



---

# IZVJEŠTAJ O KVALITETU ZA STATISTIČKO ISTRAŽIVANJE INDEKS POTROŠAČKIH CIJENA 2010

---

FEDERALNI ZAVOD ZA  
STATISTIKU

---

BOSNA I HERCEGOVINA  
FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE

---

# Sadržaj

1.	Uvod u statistički proces i njegove rezultate – Metodologija istraživanja .....	4
1.1.	Namjena istraživanja .....	4
1.2.	Pravni osnov i odgovornost statističke institucije .....	4
1.3.	Jedinica posmatranja .....	4
1.4.	Prikupljanje podataka .....	5
1.5.	Obuhvat .....	5
1.6.	Definicije .....	6
1.7.	Obrada podataka .....	7
1.8.	Objavlivanje rezultata .....	8
1.9.	Ključne varijable.....	8
1.10.	Ključne statistike .....	8
1.11.	Upitnik.....	9
1.12.	Kontakt informacije .....	9
2.	Relevantnost.....	10
2.1.	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa raspoloživih ESS statistika (R1).....	10
3.	Tačnost.....	10
3.1.1	Greška uzorkovanja – Pokazatelj kvaliteta i učinka - Koeficijent varijacije (A1).....	10
3.1.2	Objašnjenja .....	10
3.1.3	Aktivnosti za smanjenje grešaka uzorkovanja .....	10
3.2.	Neuzoračke greške .....	10
3.2.1	Greške obuhvata .....	10
3.2.1.1	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa prekomjernog obuhvata (A2).....	10
3.2.1.2	Greška nedovoljnog obuhvata.....	11
3.2.1.3	Mjere za smanjenje grešaka obuhvata.....	11
3.2.2	Greške mjerenja.....	11
3.2.2.1	Kontrole za otkrivanje grešaka mjerenja.....	11
3.2.2.2	Razlozi za nastanak grešaka mjerenja.....	11
3.2.2.3	Postupanje u slučaju grešaka mjerenja .....	11
3.2.2.4	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa editovanja/uređivanja podataka (A3).....	12
3.2.2.5	Mjere za smanjenje broja grešaka mjerenja.....	12
3.2.3	Greške neodgovora.....	12
3.2.3.1	Pokazatelj kvaliteta i učinka-Stopa neodziva/neodgovora izvještajne jedinice(A4) .....	12
3.2.3.2	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa neodziva/neodgovora varijable (A5) .....	12
3.2.3.3	Postupci u slučaju neodgovora.....	13
3.2.3.4	Postupci za smanjenje stope neodgovora .....	13
3.2.3.5	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa imputiranih podataka (A6).....	13
3.2.3.6	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Broj učinjenih grešaka, prema vrsti (A7).....	13
3.2.3.7	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Prosječna veličina revizije (A8).....	14
4.	Pravovremenost i tačnost objave .....	14
4.1	<i>Pravovremenost objave</i> .....	14
4.1.1	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Pravovremenost prvih rezultata (T1) .....	14

4.1.2	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Pravovremenost konačnih rezultata (T2).....	14
4.1.3	Tačnost objave .....	14
4.1.3.1	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Tačnost objave (T3).....	14
4.1.3.2	Razlozi za veća kašnjenja i mjere za poboljšanje pravovremenosti i tačnosti objave.....	14
5.	Dostupnost i jasnoća .....	15
5.1	Dostupnost.....	15
5.1.1	Kanali diseminacije .....	15
5.1.2.	Pokazatelj kvaliteta i učinka-Stopa korištenih kanala diseminacije (AC1).....	15
5.1.3.	Načini diseminacije .....	15
5.1.4.	Pokazatelj kvaliteta i učinka-Stopa korištenih načina diseminacije (AC2).....	16
5.1.5.	Pokazatelj kvaliteta i učinka – Broj pristupa on-line bazi podataka (AC3) .....	16
5.2.	Jasnoća .....	16
5.2.1.	Printane publikacije i internetska objava .....	16
5.2.1.1	Diseminirani rezultati.....	16
5.2.1.2	Nivo (detaljnost) diseminacije .....	16
	Indeks potrošačkih cijena je u smislu agregacije u publikacijama prikazan u tabeli do nivoa osnovnih 12 odjeljaka i 40 grupa proizvoda. Federalni zavod za statistiku u publikacijama objavljuje sljedeće vrste indeksa:.....	16
5.2.1.3.	Metapodaci .....	17
5.2.1.4.	Mjere za poboljšanje jasnoće diseminiranih rezultata .....	17
5.2.1.5.	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa kompletnosti meta podataka (AC4).....	17
6.	Uporedivost i skladnost .....	18
6.1	Vremenska uporedivost.....	18
6.1.1	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Dužina uporedivih vremenskih serija (CC1).....	18
6.1.2	Prekidi u vremenskim serijama .....	18
6.1.3	Ostali faktori, koji utiču na vremensku uporedivost .....	18
6.2	Geografska uporedivost .....	18
6.2.1	Uporedivost s ostalim članicama evropskog statističkog sistema.....	18
6.3	Desezoniranje .....	18
6.4	Skladnost između privremenih i konačnih podataka.....	18
6.4.1.	Politika diseminacije privremenih podataka .....	18
6.4.2.	Pokazatelj kvaliteta – Skladnost između privremenih i konačnih podataka (CC2). 18	
6.4.1	Razlozi za veće razlike između privremenih i konačnih podataka .....	19
6.5	Skladnost s rezultatima referentnog istraživanja .....	19
6.5.1	Kratak opis referentnog istraživanja.....	19
6.5.2	Pokazatelj kvaliteta i učinka - Skladnost sa referentnim podacima (CC3).....	19
6.5.3	Razlozi za veća odstupanja .....	19
7.	Ustupci – kompromisi između izlaznih komponenti kvaliteta .....	19
8.	Procjena korisničkih potreba i percepcija korisnika .....	19
9.	Troškovi i opterećenost ispitanika/izvještajnih jedinica .....	20
9.1	Troškovi istraživanja statističkog ureda .....	20
9.2.	Opterećenost i troškovi ispitanika/izvještajnih jedinica.....	21

