožek vzorčne uteži in uteži neodgovora. Vzorcna utež je izračunana kot obratna vrednost verjetnosti izbora, utež neodgovora pa kot razmerje med številom enot vzorca ter vsoto odgovorov in neustreznih enot. Uteževanje poteka po stratumih, ki so opredeljeni s skupino dejavnosti in z velikostnim razredom podjetja. Prikazani rezultati tako predstavljajo oceno za celotno ciljno populacijo.

Rezultate objavljamo v obliki ravnotežij, ki so sezonsko prilagojene z metodo TRAMO/SEATS, ki temelji na modelih ARIMA. Pri oblikovanju modelov je upoštevano obdobje od januarja 1999 do maja 2012.

Objavljanje rezultatov

Rezultate objavljamo skladno s koledarjem objav okrog 25. v mesecu za tekoči mesec v obliki Prve objave – Ankete o poslovnih tendencah in mnenju potrošnikov.

Sodelujoči, ki v tekočem mesecu vrnejo izpolnjeno anketo, prejmejo mesečno informacijo o poslovnih tendencah v trgovini na drobno.

Ostalim uporabnikom so ti podatki dostopni na ravni trgovine na drobno in po skupinah, v katere se po dejavnostih razvrščajo. Mesečno jih objavljamo na podatkovnem portalu SI-STAT.

Vprašalnik

Vprašalnik je dostopen na spletnem naslovu: http://www.stat.si/metodologija_vpr.asp

Metodološka pojasnila

Metodološka pojasnila so dostopna na spletnem naslovu: http://www.stat.si/metodologija_pojasnila.asp?pod=28

1 Ustreznost

Ustreznost opisuje, do katere stopnje statistični podatki zadovoljujejo potrebe uporabnikov. Stopnja ustreznosti je določena glede na to, ali so na voljo vsi statistični podatki, ki jih uporabniki potrebujejo, in do katere mere objavljeni podatki in prav tako tudi uporabljeni koncepti (definicije, klasifikacije) ustrezajo potrebam uporabnikov.

1.1 Uporabniki podatkov iz raziskovanja

1.1.1 Ključni uporabniki podatkov iz raziskovanja

Eden izmed načinov identifikacije uporabnikov je vodenje evidence o tem, kdo dostopa do podatkov na spletu in kdo je naročen na samodejno pošiljanje informacij o novih objavah. Vseh uporabnikov s tem seveda ne identificiramo; sliko o ostalih se delno dobi tudi preko telefonskih klicev z zahtevami po informacijah.

Uporabniki podatkov obravnavanega raziskovanja so:

Javni sektor	Urad za makroekonomske analize in razvoj
Gospodarski subjekti	podjetja, ki sodelujejo v raziskovanju
Znanost, raziskovanje in izobraževanje	raziskovalci
Splošna javnost	DA
Mediji	dnevno časopisje – Finance, Delo, RTVSLO, STA
Tuji uporabniki	Evropska komisija – DG ECFIN, OECD, IMF, ECB
Notranji uporabniki	kratkoročne statistike

1.1.2 Komuniciranje z uporabniki

Najpomembnejši inštrument komuniciranja z uporabniki je Statistični sosvet za notranjo trgovino in storitvene dejavnosti in v to področje spada glede na predmet opazovanja tudi Anketa o poslovnih tendencah v trgovini na drobno. Sosvet sestavljajo poleg predstavnikov SURS-a tudi predstavniki uporabnikov in se sestaja enkrat letno. Občasno, odvisno od obravnavane tematike na sosvetu, so povabljeni tudi gostje iz različnih inštitucij in iz gospodarstva. Na seji sosveta v letu 2012 so bile članom predstavljene naslednje teme:

- Pregled aktivnosti v letu 2012 in načrti za prihodnost (Dominika Lunder, Barbara Troha Ažbe, SURS).
- Predstavitev uporabe statističnih podatkov s področja trgovine in storitvenih dejavnosti (Jure Povšnar, Mojca Koprivnikar Šušteršič, UMAR).
- Uporaba podatkov s področja statistike trgovine v nacionalnih računih (Marko Rožanec, SURS).
- Slovenska oskrbna veriga z živili v luči strukturnih sprememb v trgovini na drobno (dr. Aleš Kuhar, BF).
- Bruto trgovske marže v trgovini na drobno (Barbara Dremelj Ribič, SURS).

1.2 Delež manjkajočih statistik

Izračunavamo vse zahtevane statistike, zato je vrednost tega kazalnika enaka 0. Hkrati pa je anketa vsebinsko, časovno in metodološko usklajena z anketami, ki jih v državah članicah Evropske unije, pa tudi drugod, izvajajo že več kot štirideset let.

