

ОБ ОЦЕНКЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ

Н.И. Пашинцева,

Федеральная служба государственной статистики,

С.А. Шашнов, канд. филос. наук,

Институт статистических исследований и экономики знаний ГУ-ВШЭ

Стратегической целью деятельности Федеральной службы государственной статистики является обеспечение всех групп пользователей полной, достоверной и своевременной статистической информацией о социальном, экономическом, демографическом и экологическом положении страны. В этих условиях важнейшим показателем деятельности российской статистической службы становится оценка качества статистической информации пользователями, выражающаяся в их удовлетворенности этой информацией и в уровне доверия к ее производителю.

Круг пользователей статистической информации весьма широк и охватывает такие разные их группы, как органы государственной власти всех уровней, коммерческие либо некоммерческие организации, учебные заведения и исследовательские организации, средства массовой информации, граждане, международные организации, иностранные правительственные организации и частные компании. Несмотря на разнообразие информационных запросов, пользователям всех категорий должен быть обеспечен равный доступ к статистическим данным, что является одной из центральных задач государственной статистики.

В настоящее время в рамках Федеральной целевой программы «Развитие государственной статистики России в 2007-2011 годах» проводится работа по формированию системы обследований, направленных на всестороннее изучение удовлетворенности пользователями качеством статистической информации. Основопологающим методологическим положением при разработке инструментария этих обследований было следующее: статистическая служба в своем взаимодействии с пользователями должна ориентироваться на общепринятые критерии оценки качества статистической информации, сформулированные в официальных документах Евростата, ОЭСР и других международных организаций (релевантность, конфиденциальность, объективность, доступность и четкость, достоверность данных, оперативность и пунктуальность)¹.

Цель проводимых обследований - совершенствование практики распространения статистической информации на основе обеспечения обратной связи с ее пользователями, определения их потребностей в статистической информации на федеральном и региональном уровнях, а в конечном счете улучшение качества статистических данных и повышение доверия к официальной статистике.

Национальные статистические службы в настоящее время активно используют разнообразные методические подходы при проведении обследований для оценки удовлетворенности различных групп потребителей предоставляемой статистической информацией (о зарубежном опыте проведения соответствующих обследований см. в следующей статье данного раздела).

По результатам анализа зарубежного опыта были выбраны несколько стран с наиболее апробированными на практике подходами к оценке удовлетворенности пользователей различными аспектами результатов деятельности статистических служб и уровня доверия к ним. Так, было принято решение использовать как опыт стран, ориентированных на оценку уровня удовлетворенности пользователей услугами и деятельности статистических служб (прежде всего методы, разработанные шведской статистической организацией), так и специальные подходы, предназначенные для оценки уровня доверия к статистической системе (в этом направлении наиболее интересные результаты получены статистическим офисом Великобритании).

Методические и организационные основы проведения обследований удовлетворенности пользователей статистической информацией и деятельностью органов государственной статистики, а также предложения по построению индекса удовлетворенности и индекса доверия пользователей были разработаны специалистами Института статистических исследований и экономики знаний Государственного университета Высшей школы экономики.

¹ Giovannini E. Understanding Economic Statistics. An OECD Perspective. OECD, 2008.

При разработке инструментария российских обследований (оцениваемые параметры качества, формулировки вопросов и др.) принималась во внимание также национальная специфика. В этих целях был проведен контент-анализ различных отечественных публикаций, характеризующих деятельность органов государственной статистики и публикуемую ими информацию.

Инструментарий обследований предполагает комплексное изучение различных сторон деятельности статистической службы и различных характеристик получаемой статистической информации. При этом одновременно оценивается как уровень удовлетворенности предоставляемой информацией и услугами, так и уровень доверия к ее производителю.

В обследованиях определяется степень использования респондентами в своей профессиональной деятельности статистических данных по различным предметным областям (рынок труда, уровень жизни населения, демография, социальная сфера, цены и тарифы, экономика, охрана окружающей среды).

Статистические данные оцениваются по таким параметрам, как актуальность данных и их надежность, детализированность данных и оперативность выхода, периодичность представления и сопоставимость во времени. Изучаются также такие аспекты статистических данных, как легкость чтения и понимания материалов, наличие методических комментариев, графического представления информации, легкость ее дальнейшего использования.

Респонденты дают оценку различным каналам распространения статистической информации (Web-сайт, получение данных по электронной почте, по телефону, коммерческие заказы статистической информации по запросам клиентов). В специальном блоке вопросов рассматриваются профессиональные качества сотрудников службы, отвечающих за распространение статистической информации (добросовестность, их компетентность), соответствие продукции заказу, сроки его выполнения и др.

Для изучения доверия пользователей к публикуемым статистическим данным выделяется группа важнейших показателей. К ним относятся: уровень безработицы, численность населения, денежные доходы населения, темпы инфляции, темпы роста валового внутреннего продукта. Применительно к каждому из отобранных показателей респондент отвечает на вопрос о том, насколько опубликованные значения позволяют судить о реальной ситуации в соответствующих областях.

Обобщающая оценка деятельности статистической службы предлагается в заключительном разделе анкеты. В этих целях респонденту предлагается согласиться или не согласиться со следующими утверждениями: статистическая служба предлагает информацию хоро-

шего качества; статистическая информация отражает наиболее заметные социально-экономические явления, статистическая служба представляет беспристрастные данные. В заключение предлагается вопрос, характеризующий общий уровень удовлетворенности деятельностью статистической службы.

При ответах на вопросы анкеты применяются единые шкалы от 1 до 10, где 1 соответствует наихудшей оценке, а 10 - самой высокой оценке.

Перечисленные вопросы анкеты используются для построения индекса удовлетворенности и индекса доверия пользователей. При построении этих индексов применяется набор частных индексов. Каждый из частных индексов в свою очередь конструируется непосредственно на основе исходных индикаторов, соответствующих вопросам анкеты.

Для построения индекса удовлетворенности пользователей используются восемь частных индексов (в скобках указано количество исходных индикаторов, используемых при их построении): оценка качества статистической информации (6 исходных индикаторов); оценка качества представления статистических данных (6 индикаторов); оценка информации, размещенной на сайте (4 индикатора); оценка обслуживания клиентов, получающих информацию по электронной почте и телефону (4 индикатора); оценка сотрудников статистической службы (5 индикаторов); оценка доверия к важнейшим статистическим показателям, публикуемым статистической службой (5 индикаторов); общая оценка статистической службы (3 индикатора); средний балл для общей удовлетворенности статистической службой.

Например, для определения индекса качества статистической информации используются шесть исходных индикаторов, которым соответствуют вопросы анкеты, характеризующие: актуальность данных, их надежность, детализированность данных, оперативность их выхода, периодичность представления данных, сопоставимость во времени различных данных. При построении частных индексов применяются равные веса.

