

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

Державне статистичне спостереження

Конфіденційність статистичної інформації забезпечується
статтею 21 Закону України "Про державну статистику"

Порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень тягне за собою
відповідальність, яка встановлена статтею 186³ Кодексу України про адміністративні правопорушення

ЗВІТ ПРО РЕКЛАМНУ ДІЯЛЬНІСТЬ
за _____ рік

Подають:	Термін подання
юридичні особи та їхні відокремлені підрозділи, основним видом економічної діяльності яких є надання рекламних послуг - органу державної статистики за місцезнаходженням/ місцем здійснення діяльності	до 20 лютого

№ 1-послуги (реклама)
(річна)
ЗАТВЕРДЖЕНО
наказ Держкомстату
10.07.2009р. № 244

Респондент:

Найменування: _____

(юридична особа або відокремлений підрозділ)

Місцезнаходження (юридична адреса): _____

*(юридична особа або відокремлений підрозділ)**(поштовий індекс, область/ АР Крим, район, населений пункт, вулиця/ провулок, площа тощо,**№ будинку/ корпусу, № квартири/ офісу)*

Адреса здійснення діяльності, щодо якої подається форма звітності (фактична адреса): _____

*(юридична особа або відокремлений підрозділ)**(поштовий індекс, область/ АР Крим, район, населений пункт, вулиця/ провулок, площа тощо,**№ будинку/ корпусу, № квартири/ офісу)***Розділ 1. Загальні відомості про організацію**

Чи надає організація послуги з:	
- не надавало рекламних послуг взагалі	00
- виконання повного циклу рекламних послуг	01
- планування та створення реклами	03
- розміщення та (або) розповсюдження реклами	05

потрібне позначити (обвести відповідний код)

Розділ 2. Основні економічні показники

Показники	№ рядка	Одиниця виміру	За звітний рік
А	Б	В	1
Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу - усього	207	осіб	
з неї зайнятих рекламною діяльністю	208	"-	
Середня чисельність позаштатних працівників (працюючі за угодами та зовнішні сумісники)	209	"-	
з неї зайнятих рекламною діяльністю	210	"-	
Доход підприємства (за мінусом ПДВ, акцизів і подібних обов'язкових платежів) – усього	211	тис. грн.	
з нього від рекламної діяльності	212	"-	
у тому числі доход від планування та проведення рекламних кампаній	213	"-	
створення та розміщення реклами: розклеювання афіш, оформлення виставочних залів, розклеювання рекламної інформації	214	"-	
рекламної діяльності у засобах масової інформації, пов'язаної з продажем ефірного часу та друкованих шпальт	215	тис. грн	
реклами на транспортних засобах	216	"-	
розповсюдження рекламних проспектів та зразків	217	"-	
здавання під найм місця для реклами	218	"-	
інших рекламних послуг	219	"-	
Витрати організації - усього	220	"-	
з них витрати на рекламну діяльність (сума рядків 222-226)	221	"-	
у тому числі матеріальні витрати	222	"-	
витрати на оплату праці	223	"-	
відрахування на соціальні потреби	224	"-	
амортизація основних засобів	225	"-	
інші операційні витрати	226	"-	
Прибуток (збиток)	227	"-	
	(227=211-220)		
з нього від рекламної діяльності	228	"-	
	(228=212-221)		
Експорт рекламних послуг	229	"-	
Імпорт рекламних послуг	230	"-	

Розділ 3. Інформація про надані рекламні послуги

Показники	№ рядка	Кількість, одиниць	Сума коштів, на яку укладені угоди, тис. грн.	у тому числі за видами рекламних послуг:					
				виконання повного циклу рекламних послуг, одиниць	сума коштів, на яку укладені угоди, тис. грн.	планування та створення реклами, одиниць	сума коштів, на яку укладені угоди, тис. грн.	розміщення та (або) розповсюдження реклами, одиниць	сума коштів, на яку укладені угоди, тис. грн.
А	Б	1	2	3	4	5	6	7	8
Укладено угод у звітному році	331								
у тому числі на рекламування Товарів вітчизняного виробництва	332								
продовольчих	333								
непродовольчих	334								
Товарів імпортного виробництва	335								
продовольчих	336								
непродовольчих	337								
Товарів виробничо-технічного призначення	338								
Послуг	339								
у тому числі посередницьких угод з нерухомістю	340								
автосервісу	341								
туристсько-екскурсійних	342								
інших	343								

