



Bosna i Hercegovina
Federacija Bosne i Hercegovine

**Federalni zavod
za statistiku**

IZVJEŠTAJ O KVALITETU

Indeks potrošačkih cijena 2015

FEDERALNI
ZAVOD ZA
STATISTIKU

BOSNA I HERCEGOVINA
FEDERACIJA
BOSNE I HERCEGOVINE

Sarajevo, septembar 2016

Sadržaj

1	UVOD	4
1.1	SVRHA, CILJ I PREDMET ISTRAŽIVANJA	4
1.2	SISTEM KLASIFIKACIJE	4
1.3	REFERENTNI PERIOD	4
1.4	IZVJEŠTAJNO RAZDOBLJE	4
1.5	VREMENSKA POKRIVENOST	4
1.6	REFERENTNO GEOGRAFSKO PODRUČJE	4
1.7	STATISTIČKA POPULACIJA	4
1.8	STATISTIČKE JEDINICE	5
1.9	PRAVNI OSNOV	5
1.10	STATISTIČKI KONCEPTI I DEFINICIJE	5
1.11	PRIKUPLJANJE PODATAKA	5
1.12	POKRIVENOST I OBUHVAT	6
1.13	OBRADA PODATAKA	6
1.14	OBJAVLJIVANJE REZULTATA	6
1.15	KLJUČNE STATISTIKE	7
1.16	UPITNIK	7
1.17	METODOLOŠKA OBJAŠNJENJA	7
2	RELEVANTNOST	7
2.1	STOPA RASPOLOŽIVIH ESS STATISTIKA	7
2.2	NAMJENA	7
2.3	GLAVNI KORISNICI	7
3	TAJNOST	8
3.1	GREŠKA UZORKOVANJA	8
3.2	NEUZORAK KE GREŠKE	8
3.2.1	<i>Greške obuhvata</i>	8
3.2.2	<i>Stopa prekomjernog obuhvata</i>	8
3.2.3	<i>Greška nedovoljnog obuhvata</i>	8
3.2.4	<i>Mjere za smanjenje grešaka obuhvata</i>	8
3.2.5	<i>Greške mjerenja</i>	8
3.2.5.1	Kontrole za otkrivanje grešaka mjerenja	8
3.2.5.2	Razlozi za nastanak grešaka mjerenja	9
3.2.5.3	Postupanje u slučaju grešaka mjerenja	9
3.2.5.4	Stopa editovanja/uređivanja podataka	9
3.2.5.5	Mjere za smanjenje broja grešaka mjerenja	9

3.2.6	<i>Greške neodgovora</i>	9
3.2.6.1	Stopa neodziva/neodgovora izvještajne jedinice	9
3.2.6.2	Stopa neodziva/neodgovora varijable	9
3.2.6.3	Postupci u slu aju neodgovora	10
3.2.6.4	Postupci za smanjenje stope neodgovora	10
3.2.6.5	Stopa imputiranih podataka	10
3.2.6.6	Broj u injenih grešaka, prema vrsti	10
3.2.6.7	Prosje na veli ina revizije	10
4	PRAVOVREMENOST I TA NOST OBJAVE	10
4.1	PRAVOVREMENOST PRVIH REZULTATA	10
4.2	PRAVOVREMENOST KONA NIH REZULTATA	11
4.3	TA NOST OBJAVE	11
5	DOSTUPNOST I JASNO A	11
5.1	DOSTUPNOST	11
5.1.1	<i>Kanali diseminacije</i>	11
5.1.2	<i>Stopa korištenih kanala diseminacije</i>	11
5.1.3	<i>Na ini diseminacije</i>	11
5.1.4	<i>Stopa korištenih na ina diseminacije</i>	12
5.1.5	<i>Broj pristupa on-line bazi podataka</i>	12
5.2	JASNO A	12
5.2.1	<i>Printane publikacije i internetska objava</i>	12
5.2.1.1	Diseminirani rezultati	12
5.2.1.2	Nivo (detaljnost) diseminacije	12
5.2.1.3	Metapodaci	13
5.2.1.4	Mjere za poboljšanje jasno e diseminiranih rezultata	13
5.2.1.5	Stopa potpunosti meta podataka	13
6	UPOREDIVOST I SKLADNOST	13
6.1	VREMENSKA UPOREDIVOST	13
6.1.1	<i>Dužina i prekidi uporedivih vremenskih serija</i>	13
6.1.2	<i>Ostali faktori, koji uti u na vremensku uporedivost</i>	13
6.2	GEOGRAFSKA UPOREDIVOST	13
6.2.1	<i>Uporedivost s ostalim lanicama evropskog statisti kog sistema</i>	13
6.3	DESEZONIRANJE	13
6.4	SKLADNOST IZME U PRIVREMENIH I KONA NIH PODATAKA	13
6.5	SKLADNOST S REZULTATIMA REFERENTNOG ISTRAŽIVANJA	13
7	USTUPCI – KOMPROMISI IZME U IZLAZNIH KOMPONENTI KVALITETA	14
8	PROCJENA KORISNI KIH POTREBA I PERCEPCIJA KORISNIKA	14
8.1	KLASIFICIRANJE I RAZUMJEVANJE KORISNIKA	14