2 Točnost ocen

Točnost ocen je definirana kot ujemanje med vrednostjo, ki jo dobimo na koncu statistične obdelave, in pravo, toda neznanu populacijsko vrednostjo.

2.1 Vzorčne napake

Pri izračunu vzorčnih napak je treba upoštevati stratifikacijo. Stratifikacijski spremenljivki sta dejavnost in velikostni razred podjetja. Vzorčne napake ocen se pri tem raziskovanju ne računajo, za kazalnik zaupanja v trgovini na drobno pa smo jih izračunali v SAS-u s pomočjo procedure SURVEYMEANS.

2.1.1 Postopek za izračun vzorčne napake

Vzorčne napake (oz. njihove ocene) izračunavamo za cenilko kazalnik zaupanja, katere ocene izračunamo na naslednji način:

Vprašanja, katerih odgovori se uporabljajo pri izračunu kazalnika zaupanja.

V2 – Kako presojate sedanji obseg svojih zalog zalog trgovskega blaga (1-premajhen, 2-ustrezen, 3-prevelik)

V12 – Kako ocenjujete gibanje vaše prodaje v zadnjih 3 mesecih (1-povečalo, 2-ostalo enako, 3-zmanjšalo)

V13 – Ali menite, da se bo vaša prodaja v naslednjih 3 mesecih: (1-povečala, 2-ostala enaka, 3-zmanjšala)

Najprej izračunamo ravnotežje za posamezno spremenljivko V , ki je definirano kot

$$RAV_V = \frac{\sum_k w_k \cdot PRIH_k I_k^V}{\sum_k w_k \cdot PRIH_k} = \frac{\sum_k w_k \cdot PRIH_k (I_k^{V1} - I_k^{V3})}{\sum_k w_k \cdot PRIH_k},$$

kjer

k - teče po vseh enotah v materialu,

w_k -vzorčna utež, ki pripada enoti k ,

$PRIH_k$ - prihodek, ki pripada enoti k ,

I^V - spremenljivka z vrednostjo 1, če je enota k označila prvi odgovor na vprašanje V ; 0, če je enota k označila drugi odgovor na vprašanje V , sicer pa -1.

I^{V1} – spremenljivka z vrednostjo 1, če je enota k označila prvi odgovor na vprašanje V , sicer 0

I^{V3} – spremenljivka z vrednostjo 1, če je enota k označila tretji odgovor na vprašanje V , sicer 0

Kazalnik zaupanja je definiran kot povprečje ravnotežij spremenljivk V_2, V_{12} in V_{13} .
(V2-ima obratni predznak)

$$KZ = \frac{RAV_{V2} + RAV_{V12} + RAV_{V13}}{3} = \frac{\sum_k w_k \cdot PRIH_k \cdot \sum_{l=1,2,3} I_k^{V_l}}{3 \cdot \sum_k w_k \cdot PRIH_k} =$$

$$= \frac{\sum_k w_k y_k}{\sum_k w_k x_k}.$$

kjer sta $y_k = PRIH_k \cdot \sum_{l=1,2,3} I_k^{V_l}$ in $x_k = 3 \cdot PRIH_k$ proučevani spremenljivki.

Kot vidimo, gre pri izračunu kazalnika zaupanja za razmerje dveh cenilk, katerih vzorčna varianca nima eksplicitne oblike, zato smo oceno vzorčno napake za kazalnik zaupanja v dejavnostih trgovine izračunali s pomočjo statističnega programa SAS (procedura SURVEYMEANS z uporabo opcije RATIO). Omenjena procedura temelji na Taylorjevi linearizaciji.

2.1.2 Vzorčna napaka

V spodnji tabeli je podana standardna napaka ter interval zaupanja za kazalnik zaupanja v trgovini na drobno po posameznih mesecih.

Tabela 2.1: Standardna napaka (v odstotkih) in interval zaupanja

mesec	jan.12	feb.12	mar.12	apr.12	maj.12	jun.12	jul.12	avg.12	sep.12	okt.12	nov.12	dec.12	Povpr. vrednost
Kazalnik zaupanja	-4	7	3	11	2	5	-4	-2	12	-4	-6	0	2
Standardna napaka	2	4	4	3	2	3	2	2	6	2	2	4	3
Interval zaupanja	(-7,-1)	(-1,15)	(-4, 10)	(5,17)	(-2, 6)	(-2,12)	(-7,-1)	(-6, 2)	(1,23)	(-7, -1)	(-9, -3)	(-7, 7)	(-4, 7)

2.1.3 Pojasnila

Če so v tabeli ocenjeni deleži enot z določeno lastnostjo (izraženi v odstotkih), so omejitve pri objavi določene glede na standardne napake (SE) ocen deležev. V teh primerih velja:

Če je standardna napaka (SE) ocene deleža

- 5 % ali manj ($SE \leq 5\%$), je ocena dovolj natančna, zato je objavljena brez omejitve;
- v intervalu od 5 % do vključno 15 % ($5\% < SE \leq 15\%$), je ocena manj natančna, zato je označena s črko M;
- večja od 15 % ($SE > 15\%$), je ocena za objavo premalo natančna, zato je nadomeščena s črko N.