9.2.1	Pokazatelj kvaliteta i učinka – Godišnje opterećenje ispitanika u satima i/ili finansijskim pokazateljima (PCR2) .....	21
9.3	Mjere za smanjivanje troškova i opterećenosti .....	21
10.	Povjerljivost, transparentnost i zaštita .....	21
10.1.	Povjerljivost.....	21
10.2.	Transparentnost.....	21
11.	Zaključak.....	22
10.	Povjerljivost, transparentnost i zaštita .....	18
10.1	Povjerljivost.....	18
10.2	Transparentnost.....	18
10.3	Zaštita.....	18
11	Zaključak .....	19

# **1. Uvod u statistički proces i njegove rezultate – Metodologija istraživanja**

## **1.1. Namjena istraživanja**

Indeks potrošačkih cijena predstavlja mjeru inflacije u Federaciji Bosne i Hercegovina. On služi za usklađivanje plaća i zarada u skladu sa kolektivnim ugovorima, te penzija i socijalnih davanja. Također se koristi i za očuvanje vrijednosti kod ugovora s indeksnim klauzulama, omogućuje upoređivanje kretanja cijena unutar zemlje između pojedinih regiona, te služi kao osnov za deflacioniranje pojedinih makroekonomskih agregata u statistici nacionalnih računa i u druge svrhe.

## **1.2. Pravni osnov i odgovornost statističke institucije**

- Zakoni o statistici u Federaciji Bosne i Hercegovine;
- Višegodišnji Program i godišnji Plan provođenja statističkih istraživanja od interesa za Federaciju BiH;
- Metodologija Indeksa potrošačkih cijena u BiH
- Međunarodne preporuke i priručnici (MMF, MOR, UN)

Ovo statističko istraživanje je dio godišnjeg Plana rada Federalnog zavoda za statistiku.

Federalni zavod za statistiku je odgovoran za rad na terenu, prikupljanje cijena, unos i obradu podataka i objavu indeksa za Federaciju Bosne i Hercegovine.

## **1.3. Jedinica posmatranja**

Jedinica posmatranja su maloprodajne cijene proizvoda i usluga finalne potrošnje, koje imaju najveći udio u ukupnoj potrošnji prosječnog domaćinstva, i kod kojih kretanje cijena istovremeno najbolje odražava kretanje cijena srodnih proizvoda, odnosno usluga. Da bi se došlo do podataka o prosječnoj potrošnji domaćinstava u BiH i entitetima ,tzv. «potrošačkoj korpi», provedeno je statističko istraživanje »Anketa o potrošnji domaćinstava«, kojim su se prikupili podaci o mjesečnim izdacima domaćinstava za robe i usluge za koje će se redovno mjesečno prikupljati cijene radi praćenja kretanja cijena i izračunavanja Indeksa potrošačkih cijena u Federaciji BiH i državi Bosni i Hercegovini.

Mjesečnim prikupljanjem cijena su uglavnom obuhvaćeni proizvodi i usluge čiji udio u ukupnoj potrošnji stanovništva prelazi 0,1 %.

#### **1.4. Prikupljanje podataka**

Sve cijene se prikupljaju lokalno na način da snimatelji cijena, koji su uposlenici Federalnog zavoda za statistiku, cijene snimaju direktno u prodajnim objektima, pijacama i ustanovama koje pružaju usluge stanovništvu prema jasnim specifikacijama proizvoda, njihovim COICOP šiframa i standardim jedinicama mjere. Snimatelji na osnovu tih informacija samostalno biraju konkretan proizvod, odnosno brand i vrstu proizvoda čiju će cijenu snimati na određenom prodajnom mjestu. Snimatelj mora izabrati proizvod u skladu sa kriterijem najprodavanijeg proizvoda na datom prodajnom mjestu. Kako bi se osiguralo da snimatelji iz mjeseca u mjesec snimaju cijene istih proizvoda, te kako bi se moglo pratiti koje proizvode snimatelji posmatraju na terenu, oni u upitnik unose i unaprijed definisan skup dodatnih karakteristika proizvoda, te informacije o eventualnim zamjenama proizvoda ukoliko ih bude. Takav način snimanja omogućuje praćenje promjene cijena između dva perioda.

Za potrebe indeksa potrošačkih cijena, snimanje cijena se vrši sljedećih dana u mjesecu:

- za poljoprivredne proizvode koji se prodaju na pijacama, cijene se prikupljaju dva puta mjesečno, i to u prvoj i trećoj sedmici u mjesecu;
- cijene goriva u FBiH se snimaju onoliko puta u mjesecu koliko se puta promijene cijene u toku kalendarskog mjeseca, a ukoliko se cijena nije mijenjala snimaju se jednom u mjesecu
- za sve ostale proizvode cijene se, u skladu sa važećim Evropskim regulativama, prikupljaju jedanput mjesečno (između 1. i 21. u mjesecu), s tim da se nužno održava isti interval između prikupljanja.

#### **1.5. Obuhvat**

Indeks potrošačkih cijena u Federaciji Bosne i Hercegovine izračunava se na osnovu reprezentativne liste proizvoda koju u 2010. godini čine 597 proizvoda. Svakog mjeseca prikuplja se oko 10 000 cijena na unaprijed definiranom uzorku prodajnih mjesta na pet geografskih lokacija. Obuhvaćeni su najvažniji proizvodi i usluge koje kupuje stanovništvo radi finalne potrošnje. Obuhvat dobara i usluga redovno se revidira kako bi se očuvala reprezentativnost liste proizvoda s obzirom na ukuse potrošača i njihove navike u pogledu kupovine.

Cijene se prikupljaju u 5 gradova (Bihać, Mostar, Sarajevo, Tuzla, Zenica) odabranih prema kriteriju broja stanovnika i njihovoj ulozi u geografskom području kojem pripadaju.