8.2	MJERENJE PERCEPCIJA I ZADOVOLJSTVA KORISNIKA	14
8.2.1	<i>Indeks zadovoljstva korisnika</i>	14
8.2.2	<i>Vrijeme proteklo od zadnjeg istraživanja zadovoljstva korisnika</i>	14
9	TROŠKOV I OPTERE ENOST ISPITANIKA/IZVJEŠTAJNIH JEDINICA	14
9.1	TROŠKOV ISTRAŽIVANJA STATISTI KOG UREDA	14
9.2	OPTERE ENOST I TROŠKOV ISPITANIKA/IZVJEŠTAJNIH JEDINICA.....	14
10	POVJERLJIVOST, TRANSPARENTNOST I ZAŠTITA.....	15
10.1	POVJERLJIVOST	15
10.2	TRANSPARENTNOST	15
10.3	ZAŠTITA	15
11	ZAKLJU AK.....	15

1 Uvod

1.1 Svrha, cilj i predmet istraživanja

Indeks potrošačkih cijena predstavlja mjeru promjene cijena proizvoda (roba i usluga) koje doma instva kupuju na ekonomskoj teritoriji Federacije Bosne i Hercegovine radi potrošnje. Osnovna svrha prikupljanja potrošačkih cijena u FBiH jeste izračun indeksa potrošačkih cijena kao mjere inflacije u FBiH.

Predmet posmatranja su maloprodajne cijene reprezentativnih proizvoda (roba i usluga) finalne potrošnje koje imaju najveći udio u ukupnoj potrošnji prosječno domaćinstva. Mjesečnim prikupljanjem cijena su uglavnom obuhvaćeni proizvodi i usluge koji imaju udio u ukupnoj potrošnji stanovništva prelazi 0,1 %.

1.2 Sistem klasifikacije

Za obračun indeksa potrošačkih cijena upotrebljava se klasifikacija lične potrošnje prema namjeni (Classification of Individual Consumption by Purpose COICOP).

1.3 Referentni period

Referentni period je mjesec.

1.4 Izveštajno razdoblje

- 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 Vremenska pokrivenost

Mjesečno, počevši od januara 2005. godine.

1.6 Referentno geografsko područje

Federacija Bosne i Hercegovine.

1.7 Statistička populacija

Populacija statistike potrošačkih cijena obuhvata subjekte koji prodaju dobra ili pružaju usluge na ekonomskoj teritoriji FBiH (domestic concept) a koji su predmet finalne potrošnje domaćinstava.

1.8 Statisti ke jedinice

Jedinice posmatranja (izvještajne jedinice) su maloprodajni objekti u kojima se snimaju cijene reprezentativnih proizvoda i usluga za finalnu potrošnju (trgovni centri, specializirane prodavnice, restorani, pozorišta, zdravstvene ustanove, itd.). U upotrebi su i drugi izvori snimanja cijena kao što su internet, prodajni katalozi i sl.

1.9 Pravni osnov

- Zakon o statistici u Federaciji Bosne i Hercegovine ("Službene novine FBiH" br.63/03 i 9/09.)
- Višegodišnji Program i godišnji Plan provo enja statisti kih istraživanja od interesa za Federaciju BiH
- Metodologija Indeksa potroša kih cijena u BiH
- Me unarodne preporuke i priru nici (IMF, MOR, UN)

