

Notendakönnun Hagstofu Íslands 2013

Statistics Iceland User Survey 2013

Samantekt

Könnun var gerð meðal notenda sem höfðu skráð sig á fréttalista Hagstofunnar. Ánægðustu notendurnir voru þeir sem notuðu vísitölu launakostnaðar og samræmda vísitölu neysliverðs. Af niðurstöðum má ráða að ánægðir notendur leggi helst áherslu á sambærileika hagtöluflokka yfir mismunandi tímabil og að hagtölur séu auðskiljanlegar. Þess má vænta að aukin áhersla Hagstofunnar á þessa þætti muni skila aukinni ánægju hjá notendum. Menntun notenda tengdist ánægju þar sem notendur sem lokið höfðu framhaldsnámi við háskóla voru almennt ánægðari en aðrir notendur. Hagstofan þarf að kanna hvaða leiðir henta ungum notendum til að nálgast opinberar hagtölur.

Þriðja könnunin

Þriðja notendakönnun Hagstofu Íslands var framkvæmd í júní, júlí og ágúst árið 2013 en undirbúningur hafði staðið yfir frá febrúar 2013. Markmið könnunarinnar var að meta gæði Hagstofunnar og opinberra hagtalna frá sjónarmiði notenda.

Skilgreining á þýði og notendum

Fjölmennur og sundurleitir hópur

Notendahópur Hagstofunnar er fjölmennur og sundurleitir. Meðal notenda er almenningur sem les um hagtölur á vefnum, í blöðum eða tímaritum, nemendur sem nota hagtölur í námi sínu, fræðimenn sem nota hagtölur í rannsóknum, og stjórnendur, embættismenn og stjórnáamenn sem nota hagtölur við stefnumótun eða ákvarðanir. Eins og gefur að skilja getur reynst erfitt og kostnaðarsamt að hafa upp á og leggja spurningar fyrir þennan sundurleita hóp. Af þeirri ástæðu var ákveðið að velja til þátttöku notendur sem skráðir voru í fréttáskrift Hagstofunnar. Þessi leið var valin til að fá nýtsamar upplýsingar frá hópi fólks sem þekkir til Hagstofunnar og tryggt væri að hefði einhvern tímann notað opinberar hagtölur. Ennfremur gaf þetta kost á að safna gögnum á hagkvæman máta með vefkönnun þar sem fyrir hendi var skrá yfir vefpóstföng notenda í fréttáskrift. Að auki var hægt að halda byrði svarenda í lágmarki með því að spyrja einungis um hagtöluflokka sem viðkomandi var áskrifandi að.

Fyrir þessa könnun voru notendur hagtalna því skilgreindir sem aðilar sem skráðir voru á áskriftarlista Hagstofunnar og þess gætt að undanskilja starfsmenn stofnunarinnar. Ekki var gerð tilraun til að kanna hug þeirra sem féllu utan þessarar skilgreiningar, t.d. nemendur eða almenning, en fyrirhugað er að slíkar mælingar verði gerðar síðar.

Í byrjun árs 2013 voru 633 skráðir notendur í fréttáskrift Hagstofunnar í ýmsa hagtöluflókka, samtals 3.427 skráningar. Þátttökubeiðni var send öllum þessum notendum með tölvupósti. Í heildina voru 255 notendur (40%) skráðir á fréttalista fyrir einn flokk hagtalna, 100 notendur (16%) voru skráðir áskrifendur að fréttum fyrir tvo flokka en 37 notendur (6%) voru skráðir áskrifendur allra flokka, sem eru alls 24.

