



Републички завод за статистику Србије



Финансирано од стране
Европске уније

Број тендера 07SER01/20/11

Пројекат бр. EuropeAid/126969/C/SER/YU

Пројекат: „Унапређење административних капацитета Републичког завода за статистику Србије у правцу испуњења захтева европског статистичког система“

**СТРАТЕГИЈА
РАЗВОЈА ИНФОРМИСАЊА И ДИСЕМИНАЦИЈЕ
У РЕПУБЛИЧКОМ ЗАВОДУ ЗА СТАТИСТИКУ**

**Компонента 4, Активност 4.1
Београд, мај 2010.**

САДРЖАЈ

	Страна
1. Увод	3
2. Компоненте процеса дисеминације	3
3. Циљеви дисеминације	4
4. Унапређење дисеминационе стратегије и начини за њено спровођење	5
а. Производи дисеминације	5
а.1 Публикације - концепција и објављивање	6
а.1.1 Уређивачка политика Завода	6
а.1.2 Побољшање дизајна статистичких публикација	7
а.1.3 Успостављање посебне структуре система публикација	7
а.2 Електронске публикације	8
а.3 Интернет сајт	9
а.4 Израда база података којима управљају статистичари	10
а.5 Прес саопштења	11
б. Начини дисеминације статистичких података	11
б.1 Бесплатна дисеминација	12
б.2 Дисеминација уз наплату	13
б.3 Дисеминација података из интерних база података	13
б.4 Радни ток за обраду захтева корисника	15
5. Политика цена	16
5.1 Политика цена и ценовник статистичких услуга	16
5.2 Принципи и правила тарифирања	16
6. Промоција и маркетинг	16
6.1 Промоција статистичких производа	16
6.1.1 Циљ	16
6.1.2 Технике промовисања	17
6.2 Статистичка маркетиншка активност	17
6.2.1 Циљ - дефинисање и спровођење маркетиншких активности	17
6.2.2 Технике маркетинга	18
6.2.3 Евалуација дисеминације	18
7. Промовисање статистичке писмености	18
8. Поверљивост	19
9. Медији	20
9.1 Однос Завода и медија	20
9.2 Прес саопштења	21
10. Ризици	21
10.1 Третирање грешака у статистичким публикацијама	21
10.2 Третирање грешака у online базама података	21
10.3 Третирање грешака у прес саопштењима	21
10.4 Односи са медијима	22

СТРАТЕГИЈА
РАЗВОЈА ИНФОРМИСАЊА И ДИСЕМИНАЦИЈЕ
У РЕПУБЛИЧКОМ ЗАВОДУ ЗА СТАТИСТИКУ

1. Увод

Званична статистика има за циљ да испуни захтеве за подацима које јој упућују све бројнији и разноврснији корисници. Да би се на прави начин осветлила свеобухватност и разноликост статистичких података, неопходно је развити и унапредити систем дисеминације. Званична статистика представља опште добро једног друштва и треба да буде доступна сваком појединцу.

Статистички подаци треба да буду доступни свим корисницима и презентовани тако да их могу схватити и они који не располажу стручним знањем. Подаци и анализе Републичког завода за статистику (у даљем тексту: Завод) морају да буду доступни и разумљиви како би корисници могли да добију информације о стању друштва. Статистички подаци и анализе Завода треба да одговарају захтевима друштва за примену у анализи и одређивању политике његовог развоја, за ширу јавност, а такође треба да буду довољно детаљни и прецизни за економске потребе и потребе научно-истраживачких делатности.

„Статистика треба да буде презентована јасно и разумљиво, дисеминација треба да се обавља на одговарајући и погодан начин, а подаци треба да су на располагању и доступни на непристрасној основи, са приложеним метаподацима и упутствима.“

Принцип 15, Доступност и јасност, Кодекс праксе европске статистике

Дисеминација представља завршни процес којим се заокружује статистичка производња. Дистрибуција статистичких података, омогућава да све категорије корисника добију потребне податке: ствараоци политике, медији, економски извршиоци, инвеститори, међународне институције и грађани.

Без добро дефинисане дисеминационе стратегије и одговарајуће политике дистрибуције статистичких података друштво не може бити на одговарајући начин и благовремено информисано о променама и социо-економским кретањима, па стога не може планирати политике и мере економског опоравка које су неопходне за развој једне економије.

Потребе друштва за подацима мењају се током времена и повратне реакције корисника представљају непрестани изазов Заводу за проналажење нових начина развоја статистичког система и прилагођавање новим захтевима за информацијама.

2. Компоненте процеса дисеминације

Анализом процеса дисеминације уочава се потреба да буду у корелацији основне компоненте дисеминације:

- Постојећи правни оквир, дефинисан Законом о званичној статистици, одређује основне циљеве и принципе функционисања званичне статистике, којима се Завод овлашћује да производи високо квалитетну званичну статистику и да је непристрасно, независно и благовремено учини доступном свим корисницима истовремено.

- У Стратегији развоја званичне статистике Републике Србије 2009-2012. наводи се да је најважнији задатак званичне статистике да обезбеди објективну слику друштвених и економских промена у земљи.
- Завод би требао да функционише у складу са следећим принципима 5: Поверљивост статистичких података, 6: Непристрасност и објективност, 13: Тачност и правовременост, 15: Доступност и јасност из „Кодекса праксе европске статистике“, објављеног од стране Европске комисије, као и у складу са „Основним принципима званичне статистике“, које су дефинисали Економски и Социјални савет Уједињених нација;
- Питања поверљивости су обрађена у одредбама Закона о званичној статистици и у другим законима којима је регулисана заштита индивидуалних података, у смислу техничких и организационих мера за контролу давања индивидуалних статистичких података.
- Организациона структура и правила организације и функционисања омогућавају организационој јединици за дисеминацију статистичких података и односе са јавношћу да руководи активностима дистрибуције података.
- Годишњи план уређивања штампаних и електронских публикација.
- Online дисеминација путем Интернета - размотрена са становишта садржаја, структуре и представљања статистике и метаподатака, као и према ИТ могућностима за развој одговарајућих алата.
- Периодична анализа извештаја о разноврсним захтевима за подацима које Завод добија од корисника, у складу са њиховом типологијом и интересовањима.
- Периодична анализа извештаја о online дисеминацији.
- Анализа „повратних информација“ о статистичким подацима, које Завод добија од стручних корисника (домаћих и страних) и јавности уопште.

3. Циљеви дисеминације

Основни циљ Завода је информисање јавности путем обезбеђивања високо квалитетних, правовремених и непристрасних података.

Статистички подаци имају *кључну улогу* на тржишту података: њих користе ствараоци политике,

Први циљ дисеминационе стратегије је стварање услова за унапређење процеса дисеминације статистичких података и информација ради бољег задовољавања захтева корисника и потреба тржишта за статистичким подацима.