Cijene koje se prikupljaju za potrebe Indeksa potrošačkih cijena u FBiH su cijene po kojima domaćinstva, s ciljem nabavke, novčanim transakcijama plaćaju robe i usluge. Prikupljaju se one cijene koje su stvarno plaćene u momentu odvijanja procesa kupovine, uključujući sve poreze, a isključujući eventualne subvencije na proizvode. Cijene koje isključuju privremena sniženja cijena se koriste za izračunavanje Indeksa potrošačkih cijena, dok se cijene koje ih uključuju koriste za izračunavanje Indeksa potrošačkih cijena sa privremenim umanjenjima cijena.

## 1.6. Definicije

*Indeks potrošačkih cijena* predstavlja mjeru promjena cijena proizvoda i usluga koje domaćinstva kupuju radi zadovoljenja svojih ličnih potreba.

*Indeks potrošačkih cijena sa privremenim umanjenjima cijena* je poseban vid indeksa potrošačkih cijena, jer se kod njegovog izračunavanja uzimaju u obzir privremena sniženja cijena u skladu sa Regul.EU broj 2602/2000.

*Proizvod*: bilo koji proizvod ili usluga za ličnu potrošnju koji se mogu kupiti, skupni naziv za proizvode i usluge.

*Reprezentativna stavka*: proizvod na najnižem nivou agregacije, odnosno proizvod u prodajnom mjestu na jednoj geografskoj lokaciji za koji se može procijeniti ponder. Proizvodima iz nižih nivoa agregacije nije moguće dodijeliti ponder, jer za to ne postoje reprezentativni podaci.

*Prodajno mjesto*: prodajni centri (prodavnice) u kojima se prikupljaju cijene.

*Agregatni indeksi*: indeksi koji su izračunati kao ponderisani prosjeci elementarnih indeksa, a odnose se na hijerarhijske pozicije počevši od proizvoda.

*Agregiranje (indeksa)*: kombinacija povezanih kategorija, obično unutar zajedničke grane hijerarhije, koja pruža informacije na širem nivou nego što je onaj na kojem su izvršena posmatranja.

*Bazni period*: vremenski period čiji se prikupljeni podaci koriste kao baza za izračunavanje indeksa ili drugih omjera.

*Bazna cijena*: cijena iz baznog perioda.

*Cijena prije zamjene*: cijena zamjenskog proizvoda iz prethodnog mjeseca.

*Elementarna stavka*: proizvod koji je identificirao snimatelj koji ujedno bira i specifične vrste, marke i pakiranja. Za svaki proizvod je određena odgovarajuća kvota.

*Frekvencija prikupljanja*: stopa po kojoj se prikupljaju elementarne cijene. Za IPC u FBiH odabrana su prikupljanja jednom ili dva puta mjesečno.

*Izračunati indeksi*: indeksi koji se izračunavaju s bazom decembar prethodne godine kao referentnim indeksnim periodom.

*Jedinica mjere*: stvarna jedinica kojoj su pridružene vrijednosti i u kojoj je izražena prikupljena količina pojedinačnog proizvoda.

*Korpa proizvoda*: izbor proizvoda koja domaćinstva kupuju putem novčanih transakcija, i za koje se prikupljaju cijene. Odabire se s ciljem predstavljanja najčešćeg ponašanja potrošača u smislu njihove finalne potrošnje.

*Lančani indeks:* indeksi koji su povezani usvajanjem zajedničkog referentnog indeksnog perioda za izračunavanje bazne indekse s bazom decembar prethodne godine.

*Prikupljena količina:* specifična količina u kojoj se proizvod prodaje. Izražena je u različitim jedinicama mjere.

*Prosječni podaci:* prosječne vrijednosti izračunavaju na bazi prikupljenih elementarnih podataka ili prosječne cijene izračunavaju na bazi prikupljenih elementarnih cijena. Radi se o prosječnim cijenama ili prosječnim indeksima koji se odnose na specifični proizvod.

*Stopa promjene:* stopa promjene u specifičnom referentnom periodu u poređenju sa vrijednošću sa početka tog perioda ili iz konkretno definiranog ranijeg perioda.

*Ponderi:* koeficijenti koji odražavaju relativnu važnost odabranih proizvoda i usluga u ukupnoj potrošnji domaćinstava. Bazirani su na podacima povezanim s finalnom potrošnjom domaćinstava ili na podacima o procijenjenom broju stanovnika prema rezultatima HBS ankete provedene 2004. godine.

*Referentni bazni indeksi:* indeksi izračunati na bazi 2005. Dobijeni su ulančavanjem izračunatih baznih indeksa.

*Referentni indeksni period:* period za koji je indeksna baza 100.

*Referentni period cijena:* period sa kojim se poredi cijena snimljena u tekućem mjesecu. Općenito za IPC u FBiH ovaj period je decembar prethodne godine.

*Referentni period pondera:* godina za koju su izračunati prosječni izdaci za finalnu potrošnju domaćinstava sa ciljem definisanja korpe za prikupljanje cijena i izračunavanje pondera.

## **1.7. Obrada podataka**

Izračunavanje indeksa potrošačkih cijena počinje izračunavanjem elementarnih indeksa (indeksa proizvoda) i indeksa reprezentativnih stavki na nivou gradova. Pri tome se kao mjera srednje vrijednosti koristi geometrijska sredina. Agregatni indeksi se nakon toga izračunavaju korištenjem formule Laspeyres-ovog tipa počevši od indeksa reprezentativnih stavki sve do ukupnog indeksa za Federaciju Bosne i Hercegovine. Referentna godina za izračunavanje indeksa je 2005. godina. Pri izračunavanju Indeksa potrošačkih cijena koriste se dva tipa pondera: ponderi stanovništva (horizontalni ponderi) i ponderi vrijednosti potrošnje proizvoda u domaćinstvima na teritorij FBiH (vertikalni ponderi).

Ponderi koji se primjenjuju za izračunavanje indeksa potrošačkih cijena su udjeli koji odražavaju relativnu važnost odabranih proizvoda i usluga u ukupnoj potrošnji domaćinstava na domaćem teritoriju. Pomoću njih se izračunavaju elementarni indeksi kao ponderisani prosjeci. Bazirani su na podacima povezanim sa finalnom potrošnjom domaćinstava i na podacima o broju stanovnika. Osnovni izvor podataka za izradu pondera za obračun indeksa potrošačkih cijena je Anketa o potrošnji domaćinstava.