1.10 Statisti ki koncepti i definicije

- Maloprodajna cijena dobara i usluga: je cijena koju doma instvo kao potroša pla a za kupljeni proizvod ili uslugu.
- Ponderi : struktura potrošnje doma instva
- Reprezentativna stavka: proizvod na najnižem nivou agregacije, odnosno proizvod u prodajnom mjestu na jednoj geografskoj lokaciji za koji se snima cijena.
- Prodajno mjesto: prodajni centri (prodavnice) u kojima se prikupljaju cijene.
- Elementarni indeks: odnos cijene tekueg i baznog perioda elementarne stavke.
- Agregatni indeksi: indeksi koji su izra unati kao ponderisani prosjeci elementarnih indeksa, a odnose se na hijerarhijske pozicije po evši od proizvoda.
- Agregiranje (indeksa): kombinacija povezanih kategorija, obi no unutar hijerarhijskog nivoa, koja pruža informacije na širem nivou nego što je onaj na kojem su izvršena posmatranja.
- Bazni period: vremenski period za koji se prikupljeni podaci koriste kao baza za izra unavanje 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 u prodajnom mjestu, a za koji ujedno bira i specifi ne vrste, marke i pakiranja, te vrši snimanje cijene. Za svaki proizvod je odre ena odgovaraju a kvota elementarnih stavki prema geografskoj lokaciji.
- Frekvencija prikupljanja: u estalost prikupljanja elementarnih cijena u toku mjeseca.
- Jedinica mjere: stvama jedinica u kojoj je izražena snimljena koli ina pojedina nog proizvoda.
- Prikupljena koli ina: specifi na koli ina u kojoj se proizvod prodaje. Izražena je u razli itim jedinicama mjere.
- Korpa proizvoda: proizvodi koja doma instva kupuju putem nov anih transakcija i za koje se prikupljaju cijene. Odabire se s ciljem predstavljanja naj eš eg ponašanja potroša a u smislu njihove finalne potrošnje.
- Prosje na cijena proizvoda: prosje na vrijednost izra unata na bazi cijena prikupljenih na razli itim geografskim lokacijama.
- Stopa promjene: odnos cijene proizvoda izražena u % u specifi nom periodu u pore enju sa definiranim ranijim periodom.

1.11 Prikupljanje podataka

Sve cijene se prikupljaju lokalno na na in 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 standardnim jedinicama mjere. Snimatelji na osnovu tih informacija samostalno biraju konkretan proizvod, odnosno brand, vrstu i količinu proizvoda i 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. Takva snimanja omogućuje praćenje promjene cijena izmeću dva perioda.

1.12 Pokrivenost i obuhvat

Indeks potrošačkih cijena u FBiH izrađuje se na osnovu reprezentativne liste proizvoda koju u 2015. godini čini 601 proizvod. 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 osigurala 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 izrađivanja Indeksa potrošačkih cijena u FBiH su cijene po kojima domaće institucije, s ciljem nabavke, novim transakcijama plaćaju robe i usluge. Prikupljaju se one cijene koje su stvarno plaćene u momentu odvijanja procesa kupovine, uključujući i sve poreze, a isključujući i eventualne subvencije na proizvode. U obrađivanju indeksa su uključena sezonska i privremena sniženja (akcije).

1.13 Obrada podataka

Izrađivanje indeksa potrošačkih cijena počinje izrađivanjem elementarnih indeksa reprezentativnih stavki na nivou prodajnog mjesta, a zatim indeksa proizvoda na nivou gradova. Za izrađivanje indeksa proizvoda kao mjera srednje vrijednosti koristi se geometrijska sredina. Nakon toga izrađuju se agregatni indeksi različitih hijerarhijskih nivoa korištenjem formule Laspeyres-ovog tipa indeksa po eviši od indeksa proizvoda sve do ukupnog indeksa za Federaciju Bosne i Hercegovine. Referentna godina za izrađivanje indeksa u 2015. godini je 2010. godina.

Pri izrađivanju Indeksa potrošačkih cijena koriste se dva tipa pondera: ponderi stanovništva (horizontalni ponderi) i ponderi vrijednosti potrošnje proizvoda u domaćim institucijama na teritoriji FBiH (vertikalni ponderi). Ponderi koji se primjenjuju za izrađivanje indeksa potrošačkih cijena su udjeli koji odražavaju relativnu važnost odabranih proizvoda i usluga u ukupnoj potrošnji domaćih institucija na domaćem teritoriju. Pomoću njih se izrađuju elementarni indeksi kao ponderisani prosjeci. Bazirani su na podacima povezanim sa finalnom potrošnjom domaćih institucija i na podacima o broju stanovnika. Osnovni izvor podataka za izradu pondera za obrađivanje indeksa potrošačkih cijena je Anketa o potrošnji domaćih institucija.