домаћи и страни пословни људи, аналитичари, академски свет, итд. Усаглашавање са европским статистичким стандардима и методологијама, као и

укључивање статистике у друге сфере интересовања, које подразумева законодавни систем Европске уније, очигледно указују на значај статистике приликом описивања процеса економског и друштвеног развоја. Главне преокупације требало би усмерити на израду нових online алата, који ће омогућити бржу и једноставнију дисеминацију података, као и дисеминацију већег броја података.

Производња статистике високог квалитета и обезбеђивање тачности и научне прецизности статистичких података доприносе јачању поверења у званичну статистику и Завод као главног произвођача званичне статистике.

Други циљ је веће поверење у статистичке податке, што води бољем признавању статистике и препознавању статистике као брэнда.

Угледу Завода у јавности доприноси и обезбеђивање транспарентности статистичких података и омогућавање широј јавности да им приступи, у смислу пружања тачних, правовремених статистичких информација и

Унапређење угледа званичне статистике и Завода представља трећи циљ дисеминационе стратегије.

периодично давање информација медијима о основним статистичким индикаторима којима се приказује економска и друштвена ситуација у земљи, укључујући и пружање метаподатака о производњи статистике.

Подаци који нису веродостојни су бескорисни. Корисници не могу проверити тачност статистичких података, они морају веровати институцији која их производи. Права вредност и употребљивост статистичких података у директној су вези са поверењем корисника у званичну статистику, што зависи од квалитета примењених методологија и политичке непристрасности.

Интензивирање маркетиншких и промотивних активности Завода доприноси повећању угледа, активнијем учешћу на тржишту статистичких података и већем поверењу у статистику код свих домаћих и страних корисника. Online и offline испитивања задовољства корисника, анализа њихових реакција и спровођење одговарајућих мера како би се одговорило на очекивања корисника довешће до израде производа који ће бити „скројени“ према правим потребама корисника.

4. Унапређење дисеминационе стратегије и начини за њено спровођење

Дефинисање дисеминационе стратегије утиче на побољшање дисеминационих подактивности (дизајн, уређивање, презентовање публикација у папирној и електронској форми, израда публикација на националном и локалном нивоу, дисеминација статистичких података на веб сајту, промоција производа, маркетиншке активности и објављивање саопштења), као и на фокусирање на циљне групе корисника.

Као што је то случај са другим националним статистикама, неопходно је да и наша званична статистика примени концепт дисеминације **производа усмерених ка корисницима**. Овај нови концепт базира се на идеји израде групе производа и услуга према захтевима корисника. Концепт подразумева:

- Познавање и разумевање потреба различитих типова корисника
- Развој одговарајуће технологије ради обезбеђивања правовремености статистичких података
- Флексибилност у правцима давања одговора
- Флексибилну понуду услуга и производа Завода
- Перманентно унапређење постојећих иновационих капацитета и развој унутрашњег система
- Неопходну обуку кадрова који су укључени у активности дисеминације и маркетинга.

Велика разноликост типова корисника захтева различите приступе кад је реч о дисеминацији статистичких података, односно: идентификовање захтева, с једне стране, и формирање статистичке понуде и ценовника, с друге. Захтеви за подацима се у приличној мери разликују од једне до друге корисничке групе, и то: по питању области, обухвата, нивоа детаљности података, начина и учесталости употребе. Стога је неопходно ускладити начине дисеминације са разноврсношћу захтева, како на националном тако и на локалном нивоу, као и са способношћу да се на захтеве одговори адекватном понудом.

У динамичном приступу, то подразумева:

- познавање потреба корисника
- прилагођавање места давања података месту тражења података
- прилагођавање променама када је реч о приоритетима у друштву.

а. Производи дисеминације – Основни производи дисеминације статистичких података јесу штампане и електронске публикације и статистички подаци организовани у базама података које су доступне на веб сајту, интерно или у оквиру база података које су на располагању статистичарима.

Постоји општа тенденција развоја електронског издаваштва и интернета. Завод је посебно заинтересован за дизајнирање нових типова публикација у складу са ЕУ и међународном праксом и стандардима.

а.1 Публикације - концепција и објављивање **Тренутно стање**

Завод објављује годишњи план публикавања на основу годишњег плана статистичких истраживања. Планом публикавања обухватају се годишњаца, периодичне публикације и посебне публикације. У току 2009. године објављено је 60 врста публикација, од којих је 48 годишњих, 1 квартална, 1 месечна и 10 посебних публикација.

Опште публикације обухватају годишњаке, преглед по општинама, месечни преглед, трендове, календаре и др, односно, публикације са подацима из више статистичких области.

Саопштења публикују податке најчешће из једне области статистике. Објављују се у одређеној периодици. Постоји 77 наслова саопштења која се издају у току године, од којих је 31 годишње саопштење, 6 полугодишњих, 18 кварталних, 20 месечних, 1 двонедељно и 1 двогодишње. Током 2009. објављено је укупно 380 саопштења.

Билтени садрже обимне статистичке податке добијене из једног или више истраживања из исте области.

Студије и анализе су публикације аналитичко методолошког карактера које обухватају прегледе извесних појава и трендова, нарочито из области националних рачуна.

Радни документи обухватају аналитичко методолошке радове из одређених области који имају интерни ауторски карактер

Методологије и стандарди представљају едицију у којој објављују примењене методологије, класификације и номенклатуре за спровођење статистичких истраживања, с тим да садржи и додатне информације о методама и елементима статистичких истраживања.

Посебне публикације се користе за повремено објављивање резултата из различитих области статистике, као што су животни стандард, употреба ИКТ-а, статистика полова и др.

Већина статистичких података корисницима је доступна преко публикација у штампаној и електронској форми. Унапређење њихове садржине и структуре укључује:

- а.1.1 Развој и спровођење уређивачке политике Завода
- а.1.2 Побољшање дизајна статистичких публикација
- а.1.3 Успостављање посебне структуре система публикација

а.1.1 Уређивачку политику Завода креира редакција чији су чланови представници статистичких одељења, као и одељења за публикавање и дисеминацију, који су задужени и за њено спровођење. Њихова је улога да пружају савете у вези са насловом, садржајем, структуром, обимом и начином презентације публикације, било да је она у штампаној или у електронској форми.

Уређивачка политика мора се заснивати на:

- идентификовању типова/група садашњих и будућих (потенцијалних) корисника
- препознавању врста информација за које су корисници заинтересовани како би производи статистике одговарали потребама циљних група корисника
- спремности за мењање и прилагођавање публикација у складу са захтевима корисничких група
- анализи склоности корисника према штампаним, односно електронским публикацијама, подацима објављеним на интернету или одговорима на специфичне захтеве за подацима
- развоју стандарда за уређивање публикација, како би се на јединствен начин припремали оригинали штампаних публикација независно од тога којој статистичкој области припадају аутори.