Za izračunavanje indeksa potrošačkih cijena od januara 2007. Godine primjenjuju se ponder i koji se baziraju na podacima iz Ankete o potrošnji domaćinstava koja je provedena u 2004. godini. Ponderi se svake godine koriguju indeksom promjena cijena u prethodnoj godini.

### **1.8. Objavljivanje rezultata**

Federalni zavod za statistiku priprema saopćenje za javnost u svrhu diseminiranja i komentiranja indeksa za prethodni mjesec za ukupan indeks, te indekse odjeljaka i grupa proizvoda i usluga prema COICOP klasifikaciji na nivou FBiH. Osim toga se na mjesečnom nivou objavljuju i prosječne potrošačke cijene službenih količina proizvoda za odabranu listu proizvoda koju čini oko 80 proizvoda i usluga, uglavnom iz životnovožnih proizvoda i režijskih troškova, uz upozorenje korisnicima da se navedei podaci nemogu koristiti za izračunavanje vremenskih promjena cijena ispravno izmjerenih indeksom.

Mjesečni statistički pregled Federacije Bosne i Hercegovine sadrži analizu mjesečnih podataka o indeksima potrošačkih cijena od januara 2005. (baznegodine) do decembra 2010. godine. Svi podaci prikazani su u statističkim tabelama i njihova analiza se daje i prema odjeljcima i grupama COICOP klasifikacije za nivo Federacije Bosne i Hercegovine. Za svaki mjesec su prikazani indeksi potrošačkih cijena sa i bez privremenih umanjenja cijena. Također, prikazani su i prosječni godišnji indeksi u odnosu na baznu 2005. godinu, te u odnosu na prethodnu godinu.

### **1.9. Ključne varijable**

- maloprodajne cijene prehrambenih proizvoda,
- maloprodajne cijene neprehrambenih proizvoda,
- maloprodajne cijene usluga,
- maloprodajne cijene poljoprivrednih proizvoda,
- maloprodajne cijene energenata.

### **1.10. Ključne statistike**

- mjesečni indeks, koji pokazuje promjene cijena u tekućem mjesecu u odnosu na prethodni mjesec,
- kumulativni indeks, koji pokazuje promjene cijena u tekućem mjesecu u odnosu na decembar prethodne godine,
- godišnji indeks, koji pokazuje promjene cijena u tekućem mjesecu u odnosu na isti mjesec prethodne godine,

- prosječni godišnji indeks, koji pokazuje promjene cijena od početka godine do tekućeg mjeseca u odnosu na isto razdoblje u prethodnoj godini,
- bazni indeks, koji pokazuje promjene cijena u tekućem mjesecu u poređenju s prosjekom bazne godine.

### **1.11. Upitnik**

Potrošačke cijene proizvoda i usluga sa liste se prikupljaju na jedinstvenom obrascu na kojem su navedeni podaci o šifri grada i mjestu prikupljanja, COICOP šifri proizvoda, opisu proizvoda, marki i vrsti proizvoda, te zadanoj količini za one proizvode i usluge za koje se cijene prikupljaju jedanput mjesečno. Osim toga, obrazac sadržava i ćelije za upisivanje cijene, umanjene cijene i izvršenih zamjena vrste, prodajnog mjesta, količine ili marke proizvoda. Za razliku od navedenog obrasca, forma za prikupljanje potrošačkih cijena proizvoda koji se prikupljaju dva puta mjesečno ne sadržava informacije o marki i vrsti proizvoda (nalazi se u obrascu za dvomjesečno prikupljanje cijena), budući da te informacije nisu relevantne za takvu vrstu proizvoda. Ta forma ne sadržava niti ćelije za upisivanje umanjениh cijena, budući da ni ta informacije nije relevantna.

### **1.12. Kontakt informacije**

- Mesuda Kamberović – šef Odsjeka za statistiku cijena u Federalnom zavodu za statistiku ([mesuda.kamberovic@fzs.ba](mailto:mesuda.kamberovic@fzs.ba))
- Edisa Mušanović-stručni savjetnik za statistiku potrošačkih cijena ([edisa.musanovic@fzs.ba](mailto:edisa.musanovic@fzs.ba))
- Nedžada Hadžalić-viši samostalni referent za statistiku cijena([nedzada.hadzalic@fzs.ba](mailto:nedzada.hadzalic@fzs.ba))
- Nataša Radović - stručni savjetnik u odjelu IT-a ([natasa.radovic@fzs.ba](mailto:natasa.radovic@fzs.ba)).

## **2. Relevantnost**

### **2.1. Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa raspoloživih ESS statistika (R1)**

IPC je djelimično dizajniran na međunarodno uporedivim metodološkim osnovama, koje su definirane u uredbama Evropske komisije. Dio zahtjeva iz tih uredbi je ispoštovan. Za ovaj indeks se izračunavaju ključne statistike, koje se zahtijevaju prema međunarodnim standardima.

## **3. Tačnost**

### **3.1.1 Greška uzorkovanja – Pokazatelj kvaliteta i učinka - Koeficijent varijacije (A1)**

Metodologija izračunavanja tačnosti indeksa potrošačkih cijena još nije dovoljno razvijena.

### **3.1.2 Objašnjenja**

Metodologija izračunavanja tačnosti indeksa potrošačkih cijena još nije dovoljno razvijena.

### **3.1.3 Aktivnosti za smanjenje grešaka uzorkovanja**

Metodologija izračunavanja tačnosti indeksa potrošačkih cijena još nije dovoljno razvijena.

## **3.2. Neuzoračke greške**

### **3.2.1 Greške obuhvata**

Uzorak određen za prikupljanje potrošačkih cijena nije slučajan nego je izabran sa svrhom zadovoljavanja specifičnih ciljeva.