Spurningalisti

Notendakönnunin tengd umbótastarfi Hagstofunnar

Þar sem notendakannanir eru fastur liður í jafningjaúttektum Hagstofanna í Evrópska hagskýrslusamstarfinu (e. *European Statistical System; ESS*) hefur Hagstofa Evrópusambandsins (Eurostat) samið spurningalista sérstaklega í þeim tilgangi. Árin 2007 og 2009 notaði Hagstofan íslenska þýðingu þessa spurningalista sem reyndist ófullnægjandi þegar nýta átti niðurstöður við umbætur á starfsemi stofnunarinnar. Því var nýr spurningalisti saminn með það fyrir augum að tengja notendakönnunina við umbótastarf stofnunarinnar. Lagt var upp með að listinn hefði beina tengingu við meginreglur í evrópskri hagskýrslugerð (e. *Code of Practice*) sem skilgreina gæði opinberra hagtalna í evrópska hagskýrslusamstarfinu. Þannig yrði hægt að kanna tengsl milli mats notenda á meginreglunum og ánægju þeirra með opinberar hagtölur. Umbótastarf gæti því beinst að þeim meginreglum sem mestu máli skipta fyrir ánægju notenda.

Spurningalistinn beindist að meginreglum 11–15 sem eru:

11. Notagildi
12. Nákvæmni og áreiðanleiki
13. Tímanleiki og stundvísi
14. Samræmi og samanburðarhæfni
15. Aðgengi og skýrleiki

Þessar meginreglur eru til marks um gæðaviðmið evrópska hagskýrslusamstarfsins samanber reglugerð 223/2009 um evrópska hagskýrslugerð.

Sjö punkta kvarði

Allar spurningar voru lagðar fyrir á sjö punkta kvarða, þar sem bæði voru birt tölugildi fyrir hvern svarmöguleika og samsvarandi orðagildi. Öll svör voru umreiknuð á kvarðann 0–1. Til að einfalda túlkun niðurstaðna voru stigin á kvarðanum flokkuð í þrjú bil (sjá töflu 1 á næstu síðu) sem marka áherslur í innra starfi Hagstofunnar. Langtímamarkmið Hagstofunnar er að allar ánægjumælingar séu á grænu bili, sem stendur fyrir viðunandi ánægju notenda. Þar sem ánægja mælist lægri en 0,8 er við hæfi að kanna frekar hvort umbóta sé þörf. Í þeim tilvikum þar sem ánægja notenda er lægri en 0,5 er nauðsynlegt að grípa til aðgerða í þeim tilgangi að auka ánægju.

Tafla 1. Stigaflokkun
Table 1. Categorization of points

Heiti bils <i>Category name</i>	Stig ánægjumælingu <i>Points in satisfaction measurement</i>	Túlkun <i>Interpretation</i>
Rautt bil <i>Red category</i>	0,00–0,49	Umbóta er þörf <i>Improvements needed</i>
Gult bil <i>Yellow category</i>	0,50–0,79	Tækifæri til umbóta til staðar <i>Opportunity for improvement</i>
Grænt bil <i>Green category</i>	0,80–1,00	Viðunandi ánægjustig notenda <i>Acceptable satisfaction of users</i>

Gagnasöfnun

Heildarsvarhlutfall var um 32%

Gagnasöfnun fór fram í gegnum spurningalista á vefnum. Þátttökubeiðni var send með tölvupósti. Þrjár ítrekanir voru sendar notendum sem ekki höfðu svarað til að minna á könnunina. Heildarsvarhlutfall var um 32%.

Þar sem upplýsingar um notendur sem ekki svöruðu spurningalistanum eru af skorum skammti (aðeins tölvupóstfang og fréttáskriftarskráning) er ekki mögulegt að greina hvort brottfallsskekkja sé í gögnunum.

Af svargögnum má ráða nokkuð um samsetningu svarendahóps og bera saman við eldri notendakannanir. Mikill meirihluti svarenda var launþegar eða 88% og 6,8% voru sjálfstæðir atvinnurekendur. Í töflu 2 má sjá menntun og aldur svarenda (n=191) samanborið við svarendur notendakönnunar ársins 2009 (n=475).

