



# METODOLOŠKO POJASNILO

## POSLOVNE TENDENCE IN MNENJE POTROŠNIKOV

***To metodološko pojasnilo se nanaša na objavljanje podatkov:***

- Gospodarska klima, Slovenija, mesečno (Prva objava)
- Poslovne tendence, Slovenija, mesečno (Prva objava)
- Mnenje potrošnikov, Slovenija, mesečno (Prva objava)

Vsebina:

1. NAMEN
2. PRAVNA PODLAGA
3. ENOTA, KI JO OPISUJEJO OBJAVLJENI PODATKI
4. IZBOR ENOT OPAZOVANJA
5. ZBIRANJE IN VIRI PODATKOV
6. DEFINICIJE
7. POJASNILA
8. OBJAVLJANJE PODATKOV
9. REVIDIRANJE PODATKOV
10. DRUGA METODOLOŠKA GRADIVA

## 1. NAMEN

Namen objave podatkov o poslovnih tendencah (PT) in mnenju potrošnikov (MP) je mesečni prikaz informacij o preteklem, sedanjem in prihodnjem stanju v gospodarstvu in gospodinjstvih.

Ključne statistike, ki jih objavljamo, so:

- gospodarska klima,
- kazalnik zaupanja v predelovalnih dejavnostih, trgovini na drobno, gradbeništvu, storitvenih dejavnosti in
- kazalnik zaupanja potrošnikov.

## 2. PRAVNA PODLAGA

- [Letni program statističnih raziskovanj \(LPSR\)](#)
- [Zakon o državni statistiki](#) (Uradni list RS, št. 45/95 in 9/01)

Podatki so mednarodno primerljivi in soustvarjajo evropsko statistiko.

Statistično raziskovanje sofinancira Evropska komisija. Za objavljene podatke in besedila je odgovoren samo Statistični urad Republike Slovenije (in ne Evropska komisija).

## 3. ENOTA, KI JO OPISUJEJO OBJAVLJENI PODATKI

### POSLOVNE TENDENCE

Enoti, ki ju opisujejo objavljeni podatki, sta stanje in pričakovanje glavnih ekonomskih kazalnikov. Podatki o enotah so prikazani z vidika posameznih dejavnosti Standardne klasifikacije dejavnosti (SKD 2008) in glede na posamezne gospodarske kazalnike.

### MNENJE POTROŠNIKOV

Enota, ki jo opisujejo objavljeni podatki, je mnenje prebivalcev Slovenije (starih od 16 do 84 let) o ekonomskem stanju in pričakovanjih v njihovih gospodinjstvih in v slovenskem gospodarstvu.

## 4. IZBOR ENOT OPAZOVANJA

### POSLOVNE TENDENCE

Enote opazovanja so podjetja, ki so po Standardni klasifikaciji dejavnosti (SKD 2008) razvrščena v:

Poslovne tendence	SKD 2008
Predelovalne dejavnosti	C Predelovalne dejavnosti (od 10 do 33)
Trgovina na drobno	G Trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil (45, 47 razen 46 Posredništvo in trgovina na debelo)
Gradbeništvo	F Gradbeništvo (41,42, 43)
Storitvene dejavnosti	H Promet in skladiščenje (49, 50, 51, 52, 53)
	I Gostinstvo (55, 56)
	J Informacijske in komunikacijske dejavnosti (58, 59, 60, 61, 62, 63)
	K Finančne in zavarovalniške dejavnosti (64, 65, 66)
	L Poslovanje z nepremičninami (68)
	M Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti (69, 70, 71, 72, 73, 74, 75)
	N Druge raznovrstne poslovne dejavnosti (77, 78, 79, 80, 81, 82)
	R Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti (92, 93)
S Druge storitvene dejavnosti (95, 96)	

V raziskovanju opazujemo statistično dejavnost, ki je kot glavna določena v Statističnem poslovnem registru za statistični namen in se v posameznih primerih razlikuje od registrirane dejavnosti, določene v Poslovnem registru Slovenije (PRS), ki ga vodi Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJ PES). Statistična dejavnost se določa pri pomembnejših enotah, in sicer tistih, pri katerih je iz obstoječih statističnih podatkov razvidno, da bi bila njihova razvrstitev po teh podatkih drugačna od razvrstitve te enote glede na registrirano dejavnost.