Активности усмерене на остваривање уређивачке политике:

- побољшање постојећих публикација путем структурних промена садржаја, наслова и дизајна статистичких публикација
- континуиран уређивачки рад у смислу прилагођавања годишњег система публикавања захтевима корисника
- ширење електронског публикавања
- израда плана уређивања са роковима за реализацију појединих фаза
- успостављање радног тока уређивања статистичких публикација кроз блиску сарадњу свих учесника
- подизање нивоа угледа у јавности побољшањем квалитета садржаја публикација
- израда публикација према европским стандардима који су у складу са утврђеном политиком Евростата.

a.1.2 Побољшање дизајна статистичких публикација

Активности усмерене на побољшање садржаја и изгледа публикација:

- Анализа постојећих публикација узимајући у обзир:
 - **квалитативне аспекте:** статистичке анализе, графикони и тематске мапе, синтетичке или аналитичке табеле, техничке напомене, конзистентност методологија, и
 - **квантитативне аспекте:** ограничење броја страница у публикацијама које су веома обимне израдом штампаних публикација са пропратном електронском верзијом на компакт диску која би садржала детаљније податке, избегавање понављања података у неколико различитих публикација и одабир одговарајућег формата;
- Обогаћивање садржаја публикација проширивањем временских серија, што је погодно за електронске публикације;
- Континуирано ажурирање објашњења, која обухватају дефиниције, методе прикупљања података путем узорка и методологије обрачуна које су примењене у процесу обраде статистичких индикатора, с тим да ова објашњења треба да буду написана јасно како би се корисницима олакшало разумевање статистичких података;
- Графичка побољшања (дизајн корица, текстова, табела, графикана, итд.).

a.1.3 Успостављање посебне структуре система публикација

Активности које омогућавају лакше сналажење корисника статистичких података у систему публикација:

- Груписање публикација према статистичким областима и темама: економске статистике, друштвене статистике, општа статистика, подаци на регионалном нивоу, методологије, итд.
- Омогућавање корисницима да се лакше служе публикацијама које садрже податке из различитих области статистике означавањем сваке области одређеном бојом и/или логом, како би се олакшало визуелно препознавање, односно успоставио визуелни идентитет; ове ознаке могу бити представљене на корицама и/или у заглављу страна или графикана:
 - Општа статистика и макроекономске статистике - **наранџаста боја**
 - Демографија и друштвене статистике (са подгрупама: становништво, запосленост, животни стандард, трошкови живота, образовање, правосуђе, здравство, култура, заштита животне средине) - **црвена боја**
 - Пословне статистике - **плава боја**
 - Статистика пољопривреде - **зелена боја**
 - Трговина, туризам, транспорт, телекомуникације - **жута боја**
 - Остале активности у националној привреди - **браон боја**

- Усклађивање ових боја у општим публикацијама које садрже податке из различитих статистичких области, као што су годишњаци, календари, итд.
- Израда публикација на регионалном нивоу.

✓ **Нужност израде регионалних публикација/публикација на локалном нивоу**

Публикације на локалном нивоу су неопходне ради омогућавања локалној јавности да приступи резултатима спроведених истраживања и статистичких студија. Ове публикације би требало да буду израђене у складу са интересовањима локалне јавности.

Неопходно је дефинисати потребе опште јавности и/или различитих локалних корисника како би се израдиле одговарајуће публикације, јер оне представљају инструмент у политици услуга размене података између територијалних јавних сервиса и корисника статистичких података.

✓ **Локална јавност подразумева:**

- локалне органе власти
- агенције укључене у локални/регионални развој
- приватна предузећа - домаћа, страна и/или мешовита
- локалне медије
- локалне органе управе задужене за здравство, образовање, културу, заштиту животну средину и др.

✓ **Статистичке публикације на локалном нивоу могу бити:**

- Месечни статистички билтени на нивоу региона/округа, у којима могу бити исказани основни статистички индикатори на локалном нивоу
- Регионални или годишњак округа
- Округ или регион у бројкама
- Радови који садрже податке и статистичке анализе из одређених области, као што су: становништво и демографија; економија; радна снага; образовање, здравство, социјална заштита и култура; пољопривреда; заштита животне средине и др.

а.2 Електронске публикације

Тренутно стање

Електронске статистичке публикације смештене су на компакт-дискетима, израђене у Adobe Acrobat и Excel формату и бесплатно су доступне на заводском веб сајту пре него што се објаве у штампаној форми. Сва "Саопштења" такође су расположива на сајту.

Уколико се упореде трошкови израде штампаних публикација са трошковима израде електронских публикација и/или израде веб страница, уочава се да је за електронска издања потребно мање финансијских средстава, пошто не захтевају трошкове штампања и достављања, и мање времена за израду.

Активности усмерене на развој и ширење електронског публикувања у смислу диверзификације и ефикасније дисеминације:

- Побољшање садржаја и диверзификације статистичких производа њиховим објављивањем на CD-у и интернету
- Увођење савремених метода и техника којима ће се домаћим и страним корисницима олакшати директан приступ статистичким базама података путем веб технологија
- Развој електронских публикација на CD-у, у pdf-у, html-у, xls-у или PCAxis софтверским апликацијама
- Знатно обогаћивање публикација на CD-у додатним подацима, у односу на штампану верзију, елементима као што су:

- Продужене временске серије
- Статистички подаци пропраћени мапама
- Метаподаци
- Израда CD-ова са базама података из одређених области (спољна трговина, регионални подаци, колекција месечних статистичких билтена, итд.);
- Сигурносне мере ради спречавања неовлашћеног копирања или преправљања података помоћу јасно назначених услова њиховог коришћења.

а.3 Интернет сајт Тренутно стање

Основно средство дисеминације званичне статистике јесте веб сајт Завода, на коме су сви доступни статистички подаци бесплатни. Омогућено је аутоматско попуњавање сајта статистичким табелама, прес саопштењима, публикацијама и другим информацијама. На сајту се налазе и многи статистички подаци којима корисници не могу да приступе на довољно погодан начин. Извесне функције треба побољшати како би се посетиоцима омогућило да на једноставан начин дођу до тражених података. Наиме, статистички подаци нису организовани, односно структурирани у једнообразан систем. Они се могу наћи или у базама података или у оквиру различитих статистичких области, услед чега корисници морају да утроше много времена за претраживање сајта и проналажење жељених података. Постоје методолошка објашњења за одређене области статистике у делу "Статистичке области" на вебсајту, а такође и online апликација DevInfo, углавном за област друштвених статистика. Ову базу користе и остале институције, а садржи статистичке податке и основне метаподатке као што су: кратке дефиниције, методи обрачуна података и извори података. Многе странице сајта израђене су само на српском језику. Тренутно не постоје јасно дефинисане улоге кад је реч о раду на сајту, у смислу његовог развоја, одржавања и ажурирања.