Tafla 2. Samanburður svarenda 2009 og 2013
Table 2. Comparisons of respondents from 2009 and 2013

Hlutfall <i>Percent</i>	2009	2013
Aldur <i>Age</i>		
<30	3,0	2,1
30–45	29,2	24,1
46–60	54,5	48,7
>60	13,3	25,1
Menntun <i>Education</i>		
Grunnskóla- eða gagnfræðapróf <i>Elementary</i>	4,0	3,3
Stúdentspróf <i>University entrant certificate</i>	5,7	4,9
Iðnnám <i>Vocational</i>	4,0	3,8
Grunnnám í háskóla <i>Bachelors</i>	40,3	25,7
Meistaránám <i>Masters</i>	37,5	47,5
Doktorsnám <i>PhD</i>	8,5	14,8

Eins og sjá má á töflu 2 var talsverður munur á svarendahópnum árið 2009 og 2013. Svarendur frá árinu 2013 voru að jafnaði eldri og höfðu lokið lengri menntun en svarendur árið 2009. Það er ekki endilega til marks um breytta svörun eftir árum, heldur gæti það skýrst á breyttum skilgreiningum á þýði rannsóknanna. Ef samsetning svarendahópsins endurspeglar þá notendur sem skráðir eru í fréttáskrift Hagstofunnar gæti stofnunin þurft að beita fjölbreyttari aðferðum við birtingu til að þær ná til yngri notenda. Hlutfall svarenda í námi var lágt fyrir bæði

árin sem bendir til að notendakannanir Hagstofunnar nái ekki til þeirra sem nota hagtölur í tengslum við nám sitt.

Ánægja notenda með Hagstofu Íslands

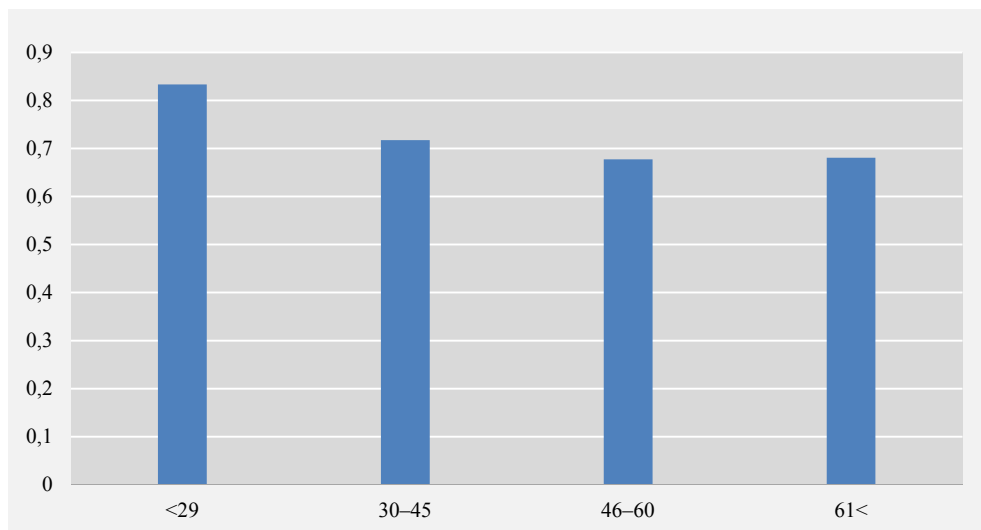
Þótt notendur virðist almennt ánægðir eru tækifæri til umbóta

Allir svarendur voru spurðir hversu ánægðir þeir væru með störf Hagstofunnar og þær hagtölur sem stofnunin gefur út. Í ljós kom að á kvarðanum 0 til 1 var heildar-ánægja svarenda 0,69 ($s=0,23$) sem merkir að þótt notendur virðist almennt nokkuð ánægðir eru tækifæri til umbóta til að auka ánægju þeirra þannig að hún verði viðunandi.

