

SMIT-i KLIENTIDE RAHULOLU-UURINGU 2025 PAKKUMINE

Mai 2025

Pakkumise koostas:

Instar EBC OÜ
Pärnu mnt 148
Tallinn Eesti

Kontakt: Kersti Vannas

SISU



1. SISSEJUHATUS



2. UURINGU SISU JA EESMÄRGID



3. VALIM JA MEETOD



4. TULEMUSED



5. AJAKAVA



6. RISKIANALÜÜS



7. MAKSUMUS



8. MEESKOND



1. Sissejuhatus

Vastavalt Siseministeeriumi infotehnoloogia- ja arenduskeskuse (edaspidi SMIT) päringule esitab Instar EBC OÜ (edaspidi Instar) klientide rahulolu-uuringu läbiviimise pakkumise. Pakkumine on koostatud lähtuvalt SMITi esitatud pakkumise esitamise ettepanekus ja tehnilises kirjelduses esitatud alginfost. Pakkumine sisaldab uuringu läbiviimise tehnilise lahenduse ja turvalisuse kirjeldust, kogumaksumust ja uuringu läbiviimise ajakava etappide lõikes.

Tänu põhjalikule teadmiste pagasile ja rahvusvahelisele kogemusele, suudame pakkuda nii optimaalseid lahendusi kui kõrgetasemelist partnerlust – meie organisatsiooni tundmine ning uuendusmeelne lähenemine tagavad töö efektiivsuse ja kiiruse ning võimaldavad meil varasemast veelgi paremaid tulemusi saavutada.



2. Rahulolu uuringu sisu ja eesmärgid

Instar viib läbi SMITi klientide rahulolu-uuringu, mille eesmärgiks on mõõta klientide rahulolu SMITi poolt pakutavate teenustega ning võrrelda saadud tulemusi eelmiste aastate uuringute tulemustega.

SMITi klientide rahulolu-uuringu vastajateks on SMITi klientide nii teenuste peakasutajad kui ka tavakasutajad. Arvestuslikult on SMITi kliente ligikaudu 10 000, sealhulgas Siseministeeriumi valitsemisala asutused (Siseministeerium, Politsei- ja Piirivalveamet, Häirekeskus, Päästeamet, Sisekaitseakadeemia) ja väliskliendid (nt Välisministeerium, Kultuuriministeerium jne).

Küsitluse käigus uuritavad esialgsed suuremad alateemad on:

1. Taust
2. Rahulolu SMITiga
3. Teenindamine ja klienditugi
4. SMITi töökohateenused
5. SMITi teenused
6. Arendustegevus

Klientide rahulolu-uuringu üheks väljundiks on soovitusindeks (NPS), mis on nii ülevaatlikuks ja ajas monitooritavaks mõõdikuks klientide rahulolu mõõtmisel, kui ka heaks sisendiks arendustegevuste planeerimisel.



3. Valim ja meetod

Rahulolu uuring viiakse läbi SMITi klientide hulgas, kes kasutavad uuringus vaadeldavaid teenuseid. Üldvalimi suuruseks on ligikaudu 10 000 klienti. Osa täpsematest kliendikontaktidest edastab uuringu tellija projekti alguses ja osadele klientidele jagab SMIT ise uuringu kutseid.

Küsitlus

Andmeid kogutakse küsitluse teel veebis. Veebiküsitluse läbiviimiseks kasutab Instar küsitlusplatvormi SurveyMonkey. SurveyMonkey kasutamisel salvestatakse kogu vastajate teave turvaliselt SOC2 akrediteeritud andmekeskustesse, mis järgivad turvalisuse ja tehnilisi parimaid tavasid. Kogutud andmete edastamine tagatakse turvalise HTTPS-ühenduse kaudu ning kasutajate sisselogimised on kaitstud TLS-i kaudu. Puhkeolekus olevad andmed krüpteeritakse tööstusharu standardsete krüpteerimisalgoritmide ja tugevuse abil.

Kõigile valimisse kuulujatele saadetakse kas Instari (nendele, kelle kontakte SMIT saab jagada) või tellija (nendele, kelle kontaktandmeid pole võimalik jagada) poolt e-posti teel küsitluses osalemise kutse või veebilink küsimustikule. Vastuste kogumist on võimalik ka sms'de ja muul viisil läbi viia. Vastused salvestuvad jooksvalt ja vastajal on võimalik jätta ankeedi täitmine pooleli ning jätkata hiljem.