Uzorak prodajnih mjesta u FBiH je izabran po kantonima prema proceduri namjernog uzorka, uzimajući u obzir demografsku i geografsku veličinu svakog grada, preovladavajući tip prodavnice i ponašanja potrošača.

Uzorak proizvoda za prikupljanje cijena je napravljen na osnovu podataka o izdacima domaćinstava za njihovu finalnu potrošnju (podaci prikupljeni HBS anketom). Izbor konkretnog proizvoda u prodajnom mjestu se vrši po principu najprodavanijeg proizvoda, odnosno marke i vrste proizvoda.

#### **3.2.1.1 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa prekomjernog obuhvata (A2)**

Budući da se radi o ciljanom uzorku, greške obuhvata nisu moguće.

### **3.2.1.2 Greška nedovoljnog obuhvata**

Budući da se radi o ciljanom uzorku, greške obuhvata nisu moguće.

### **3.2.1.3 Mjere za smanjenje grešaka obuhvata**

Lista aktivnih prodajnih mjesta, lista najprodavanijih proizvoda i marki se redovno ažurira sa ciljem eliminiranja grešaka obuhvata.

## **3.2.2 Greške mjerenja**

### **3.2.2.1 Kontrole za otkrivanje grešaka mjerenja**

Snimatelji cijena imaju obavezu da cijene koje zateknu u prodajnom mjestu ispravno registruju u propisane obrasce. Prvu kontrolu podataka vrše sami snimatelji, još dok su na terenu, na način da vrše usporedbu snimljene cijene sa cijenom iz prethodnog mjeseca ali i ispravno zabilježe svaku eventualnu promjenu marke, vrste, količine ili prodajnog mjesta. Nakon toga se pri unosu cijena vrši dodatna kontrola snimljenih podataka (cijene, marke i vrte proizvoda i snimljene količine).

Nakon unosa cijena u bazu podataka vrši se i automatska kontrola koja se odnosi na sljedeće: da li je neka cijena jednaka 0, kontrola cijena koje su zabilježile promjenu u odnosu na prethodno prikupljenu cijenu za preko 10 %, i kontrolu umanjenja cijena zbog sezonskih sniženja, da li je došlo do unosa zamijenjene marke, vrste ili referentne količine proizvoda, zamjene prodajnog mjesta, te kontrolu stopa promjene cijena svih proizvoda.

Zatim se, nakon obrade svih podataka, vrši kontrola izračunatih indeksa u skladu sa očekivanim kretanjima i informacijama dobijenim iz drugih izvora (poput najavljenih promjena cijena određenih vrsta proizvoda), logička kontrola podataka za različite gradove itd.

### **3.2.2.2 Razlozi za nastanak grešaka mjerenja**

Greške u mjerenju su moguće samo u fazama prikupljanja odnosno unosa podataka od strane snimatelja ili osobe koja unosi podatke. Upitnici i metodološka uputstva su dostavljena snimateljima, a s njima se održava redovan kontakt u cilju minimiziranja grešaka.

### **3.2.2.3 Postupanje u slučaju grešaka mjerenja**

Nakon što se uoči greška u fazi prikupljanja ili unosa cijena, kontaktiraju se snimatelji - koji potom odlaze na određeno prodajno mjesto kako bi provjerili unesene podatke, zatim uneseni podaci ispravljaju u aplikaciji (ali i u registrima u kojima se podaci čuvaju) radi eventualnih budućih kontrola i analiza.

#### **3.2.2.4 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa editovanja/uređivanja podataka (A3)**

Eventualne greške pri snimanju i unosu se ispravljaju prije izračunavanja indeksa potrošačkih cijena i izračunavanja prosječnih cijena tako da naknadne revizije podataka nisu vršene.

#### **3.2.2.5 Mjere za smanjenje broja grešaka mjerenja**

Metodologija prikupljanja i obrade podataka za indekse potrošačkih cijena je dobro dokumentirana i precizirana, te se na godišnjem nivou održavaju redovni sastanci sa svim snimateljima kako bi im se pojasnile eventualne nedoumice i izmjene metodologije čime se onemogućuje pogrešna interpretacija metodologije.

Budući da su snimatelji u stalnom kontaktu sa prodajnim mjestima, imaju mogućnost unaprijed dobiti sve relevantne informacije vezane za prikupljanje - poput informacija o eventualnom zatvaranju prodajnog mjesta, raskidu ugovora sa dobavljačima određenih marki, razlozima promjene cijene ili opisa proizvoda i sl. koje mogu utjecati na njihov budući rad.

### **3.2.3 Greške neodgovora**

#### **3.2.3.1 Pokazatelj kvaliteta i učinka-Stopa neodziva/neodgovora izvještajne jedinice (A4)**

Maloprodajne cijene izabranih reprezentativnih proizvoda i usluga koji se upotrebljavaju za izračunavanje IPC prate se na odabranim prodajnim mjestima (kao što su hipermarketi i supermarketi, specijalizovane prodavnice, zelene pijace, obrtničke radionice i ustanove koje pružaju usluge stanovništvu.

U prodajnim mjestima, koja su na početku godine izabrana u uzorak, cijene se snimaju svakog mjeseca u rokovima propisanim metodologijom. Broj prodajnih mjesta u kojima se snimaju cijene se tokom godine ne mijenja. Budući da cijene snimaju snimatelji, obuhvat snimljenih cijena je 100%.

#### **3.2.3.2 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa neodziva/neodgovora varijable (A5)**

Broj cijena koje se za izabrani proizvod prikupljaju na odabranim prodajnim mjestima, utvrđuje se na početku godine i obično se ne mijenja, osim za maloprodajne cijene poljoprivrednih proizvoda. U tom slučaju cijene se prikupljaju isključivo u tim mjesecima kad se ti proizvodi prodaju na zelenoj pijaci (tj. u vrijeme sezone). U mjesecima u kojima određenog proizvoda nema, zbog njegovog sezonskog karaktera, za taj proizvod cijena se automatski procjenjuje prema posljednjoj unesenoj cijeni za taj proizvod. Proizvodi koji imaju sezonski karakter pripadaju grupama svježeg voća i povrća, odjeće i obuće, a radi se oko 40 proizvoda, čija dostupnost u pojedinim mjesecima varira.