Za izrađivanje indeksa potrošačkih cijena od januara 2014. godine primjenjuju se ponderi koji se baziraju na podacima iz Ankete o potrošnji domaćih institucija koja je provedena u 2011. godini. Ponderi se svake godine koriste indeksom promjena cijena u prethodnoj godini.

1.14 Objavljivanje rezultata

Federalni zavod za statistiku priprema mjesečne saopćenja 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.

Mjese ni statisti ki pregled Federacije Bosne i Hercegovine sadrži seriju mjese nih podataka o indeksima potroša kih cijena od januara 2010. (bazne godine) do kraja prethodnog mjeseca teku e godine. Svi podaci prikazani su u statisti kim tabelama prema odjeljcima i grupama COICOP klasifikacije za nivo Federacije Bosne i Hercegovine. Prikazani su: mjese ni indeksi u odnosu na baznu 2010. godinu, u odnosu na prethodni mjesec, u odnosu na isti mjesec prethodne godine i u odnosu na decembar prethodne godine.

1.15 Klju ne statistike

- Indeks potroša kih cijena (CPI)
- Stopa promjena cijena

1.16 Upitnik

Klasi ni upitnici koji se daju ispitanicima na terenu se ne koriste za prikupljanje potroša kih cijena. Snimatelji koriste obrazac na koji evidentiraju cijene i ostale relevantne informacije koje determiniraju cijenu.

1.17 Metodološka objašnjenja

Metodološka objašnjenja dostupna su na internetu :

- Metodologija i rezultati CPI u BiH, BHAS 2005/2006, <http://www.fzs.ba/CPI/HBS%201%20Bosanska%20Knjiga%20%20130607.pdf>
- Upravljanje podacima CPI u BiH, BHAS 2005/2006, <http://www.fzs.ba/CPI/HBS%202%20Bosanska%20Knjiga%20130607.pdf>

2 Relevantnost

2.1 Stopa raspoloživih ESS statistika

Indeks potroša kh cijena je dizajniran na me unarodno uporedivim metodološkim osnovama, koje su definirane u uredbama Evropske komisije. Pretežni dio zahtjeva iz tih uredbi je ispoštovan. Za ovaj indeks se izra unavaju klju ne statistike, koje se zahtjevaju prema me unarodnim standardima.

2.2 Namjena

Indeks potroša kih cijena se koristi kao mjera inflacije, za uskla ivanje pla a i zarada u skladu sa kolektivnim ugovorima, te penzija i socijalnih davanja. Tako er se može koristiti i za cijenovno prilago avanje klauzula u dugoro nim kupoprodajnim ugovorima, omogu uje upore ivanje kretanja cijena unutar zemlje izme u pojedinih regiona, te služi kao osnov za deflacioniranje pojedinih makroekonomskih agregata u statistici nacionalnih ra una i u druge svrhe.

2.3 Glavni korisnici

U skladu sa namjenom izra unavanja indeksa potroša kih cijena, glavni korisnici su:

Statistika nacionalnih ra una, Vlada FBiH, kantonalne vlade i op inske uprave, Centralna banka BiH, instituti za programiranje razvoja, poslovna zajednica, sindikat, nevladine organizacije, akademska zajednica (nauka i istraživanje), trgovinske komore, zaposleni, me unarodne organizacije, mediji i šira javnost.

3 Tačnost

3.1 Greška uzorkovanja

Kvantificiranje uzoraka koje greške nije moguće jer se statistika potrošačkih cijena ne bazira na slučajnom uzorku.

3.2 Neuzorak koje 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 i tip prodavnice i ponašanja potrošača.

Uzorak proizvoda za prikupljanje cijena je napravljen na osnovu podataka o izdancima doma instava 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.

3.2.2 Stopa prekomjernog obuhvata

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

3.2.3 Greška nedovoljnog obuhvata

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

3.2.4 Mjere za smanjenje grešaka obuhvata

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

3.2.5 Greške mjerenja

3.2.5.1 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 vrste 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 otkrivenim kretanjima i informacijama dobijenim iz drugih izvora (poput najavljenih promjena cijena određenih vrsta proizvoda), logička kontrola podataka za različite gradove itd.

3.2.5.2 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.

3.2.5.3 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 uvaju) radi eventualnih budućih kontrola i analiza.

3.2.5.4 Stopa editovanja/uređivanja podataka

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

3.2.5.5 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 koje se onemogućuju 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 budućni rad.