В формировании индекса доверия пользователей участвуют три исходных индекса, отражающих оценку качества статистической информации, оценку доверия к важнейшим статистическим показателям и общую оценку статистической службы.

В алгоритме расчета индексов удовлетворенности и доверия пользователей применяются весовые коэффициенты, определенные на основе экспертных оценок. При построении индекса удовлетворенности пользователей используются равные веса. При определении индекса доверия применяется вес 0,5 для индикатора, характеризующего уровень доверия к важнейшим показателям, а два других частных индикатора входят с весом 0,25. Каждый сводный ин-

Таблица 1

**Расчет индекса удовлетворенности пользователей
официальной статистической информацией**

Показатель	Значение показателя
Средняя оценка качества статистической информации	7,24
Средняя оценка качества представления статистических данных	7,40
Средняя оценка информации, размещенной на сайте статистической службы	7,04
Средняя оценка обслуживания клиентов, получающих информацию по электронной почте и телефону	7,82
Средняя оценка работы сотрудников статистической службы	8,42
Средняя оценка доверия к важнейшим статистическим показателям, публикуемым Росстатом	6,84
Средний балл для общей оценки статистической службы	7,19
Средний балл для оценки деятельности Росстата в целом	6,92
Индекс удовлетворенности пользователя	7,36
Индекс доверия пользователей	7,03

декс рассчитывается как среднее арифметическое значение индивидуальных индексов респондентов.

Индексы удовлетворенности и доверия пользователей определяются на основе национальных обследований пользователей статистической продукции и услуг по выборке, репрезентирующей их все важнейшие группы.

Обследование пользователей статистической информации предполагается проводить с регулярностью один раз в год во всех федеральных округах. Обследование организуется независимой научно-исследовательской организацией социологического профиля, отбираемой на конкурсной основе.

В 2008 г. в первом национальном обследовании приняли участие около 900 респондентов: представители органов исполнительной власти различных уровней, бизнеса, научно-исследовательских организаций и средств массовой информации. Обследование было выполнено компанией «Ромир-мониторинг». Для обследования были отобраны группы пользователей, которые в своей деятельности используют официальную статистическую информацию, характеризующую различные аспекты (экономический, демографический, социальный) жизни общества.

Данное обследование было проведено в шести центрах федеральных округов Российской Федерации: Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Новосибирске.

Полевой этап проводился в октябре-ноябре 2008 г. Сбор информации осуществлялся с использованием методов телефонного интервью, самозаполнения анкет и личного интервью. Анкета состояла из 20 вопросов, на ее заполнение уходило около 30 минут.

На основе полученной информации были рассчитаны индекс удовлетворенности и индекс доверия пользователей к официальной статистической информации за 2008 г. В таблице 1 представлены результаты расчетов этих индексов и их составляющих компонентов.

Согласно полученным результатам, индекс удовлетворенности пользователей составил 7,36 и индекс доверия пользователей - 7,03 (1 - соответствует минимальному значению и 10 - максимальному уровню), что свидетельствует о достаточно высоком уровне доверия к официальной статистической информации и органам государственной статистики.

Наибольшие значения индекса удовлетворенности пользователей характерны для представителей федеральной и муниципальной власти (7,41 и 7,49 соответственно). Наименьшие значения индекса удовлетворенности характерны для представителей научных организаций (7,21).

Наиболее высокие оценки получили такие аспекты, как работа сотрудников статистической службы (8,42), уровень обслуживания с использованием

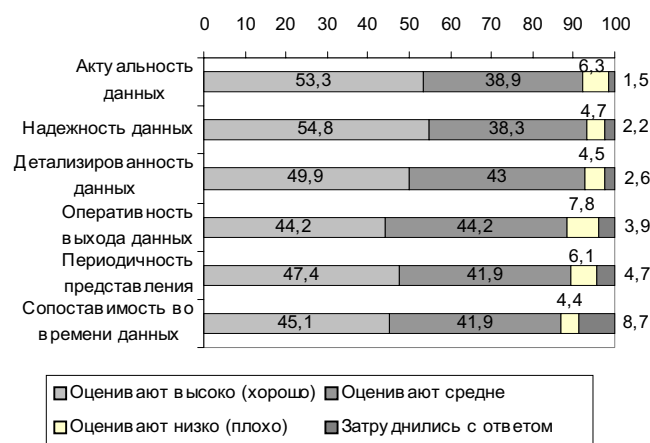
электронной почты и по телефону (7,82) и качество представления статистических данных (7,40). Наиболее низкие оценки характерны для уровня доверия к ключевым показателям (6,84) и информации, размещенной на сайте статистической службы (7,04). Общая оценка качества статистической информации (7,24) близка к среднему уровню удовлетворенности.

Наиболее высокими оказались оценки работы сотрудников статистической службы и качества обслуживания у представителей органов исполнительной власти. Хуже оценивают работу сотрудников статистических служб и качество обслуживания представители научных организаций и средств массовой информации.

Все категории пользователей примерно одинаково оценили качество всей статистической информации по сравнению с оценкой информации, размещенной на сайте. Наиболее критичными при оценке качества информации были представители научных организаций и региональных органов власти. Информацией, размещенной на сайте Росстата, менее всего удовлетворены представители научных организаций и муниципальной власти; наиболее высокой была оценка пользователей, работающих в федеральных органах власти и СМИ. Оценки различных параметров качества данных приведены на рис. 1.

Наиболее высокие оценки получили такие параметры, как надежность и актуальность данных. Более половины респондентов высоко оценивают указанные параметры, а еще около 40% - достаточно позитивно. Далее по степени убывания идут следующие характеристики: детализированность данных и периодичность представления данных. Наиболее критично

оценивается оперативность выхода статистических данных.



Примечание: предполагается, что «Оценивают низко (плохо)» те, кто дал оценку от 1 до 3 (из десяти); «Оценивают средне» - от 4 до 7; «Оценивают высоко (хорошо)» - от 8 до 10.

Рис. 1. Сводная диаграмма оценки различных параметров качества статистических данных, предоставляемых Росстатом

Сводные оценки различных параметров качества данных, предлагаемые разными группами пользователей, приведены на рис. 2.

