



MJERENJE ZADOVOLJSTVA KORISNIKA I KORISNICA JAVNE UPRAVE U BOSNI I HERCEGOVINI

METODOLOŠKE SMJERNICE

Međuinstitucionalna radna grupa
za upravljanje kvalitetom



Implemented by:



Ured koordinatora za reformu javne uprave
Канцеларија координатора за реформу јавне управе
Public Administration Reform Coordinator's Office

PREDGOVOR

Orijentiranost prema građanima/građankama i opredijeljenost za pružanje usluga provjerenog kvaliteta i jednostavne dostupnosti predstavljaju osnove reforme javne uprave. U SIGMA principima javne uprave, u poglavlu 5 (Pružanje usluga) jedan od indikatora je upravo mjerjenje zadovoljstva korisnika i korisnica uslugom javne uprave. Vijeće ministara BiH prepoznalo je značaj ovog aspekta, koji je sastavni dio sistema upravljanja kvalitetom u javnoj upravi, te je svojim zaključkom od 17. 9. 2015. godine dalo podršku Uredu koordinatora za reformu javne uprave da putem saradnje s Institutom za standardizaciju BiH i Agencijom za državnu službu BiH radi na promociji i adaptaciji modela upravljanja kvalitetom, izgradnji potrebnih kapaciteta i izradi planskog dokumenta za uvođenje upravljanja kvalitetom u institucijama BiH te da koordinira njegovu implementaciju. Pitanje zadovoljstva korisnika i korisnica smatra se ključnim elementom svakog sistema upravljanja kvalitetom jer samo mjerjenjem zadovoljstva korisnika i korisnica javne uprave može se postići poboljšanje kvaliteta rada i usluga te se stječe uvid u percepciju, očekivanja i zadovoljstvo korisnika/korisnica.

U ovim metodološkim smjernicama (dalje: Smjernice) definiraju se pitanja namjene i ciljeva istraživanja zadovoljstva korisnika i korisnica, način provedbe, identifikacija i segmentacija (klasificiranje) korisnika i korisnica, odabir uzorka, upravljanje istraživanjem, dizajn upitnika i analiza podataka iz samog istraživanja te publiciranje rezultata i mjera za unapređenje. Cilj je Smjernica davanje preporuka za implementaciju sistematskog istraživanja zadovoljstva korisnika i korisnica javne uprave u Bosni i Hercegovini, kako bi se korisnicima i korisnicama olakšao odabir metodologije i provođenje samog procesa, u okviru sistematskog uvođenja upravljanja kvalitetom ili kao pojedinačna mjera ispitivanja nivoa zadovoljstva korisnika/korisnica.

PRIZNANJA I ZAHVALE

Posebnu ulogu u izradi ovih smjernica imala je Agencija za statistiku BiH, odnosno njeni predstavnici u međuinstитucionalnoj radnoj grupi za upravljanje kvalitetom¹ koji su svojim stručnim doprinosom i dugogodišnjim iskustvom u ovoj tematiki velikim dijelom zasluzni za izradu ovih Smjernica.

-
1. U okviru Programa jačanja javnih institucija, koji u BiH implementira GIZ (Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) formirana je međuinstитucionalna radna grupa za upravljanje kvalitetom, koja se sastoji od imenovanih članova iz partnerskih institucija Programa. To su:
1. Ured koordinatora za reformu javne uprave,
 2. Agencija za statistiku BiH,
 3. Agencija za državnu službu BiH,
 4. Centralna banka BiH,
 5. Agencija za predškolsko, osnovno i srednje obrazovanje BiH,
 6. Agencija za razvoj visokog obrazovanja i osiguranje kvaliteta BiH,
 7. Institut za standardizaciju BiH (pridruženi član).

Ova međuinstитucionalna radna grupa čini platformu za razmjenu iskustava, učenje o najboljim praksama iz drugih institucija i zemalja te joj je cilj i edukacija članova iz oblasti upravljanja kvalitetom, posebno iz ISO 9001, CAF i metodologija ispitivanja zadovoljstva korisnika i korisnica javne uprave.

Zahvaljujemo korisnicima i korisnicama institucija BiH koji su popunjavanjem anketa o zadovoljstvu korisnika i korisnica određenih institucija Bosne i Hercegovine, a koje su članice ove međuinstitucionalne radne grupe, doprinijeli boljem sagledavanju korisničke perspektive.

Zahvaljujemo rukovodstvu svih institucija članica ove grupe na imenovanju članova i članica grupe i pružanju podrške tokom rada, a posebno priznanje na doprinosu upućujemo članovima i članicama radne grupe te pridruženom članu, a to su: Enes Hadžiefendić, Ljiljana Okuka (Agencija za statistiku BiH); Mubera Begić i Kenan Avdagić (Ured koordinatora za reformu javne uprave); Azra Kost i Ana Jerkić (Agencija za državnu službu BiH); Hašima Čurak, Adrijana Novak-Juka, Biljana Popović (Agencija za predškolsko, osnovno i srednje obrazovanje); Slobodan Mandić (Centralna banka BiH), Benjamin Muhamedbegović (Agencija za razvoj visokoškolskog obrazovanja i osiguranje kvaliteta); Miljan Savić (Institut za standardizaciju BiH) te Belma Jahović (GIZ), koja je svojim doprinosom radu grupe pomogla i da jezik ovih smjernica bude rodno korektan.

VIŠE INFORMACIJA I PRIMJERA IZ PRAKSE

Osim na predstojeće Smjernice, upućujemo na Evropski priručnik o upravljanju zadovoljstvom korisnika i korisnica (*EU Primer on Customer Satisfaction Management*), gdje se zahvaljujemo Nicku Thijisu iz Evropskog instituta za javu upravu (*European Institute of Public Administration, www.eipa.nl*) za odobrenje prijevoda ovog dokumenta, koji se u punoj verziji nalazi na www.parco.gov.ba i na www.spi.ba. Ova publikacija objašnjava relevantnost fokusa na korisnika/korisnicu i ulogu (uloge) koju građani i građanke / korisnici i korisnice igraju u upravljanju javnim sektorom. Ona pruža pregled različitih metoda i tehnika u vezi s korisničkim uvidom, uključujući i ispitivanje važnosti korisničkih potreba, očekivanja i zadovoljstva. Publikacija prikuplja dosta informacija koje već postoje o toj temi i daje praktične primjere i slučajevе iz organizacija javnog sektora širom Europe². U ovom dokumentu analizirane su ankete o zadovoljstvu korisnika i korisnica iz dvadeset šest zemalja³, date su preporuke o postupanjima i metodologijama, sa sljedećim zaključkom, koji smatramo bitnim za trenutno stanje ispitivanja zadovoljstva korisnika i korisnica javne uprave u Bosni i Hercegovini:

Generalno, rad vezan za upravljanje zadovoljstvom korisnika i korisnica trebao bi se fokusirati na pitanje kako koristiti evropsku verziju priručnika ‘Primer’, koji će obuhvatati i dobre prakse iz država članica. Cilj je da se demonstrira relevantnost fokusa na korisnika/korisnicu i uloge građana i građanki u upravljanju javnim uslugama; uključujući i to kako se može ostvariti njihovo učešće (tehnike pribavljanja korisničkog uvida). Kada je u pitanju fokus na korisnika/korisnicu, jedan je od ciljeva da se unaprijedi znanje o korištenju građanskih povelja kako bi se pomoglo svim javnim institucijama u njihovom odnosu s javnošću.

Za institucije lokalne samouprave, ali i ostalih nivoa javne uprave, osim ovih smjernica i EU priručnika o upravljanju zadovoljstva korisnika i korisnica, preporučujemo i upoznavanje s dokumentom Priručnik za anketiranje građana/gradanki , koji je razvio Viktor Wechselberg. Ovaj priručnik osim detaljnih uputstava sadrži i konkretne primjere istraživanja lokalne samouprave Republike Hrvatske.

2 EU Primer on Customer Satisfaction Management, uvod 1.

3 EU Primer on Customer Satisfaction Management, ii.

Nadamo se da će korisnici i korisnice u ovom dokumentu naći praktičan instrument s primjerima iz praske iz BiH i EU-a, koji će im pomoći u realizaciji i stalnom unapređivanju metodologije ispitivanja zadovoljstva korisnika i korisnica.

Za sva pitanja i komentare stojimo na usluzi putem naših kontakata, koje možete naći na www.parco.gov.ba, i iskreno se nadamo da će naš rad doprinijeti povećanom stepenu ne samo provođenja ispitivanja zadovoljstva korisnika i korisnica, nego da će i institucije javne uprave u BiH sagledati korisnost ovog alata za strateško orijentiranje.

Sarajevo, novembar 2016.

Aleksandar Karišik

Šef operativne jedinice

Ured koordinatora za reformu javne uprave

Tihana Pužić

Viša savjetnica

Menadžerica tematske oblasti za upravljanje kvalitetom

Program jačanja javnih institucija



UVOD

U tematskoj oblasti upravljanje kvalitetom u javnoj upravi Programa jačanja javnih institucija jedan je od postavljenih ciljeva bio i izrada metodoloških smjernica za ispitivanje zadovoljstva korisnika javne uprave u Bosni i Hercegovini. Ovaj cilj proizveli smo iz već spomenutog cilja Revidiranog akcionog plana, koji je predvidio da se u javnoj upravi uvede sistematsko ispitivanje zadovoljstva korisnika, a mandat je dat Uredu koordinatora za reformu javne uprave. Imajući u vidu da je Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, odnosno njena predstavnica i predstavnik, aktivna članica ove međuinsticunalne radne grupe, kroz Smjernice smo se velikim dijelom vodili već dokazanom metodologijom Agencije za statistiku BiH te smo se u prvom dijelu osvrnuli na namjeru i cilj istraživanja, odnosno ispitivanja zadovoljstva korisnika i korisnica, dok smo se u drugom poglavlju posvetili upravljanju i dizajniranju istraživanja, gdje smo pokušali dati konkretna pitanja, koja se trebaju postaviti prije samog početka anketiranja, smatrući korisnom i 5D-metodologiju.

Nije jednostavno reći koji je dio istraživanja najbitniji, jer se svaki dio nadovezuje na prethodni i sljedeći, ali bez pravilne identifikacije korisnika i korisnica te individualnih reprezentanata unutar institucija nema ni odgovarajućih povratnih podataka ankete. Ovaj dio obradili smo u trećem poglavlju Smjernica, uz praktičan primjer Ureda koordinatora za reformu javne uprave.

Vrste pitanja, formiranje pitanja i odabir skale za evaluiranje predmet su izlaganja četvrtog dijela Smjernica, gdje smatramo bitnim da se posebna pažnja posveti ovom dijelu, kao i neophodnom predtestiranju na manjem uzorku, kako bi se osigurali kvalitet i sljedivost pitanja.

Prikupljanje i analiza podataka obrađeni su u dva posljednja poglavlja, gdje smo također poseban naglasak stavili na neophodnost komunikacije s korisnicima/korisnicama i nakon provedenog istraživanja te objavu rezultata. Za primjer iz prakse zahvaljujemo Agenciji za državnu službu BiH.

Članovi i članice međuinsticunalne radne grupe za upravljanje kvalitetom.

Sadržaj:

1. Namjena i cilj istraživanja	10
2. Upravljanje istraživanjem	11
2.1. Dizajniranje istraživanja	11
2.2. Pitanja prije početka ankete	11
2.3. 5D-metodologija	12
3. Identifikacija korisničkih grupa i izbor uzorka	13
3.1. Identifikacija glavnih grupa korisnika/korisnica	13
3.2. Identifikacija institucija koje učestvuju u anketi unutar grupa korisnika/korisnica	14
3.3. Identifikacija individualnih reprezentanata unutar institucija koje učestvuju u anketi	14
Primjer iz prakse	14
Segmentacija ključnih korisnika Ureda za reformu javne uprave	14
3.4. Veličina uzorka	16
4. Formiranje pitanja	16
4.1. Vrste pitanja	17
4.2. Odabir skale za evaluiranje pitanja	17
5. Prikupljanje podataka	20
6. Analiza odgovora i izvještavanje o rezultatima istraživanja	21
Primjer iz prakse	21
Analiza podataka Agencije za državnu službu Bosne i Hercegovine	22
7. Zaključak	25
Prilog I - Segmentacija korisnika/korisnica, primjer	26
Prilog II - Anketa, primjer	30
Prilog III - Izvještaj ankete, primjer	35

1. NAMJENA I CILJ ISTRAŽIVANJA

Ankete o zadovoljstvu korisnika i korisnica provode se kako bi se osigurale informacije – u kojoj mjeri kvalitet rada javne uprave zadovoljava potrebe korisnika i korisnica. Dakle, ovo istraživanje koristi se kao alat za ispitivanje prednosti i nedostataka organa javne uprave te identificiranje područja koja treba razvijati i poboljšati. Međutim, svrha je ovog istraživanja mnogo šira jer se rezultati istraživanja mogu također koristiti za ispitivanje – u kojoj se mjeri rezultati istraživanja koriste pri donošenju političkih i poslovnih odluka, za istraživanje i obrazovanje kao i za komunikaciju s medijima. Rezultate takve analize zatim mogu koristiti organi javne uprave za formuliranje aktivnosti koje bi se mogle poduzeti u cilju unapređenja i promoviranja njihovog rada.

Osnovni ciljevi koji se žele postići provedbom ovog istraživanja jesu:

- **razvijanje svijesti** o potrebi provedbe anketiranja zadovoljstva korisnika i korisnica s ciljem bolje orientiranosti prema potrebama i očekivanjima korisnika i korisnica;
- razvijanje i promoviranje **dijaloga s korisnicima i korisnicama**;
- **neposredan kontakt** sa širokim krugom korisnika i korisnica, **uključujući građane/građanke kao krajnje korisnike/korisnice usluga javne uprave**;
- prepoznavanje **različitih grupa korisnika/korisnica** i njihovih **navika**;
- dobijanje informacija **o potrebama korisnika i korisnica** za podacima o instituciji;
- dobijanje informacija **o problemima korisnika i korisnica** u pristupu podacima institucije.

Mjerenje zadovoljstva korisnika i korisnica, sasvim sigurno, jedan je od mogućih metoda i veoma popularan instrument. Međutim, osim anketa mogu se koristiti i druge tehnike za bavljenje elementima upravljanja sveukupnim

zadovoljstvom i može se fokusirati na građane i građanke / korisnike i korisnice kao koplanere/koplanerke, suodlučivače/suodlučivačice i koproducente/koproducentice. Druge tehnike koje ćemo naglasiti su sljedeće, bez ograničenja:

1. zaposlenici i zaposlenice koji/koje su u kontaktu s klijentima i klijenticama putem otvorenih telefona ili e-maila za korisnike i korisnice;
2. testiranje upotrebljivosti i analiza web-stranica institucija;
3. upitnik o zadovoljstvu uslugama na web-stranici institucije kao permanentna stavka;
4. javne konsultacije s korisnicima i korisnicama;
5. formalni i neformalni kontakti s predstavničkim tijelima;
6. analiza pritužbi i sugestija – putem e-maila, telefona, kutije za sugestiju ispred institucije / u instituciji;
7. fokus grupe;
8. tajna kupovina – putem telefona, e-maila, dolaskom u instituciju;
9. mobilne aplikacije⁴.

Navedene metode se također trebaju dokumentirati, analizirati i predstaviti, ne samo menadžmentu i zaposlenicima/zaposlenicama institucije nego i korisnicima, medijima itd.

Za detaljnije upoznavanje s navedenim tehnikama preporučujemo konsultiranje s Evropskim priručnikom o upravljanju zadovoljstvom korisnika i korisnica, koji sve navedene, ali i dodatne, tehnike objašnjava uz praktične primjere na stranicama 55–65.