3.2.6 Greške neodgovora

3.2.6.1 Stopa neodziva/neodgovora izveštajne jedinice

Maloprodajne cijene izabranih reprezentativnih proizvoda i usluga koji se upotrebljavaju za izračunavanje indeksa potrošačkih cijena prate se na odabranim prodajnim mjestima.

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%.

3.2.6.2 Stopa neodziva/neodgovora varijable

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, gdje je i obuhvat, a radi se oko 40 proizvoda, čija dostupnost u pojedinim mjesecima varira.

3.2.6.3 Postupci u slučaju neodgovora

Snimatelj može biti u situaciji da nije u mogućnosti prikupiti cijenu određenog proizvoda iz jednog od sljedećih 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
- Prikupljanje cijena nije izvršeno iz opravdanih razloga.

3.2.6.4 Postupci za smanjenje stope neodgovora

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

3.2.6.5 Stopa imputiranih podataka

Stopa imputiranih podataka u 2015. godini je 10%.

Opis	Maksimalni period procjene
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)

3.2.6.6 Broj uvođenih grešaka, prema vrsti

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

3.2.6.7 Prosječna veličina revizije

Ne provodi se revizija podataka za statistiku Indeksa potrošačkih cijena.

4 Pravovremenost i tačnost objave

4.1 Pravovremenost prvih rezultata

Pravovremenost prve objave rezultata istraživanja je određena kao razlika između datuma prve objave i kraja referentnog razdoblja, u konkretnom slučaju se radi o 15 dana od dana završetka prethodnog mjeseca.

Kalendar objavljivanja statističkih podataka za tekuću godinu se utvrđuje krajem prethodne godine.

4.2 Pravovremenost konačnih rezultata

Prvi rezultati su i konačni rezultati. Nema naknadne izmjene.

4.3 Tačnost objave

Nije bilo odstupanja između najavljenog datuma u godišnjem kalendaru publikovanja i stvarnog datuma objave.

5 Dostupnost i jasnoća

5.1 Dostupnost

5.1.1 Kanali diseminacije

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 ..)	NE
5	Podaci predstavljeni na novinarskoj konferenciji	NE
6	Tematski bilten	NE
7	Posebne printane publikacije	DA
8	Baze, dostupne spoljnim korisnicima	NE
9	Statistički zaštićeni mikropodaci	NE

5.1.2 Stopa korištenih kanala diseminacije

Stopa korištenih kanala diseminacije rezultata je 44% (4/9X100).

5.1.3 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 ..)	NE

8	Podaci predstavljani na novinarskoj konferenciji	NE
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	NE

5.1.4 Stopa korištenih na ina diseminacije

Stopa korištenih na ina diseminacije rezultata je 47% (8/17X100).

5.1.5 Broj pristupa on-line bazi podataka

On line baza podataka nije dostupna.

5.2 Jasnoća

5.2.1 Printane publikacije i internetska objava

- Saopćenje »Indeks potrošačkih cijena u Federaciji Bosne i Hercegovine« za mjesec;
- »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
- www.fzs.ba

5.2.1.1 Diseminirani rezultati

Rezultati su izraženi u obliku indeksa i prikazani su u tabelama.

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

5.2.1.3 Metapodaci

Single Integrated Metadata Structure (SIMS) tabela je pripremljena za objavu.

5.2.1.4 Mjere za poboljšanje jasno e diseminiranih rezultata

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

5.2.1.5 Stopa kompletnosti meta podataka

Stopa kompletnosti metapodataka za Indekse potroša kih cijena je %.

6 Uporedivost i skladnost

6.1 Vremenska uporedivost

6.1.1 Dužina i prekidi uporedivih vremenskih serija

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

Prema tome, mjese ni podaci se objavljuju od januara 2005. godine. Do 2010. godine postoji vremenska serija podataka za FBiH sa baznom 2005. godinom. Za seriju od 2010. do 2015. godine bazna godina je 2010. Serije podataka od 2005. do 2015. godine su prera unate na iste baze i to 2005=100 i 2010=100. Vrijednost pokazatelja, s obzirom da se radi o mjese nim vremenskim serijama iznosi $11 \times 12 = 132$.

6.1.2 Ostali faktori, koji uti u na vremensku uporedivost

Izuzev primjene novih pondera, tj. novih struktura potrošnje (koji predstavljaju promjene u obrascima potrošnje doma instava) te implementacije novih metoda koje se vrše svakih pet godina, nije bilo faktora od zna aja da bi utjecali na vremensku uporedivost.