Интернет је најбржи медиј за складиштење података и омогућава приступ неограниченом броју података. Статистички подаци имају веома важну улогу на тржишту података. Континуирани развој интернета, техника и технологија које омогућавају функционисање ове мреже, брзо ширење у географском смислу и у смислу брзине преноса података, пружа нове могућности за активније учешће Завода на домаћем и међународном плану.

Број корисника интернета у константном је порасту. „Електронски корисници“ се једноставно **логују** на интернет и за неколико тренутака долазе до информације која им је потребна. Они могу и аутоматски да примају податке путем „**листе за достављање**“ статистичких података, на коју се претплаћују преко аутоматске приступнице „**Newsletters**“.

Путем веба, информације су „на само један клик“ од корисника!

Неопходно је нагласити значај развоја и одржавања заводског сајта, путем кога се може комуницирати са електронским корисницима у било ком делу света. Информација кружи у два смера:

- од Завода → до корисника – путем објављених статистичких података
- од корисника → до Завода – дефинисањем захтева, тражењем одређених тема, начина куповине или прикупљања података електронским путем.

Светска веб технологија (www) омогућава дисеминацију података **брже, више, боље и јефтиније**.

Како би свим категоријама корисника, домаћим и страним, обезбедио потпун и равноправан приступ основним статистичким подацима, Завод је поставио сајт на коме се објављује велики број разноврсних података. Сајт постаје основни пут за дисеминацију статистичких података и метаподатака. Завод је предузео мере ради бољег дизајнирања, као и за друга побољшања овог електронског средства за дисеминацију података.

Активности усмерене на побољшање организације, дизајна, садржаја и приступа сајту Завода:

Неопходно је успоставити ИТ платформу и започети редизајнирање сајта. Новом сајту потребни су нова организација и бољи садржај.

- Редизајнирање база података: новом организацијом или реструктурирањем постојеће верзије статистичких тема/подтема/индикатора
 - Такође могуће је реструктурирање дела сајта „статистичке области“ и повезивање са „базама података“, или постављање дела „статистика“ који би садржао алате за навођење корисника до жељених статистичких података
 - Бесплатна регистрација омогућила би Заводу да прима повратну информацију од корисника
 - Свака статистичка област или подобласт треба да буде назначена преко линкова: „Вести“, „Публикације“, „Статистика“, „Методологија“ и „Остало“
 - Сваки сет података треба да садржи јасно назначен датум последњег ажурирања података, као и сродне податке објављене у другим статистичким публикацијама
 - Препоручује се да се изради једноставна „путања“ за приступ жељеним подацима - у само неколико „корака“
 - Поред базе статистичких података, треба поставити базе метаподатака
 - Једноставан и погодан интерфејс за претраживање обе базе података треба да упућује кориснике, корак по корак, до жељених информација
 - Увођењем Content Management System-а (CMS) уштедела би се велика количина енергије за дизајнирање одређених апликација; постоји CMS који функционише као отворени систем и може се прилагодити сопственим потребама
 - Све битне информације морају бити објављене на сајту на енглеском језику, као што су статистички подаци, прес саопштења, календар публикавања, каталог статистичких публикација и услуга и др.
 - Тестирање сајта и прикупљање повратних информација од корисника ради побољшања могућности коришћења сајта
 - Дизајнирање сајта сваког подручног одељења, у смислу статистичких података и публикација
 - Посебно треба обратити пажњу на услове коришћења заводског сајта: на свакој страни сајта морају стајати јасно дефинисани услови његовог коришћења како би се избегла неовлашћена употреба садржаја и како би корисници знали да када желе да користе податке морају навести Завод као извор података. Свако неисправно навођење Завода као извора података, било да се подаци поново дисеминирају или продају, кажњиво је законом.
- (Завод као извор треба цитирати на следећи начин: *Извор: Републички завод за статистику*)

а.4 Израда база података којима управљају статистичари Тренутно стање

Велики део захтева за подацима решавају статистичари пошто тражени подаци или нису доступни на сајту или се не могу наћи у публикацијама. Као извори података у решавању захтева користе се базе са месечним, кварталним, полугодишњим и годишњим подацима, које одржавају статистичари.

Овај део посла требало би преусмерити ка организационој јединици за дисеминацију и односе с јавношћу. Тиме би се статистичарима омогућило да се више него досад посвете основној делатности и да правовремено обезбеде квалитетне резултате истраживања.

Активности које треба предузети:

- Унапређење и проширење постојеће базе на сајту новим статистичким индикаторима

- Дизајнирање интерфејса за претраживање база и омогућавање приступа базама одељењу за дисеминацију.

а5. Прес саопштења Тренутно стање

Завод издаје 18 саопштења за јавност путем различитих медија, у месечној и кварталној периодици, и то о бруто домаћем производу, индексу потрошачких цена, индексу цена на мало, индексу индустријске производње, спољној трговини, приходима, расходима и потрошњи домаћинства, зарадама и запослености. Прес саопштења су општег типа а детаљнији подаци приказују се у публикацијама чији је назив „Саопштења“. Од августа 2009. године, од укупног броја, односно од 77 наслова, на сајту је истовремено постављено 18 саопштења за јавност и едиција „Саопштења“, на српском и на енглеском језику, у pdf-у и xls-у. Кад је реч о осталим насловима, објављују се само „Саопштења“. Прес саопштења се прво објављују на сајту, потом преко медија, а затим се достављају министарствима и другим институцијама или претплатницима.

Активности на плану успостављања бољих односа с медијима:

Приоритет има израда Календара прес саопштења, његов превод на енглески језик и објављивање на сајту пре почетка календарске године. Затим следе штампање и дистрибуирање Календара, заједно са примерком наредних издања месечних билтена. Након тога он се електронским путем, посредством и-мејла, дистрибуира медијима, заједно са обавештењем о постављању Календара на сајт и са пропратним линком.

- Садржај и структуру прес саопштења требало би ревидирати или побољшати.
- Наслов прес саопштења треба да осликава његову садржину, односно тренд до кога се дошло статистичком анализом и да привуче читаоце. Прес саопштење не би требало да буде дуже од једне стране. Додатни подаци могу се дати у прилозима, нпр. у табелама.
- У фусноти прес саопштења требало би навести информацију о томе када ће бити објављено наредно саопштење на исту тему.
- Прес саопштења треба публиковати у складу са датумом и временом најаве. Уколико дође до неких непредвиђених околности, услед којих објављивање саопштења мора да се одложи, Завод треба на свом сајту да наведе нови датум објављивања, у оквиру календара саопштења.
- Прес саопштења и „Саопштења“ објављена на сајту на исту тему требало би међусобно повезати линком.
- Како би се избегле могуће забуне, препоручује се да се прес саопштења и даље објављују под истим називом, а да се „Саопштења“ објављују као публикације и да носе назив „Fresh statistics“ на енглеском језику. (“Најновији подаци”)

б. Начини дисеминације статистичких података

Завод обавља директан маркетинг, бесплатну дистрибуцију и продају свих статистичких публикација (штампаних и електронских), као и података из база података, организованих по статистичким областима, од тренутка када они постану доступни. На локалном нивоу, овај посао обављају представници Завода у подручним одељењима.