Eins og sést á mynd 1 voru yngstu notendur Hagstofunnar ánægðastir en hafa skal í huga að fáir svarendur liggja til grundvallar þeim hópi. Ekki var teljandi munur milli annarra aldurshópa með tilliti til almennrar ánægju með Hagstofuna og sýndu flestir aldurshópar tiltölulega jákvætt viðhorf til Hagstofunnar.

Mynd 1. Ánægja með Hagstofuna eftir aldri notenda

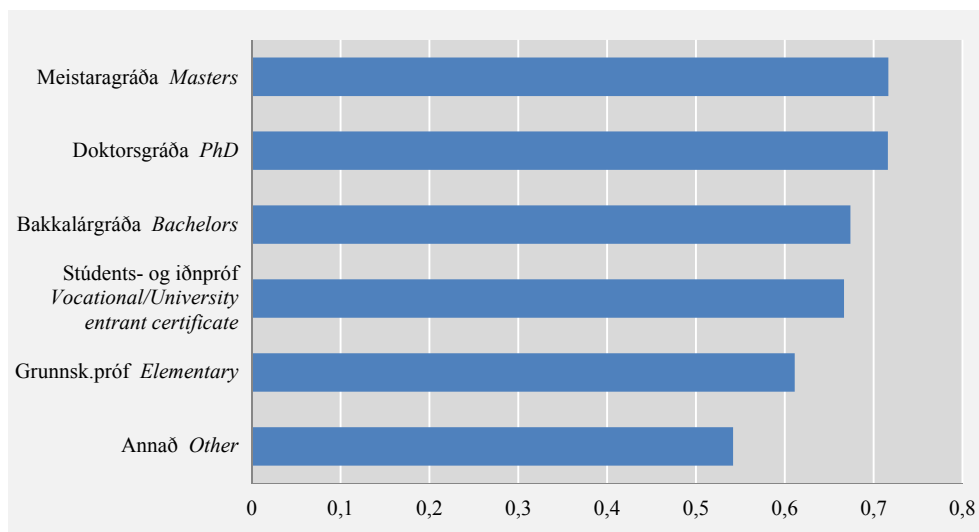
Figure 1. Satisfaction with Statistics Iceland by users age



Sé horft til menntunar notenda (sjá mynd 2) voru notendur sem höfðu lokið meistara- eða doktorsgráðu ánægðastir (0,72). Þeir notendur sem höfðu lokið öðru námi voru síst ánægðir (0,54). Af þessu má sjá að þeir sem hafa mesta menntun eru almennt ánægðastir með Hagstofuna.