2.1.4 Ukrepi za zmanjšanje vzorčnih napak

Nimamo posebnih ukrepov za zmanjševanje vzorčnih napak.

2.2 Pristranskost zaradi zajema

2.2.1 Postopek za izračun pristranskosti

Pristranskosti ne izračunavamo.

2.2.2 Pristranskost

Pristranskosti ne izračunavamo.

2.3 Nevzorčne napake

Nevzorčne napake se pojavljajo v vseh fazah zbiranja in obdelave podatkov. Nevzorčne napake povečujejo celotno napako in tako prispevajo k zmanjševanju točnosti. Medtem ko so vzorčne napake v glavnem merljive, je velikost nevezorčnih napak v anketnih raziskovanjih običajno precej težje ali celo nemogoče določiti. To je tudi razlog, da jim v praksi pogosto namenimo premalo pozornosti.

2.3.1 Napake zaradi neodgovora

Napake zaradi neodgovora so v večini primerov posledica negativnega odnosa poročevalskih enot do sodelovanja v raziskovanju. Zaradi naraščajočega števila komercialnih in uradnih anket, podjetja vedno pogosteje zavračajo sodelovanje. Ker je sodelovanje v anketi PA-TRG prostovoljno, je posledično višja tudi stopnja neodgovora.

2.3.1.1 Stopnja neodgovora enote

Tabela 2.1: Stopnja neodgovora enote, 2012

	jan.12	feb.12	mar.12	apr.12	maj.12	jun.12	jul.12	avg.12	sep.12	okt.12	nov.12	dec.12	Povpr. Vrednost
Stopnja neodgovora (neutežena)	18,4%	19,4%	19,9%	19,0%	16,5%	14,2%	17,9%	16,8%	14,6%	15,1%	16,3%	17,2%	17,1%
Stopnja neodgovora (utežena)	13,5%	15,4%	14,1%	13,6%	14,5%	12,1%	14,4%	28,4%	15,9%	12,2%	12,7%	13,0%	15,0%

2.3.1.2 Stopnje neodgovora spremenljivke

Pri zbiranju in urejanju podatkov je bilo zagotovljeno, da so vse enote, ki so odgovarjale na vprašalnik, odgovorile na vsa vprašanja, zato neodgovorov spremenljivke ni bilo.

2.3.1.3 Uporabljeni postopki v primeru neodgovora

Osnova za ocene (povečanje podatkov na celotno opazovano populacijo) so podatki podjetij, ki so vključena v vzorec in ki nam sporočijo podatke. Te podatke nato s pomočjo uteži preračunamo na celotno ciljno populacijo. Utež je izračunana kot zmnožek vzorčne uteži in uteži neodgovora. Vzorčna utež je izračunana kot obratna vrednost verjetnosti izbora, utež neodgovora pa kot razmerje med številom enot vzorca ter vsoto odgovorov in neustreznih enot. Uteževanje poteka po stratumih, ki so opredeljeni s skupino dejavnosti in z velikostnim razredom podjetja. Prikazani rezultati tako predstavljajo oceno za celotno ciljno populacijo.

utež za neodgovor

$w_{\text{neodg}} = \text{vzorec} / (\text{odgovor} + \text{neustrezn})$

utež poročevalske enote

$\text{UTEZ} = (1/\text{izbor}) * w_{\text{neodg}}$

2.3.1.4 Delež vstavljenih (imputiranih) podatkov

Pri tem raziskovanju podatkov ne vstavljamo (imputiramo).

2.3.1.5 Uporabljeni postopki za zmanjšanje stopenj neodgovora

Ker je sam potek dela izredno hiter, so temu prilagojeni tudi postopki za zmanjševanje neodgovora. Prvi med njimi je uporaba anketnega studia. Po preteku roka, ki so ga imela podjetja za izpolnitev vprašalnika, se začne telefonsko kontaktiranje podjetij. Podjetja prosimo naj takoj odgovorijo na vprašalnik ali pa ga izpolnjenega pošljejo po faksu. Nadalje pa podjetja spodbujamo k rednemu sodelovanju tudi s povratno informacijo z rezultati anket za dejavnost v katero so uvrščena.