Uuringuga alustamiseks valib SMIT välja teenused (teenuste arv on ligikaudu 100, mille kohta klientidelt tagasisidet küsitakse ning koos pakkujaga valmistatakse ette uuringu läbiviimiseks küsimused, mis kõige paremal võimalikul moel kirjeldavad kliendi arvamust osutatavate teenuste kohta. Küsimuste arv on ligikaudu 80 küsimust. Täpsemad küsimustiku osade sisu ja järjekord kooskõlastatakse tellijaga uuringu esimeses etapis. Vastajale antakse võimalus valida mitu teenust hindamiseks ning lisada hinnangutele ka avatud kommentaare. Koostatud küsimustik on dünaamiline ehk sõltuvalt vastaja asutusest võib küsimuste koosseis ja teenuste list erineda. Lisaks võib küsimuste koosseis erineda vastaja vastustest tulenevalt.

Uuringu läbiviimise etapid

- **Ettevalmistused**

1. SMIT valib välja teenused (teenuste arv on ligikaudu 100, mille kohta klientidelt tagasisidet küsitakse.

Tellija ja pakkuja koostöös valmistatakse ette küsimused uuringu läbiviimiseks, ligikaudu 80 küsimust, sh soovitusindeksi uurimine ja avatud kommentaarid. Küsimustiku esialgsed suuremad alateemad on:

- taust;

- rahulolu SMITiga;
 - teenindamine ja klienditugi;
 - SMITi töökohateenused;
 - SMITi teenused;
 - arendustegevus.
2. Ettevalmistatud küsimustik vaadatakse üle koos tellijaga ning viiakse sisse soovitud muudatused vastavalt tellija muudatusettepanekutele.
 3. Enne küsitluse algust kooskõlastatakse ankeet SMITi esindajatega ja koostatakse kaaskiri.
 4. Viiakse läbi küsimustiku ja kaaskirja veebistamine ning testimine.
 - **Läbiviimine ja andmete kogumine**
 5. Küsimustiku väljasaatmine klientidele Instari ja SMITi poolt.
 6. Regulaarsete meeldetuletuste saatmine mittevastajatele ja nendele, kes on küsitluse täitmise pooleli jätnud.
 7. Pidev vastamisaktiivsuse jälgimine ja ülevaate andmine SMITile.
 - **Uuringu tulemuste analüüs ja kokkuvõtte**
 8. Küsitluse käigus kogutud info analüüsimine ja interpreteerimine, järelduste tegemine.
 9. Analüüsitulemuste põhjal lõpparuande koostamine, sh võrdlus varasemate aastate uuringute tulemustega (SMIT edastab vajalikud võrdlusandmed pärast lepingu sõlmimist).
 10. Teenusepõhiste raportite koostamine igale teenusele.
 11. Uuringu tulemuste esitlemine vähemalt 3 korral (SMITi juhtkonnale, SMITi laiendatud juhtkonnas ehk kõikidele töötajatele ning SMITi ühele kliendile)..

Analüüs

Kogutud andmete põhjal viiakse läbi statistiline analüüs kasutades MS analüüsitarkvara. Küsitlusandmete analüüsis kasutatakse peamiselt kirjeldava statistika meetodeid. Sageduste jaotuste esitamiseks kasutatakse risttabeleid ja kujundatud graafikuid.

Analüüs teostatakse kõigi vastajate üleselt, asutuste, ametipositsioonide ja peakasutaja (kas vastaja on või ei ole peakasutaja) lõikes. Eraldi analüüsitakse teenusega rahuolu osa teenuste lõikes. Vajadusel saab teostada lisaanalüüsi ka piirkondade või muude tellijale oluliste näitajate lõikes.

Analüüsi käigus viiakse läbi ka võrdlusanalüüs SMITi varasemate aastate klientide rahulolu-uuringute tulemustega, mille kohta edastab vajalikud materjalid tellija.

Lisaks koostatakse avatud vastuste põhjal kokkuvõtlik analüüs koos näidetega.

Tulemuste põhjal esitatakse tellijale järeldused ning parendusettepanekud. Analüüsi täiendavad tingimused on võimalik läbi rääkida.



4. Tulemused

Küsitluse tulemusel saadud info analüüsitakse, interpreteeritakse ning esitatakse tellijale saadud tulemused ja tehtud järeldused.

Analüüsi tulemuste põhjal koostatakse lõpparuanne (sh võrdlus varasemate aastate uuringute tulemustega), koostatakse teenusepõhised raportid igale teenusele ning koostatakse Powerpoint ettekanne. Soovi korral edastatakse kliendile uuringu tulemused täiendavate andmetabelitena MS Excelis või muus soovitud formaadis. Avatud vastused edastatakse tellijale koondatud kujul MS Excel formaadis tabelitena või muus soovitud formaadis.

Tulemustest ülevaate anname vähemalt kolmel korral Powerpoint ettekandena tulemuste tutvustuse ja arutelu kohtumisel SMITi juhtkonnaga, SMITi kõikidele töötajatega ning SMITi ühele kliendile.