Mynd 2. Ánægja með Hagstofuna eftir menntun notenda

Figure 2. Satisfaction with Statistics Iceland by users education

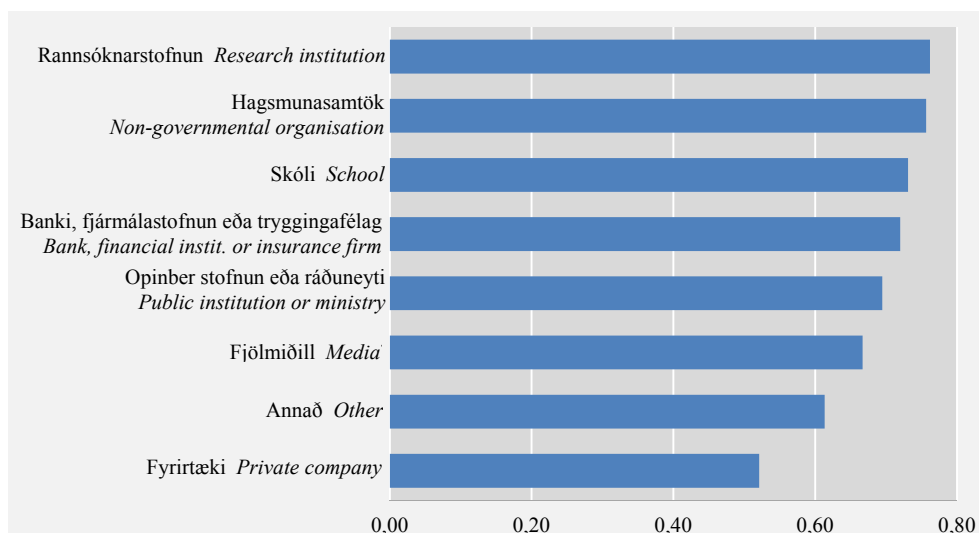


Starfsmenn rannsóknarstofnana og hagsmunasamtaka ánægðastir

Þegar ánægja með Hagstofuna var skoðuð eftir vinnustað notenda kom í ljós að ánægðustu notendur stofnunarinnar störfuðu innan rannsóknarstofnana (0,76) og hagsmunasamtaka (0,76). Það er að einhverju leyti í samræmi við tengsl ánægju og menntunar þar sem ætla má að notendur með hátt menntunarstig séu gjarnan starfandi innan rannsóknarstofnana. Hagstofan á í talsverðu samstarfi við ýmis hagsmunasamtök og eru þessar niðurstöður líklega til marks um ánægju notenda með það samstarf. Ónægðastir voru starfsmenn fyrirtækja (0,52) en í þeim hópi eru starfsmenn ferðaþjónustufyrirtækja, hótela, veitingastaða, heilðsölufyrirtækja, smásölufyrirtækja og framleiðslufyrirtækja. Það er í samræmi við það mat Hagstofunnar að mikil eftirspurn sé eftir hagtölum um fyrirtæki á Íslandi.

Mynd 3. Ánægja með Hagstofuna eftir vinnustað notenda

Figure 3. Satisfaction with Statistics Iceland by place of work



Ánægja notenda með mismunandi flokka hagtalna

Fjölstiga aðfallsgreiningu beitt

Til að kanna hverjar meginreglnanna höfðu mest áhrif á ánægju notenda með mismunandi hagtöluflokka var fjölstiga aðfallsgreiningu beitt. Þær spurningar sem höfðu hátt hlutfall gagnagata voru ekki teknar með í greininguna. Þar sem víða voru fáir svarendur að baki mati á gæðum mismunandi hagtöluflokka var gripið til þess ráðs að sameina alla flokkana og reikna aðfallsgreiningu fyrir þessi sameinuðu gögn. Í töflu 3 má sjá niðurstöður aðfallsgreiningarinnar. Þar sem um er að ræða sameinuð gögn fyrir marga flokka hagtalna er stendur bókstafurinn X fyrir mismunandi hagtöluflokka í töflunni.

Tafla 3. Niðurstöður fjölstiga aðfallsgreiningar

Table 3. Results of multilevel regression

Spurning <i>Question</i>	Halla- stuðull <i>Slope</i>
Hagtölur um X eru mér mikilvægar <i>Statistics on X are important to me</i>	-0,06
Ég mundi vilja fá ákveðnar hagtölur um X sem eru ekki gefnar út núna <i>I would like to have certain statistics on X which are currently not being produced</i>	-0,04
Hagtölur um X eru nákvæmar <i>Statistics on X are accurate</i>	0,12
Hagtölur um X eru birtar nægilega fljótt <i>Statistics on X are disseminated in a timely manner</i>	-0,02
Hagtölur um X eru birtar nægilega oft <i>Statistics on X are disseminated often enough</i>	0,08
Bráðabirgðaniðurstöður eru birtar um X þegar það er gagnlegt <i>Preliminary results are disseminated on X when it is useful</i>	0,06
Hægt er að bera saman hagskýrslur um X frá mismunandi tímabilum <i>It is possible to compare statistics on X from different time periods</i>	0,17*
Flokkunarkerfi og skilgreiningar í hagtölum um X eru sambærileg við aðrar hagtölur <i>Classifications and definitions in statistics on X are comparable with other statistics</i>	0,09
Auðvelt er að nálgast hagtölur um X frá Hagstofu Íslands <i>Statistics on X are easily accessible from Statistics Iceland</i>	-0,01
Auðvelt er að lesa úr hagtölum um X <i>Statistics on X are easily understandable</i>	0,32*
Notendur eru upplýstir um aðferðafræði við gerð hagtalna um X <i>Users are kept informed on the methodology of how statistics on X are produced</i>	-0,04
Framhaldsnám við háskóla <i>Upper university degree</i>	0,07*
Aldur <i>Age</i>	0