6.2 Geografska uporedivost

6.2.1 Uporedivost s ostalim lanicama evropskog statisti kog sistema

Indeks potroša kih cijena za Federaciju BiH se ne koristi za usporedbu sa zemljama lanicama evropskog statisti kog sistema.

6.3 Desezoniranje

Podaci o indeksu potroša kih cijena u proteklim godinama nisu desezonirani.

6.4 Skladnost izme u privremenih i kona nih podataka

Pri iskazivanju rezultata Indeksa potroša kih cijena u FBiH ne koristi se politika diseminacije privremenih podataka ovog istraživanja. Prvi rezultati su ujedno i kona ni.

6.5 Skladnost s rezultatima referentnog istraživanja

Ne provodi se referentno istraživanje.

7 Ustupci – kompromisi izme u izlaznih komponenti kvaliteta

Nije vršena analiza ustupaka-kompromisa u ovom istraživanju.

8 Procjena korisni kih potreba i percepcija korisnika

Zahitjevi korisnika su zadovoljeni na na in da se u Excel i PDF formatu na web stranici mogu prona i tabele sa cjelokupnom serijom indeksa po ocjeljcima COICOP klasifikacije. Kako bi se olakšala interpretacija podataka, svako saop enje sadržava i kratak komentar i metodološka uputstva i na engleskom jeziku.

8.1 Klasificiranje i razumjevanje korisnika

Korisnici iz unutrašnjih statisti kih službi uklju uju i nacionalne ra une, Vlada FBiH, Kantonalne vlade i op inske uprave, Centralna banka BiH, instituti za programiranje razvoja, poslovna zajednica, sindikat, nevladine organizacije, akademska zajednica (nauka i istraživanje), trgovinske komore, zaposleni, me unarodne organizacije, mediji i šira javnost..

8.2 Mjerenje percepcija i zadovoljstva korisnika

Zadovoljstvo korisnika se uglavnom prati putem u stalosti njihovih zahtjeva i molbi upu enih Federalnom zavodu za statistiku u smislu u stalosti ponavljanja istovrsnih zahtjeva za pokazateljima, koji se potom uvrstavaju u samo saop enje ukoliko se zahtjevi smatraju opravdanim, i ukoliko se ne radi o podacima koji su zašti eni.

8.2.1 Indeks zadovoljstva korisnika

Ne provodi se Anкета o zadovoljstvu korisnika Indeksa potroša kih cijena. Zadovoljstvo korisnika podataka FZS se analizira putem Ankete o zadovoljstvu korisnika iji je cilj dobijanje informacija o zadovoljstvu korisnika kvalitetom proizvoda i usluge, te sagledavanju potreba korisnika. Rezultati iste dostupni na web stranici FZS : <http://www.fzs.ba/wp-content/uploads/2016/06/Istrazivanje-o-zadovoljstvu-korisnika.pdf>

8.2.2 Vrijeme proteklo od zadnjeg istraživanja zadovoljstva korisnika

Federalni zavod za statistiku je u junu 2016. godine proveo istraživanje o zadovoljstvu korisnika, s ciljem utvr ivanja zadovoljstva korisnika sa kvalitetom statisti kih proizvoda i usluga, te dobivanje informacija o tome zašto i na koji na in se koriste podaci i usluge Zavoda.

9 Troškovi i optere enost ispitanika/izvještajnih jedinica

9.1 Troškovi istraživanja statisti kog ureda

Ne vrše se obra uni troškova istraživanja statisti kih ureda po pojedinim statisti kim istraživanjima.

9.2 Optere enost i troškovi ispitanika/izvještajnih jedinica

Troškovi i optere enost izvještajnih jedinica je neznatna, s obzirom da podatke za potrebe provo enja ovog istraživanja prikupljaju snimatelji cijena koji su zaposlenici Federalnog zavoda za statistiku. Klasi nog slanja obrazaca na teren, kao što je slu aj kod ve ine statisti kih istraživanja nema.

10 Povjerljivost, transparentnost i zaštita

10.1 Povjerljivost

Statistiku povjerljivost određuju članovi 36.-42. Zakona o statistici u FBiH (Sl. novine FBiH, br.63/03 i 9/09). 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 za javnost vezano za rezultate istraživanja su apsolutno nepristrasne i politički neutralne. Nisu uočene greške u publiciranim izdanjima indeksa potrošačkih cijena, 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 obradu indeksa potrošačkih cijena.