2.3.2 Napake zaradi neustreznega pokritja

2.3.2.1 Delež nadpokritja

V tabeli 2.3 so prikazani podatki o številu ter stopnji neustreznih enot v vzorcu in okviru. Število enot, ki predstavljajo nadpokritje, lahko ločimo na tiste enote, ki so neustrezne, ker smo jih zaradi pomanjkanja informacij vključili v okvir, pa tja ne spadajo, ter enote, ki so bile ob vključitvi v okvir še ustrezne, neustrezne pa so postale med letom (so prenehale delovati, spremenile dejavnost).

Tabela 2.3: Delež nadpokritja, 2012

	jan.12	feb.12	mar.12	apr.12	maj.12	jun.12	jul.12	avg.12	sep.12	okt.12	nov.12	dec.12
Okvir	2000	2000	2000	1996	1996	1996	1996	1996	1996	1996	1996	1996
Vzorec	782	782	782	782	782	782	782	782	782	782	782	782
Neustrezne enote (neuteženo)	41	44	44	2	6	8	11	14	17	18	20	21
Stopnja neustreznosti (vzorec)	5,2%	5,6%	5,6%	0,3%	0,8%	1,0%	1,4%	1,8%	2,2%	2,3%	2,6%	2,7%
Stopnja neustreznosti (okvir)	5,1%	5,3%	5,3%	0,1%	0,6%	0,9%	1,3%	1,6%	2,1%	2,3%	2,5%	2,7%

2.3.2.2 Napaka zaradi podpokritja

Ni podatkov potrebnih za izračun stopnje podpokritja.

2.3.2.3 Ukrepi za zmanjšanje napak zaradi neustreznega pokritja

Glavni vzrok za prisotnost neustreznih enot je ta, da pri izgradnji vzorčnega okvira nismo imeli dovolj informacij o enotah, ki niso več aktivne ali opravljajo drugo dejavnost in jih zato nebi smeli vključiti v okvir. Zato je potrebno zagotoviti čim več, čim boljših informacij o enotah, ki jih vključujemo v okvir.

2.3.3 Merske napake

2.3.3.1 Kontrole za zaznavanje napak

Vnos podatkov poteka s pomočjo programskega paketa Blaise. Tako imenovane logične kontrole (LK) predstavljajo predvsem kontrolo preverjanja ustreznosti meseca in leta za katero je izpolnjen vprašalnik ter morebitne spremembe dejavnosti podjetja. Kontrol ustreznosti podanih odgovorov ni mogoče izvesti zaradi narave ankete, ki zahteva kvalitativno in subjektivno oceno ekonomskega kazalnika znotraj podjetja.

2.3.3.2 Razlogi za nastanek merskih napak

Glavni razlogi za napačno poročanje je, da je poslani vprašalnik za preteklo obdobje in ne za tekoči mesec.

2.3.3.3 Uporabljeni postopki v primeru napak

V primeru napake v obdobju odgovarjanja podjetje pokličemo in preverimo ali odgovori veljajo za tekoči mesec.

2.3.3.4 Delež urejanja podatkov

Sistematičnega spremljanja števila in deleža urejanja podatkov nimamo uvedenega zaradi majhnega obsega teh napak. Ocenjujemo, da je število enot, ki pošljejo vprašalnik za napačen mesec, pod 0,5 % podjetij na mesec.

2.3.3.5 Ukrepi za zmanjšanje števila merskih napak

Zaradi majhnosti pojava ne predvidevamo posebnih ukrepov.

3 Pravočasnost in točnost objave

Pravočasnost objave meri časovni razmik med referenčnim obdobjem, na katero se podatki nanašajo, in datumom objave. Točnost objave meri časovni razmik med dejanskim in predhodno najavljenim datumom objave podatkov, ki je določen bodisi v koledarju objav bodisi v pravni podlagi raziskovanja. Če se omenjena datuma ujemata, pravimo, da je bila objava točna.

3.1 Pravočasnost objave

3.1.1 Pravočasnost prve objave

Pravočasnost prve objave je določena kot razlika med datumom prve objave in koncem referenčnega obdobja. V tabeli prikazujemo pravočasnost prvih objav za vse mesece leta 2012 ter povprečno letno vrednost. Pravočasnost prvih objav je podana v obliki T- x, kjer je T konec referenčnega meseca, x pa število dni.