⁴ Za primjer korištenja mobilne aplikacije u svrhu sistematskog ispitivanja zadovoljstva korisnika pogledati primjer Litvanije: <https://prezi.com/udonzhyznrg/past-to-get-a-better-result-football/>

2. UPRAVLJANJE ISTRAŽIVANJEM

S obzirom na osnovnu namjenu i definirane ciljeve, provedba ankete o zadovoljstvu korisnika i korisnica uključuje sljedeće korake:

- dizajniranje istraživanja;
- identifikacija korisničkih grupa i izbor uzorka;
- prikupljanje podataka (najava ankete, predtestiranje, slanje upitnika i prikupljanje odgovora);
- analizu odgovora i izvještavanje o rezultatima;
- donošenje plana za poboljšanje na osnovu rezultata;
- objava plana za poboljšanje na internetskim prezentacijama institucije.

2.1. Dizajniranje istraživanja

Učestalost provođenja ispitivanja zadovoljstva korisnika i korisnica treba biti unaprijed definirana stavka, kao i sama metodologija. Osim vremenskog ciklusa, koji je unaprijed potrebno planirati zbog svih pratećih resursa, uz ovu stavku je potrebno uzeti u obzir komparaciju rezultata anketa iz prethodnih ciklusa, kako bi se tačno mogao mjeriti napredak ili pogoršanje.

Na ovaj način bi se mogao utvrditi set mjera za poboljšanje odnosa prema korisnicima i korisnicama i krenuti u njihovu implementaciju. Tako bi se djelovalo na ključne tačke, koje zahtijevaju poboljšanje, doradu ili unapređenje u budućem periodu.

Zavisno od strateškog plana, liste prioriteta i okolnosti institucije, istraživanje se može vršiti svake godine ili svake dvije godine. Duži vremenski razmak između istraživanja nije adekvatan zbog prevelikih oscilacija u percepciji i očekivanju korisnika/korisnica i činjenice da se tokom dužeg perioda nije pitalo za mišljenje te se provođenje više ne čini prirodnim.

Osim učestalosti potrebno je odrediti **svrhu anketiranja**. Zavisno od mnogih faktora, svrha anketiranja može uvijek biti ista – opće prikupljanje podataka o stepenu zadovoljstva korisnika i korisnica s ciljem poboljšanja djelovanja i usluga ili, naprimjer, priprema nove strategije institucije ili tematske oblasti, zakonodavnog okvira, finansijskog plana i slično, gdje je potrebno sagledati mišljenja korisnika i korisnica te ključnih aktera i akterki koji mogu biti od velike pomoći.

Prije samog dizajniranja istraživanja potrebno je provesti sljedeće korake kako bi cijelokupna implementacija bila smislena i korisna za instituciju i njene korisnike i korisnice:

1. Menadžmentu institucije predočiti ciljeve anketiranja i metodologiju koja uključuje prezentaciju rezultata istraživanja na web-stranicama institucije i/ili putem drugih medija, s ciljem transparentnog djelovanja
2. Menadžment institucije formalno odobrava provođenje anketiranja zadovoljstva korisnika i korisnica te imenuje nadležne osobe i period pripreme, provedbe i analize
3. Informiranje o provedbi, metodologiji i trajanju anketiranja među svim zaposlenicima i zaposlenicama institucije

U Evropskom priručniku o upravljanju zadovoljstvom korisnika i korisnica navode se praktična pitanja kao vodilje prije početka dizajniranja ankete.

2.2. Pitanja prije početka ankete

Mjerenje zadovoljstva korisnika i korisnica putem anketa samo je jedan u nizu različitih instrumenata. Mora se odgovoriti na neka ključna pitanja prije nego što se odluči koji je najbolji način za mjerenje zadovoljstva korisnika i korisnica te treba

li provesti anketu. Ta su pitanja, naprimjer:

- **Šta namjeravamo uraditi s prikupljenim informacijama?** (Poboljšati proces isporuke usluga neke određene jedinice/odjela, uporediti jedinice kako bi se otkrili referentni standardi, iskoristiti ih za izgradnju imidža za javni sektor itd.)
- **Šta želimo saznati?** (Zadovoljstvo postojećim uslugama uopćeno, ideje za planiranje novih usluga, mišljenja o nekom određenom dijelu isporuke usluga itd.)
- **Kome postavljamo pitanja?** (Šira javnost, osobe koje su koristile date usluge, osobe koje predstavljaju određeni segment korisnika i korisnica itd.)
- **Kako da uključimo različite učesnike/učesnice?** (Uloga menadžmenta i zaposlenika/zaposlenica u korištenju tih informacija, predanost donosilaca odluka, uloga partnerskih organizacija i motivacija korisnika/korisnica itd.)
- **Treba li nam novi alat da dobijemo informacije koje želimo?** (Je li moguće dobiti ista saznanja korištenjem postojećih informacija, npr. obavljanjem razgovora sa zaposlenicima i zaposlenicama koji/koje su u kontaktu s korisnicima i korisnicama analiziranjem medijskog pokrića i slično?)
- **Šta je važnije: poređenje rezultata s drugima ili imati specifične informacije za vlastite jedinstvene razvojne ciljeve organizacije?** (Treba razmotriti argumente za i protiv za standardizirane i po mjeri skrojene pristupe.)
- **Ko je administrator/administratorka mjerenja i ko je vlasnik/vlasnica rezultata?** (Važno je da administrator/administratorka ima sva prava nad rezultatima ispitivanja i da ih dijeli s relevantnim učesnicima i učesnicama.)
- **Je li metoda koja se koristi za mjerenje transparentna?** (Alat treba biti dovoljno transparentan da administrator i oni koji rezultate koriste mogu vidjeti kako se mjere.)
- **Je li dotična usluga transparentna?** (Da bi bili u stanju koristiti rezultate mjerenja zadovoljstva korisnika i korisnica za poboljšanja, sadržaj

usluge treba biti vidljiv; crne kutije se ne mogu poboljšati.)

- **Vrijedi li uopće obaviti dano mjerjenje?** (Analiza inputa, outputa i rezultata prije samog mjerjenja. Jesu li koristi koje se postignu mjerjenjem vrijedne vremena i novca koji se u njega uloži?)

2.3. 5D-metodologija

Model s kojim je lako raditi u nastojanju da se postave prava pitanja jeste tzv. 5D-metodologija.

- D1:** Definition (definiranje "problema"). Šta želimo saznati iz sljedeće studije?
- D2:** Design (planiranje). Kako ćemo osmislit i planirati koja pitanja da postavimo, kako i kome?
- D3:** Data collection (prikupljanje podataka). Kome postavljamo pitanja? Kakav uzorak možemo postići, na koji način, u koje vrijeme i je li to zaista grupa koju trebamo ispitivati da bismo dobili vjerodostojne rezultate?
- D4:** Data-analyses (analiza podataka). Šta ćemo raditi s prikupljenim podacima? Na koji ih način treba analizirati? Je li postignuta samo opisna analiza ili bi neke složenije metode ili posebni modeli mogli dovesti do vjerodostojnjih i korisnijih rezultata; ili, možemo li iskoristiti već pružene podatke i ponovo ih analizirati iz nove perspektive?
- D5:** Documentation (dokumentacija) – posljedice, komunikacija. Kome odnosno kojim grupama ćemo iskomunicirati dobijene rezultate? Za šta ćemo koristiti rezultate?

Uzimajući u obzir navedena pitanja svaka bi institucija javne uprave trebala imati dovoljno osnove za iniciranje i svrshodno planiranje istraživanja zadovoljstva korisnika, koje treba uslijediti strateški, planski, transparentno i proaktivno, pri čemu bi one institucije koje već provode ovakva istraživanja trebale planirati ne samo proaktivnost nego i reakciju na već data mišljenja korisnika u prethodnim analizama.

3. IDENTIFIKACIJA KORISNIČKIH GRUPA I IZBOR UZORKA

Istraživanje o zadovoljstvu korisnika i korisnica zasniva se na odabranom uzorku korisnika i korisnica institucije. Uzorkovanje se provodi pažljivo i selektivno, jer se fokusira na specifične potrebe određenih grupa korisnika i korisnica. Dakle, odabir uzorka vrši se iz ukupne baze korisnika/korisnica i uključuje sljedeće korake:

1. identifikaciju glavnih grupa korisnika/korisnica (ciljni korisnici/korisnice);
2. identifikaciju glavnih institucija, agencija, udruženja, društava i drugih korisnika/korisnica u kojima je korištenje usluge institucije značajno ili ima potencijal da bude važno za obavljanje njihovih zadataka;
3. identifikaciju reprezentanata svake od odabranih institucija, agencija, udruženja, društava te drugih korisnika i korisnica koji će biti u mogućnosti pridonijeti samom istraživanju i koji će dati smislene odgovore na postavljena pitanja;
4. identifikaciju metode uključenja građana i građanki u anketiranje.

3.1. Identifikacija glavnih grupa korisnika i korisnica

Identifikacija glavnih grupa korisnika i korisnica nije važna samo s aspekta odabira uzorka, nego i za kasnije generiranje rezultata i analizu samog istraživanja.

Uzmimo za primjer identificirane glavne grupe korisnika i korisnica u Agenciji za statistiku BiH:

- Javni sektor
- Poslovni subjekti
- Nauka, istraživanje, obrazovanje
- Opća javnost
- Mediji

- Strani korisnici
- Unutrašnji korisnici

Međuinstitucionalna grupa za upravljanje kvalitetom preporučuje da se obrati pažnja i na ranjive kategorije populacije kada se definiraju korisnici i korisnice iz opće javnosti⁵. Institucija treba sagledati da li se njeno djelovanje odnosi i na osobe s određenim invaliditetima (npr., da li se obuka koju institucija nudi odnosi i na slike/gluhonijeme osobe te da li je prilagođena ovim potrebama; ako ne, postoji li određeni mehanizam kojima se osobama s invaliditetom pruža posebna podrška) kao i na osobe iz ranjivih grupa: povratnike, starije osobe, Rome, predstavnike manjih etničkih grupa. Stoga je svakako potrebno obratiti pažnju na jednako uključivanje korisnika i korisnica.

Preporuka:

S ciljem uključenja relevantnih korisnika i korisnica, preporučujemo kontaktiranje svih odjela institucije s molbom za dostavu kontakt-podataka o glavnim korisnicima/korisnicama. Na ovaj se način omogućuje uključenje zaposlenih institucije te je veći osjećaj vlasništva i interesiranja za proces, ali, prije svega, uključuje se veći broj korisnika i korisnica koji su upoznati s mandatom, ulogom i uslugama institucije.

5 Za više informacija i primjer iz Luksemburga o provođenju anketiranja s ranjivim dijelom populacije, pogledati EU priručnik o upravljanju zadovoljstvom korisnika, str. 36–37.

3.2. Identifikacija institucija koje učestvuju u anketi unutar grupa korisnika i korisnica

Ovaj korak odabira uzorka uključuje identifikaciju ustanove, agencije, organizacije ili institucije unutar svake od grupa korisnika i korisnica koje pozivamo da učestvuju u istraživanju.

Smjernice za odabir uključuju:

- prepoznavanje i izbor institucija za koje se zna da su redovni korisnici/korisnice;
- izbor institucija kojima su podaci/usluge/izvještaji institucije neophodni za ispunjavanje njihovih osnovnih zadataka, čak i ako se još nisu pojavile kao veliki korisnici / velike korisnice;
- izbor institucija koje su kritične prema samoj ponudi i kvalitetu rada institucije. Važno je tražiti njihovo učešće, u protivnom, postoji opasnost da njihovim eventualnim neizborom ugrozimo saradnju s njima.

Napomena: Bitno je da se provjerava da li se stav institucija koje su kritične prema radu institucije mijenja s vremenom, kako se istraživanje bude razvijalo (provodilo).

unaprijed i individualnim ispitanicima i ispitanicama dovest će do veće stope i kvaliteta odgovora.

Cilj je tražiti podršku i obećanje o učešću u istraživanju, po mogućnosti od individualnih ispitanika i ispitanica ili menadžera i menadžerica koji/koje su dovoljno utjecajni/utjecajne da animiraju svoje kolege i kolegice u instituciji da učestvuju u anketi.

Kojoj se osobi treba obratiti za učešće:

- Osobi koja je postojeći korisnik/korisnica i koja je upoznata s radom i mandatom institucije⁶
- Osobi koja je potencijalni korisnik/korisnica za navedene svrhe
- Osobi koja učestvuje u donošenju odluka svoje institucije
- Osobi koja ima ulogu predstavnika/predstavnice donatora / međunarodne zajednice koji/koja ima ili može imati utjecaj na rad ili percepciju institucije

Primjer iz prakse:

Segmentacija ključnih korisnika i korisnica Ureda za reformu javne uprave

Učesnici/učesnice i partneri/partnerice

U realizaciji mandata Ured koordinatora sarađuje s institucijama Bosne i Hercegovine, Federacije Bosne i Hercegovine, Republike Srpske i Brčko distrikta BiH, ali i s međunarodnim institucijama i organizacijama, nevladinim sektorom te preduzećima.

6 Preporuka je da se vode baze podataka korisnika institucija. Ovo se može postići redovnim ažuriranjima kontakt-liste korisnika, ali je svakako potrebno voditi računa o listama učesnika s konferencija, okruglih stolova i drugih sastanaka. Ukoliko institucija ima javnu e-mail adresu ili otvorenu liniju za kontakt s korisnicima, potrebno je voditi evidenciju o korisnicima koji su kontaktirali instituciju te i njih uvrstiti u anketiranje. Poželjno je imenovati jednu osobu koja je zadužena za ažuriranje kontakt-liste, ali odgovornost je svakog zaposlenika i svake zaposlenice razmijeniti svoje kontakte s imenovanom osobom.

3.3. Identifikacija individualnih reprezentanata unutar institucija koje učestvuju u anketi

Zahtjevi za učešće u anketi ne upućuju se samo institucijama, već i odabranim zaposlenicima i zaposlenicama te rukovodećem osoblju institucija. Uspostavljanje kontakta s izabranim institucijama

Ključni akteri za rad PARCO-a i proces reforme

- Koordinacioni odbor za ekonomski razvoj i evropske integracije
- Vijeće ministara Bosne i Hercegovine
- Ured predsjedavajućeg Vijeća ministara BiH
- Direkcija za evropske integracije BiH
- Generalni sekretarijat Vijeća ministara BiH
- Ured za zakonodavstvo BiH
- Ministarstvo finansija i trezora BiH
- Ministarstvo pravde BiH
- Parlamentarna skupština BiH
- Institucija ombudsmena za ljudska prava BiH
- Agencija za javne nabavke BiH
- Ured za razmatranje žalbi
- Vlada Federacije BiH
- Vlada Republike Srpske
- Vlada Brčko distrikta Bosne i Hercegovine
- Koordinator za reformu javne uprave Vlade FBiH
- Koordinator za reformu javne uprave Vlade RS-a
- Koordinator za reformu javne uprave Vlade Brčko distrikta BiH
- Agencija za državnu službu BiH
- Radne grupe za pripremu strateškog okvira

Ključni akteri direktno uključeni u provedbu mjera iz AP-a

- Nadzorni timovi (sedam timova iz šest reformskih oblasti)
- Implementacioni timovi (formirani za svaki pojedinačni projekt)
- Agencija za državnu službu BiH
- Ministarstvo komunikacija i transporta BiH
- Agencija za identifikacione dokumente, evidenciju i razmjenu podataka BiH
- Agencija za državnu službu Federacije BiH
- Federalno ministarstvo pravde
- Federalno ministarstvo finansija
- Federalno ministarstvo prometa i komunikacija
- Generalni sekretarijat Vlade FBiH
- Ured Vlade FBiH za zakonodavstvo i

- uskladenost s propisima EU-a
- Ured Vlade FBiH za odnose s javnošću
- Agencija za državnu upravu RS-a
- Ministarstvo uprave i lokalne samouprave RS-a
- Ministarstvo finansija RS-a
- Generalni sekretarijat Vlade RS-a
- Republički sekretarijat za zakonodavstvo RS-a
- Agencija za informaciono društvo RS-a
- Odjeljenje za stručne i administrativne poslove Vlade BDBiH
- Sekretarijat Vlade BDBiH
- Stručna služba Skupštine Brčko distrikta BiH
- Kancelarija gradonačelnika BDBiH
- Direkcija za finansije BDBiH

Ključni akteri – donatori i međunarodne institucije

- Delegacija Evropske unije u Bosni i Hercegovini
- Swedish International Development Cooperation Agency SIDA – Ambasada Kraljevine Švedske u Sarajevu
- Ministarstvo vanjskih poslova Kraljevine Norveške – Ambasada Kraljevine Norveške u Sarajevu
- Upravni odbor Fonda za reformu javne uprave
- Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)
- Regionalna škola za javnu administraciju (RESPA)
- Ambasada Velike Britanije – Good Governance Fund
- SIGMA

Ostali ključni akteri

Sve institucije BiH, RS, FBIH i BDBiH zadužene za provedbu mjera iz RAP1 te za pripremu drugog akcionog plana

Ostali

Implementatori projekata (privatna preduzeća) Nevladin sektor

3.4 Veličina uzorka

Uzorak za anketu o zadovoljstvu korisnika i korisnica ne mora biti velik. Važno je da su uključene sve glavne grupe korisnika i korisnica, da su uključene glavne i ključne institucije te da su one reprezentirane od osoba koje su u mogućnosti da učestvuju u istraživanju na zadovoljavajući način.