### **3.2.3.3 Postupci u slučaju neodgovora**

Snimatelj može biti u situaciji da nije u mogućnosti prikupiti cijenu određenog proizvoda iz jednog od sljedećih razloga:

- Prikupljanje cijena nije izvršeno iz opravdanih razloga;
- Prodajno mjesto je privremeno zatvoreno;
- Prodajno mjesto je definitivno zatvoreno;
- Odabrani proizvod trenutno nije dostupan;
- Odabrani proizvod je trajno nedostupan;
- Odabrani proizvod nije dostupan iz sezonskih razloga.

### **3.2.3.4 Postupci za smanjenje stope neodgovora**

Iz ovih razloga, u gore pobrojanim slučajevima, snimatelj pravi zabilješku na upitniku namijenjenom za prikupljanje cijena, a onda koristeći određene flagove ponavlja cijenu prikupljenu u prethodnom snimanju, bilo onu iz prethodnog mjeseca ili prethodne polovine mjeseca (u slučaju prikupljanja dva puta mjesečno).

### **3.2.3.5 Pokazatelj kvaliteta i učinka- Stopa imputiranih podataka (A6)**

<b>Opis</b>	<b>Maksimalni period procjene</b>
Podatak nije prikupljen: snimatelj nije izvršio snimanje cijena	1 mjesec
Podatak nije prikupljen: privremeno zatvaranje	2 mjeseca
Podatak nije prikupljen: definitivno zatvaranje	1 mjesec
Podatak nije prikupljen: proizvod trenutno nedostupan	2 mjeseca
Podatak nije prikupljen: proizvod trajno nedostupan	1 mjesec
Podatak nije prikupljen: proizvod nedostupan iz sezonskih razloga	U zavisnosti od proizvoda (max. 11 mjeseci)

### **3.2.3.6 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Broj učinjenih grešaka, prema vrsti (A7)**

Kao što je već navedeno eventualne greške se uklanjaju prilikom obrade podataka tako da ne dolazi do naknadne revizije podataka niti objavljivanja ispravki.

### **3.2.3.7 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Prosječna veličina revizije (A8)**

Ne provodi se revizija podataka za statistiku Indeksa potrošačkih cijena.

## **4. Pravovremenost i tačnost objave**

### **4.1 Pravovremenost objave**

#### **4.1.1 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Pravovremenost prvih rezultata (T1)**

Pravovremenost prve objave rezultata istraživanja je određena kao razlika između datuma prve objave i kraja referentnog razdoblja, u našem slučaju se radi o 15 dana od dana završetka referentnog mjeseca. Razlike se rijetko dešavaju i uglavnom se odnose na mjesece u kojima se vrše značajne izmjene liste proizvoda i ažuriranja pondera (obično s podacima za mjesec januar).

#### **4.1.2 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Pravovremenost konačnih rezultata (T2)**

Prvi rezultati su ujedno i konačni podaci - te se naknadno ne ispravljaju.

#### **4.1.3 Tačnost objave**

##### **4.1.3.1 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Tačnost objave (T3)**

Nije bilo odstupanja između najavljenog datuma u godišnjem kalendaru publikovanja i stvarnog datuma objave, osim u slučaju mjesec januar, gdje se zbog prelaska na novu godinu i s tim povezanih metodoloških promjena kod indeksa, podaci u pravilu objavljuju do sedmicu dana kasnije.

##### **4.1.3.2 Razlozi za veća kašnjenja i mjere za poboljšanje pravovremenosti i tačnosti objave**

Izuzetak je samo mjesec januar a već je gore naveden razlog za kašnjenje.

## 5. Dostupnost i jasnoća

### 5.1 Dostupnost

#### 5.1.1 Kanali diseminacije

Pri objavljivanju rezultata, korišteni su sljedeći diseminacijski kanali:

Broj	Kanali diseminacije	Korišteno
1	Web stranica – internet objava	DA
2	Pisani zahtjevi korisnika po njihovoj specifikaciji	DA
3	Podaci koji se objavljuju putem telefona	DA
4	Digitalni mediji (CD, diskete, itd ..)	DA
5	Podaci predstavljeni na novinarskoj konferenciji	DA
6	Mjesečni statistički pregled Federacije Bosne i Hercegovine	DA
7	Posebne printane publikacije	NE
8	Baze, dostupne spoljnim korisnicima	DA
9	Statistički zaštićeni mikropodaci	DA

#### 5.1.2. Pokazatelj kvaliteta i učinka-Stopa korištenih kanala diseminacije (AC1)

Stopa korištenih kanala diseminacije rezultata je 89% (8/9X100).

#### 5.1.3. Načini diseminacije

Pri objavljivanju rezultata, korišteni su sljedeći načini diseminacije:

Broj	Načini diseminacije	Korišteno
1	Web stranica – internet objava	DA
2	Web stranice ostalih institucija	DA
3	Web stranice međunarodnih organizacija	NE
4	Tematske Web stranice (npr.popis stanovništva)	NE
5	Pisani zahtjevi	DA
6	Telefonsko posredovanje	DA
7	Digitalni mediji (CD, diskete, itd ..)	DA
8	Podaci predstavljeni na novinarskoj konferenciji	DA
9	Godišnjak	DA
10	Federacija BiH u brojkama	DA
11	Prva objava – saopćenje	DA
12	Tematski bilten	NE



13	Posebne publikacije	NE
14	Publikacije Eurostata	NE
15	Publikacije ostalih međunarodnih organizacija (OECD, IMF)	NE
16	Baze podataka, namijenjene za internu upotrebu	DA
17	Baze, dostupne spoljnim korisnicima	DA

#### 5.1.4. Pokazatelj kvaliteta i učinka-Stopa korištenih načina diseminacije (AC2)

Stopa korištenih kanala diseminacije rezultata je 65% (11/17X100).