Оперативность выхода данных получила минимальный средний балл из всех оцениваемых параметров (6,97). Представители региональной власти оценили данный параметр ниже среднего уровня по выборке (6,39), в то время как наиболее высокая оценка данного параметра наблюдается среди представителей

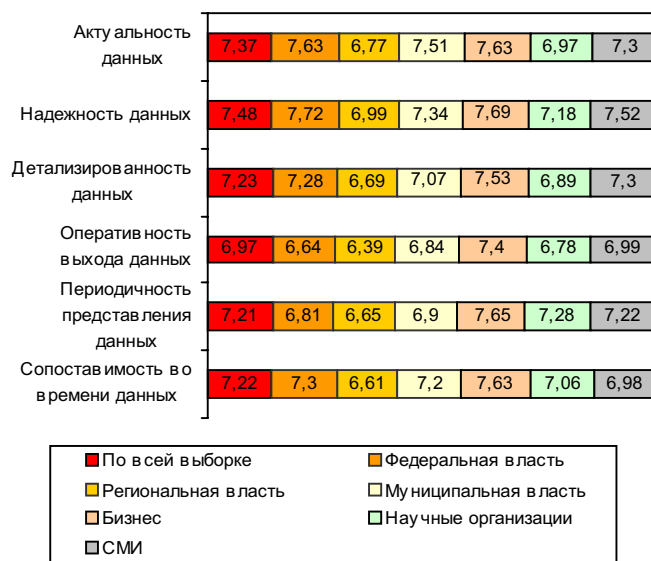
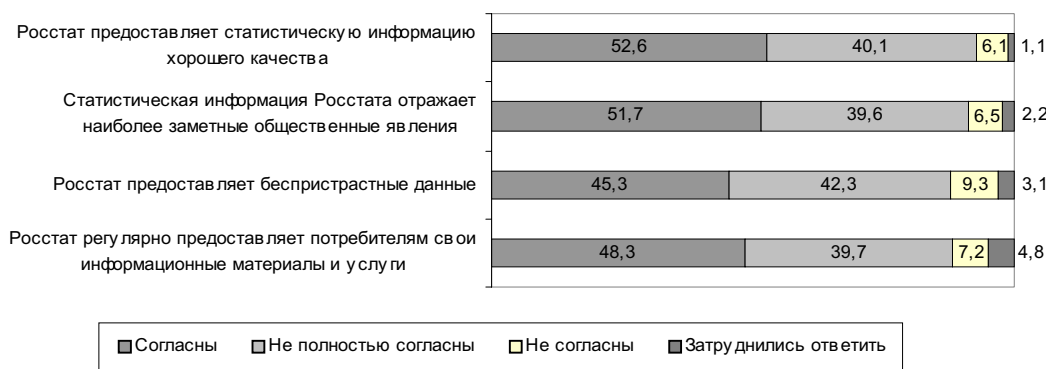


Рис. 2. Сводная диаграмма средних оценок параметров качества данных различными целевыми группами

бизнес-структур (7,4). Наиболее высокую среднюю оценку получил такой параметр качества информации, как надежность данных (в целом по выборке 7,48 балла). По другим параметрам качества данных наблюдаются достаточно близкие оценки у представителей различных групп пользователей.

С целью выявления общего мнения потребителей статистических услуг о Росстате им было предложено несколько утверждений. Уровень согласия или несогласия с ними респондентов является показателем общего отношения пользователей к Федеральной службе государственной статистики (см. рис. 3).



Примечание: здесь и далее при анализе считалось, что «Не согласны» те, кто дал оценку от 1 до 3 (из десяти); «Не полностью согласны» - оценка от 4 до 7; «Согласны» - оценка от 8 до 10.

Рис. 3. Согласие с утверждениями о деятельности Росстата

С утверждением о том, что Росстат предоставляет статистическую информацию хорошего качества, согласилось более половины опрошенных (53%), частично согласны с данным утверждением 40% и лишь 6% выразили свое несогласие.

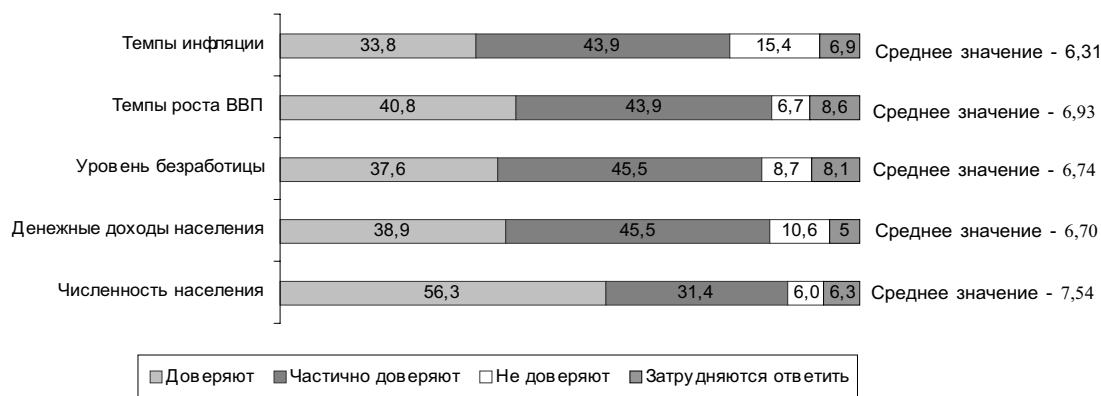
Более половины респондентов согласны с тем, что предоставляемые статистические данные отражают наиболее заметные тенденции в обществе; не согласны с таким утверждением только 7% участников исследования.

Чуть меньше половины респондентов считают, что Росстат предоставляет беспристрастные данные; примерно столько же отмечают, что Росстат регулярно предоставляет потребителям свои информационные материалы и услуги.

В целом деятельностью Росстата довольны более трети респондентов (38%), чуть более половины опрошенных довольны ею частично (52%). И лишь небольшая часть респондентов сказали о своей неудов-

летворенности деятельностью Росстата (5%), а остальные затруднились с ответом. Наиболее высокий средний балл удовлетворенности деятельностью Росстата в целом у представителей федеральной власти (7,26), а наименьший - у представителей бизнеса (6,70).

Индекс доверия пользователей по результатам обследования за 2008 г. составил 7,03. Рис. 4 иллюстрирует, как меняется уровень доверия к основным статистическим показателям.



Примечание: здесь и далее при анализе считалось, что «Не доверяют» те, кто дал оценку от 1 до 3 (из десяти); «Частично доверяют» - оценка от 4 до 7; «Доверяют» - оценка от 8 до 10.

Рис. 4. Доверие к основным статистическим показателям

Наибольшую степень доверия респонденты испытывают к статистическим данным о численности населения. Значение этого индекса составляет 7,54. Более половины опрошенных доверяют этим данным, а еще треть респондентов частично доверяют. Далее следуют темпы роста валового внутреннего продукта (6,93), денежные доходы населения (6,74) и уровень безработицы (6,70). Меньше всего доверия у респондентов вызывает информация об уровне инфляции (6,31). Доверяет ей только треть (34%), в то время как не доверяют 15%, а остальные доверяют лишь частично.