Tabela 3.1: Pravočasnost prve objave, 2012

Ref. obdobje	jan.12	feb.12	mar.12	apr.12	maj 12	jun.12	jul.12	avg.12	sep.12	okt.12	nov.12	dec.12	Povpr. vrednost
Datum objave	25.01.	23.02.	26.03.	23.04.	24.05.	22.06.	25.07.	27.08.	24.09.	25.10.	26.11.	27.12.	
Časovni zamik	T-6	T-5	T-5	T-7	T-7	T-8	T-6	T-4	T-6	T-6	T-4	T-4	T-6

3.1.2 Pravočasnost objave končnih rezultatov

Rezultati objavljeni v prvi objavi so končni.

3.1.3 Razlogi za večje zamude in ukrepi za izboljšanje pravočasnosti

Zamud ni, saj so vsi podatki objavljeni pred koncem referenčnega obdobja in v skladu z zahtevami Evropske komisije - DG ECFIN.

3.2 Točnost objave

3.2.1 Točnost prve objave

Tabela 3.5: Točnost prve objave, 2012

Ref.	jan.12	feb.12	mar.12	apr.12	maj12	jun.12	jul.12	avg.12	sep.12	okt.12	nov.12	dec.12	Povpr.
------	--------	--------	--------	--------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

obdobje													vrednost
Datum najave	25.01.	23.02.	26.03.	23.04.	24.05.	22.06.	25.07.	27.08.	24.09.	25.10.	26.11.	27.12.	
Datum objave	25.01.	23.02.	26.03.	23.04.	24.05.	22.06.	25.07.	27.08.	24.09.	25.10.	26.11.	27.12.	
Časovni zamik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

3.2.2 Razlogi za večje zamude in ukrepi za izboljšanje točnosti objav

Iz zgornje tabele je razvidno, da so bili podatki objavljeni na dan napovedanih datumov, zato ukrepi za izboljšanje točnosti objav niso potrebni.

4 Dostopnost in jasnost informacij

Dostopnost statističnih podatkov opisuje možnosti, ki so na voljo uporabnikom za enostaven dostop do statističnih podatkov. Nanaša se na fizične okoliščine, v katerih so podatki dostopni uporabnikom: kje in kako je podatke mogoče dobiti, v kolikšnem času bodo na voljo, koliko stane posamezna storitev (jasen cenik storitev), pogoji za uporabo podatkov (avtorske pravice), dostopnost mikropodatkov in metapodatkov, dostopnost v različnih formatih. Jasnost statističnih podatkov opisuje enostavnost razumevanja podatkov za uporabnike. Nanaša se na informacijsko okolje, v katerem so podatki predstavljeni: ali so podatki opremljeni s primernimi metodološkimi pojasnili in so ustrezno predstavljeni z grafičnimi prikazi ali drugim slikovnim gradivom, ali je podana informacija o točnosti podatkov in o omejitvah uporabe, ali so uporabnikom po potrebi dostopne dodatne informacije.

4.1 Dostopnost informacij

4.1.1 Uporabljeni načini za izkazovanje rezultatov

Tabela 4.1: Načini za izkazovanje rezultatov, 2012

Zap. št.	Načini	Uporabljeno
1	Spletna objava (npr. Prva objava, E-objava)	DA
2	Objava v podatkovnem portalu SI-STAT	DA
3	Objava v interaktivnih spletnih orodjih (npr. Interaktivni statistični atlas Slovenije, Tematska kartografija)	NE
4	Posredovanje že zbranih podatkov na zahtevo uporabnikov	NE
5	Podatki, dosegljivi preko telefonskega odzivnika	NE
6	Splošne tiskane publikacije (npr.: Statistični letopis, Slovenija v številkah)	NE
7	Tematske tiskane publikacije (npr. v zbirkah Statistične informacije, Brošure)	NE
8	Zunanje baze podatkov (npr. Arhiv družboslovnih podatkov, baza Eurostata, OECD-ja)	DA
9	Statistično zaščiteni mikropodatki	NE
10	Predhodni dostop do podatkov glede na standardni protokol	DA

4.1.2 Delež uporabljenih načinov za izkazovanje statističnih rezultatov

Za izkazovanje rezultatov so bili uporabljeni 4 načini, kar pomeni, da je delež uporabljenih načinov znašal 40%.

4.2 Jasnost izkazanih informacij

4.2.1 Oblike izkazovanja podatkov

4.2.1.1 Spletna objava

Spletna objava je sestavljena iz:

- Prve objave: http://www.stat.si/tema_ekonomsko_poslovne.asp in
- hkratne objave v podatkovnem portalu SI-STAT:

http://www.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/20_trgovina/20074_tend_trgovina/20074_tend_trgovina.asp

Prva objava vsebuje rezultate vseh anket o poslovnih tendencah in mnenju potrošnikov. V komentarju je povzeto gibanje kazalnika zaupanja v trgovini na drobno, omejitvenih dejavnikov in ostalih kazalnikov, ki so se pomembneje spremenili v danem mesecu. Objava vsebuje tudi grafikone kazalnika gospodarske klime, katere komponenta je tudi kazalnik zaupanja v trgovini na drobno in priponke - Poslovne tendence v trgovini na drobno, Slovenija, mesec, leto.