Za najveće institucije i one za koje znamo da su među glavnim korisnicima i korisnicama treba

voditi računa da su ispitanici i ispitanice odabrani iz glavnih odjela institucija.

Broj ispitanika i ispitanica koje pozivamo da učestvuju u anketi je različit, od jednog reprezentanta u manjim agencijama do nekoliko ispitanika i ispitanica u većim institucijama.

U principu, odabir ispitanika i ispitanica koji/koje mogu pružiti kvalitetne i adekvatne informacije i mišljenja mnogo je važniji od samog broja ispitanika i ispitanica.

4. FORMIRANJE PITANJA



Svako pitanje koje dolazi u obzir da bude uvršteno u upitnik trebalo bi prethodno testirati pomoću sljedećih "filtera":

Je li pitanje uopće potrebno?

1. Je li potrebno više pitanja umjesto jednog?

Jedno od osnovnih pravila jeste da jedno pitanje nikada ne smije da sadrži više pitanja. Ako je, naprimjer, postavljeno pitanje "Je li sadržaj web-stranice xy institucije dovoljan za informacije koje tražite i je li web-stranica pregledna?" i ako je korisnik/korisnica odgovorio/-la sa "Da", nije jasno na šta se odgovor odnosi.

2. Je li sadržaj pitanja prilagođen profilu korisnika/korisnice i svrsi ankete?

3. Je li potrebno uvrstiti filter pitanje? Naprimjer, ukoliko nam je potrebno razdvojiti korisnike i korisnice po određenoj kategoriji/pitanju/interesima, filter pitanje može biti od koristi.

4. Hoće li se korisnik/korisnica moći sjetiti podataka? Jedno od osnovnih pravila za formuliranje pitanja zahtijeva da se pitanja moraju odnositi samo na one činjenice kojih se korisnik/korisnica može tačno sjetiti.

5. Hoće li korisnik/korisnica biti voljan da odgovori na postavljeno pitanje? Prilikom postavljanja svakog pojedinog pitanja istraživač/istraživačica mora znati hoće li ispitanik koji zna odgovor na pitanje biti voljan da odgovori na neka pitanja, koja, npr., zadiru u njegov/njen privatni život.

Osim pravila koje sadrži filter, pri formuliranju pitanja koriste se i druga pravila koja mogu pomoći pri sastavljanju anketnog upitnika:

- ✓ Svako pojedino pitanje mora biti formulirano tako da ga mogu razumjeti sve anketirane osobe.
- ✓ Treba izbjegavati pitanja koja uključuju dvostruku negaciju.

- ✓ Svako pitanje treba imati isto značenje za sve ispitanike i ispitanice. Zato treba izbjegavati riječi koje imaju dvostruko značenje, npr.: povremeno, redovno, malo, mnogo i dr.
- ✓ Treba izbjegavati sugestivna pitanja, koja ispitanika/ispitanicu usmjeravaju na određeni odgovor i time umanjuju objektivnost dobijenih podataka.
- ✓ Izbjegići nepotrebno ponavljanje pitanja ili postavljanje suvišnih pitanja, koja ne prikupljaju informacije za definirane indikatore.
- ✓ Treba izbjegavati pitanja koja zadiru u privatni život korisnika i korisnica.
- ✓ Pri oblikovanju pitanja treba dopustiti sve moguće odgovore.
- ✓ Ukupan broj pitanja u upitniku treba svesti na minimum.
- ✓ Pitanja treba prilagoditi metodi prikupljanja podataka.

4.1. Vrste pitanja

Prema **specifičnoj funkciji** koju imaju u upitnicima, pitanja se klasificiraju na: profilna pitanja, pomoćna pitanja, filter pitanja, osnovna pitanja, kontrolna pitanja, referentna pitanja⁷.

Profilna pitanja su pitanja koja se odnose na demografske, geografske, socioekonomiske i druge karakteristike ispitanika i ispitanica / korisnika i korisnica. Bez obraćanja pažnje na demografske karakteristike, nije moguće provesti efikasnu anketu istraživanja zadovoljstva, jer će analiza podataka i mogućnost unapređenja usluga biti manjkava.

Pomoćna pitanja uključuju se u upitnik kad se procijeni da će pomoći da se ispitanik/ispitanica uvede u proces ispitivanja ili da se dodatno motivira da učestvuje u istraživanju.

Filter pitanja pomažu da se lakše utvrde razmjere pojave koja je predmet proučavanja.

Osnovna ili sadržinska pitanja su pitanja koja su formulirana neposredno na osnovu ciljeva istraživanja, da bi se dobitne informacije koje će pomoći u rješavanju problema zbog kojeg se istraživanje provodi.

Kontrolna pitanja su pitanja pomoću kojih se verificiraju odgovori ispitanika i ispitanica (kontrola istinitosti i iskrenosti odgovora) te kontroliraju tačnost i konzistentnost upitnika u cjelini.

Referentna ili identifikaciona pitanja su ona koja se odnose na identitet organizatora istraživanja, ime i prezime, adresu i broj telefona ispitanika i ispitanica, ime i prezime anketara/anketarke, broj upitnika i sl.

4.2. Odabir skale za evaluiranje pitanja

Svaka anketa za sebe je specifična, pa se i svako pitanje treba zasebno posmatrati i potrebno je odabrati primjerenu skalu ili tekstualnu ponudu odgovora. Za praktične primjere upućujemo na aneks II ovih smjernica.

Pitanja se često klasificiraju u dvije grupe, i to: u zatvorena i otvorena pitanja, te ovdje dajemo primjere s određenim skaliranjem.

⁷ Dio preuzet iz knjige prof. dr. Hasana Hanića. Istraživanje tržišta i marketing IS. Beograd: Ekonomski fakultet u Beogradu, 2004.

Zatvorena pitanja

Vrsta	Opis	Primjer										
Dihotomno	Pitanje nudi izbor između dva odgovora	Jeste li koristili usluge xy institucije? Da Ne										
S višestrukim izborom	Pitanje nudi izbor između tri i više odgovora	S kim pohađate obuke? <ul style="list-style-type: none"> — Sam/sama — S kolegom/kolegicom — S više kolega/kolegica iz mog sektora — S kolegom/kolegicom iz drugog sektora — S više kolega/kolegica iz drugog sektora 										
Likertova skala	Iskaz kojim ispitanik/ispitanica izražava stepen svog slaganja/neslaganja	Privatne škole uglavnom pružaju bolje usluge od državnih? <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Uopće se ne slažem</td> <td>Ne slažem se</td> <td>Neutralan/na</td> <td>Slažem se</td> <td>Potpuno se slažem</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	Uopće se ne slažem	Ne slažem se	Neutralan/na	Slažem se	Potpuno se slažem	1	2	3	4	5
Uopće se ne slažem	Ne slažem se	Neutralan/na	Slažem se	Potpuno se slažem								
1	2	3	4	5								
Semantički diferencijal	Između dvije suprotne riječi ucrtana je skala, a ispitanik/ispitanica bira tačku na skali koja predstavlja njegovo/njeno mišljenje	Predavač/predavačica XY obuke je: <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Dobar predavač / dobra predavačica</td> <td>-----</td> <td>Loš predavač / loša predavačica</td> </tr> <tr> <td>Iskusna</td> <td>-----</td> <td>Neiskusna</td> </tr> <tr> <td>Savremen/savremena</td> <td>-----</td> <td>Zastario/zastarjela</td> </tr> </table>	Dobar predavač / dobra predavačica	-----	Loš predavač / loša predavačica	Iskusna	-----	Neiskusna	Savremen/savremena	-----	Zastario/zastarjela	
Dobar predavač / dobra predavačica	-----	Loš predavač / loša predavačica										
Iskusna	-----	Neiskusna										
Savremen/savremena	-----	Zastario/zastarjela										
Skala važnosti	Skala koja rangira važnost nekih karakteristika	Lokacija xy institucije za mene je: <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Izuzetno važna</td> <td>Vrlo važna</td> <td>Donekle važna</td> <td>Nevažna</td> <td>Uopće nije važna</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	Izuzetno važna	Vrlo važna	Donekle važna	Nevažna	Uopće nije važna	1	2	3	4	5
Izuzetno važna	Vrlo važna	Donekle važna	Nevažna	Uopće nije važna								
1	2	3	4	5								
Skala rangiranja	Skala koja rangira neku karakteristiku od "slabo" do "odličan"	Internetska konekcija u moj instituciji je: <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Odlična</td> <td>Vrlo dobra</td> <td>Dobra</td> <td>Zadovoljavajuća</td> <td>Loša</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	Odlična	Vrlo dobra	Dobra	Zadovoljavajuća	Loša	1	2	3	4	5
Odlična	Vrlo dobra	Dobra	Zadovoljavajuća	Loša								
1	2	3	4	5								

Otvorena pitanja

Naziv	Opis	Primjer
Potpuno nestrukturirano	Pitanje na koje ispitanik može odgovoriti na gotovo neograničen broj načina	Šta mislite o Agenciji za predškolsko, osnovno i srednje obrazovanje?
Asocijacija riječi	Riječi se daju redom, jedna za drugom, a ispitanici/ispitanice spominju prvu riječ koja im pada na um	Šta vam prvo pada na um kada čujete sljedeće? Obuka državnih službenika/službenica Javna uprava EU proces
Dovršavanje rečenice	Napisana je nekompletna rečenica, a ispitanik/ispitanica je mora završiti	Kad razmišljam o pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji, kao najveće izazove vidim
Dovršavanje priče	Daje se nedovršena priča i traži se da je ispitanik/ispitanice dovrše	Prije nekoliko dana posjetila sam Ekonomski fakultet u Sarajevu. Primjetila sam da je spolja i iznutra Fakultet vrlo uređen. To je u meni pobudilo sljedeće misli... (Sada završite priču)
Dovršavanje slike	Prikazana je slika, a od ispitanika/ispitanica traži se da sastave priču o tome šta misle da se na slici događa ili da bi se moglo dogoditi	

5. PRIKUPLJANJE PODATAKA

Postoje različiti načini provođenja anketiranja, koji zavise od resursa institucije, ali i svrhe ankete. Ukoliko postoji mogućnost, ali i budžet, poželjno je kombinirati neke od sljedećih metoda:

- a) Licem u lice
- b) Telefonsko anketiranje
- c) Internetsko anketiranje / putem web-stranice institucije

Anketiranje putem pošte je skupo, zastarjelo i ima veoma slab odaziv te ga ne preporučujemo za javnu upravu.

S obzirom na to da je infrastruktura za internet u našoj zemlji sasvim dovoljno razvijena kako bi se omogućila nesmetana internetska komunikacija, preporučujemo da se istraživanje o zadovoljstvu korisnika i korisnica provodi putem web-stranice institucije ili internetskim alatima, koji su danas uglavnom besplatni za korištenje⁸:

- <https://www.surveymonkey.com/>
- <https://www.google.com/forms/about/>
- <https://kwiksurveys.com/>

Preporučuje se korištenje internetskog anketiranja, s kombinacijom licem-u-lice. S obzirom na ograničenost resursa, moguće je, po ugledu na zemlje EU-a, uključiti građane i građanke u anketiranje, studente i studentice javne uprave koji na ovaj način stječu prva iskustva ili praktikante i praktikantice.

Ukoliko navedeno nije moguće, potrebno je uključiti nevladine i neprofitne organizacije u anketiranje, kako bi se došlo do finalnih korisnika i korisnica – građana i građanki. Nevladine

organizacije često imaju veoma dobro izrađene mehanizme saradnje s građanima i građankama. Ukoliko se anketiranje vrši putem web-stranice institucije, moguće je putem saopćenja za javnost pozvati građane i građanke na učešće u anketi i izražavanje svog mišljenja o radu institucije.

Vrijeme provođenja anketiranja nije striktno određeno, s obzirom na to da na rezultate ankete nema skoro nikakav utjecaj. Naravno, anketiranje neće biti provođeno u vremenu važnijih političkih događaja (npr. izbori), u vrijeme praznika i godišnjih odmora. Stoga se prije planiranja vremena provođenja preporučuje detaljno pregledavanje kalendara i uzimanje u obzir praznika. Razlog za ovo je postizanje što veće stope odgovora (tj. odaziva) ispitanika i ispitanica u samoj anketi.

Anketiranje u pravilu traje petnaest dana i u tom je periodu korisnicima i korisnicama omogućeno da pristupe popunjavanju upitnika.

Komunikacija s ispitanicima i ispitanicama uspostavlja se i odvija na sljedeći način:

- Slanje prethodne obavijesti ispitaniku/ispitanici o provedbi ankete i informiranje o njenom skorom početku (opcionalno)
- Slanje upitnika do ispitanika i ispitanica skupa s popratnim tekstom. Popratni tekst treba sadržavati sljedeće elemente:
 - ✓ Razloge zbog kojih se anketa provodi, objašnjenje njene društvene ili druge koristi
 - ✓ Vrijeme trajanja ankete
 - ✓ Vrijeme potrebno za ispunjavanje ankete

⁸ Navedeni besplatni alati imaju određena ograničenja (npr., broj ispitanika i ispitanica) koja se trebaju preispisati prije početka dizajniranja ankete. Postoje i posebni softveri za ispitivanje, evaluaciju i izvještavanje anketiranja, koji su dostupni na tržištu te opcija doplate za navedene alate, njihovo proširivanje, izvještavanje itd. Ukoliko se ne planiraju masovna anketiranja, navedena uglavnom budu dostatna.

- ✓ Objašnjenje kako se došlo do adrese ispitanika/ispitanice (opcionalno)
 - ✓ Razloge zbog kojih se traže odgovori baš od tog ispitanika/ispitanice
 - ✓ Obećanje da će se poštovati anonimnost
 - ✓ Uputstvo o postupku u slučaju nejasnoća
 - ✓ Zaključne rečenice, zahvalnost
 - Slanje zahvalnice krajem prve sedmice
-
- provedbe ankete svim ispitanicima i ispitanicama, bez obzira na to jesu li poslali svoje odgovore ili ne.
 - Ponovno slanje upitnika s popratnim tekstom do onih ispitanika i ispitanica koji/koje još nisu odgovorili/odgovorile, po mogućnosti ne kasnije od tri dana pred završetak vremena anketiranja.