Полученные результаты свидетельствуют о достаточно высоком уровне удовлетворенности и доверия пользователей к официальной статистической информации, о позитивной оценке различных сторон деятельности статистической службы, прежде всего его сотрудников, и предлагаемых услуг.

При этом следует учитывать, что обследование пользователей в 2008 г. проводилось в условиях, когда уже в достаточно сильной мере начали проявляться кризисные процессы в российской экономике. В подобной ситуации естественно ожидать более критичных оценок деятельности всех органов государственной власти и снижения уровня доверия к государственной статистике в частности.

По результатам обследования были также подготовлены предложения по улучшению практики предоставления информации на федеральном, региональном и муниципальном уровнях и взаимодействия органов государственной статистики с различными ка-

тегориями пользователей в условиях административной реформы.

Опыт проведения обследования в целом свидетельствует об эффективности предложенных методических решений и возможности их использования для оценки различных сторон деятельности статистической службы. Разработанный инструментарий позволяет решать поставленные задачи - оценивать потребность и уровень удовлетворенности статистическими данными у различных категорий пользователей, определять степень их доверия к официальной статистической информации. Полученная информация и накопленный методический опыт будут использованы для дальнейшего развития системы обследований удовлетворенности пользователей деятельностью Росстата и качеством статистической информации.

Таким образом, в результате проделанной работы созданы предпосылки для регулярного проведения общероссийских обследований удовлетворенности пользователей статистической информации по репрезентативной национальной выборке. Ключевая задача - это обеспечение сопоставимости обследуемых групп респондентов для того, чтобы имелась возможность проводить сравнение индексов в динамике. При данных условиях станет возможным получение надежных и сопоставимых оценок важнейших индикаторов результативности деятельности Федеральной службы государственной статистики - темпов роста индекса удовлетворенности и индекса доверия пользователей.

ОЦЕНКА УРОВНЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ И ДОВЕРИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТАТИСТИЧЕСКИХ СЛУЖБ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

И.В. Колосницын, канд. экон. наук,

Бюро экономического анализа,

С.А. Шашнов, канд. филос. наук,

Институт статистических исследований и экономики знаний ГУ-ВШЭ

В докладе «О результатах и основных направлениях деятельности Федеральной службы государственной статистики на 2008-2010 гг.» стратегической целью Росстата названо обеспечение всех групп пользователей «полной, достоверной и своевременной статистической информацией о социальном, экономическом, демографическом и экологическом положении страны». В этих условиях важнейшим сопряженным показателем деятельности статистической службы становится оценка качества статистической информации пользователями, выражающаяся в их удовлетворенности этой информацией и в уровне доверия к производителю информации.

Общие подходы к оценке качества статистических услуг

В настоящее время имеется значительный опыт проведения различных специализированных обследований, предназначенных для сбора информации, позволяющей оценить эффективность предоставления услуг в государственном секторе. Исходя из представления о том, что статистика является одной из разновидностей бюджетных услуг (именно эта концепция реализуется в отечественной практике в «Докладах об основных направлениях и результатах деятельности субъектов бюджетного планирования»), можно руководствоваться общими принципами проведения специализированных обследований для бюджетных услуг.

Обследования по предоставлению услуг (Service Delivery Surveys) распространены во многих странах - членах ОЭСР. Для оценки эффективности предоставления услуг используются, в частности, обследования для оценки удовлетворенности потребителей (Customer Satisfaction Surveys). В таких странах, как Австралия, США, Великобритания, Канада, Новая Зеландия, подобные обследования проводились для оценки программы реформ государственной службы. Например, в Австралии оценивалась программа десятилетия реформ - на основе репрезентативной для страны выборки проводилось обследование потребителей услуг, предоставляемых организациями государственного сектора, для оценки последствий реформ.

Международный опыт показывает, что обследования такого рода позволяют правительственным депар-

таментам и агентствам идентифицировать группу своих потребителей, уточнить цели работы, определить индикаторы результативности, создать автоматизированную информационную систему для оценки эффективности работы.

Результаты исследований в области изучения удовлетворенности потребителей государственными услугами свидетельствуют о необходимости выполнения при их организации следующих требований:

- нужно достаточно точно определить ожидания клиента, так как они являются важным элементом общего восприятия услуги;
- для идентификации основных недостатков в качестве услуг следует выявить ограниченное число проблемных областей (например, времени ожидания ответа на запрос), где возникает разрыв между ожиданиями клиента и реальным режимом предоставления услуги;
- целесообразно попросить респондентов проранжировать их представления об относительной важности отдельных факторов, влияющих на качество предоставления услуги, а также самому наметить способы улучшения качества предоставляемых услуг;
- необходимо предоставить респонденту возможность оценить общий уровень своего удовлетворения от полученной услуги.

Национальные статистические службы активно используют разнообразные методические подходы для оценки удовлетворенности различных групп потребителей статистической информации (пользователей). Среди этих групп в обследованиях выделяют пользователей, представляющих государственный сектор, СМИ, научно-исследовательские организации, население - широкую общественность, бизнес-сообщество, международные организации. Многие национальные статистические службы придерживаются подобной классификации по потребителям. Вместе с тем в некоторых случаях в качестве основания классификации используется типология используемых статистических услуг, способы получения статистической информации, направления использования статистических данных. Так, в Швеции всех потребителей разбивают на три группы - пользователи официальной статистики, коммерческие клиенты (оплачивающие услуги статистической службы), широкая общественность. Неко-

торые статистические службы выделяют «ключевых пользователей» - к ним относятся государственные органы, министерства, СМИ, исследователи, представители бизнеса.

В мировой практике учитывается то обстоятельство, что продукт статистической деятельности - статистическая информация - носит диверсифицированный характер. В качестве общественного блага официальная статистика формирует информационную инфраструктуру для демократических обществ и поддержки процедуры принятия решений в них. В терминах экономики общественных благ, они не могут быть изъяты у одного потребителя без одновременного изъятия у всех других потребителей (свойство неисключаемости), и раз уж блага произведены, предельные издержки на потребление каждым дополнительным потребителем равны нулю (неконкурентное потребление). В таких условиях функция производства общественных благ не может быть сопряжена с извлечением прибыли, что в полной мере относится и к статистическому производству.

В качестве частного блага статистика может выходить на свободный информационный рынок как любой другой товар. Помимо формирования информационной инфраструктуры, доступной для всех граждан, национальные статистические службы проводят и «заказные» работы для индивидуальных потребителей; в этих случаях принципы производства общественных благ не действуют. Производя анализ по заказам индивидуальных потребителей, статистические службы выполняют те же функции, что и другие производители информации в частном секторе.