* $p < 0,05$

Í töflu 3 má sjá niðurstöður fjölstiga aðfallsgreiningar. Hallastuðull sýnir hversu mikil áhrif hver breyta hafði á ánægju með mismunandi hagtöluflokka.¹ Jákvæður stuðull merkir að þegar gildi breytunnar hækkar eykst ánægja notenda. Neikvæður stuðull merkir að sama skapi að þegar gildi breytu hækkar minnkar ánægja notenda. Stjörnumerktir reitir merkja að áhrifin voru svo sterk að ólíklegt er að tilviljun ein ráði.

Niðurstöðurnar benda til þess að

- því auðveldara sem notendur áttu með að bera hagskýrslur saman yfir mismunandi tímabil, því ánægðari voru þeir með viðkomandi hagtöluflokk;
- því auðveldara sem notendur áttu með að lesa úr hagtölum, því ánægðari voru þeir með viðkomandi hagtöluflokk;

¹ Af því að bæði fylgibreytan og frumbreytur líkansins eru á kvarðanum 0 til 1 er viðeigandi að margfalda hallastuðlana með 0,1. Þá segja þeir til um hversu mikil breyting verður á ánægju notenda við aukningu á frumbreytunni um 0,1 stig í stað eins stigs.

- notendur sem lokið höfðu framhaldsnámi við háskóla (meistara- eða doktorsnámi) voru almennt ánægðari með viðkomandi hagtöluflokka en aðrir notendur.