6. ANALIZA ODGOVORA I IZVJEŠTAVANJE O REZULTATIMA ISTRAŽIVANJA

Ispunjene upitnike treba provjeriti na uobičajen način i kontrolirati za nejasne i nedostajuće odgovore. Ovo se može uraditi predtestiranjem na manjem uzorku, kako bi se stekla sigurnost da korisnik/korisnica nema probleme s razumijevanjem pitanja. Kako uzorak neće biti velik, a ako je ispitanik/ispitanica dostavila svoje podatke o adresi na upitniku (opcija), moguće je dobiti pojašnjenje putem telefonskih poziva ispitanika i ispitanica.

Analiza ankete je u osnovi jednostavna, uglavnom uključuje jednostavno računanje i tabeliranje. Međutim, odluka o nedosljednostima u odgovorima i generiranje rezultata po grupama korisnika i korisnica moraju biti pažljivo razmatrani, pazeći da grupisanje sadrži dovoljan broj smislenih odgovora. Obavezno se navodi i broj ispitanika i ispitanica koji/koje su odgovorili/odgovorile na svako od pitanja, što je posebno važno kada dajemo rezultate u postocima.

Za istraživanje ove vrste često je nerealno obećati potpunu anonimnost. Ipak, načelo povjerljivosti se u cijelosti mora poštivati, što znači da zaposlenici i zaposlenice institucije trebaju posmatrati povjerljivost u uobičajenom statističkom smislu i

odgovore tretirati s pažnjom, kao što je slučaj sa svim statističkim istraživanjima.

Rezultati istraživanja prezentiraju se kako slijedi:

- Izvještaj⁹ treba biti napisan što je prije moguće nakon što je izvršena analiza. Izvještaj treba biti kratak i sažet te treba da sadrži kratku metodologiju istraživanja, glavne nalaze i rezultate.
- Izvještaj treba poslati svim ispitanicima (koji to zahtijevaju), uz zahvalnicu. Također, izvještaj se postavlja na web-stranici institucije.
- Preporučujemo slanje izvještaja ili zaključaka medijima.
- Ukoliko postoji *newsletter* koji se redovno šalje korisnicima i korisnicama, moguće ga je iskoristiti za informiranje o provedenoj anketi.

⁹ Pogledati Prilog III

Primjer iz prakse:

Analiza podataka Agencije za državnu službu BiH
Zadovoljstvo korisnika procesom pružanja obuke u Agenciji za državnu službu Bosne i Hercegovine

Agencija za državnu službu Bosne i Hercegovine (u dalnjem tekstu: Agencija) je u sklopu uvođenja modela upravljanja kvalitetom odlučila provesti anketu zadovoljstva korisnika, u cilju poboljšanja pružanja usluga stručnog usavršavanja i osposobljavanja državnih službenika u institucijama Bosne i Hercegovine.

Nakon identifikacije namjene i cilja istraživanja pristupilo se identifikaciji ispitanika, odabiru metode vršenja anketnog upitnika i perioda održavanja ankete. Usaglašeno je da ciljnu grupu ispitanika predstavljaju državni službenici iz institucija BiH koji su registrirani na Informacionom sistemu za elektronsko upravljanje procesom organizacije obuke (*Training Management System – TMS*). Dogovoreno je da se anketni upitnik provodi anonimno, putem online alata SurveyMonkey (www.surveymonkey.com), u periodu od dvanaest dana.

Prilikom izrade anketnog upitnika konsultirani su svi zaposleni u Odsjeku za obuke, vršila se analiza postojećeg evaluacijskog upitnika te se pristupilo izradi pitanja. U anketni upitnik uvrštena su profilna pitanja, sadržinska pitanja, kontrolna pitanja itd., to jest pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. U pitanjima zatvorenog tipa koristila se Likertova skala. Nakon izrade anketnog

upitnika, pristupilo se predtestiranju, kako samog anketnog upitnika tako i online alata, nakon čega je vršena modifikacija upitnika i usaglašavanje modificiranih parametara.

Poslije okončane predtestne faze, putem elektronske pošte, anketni upitnik i uputstva pristupu *online* alatu SurveyMonkey proslijeđeni su na 2.100 državnih službenika, od čega je dobijeno ukupno 353 odgovora na anketu, u kojoj je učestvovalo 199 državnih službenica i 154 državna službenika.

Na pitanje jesu li zadovoljni/zadovoljne kvalitetom pruženih obuka 94,9% državnih službenika i službenica odgovorilo je pozitivno, dok je 5,10% njih odgovorilo da je nezadovoljno kvalitetom obuka. Na pitanje da li stečeno znanje s obuka mogu primijeniti na radnom mjestu 50% ispitanika i ispitanica odgovorilo je potvrđno, 48% njih odgovorilo je da djelimično može primijeniti stečeno znanje, a 2% se izjasnilo da stečeno znanje ne može primijeniti na radnom mjestu. U vezi sa strukturon programu obuka, 89,1% ispitanika i ispitanica odgovorilo je da su programi adekvatno strukturirani prema njihovim potrebama, 2,9% odgovorilo je da programi nisu adekvatni, a ukupno četiri ispitanika nije odgovorilo na pitanje. Slijede ostali bitni rezultati.

Jeste li zadovoljni odnosom i tehničkom pomoći zaposlenih u Odsjeku za obuku sa sljedećih aspekata:

	Loša	Zadovoljavajuća	Dobra	Vrlo dobra	Odlična	Ukupno odgovora
Stručnost	0,58%	5,49%	15,03%	38,44%	40,46%	346
Efikasnost	1,16%	5,49%	14,45%	36,13%	42,77%	346
Ljubaznost	1,16%	1,73%	9,83%	28,32%	58,96%	346
Informiranost	0,58%	4,06%	10,72%	34,78%	49,86%	345
Tehnička podrška	1,73%	4,34%	14,16%	33,53%	46,24%	346

TMS sistem je jednostavan za korištenje

Uopće se ne slažem	Uglavnom se slažem	Neutralan/-na sam	Uglavnom se slažem	Sasvim se slažem	Ukupno Odgovora
1,20%	1,50%	10,18%	46,41%	40,72%	334

U korištenju TMS-a, s kojim ste dijelom imali problema?

	Broj odgovora
Prijavljinjem na obuku	16,1% 54
Pronalaskom materijala za navedenu obuku	11,9% 40
Generiranje certifikata	10,4% 35
Obavještavanjem	4,5% 15
Nisam imao/imala problema	64,5% 216
Prijavljinjem na obuku	16,1% 54
Ukupan broj odgovora	
335	

Dostupne informacije preko TMS-a su jasno prikazane

Uopće se ne slažem	Uglavnom se slažem	Neutralan/-na sam	Uglavnom se slažem	Sasvim se slažem	Ukupno Odgovora
0,60%	2,40%	10,78%	47,60%	38,62%	334

Jeste li zadovoljni načinom prijave na obuke kroz TMS?

Da	Ne	Ukupno odgovora
94,97%	2,37%	338

Webinari, online učenje u stvarnom vremenu s predavačem/predavačicom putem virtualnih učionica, prema Vašem mišljenju su:

Loši	Zadovoljavajući	Dobri	Vrlo dobri	Odlični	Ukupno Odgovora
6,98%	10,96%	25,58%	30,90%	25,58%	301

Pristup webinarima jednostavan je za korisnike

Uopće se ne slažem	Uglavnom se slažem	Neutralan/-na sam	Uglavnom se slažem	Sasvim se slažem	Ukupno Odgovora
3,97%	4,64%	27,81%	35,43%	28,15%	302

Sastavni dio anketnog upitnika čine otvorena pitanja, na osnovu kojih se došlo do značajnih rezultata, koji utječu na buduće procese organizacije obuka. Korisnici i korisnice naznačili/naznačile su da je trenutni sistem i proces obuka vrlo dobar, ali da treba modificirati i revidirati određene postupke prilikom organizacije svih vrsta obuka. Određen broj državnih službenika i službenica definirao je da su online obuke vrlo korisne te da je potrebno organizirati što više webinara s detaljnim uputstvima pristupa alatu Adobe Connect. Također, korisnici su definirali da je vrlo značajno uskladiti obuke s potrebama korisnika i organizirati veći broj specijalističkih obuka (naročito obuka iz oblasti informacionih tehnologija), radionica i kurseva stranih jezika, od kojih se ističu engleski i njemački jezik, te organizirati više obuka u Mostaru i Banjoj Luci.

Rezultati ankete objavljeni su na TMS-u i uzeti u obzir prilikom organizacije budućih obuka.

Za primjere iz prakse molimo da se pogledaju i sljedeći prilozi:

PRILOG I

Primjer segmentacija korisnika i korisnica Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine

PRILOG II

Primjer uvodnog teksta i primjer pitanja ankete Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine

PRILOG III

Primjer analize ankete Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine

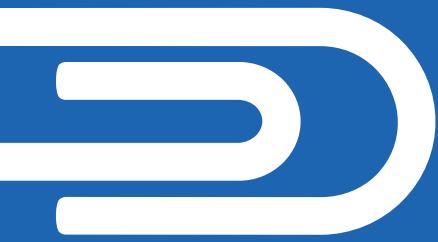
7. ZAKLJUČAK

Ispitivanje zadovoljstva korisnika treba biti sastavni dio strateškog planiranja javne uprave. Potrebno je jasno definirati ciljeve, svrhu, resurse i komunikaciju s korisnicima i korisnicama, jer samo je putem ovakve orijentiranosti prema korisnicima i korisnicama moguće reagirati na mišljenja i očekivanja o radu javne uprave te vremenom doći do proaktivnosti i sve većeg zadovoljstva korisnika i korisnica.

Imajući u vidu stalno poboljšanje, cijenili bismo povratnu informaciju korisnika i korisnica o dalnjim poboljšanjima ovih Smjernica, a posebnu vrijednost imaju primjeri iz prakse, za koje bismo bili zahvalni da nam se dostave s ciljem širenja znanja i umreženosti javnih institucija Bosne i Hercegovine, ali i regije.

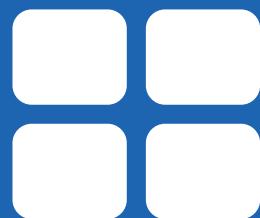
Svim institucijama koje krenu putem sistematskog ispitivanja zadovoljstva korisnika i korisnica želimo uspjeh. I ne zaboravite objaviti rezultate svoje ankete i plan unapređenja, kako bi korisnici i korisnice vidjeli/vidjele da anketa nije rađena zbog zadovoljavanja bilo koje forme ili reformskih agendi, nego da se njihovo mišljenje uvažava i da se reagira u skladu s mogućnostima i prioritetima. Imajući u vidu da određene institucije članice ove radne grupe planiraju ispitivanje zadovoljstva korisnika i korisnica tokom 2016. godine, sljedeće izdanje ovih Smjernica imat će još više primjera iz prakse, ali i prikupljenih iskustava koje ćemo moći podijeliti s drugim institucijama javne uprave Bosne i Hercegovine.





PRILOG I

Segmentacija korisnika
Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine



Ovim dokumentom Agencija za statistiku uređuje postupke za vođenje segmentacije korisnika statističkih podataka i informacija, metodologija statističkih istraživanja, informacija o djelatnosti Agencije za statistike Bosne i Hercegovine te drugih javnog značajnih informacija.

Svrha dokumenta jeste da zaposlenim u Agenciji za statistiku osigura jedinstveno upravljanje informacijama, odnosno bazama podataka o korisnicima.

SEGMENTACIJA KORISNIKA

1	JAVNI SEKTOR	4	OPĆA JAVNOST
11	Državna uprava	41	Fizičke osobe
12	Lokalna uprava		
13	Parlament	5	MEDIJI
14	Centralna banka	51	Radijske kuće
15	Bh. ambasade	52	Televizijske kuće
16	Pravosudni organi	53	Printani mediji
17	Drugi organi javne uprave	54	Bh. novinska agencija
		55	Drugi mediji
2	POSLOVNI SUBJEKTI	6	STRANI KORISNICI
21	Poslovni subjekti – pravne osobe	61	Eurostat
22	Poslovni subjekti – fizičke osobe	62	Druge međunarodne organizacije nadnacionalnog karaktera
23	Advokati i advokatske komore	63	Statistički uredi drugih država
24	Društvene organizacije i udruženja (neprofitne organizacije)	64	Javni sektor iz inozemstva
3	NAUKA, ISTRAŽIVANJE I OBRAZOVANJE	65	Istraživačke institucije, obrazovne ustanove i strani studenti
31	Obrazovne ustanove	66	Strani poslovni subjekti
32	Instituti i druge istraživačke ustanove	67	Ambasade, konzularna predstavništva
33	Biblioteke	68	Strani mediji
34	Studenti	69	Strani, drugo
35	Učenici	7	UNUTRAŠNJI KORISNICI

1.1 Državna uprava

- Vijeće ministara BiH, ministarstva, organi i službe, samostalne upravne organizacije
- Entitetske vlade i Vlada Brčko distrikta BiH, ministarstva, organi i službe, samostalne upravne organizacije
- Kantonalne vlade, ministarstva, organi i službe, samostalne upravne organizacije

1.2 Lokalna uprava

- Općine kao osnovne jedinice lokalne uprave

1.3 Parlament

- Zastupnički dom Parlamentarne skupštine BiH, Dom naroda Parlamenta BiH
- Zastupnički dom Parlamenta FBiH, Dom naroda Parlamenta FBiH; Narodna skupština RS-a, Vijeće naroda RS-a, Skupština Brčko distrikta BiH
- Kantonalne skupštine
- Općinska vijeća

1.4 Centralna banka Bosne i Hercegovine

1.5 Bh. ambasade i konzulati u inozemstvu

1.6 Pravosudni organi

- Visoko sudsko i tužilačko vijeće, Sud BiH, Tužilaštvo BiH, Pravobranilaštvo BiH
- Tužilaštvo RS-a, Pravobranilaštvo RS-a
- Kantonalni i okružni sud, Kantonalno i okružno tužilaštvo, Kantonalno pravobranilaštvo
- Općinski sud i općinsko pravobranilaštvo

1.7 Drugi organi javne uprave

- Javni zavodi
- Javni fondovi

2.1 Poslovni subjekti – pravne osobe

- Društva s neograničenom odgovornošću
- Komanditna društva
- Privredna interesna udruženja
- Drugi oblici poslovnih subjekata – pravne osobe

2.2 Poslovni subjekti – fizičke osobe

- Samostalni poduzetnik
- Drugi oblici poslovnih subjekata – fizičke osobe

2.3 Advokati i advokatske komore

2.4 Društvene organizacije i udruženja – neprofitne organizacije

- Društva i društvene organizacije
- Udruženja
- Političke stranke
- Sindikati
- Vjerske zajednice i slične vjerske organizacije

3.1 Obrazovne ustanove

- Univerziteti (fakulteti i visoke škole)
- Srednje škole
- Osnovne škole
- Druge obrazovne ustanove

3.2 Instituti i druge istraživačke ustanove

- Javne istraživačke ustanove
- Ostali instituti i istraživačke institucije
- Instituti i istraživački centri u okviru univerziteta
- Registrirani istraživači

3.3 Biblioteke

- Nacionalna biblioteka
- Univerzitetske i visokoškolske biblioteke
- Školske biblioteke
- Ostale biblioteke

3.4 Studenti

3.5 Učenici

4

OPĆA JAVNOST

4.1 Fizičke osobe

(osobe za koje BHAS ne može tačno odrediti kojoj drugoj grupi korisnika osoba pripada)

5

MEDIJI

5.1 Radijske kuće

- Javne radiostanice
- Komercijalne radijske stanice
- Regionalne i lokalne nekomercijalne stanice

5.2 Televizijske kuće

- Javni televizijski servisi
- Komercijalne televizijske stanice, odnosno programi
- Regionalne i lokalne televizijske stanice i programi

5.3 Printani mediji

- Dnevne novine i časopisi
- Sedmični časopisi
- Časopisi društava, udruženja

5.4 Bh. novinske agencije

5.5 Drugi mediji

6

STRANI KORISNICI

6.1 Eurostat (evropski statistički ured)

6.2 Druge međunarodne organizacije nadnacionalnog karaktera

- U EU-u (Evropska komisija, Vijeće Evrope, Evropski parlament)
- Međunarodne međuvladine organizacije (UNDP, UNICEF, UNESCO, IMF, WB, itd.)