Розділ 4. Використання рекламних засобів

Показники	№ рядка	Кількість, одиниць	Вартість, тис. грн.
А	Б	1	2
Надано рекламних послуг у звітному році	444		
у тому числі засобами Телебаченням	445		
Радіо	446		
Друкованими засобами масової інформації	447		
З використанням телефонного та документального зв'язку	448		
Зовнішньою рекламою	449		
Внутрішньою рекламою	450		
На транспорті	451		
У кінотеатрах	452		
Іншими	453		

Місце підпису керівника (власника) та/ або особи, відповідальної за достовірність наданої інформації

(ПБ)

(ПБ)

телефон: _____ факс: _____ електронна пошта: _____

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Державного комітету
статистики України
17.06.2004 № 382
Зареєстровано в Мін'юсті
02.07.2004 за № 812/9411

І Н С Т Р У К Ц І Я
щодо заповнення форми державного статистичного спостереження
№1-послуги (реклама), річна "Звіт про рекламну діяльність"

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Державне статистичне спостереження за формою №1-послуги (реклама), річна "Звіт про рекламну діяльність" (далі звіт за формою №1-послуги (реклама)) поширюється на всі юридичні особи та їх відокремлені підрозділи, основним видом діяльності яких є надання рекламних послуг.

Звіт за формою №1-послуги (реклама) проводиться раз на рік, звіт подається органу державної статистики району (міста) за місцезнаходженням до 10 березня.

Згідно зі статтею 1 Закону України "Про рекламу" від 3 лютого 2004 року № 1407-IV реклама - інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару. Відповідно до вищевказаного закону особа - фізична особа, в тому числі суб'єкт підприємницької діяльності, юридична особа будь-якої форми власності, представництво нерезидента в Україні; рекламодавець - особа, яка є замовником реклами для її виробництва та/або розповсюдження; виробник реклами - особа, яка повністю або частково здійснює виробництво реклами; розповсюдjuвач реклами - особа, яка здійснює розповсюдження реклами; рекламні засоби - засоби, що використовуються для доведення реклами до її споживача.

1.2. Згідно з Класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) вид діяльності рекламного агентства (фірми) або їх відокремленого структурного підрозділу має код 74.40.0 "Реклама".

1.3. Повне найменування організації-складача інформації та його ідентифікаційний код зазначаються відповідно до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ).

1.4. При заповненні поштової адреси організації-складача інформації слід указати поштовий індекс, область, район, місто, вулицю, номер будинку, де він розташований.

1.5. Усі вартісні показники заповнюються в тисячах гривень з одним десятковим знаком, інші показники – в цілих одиницях.

2. ПОРЯДОК ЗАПОВНЕННЯ ФОРМИ

2.1. Загальні відомості про організацію

У рядках 01-05 організація-складач інформації позначає той чи інший вид рекламних послуг, які вона виконує .

2.2. Основні економічні показники

2.2.1. У рядку 207 відображається середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, який заповнюється відповідно до Інструкції зі статистики кількості працівників, затвердженої наказом Держкомстату України від 28.09.2005 №286, зареєстрованої в Мін'юсті 30.11.2005 за №1442/11722 (із змінами).

2.2.2. У рядку 208 із рядка 207 виділяється кількість працівників, що безпосередньо займаються виробництвом та розповсюдженням реклами.

2.2.3. У рядку 209 відображається середня чисельність позаштатних працівників (працюючі за угодами та зовнішні сумісники), яка заповнюється відповідно до Інструкції зі статистики кількості працівників, затвердженої наказом Держкомстату України від 28.09.2005 №286, зареєстрованої в Мін'юсті 30.11.2005 за №1442/11722 (із змінами).

2.2.4. У рядку 210 із рядка 209 виділяється кількість позаштатних працівників, що безпосередньо займаються виробництвом та розповсюдженням реклами.

2.2.5. У рядку 211 наводяться дані про доходи від звичайної діяльності та надзвичайні доходи організації-складача інформації без включення непрямих податків (податку на додану вартість, акцизного збору тощо), але без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів.

2.2.6. У рядках 212 – 219 із загальної суми доходу (виручки), що наведена у рядку 211 виділяється дохід (виручка) від рекламної діяльності усього та за видами рекламних послуг. Дані рядка 212 повинні

дорівнювати сумі рядків 213 – 219. Спонсорський внесок приймається платою за рекламу і повинен бути зарахований у рядки 213 – 219 в залежності від направленості внесків.