Ánægja ekki aukist á fjórum árum

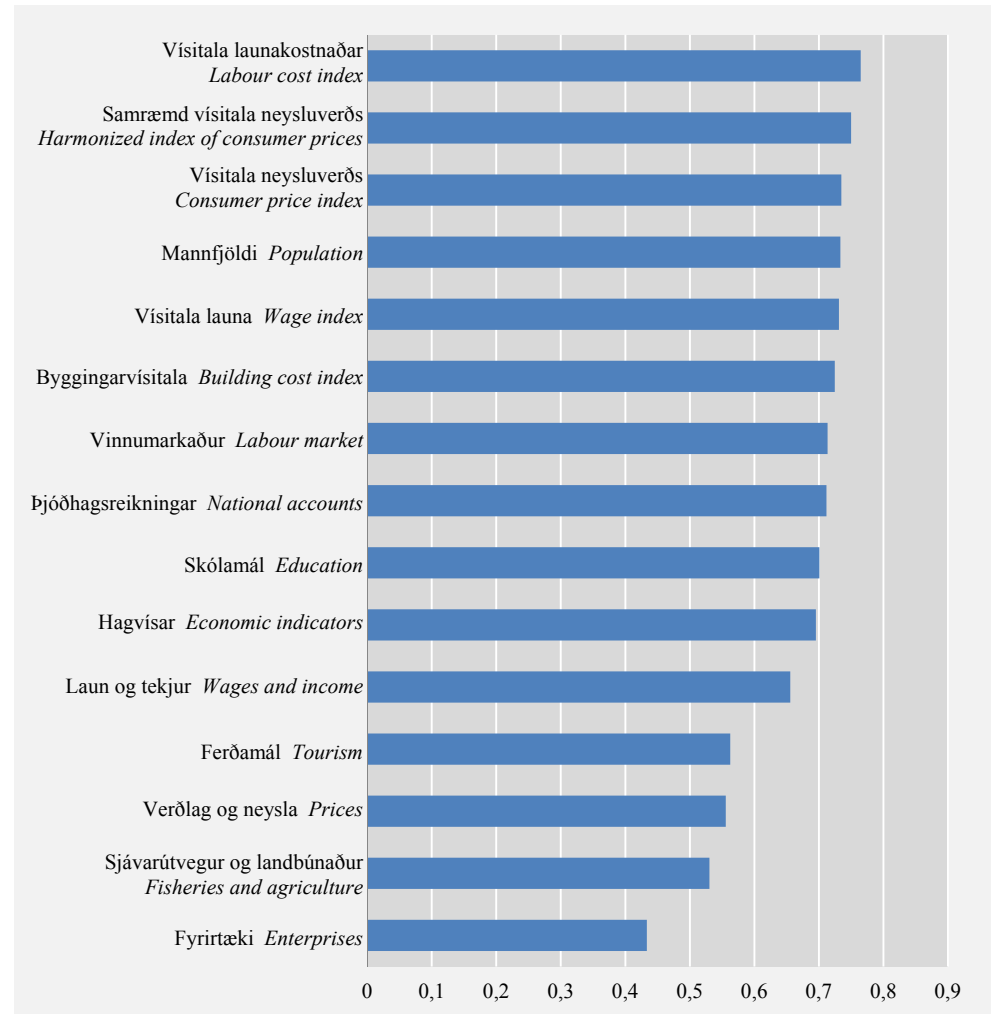
Ánægja notenda með mismunandi hagtölur var borin saman við mælingar frá árinu 2009. Mælingarnar voru nánast þær sömu, 0,68 ($s=0,25$) árið 2013 og 0,67 ($s=0,23$) árið 2009. Það bendir til að ánægja notenda með þá hagtöluflokka sem þeir nota hafi ekki aukist á þeim fjórum árum sem liðin eru frá síðustu notendakönnun. Þó ber að hafa í huga að spurningarnar að baki þessum mælingum voru ekki fyllilega eins bæði árin og því ber að varast að draga of sterkar ályktanir á grunni þessa samanburðar.

Á mynd 4 á næstu síðu má sjá hversu ánægðir notendur voru með þá hagtöluflokka sem þeir notuðu, þar sem sverndur voru 10 eða fleiri. Notendur vísitalna eru almennt ánægðir með þær hagtölur þar sem *vísitala launakostnaðar* (0,76), *samræmd vísitala neysluverðs* (0,75) og *vísitala neysluverðs* (0,73) skipa sér í efstu sæti listans. Ánægja notenda með þessar vísitölur var afar nærri því að vera á grænu bili sem kallar ekki á umbætur á þessum hagtöluflokkum.

Hagtölur um fyrirtæki fengu lægstu ánægjueinkunn notenda og var hún á rauða bilinu. Því er brýnt fyrir stofnunina að leita leiða til að auka ánægju notenda með hagtölur um fyrirtæki.

Mynd 4. Ánægja notenda með einstaka flokka Hagtalna

Figure 4. User satisfaction with statistical categories



Lokaorð

Traustur notendur sem mælast jafnánægðir og árið 2009

Hagstofan hefur traustan notendahóp sem mælist jafnánægður með hagtölur og árið 2009. Til að fá betri mynd af ánægju notenda væri áhugavert að meta einnig ánægju yngri notenda, nemenda og almennings (með því að taka úrtak úr þjóðskrá). Ákjósanlegt er að nýta 100 ára afmæli Hagstofunnar árið 2014 til að auka þekkingu landsmanna á stofnuninni og freista þess að auka ánægju með störf stofnunarinnar samhliða. Verður því fróðlegt að skoða niðurstöður næstu notendakönnunar (sem fyrirhugað er að framkvæma árið 2015) til að meta árangur þess starfs sem mun fara fram á afmælisárinu.