Таким образом, принципиальные сложности возникают из-за того, что официальной статистике приходится удовлетворять как общественный спрос, так и частный спрос со стороны конкретных коммерческих пользователей.

Статистикой как общественным благом пользуется общество в целом (государство) и все граждане, четко не формулирующие свои потребности. Особенности такого спроса на статистическую продукцию - его долгосрочный характер, определяемый не только самими гражданами, но и их политическими представителями, что отражается в законах и положениях о статистической деятельности. Инфраструктура, продукция и программа работ формируются в ходе сложного социально-политического диалога, в котором далеко не все параметры фиксируются в явной форме.

Напротив, потребители частных благ ведут себя так же, как в частном секторе. Они заключают краткосрочные контракты на получение информации, в которых отражаются сроки и финансовые условия предоставления информации. Спрос и ожидания индивидуальных пользователей определяются в ходе прямого диалога.

Диверсификация пользователей - не единственное обстоятельство, определяющее сложный характер взаимодействия производителей и пользователей статистической продукции. В поиске оптимального решения по взаимодействию с пользователями можно выделить четыре принципиальных этапа.

1. Производитель и потребитель должны договориться о системе статистических работ. При этом следует определить основные характеристики статистического продукта - качественные характеристики, такие, как своевременность, точность, сопоставимость и др., организационную структуру, методы и программу сбора статистической информации и ее приемлемость в целом. В процессе переговоров потребители и производители соглашаются о сбалансированном решении, соответствующем потребностям пользователей и ограничениям, существующим у производителей (бюджетным ограничениям, наличному персоналу и другим внешним условиям).

2. Производитель осуществляет «запуск» согласованной статистической системы. Этот шаг производится в недрах статистической службы и происходит независимо от пользователей. Вместе с тем процесс производства статистической информации в рамках статистической службы должен быть прозрачным - пользователи должны иметь доступ к стандартам качества, а статистическая служба должна быть открыта для сертификации, подтверждающей соблюдение этих стандартов.

3. Исходный материал (цифры) перерабатывается в готовую к использованию статистическую продукцию. Почти во всех случаях исходные данные нуждаются в интерпретации для пользователей, и национальные статистические службы должны выполнить, по меньшей мере, два условия: предоставить метаданные для производимых ими данных, а также связать и сопоставить произведенные ими данные с данными из других источников.

4. Статистическая информация используется потребителем в различных целях.

Обеспечение качества статистической информации и его индикаторы

В рамках переговоров между производителем и потребителем статистических данных определяется приемлемое для обеих сторон качество статистической информации.

Среди различных аспектов качества статистической продукции можно выделить:

- релевантность статистической системы (насколько она позволяет реализовать требования потребителей с учетом финансовых и методических ограничений);
- качество данных, реализуемых рабочей системой (уровень качества, приемлемый для пользователей);

- качество использования рабочей системы (в какой мере статистическая служба реализует исходное соглашение с пользователями);

- интерпретация статистических данных для пользователей (насколько интерпретация позволяет пользователям получить данные, которых они могут ожидать на основе ранее принятых соглашений).

К стандартным индикаторам качества статистической информации, принятым в статистической практике, относятся точность и пунктуальность при выпуске различной статистической информации, доступность и ясность данных, сопоставимость данных во времени и в пространстве, к примеру, наличие достаточно продолжительных временных рядов (см., например, [6], [8]).

Точность применительно к статистическим данным означает близость расчетных значений к точным или подлинным значениям переменных. При этом выделяют ошибки двух видов, которые могут повлиять на точность результатов, - ошибки выборки и прочие ошибки.

Пунктуальность - это временной лаг между выпуском данных и той датой, когда эти данные должны быть выпущены (определенные, например, в официальном календаре статистических публикаций).

Доступность - это физические условия доступа к данным у потребителей, учитывающие время выполнения заказов, четкую ценовую политику, наличие микро- и макроданных, разных форматов и т. д.

Ясность данных - наличие необходимых метаданных, графической информации, карт, информации о качестве данных, наличии дополнительной поддержки пользователей со стороны статистической службы.

При ориентации на удовлетворенность пользователей следует прежде всего учитывать, что конструируемые статистические концепции должны удовлетворять потребностям пользователей. Нормативные требования к процессу производства статистических данных должны исключить возникновение ситуаций, когда оперативности придается большее значение, чем точности результатов. Производители данных также обязаны дать потребителям точные инструкции, позволяющие правильно проинтерпретировать данные.

Для эффективной организации диалога производителя и пользователей данных ключевыми являются два этапа.

Во-первых, необходимо четко определить потребности пользователей для их надлежащей интеграции в процесс производства статистической информации. На практике приходится прежде всего ориентироваться на учет потребностей ключевых пользователей. Кроме того, приходится учитывать и будущие потребности пользователей. Следует постоянно учитывать и наличные ресурсы для производства статистических дан-

ных, имея в виду, что более высокий уровень качества данных предполагает и наличие более значительных ресурсов.

Во-вторых, необходимо вести соответствующий контроль за степенью удовлетворенности пользователей. Специальные регулярные обследования помогут квантифицировать определенные элементы обратной связи с пользователями. Вместе с тем подобные обследования должны сочетаться с углубленными интервью с пользователями и рассмотрением качества статистических данных на статистическом совете или в других подобных организациях.

В европейской практике выделяют следующие инструменты, позволяющие наладить контакты с пользователями:

1. Статистические советы, организации, в которых эксперты обсуждают вопросы, внешние по отношению к статистическому сообществу;

2. Группы, объединяющие производителей и пользователей информации, например подкомитеты статистических советов, которые решают специфические задачи в отдельных областях статистики;

3. Обследования потребителей, предназначенные для анализа крупных групп пользователей;

4. Формализованные соглашения между статистическими службами и основными пользователями статистических данных (например, соглашения на уровне государственных служб в Великобритании);

5. Специальные исследования об использовании статистических данных в социальных науках;

6. Маркетинговые концепции, интегрирующие использование другого инструментария;

7. Партнерское сотрудничество в социальных науках и экономике, маркетинговые исследования.

При организации диалога с пользователями следует иметь в виду, что статистики часто ожидают, что пользователи должны быть «избыточно» образованы. Они не в состоянии упростить представляемую им информацию, приведя ее в соответствие с ожиданиями пользователей в определенных областях. Чрезмерное использование статистических данных в СМИ, управлении и госсекторе сочетается с безграмотной интерпретацией данных. Пользователи должны четко представлять границы возможного использования предоставляемых им статистических данных. Для обучения пользователей предназначены семинары, встречи для обсуждения потребностей ключевых пользователей, специальные пресс-конференции для более полного освещения информации и road shows для объяснения статистических данных на региональном уровне; более подробно опыт в этой области национальных статистических служб описан в следующем разделе.