5. Ajakava

Uuringu ettevalmistamine, läbiviimine, analüüs ning esitamine võtab aega arvestuslikult 11 nädalat. Tegevuste ajakava on jaotatud kolme suuremasse etappi:

- Ettevalmistustööd – uuringu fookuse täpsustamine, sisu ja eesmärkide täiendamine, küsitletavate andmebaasi koostamine, küsimustiku koostamine, täiendamine ja kinnitamine tellijaga, küsimustiku testimine.
- Uuringu läbiviimine – küsitluse läbiviimine tellija klientide hulgas, vastajatest ülevaadete tegemine ja meeldetuletuste saatmine mittevastanutele.
- Tulemuste kokkuvõte, andmete puhastamine ja analüüs. Andmetabelite ja raportite koostamine, järelduste ja ettepanekute tegemine, suuliste presentatsioonide ja arutelude läbiviimine.

Allpool on välja toodud esialgne indikatiivne tegevuste ajakava. Täpsem ajakava lepitakse kokku uuringu esimese etapi alguses koostöös tellijaga. Instari meeskond saab töödega alustada kohe peale lepingu allkirjastamist

TABEL 1. INDIKATIIVNE AJAKAVA

	26.05	02.06	09.06	16.06	23.06	26.06	30.06	07.07	14.07	21.07	28.07	august- september
Tegevus												
Ettevalmistused												
Küsitluse läbiviimine												
Andmete puhastamine, analüüs, järelduste tegemine, raportite ning materjalide koostamine												
Tulemuste ettekannete läbiviimised												
Lõpptulemuste ja materjalide üle andmine												



6. Riskianalüüs

TABEL 2. RISKIANALÜÜS

Küsitlusega seotud riskid	
Küsimustiku koostamine võtab planeeritust kauem aega. Riski suurus: madal	<ul style="list-style-type: none"> Kuna soovitakse säilitada võimalikult palju võrreldavust eelnevate küsitlusperioodidega, põhineb uuring suures osas varasematel küsimustikel. Ajakavas on ette nähtud ajaline puhver ankeedi lõpliku versiooni kinnitamiseks.
Küsimustiku kooskõlastamine võtab planeeritust kauem aega. Riski suurus: madal	<ul style="list-style-type: none"> Ankeedi koostamisel lepitakse kokku tähtsajad, milleks esitatakse küsitlusankeet ning mis kuupäevaks oodatakse tellijapoolset kooskõlastust.
Küsitluse läbiviimine võtab planeeritust kauem aega. Riski suurus: keskmine	<ul style="list-style-type: none"> Küsitluse läbiviimiseks on planeeritud neli nädalat, mis on pakkuja varasema kogemuse kohaselt piisav aeg sellise mahuga küsitluse läbiviimiseks ning vajaliku valimi kokkusaamiseks. Teatud regulaarsusega saadetakse meeldetuletused küsitluses osalemiseks. Vastavalt vajadusele täiendatakse sihtgruppide ni jõudmise meetodeid.
Küsitlustele vastajate väheine koostöövalmidus, vastajad keelduvad küsitluses osalemast. Riski suurus: keskmine	<ul style="list-style-type: none"> Teema ei ole delikaatne ega keeruline vastata. Küsitlusankeet koostatakse selliselt, et vastamise ajakulu oleks võimalikult väike. Andmete kogumisel on arvestatud täiendava töökuluga vastuste laekumise suurendamiseks (veebiküsitluse puhul meeldetuletuste

	saatmine, pidev vastuste laekumise jälgimine ning vastavate meetmete kohene tarvidusele võtmine). <ul style="list-style-type: none"> Küsitluse kaaskirjas selgitatakse teema olulisust ning iga respondendi panuse tähtsust.
Vastamisaktiivsus kujuneb oodatust madalamaks <i>Tagajärg:</i> ei suudeta saavutada eesmärgiks seatud vastatismäära; ei saa teha usaldusväärseid üldistusi Riski suurus: kõrge	<ul style="list-style-type: none"> Valimisse kaasatutele selgitatakse kaaskirjas uuringus osalemise tähtsust. Vajadusel saadetakse valimisse kaasatutele meeldetuletuskirjad. Enne küsitluse algust levitatakse koostöös tellijaga aktiivselt infot küsitluse kohta asutuste sees. Vajadusel keskendutakse väiksema vastamisaktiivsusega asutustega suhtlemisele.
Küsimused on mitmeti mõistetavad või segased. Riski suurus: madal	<ul style="list-style-type: none"> Küsimustik vaadatakse üle ja uued küsimused koostatakse uuringumeeskonna spetsialistide poolt, kellel on ulatuslikke kogemusi küsimustike väljatöötamisel. Vajadusel lisatakse küsimuste juurde täpsustavad selgitused ja kommentaarid ning mõistete selgitused.
Ankeet on liiga pikk <i>Tagajärg:</i> palju katkestamisi, madal vastamise määr Riski suurus: keskmine	<ul style="list-style-type: none"> Projektimeeskonnal on pikaajaline ankeetide koostamise kogemus ning oskus arvestada, kui palju aega küsimustele vastamiseks kulub. Ankeedi väljatöötamisel lepitakse koostöös tellijaga kokku ajalised kriteeriumid ankeedi vastamise pikkusele.