6.3 Statistički uredi drugih država

- Statistički uredi evropskih država
- Statistički uredi izvanevropskih država

6.4 Javni sektor iz inozemstva

- Vladine institucije drugih država (ministarstva, uprave, uredi, agencije)

6.5 Istraživački instituti, obrazovne ustanove i studenti iz inozemstva

- Istraživačka i slična ustanova
- Obrazovna ustanova
- Strani studenti
- Strani istraživači
- Strange biblioteke

6.6 Strani poslovni subjekti

- Strani poslovni subjekti – pravne osobe
- Strani poslovni subjekti – fizičke osobe

6.7 Ambasade, konzularna predstavništva stranih država u Bosni i Hercegovini

6.8 Strani mediji

6.9 Strani, drugo

- Neprofitne nevladine organizacije iz inozemstva
- Međunarodna interesna društva
- Strange fizičke osobe

7

UNUTRAŠNJI KORISNICI

7.1 Nacionalni računi

7.2 Struktturna statistika preduzeća

7.3 Statistički poslovni registar



PRILOG II

Anketa o zadovoljstvu korisnika
Agencije za statistiku BiH



ANKETA O ZADOVOLJSTVU KORISNIKA

Zahvaljujemo svim korisnicima koji posjećuju našu internetsku stranicu i koriste statističke podatke koje objavljuje Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine putem svojih elektronskih i printanih izdanja.

Vrijednosti Agencije za statistiku BiH, kao i cjelokupnog statističkog sistema u Bosni i Hercegovini, razvijaju se u znaku sve većeg značaja službenih statističkih podataka, prije svega za podršku ekonomskim i socijalnim reformama. Na taj način povećavaju se zahtjevi i značaj korisnika, prije svega domaćih institucija i korisnika kao što su organi vlasti u našoj zemlji, poslovni subjekti, istraživačke ustanove i opća

javnost, kao i ključnih korisnika u EU-u i ostalim međunarodnim organizacijama. Međusobno povjerenje svih učesnika i učesnica u ovom procesu (korisnika podataka, davalaca podataka i proizvođača statistike) postaje sve važnije. Nezavisnost institucije i struke garant je osiguranja i očuvanja ove povjerljivosti. Znanje, iskustvo, zajednički rad, poštivanje privatnosti, kvalitet i dostupnost korisnicima su vrijednosti koje mogu znatno utjecati na zadovoljstvo korisnika.

Putem ove ankete želimo širokom krugu korisnika ponuditi mogućnost da izraze svoje mišljenje o našem radu i uslugama te da nam daju prijedloge za poboljšanje.

1. Koliko često posjećujete našu internetsku stranicu ili koristite naše statističke podatke i informacije (u elektronskom ili printanom obliku)?

- Prvi put
- Svakodnevno
- Sedmično
- Mjesečno
- Povremeno
- Rijetko

2. Koliko dugo koristite našu internetsku stranicu ili naše statističke podatke i informacije?

- Manje od jedne godine
- 1 do 2 godine
- 2 do 3 godine
- Više od 3 godine

3. Za koje namjene koristite statističke podatke Agencije za statistiku BiH (možete dati više odgovora)?

- Za bolje razumijevanje ekonomskih i socijalnih kretanja u Bosni i Hercegovini
- Za pripremu strategija, politika ili projekcija
- Kao podlogu za naučnoistraživački rad
- Za izradu poslovnih analiza
- Za izradu školskog ili studijskog projekta (seminarski rad i drugo)
- Za poređenje razvoja Bosne i Hercegovine s drugim državama
- Za posredovanje podataka javnosti (novinarski rad i drugo)
- Za unapređenje svojih znanja
- Ostalo (navedite): _____

4. Koja Vas od navedenih statističkih područja najviše zanimaju (možete dati više odgovora)?
- Stanovništvo – demografija
 - Zaposlenost i plaće
 - Obrazovanje
 - Kultura
 - Socijalna zaštita
 - Uvjeti življenja
 - Nacionalni računi
 - Cijene
 - Industrija
 - Građevinarstvo
 - Unutrašnja trgovina
 - Vanjska trgovina
 - Turizam
 - Saobraćaj
 - Poljoprivreda
 - Šumarstvo
 - Energetika
 - Okoliš
 - Ne znam
5. Kako uobičajeno dobijate statističke podatke i informacije (možete dati više odgovora)?
- Korištenjem besplatnih elektronskih publikacija na www.bhas.ba
 - Poručujem printane publikacije Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine
 - Poručujem posebno obrađene podatke
 - Iz masovnih medija
 - Iz općih informacija, dostupnih na internetskoj stranici www.bhas.ba
 - Ostalo (navedite): _____

6. Da li na internetskoj stranici Agencije lako pronalazite tražene podatke i informacije?
- Da, uvijek
 - Da, uglavnom
 - S određenim poteškoćama
 - S velikim poteškoćama
 - Ne tražim ništa osobito, samo pregledam
7. Jesu li statistički podaci i informacije jasno prikazani?
- Da, uvijek
 - Da, uglavnom
 - Dijelom da, dijelom ne
 - Uglavnom ne
 - Ne, nikako
8. Koje biste još statističke podatke i informacije voljeli naći na našoj internetskoj stranici i u našim publikacijskim izdanjima?
- Navedite:
9. U kojoj je mjeri Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine sa svojim proizvodima i uslugama ispunila vaše potrebe i očekivanja?
- U cjelini
 - Većinom
 - Dijelom jeste, dijelom nije
 - Većinom nije
 - Uopće nije

10. Kako ste generalno zadovoljni kvalitetom proizvoda i usluga Agencije za statistiku BiH?

- Veoma zadovoljan/zadovoljna
- Zadovoljan/zadovoljna
- Ni zadovoljan/zadovoljna ni nezadovoljan/nezadovoljna
- Nezadovoljan/nezadovoljna
- Nisam uopće zadovoljan/zadovoljna

11. Kako biste ocijenili?

	Veoma za-dovoljan/-na	Uglavnom za-dovoljan/-na	Ni zadovoljan/-na ni nezadovoljan/-na	Uglavnom nezadovol-jan/-na	Veoma neza-dovoljan/-na
Ljubaznost zaposlenih	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dužinu čekanja na dostavljanje traženih podataka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetentnost zaposlenika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Kako biste ocijenili kvalitet podataka iz statistike koju najviše koristite?

	Veoma za-dovoljan/-na	Uglavnom za-dovoljan/-na	Ni zadovoljan/-na ni nezadovol-jan/-na	Uglavnom nezadovol-jan/-na	Veoma neza-dovoljan/-na
Relevantnost	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pouzdanost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pravovremenost i poštivanje rokova objave	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Detaljnost	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dostupnost i razumljivost	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uporedivost podataka	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Molimo, navedite kojoj grupi korisnika pripadate?

- Državna uprava (vlada, ministarstvo, vladina služba)
- Drugi organi javne uprave (javni zavod, agencija)
- Parlament
- Centralna banka
- Bh. ambasada
- Organ pravosuđa
- Privredni subjekt
- Noprofitna organizacija (društvo, udruženja, politička stranka)
- Obrazovna ustanova
- Institut ili druga istraživačka ustanova
- Učenici, studenti
- Radijska kuća
- Televizijska kuća
- Printani medij
- Bh. novinska agencija
- Ostalo – domaći korisnik
- Statistički ured druge države
- Strana istraživačka, obrazovna institucija ili strani student
- Strani poslovni subjekt
- Ambasada i predstavništvo druge zemlje
- Strani medij
- Ostalo – strani korisnik

Molimo Vas da nam na sljedećih nekoliko pitanja date neke lične podatke, koji su neophodni da bismo na adekvatan način uradili analizu rezultata ove ankete (lični podaci će biti obrađeni i prikazani isključivo u agregiranoj formi – u obliku tabela i grafika).

Godina rođenja?

14. Spol?

- Muški
- Ženski

15. Obrazovanje?

- Nedovršeno osnovno obrazovanje
- Osnovno obrazovanje
- Srednje obrazovanje
- Više obrazovanje
- Visoko obrazovanje
- Specijalizacija, magisterij, doktorat

16. Zanimanje, odnosno status?

- Učenik/učenica, student/studentica
- Prosvjetni radnik / prosvjetna radnica
- Istraživač/istraživačica
- Državni službenik / državna službenica
- Zaposlenik/zaposlenica u međunarodnoj organizaciji
- Menadžer/menadžerica
- Novinar/novinarka
- Penzioner/penzionerka
- Ostalo (navedite): _____

Zahvaljujemo Vam na učešću u anketi. Cijenimo vaša mišljenja i prijedloge, koje ćemo uvažiti u najvećoj mogućoj mjeri, u cilju daljnog poboljšanja naših proizvoda i usluga.



PRILOG III

Izvještaj ankete o zadovoljstvu korisnika
Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine (BHAS)



Namjena ankete	Namjena Ankete o zadovoljstvu korisnika BHAS-a jeste bolje razumijevanje i spoznaja trenutnih potreba naših korisnika. Anketom smo širem krugu korisnika ponudili mogućnost da nam saopće svoje mišljenje o našem radu i daju prijedloge za njegovo poboljšanje. Jedan od ključnih elemenata u osiguranju kvaliteta statističkih podataka je svakako i praćenje zadovoljstva korisnika. Provođenjem ovog anketiranja ispunjavamo i načela navedena u Kodeksu prakse evropske statistike.
Upitnik	Upitnik je sastavljen od sedamnaest pitanja, kojima su obuhvaćene sljedeće teme: korištenje statističkih podataka, ukupna ocjena BHAS-a, ocjena kvaliteta statističkih podataka, ocjena internetske stranice BHAS-a i pitanja koja se odnose na demografske karakteristike ispitanih osoba.
Vrsta ankete	Web-anketa
Vrijeme anketiranja	16–31. oktobra 2014.
Ispitanici	<p>U ispunjavanje anketnog upitnika pozvano je 347 korisnika i korisnica, koji su segmentirani u sljedeće glavne grupe:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ korisnici i korisnice iz javnog sektora (državna uprava, lokalna uprava, Parlament, Centralna banka, bh. ambasade, pravosudni organi, drugi organi javne uprave); ○ poslovni subjekti (pravne i fizičke osobe, advokati i advokatske komore, društvene organizacije i udruženja); ○ nauka, istraživanje i obrazovanje (obrazovne ustanove, instituti i druge istraživačke ustanove, biblioteke, studenti/studentice i učenici/učenice); ○ opća javnost (fizičke osobe); ○ mediji (radijske kuće, televizijske kuće, printani mediji, bh. novinske agencije); ○ strani korisnici (statistički uredi drugih država, međunarodne organizacije i udruženja, strana istraživačka obrazovna institucija ili strani student / strana studentica, strani poslovni subjekt, ambasada i predstavništvo druge zemlje, strani mediji); ○ interni korisnici (unutar BHAS-a).
Stopa odgovora	Od pozvanih 347 korisnika BHAS-a odgovore smo dobili od 62 korisnika, što predstavlja stopu odgovora od osamnaest posto.
Objavljivanje rezultata	Analiza rezultata ankete i anketni upitnik bit će objavljeni na web-stranici BHAS-a. Sve informacije u vezi s praćenjem zadovoljstva korisnika BHAS-a dostupne su na adresi: http://www.bhas.ba/ankete/azk/AZK_2014_BOS.pdf

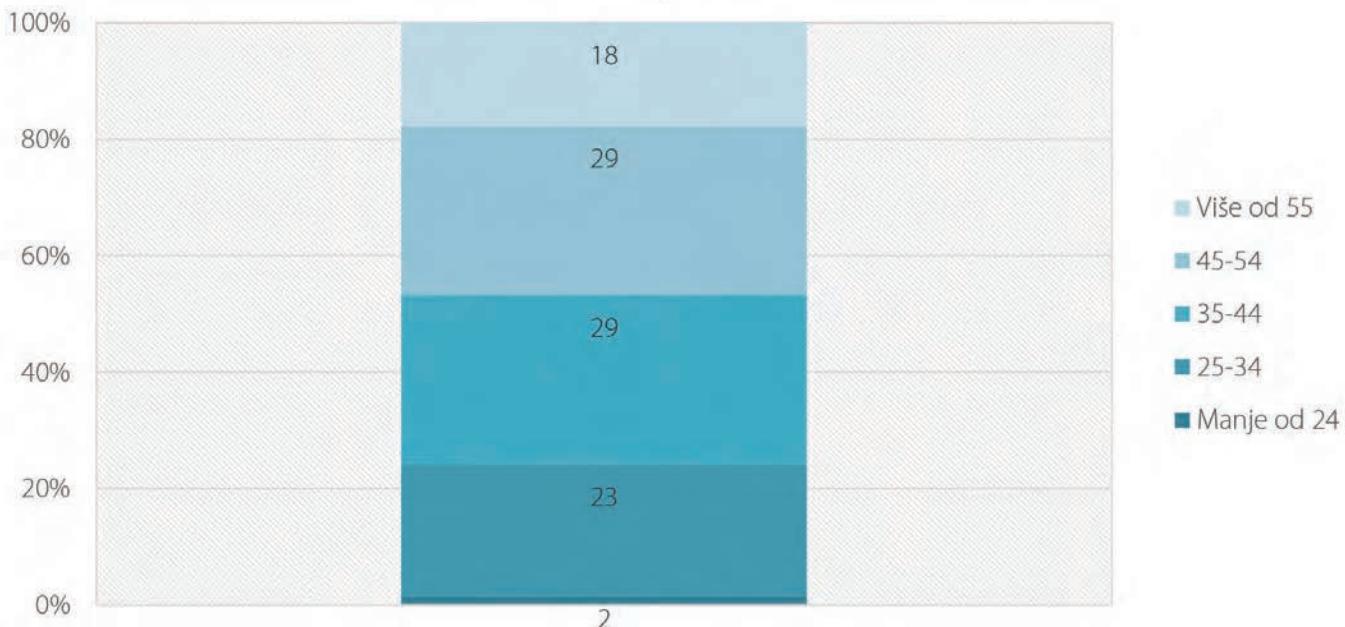
Glavni nalazi – rezultati provedene ankete

- U anketi je učestvovalo 47% žena i 53% muškaraca dobi od 17 do 75 godina. Među ispitanicima i ispitanicama su, prema zanimanju/statusu, najbrojniji/-e državni službenici i državne službenice te menadžeri i menadžerice, a prema obrazovanju oni koji posjeduju višeškolsko i visokoškolsko obrazovanje (takvih je bilo 98%).
- Najviše ispitanika posjećuje internetsku stranicu i koristi statističke podatke BHAS-a povremeno (39%) ili sedmično (24%), dok našu internetsku stranicu svakodnevno posjeće 15% ispitanika.
- Najveći broj ispitanika (čak 74%) podatke koristi više od tri godine, a svega je 2% onih koji ih koriste manje od jedne godine.
- Najveći dio ispitanika koristio je podatke BHAS-a u svrhu boljeg razumijevanja ekonomskih i socijalnih kretanja u Bosni i Hercegovini (55%) te za namjene izrade poslovnih analiza (52%).
- Najveći broj ispitanika bio je zainteresiran za statističku oblast zaposlenosti i plaća (71%), zatim za statistiku vanjske trgovine (56%) i cijena i industrije (52%), a najmanje ispitanika interesiralo se za podatke iz oblasti statistike kulture, saobraćaja i šumarstva (15%).
- Najveći dio ispitanika uobičajeno dobija statističke podatke korištenjem besplatnih elektronskih publikacija na www.bhas.ba (73%), dok svega 3% korisnika poručuje printane publikacije.
- Na pitanje o načinu pristupa i nalaženja odgovarajućih informacija i podataka najveći broj ispitanih (66%) odgovorio je da uvijek ili uglavnom lako pronalazi tražene podatke i informacije na internetskoj stranici BHAS-a.
- Na pitanje o jasnoći i razumijevanju statističkih podataka najveći broj ispitanika odgovorio je da su statistički podaci i informacije uvijek ili uglavnom jasno prikazani (69%).
- Na pitanje koje bi statističke podatke voljeli pronaći na našim internetskim stranicama najveći broj ispitanika naveo je da im nedostaje uporedni pregled svih statističkih podataka za entitete i državu. Zatim zahtijevaju više podataka o broju i strukturi stanovništva, pravovremenije informacije o kretanju GDP-a te insistiraju na pravovremenim kvartalnim, polugodišnjim i godišnjim izvještajima.
- Na pitanje u kojoj je mjeri BHAS ispunio očekivanja najveći broj ispitanika odgovorio je da je BHAS u cjelini ili većinom ispunio njihova očekivanja (69%).
- Ukupno zadovoljstvo ispitanika kvalitetom podataka na osnovu pet dimenzija kvaliteta (relevantnost, pouzdanost, dostupnost, pravovremenost i uporedivost) ocijenjeno je prosječnom ocjenom 3,75 (na skali vrednovanja od 1 do 5).
- Ukupno zadovoljstvo ispitanika mjereno dužinom čekanja na podatke, kompetentnošću i ljubaznošću zaposlenika BHAS-a ocijenjeno je prosječnom ocjenom 3,99 (na skali vrednovanja od 1 do 5).