Od podjetij, uvrščenih v dejavnosti gradbeništvo, trgovini na drobno in storitvene dejavnosti, vključimo v vzorec vsa velika in srednje velika podjetja ter določen delež malih podjetij. Od podjetij v predelovalnih dejavnostih pa vključimo v vzorec vsa velika podjetja ter določen delež srednje velikih in malih podjetij. Vzorce enote določamo na podlagi zajema s pragom, in to na podlagi dveh meril:

- velikost podjetja (glede na število zaposlenih, skladno z zakonom o gospodarskih družbah; pri trgovini na drobno pa je velikost določena glede na višino prihodka),
- in razvrstitev podjetja po glavni dejavnosti.

Velikost podjetja glede na število zaposlenih:

- majhno podjetje: podjetje, ki zaposluje največ 50 oseb;
- srednje veliko podjetje: podjetje, ki zaposluje od vsaj 50 do največ 250 oseb;
- veliko podjetje: podjetje, ki zaposluje več kot 250 oseb.

Prag v predelovalnih dejavnostih:

- vsaj 20 zaposlenih za samostojne podjetnike,
- vsaj 10 zaposlenih za druga podjetja.

Prag v trgovini na drobno:

- za samostojne podjetnike: prihodek vsaj 124.500,00 EUR ali vsaj 10 zaposlenih,
- za druga podjetja: prihodek vsaj 124.500,00 EUR ali vsaj 5 zaposlenih.

Prag v gradbeništvu:

- vsaj 10 zaposlenih (samostojni podjetniki se ne upoštevajo).

Prag pri storitvah:

- v skupinah dejavnosti 50, 51, 52, 55, 56, 62, 63, 66, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 77, 78, 79, 81, 80, 82, 95 mora imeti podjetje vsaj 5 zaposlenih, v preostalih skupinah dejavnosti pa vsaj 10 zaposlenih.

Velikost skupnega vzorca je približno 3.000 enot.

## **MNENJE POTROŠNIKOV**

Vzorec je stratificiran sistematičen. Stratumi so opredeljeni s statistično regijo (12 regij) in s tipom naselja znotraj statističnih regij (6 tipov). V vsakem stratumu se vzorči neodvisno. Število oseb v posameznem stratumu je sorazmerno glede na delež oseb, starih 16 ali več let, ki živijo v območju posamezne statistične regije, in glede na tip naselja. Njihovo število se rahlo spreminja glede na stopnjo anketiranja v stratumu v preteklih četrletjih.

Vzorec vsebuje mesečno 3.000 oseb. Te osebe povabimo k izpolnjevanju spletnega vprašalnika. Del teh oseb, tistih, ki spletnega vprašalnika ne izpolnijo, pozneje anketiramo po telefonu. Zato v vzorec izbrane osebe povežemo tudi s številkami iz telefonskega imenika. V vzorec izbrana oseba se po končanem anketiranju za 12 mesecev izloči iz vzorčnega okvira.

## **5. ZBIRANJE IN VIRI PODATKOV**

### **POSLOVNE TENDENCE**

Podatke za raziskovanje Poslovne tendence pridobivamo od leta 2014 prek spletne aplikacije eSTAT. Opazovane enote, ki so že registrirane za uporabo omenjene spletne aplikacije, izpolnijo mesečni vprašalnik Poslovne tendence (PT) elektronsko (WEB), in sicer do predvidenega roka. Vprašalnik s podatki za tekoči mesec morajo izpolniti najpozneje do 10. v tekočem mesecu in ga do tega datuma oddati na Statistični urad RS. Preostale enote in tiste, ki prek eSTAT ne odgovorijo do tega roka, pokličemo po telefonu iz telefonskega studia (CATI).

Raziskovanje izvajamo mesečno. Na vprašanja odgovarjajo direktorji podjetij ali druge osebe na vodstvenem delovnem mestu od 1. do 15. v mesecu.

Podjetju, ki sodeluje v raziskovanju, pošljemo vsak mesec rezultate raziskovanja, ki se nanašajo na dejavnost iz Standardne klasifikacije dejavnosti, v katero se razvršča tudi samo, vendar le, če je izpolnilo vprašalnik za tekoči mesec.