Долгосрочные взаимоотношения между производителями и пользователями статистической информации определяются рядом институциональных и куль-

Таблица

**Типы обследований удовлетворенности потребителей,
осуществляемых национальными
статистическими службами**

Тип 1	Общие (традиционные) обследования удовлетворенности, частично стандартизованный вопросник, предназначенный для опроса постоянных клиентов/пользователей статистических продуктов и услуг (включая обследования, измеряющие удовлетворенность с помощью структурной модели)
Тип 2	Обследования для оценки уровня доверия пользователей (индивидуальные потребители, широкая общественность - социологические обследования, анализ публикаций в СМИ), «Имиджевые обследования»
Тип 3	Регистрация клиентов/пользователей (контакты, вопросы, жалобы) по телефону, факсу и электронной почте
Тип 4	Качественные интервью (очные или почтовые и по электронной почте)
Тип 5	Вопросники, включенные в печатные публикации (сбор данных об уровне удовлетворенности пользователей для отдельной публикации)
Тип 6	Вопросники, размещенные в Интернете для Интернет-пользователей
Тип 7	Специальные вопросники для получателей пресс-релизов (по почте и электронной почте для сбора информации об уровне удовлетворенности пользователями пресс-релизов)
Тип 8	Специальные вопросники для участников пресс-конференций, экспертных встреч, учебных курсов, проводимых статслужбами (анкеты распространяются во время встреч для оценки уровня удовлетворенности соответствующими мероприятиями)
Тип 9	Специальные вопросники для пользователей соответствующих банков данных (по почте, по электронной почте, непосредственно размещаются на сайте для сбора информации об оценке пользователями банков данных)
Тип 10	Специальные вопросники для пользователей «магазинов» статданных и библиотек (распространяются непосредственно в точках продаж и библиотеках для оценки удовлетворенности обслуживанием и ассортиментом)
Тип 11	Специальные обследования, сфокусированные на коммерческих клиентах (адреса и информация на основе «статистики продаж»)

турных факторов. Среди них можно выделить:

- доминирующую культуру (методику, национальные счета, интеграцию общества, социальные привычки, каналы распространения информации - каким видится адресат статистики - пользователем, гражданином или клиентом);
- отдельные части и компоненты статистической методологии - как распределены обязанности между методологами и специалистами на местах;
- оценку и адаптацию общественных ожиданий - распространение данных, контракты, статистический совет, роль академических исследований в экономике и социальных науках;
- особенности профессии статистика: обучение, мобильность, перспективы;
- централизацию и ее различные аспекты - административный и территориальный;
- оценку международных отношений;
- отношения с рынком;
- методы управления.

Многие национальные статистические службы ведут регистры пользователей статистики, в которых собрана информация о продуктах/услугах, приобретенных пользователями; иногда в регистрах отражаются способы приобретения информации, вид деятельности клиента, частота обращений, общий объем приобретаемой продукции.

На основе специального обследования, проведенного Евростатом в 2004 г., можно сгруппировать типы обследований удовлетворенности потребителей и «имиджевых обследований» статистических служб европейских стран в следующие группы (см. таблицу, а также [2, с. 6]).

В большинстве случаев обследования осуществляются специальным структурным подразделением национальной статистической службы, а в пяти европейских странах (Великобритания, Норвегия, Финляндия, Франция, Швеция) функция проведения обследования полностью или частично выведена на аутсорсинг.

Обследования удовлетворенности

Обследования первого типа (общие обследования) осуществляются в Дании, Германии, Франции, Италии, Люксембурге, Португалии, Швеции и Швейцарии. Обследования могут охватывать всех клиентов или же целевую аудиторию, формируемую в соответствии с объемами приобретения статистических продуктов и услуг, типами приобретаемой продукции, способами получения или приобретения информации. Они проводятся как на сплошной, так и на выборочной основе. Размер выборки может составлять от 30 до 1800 респондентов, а ожидаемый уровень ответов составляет от 25 до 78%. Обследования по большей части включают как продукты, так и услуги. Общие затраты на обследования первого типа варьиру-

ются от 30 тыс. евро в Португалии до 80 тыс. евро в Швейцарии.

Для более подробного знакомства с принципами организации обследований первого типа рассмотрим подробнее опрос, проводимый под эгидой шведской статистической службы. Непосредственно анкетирование проводится независимой социологической службой.

При оценке удовлетворенности пользователей качеством данных, подготавливаемых статистической службой, специалисты шведского статистического агентства пользуются следующей схемой. Предполагается, что в поисках информации пользователь прежде всего обращается к ее Web-сайту. К пользователям относятся как потребители, которые не предполагают выполнить какое-либо исследование и не собираются давать какие-либо задания по сбору информации статистической службе, так и коммерческие потребители - исследователи, представители СМИ и бизнеса.

Второй раз контакт осуществляется по телефону, по почте или по электронной почте. Если и на этот раз

пользователь не смог получить нужной информации, то осуществляется следующий контакт со статистической службой - встреча или обсуждение по телефону с персоналом агентства. В результате обсуждения клиент может обратиться с информационным запросом в статистическую службу. С такими запросами обычно обращаются уже не частные лица, а представители компаний, СМИ, государственных и научно-исследовательских организаций. Запрос, как правило, выполняется на платной основе.

Обследования могут проводиться в целях мониторинга (отслеживание мнений потребителей о качестве услуг, оказанных статистической службой) и сбора информации для повышения удовлетворенности услугами службы. В последнем случае используется подробная анкета, отражающая самые разные аспекты работы статистической службы. Опрос может производиться на Web-сайте, например при передаче выполненного заказа клиенту, или же по случайной выборке, составленной из регистра клиентов.

Последний подход больше всего соответствует принципам выборочного обследования, но для его реализации необходимо иметь подробный и постоянно обновляемый регистр клиентов. В данном случае обычно используется подробная анкета. Среди адресных групп такого опроса - представители СМИ, исследовательских, государственных и коммерческих организаций. Основное внимание уделяется тем группам, мнение которых наиболее существенно для статистической службы.

Можно отметить и недостатки такого подхода. Например, этот вариант по сравнению с опросом на Web-сайте значительно дороже. Кроме того, создание регистра бывает сопряжено с техническими трудностями (необходимость избегать дублирования организаций, отсутствие информации о контактных лицах, если в список включаются компании или организации, и т. п.).

В качестве характерного примера оценки удовлетворенности различными аспектами деятельности статистической службы рассмотрим подход, использованный в Швеции. Каждому из оцениваемых аспектов деятельности соответствует блок вопросов анкеты.

Первый блок вопросов характеризует направления использования респондентом продукции и услуг шведской статистики. По 10-балльной шкале респондент оценивает степень использования данных по отдельным областям статистики: экономическая статистика, статистика труда и образования, статистика населения и благосостояния, статистика окружающей среды и региональная статистика.