Организациона јединица за дисеминацију и односе с јавношћу треба да преузме све послове у вези са дисеминацијом. На нивоу Завода, само ова организациона јединица треба да прима захтеве за подацима („једини улаз“), односно да даје одговоре на захтеве корисника („једини излаз“).

Статистички подаци добијени у оквиру статистичких истраживања сматрају се „јавним добром“, па је њихова дисеминација обавезна.

6.1 Бесплатна дисеминација

Бесплатном дисеминацијом публикација и статистичких података из базе података бави се одељење за дисеминацију, а у случајевима када тим не располаже подацима, овај посао обављају стручњаци статистичких одељења Завода.

Бесплатна дистрибуција публикација и резултата статистичког рада одвија се у складу са политиком Завода о бесплатној дистрибуцији статистике корисницима. Листа корисника се константно ажурира а одобрава је руководство Завода.

Главни примаоци бесплатних статистичких публикација су:

1. Председништво државе, парламент, влада, министарства и остале институције државне управе и локалних самоуправа
2. Синдикати и стручна удружења
3. Медији
4. Научно-истраживачки институти
5. Универзитети и библиотеке
6. Међународне организације (Евростат, УН, ММФ, Светска банка, EBRD, OECD и др.)
7. Студенти
8. Национални статистички институти
9. Грађани.

Бесплатна дистрибуција посебно тражених података од стране разних домаћих или иностраних корисника реализује се одабиром већ објављених података из статистичких публикација и радова, претраживањем база података и месечних база, што се реализује у разним одељењима Завода.

Одговоре на захтеве за посебним подацима прикупља одељење за дисеминацију, и то према следећим правилима:

- Обезбеђивањем и поштовањем принципа јасности и поверљивости статистичких података
- Проверавањем и обезбеђивањем тачности података
- Непристрасном обрадом захтева и непристрасним приступом подацима
- Обезбеђивањем ефикасности дисеминационих активности повезивањем елемената:
квалитет – свеобухватност – време одговора
- Правовременим пружањем одговора (први одговор корисницима након пријема њиховог захтева треба дати у року од 1-5 радних дана од дана евидентирања захтева, а коначан одговор у року од 15 радних дана)
- Обезбеђивањем помоћи свим корисницима ради што једноставнијег приступа подацима и метаподацима и превазилажења потешкоћа приликом коришћења или интерпретације статистичких података
- Информисањем јавности о различитим могућностима приступа информацијама: библиотека, интернет, захтеви адресирани на Завод, могућност куповине публикација, претплата или понављање захтева за подацима.

6.2 Дисеминација уз наплату

Наплата дистрибуције статистичких података из база података, штампаних или електронских публикација обавља се уз поштовање заштите података и тајности.

Кад је реч о ad-hoc захтевима, Завод упућује кориснике на тарифни систем заснован на правном акту који доноси Директор Завода.

Уз наплату се дисеминирају:

1. статистички подаци које захтевају страни или домаћи корисници који припадају пословном окружењу (економске, финансијске, банкарске институције, консултантске компаније, и др.)
2. статистички подаци чија израда подразумева додатну обраду већ објављених података или већ постојећих формата у којима се чувају објављени подаци.

Одговори на захтеве који се наплаћују пружају се уз поштовање следећих правила:

- Обезбеђивањем и поштовањем принципа јасности и поверљивости статистичких података
- Проверавањем и обезбеђивањем тачности података
- Непристрасном обрадом захтева и непристрасним приступом подацима
- Обезбеђивањем ефективности дисеминационих активности повезивањем елемената:
квалитет – свеобухватност – цена – време одговора
- Подстицањем корисника да користе статистичке податке:
 - регресивном политиком цена у односу на количину обезбеђених информација
 - обезбеђивањем попушта на месечне или годишње претплате
 - попустима или бесплатним услугама за студенте или академске раднике.
- Правовременим пружањем одговора (први одговор корисницима након пријема њиховог захтева треба дати у року од 1-5 радних дана од дана евидентирања захтева а коначан одговор у року од 15 радних дана)
- Обезбеђивањем помоћи свим корисницима ради што једноставнијег приступа подацима и метаподацима и превазилажења потешкоћа приликом коришћења или интерпретације статистичких података
- Информисањем јавности о различитим могућностима приступа информацијама: библиотека, интернет, захтеви адресирани на Завод, могућност куповине публикација, претплата или понављање захтева за подацима.

6.3 Дисеминација података из интерних база података

Овај део може се сврстати и у део бесплатне дисеминације или дисеминације уз наплату, у зависности од типа корисника који захтевају податке.

Када се тражена информација не налази у оквиру објављених статистичких публикација или објављених прес саопштења, корисници обично подносе посебне захтеве.

Време одговора зависи од:

- сложености захтева
- обима тражених података
- доступности статистичких података.

Да би се одговорило на овакву врсту захтева, најчешће је потребна посебна ИТ обрада података, коју обавља група за ИТ или произвођачи података.

Уколико је захтев општег типа, онда корисник:

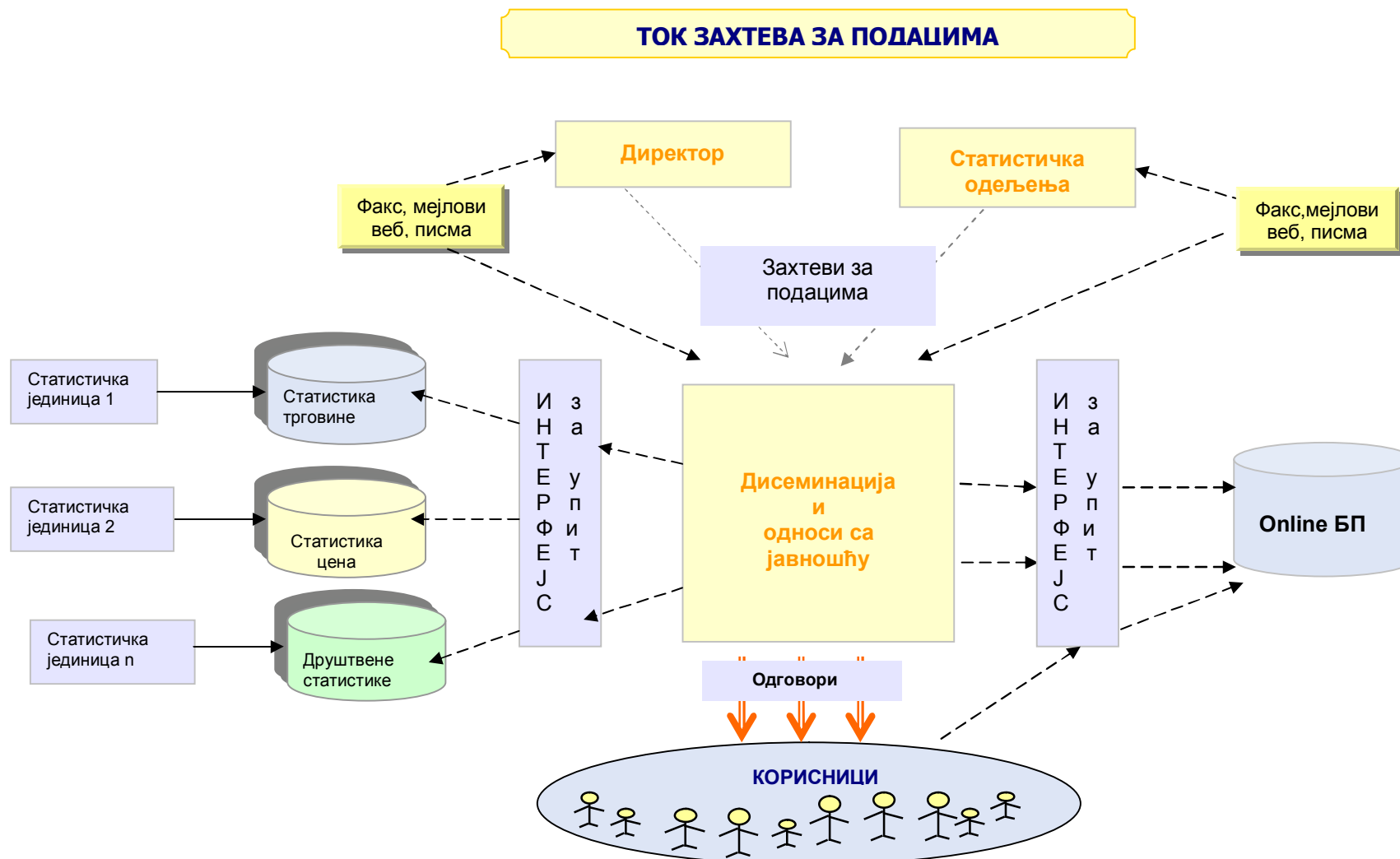
- одмах добија одговор
- бива упућен на податке објављене у штампаним публикацијама или на веб сајту
- бива упућен на оне институције које поседују податке које тражи.

Месечна и годишња статистика тренутно су у надлежности предметних статистичких одељења. Како би одговорила на захтеве овог типа, организациона јединица за дисеминацију мора да преусмери захтеве на статистичка одељења.

Потешкоће које се могу појавити:

- организациона јединица за дисеминацију не зна увек који су подаци расположиви
- не зна како су подаци организовани
- бављење корисничким захтевима статистичарима одузима време.

6.4 Радни ток за обраду захтева за подацима



5. Политика цена

5.1 Политика цена и ценовник статистичких услуга

Завод је обавезан да унапреди политику цена која ће бити прилагођена измењеним потребама корисника и новим техникама дисеминације.

Завод се финансира из државног буџета ради остваривања годишњег плана статистичких истраживања.

Отуда цене публикација и тарифе обезбеђивања статистичких података који су резултат истраживања покривају само трошкове штампања и дисеминације, а не и издатке спровођења самих истраживања.

- У погледу **статистичких публикација**, Завод објављује годишњи каталог публикација и статистичких производа. Цена ових публикација укључује реалне материјалне трошкове штампања и дистрибуције.
- **Захтеви за подацима** који се решавају претраживањем база података, путем посебне обраде која захтева додатно време, заправо су захтеви који су подложни **тарифирању статистичких производа и услуга**.

5.2 Принципи и правила тарифирања

Трошак прикупљања и обраде података из одобреног Програма и Плана статистичких истраживања, финансираних из државног буџета, не урачунава се у цену пружања услуга.

На захтев корисника, Завод може вршити и додатну обраду података која није предвиђена Планом и Програмом званичне статистике и такви захтеви се наплаћују. Наплаћује се такође и достављање резултата обраде, као и обезбеђивање свих других података, тражених у посебним формама, а према потребама корисника, с обзиром да је за такве захтеве неопходан додатан рад статистичара. Цена се одређује према уложеном додатном напору за обезбеђивање одговора на посебне захтеве корисника и у складу је са Правилником (прихваћени стандарди) о обрачуна трошкова.

У свим фазама решавања захтева - анализа, консалтинг, процена, превод, дизајнирање и ИТ обрада података - цена се одређује према уложеном напору статистичара и ИТ стручњака.

Политика цена основних статистичких услуга корисницима ажурира се једном годишње и за сваки захтев се може одредити цена.

Штампане публикације су бесплатне за већину најбитнијих корисника, а када је реч о публикацијама које се наплаћују, цена укључује само трошкове штампања и доставе публикација.

Трошкови слања података корисницима одређују се по уобичајеним поштанским таксама, а према тежини послатих докумената и према поштанским тарифама.

6. Промоција и маркетинг

Завод води рачуна о побољшању промотивних и маркетиншких активности на пољу дисеминације статистичких података.

6.1 Промоција статистичких производа

- 6.1.1 Циљ** промовисања статистичких производа подразумева одређивање односа између тражених података (на основу анализа захтева тржишта) и статистичког производа или услуге који се обезбеђују корисницима.

Овај циљ може се остварити на неки од следећих начина:

- бољим увидом у потенцијалне кориснике статистичких података (анализом података у вези са захтевима тржишта)
- изработом одговарајућих производа који одговарају очекивањима јавности
- развојем промотивних активности како би корисници увек били обавештени о понуди статистичких производа.

Циљ промовисања јесте јачање поверења корисника у процесу коришћења статистичких података.

Целокупна промотивна стратегија треба да обухвати:

- промовисање имиџа Завода
- промовисање производа и услуга (посебно бесплатних услуга: библиотека, интернет)
- промовисање средстава дисеминације
- промовисање постојећих производа који се дисеминирају
- приступачне цене, итд.

6.1.2 Технике промовисања

Одговарајућа промоција производа осигурава успешан одјек у јавности. Квалитетан производ који није у довољној мери промовисан неће бити запажен од стране потенцијалних корисника.

Активности промоције публикација усмерене су на обавештавање корисника статистике о понуди публикација, услуга и оглашавање нових производа:

- Веб сајт Завода
- Израда флајера и постера
- Слање летака путем и-мејла претплатницима или понуда првог издања публикације бесплатно
- Промовисање статистичких производа путем учешћа на различитим манифестацијама (сајмови, изложбе, семинари)
- Рекламирање у периодичним издањима Завода
- Рекламирање у часописима других институција са којима Завод сарађује (у складу са издвојеним простором за рекламирање)
- Рекламирање у новинама (новине или публикације економског профила)
- Демонстрирање корисности производа на семинарима и сл.
- Организовање конференција за новинаре и припремање саопштења за новинаре
- Организовање семинара са учешћем стручњака из одређених области статистике.