## MNENJE POTROŠNIKOV

Podatke za raziskovanje Mnenje potrošnikov (MP) pridobimo od oseb, ki jih izberemo v vzorec iz Centralnega registra prebivalstva (CRP). Podatke za to raziskovanje zbiramo vsak mesec z vprašalnikom Mnenje potrošnikov, običajno od 1. do 15. v mesecu. Od leta 2016 zbiramo podatke kombinirano: s spletnim vprašalnikom (WEB) in z anketiranjem po telefonu (CATI) v anketnem studiu. Prek spleta (WEB) zbiramo podatke celotno za zbiranje podatkov predvideno obdobje, po telefonu pa navadno v drugi polovici tega obdobja, saj po telefonu anketiramo le osebe, ki ne izpolnijo spletnega vprašalnika v prvem delu tega obdobja. Sodelovanje v raziskovanju je prostovoljno. Osebe, ki so bile izbrane za sodelovanje v tej anketi, obvestimo o tem z obvestilnim pismom in zgibanko.

## 6. DEFINICIJE

Rezultati raziskovanja so izraženi v obliki **ravnotežja**. Ravnotežje je razlika med deležem pozitivnih in deležem negativnih odgovorov.

**Kazalnik gospodarske klime** je tehtani sintezni kazalnik; sestavljajo ga kazalniki zaupanja v predelovalnih dejavnostih (40 %), trgovini na drobno (5 %), gradbeništvu (5 %), storitvenih dejavnostih (30 %) in kazalnik zaupanja potrošnikov (20 %).

**Kazalnik zaupanja v predelovalnih dejavnostih** je povprečje ravnotežij na vprašanja o proizvodnih pričakovanjih, skupnih naročilih in zalogah končnih izdelkov.

**Kazalnik zaupanja v trgovini na drobno** je povprečje ravnotežij na vprašanja o prodaji, pričakovani prodaji in sedanjem obsegu zaloga trgovskega blaga.

**Kazalnik zaupanja v gradbeništvu** je povprečje ravnotežij na vprašanja o sedanjih skupnih naročilih in pričakovanem zaposlovanju.

**Kazalnik zaupanja v storitvenih dejavnostih** je povprečje ravnotežij na vprašanja o poslovnem položaju ter sedanjem in pričakovanem povpraševanju po storitvah.

**Kazalnik zaupanja potrošnikov** je povprečje ravnotežij, izračunanih iz odgovorov na vprašanja o pričakovanem finančnem stanju v gospodinjstvu, o pričakovanem gospodarskem stanju v državi, o pričakovani brezposelnosti in možnosti za varčevanje v prihodnjih 12 mesecih.

**Dolgoletno povprečje** se izračuna iz povprečja ravnotežij od začetka časovne vrste do decembra predhodnega leta.

## 7. POJASNILA

### 7.1 KLASIFIKACIJE

Standardna klasifikacija dejavnosti (SKD) 2008 <http://www.stat.si/doc/pub/skd.pdf> je nacionalna različica evropske statistične klasifikacije gospodarskih dejavnosti NACE Rev. 2 <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5902521/KS-RA-07-015-EN.PDF/dd5443f5-b886-40e4-920d-9df03590ff91?version=1.0>; ki v celoti povzema evropsko klasifikacijo dejavnosti, hkrati pa jo dopolnjuje z nacionalnimi podrazredi.

### 7.2 OBDELAVA PODATKOV

#### UTEŽEVANJE

Z uteževanjem želimo doseči reprezentativnost vzorca, tako da so uteženi podatki čim boljša ocena opazovane populacije v določeni časovni točki.

Postopek uteževanja se določi glede na vzorčni načrt, neodgovor enote in glede na razpoložljive pomožne populacijske spremenljivke, ki jih uporabimo za kalibracijo.

Končna utež enote je tako produkt uteži zaradi verjetnosti izbora enot, uteži zaradi neodgovora ter kalibracijskega faktorja.

#### STATISTIČNO UREJANJE PODATKOV

##### POSLOVNE TENDENCE

Pri poslovnih tendencah ni statističnega urejanja podatkov.

##### MNENJE POTROŠNIKOV

Podatke statistično uredimo s kombinacijo sistematskih popravkov in postopkov vstavljanja podatkov. Pri vstavljanju podatkov uporabimo metodo logičnega vstavljanja in metodo notranjega darovalca.

Več o statističnem urejanju podatkov lahko preberete v splošnem metodološkem pojasnilu [Statistično urejanje podatkov](#).

##### DESEZONIRANJE

Časovne vrste desezoniramo z metodo TRAMO/SEATS. Časovni vrsti postavimo model, ki ga približno enkrat letno podrobno pregledamo in popravimo. Z modelom časovno vrsto razčlenimo na:

- komponento trend-cikel (sestavljajo jo trend in ciklična nihanja s periodo, daljšo od enega leta),
- sezonsko komponento (sestavljajo jo vplivi sezone in vplivi koledarja; vplive koledarja sestavljajo vpliv števila delovnih dni, vpliv prestopnega leta, vpliv praznikov in vpliv velike noči),
- iregularno komponento (sestavljajo jo slučajna nihanja in nekateri osamelci).