Во втором блоке респондент определяет все каналы, по которым он получает продукцию и услуги статистической службы.

Следующие блоки вопросов характеризуют услуги, продукцию и персонал шведской статистической

службы. Первый блок относится к потребительской оценке услуг и продуктов службы. Отдельно оцениваются надежность данных, своевременность, периодичность публикации данных, степень детализированности данных, их сопоставимости во времени, сопоставимости между собой информации различных разделов статистики, степень соответствия содержания статистических материалов потребностям респондентов.

Оценивается также презентационная составляющая статистических данных (легкость чтения и понимания материалов, наличие комментариев и анализа, информация о качестве данных, наличие графических материалов, легкость для дальнейшей адаптации материалов).

Далее оценивается сайт статистической службы. Респондентам, пользовавшимся сайтом, предлагается ответить на вопрос о простоте поиска необходимых данных, сотрудников статистической службы, продуктов и услуг, реализуемых на платной основе, и др. После этого дается общая оценка качества продуктов и услуг статистической службы, представленных на сайте, наличия новой или уточненной статистики, качества статистики.

Респондентам предлагается также оценить качество обслуживания: насколько быстро удалось получить ответ, вежливость персонала, возможность связаться с нужным специалистом, возможность получить ответы на самые простые вопросы.

При оценке персонала учитываются следующие факторы: доброжелательность, компетентность, способность понять запрос клиента, соблюдение договоренностей. Отдельно оцениваются деловые качества: оперативность, пунктуальность, соответствие продукции заказу, реакция на жалобы.

В следующем блоке предлагается дать общую оценку статистической службы: респондент по 10-балльной шкале должен оценить степень согласия со следующими утверждениями:

- статистическая служба производит беспристрастные статистические данные;
- статистическая служба производит статистику хорошего качества;
- статистические данные отражают самые заметные явления в обществе;
- статистическая служба постоянно обновляет статистические данные.

Последние вопросы носят обобщающий характер. Респондента просят дать общую оценку статистической службы как производителя статистики при ответе на вопрос «Насколько Вы удовлетворены статистической службой в целом?». Его также просят сравнить оценку фактического опыта взаимодействия со статистической службой с его ожиданиями. Респондент отвечает и на вопрос о том, насколько далека деятель-

ность службы от представляемого им идеала, затем ему предлагают сравнить данные службы с данными, предоставляемыми другими производителями информации по уровню надежности, доступности, достоверности (предусмотрена шкала оценок от 1 до 10).

Обследования доверия

Обследования второго типа проводятся в странах Северной Европы и в Великобритании.

В *Финляндии* это обследование проводится ежегодно на основе аутсорсинга, поскольку в нем оценивается работа самой статистической службы (Statistics Finland).

Используемый вопросник организован следующим образом. Прежде всего из приведенного списка организаций респондент должен указать, какие организации ему известны. Если респондент выбирает из списка статистическую службу, то он отвечает на вопрос, чем, по его мнению, занимается эта организация. Если респондент не может ответить или явно ошибается, его включают в число тех, кто не знает, чем занимается статистическая служба.

После этого следует набор закрытых вопросов об отношении к статистической службе:

- полезна ли статистическая служба для всего общества, для его части или это бесполезная организация;
- хорошо ли налажено информирование общественности о деятельности статистической службы или же информации недостаточно;
- насколько важной оказывается информация, предоставляемая статистической службой;
- надежна ли информация статистической службы;
- своевременно ли осуществляется выпуск статистических данных;
- насколько беспристрастна информация статистической службы;
- насколько легка статистическая информация для понимания;
- насколько полная информация предоставляется статистической службой в отношении значения отдельных статданных.

В *Швеции* ежегодно проводится опрос общественного мнения о деятельности шведской статистической службы (Statistics Sweden). Следует отметить, что его результаты достаточно стабильны в течение 10 лет (ниже приведены данные за 2005 г.).

В рамках опроса задаются следующие вопросы:

- Насколько важна статистика для общества как основа для принятия решений, исследований и общественных дебатов;
- Если бы Вас спросили, Вы согласились бы сообщить информацию по следующим направлениям:
 - о здоровье;
 - о личных интересах;

- о работе;
- о доходах и расходах;
- о политических взглядах;
- об условиях труда;

- Каждый месяц шведское статистическое агентство публикует данные об изменении цен. Насколько эти данные соответствуют действительности;

- Считаете ли Вы шведское статистическое агентство объективным и беспристрастным;

- Считаете ли Вы, что информация, которую Вы сообщаете о себе, может быть использована неприемлемым для Вас способом;

- Каково Ваше общее отношение к шведскому статистическому агентству.

В *Дании* вопрос о доверии к статистической службе включен в «гражданский опрос», проводимый раз в два года. В рамках этого опроса формируется выборка из граждан старше 16 лет и обследуются их отношение к статистической службе.

В *Великобритании* в перечень показателей для оценки доверия официальной статистике включают:

- данные национальной статистической службы (ONS) об изменениях в стоимости жизни;
- данные национальной статистической службы о численности населения (на основе проводимой раз в 10 лет переписи населения);
- данные национальной статистической службы о численности аудитории Интернет-пользователей;
- данные департамента здравоохранения о численности лиц, находящихся на «листах ожидания» для госпитализации;
- данные департамента транспорта о числе ДТП;
- данные МВД о кражах личного имущества.

Респонденты дают ответ по шкале от 1 до 10 (1 означает «совсем не доверяю», а 10 - «полностью доверяю»). Их оценки обобщаются, и рассчитывается итоговый индекс.

В результате специально проведенного качественного анализа был выделен стандартный набор факторов, влияющих на отношение к официальной статистике. С этой целью проводилось когнитивное тестирование, для которого предварительно было отобрано 11 вариантов ответов:

- 1) Правительство нуждается в точных данных для планирования проводимой им политики;
- 2) Я доверяю организациям - производителям данных;
- 3) Я знаю это из личного опыта;
- 4) Это легко измерить (подсчитать);
- 5) Эти данные явно не соответствуют действительности;
- 6) Правительство публикует только данные, выставляющие его в выгодном свете;
- 7) Правительство фальсифицирует/подтасовывает данные;

8) Я скептически отношусь к статистике и способам сбора данных;

9) Я не понимаю статистических данных;

10) Иное (уточните, что именно);

11) Затрудняюсь ответить.

Специальный блок вопросов предназначен для того, чтобы оценить общее отношение респондентов к официальной статистике. В этих целях предусматривались так называемые «вопросы общего отношения к статистике»:

1) Официальные данные в целом точны;

2) Официальные данные производятся без политического вмешательства;

3) Правительство честно предоставляет официальные данные, когда информирует о своей политике;

4) Официальные данные, публикуемые национальной статистической службой, более достоверны, чем те, что публикуются другими государственными органами.