4.2.1.2 Druge oblike izkazovanja rezultatov

Podjetjem, ki sodelujejo pošiljamo posebno informacijo v elektronski obliki. Sodelujočo podjetje dobi informacijo v obliki grafov, kjer je kazalnik za njegovo dejavnost prikazan s kazalnikom zaupanja za trgovino na drobno kot celoto.

4.2.2 Izkazani rezultati

Rezultati so prikazani v obliki ravnotežij v grafikonih, ki prikazujejo časovne vrste od začetka izvajanja ankete. Pri primerjavah na nivoju trgovine na drobno skupaj so časovne vrste tudi desezonirane.

4.2.3 Raven podrobnosti izkazovanja rezultatov

V publikaciji so prikazani rezultati za trgovino na drobno skupaj. V SI-STAT portalu pa so objavljeni podatki na nivoju totala in skupin (skupine določila EK).

RAZRED	SKD	OPIS
11	45.1	MVS
12	45.2 + 45.3 + 45.4	MVRM
13	47.1 + 47.2 + 47.8	FBT
14	47.3	FUEL
15	47.4 + 47.5 + 47.6 + 47.7 + 47.9	OTHERS

4.2.4 Metapodatki

Obširna metodološka pojasnila, kjer so pojasnjeni naslednji vidiki raziskovanja: namen, enote opazovanja, zajetje, viri podatkov, definicije spremenljivk, obdelava podatkov, so na voljo uporabnikom na internetnem naslovu: http://www.stat.si/metodologija_pojasnila.asp?pod=28. Povzetek metodoloških pojasnil je podan v uvodu tega dokumenta.

4.2.5 Ukrepi za izboljšanje jasnosti izkazanih rezultatov

Trenutno ni predvidenih ukrepov za izboljšanje jasnosti izkazanih rezultatov.

5 Primerljivost statistik

Primerljivost statistik meri razlike, ki se pojavijo zaradi uporabe različnih statističnih konceptov (klasifikacij, definicij, ciljne populacije) ali različnih statističnih metod pri izračunu statistik v različnih geografskih področjih, pri drugih domenah populacije ali v različnih referenčnih obdobjih.

5.1 Časovna primerljivost

5.1.1 Dolžina primerljivih časovnih vrst

Rezultati ankete o poslovnih tendencah v trgovini na drobno so dostopni od januarja 1999. Do konca leta 2012 je dolžina časovnih vrst 168 mesecev ali 14 let.

5.1.2 Prelomi v časovni vrsti

Statistične podatke za poslovne tendence smo po SKD 2008 začeli objavljati maja 2010. Zaradi spremenjene klasifikacije dejavnosti je bilo treba preračunavati tudi časovne vrste statističnih podatkov za nazaj (ang. backcasting) glede na novo klasifikacijo dejavnosti (od začetka serije do vključno aprila 2010). Preračune časovnih vrst smo izvedli na mikroravni, kar pomeni, da smo vsak individualni zapis v mikro bazi in za vsako časovno obdobje, klasifikacijo SKD 2002 nadomestili s klasifikacijo SKD 2008 in nato ponovno izračunali vse statistike in agregate.

5.1.3 Drugi dejavniki, ki vplivajo na časovno primerljivost

Dejavnik, ki vpliva na časovno primerljivost, je gotovo tudi relativno pospešen način zbiranja podatkov. Sodelujoči v anketi odgovarjajo na vprašanja med 1. in 15. dnevom v mesecu za tekoči mesec in pogosto, v času ko odgovarjajo, še ne vedo, kam se bo posamezni kazalnik odklonil.

5.2 Krajevna primerljivost

5.2.1 Primerljivost z drugimi članicami Evropskega statističnega sistema

Za države članice EU je primerljivost metodologije zagotovljena v okviru Harmoniziranega programa anket o poslovnih tendencah in mnenju potrošnikov, ki ga oblikuje Evropska komisija – DG ECFIN, ki temelji na dogovoru partnerjev (partners agreement).

V okviru programa so opredeljena področja opazovanja, vprašalniki, periodika in roki objav. Vsi sodelujoči v programu so dolžni spoštovati njegova priporočila.

5.3 Desezoniranje

Desezonirane vrednosti so vrednosti, pri katerih je izključen vpliv sezone, vsebujejo pa trend-cikel in naključno komponento. Podatki so desezonirani zaradi primerljivosti v različnih časovnih obdobjih, ki vsebujejo različne sezonske vplive. Pri desezoniranju smo uporabili program TRAMO/SEATS, ki se nahaja v vmesniku Demetra. Program TRAMO/SEATS temelji na modelih ARIMA.