1. Demografske karakteristike ispitanih

U anketi su učestvovala 62 korisnika, od toga 47% žena i 53% muškaraca, dobi od 17 do 75 godina. Prema dobi, ispitanike smo podijelili u pet grupa: *do 24 godine, od 25 do 34 godine, od 35 do 44 godine, od 45 do 54 godine i preko 55 godina*. Najviše ispitanika i ispitanica bilo je dobi 35–44 godine i 45–54 godina (svaka grupa po 19%).

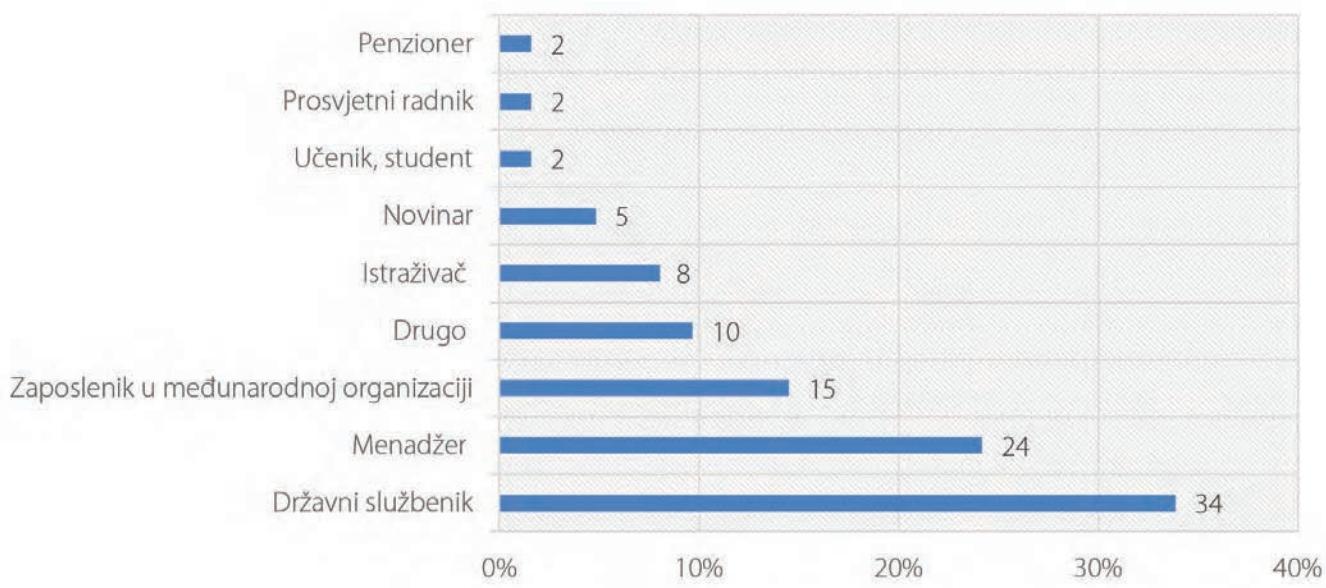
Slika 1: Distribucija ispitanika u starosne grupe (n = 62, u procentima)



Prema stepenu obrazovanja, među ispitanicima su izrazito prevladavali korisnici s višeškolskim i visokoškolskim obrazovanjem. Za potrebe analize, udružili smo ih u dvije grupe: u prvu grupu smo uvrstili one s nižim stepenom obrazovanja (sa završenom osnovnom i/ili srednjom školom) – takvih je bilo 2%; u drugu grupu uvrstili smo one s višeškolskim ili visokoškolskim obrazovanjem, magisterijem, doktoratom – takvih je bilo 98%.

Ispitanike smo također pitali da nam navedu svoj trenutni status, odnosno zanimanje.

Slika 2: Distribucija ispitanika prema statusu, odnosno zanimanju (n = 62, u procentima)

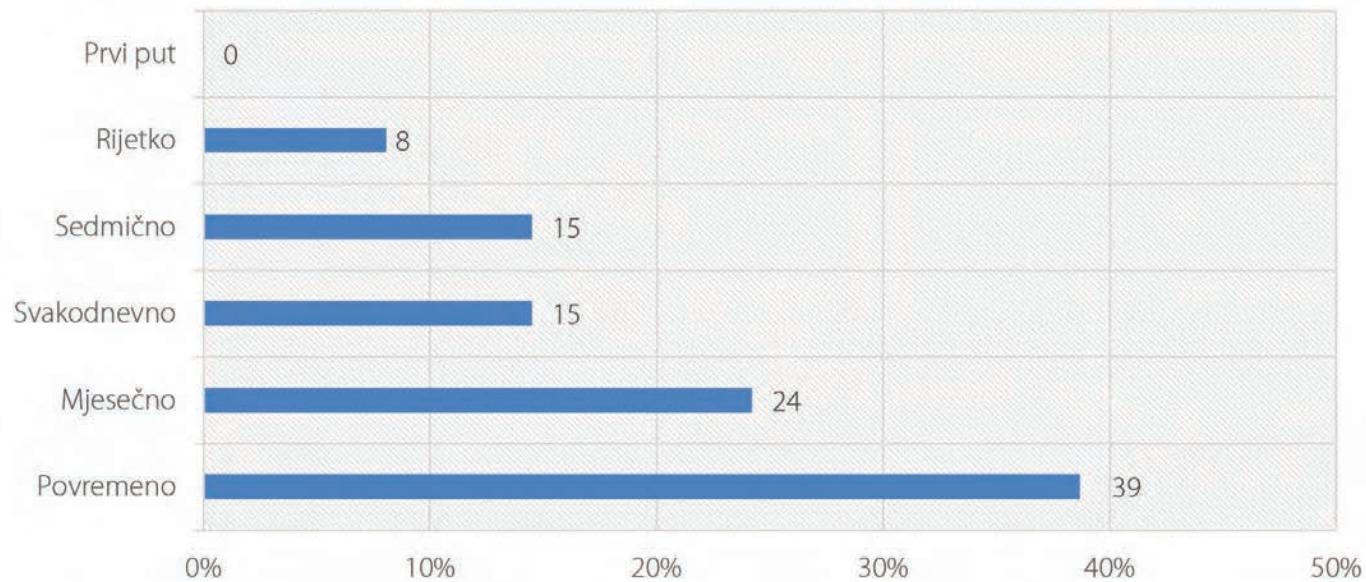


Najbrojniju grupu među ispitanicima činili su državni službenici / državne službenice (34%), menadžeri/menadžerice (24%) i zaposlenici/zaposlenice u međunarodnim organizacijama (15%). Kategorija "ostalo" bila je, po učestalosti odgovora (10%), na četvrtom mjestu. Korisnici i korisnice koji/koje među ponuđenim mogućnostima nisu našli/našle sebi relevantan status svoj su status ili zanimanje u najčešće mjeri opisali/opisale izrazima: nezaposlen/nezaposlena, službenik/službenica, zaposlenik/zaposlenica u nevladinoj organizaciji, zaposlenik/zaposlenica stranog privrednog subjekta.

2. Navike korisnika i korisnica

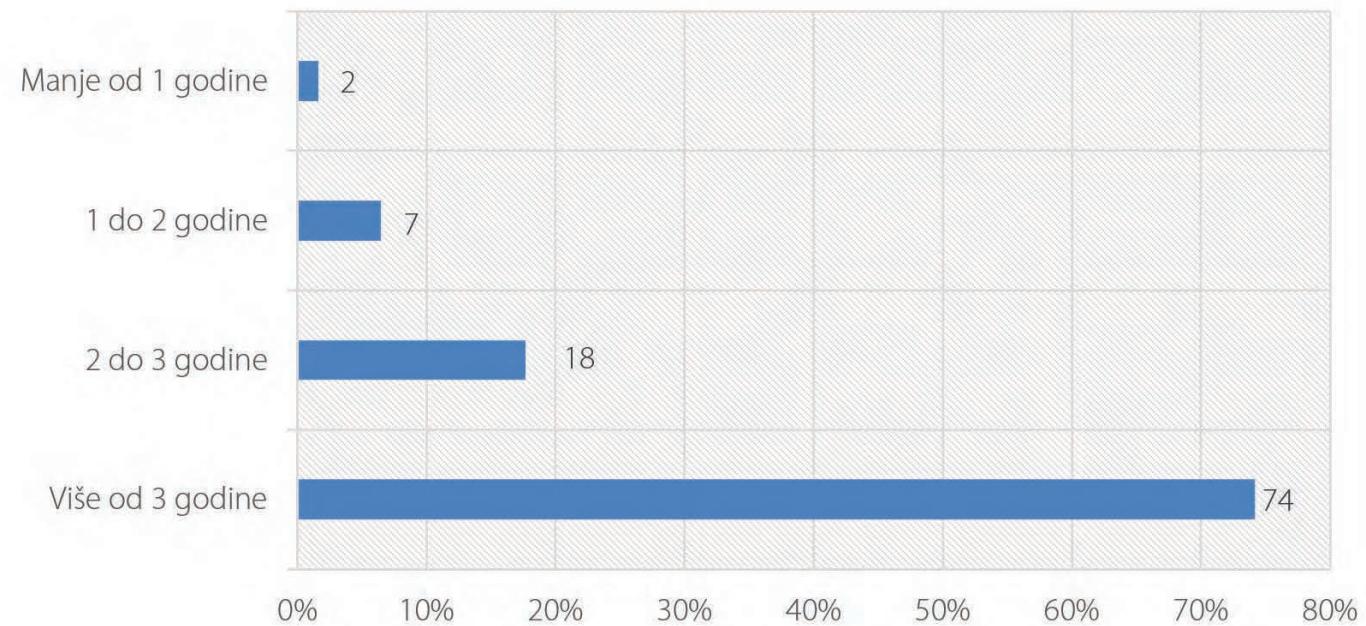
Željeli smo anketirati samo aktivne korisnike i korisnice, zato smo ih u uvodnom pitanju u anketi pitali koliko često posjećuju našu internetsku stranicu i koriste statističke podatke i informacije.

Slika 3: Koliko često posjećujete internetsku stranicu / koristite naše statističke podatke (n = 62, u procentima)?



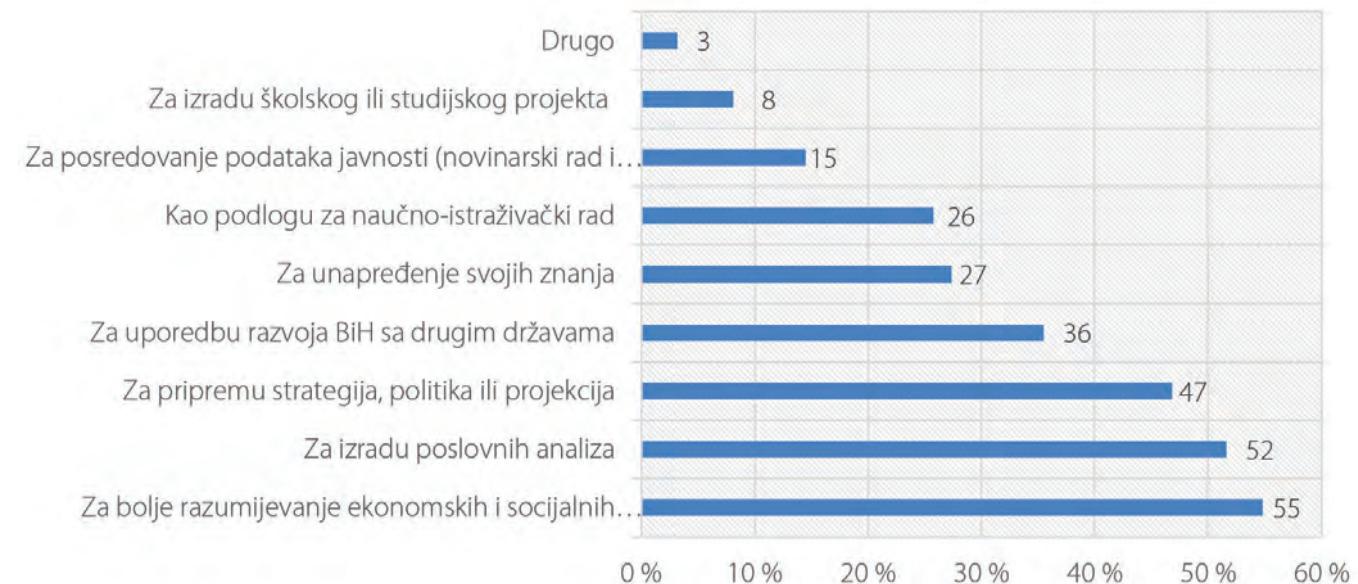
Podatke BHAS-a povremeno koristi trećina ispitanika i ispitanica (39%), mjesečno nešto više od petine (24%) ispitanika i ispitanica, a sedmično i svakodnevno svaki po 15% ispitanika i ispitanica. Ispitanici i ispitanice koji/koje svakodnevno posjećuju našu stranicu uglavnom su državni službenici / državne službenice (78%) i istraživači/istraživačice (11%).