#### 5.1.5. Pokazatelj kvaliteta i učinka – Broj pristupa on-line bazi podataka (AC3)

Ovo treba biti razvijeno u saradnji sa IT osobljem.

### 5.2. Jasnoća

#### 5.2.1. Printane publikacije i internetska objava

- Saopćenje »Indeks potrošačkih cijena u Federaciji Bosne i Hercegovine za mjesec ..... 2010. godine«;

-> Mjesečni statistički pregled Federacije Bosne i Hercegovine« ;

- »Federacija BiH u brojkama« u dijelu koji se odnosi na Osnovne pokazatelje;

->Statistički godišnjak/ljetopis Federacije BiH« u dijelu koji se odnosi na Cijene

##### 5.2.1.1 Diseminirani rezultati

Rezultati su prikazani u tabelama, u obliku indeksa i prosječnih cijena izabranih proizvoda.

##### 5.2.1.2 Nivo (detaljnost) diseminacije

*Indeks potrošačkih cijena je u smislu agregacije u publikacijama prikazan u tabeli do nivoa osnovnih 12 odjeljaka i 40 grupa proizvoda. Federalni zavod za statistiku u publikacijama objavljuje sljedeće vrste indeksa:*

- mjesečni indeks (tekući mjesec u odnosu na prethodni mjesec)
- kumulativni indeks
- godišnji indeks
- prosječni godišnji indeks
- 12-mjesečni prosječni indeks
- bazni indeks.

### **5.2.1.3. Metapodaci**

Referentna Metadata - ESMS: Kontakt (organizacija, organizacijska jedinica, mail adresa); Metadata ažuriranje - datumi; Statistička prezentacija (opis podataka, klasifikacijski sistem, sektorska pokrivenost, statistički koncepti i definicije, statistička jedinica, statistička populacija, referentno područje, vremenska pokrivenost, bazni period); Jedinica mjere; Referentni period; Institucionalni mandat (pravni akti i drugi sporazumi, davanje podataka);

Povjerljivost (povjerljivost – politika, povjerljivost – obrada podataka); Politika publikovanja (kalendar publikovanja, kalendar pristupa publikacijama, pristup korisnika); Učestalost diseminacije; Format diseminacije (saopćenja – vijesti, publikacije, on-line baza podataka, pristup Micro-podacima, ostalo); Dostupnost dokumentacije (metodološka dokumentacija, dokumentacija kvaliteta); Menadžment kvaliteta (osiguranje kvaliteta, procjene kvaliteta); Relevantnost (korisničke potrebe, zadovoljstvo korisnika, potpunost); Tačnost i pouzdanost (ukupna tačnost, uzoračka greška, neuzoračka greška - a) greška obuhvata - b) greška mjerenja - c) greška obrade - d) greška neodgovora); Pravovremenost i tačnost objave (pravovremenost, tačnost objave); Uporedivost (uporedivost – geografska, uporedivost – vremenska); Koherentnost (koherentnost – međudomenska, koherentnost sa npr. statistikom stanovništva, koherentnost sa npr. procjenom zaposlenosti u nacionalnim računima, koherentnost sa procjenom zaposlenosti koje potiču iz posl. istraživanja, koherentnost – interna); Troškovi i opterećenost; Revizija podataka (revizija podataka – politika, revizija podataka – praksa); Statistička obrada (izvori podataka, učestalost prikupljanja podataka, prikupljanje podataka, provjera valjanosti podataka, kompilacija podataka, podešavanje).

### **5.2.1.4. Mjere za poboljšanje jasnoće diseminiranih rezultata**

Podaci se na web stranici Federalnog Zavoda za statistiku prikazuju u PDF formatu.

### **5.2.1.5. Pokazatelj kvaliteta i učinka - Stopa kompletnosti metapodataka (AC4)**

Ukupan broj korištenih metadata elemenata iz preporučene Referentne ESMS je 55. Broj raspoloživih metadata elemenata u istraživanju Indeksa potrošačkih cijena iznosi 45. Znači, stopa kompletnosti metapodataka za Indekse potrošačkih cijena je 82 % (45/55x100).

## **6. Uporedivost i skladnost**

### **6.1 Vremenska uporedivost**

#### *6.1.1 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Dužina uporedivih vremenskih serija (CC1)*

Podaci o kretanjima potrošačkih cijena u Federaciji Bosne i Hercegovine se na jedinstven način prikupljaju od 2005. godine, a prvi rezultati su objavljeni sredinom 2007. godine od kada se redovno objavljuju.

Znači, mjesečni podaci se objavljuju od januara 2005. godine. Do 2010 postoji vremenska serija podataka za FBiH u dužini od 6 godina. Vrijednost pokazatelja obzirom da se radi o mjesečnim vremenskim serijama iznosi  $6 \times 12 = 72$ .

#### *6.1.2 Prekidi u vremenskim serijama*

Nije bilo prekida u serijama Indeksa potrošačkih cijena u Federaciji BiH od 2005. godine.

#### *6.1.3 Ostali faktori, koji utiču na vremensku uporedivost*

Nije bilo faktora od značaja da bi utjecali na vremensku uporedivost.

### **6.2 Geografska uporedivost**

#### *6.2.1 Uporedivost s ostalim članicama evropskog statističkog sistema*

Indeks potrošačkih cijena za Federaciju BiH se ne koristi za usporedbu sa zemljama članicama evropskog statističkog sistema.

### **6.3 Desezoniranje**

Podaci o IPC u proteklim godinama nisu desezonirani.

### **6.4 Skladnost između privremenih i konačnih podataka**

#### **6.4.1. Politika diseminacije privremenih podataka**

Pri iskazivanju rezultata Indeksa potrošačkih cijena u FBiH ne koristi se politika diseminacije privremenih podataka ovog istraživanja.

#### **6.4.2. Pokazatelj kvaliteta – Skladnost između privremenih i konačnih podataka (CC2)**

Prvi rezultati su također i konačni rezultati, tako da se ovaj pokazatelj ne izračunava.