Desezonirani podatki so originalni podatki, iz katerih so odstranjeni vplivi sezone in koledarja. Več o desezoniranju lahko preberete v splošnem metodološkem pojasnilu [Desezoniranje časovnih vrst](#).

### 7.3 DRUGA POJASNILA

Nekateri seštevki in razlike se zaradi zaokroževanja ne ujemajo.

Skladno s strategijo Statističnega urada RS o ravnanju glede **varstva podatkov** se podatki, iz katerih bi bilo mogoče ugotoviti istovetnost osebe ali poslovnega subjekta, zakrijejo; to pomeni, da se namesto takega podatka vpiše črka „Z“, v skupnem seštevku (v vsotah) pa se njegova vrednost upošteva. Zaupnost podatkov je opredeljena v Zakonu o državni statistiki (Uradni list RS, št. 45/95 in št. 9/01).

#### IZRAČUN RAVNOTEŽIJ PRI POSLOVNIH TENDENCAH

##### Primer

Sodelujoče vprašamo: Kakšen je vaš sedanji poslovni položaj? Dobimo npr. take odgovore:

- 35 % jih meni, da je sedanji poslovni položaj dober,
- 40 % jih meni, da je sedanji poslovni položaj zadovoljiv (nespremenjen),
- 25 % jih meni, da je sedanji poslovni položaj slab.

Podjetja, ki so odgovorila, da se položaj ni spremenil, ne vplivajo na rezultat ocene poslovnega položaja. Iz vrednosti preostalih dveh deležev izračunamo ravnotežje (35 – 25). Rezultat (10) izraža intenziteto in smer pojava.

#### IZRAČUN RAVNOTEŽIJ PRI MNENJU POTROŠNIKOV

Anketiranci imajo pri vprašanih vnaprej ponujene odgovore, ki so razporejeni od zelo pozitivnih (PP), pozitivnih (P), nevtralnih (N), negativnih (M) do zelo negativnih (MM). Ravnotežje (B) se iz odgovorov izračuna takole:

$$B = (PP + \frac{1}{2}P) - (\frac{1}{2}M + MM)$$

##### Primer

Sodelujoče vprašamo: Kako se bo po vašem mnenju spremenilo finančno stanje vašega gospodinjstva v prihodnjih 12 mesecih? Dobimo npr. take odgovore:

- 15 % jih odgovori, da se bo spremenilo precej na bolje.
- 10 % jih odgovori, da se bo spremenilo malo na bolje.
- 25 % jih odgovori, da bo ostalo enako.
- 30 % jih odgovori, da se bo spremenilo malo na slabše.
- 20 % jih odgovori, da se bo spremenilo precej na slabše.

Osebe, ki so odgovorile, da bo stanje ostalo enako, ne vplivajo na rezultat. Ravnotežje (B) izračunamo iz vrednosti preostalih deležev takole:  $B = (15 + \frac{1}{2} \cdot 10) - (\frac{1}{2} \cdot 30 + 20)$ . Rezultat (-15) izraža intenziteto in smer pojava.

Za večino kazalnikov (12) velja, da višja vrednost ravnotežja pomeni višji delež optimističnih odgovorov. Za 3 kazalnike pa to ne velja; ti so:

- gibanje cen v zadnjih 12 mesecih,
- gibanje cen v prihodnjih 12 mesecih,
- pričakovana raven brezposelnosti v naslednjih 12 mesecih.

Pri teh treh kazalnikih velja ravno nasprotno: čim višja je vrednost ravnotežja, tem slabše je stanje, ki ga nakazuje, in obratno; čim nižja je vrednost ravnotežja, tem ugodnejše stanje nakazuje.

## 8. OBJAVLJANJE PODATKOV

Podatke objavljamo:

### Mesečno:

- Podatkovna baza SI-STAT: Ekonomsko področje – Poslovne tendence: [Poslovne tendence in mnenje potrošnikov](#), [Poslovne tendence v predelovalnih dejavnostih](#), [Poslovne tendence v trgovini na drobno](#), [Poslovne tendence v gradbeništvu](#), [Poslovne tendence v storitvenih dejavnostih](#), [Mnenje potrošnikov](#). Objavljamo ravnotežja (originalne in desezonirane podatke); pri poslovnih tendencah po klasifikaciji SKD 2008.
- Prva objava (Podjetja, Poslovne tendence): »Gospodarska klima, Slovenija, mesečno«.
- Prva objava (Podjetja, Poslovne tendence): »Poslovne tendence, Slovenija, mesečno«.
- Prva objava (Kakovost življenja, Mnenje potrošnikov): »Mnenje potrošnikov, Slovenija, mesečno«.
- [Evropska komisija \(EK\)](#).