Slika 4: Koliko dugo koristite internetsku stranicu ili naše statističke podatke i informacije? (n = 62; u procentima)



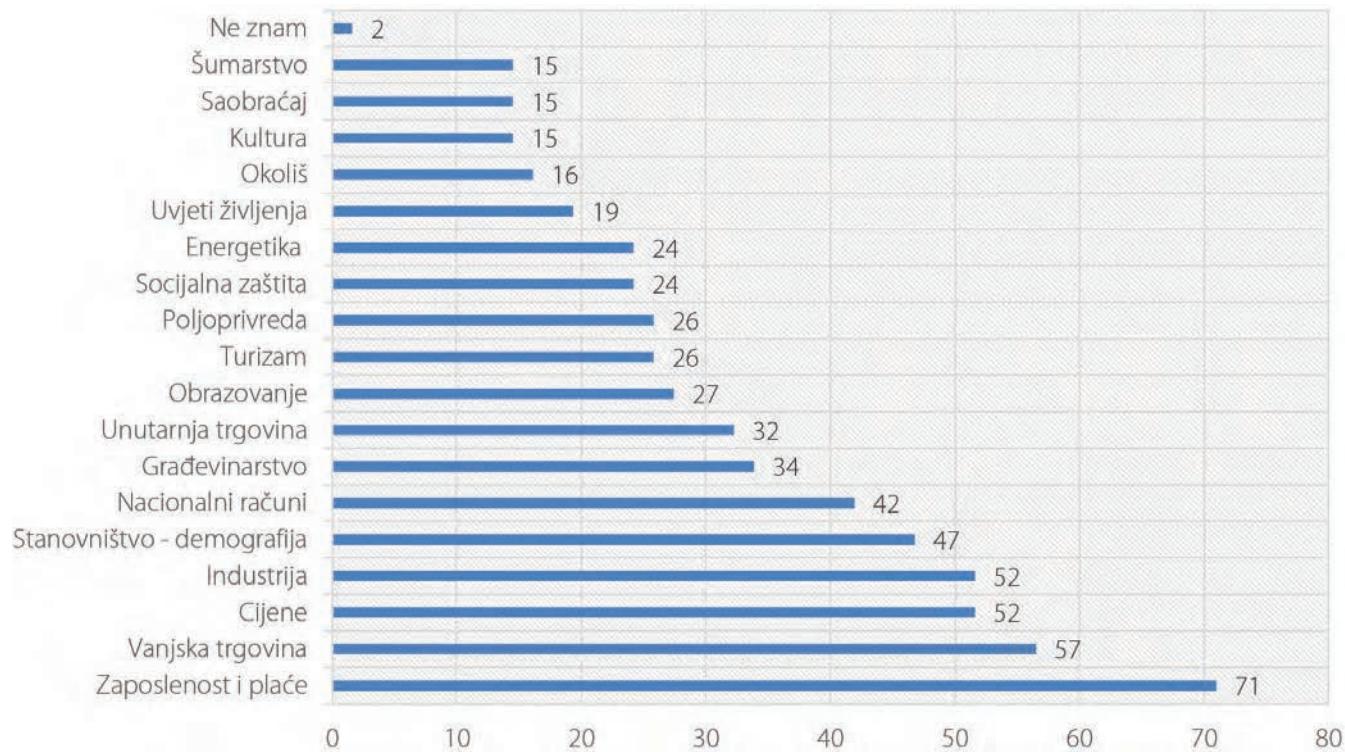
Bilo je tačno tri četvrtine ispitanika i ispitanica (74%) koji/koje proizvode i usluge BHAS-a koriste više od tri godine, a onih koji ih koriste manje od godine bilo je svega 2%. Među ispitanicima i ispitanicama koji/koje našu internetsku stranicu koriste više od tri godine najviše je onih dobi 35–54 godine, a među korisnicima i korisnicama sa statusom istraživača/istraživačice najviše njih (37%) internetsku stranicu posjećuje više od tri godine.

Slika 5: Za koje namjene koristite statističke podatke BHAS-a? (n = 62, u procentima; moguće dati više odgovora)



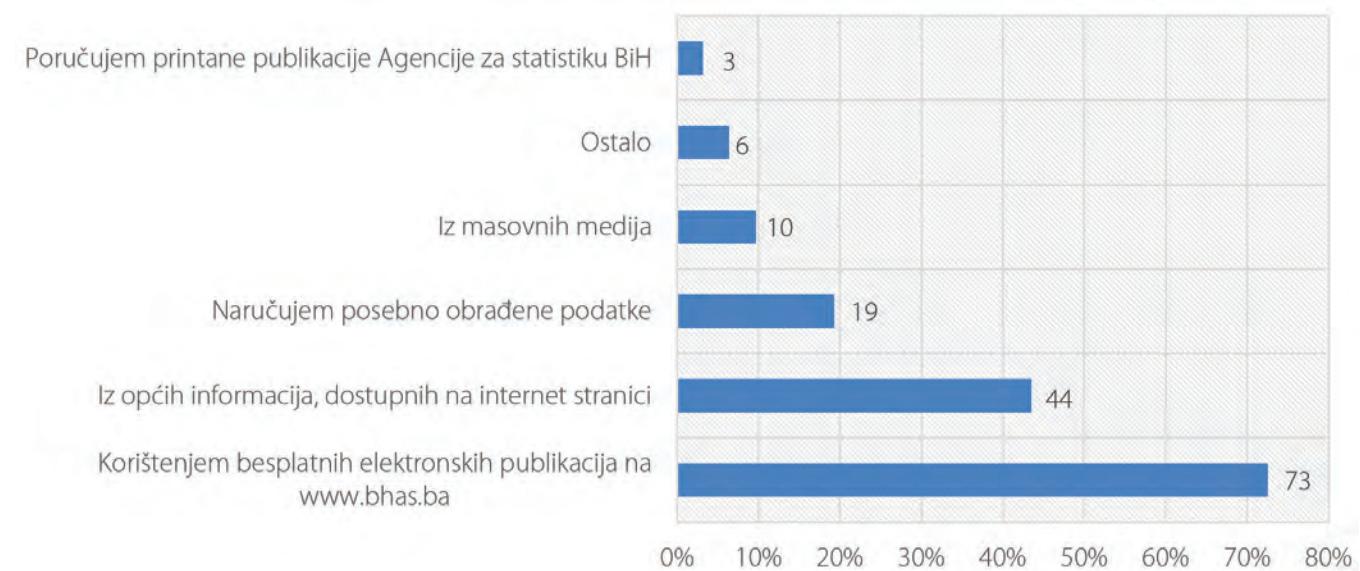
Među ispitanicima su najbrojniji bili korisnici i korisnice koji/koje podatke BHAS-a koriste za bolje razumijevanje ekonomskih i socijalnih kretanja u Bosni i Hercegovini (55%). Demografska analiza ovog podatka (prilog 3) pokazuje da je u toj grupi ispitanika više muškaraca (56%) nego žena (44%) kao i to da u ovoj grupi dominiraju korisnici i korisnice u statusu državnog službenika / državne službenice (32%) i menadžera/menadžerice (29%).

Slika 6: Koja Vas od navedenih statističkih područja najviše zanima? (n = 62, u procentima; moguće dati više odgovora)



Četiri su statistička područja bila najzanimljivija za više od polovine ispitanika i ispitanica: zaposlenost i plaće (71%), vanjska trgovina (56%), cijene i industrija (svako po 52%), demografija (47%). Sljedeća četiri područja zanimala su trećinu i više korisnika i korisnica: nacionalni računi (42%), građevinarstvo (41%), unutrašnja trgovina (32%) i obrazovanje (27%). Ispitanici i ispitanice mogli/mogle su odabrati bilo koji broj statističkih područja koja ih zanimaju. U prosjeku, svaki ispitanik/ispitanica odabrao/-a je šest statističkih područja.

Slika 7: Kako uobičajeno dobijate statističke podatke i informacije? (n = 62, u procentima; moguće dati više odgovora)

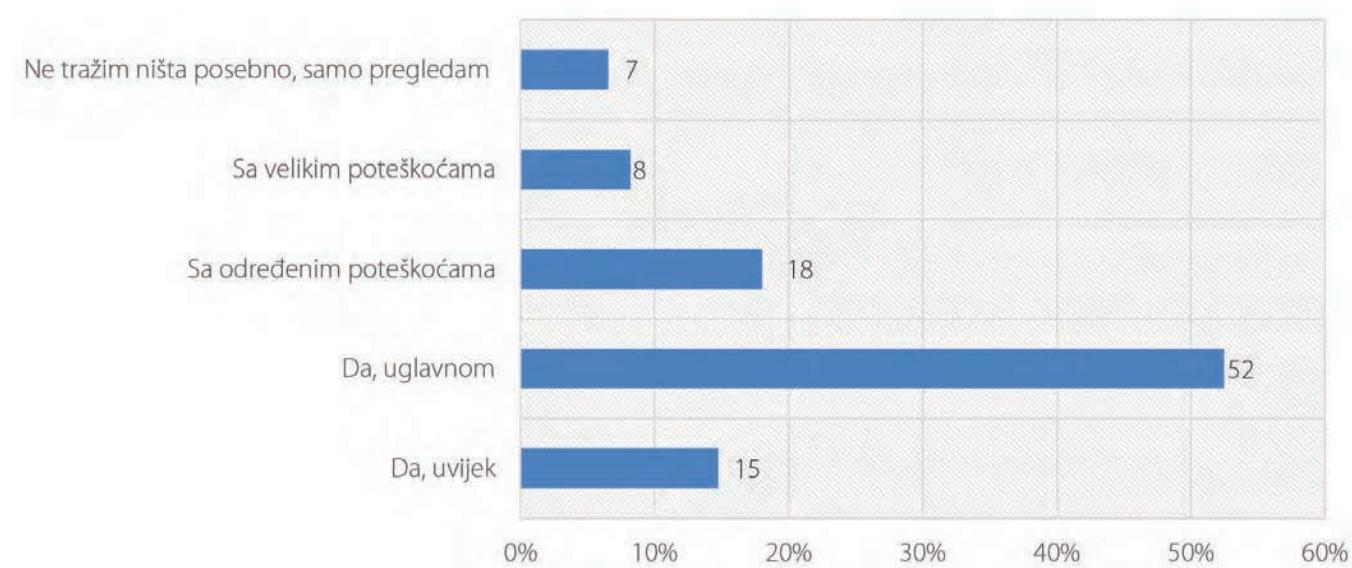


Većina ispitanika i ispitanica statističke podatke i informacije uobičajeno dobija korištenjem besplatnih elektronskih publikacija na web-stranici BHAS-a (73%), zatim korištenjem drugih općih informacija dostupnih na web-stranici BHAS-a te iz masmedija (44%). Posebno obrađene podatke u najčešće naručuju menadžeri i menadžerice (42%).

3. Korištenje internetske stranice www.bhas.ba

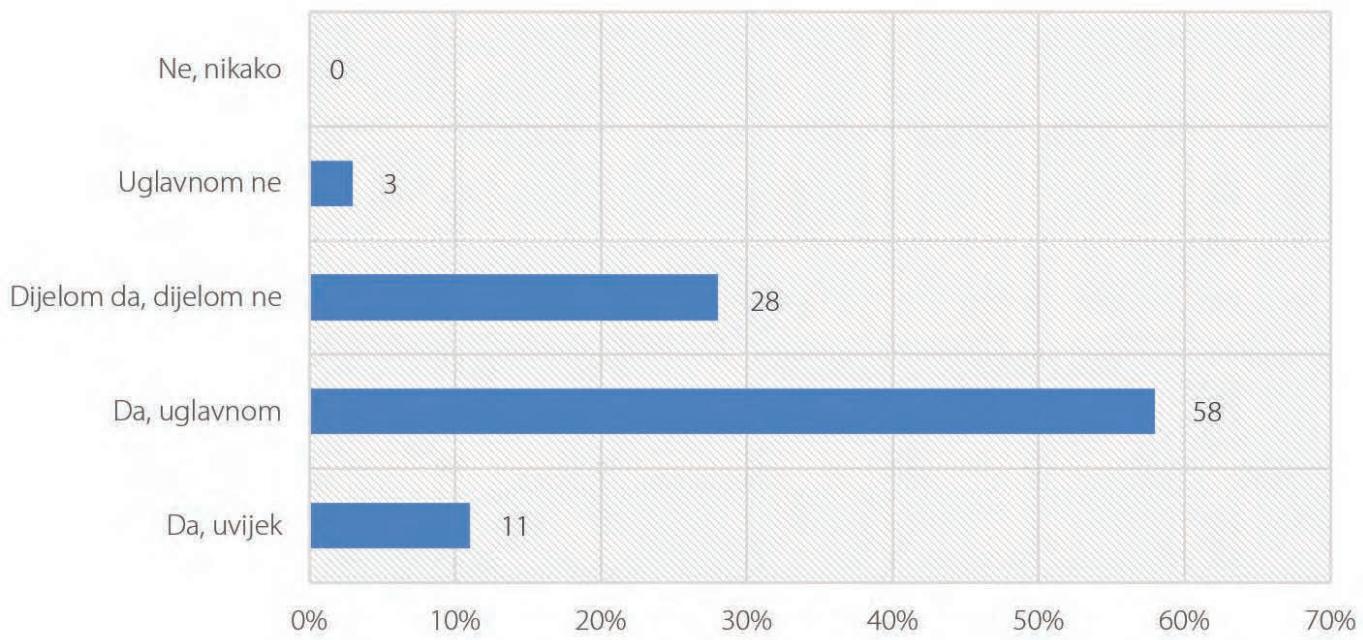
Ovaj set pitanja odnosi se na mišljenje korisnika o pristupu statističkim podacima i razumljivosti njihove prezentacije i diseminacije.

Slika 8: Da li na internetskoj stranici BHAS-a lako pronalazite tražene podatke i informacije? (n = 61, u procentima)



Među ispitanicima su najbrojniji bili oni koji su naveli da podatke na internetskoj stranici BHAS-a uglavnom ili uvejk pronalaze lako (67%). Osamnaest posto je onih koji su odgovorili da ih pronalaze s određenim poteškoćama, dok je samo osam posto ispitanika i ispitanica reklo da podatke i informacije pronalaze s velikim poteškoćama.

Slika 9: Jesu li statistički podaci i informacije jasno prikazani? (n = 62, u procentima)

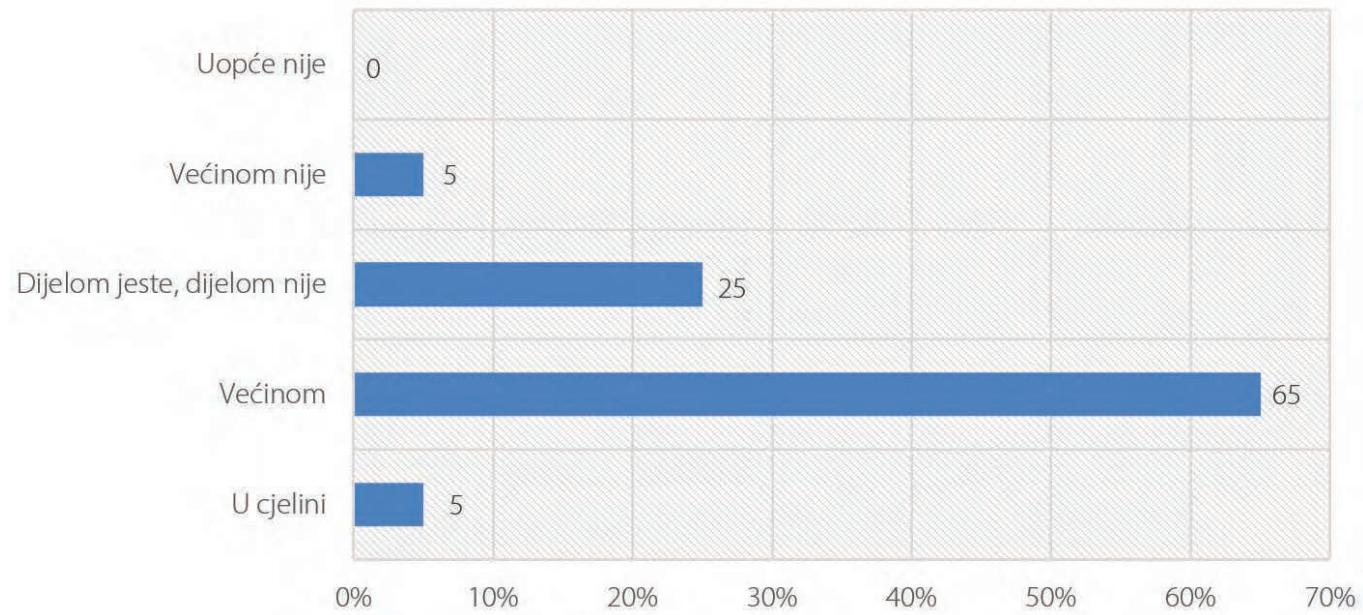


Više od dvije trećine korisnika i korisnica (69%) izjasnilo se da su statistički podaci i informacije uglavnom ili uvijek jasno prikazani, dok se samo 3% ispitanika izjasnilo da statistički podaci i informacije uglavnom nisu jasno prikazani.