Организовање промотивних активности на првом месту подразумева:

- а) промовисање имиџа Завода и непрестану сарадњу са централним и локалним органима управе и међународним институцијама
- б) одржавање добрих односа са медијима путем којих се јавност информише о економском и социјалном стању у друштву.

6.2 Статистичка маркетиншка активност

6.2.1 Циљ – дефинисање и спровођење маркетиншких активности:

- Идентификовање типова корисника
- Идентификовање врста захтева
- Прилагођавање статистичких производа захтевима корисника
- Диверзификација статистичке понуде
- Идентификовање делова тржишта са посебним статистичким захтевима и дефинисање маркетиншких планова за сваки од тих делова.

6.2.2 Технике маркетинга

Активности у сврху остваривања ових циљева:

- Испитивање потреба за статистичким подацима на тржишту и стицање сазнања о мишљењу јавности спровођењем истраживања међу корисницима путем директног испитивања, попуњавања упитника, и-мејла, односно електронских упитника објављених на веб сајту
- Испитивање мотивисаности корисника да користе статистичке податке
- Сегментирање тржишта корисника како би се развила дисеминација усмерена ка корисницима
- Анализа мишљења корисника о коришћеним производима и услугама
- Обучавање особља за обављање маркетиншких активности.

Да би се реализовала успешна маркетиншка политика, потребно је организовати **корисничку базу података**, која треба да омогући свакодневно бележење података о корисницима:

- Евидентирање података о корисницима и врсти тражених података
- Одређивање типова корисника и њихово груписање према врстама захтева
- Коришћење података из базе података о корисницима у маркетиншке и промотивне сврхе
- Израду досијеа потенцијалних корисника и достављање промотивног материјала поменутиим корисницима
- Спровођење истраживања с циљем сагледавања промена које настају у потребама корисника.

6.2.3 Евалуација дисеминације

Циљ маркетинга је да се стекну сазнања о томе:

- да ли су производи који су предмет дисеминације осмишљени на одговарајући начин и према очекивању јавности за коју се производе и израђују
- да ли се и на који начин производи могу побољшати.

7. Промовисање статистичке писмености

Исправно схватање и коришћење статистичких података, стандарда и методологија и њихова тачна интерпретација важни су за кориснике, без обзира на област њиховог пословања, тј. да ли је реч о државним институцијама, медијима, студентима или грађанима. Да би се учврстило поверење јавности у званичну статистику и проширила свест о њеном значају, Завод би требало континуирано да ради на промовисању статистичке писмености.

Активности које би требало спровести у циљу промовисања статистичке писмености:

- Организовање конференција за новинаре, семинара и јавних дискусија о одабраним статистичким темама, како би се пружила детаљна објашњења о предметним областима и статистичким резултатима
- Увођење програма обуке за коришћење података званичне статистике за студенте/ медије/пословни свет и истицање значаја званичне статистике за целокупно друштво
- Објављивање летака и флајера на одабране статистичке теме и њихова бесплатна дистрибуција, како би се јавност обавестила о статистичким производима и услугама
- Објављивање на веб сајту информација о примењеним методологијама при избору узорка и прикупљању података, о дефиницијама, стандардима и коришћеним изворима података
- Давање интервјуа на радију и телевизији како би се промовисале велике статистичке акције, као што су пописи, или нека нова статистичка истраживања којима се обезбеђују квалитетни резултати при прикупљању података и подизање степена свести јавности о значају званичне статистике

- Пружање детаљних објашњења о исправном коришћењу и интерпретацији званичних статистичких података у случају да дође до злоупотребе или погрешног тумачења стандарда и методологија од стране новинара или других корисника.

8. Поверљивост

У Закону о званичној статистици, у поглављу IX - *Поверљивост*, јасно су назначена правила о заштити индивидуалних података, забрани приступа поверљивим подацима и њиховој дисеминацији. Ова правила поверљивости односе се и на податке који се прикупљају из административних извора за које је Заводу одобрен приступ.

С обзиром на то да Завод нарочиту пажњу поклања овој теми, израдио је сопствени *Правилник о слободном приступу подацима и заштити података*, којим се такође регулише питање заштите података.

Мере и акције за обезбеђивање поверљивости података свих институција такође су садржане и у Закону о заштити индивидуалних података Републике Србије који је објављен од стране Повереника за информације од јавног значаја и заштиту података о личности.

Завод спроводи и неопходне мере против директне или индиректне идентификације испитаника у оквиру статистичких истраживања и наглашава да је свако одступање од претходно поменутих законских аката кажњиво.

Правила поверљивости обавезна су за све запослене у Заводу током свих фаза спровођења статистичких истраживања, од прикупљања података, преко њихове обраде, па до дисеминације.

Завод прикупља и обрађује поверљиве податке само у статистичке сврхе и том приликом поштује законске обавезе информисања оних који директно обезбеђују индивидуалне податке који се користе у назначене сврхе.

Завод за јавност и друштво објављује само агрегиране податке, а акредитованим научним институцијама омогућава коришћење анонимних микроподатака.

Евростат, односно радна група задужена за поверљивост података, увела је две дефиниције *поверљивих података* и *микро података*:

а. Поверљиви подаци су индивидуални подаци који садрже личне податке и који се користе само у статистичке сврхе. Они се не смеју дисеминирати било ком другом спољном кориснику.

Поверљиви подаци који се користе у статистичке сврхе не смеју се користити у друге сврхе изузев када је то јасно дозвољено законом или је пре коришћења добијена дозвола од стране давалаца података. Завод не дозвољава приступ поверљивим подацима било ком другом лицу или институцији ван Завода.

У складу са Законом о званичној статистици, следећи подаци не сматрају се поверљивим:

- Број и структура унајмљених и стално запослених (искључујући њихове личне податке)
- Врсте производа које производи, прерађује, превози, складишти, купује и продаје предузетник, привредно друштво, односно друга организација и институција, као и све врсте услуга за потребе становништва или привредних друштава, односно других организација и институција.
- Подаци о штети и загађењу проузрокованој активностима предузетника, привредног друштва, односно других организација или институција, и
- Подаци чије објављивање одобри у писаној форми заинтересовано правно или физичко лице.

б. Микро подаци су анонимни индивидуални подаци добијени деперсонализацијом индивидуалних података применом различитих техника.

Приступ микроподацима

Национални статистички заводи дозвољавају дисеминацију сетова микроподатака различитих статистичких истраживања само у научне сврхе и само акредитованим истраживачким институтима, универзитетима и међународним организацијама, који морају доказати да је

њихов захтев за микроподацима за потребе научно-истраживачког пројекта. Студентима, независним неакредитованим истраживачима или приватним компанијама није дозвољено достављање микроподатака (у складу са Одредбом ЕК, бр. 831/2001).