2.2.7. У рядку 220 враховуються всі витрати від звичайної діяльності та надзвичайні витрати, які організація-складач інформації зазнала в процесі своєї діяльності протягом звітного року.

2.2.8. У рядку 221 із загальної суми витрат, що наведені у рядку 220, виділяються витрати на рекламну діяльність, які розподіляються за елементами (рядки 222 – 226). Витрати щодо контрреклами в загальну суму витрат на рекламну діяльність не зараховуються. (Контрреклама надається тоді, коли рекламна компанія довгий час сприяє зміцненню хибної довіри до рекламованої продукції і використовується для спростування помилкової уяви від наданої реклами).

У разі, коли підприємство-складач звіту не може заповнити рядки 222, 225, 226, ці показники можуть бути заповнені шляхом розрахунку за питомою вагою зайнятих у рекламній діяльності від загальної суми витрат підприємства.

2.2.9. У рядку 227 враховується загальна сума прибутку (збитку) організації-складача інформації за звітний рік до оподаткування, яка дорівнює різниці між рядками 211 та 220.

2.2.10. У рядку 228 показується сума прибутку (збитку) організації-складача інформації за звітний рік до оподаткування тільки від рекламної діяльності, яка дорівнює різниці між рядками 212 та 221.

2.2.11. У рядку 229 зазначаються дані про надані, а в рядку 230 – отримані рекламні послуги в галузі міжнародної діяльності, тобто операції, які здійснюються між українською організацією (резидентом) та організацією, що зареєстрована і здійснює свою діяльність за кордоном (нерезидент).

Нерезиденти - юридичні особи та суб'єкти підприємницької діяльності, що не мають статусу юридичної особи України з місцезнаходженням за межами України, які створені та діють відповідно до законодавства іноземної держави, у тому числі юридичні особи та інші суб'єкти підприємницької діяльності з участю юридичних осіб та інших суб'єктів підприємницької діяльності України.

Постійні представництва нерезидентів в Україні - розташовані на території України представництва іноземних компаній і фірм, міжнародних організацій та їх філій, що не мають імунітету і дипломатичних привілеїв, створені у будь-якій організаційній формі без статусу юридичної особи, через які повністю або частково здійснюється підприємницька діяльність нерезидента, а також громадяни, які представляють в Україні нерезидента та перебувають з ним у трудових відносинах. Постійне представництво нерезидента підлягає державній реєстрації у порядку, передбаченому законодавством для державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності України.

Вартість експорту та імпорту рекламних послуг приводиться у відповідності до підказки рядка 212 та вказується у тис. грн., перерахованих за офіційним курсом Національного банку України на момент здійснення операції. При цьому до експорту належать послуги, що надані резидентом нерезиденту, під імпортом – послуги, що надані нерезидентом резиденту.

2.3. Інформація про надані рекламні послуги

2.3.1. При заповненні показників цього розділу слід мати на увазі, що виконання повного циклу рекламних послуг є дослідженням проблем ринку, сучасної торговельної технології, обігу товарів, методики одержання інформації для застосування найбільш зручних рекламних засобів та методів; плануванням, творчою діяльністю, виробництвом рекламних засобів, а також послуг нерекламного характеру: забезпечення публік релейшнз (від англійського слова public relations – стосунки з публікою та громадськістю), розробка упаковки, організація виставок-продажу, презентацій тощо. Спеціалізовані агентства виконують окремі види робіт (наприклад, планування та створення реклами, розміщення та (або) розповсюдження реклами).

2.3.2. У цьому розділі наводяться дані про угоди на створення, розміщення і розповсюдження рекламної інформації, укладені організацією-складачем інформації з рекламодавцями та рекламовиробниками протягом звітного року, незалежно від обумовленого терміну, коли ці угоди повинні бути виконані.

2.3.3. Перелік непродовольчих і продовольчих товарів визначено наказом Міністерства статистики України від 14.01.94 № 12 "Про розробку та впровадження в дію "Номенклатури товарів народного споживання, які враховуються в роздрібній та оптовій торгівлі (товарний словник)", що уніфіковано відповідно до загальноприйнятої в міжнародній практиці системи обліку".

2.3.4. Приналежність до товарів виробничо-технічного призначення визначається за кінцевим використанням товару щодо потреб виробництва. Наприклад, до цієї групи товарів належать санітарні, керамічні вироби, пиломатеріали, прокат чорних металів, сода каустична, макулатура тощо.