#### *6.4.1 Razlozi za veće razlike između privremenih i konačnih podataka*

Ne postoje razlike između privremenih i konačnih podataka, jer su prvi rezultati ujedno i konačni.

### **6.5 Skladnost s rezultatima referentnog istraživanja**

#### *6.5.1 Kratak opis referentnog istraživanja*

Ne provodi se referentno istraživanje.

#### *6.5.2 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Skladnost sa referentnim podacima (CC3)*

Ne provodi se nijedno referentno istraživanje da bismo uporedili podatke.

#### *6.5.3 Razlozi za veća odstupanja*

Ne provodi se nijedno referentno istraživanje.

## **7. Ustupci – kompromisi između izlaznih komponenti kvaliteta**

Nijedan trade-offs (ustupak između izlaznih komponenti kvaliteta) nije analiziran u ovom istraživanju.

## **8. Procjena korisničkih potreba i percepcija korisnika**

Zahtjevi korisnika su zadovoljeni na način da se u PDF formatu na web stranici mogu pronaći tabele sa cjelokupnom serijom indeksa po odjeljcima COICOP klasifikacije. Kako bi se olakšala interpretacija podataka, svako saopćenje sadržava i kratak komentar i metodološka uputstva na 2 službena jezika u Federaciji Bosne i Hercegovine, ali i na engleskom jeziku za strane korisnike. Mjesečni statistički pregled Federacije BiH također sadržava i englesku varijantu.

### **8.1 Klasificiranje i razumijevanje korisnika**

Ključni korisnici indeksa potrošačkih cijena za nivo Federacije su federalna i kantonalne vlade i ministarstva, sindikalne organizacije, Centralna banka BiH, Svjetska banka, Međunarodni monetarni fond. Korisnici ovih podataka su i banke, univerzitetski radnici i studenti kojima se daju podaci prema njihovim zahtjevima.

## 8.2. Mjerenje percepcija i zadovoljstva korisnika

Zadovoljstvo korisnika se uglavnom prati putem učestalosti njihovih zahtjeva i molbi upućenih Federalnom zavodu za statistiku u smislu učestalosti ponavljanja istovrsnih zahtjeva za pokazateljima, koji se potom uvrštavaju u samo saopćenje ukoliko se zahtjevi smatraju opravdanim, i ukoliko se ne radi o podacima koje smo dužni zaštititi.

### 8.2.1 Pokazatelj kvaliteta i učinka - Indeks zadovoljstva korisnika (US1)

Ne obavlja se posebno istraživanje zadovoljstva korisnika ovim proizvodom.

### 8.2.2 Pokazatelj kvaliteta i učinka – Vrijeme proteklo od zadnjeg istraživanja zadovoljstva korisnika (US2)

Ne obavlja se posebno istraživanje zadovoljstva korisnika ovim proizvodom.

## 9. Troškovi i opterećenost ispitanika/izvještajnih jedinica

### 9.1 Troškovi istraživanja statističkog ureda

#### 9.1.1 Pokazatelj kvaliteta i učinka – Godišnji operativni troškovi, prosjek prema glavnim troškovnim komponentama (PCR1)

Troškovi Federalnog zavoda za statistiku koji provodi istraživanje veazno za Indeks potrošačkih cijena posmatračemo preko troškova rada tj. broja upotrebljenih sati rada zaposlenika angažiranih na provođenju ovog istraživanja.

Tabela: Broj korištenih radnih sati u 2010 godini

	Broj korištenih sati rada
UKUPNO	15288
Izračunavanje indeksa	4368
Prikupljanje i kontrola cijena	10920

## **9.2. Opterećenost i troškovi ispitanika/izvještajnih jedinica**

### **9.2.1 Pokazatelj kvaliteta i učinka – Godišnje opterećenje ispitanika u satima i/ili finansijskim pokazateljima (PCR2)**

Troškovi i opterećenost izvještajnih jedinica je neznatna, obzirom da se svi podaci za potrebe provođenja ovog istraživanja prikupljaju pomoću snimatelja cijena koje obezbjeđuje i finansira Federalni zavod za statistiku. Klasičnog slanja obrazaca na teren, kao što je slučaj kod većine statističkih istraživanja nema.

## **9.3 Mjere za smanjivanje troškova i opterećenosti**

Zbog neznatne opterećenosti i nepostojanja troškova izvještajnih jedinica, ne poduzimaju se nikakve mjere smanjenja troškova.

## **10. Povjerljivost, transparentnost i zaštita**

### **10.1. Povjerljivost**

Povjerljivost statističkih podataka je zahtjevana zakonom a osoblje koje provodi statističko istraživanje ima po istom pravnom osnovu obavezu zaštite povjerljivosti. Tako se u članu 37. Zakona o statistici Federacije Bosne i Hercegovine navodi da »Tokom prikupljanja, obrade i distribucije statističkih podataka Federalni zavod i drugi zakonom ovlašteni organi i ustanove preuzeti će sve neophodne mjere organizacione, regulatorne, upravne i tehničke prirode koje su potrebne da se zaštiti povjerljivost podataka od nedozvoljenog pristupa, objavljivanja i korištenja u druge, a ne statističke svrhe«, a u članu 38. istog Zakona se kaže » Lica koja imaju pristup povjerljivim podacima moraju se pridržavati odredbi ovog zakona i nakon prestanka radnog odnosa«.

### **10.2. Transparentnost**

Korisnici su upoznati sa načinom korištenja podataka iz statističkog istraživanja Indeks potrošačkih cijena.

Izjave na konferencijama za štampu vezano za rezultate istraživanja su apsolutno nepristrasne i politički neutralne.

Nisu uočene greške u publiciranim izdanjima IPC, tako da nije bilo potrebe za korekcijama i objavom istih.

### **10.3 Zaštita**

Navedeno u poglavlju 10.1.

## **11. Zaključak**

Federalni zavod za statistiku, u cilju poboljšanja kvaliteta podataka, planira u narednom periodu raditi na metodološkim poboljšanjima prikupljanja cijena, sezonskog podešavanja i kvalitativnog prilagođavanja pri obračunu indeksa potrošačkih cijena.