Приступ агрегираним подацима

Агрегирани статистички подаци могу се дисеминирати само уз поштовање следећа три правила:

- Број индивидуалних или правних испитаника је већи од три или једнак три ($n \geq 3$)
- Број индивидуалних или правних испитаника је већи од три или једнак три и удео испитаника мора бити мањи од 80% укупне економске активности или учешћа у производњи - правило доминантности зависи од „n“ и „p“ ($n \geq 3$ и $p < 80\%$); за одређене статистичке области, Европска комисија је издала посебне одредбе, нпр. у области структурних пословних статистика, удео не може бити већи од 70%
- Индивидуални подаци могу се објавити само уз писмену сагласност испитаника.

Препоручене будуће активности усмерене на заштиту поверљивих и микро података:

- сви запослени у Заводу морају потписати изјаву о поверљивости података у тренутку почетка рада у Заводу
- сваки сет поверљивих података мора бити проверен од стране руководиоца статистичке организационе јединице задуженог за поверљивост података
- руководиоца статистичке организационе јединице мора одобрити запосленима приступ поверљивим подацима
- обавезно је организовати обуку статистичког особља у вези са ИТ сигурносним мерама, стандардима и смерницама којима се обезбеђује поверљивост података. Статистичке организационе јединице не би требало да објављују детаље ИТ система и сигурносних мера којима би се могла угрозити поверљивост или сигурност података који се чувају;
- приступ сетовима микроподатака у научне сврхе требало би дозволити на бази уговора који потписују представник Завода и корисник; уговор мора садржати јасне услове, обавезе и одговорности обеју уговорних страна;
- приступ сетовима микроподатака може бити бесплатан или се може наплаћивати узимајући у обзир тип корисника
- требало би израдити низ посебних сигурносних мера ради онемогућавања откривања и уништавања сетова поверљивих података и микроподатака.

9. Медији

9.1 Однос Завода и медија

Завод на медије мора гледати као на свог главног партнера у процесу редисеминације статистичких података. Заправо, медији пружају статистичким заводима бесплатну услугу: они предочавају статистичке податке или дају социо-економско тумачење и потом преносе поруку јавности. Медији имају потенцијал да у значајној мери подигну свест или интересовање јавности, па они, из тог разлога, представљају изузетно важне partnere статистичким заводима који раде на јачању поверења у објављене податке. У том смислу, Завод захтева поштовање следећих принципа:

- Свим новинарима је дозвољен приступ релевантним и исправним статистичким подацима који су прикупљени у складу са јасним и међународно прихваћеним методологијама
- Сви акредитовани новинари и новине добијају бесплатно статистичке публикације (штампана издања или CD верзије)
- Допунски подаци су бесплатни за медије уколико су расположиви
- У случају индивидуалних услуга, медијима се трошкови могу наплатити као што се наплаћују и осталим корисницима

- Подаци се дисеминирају новинарима на разумљив начин, путем прес саопштења - медији су у потпуности одговорни за јасност и кохерентност објављене поруке; они су обавезни да исправно тумаче статистичке податке и да их веродостојно пренесу
- Организациона јединица одговорна за дисеминацију задужена је за сарадњу са медијима у вези са статистичким питањима која се односе на одређене области. У склопу контаката са медијима, Завод омогућава руководиоцима статистичких одељења, као и другим запосленима које одреди Директор, да дају коментаре или разјашњавају аспекте статистичке области за коју су одговорни.

Добра прилика да се схвате захтеви новинара јесте организовање посебне врсте састанака (такозвани „округли сто“, у трајању од не више од једног сата), на које се позивају новинари (7-8) како би се поразговарало о општим темама попут инфлације, становништва или спољне трговине. Циљ је да се новинарима дозволи изношење личних ставова о статистичким подацима и да изразе своја очекивања у вези статистике. С новинарима се такође могу разматрати теме као што је погрешна интерпретација података и начини за превазилажење такве врсте проблема.

Позиви за учешће на конференцијама, семинарима и радионицама Завода редовно се шаљу представницима медија. Конференције за јавност на којима се најављују нови пројекти или промене у методологијама обично се одржавају у просторијама Завода.

9.2 Прес саопштења

Прес саопштења би требало објављивати пре подне, у 10 или 11 сати, како би се новинарима омогућио довољно дуг временски период да припреме своје текстове. Саопштења би требало истовремено послати путем и-мејла, факса и поставити их на заводски веб сајт.

Кад је реч о садржају прес саопштења, Завод мора обезбедити адекватан изглед и дизајн и одговарајући садржај имајући у виду корисност информација за медије. Представљени подаци морају бити јасни и сажети, а најважнији подаци треба да се налазе на почетку саопштења.

Иницијатива за објављивање нових саопштења може потећи од Директора или од статистичких организационих јединица; текст, графиконе и табеле треба да израде статистичке организационе јединице; коначно уређивање текста, у смислу садржаја и изгледа, обавља представник за штампу Завода, из организационе јединице за дисеминацију, у договору са статистичком организационом јединицом која објављује прес саопштење.

10. Ризици

10.1 Третирање грешака у статистичким публикацијама

У случају појављивања грешака у публикацијама, било у штампаном или електронском облику, одмах треба предузети акције у смислу њихове корекције.

За објављивање корекција које се односе на штампану публикацију користи се тзв. Errata, која садржи све исправке начињене у публикацији, са јасно наведеним бројем странице на којој се налази грешка. Errata се потом ставља у све копије публикације.

10.2 Третирање грешака у online базама података

Грешку у online базама података треба кориговати и фуснотом назначити да су подаци ревидирани, као и датум ревизије података.

10.3 Третирање грешака у прес саопштењима

Грешке у објављеним прес саопштењима која се чувају у pdf-у и xls фајловима треба исправити што је могуће пре.

Errata се доставља свим примаоцима података и објављује на веб странама предвиђеним за публикување прес саопштења, у виду приказа нових података или ажуриране верзије, са унетим исправкама.

И-мејл је потребно послати свим примаоцима података, уз приказ унетих корекција и одговарајући линк.

10.4 Однос са медијима

Завод може одговорити на било који случај погрешног разумевања података или на грешку у подацима приказаним у медијима. На тај начин, Завод може реаговати и на критике које се заснивају на погрешним тумачењима података.

Уколико се уочи грешка у тексту или бројкама објављеним у медијима, она се мора правовремено кориговати издавањем ажурираног прес саопштења.

Иницијатива за давање одговора, односно кориговање грешака требало би да буде у надлежности статистичких организационих јединица или Директора Завода. Корекцију мора објавити служба за односе са јавношћу при организационој јединици за дисеминацију података.

Директор одлучује да ли ће Завод одговорити на критике медија. Он доноси и одлуку о томе на који начин ће тај одговор бити дат (у писаној форми, достављањем детаљнијих статистичких података на одговарајућу тему и сл.).

Завод у сваком тренутку задржава право ревизије ове стратегије, у складу са променама у законодавном систему и сопственим потребама, у смислу унапређења услуга које пружа јавности.