2.3.5. У графі 1 рядка 331 наводиться загальна кількість угод на виконання повного циклу рекламних послуг, тобто планування, створення, розміщення або розповсюдження реклами. У графу 5 виділяється кількість угод від планування та створення реклами, у графу 7 – кількість угод тільки на розміщення та (або) розповсюдження реклами. Сума даних граф 3,5,7 дорівнює даним графу 1 за кожним рядком цього розділу.

2.3.6. У рядку 331 графу 2 наводиться сума коштів, на яку укладені угоди у звітному році (тобто виручка, яку згідно з угодою отримує організація-складач інформації від замовника реклами). У графу 4 із

загальної суми коштів, на яку укладені угоди, виділяється сума коштів на виконання повного циклу рекламних послуг, тобто планування, створення, розміщення або розповсюдження реклами. У графу 6 виділяється сума коштів, на яку укладені

угоди з планування та створення реклами, у графу 8 – сума коштів, на яку укладені угоди тільки на розміщення та (або) розповсюдження реклами. Сума даних граф 4, 6, 8 дорівнює даним графи 2 за кожним рядком цього розділу.

2.3.7. У рядку 331 графи 1 наводиться загальна кількість угод на всі види реклами, які укладені, як з юридичними, так і з фізичними особами, що виступають рекламодавцями і рекламовиробниками. У рядках 332 – 343 дається їх розподіл за видами товарів та послуг, що рекламуються. Дані рядка 331 за всіма графами можуть бути більші або рівні сумі рядків 332, 335, 338, 339, коли рекламне агентство виконувало всі види рекламних послуг. Якщо ж рекламне агентство виконувало один або два види рекламних послуг із зазначених у графах 3, 5, 7, то дані усіх рядків за графою 1 дорівнюють даним відповідної графи або їх підсумку.

2.3.8. Дані усіх рядків за графою 2 заповнюються за тими видами рекламних послуг, які надавались рекламним агентством і вказані у звіті згідно з пунктом 3.7.

2.3.9. Дані рядка 331 за всіма графами повинні дорівнювати сумі даних рядків 332, 335, 338, 339.

2.3.10. Дані рядка 332 за всіма графами дорівнюють сумі даних рядків 333, 334, якщо надавались рекламні послуги за всіма вказаними товарами.

2.3.11. Дані рядка 335 за всіма графами дорівнюють сумі даних рядків 336, 337, якщо надавались рекламні послуги за всіма вказаними товарами.

2.3.12. Дані рядка 339 можуть перевищувати або бути рівні сумі рядків 340 – 343 за всіма графами, якщо надавались рекламні послуги за всіма вказаними видами у цих рядках.

2.4. Використання засобів реклами

2.4.1. У рядку 444 графи 1 проставляється кількість завершених угод та актів виконаних робіт щодо надання рекламних послуг, а графи 2 – сума отриманих за їх виконання коштів за звітний рік. Дані графи 2 повинні дорівнювати рядку 212 та можуть дорівнювати або бути меншими даних рядка 211 розділу 2 „Основні економічні показники”.

2.4.2. Застосування реклами на телебаченні і радіо визначено статтею 13 Закону України "Про рекламу" від 3 лютого 2004 року № 1407-IV (відображається у рядках 445, 446).

2.4.3. Застосування реклами у друкованих засобах масової інформації визначено статтею 14 Закону України "Про рекламу" від 3 лютого 2004 року № 1407-IV (відображається у рядку 447).

2.4.4. Застосування реклами з використанням телефонного та документального електрозв'язку визначено статтею 15 Закону України "Про рекламу" від 3 лютого 2004 року № 1407-IV (відображається у рядку 448).

2.4.5. Застосування зовнішньої реклами визначено статтею 16 Закону України "Про рекламу" від 3 лютого 2004 року № 1407-IV (відображається у рядку 449).

2.4.6. Застосування внутрішньої реклами визначено статтею 17 Закону України "Про рекламу" від 3 лютого 2004 року № 1407-IV (відображається у рядку 450).

2.4.7. Застосування реклами на транспорті визначено статтею 18 Закону України "Про рекламу" від 3 лютого 2004 року № 1407-IV (відображається у рядку 451).

2.4.8. Застосування реклами в кінотеатрах визначено статтею 19 Закону України "Про рекламу" від 3 лютого 2004 року № 1407-IV (відображається у рядку 452).