Desezonirane časovne vrste: poslovni položaj, pričakovana skupna nabava, pričakovani poslovni položaj, pričakovana prodaja, zaupanje in klima.

Pri oblikovanju modelov je bilo upoštevano obdobje od januarja 1999 do maja 2012. Zaradi narave podatkov se modeli za leto 2012 razlikujejo od modelov za leto 2011. Pri sedanjem obsegu zalog, pričakovanem zaposlovanju, prodajnih cenah, prodaja in kazalniku pričakovane prodajne cene sezonska komponenta ni prisotna.

Časovne vrste smo desezonirali direktno. Vplivi delovnih dni, velike noči in slovenskih praznikov pri teh časovnih vrstah niso statistično značilno različni od nič, zato jih pri desezoniranju nismo upoštevali.

Oblikovani modeli se preverijo enkrat na leto. Med letom se spremenijo takrat, ko kakovost desezoniranja ni več primerna, to pa pokažejo statistike, ki merijo kakovost desezoniranja.

6 Skladnost

Skladnost pri statistikah ugotavlja primernost statističnih podatkov za zanesljivo povezovanje na različne načine in za različne uporabnike. Opisuje omejitve pri povezovanju statistik iz različnih virov, ki so posledica uporabe različnih statističnih postopkov.

6.1 Skladnost med začasnimi in končnimi podatki

6.1.1 Politika objavljanja začasnih podatkov

Začasnih podatkov ne izkazujemo. Objavimo le končne podatke.

6.1.2 Skladnost med začasnimi in končnimi podatki

Začasnih podatkov ne objavljamo.

6.1.3 Razlogi za večje razlike med začasnimi in končnimi podatki

-

6.2 Skladnost z rezultati referenčnega raziskovanja

6.2.1 Kratek opis referenčnega raziskovanja

Rezultati ankete o poslovnih tendencah v trgovini na drobno so kvalitativni in podani v obliki ravnotežja. Za primerjavo smo vzeli mesečno raziskovanje o prihodku od prodaje in kazalnik zaupanja. Zaradi različne narave podatkov pri primerjavah ni podanih razlik med rezultati enega in drugega raziskovanja, temveč so rezultati prikazani le grafično.

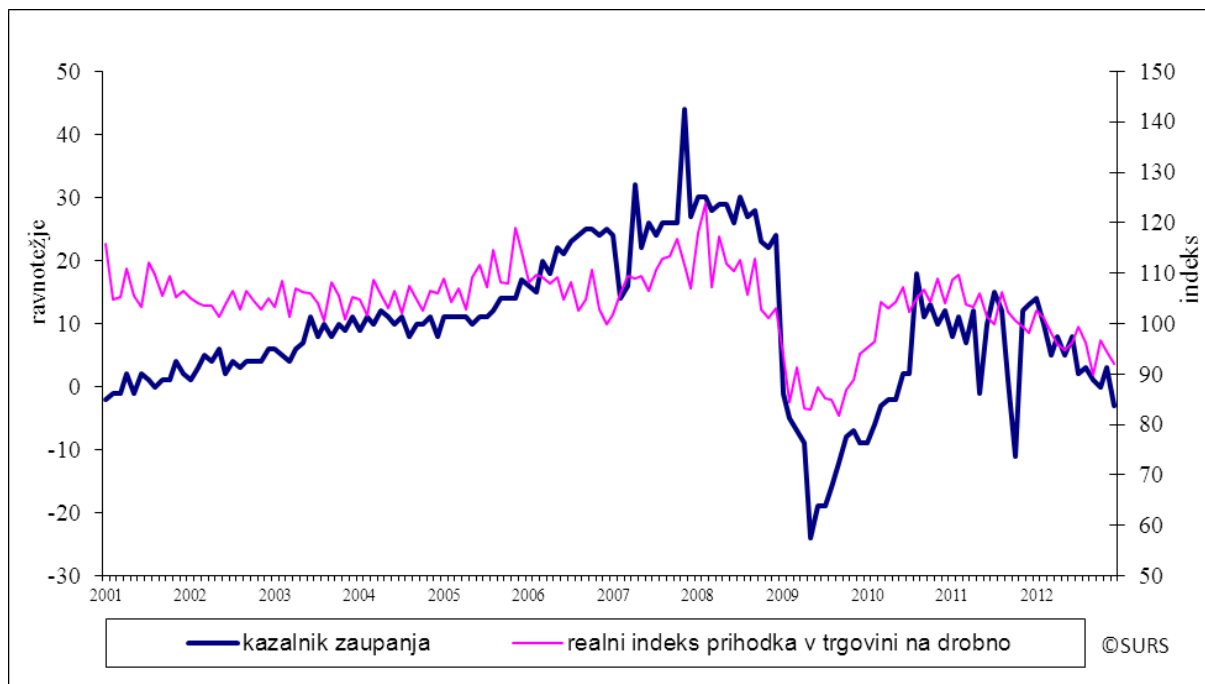
Namen statističnega raziskovanja o trgovini na drobno, trgovini z motornimi vozili in popravilih motornih vozil je mesečno merjenje in spremljanje prihodka od prodaje blaga v omenjenih dejavnostih. Mesečno izračunavanje indeksa prihodka je namenjeno zgodnjemu ugotavljanju sprememb v gospodarskem razvoju. Primeren je za kratkoročna opazovanja in analize gospodarskega razvoja.