Eftirtektarvert er að fáir svarendur voru í yngsta aldurshópi könnunarinnar. Þar sem engar upplýsingar eru til um aldur notenda á áskriftarlista má hugsanlega rekja skýringu til þess að yngri notendur séu í minna mæli skráðir á áskriftarlista. Hugsanlega gæti það verið til marks um að ungir notendur kjósi að nálgast hagtölur með öðrum leiðum, til dæmis í gegnum samfélagsmiðla. Skoða þarf hvort stofnunin eigi að móta sér stefnu um notkun samfélagsmiðla og hvort notkun þeirra geti bætt aðgengi yngri notenda að hagtölum.

Niðurstöður könnunarinnar benda til að notendur sem lokið hafa framhaldsnámi í háskóla eru jafnan ánægðari en aðrir. Nauðsynlegt er að kanna frekar af hverju þessi munur kemur fram og tryggja ánægju allra notenda, óháð menntun.

*Nauðsynlegt að efla
fyrirtækjatölfræði*

Fram kom í niðurstöðunum að nauðsynlegt er að efla fyrirtækjatölfræði Hagstofunnar. Undirbúningur þeirra umbóta er þegar hafinn og fyrirhugað er að styrking fyrirtækjasviðs hefjist af fullum krafti árið 2014. Mikilvægt er að stofnunin kanni rækilega þarfir notenda fyrirtækjatölfræði á Íslandi til að tryggja ánægju þeirra með framboð og gæði þeirra hagtalna sem framleiddar verða á fyrirtækjasviði Hagstofunnar.

Skýrt kom fram að til að auka ánægju notenda með einstaka flokka hagtalna þarf að leggja áherslu á að þær séu birtar á auðlæsilegan og skýran máta. Að sama skapi skiptir máli fyrir notendur að samanburðarhæfni yfir mismunandi tímabil sé tryggð með því að brjóta ekki tímaraddir eða beita viðeigandi aðferðum til að gæta að heilleika þeirra þegar breytingar eru gerðar frá einu tímabili til annars. Fyrir hagtöluflokka sem brýnast er að gera umbætur á (þar sem ánægja notenda er á rauðu bili) er viðeigandi að huga fyrst að þessum þáttum vegna mikilvægis þeirra fyrir ánægju notenda.

English summary

Statistics Iceland conducted its third user satisfaction survey from June–August in 2013. The target population for the survey were users of official Icelandic statistics while the sample was taken from lists of e-mail subscribers as this was considered to be the most up-to-date and complete list of users of official Icelandic statistics. The most satisfied users were users of labour cost index and harmonized index of consumer prices. Users' satisfaction with particular statistical categories was predominantly influenced to the extent they felt that comparable time series were available and that the statistics were disseminated in an easily understandable manner. An increased emphasis on these factors would therefore most likely increase users' satisfaction with official statistics. Highly educated users were generally more satisfied with Statistics Iceland. The lack of young users in the sample frame of the survey suggests it might be beneficial for Statistics Iceland to examine which forms of dissemination are suitable for reaching young users of official statistics.

Hagtidindi
Statistical Series

99. árg. • 22. tbl.

ISSN 0019-1078

Sími *Telephone* +(354) 528 1000

Bréfasími *Fax* +(354) 528 1099

Greinargerðir
Working papers

2014:1

ISSN 2298-4119 (prentútgáfa *print edition*) • ISSN 2298-5786 (rafræn útgáfa *PDF*)

Verð kr. *Price ISK* 900 • € 7

Umsjón *Supervision* Anton Örn Karlsson • anton.karlsson@hagstofa.is

© Hagstofa Íslands *Statistics Iceland* • Borgartúni 21a 150 Reykjavík Iceland

Öllum eru heimil afnot af ritinu. Vinsamlegast getið heimildar. *Please quote the source.*

www.hagstofa.is/hagtidindi www.statice.is/series