4. Zadovoljstvo korisnika proizvodima i uslugama BHAS-a

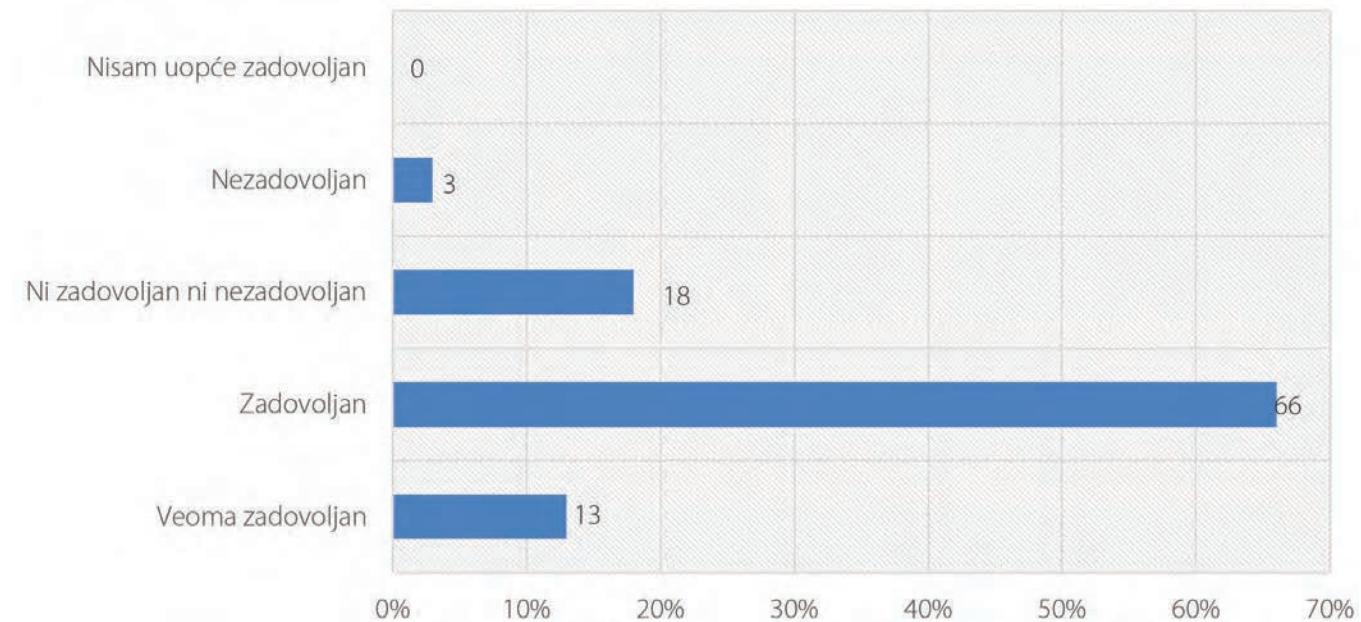
Ovaj set pitanja odnosi se na zadovoljstvo odnosom zaposlenika i zaposlenica prema korisnicima i korisnicama te zadovoljstvo korisnika i korisnica ukupnim kvalitetom proizvoda i usluga BHAS-a.

Slika 10: U kojoj je mjeri BHAS (proizvodima i uslugama) ispunila vaše potrebe i očekivanja? (n = 62, u procentima)



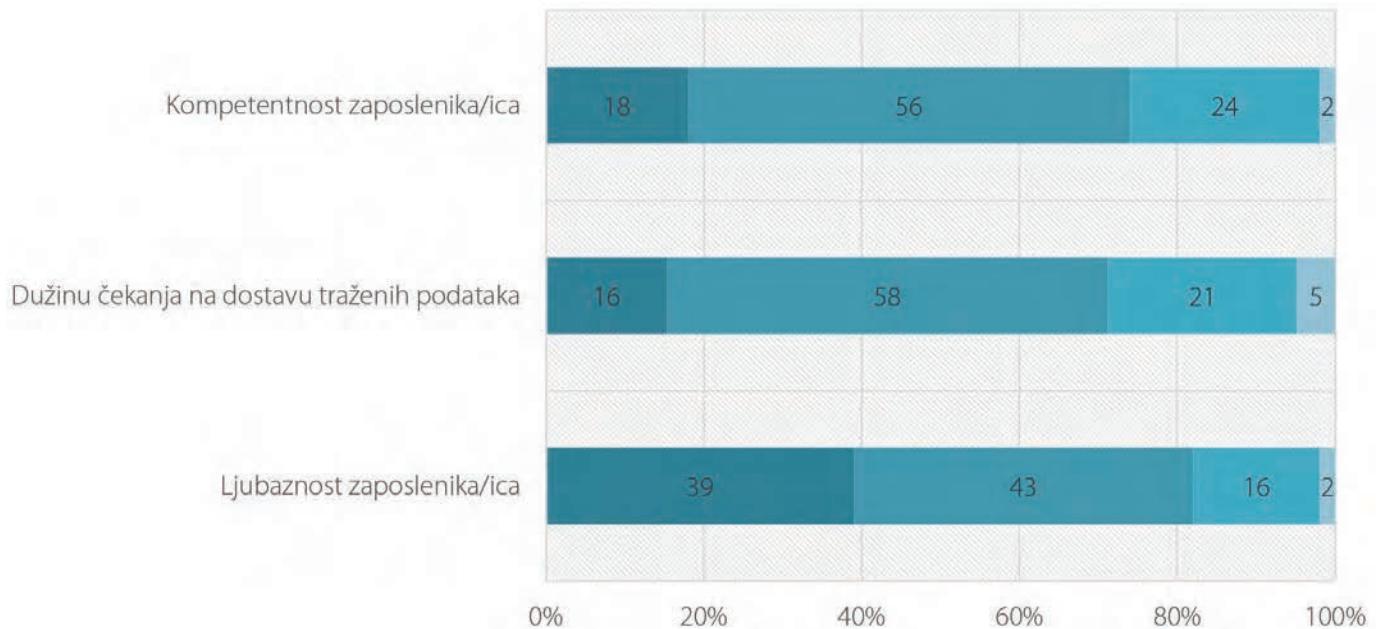
Najveći broj ispitanika i ispitanica (69%) smatra da BHAS sa svojim proizvodima i uslugama ispunjava njihove potrebe i očekivanja, dok se 5% korisnika i korisnica izjasnilo da BHAS uglavnom ne ispunjava njihova očekivanja i potrebe. Da BHAS uglavnom ne ispunjava njihove potrebe i očekivanja smatra 11% zaposlenika i zaposlenica u međunarodnim organizacijama te 7% menadžera i menadžerica.

Slika 11: Koliko ste generalno zadovoljni kvalitetom proizvoda i usluga BHAS-a? (n = 61, u procentima)



Zadovoljstvo ukupnim kvalitetom ponuđenih proizvoda i usluga BHAS-a izrazilo je čak 79% ispitanika i ispitanica, dok je samo 3% njih izjavilo da nije zadovoljno kvalitetom. Potpuno nezadovoljnih korisnika i korisnica nema. Najveći broj nezadovoljnih je u među zaposlenicima i zaposlenicama međunarodnih organizacija (13%), dok su najzadovoljniji/-e novinari i novinarke (33%).

Slika 12: Kako biste ocijenili? (n = 61, u procentima)



Nešto više od tri četvrtine ispitanih (77% u prosjeku) je veoma zadovoljno i uglavnom zadovoljno izražavajući mišljenje da su zaposlenici i zaposlenice BHAS-a kompetentni/-e, ljubazni/-e i ažurni/-e u odgovorima na upućene zahtjeve. Kada bismo to bodovali (na skali od 1 do 5)¹, ispitanici i ispitanice su zaposlenike i zaposlenice BHAS-a ocijenili izuzetno dobrom prosječnom ocjenom – 3,99, s tim što su korisnici i korisnice najveću ocjenu dodijelili segmentu ljubaznost zaposlenika BHAS-a (4,20).

¹ Naime, različite tvrdnje ispitanika i ispitanica kojom ocjenjuju svoje slaganje ili neslaganje ocjenjivali smo na skali od 1 (veoma nezadovoljan/nezadovoljna) do 5 (veoma zadovoljan/zadovoljna) te na taj način izračunali prosječnu ocjenu za pojedine dimenzije kvaliteta.

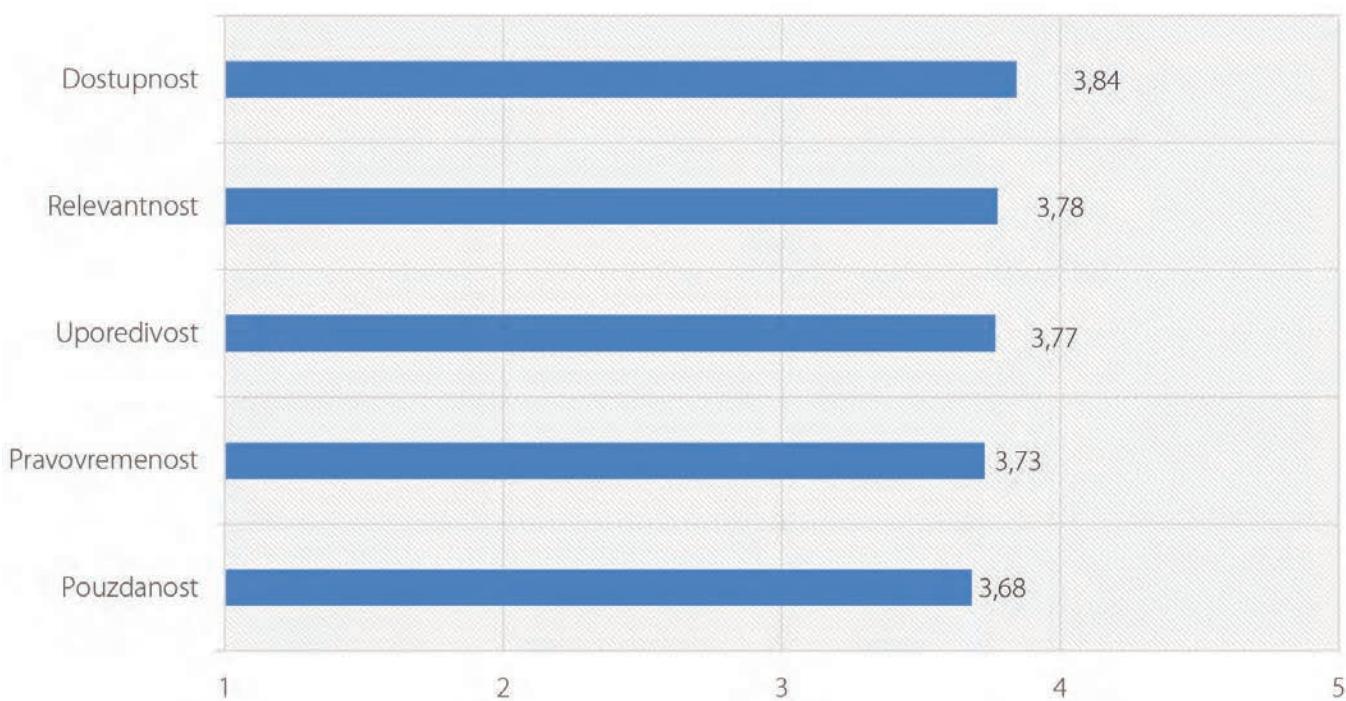
4. Ocjena kvaliteta statističkih podataka BHAS-a

Korisnicima i korisnicama je ponuđen set pitanja koja se odnose na ocjenu kvaliteta statističkih podataka BHAS-a, i to kroz pet dimenzija kvaliteta: relevantnost, pouzdanost, pravovremenost, dostupnost i uporedivost.

Zadovoljstvo je korisnika, iskazano prosječnom ocjenom (na skali od 1 do 5), za pojedine dimenzije kvaliteta prikazano na slici u nastavku.

Korisnici i korisnice su najvećom ocjenom vrednovali/vrednovale dimenziju kvaliteta dostupnost statističkih podataka (3,84), a najnižom pouzdanost statističkih podataka (3,68). Prosječna ocjena za svih pet dimenzija kvaliteta iznosi 3,75.

Slika 13: Kako biste ocijenili sljedeće dimenzije kvaliteta? (n = 60, u procentima)



Na osnovu prezentiranih pojedinih setova pitanja izračunali smo prosječne ocjene za svaki pojedinačni set. Ove ocjene predstavljamo u tabeli koju dajemo u nastavku, a neke od njih analiziramo i s aspekta različitih demografskih grupa, spola, obrazovanja i vrste korisnika.

Tabela 1: Poređenje prosjeka pojedinih setova u odnosu na demografske karakteristike ispitanika i ispitanica?

	Pristup podacima	Zadovoljenje potreba i očekivanja korisnika i korisnica	Ocjena saradnje sa BHAS-om	Kvalitet statističkih podataka
Prosjek	3,48	3,69	3,99	3,75
n	61	62	59	59
SPOL				
muškarci	3,34	3,58	3,93	3,71
žene	3,62	3,83	4,13	3,79
DOB				
do 24 godine ¹⁴	-	-	-	-
od 25 do 34 godine	3,21	3,71	3,81	3,64
od 35 do 44 godine	3,53	3,61	4,05	3,76
od 45 do 54 godine	3,67	3,67	3,88	3,66
više od 55 godina	4,09	3,82	4,40	4,02
OBRAZOVANJE				
niža i srednja ¹⁵	-	-	-	-
višeškolska ili visokoškolska	3,60	3,70	3,97	3,75
GRUPA KORISNIKA				
Javni sektor	3,86	3,71	4,03	3,88
Poslovni subjekt	3,47	3,76	3,93	3,66
Nauka, istraživanje, obrazovanje	4,14	3,86	4,19	4,06
Opća javnost ¹⁶	-	-	-	-
Mediji	3,00	3,67	3,78	3,43
Strani korisnici	2,75	3,67	4,00	3,56
Interni korisnici	4,00	3,67	3,81	3,72

Korisnici i korisnice su najmanje zadovoljni pristupom podacima BHAS-a koji se nalaze na našoj internetskoj stranici (3,48), dok su najzadovoljniji/najzadovoljnije saradnjom sa zaposlenicima i zaposlenicama (3,99).

Osim prosječnih ocjena, zanimalo nas je i to razlikuju li se ti prosjeci u odnosu na neke osnovne demografske varijable. Uporedili smo ih u odnosu na spol, starost, obrazovanje te vrstu korisnika i korisnica.

Pokazalo se da spol ima određen utjecaj na zadovoljstvo korisnika i korisnica; evidentno je da su žene iskazale veće zadovoljstvo (3,84 prosječna ocjena) od muškaraca (3,64).

Korisnici i korisnice u dobi od 45 godina i više iskazali/iskazale su veće zadovoljstvo (3,90) nego korisnici i korisnice u dobi do 45 godina (3,67).

Strani korisnici i strane korisnice iskazali/iskazale su najmanje zadovoljstvo od svih glavnih grupa korisnika i korisnica (3,50), dok su najzadovoljniji/najzadovoljnije korisnici i korisnice iz oblasti nauke, istraživanja i obrazovanja (4,06).

² Podatak je različit od nule, ali se ne objavljuje jer je procjena vrlo neprecizna.

³ isto

⁴ isto





Implemented by:



Ured koordinatora za reformu javne uprave
Координаторија за реформу јавне управе
Public Administration Reform Coordinator's Office