6.2.2 Skladnost z rezultati iz referenčnega vira

Vir primerjave: mesečno raziskovanje o prihodku od prodaje

Primerjane spremenljivke: kazalnik zaupanja v trgovini na drobno

Slika: Kazalnik zaupanja in desezonirana vrednost indeksa prihodka v trgovini na drobno, januar 2001 – decembra 2012



6.2.3 Razlogi za večje razlike med raziskovanjema

Raziskovanji se razlikujeta po metodologiji, saj je PA-TRG kvalitativno raziskovanje, s katerim spremljamo mnenja direktorjev o posameznih ekonomskih kazalnikih znotraj podjetja, medtem ko je raziskovanje TRG/M kvantitativno, s katerim spremljamo vrednostne spremenljivke.

7 Stroški in obremenitve

Stroški in obremenitve anketiranih oseb in poslovnih subjektov niso samostojna komponenta kakovosti, so pa pomemben dejavnik pri ocenjevanju kakovosti, saj običajno vplivajo na vse druge komponente kakovosti.

7.1 Stroški raziskovanja za urad

Tabela 7.1: Stroški za raziskovanje na statističnem uradu

Referenčno obdobje	2010	2011	2012
Število porabljenih delovnih ur	2.221	2.156	1.780
Število poročevalskih enot, ki bi morale izpolniti vprašalnik	8.389	8.177	8.210
Periodika raziskovanja	M	M	M
Število vprašalnikov na leto (skupaj)	8.389	8.177	8.210

Opombe: Stroški za raziskovanje se nanašajo na obdobje maj 2012 - april 2013, ki je opredeljeno s strani Evropske komisije– DG ECFIN, ki sofinancira izvajanje ankete v 50 %. Glede na to je potrebno vsako leto v okviru dokumentacije natančno navesti vse predvidene stroške, ki bodo nastali pri raziskovanju. Na koncu obdobja, na katero se financiranje nanaša, mora finančna služba Statističnega urada izdelati končno finančno poročilo, ki ne sme presegati načrtovanih stroškov. Iz poročila morajo biti razvidni tako stroški materiala in opreme kot tudi administrativni stroški ter stroški dela.

7.2 Obremenitev poročevalskih enot

Obremenitev poročevalskih enot je minimalna, saj je vprašalnik mnenjski z vnaprej podanimi odgovori in priloženo kuverto za oddajo izpolnjene ankete. Izpolnjevanje vprašalnika traja v povprečju 10 minut, kar je ocenjeno na podlagi telefonskega anketiranja podjetij, ki do določenega datuma niso odgovorila.

Tabela 7.2: Obremenitev poročevalskih enot

Referenčno obdobje	2010	2011	2012
Število poročevalskih enot, ki so izpolnile vprašalnik	7.752	7.369	7.579
Letno število vprašalnikov na enoto	12	12	12
Čas, porabljen za en vprašalnik (ure)	10'	10'	10'
Celoten porabljeni čas (ure)	1.292	1.228	1.263

Opombe: Obremenitev poročevalskih enot je minimalna, saj je vprašalnik mnenjski, z vnaprej podanimi odgovori, priložena pa mu je tudi ovojnica za oddajo izpolnjenega anketnega vprašalnika. Izpolnjevanje vprašalnika traja v povprečju 10 minut (ta čas je bil ocenjen na podlagi telefonskega anketiranja podjetij, ki do določenega datuma niso odgovorili).

7.3 Ukrepi za zmanjšanje stroškov in obremenitev

Analizirana anketa je mnenjska, zato tovrstni podatki drugje niso dostopni. V letu 2013 bomo sodelujočim pošiljali grafikone v elektronski obliki in tako znižali stroške tiskanja in poštnine za polovico.