### Četrtno:

- Podatkovna baza SI-STAT: Ekonomsko področje – Poslovne tendence: [Poslovne tendence v predelovalnih dejavnostih](#), [Mnenje potrošnikov](#). Objavljamo ravnotežja (originalne in desezonirane podatke); pri poslovnih tendencah po klasifikaciji SKD 2008 (v januarju, aprilu, juliju in oktobru).
- Prva objava (Podjetja, Poslovne tendence): »Poslovne tendence, Slovenija, mesečno«.
- Prva objava (Kakovost življenja, Mnenje potrošnikov): »Mnenje potrošnikov, Slovenija, mesečno«.
- [Evropska komisija \(EK\)](#).

### Polletno:

- Podatkovna baza SI-STAT: Ekonomsko področje – Poslovne tendence: [Investicije v predelovalnih dejavnostih](#). Objavljamo ravnotežja (originalne podatke) po klasifikaciji SKD 2008 (v aprilu in novembru).
- Prva objava (Podjetja, Poslovne tendence): »Poslovne tendence, Slovenija, mesečno«.
- [Evropska komisija \(EK\)](#).

### Letno:

- Statøpis.

## 9. REVIDIRANJE PODATKOV

### 9.1 OBJAVLJANJE ZAČASNIH IN KONČNIH PODATKOV

Objavljamo le končne podatke.



## 9.2 PRELOMI V ČASOVNI VRSTI

### KAZALNIK GOSPODARSKE KLIME

Do marca 2002 se je kazalnik gospodarske klime izračunaval le iz kazalnikov zaupanja v predelovalnih dejavnostih, trgovini na drobno in pri potrošnikih, od aprila 2002 pa se v izračun omenjenega kazalnika vključujeta še kazalnika zaupanja v gradbeništvu in storitvenih dejavnostih.

### MNENJE POTROŠNIKOV

Do konca leta 2015 so se podatki za to raziskovanje zbirali samo s telefonskim anketiranjem. V januarju 2016 pa smo začeli anketiranje po telefonu kombinirati s spletnim vprašalnikom. Način zbiranja podatkov vpliva na izražena mnenja, kar kažejo tudi izsledki drugih raziskovanj.

Metodološko pojasnilo o revidiranju podatkov je dostopno na spletni strani <http://www.stat.si/dokument/5296/RevidiranjeStatisticnihPodatkovMPsplosna.pdf>.

## 10. DRUGA METODOLOŠKA GRADIVA

### POSLOVNE TENDENCE

- Vprašalnik:
  - Poslovne tendence (PT),
- Standardno poročilo o kakovosti za raziskovanje:
  - Poslovne tendence v predelovalnih dejavnostih (PT-IND),
  - Poslovne tendence v trgovini na drobno (PT-TRG),
  - Poslovne tendence v gradbeništvu (PT-GRAD),
  - Poslovne tendence v storitvenih dejavnostih (PT-STOR),
- Letno poročilo o kakovosti za raziskovanje:
  - Poslovne tendence v predelovalnih dejavnostih (PT-IND),
  - Poslovne tendence v trgovini na drobno (PT-TRG),
  - Poslovne tendence v gradbeništvu (PT-GRAD),
  - Poslovne tendence v storitvenih dejavnostih (PT-STOR),

področje: Podjetja, podpodročje: Poslovne tendence

<http://www.stat.si/StatWeb/Methods/QuestionnairesMethodologicalExplanationsQualityReports>

### MNENJE POTROŠNIKOV

- Vprašalnik:
  - Mnenje potrošnikov (MP),
- Standardno poročilo o kakovosti za raziskovanje:
  - Mnenje potrošnikov (MP),
- Letno poročilo o kakovosti za raziskovanje:
  - Mnenje potrošnikov (MP),

področje: Kakovost življenja, podpodročje: Mnenje potrošnikov

<http://www.stat.si/StatWeb/Methods/QuestionnairesMethodologicalExplanationsQualityReports>