7. Uuringu maksumus

Uuringu maksumuseks on 9 490 EUR. Uuring viiakse läbi kõigi SMITi teenuste kasutajate seas. Hind sisaldab uuringu ettevalmistamist, küsitluse läbiviimist, tulemuste analüüsi, järeldusi, ettepanekuid, tabelite kujul lõpparuande kirjalikku kokkuvõtet, teenusepõhiseid raporteid ja vähemalt kahte suulist ettekannet tulemuste esitlemiseks.

Eelarve baseerub küsitluste läbiviimise hinnal, konsultantide töötundidel ning tehnilistel kuludel.

Uuringu pakkumises olevaid osi on võimalik vajadusel läbi rääkida ja muuta või ära jätta, sellisel juhul korrigeerib pakkuja ka hinnapakumist vastavalt.

Hinnale lisandub käibemaks.

Tasumine toimub vastavalt poolte kokkuleppele, mis sõlmitakse tellija ja töövõtja vahel lähtudes töövõtulepingu üldtingimustes punktist 7.3.



8. Meeskond

Projekti meeskonda juhib Instari uuringute suuna projektijuht Annika Alus. Meeskonda kuulub lisaks Instari tegevjuht Kersti Vannas.

Annika Alus, uuringute suuna projektijuht

Annika on Instari uuringute suuna projektijuht, kes on spetsialiseerunud uuringute metoodika väljatöötamisele, andmeanalüüsile ning tööandja brändingule.

Annika Alus on kogenud analüütik ja projektijuht, kellel on tugev taust andmepõhistes otsustes ning uuringute läbiviimises. Ta on lõpetanud Tallinna Ülikoolis suhtekorralduse eriala (2014) ning omandamas TalTech's personalijuhtimise magistrikraadi. Lisaks on täiendanud end järjepidevalt analüütiliste ja tehniliste oskuste vallas – omades nii Google Analyticsi sertifikaati kui ka läbinud koolituse SQL päringukeele kasutamiseks andmebaaside haldamisel.

Annika on töötanud äriprotsesside analüütikuna, juhtides rahvusvahelisi projekte ja meeskondi uuringufirmas NielsenIQ. Tal on kogemused nii kvantitatiivsete kui kvalitatiivsete uuringute planeerimisel ja läbiviimisel – alates eesmärkide seadmisest ja metoodika loomisest kuni tulemuste analüüsi ja soovitude koostamiseni.

Tänu oma süsteemsele mõtlemisele, tugevale suhtlusoskusele ja tehnilisele vilumusele suudab Annika ühendada andmeanalüüsi praktiliste lahendustega, toetades nii ettevõtteid kui organisatsioone teadlike ja strateegiliste otsuste tegemisel.

Kersti Vannas, konsultant

Kersti on Instari tegevjuht ja konsultant, kes tegeleb ettevõtete strateegilise nõustamisega, tööandja brändingu, uuringute ning koolitustega.

Kersti on Eestis üks esimesi tööandja brändingu valdkonna asjatundjaid. Ta on töötanud tööandja maine teemadega alates 2005. aastast ning avaldanud selle aja jooksul arvukalt artikleid, juhendanud üliõpilasi ning osalenud esinejana tööandja maine teemalistel konverentsidel. Peaaegu juba kakskümmend aasta on Kersti läbi viinud Eesti mahukaimat tööootuste uuringut. Ta on ka läbi viinud arvukaid rahulolu uuringuid nii avaliku kui erasektori organisatsioonides.

Kersti on lõpetanud Tartu Ülikooli majandusteaduskonna 2003. aastal juhtimise ja majanduse modelleerimise/ökonomeetria suunal. 2006. aastal omandas ta magistrikraadi Estonian Business School'is rahvusvahelise juhtimise erialal.

Kersti on juhtinud ja läbiviinud mahukaid uuringute projekte nii Eestis kui välismaal nii avaliku- kui erasektori organisatsioonidele.

Kogu projekti vältel toimub poolte vahel regulaarne infovahetus kliendiga. Oleme vajadusel valmis sisu selgitama ja täiendama.

Pakkumise koostas:

Instar EBC OÜ

16.05.2025

Pakkumine on jõus 2 kuud alates pakkumise esitamise päevast.