Разработанная в Великобритании концептуальная модель доверия к официальной статистике отражает, во-первых, качество статистической продукции и используемых методик расчетов, точность данных, уровень профессиональной компетентности статистиков и степень независимости организации - производителя данных и, во-вторых, способ предоставления пользователям статистической информации, включая распространение статистических материалов, их представление и использование.

В рамках обследования пользователей в Великобритании специально изучался вопрос о том, можно ли ограничиться единственной (одномерной) шкалой для оценки доверия к официальной статистике.

В этих целях в обследовании 2004 г. был предусмотрен следующий вопрос: «В целом, верите ли Вы, что официальные статистические данные дают правдивую оценку того, что происходит в Великобритании в наши дни?».

Предусматривалось три возможных варианта ответа на этот вопрос:

- В целом данные дают правдивую картину;

- Иногда картина правдивая, иногда - не слишком правдивая;

- В целом картина далеко не правдивая.

Этот вопрос был ориентирован на то, чтобы получить «усредненный» индикатор доверия к официальной статистике; при этом предполагалось, что респонденты сами смогут определить, какие составляющие доверия к официальной статистике (качество данных или способы их предоставления пользователям) следует учитывать при ответе на поставленный вопрос.

В 2005 г., при подготовке очередного обследования, данный вопрос был исключен из анкеты. На основе проведенных фокус-групп был сделан вывод о том, что различные аспекты доверия к официальной статисти-

ке должны анализироваться независимо друг от друга. Поэтому были предусмотрены вопросы о доверии к определенным видам статистических данных и вопросы, позволяющие выделить отдельные составляющие, из которых и складывается общий уровень доверия к официальной статистической информации.

В обследовании 2005 г. использовались следующие формулировки:

1) Национальная статистическая служба публикует официальные данные об изменении стоимости жизни (эти данные иногда называют темпом инфляции).

Используя шкалу оценок от 0 до 10, где 0 означает «полностью не доверяю», а 10 - «полностью доверяю», оцените, насколько Вы верите в то, что эти данные позволяют судить о реальном темпе инфляции.

Аналогичные вопросы задаются и для других составляющих.

2) Департамент здравоохранения публикует официальные данные о листах ожидания госпитализации. Оцените, насколько эти данные позволяют судить о том, как долго людям придется ожидать своей очереди для лечения в больнице?

3) Департамент транспорта публикует официальные данные о числе ДТП на дорогах Великобритании. Оцените, насколько Вы верите в то, что эти данные дают правдивую картину того, сколько ДТП происходит на дорогах Великобритании?

4) Министерство внутренних дел публикует официальную статистику квартирных краж. Оцените, насколько публикуемые данные позволяют представить подлинную картину, отражающую число происшедших краж?

5) На основе проводимой один раз в 10 лет переписи населения национальная статистическая служба публикует данные о численности населения. Оцените, насколько публикуемые данные позволяют судить о численности населения страны?

6) Национальная статистическая служба публикует данные о численности пользователей Интернета. Оцените, насколько публикуемые данные позволяют оценить подлинную численность людей, пользующихся Интернетом?

Обследования всех остальных типов имеют достаточно узкие цели и поэтому специально не рассматриваются.

Как свидетельствуют приведенные примеры, в зарубежной практике достаточно активно проводятся различные специализированные обследования, предназначенные для сбора информации, позволяющей оценить эффективность и качество предоставляемой статистической информации. Эти обследования дают возможность статистическим службам идентифицировать группу своих потребителей, уточнить цели работы, определить индикаторы результативности, удовлетворенность различными аспектами их деятельности и

уровень доверия к ним в целом. При этом национальные статистические службы активно используют разнообразные методические подходы для оценки удовлетворенности различных групп потребителей статистической информации (пользователей).

В настоящее время в России начата работа по формированию системы обследований, направленных на всестороннее изучение оценки пользователями качества статистической информации. Цель этих обследований - улучшение качества статистических данных и повышение доверия к официальной статистике. Представляется, что эта работа должна основываться на существующих в европейской статистике подходах, использовать как анкеты, ориентированные на оценку уровня удовлетворенности пользователей (прежде всего, разработанные шведской статистической организацией), так и специальные подходы, предназначенные для оценки уровня доверия к статистической системе - в этом направлении самые серьезные результаты получены статистическим офисом Великобритании.

Литература

1. **Brackstone, G.** (1999) Managing Data Quality in a Statistical Agency. *Survey Methodology*, 25, 2, 129-149.
2. **Cassel, C.** et al. State-of the Art regarding planning and carrying out Customer/User Satisfaction Survey in the NSIs. Eurostat, Luxembourg, May, 2003.
3. **Elvers, E.** (1999) Guidelines on Implementation. In Model Quality report in Business Statistics - vol. 4, (eds. Davies, P. and Smith, P.), UK Office for National Statistics, London.
4. European Central Bank (2001) Trade off between Timeliness and Accuracy.
5. Eurostat (1996) Manual on Disclosure Control Methods. Eurostat, Luxembourg.
6. Eurostat (1999) Quality Work and Quality Assurance Within Statistics. Eurostat, Luxembourg.
7. Eurostat (2002) Quality in the European Statistical System - the Way forward. Eurostat, Luxembourg.
8. Eurostat (2003) State of the Art regarding planning and carrying out Customer/User Satisfaction Survey in National Statistical Institutes. Final Report, Eurostat, Luxembourg.
9. **Giovannini E.** Understanding Economic Statistics. An OECD Perspective. OECD, 2008.
10. **Goddard E.** (2001) Public Confidence in Official Statistics. UK Office for National Statistics, London.
11. **Goddard E.** (2005) Public Confidence in Official Statistics: ONS Omnibus Survey, March. UK Office for National Statistics, London.
12. **Hall M., Gamfcho F., Dugan E., Balkrishman R.** (2002) Trust in Medical Profession: conceptual and measurement Issues. *Health services Research*, Vol. 37, p. 1419-1439.
13. **Johanis P.,** (2002) Assessing the Quality of Metadata, Paper presented at UNECE-CES work session on Statistical Metadata, Luxembourg, March 6-8, 2002.
14. **Jones F., Jones A.** (2005) Public Confidence in Official Statistics: An analysis based on data collection in National Statistics Omnibus Survey, UK Office for National Statistics, London.
15. **Kelly M.** (2005) Public Confidence in British Official National Statistics. UK Office for National Statistics, London.
16. **Lyberg L.,** et al. Survey measurement and process quality. John Wiley and Sons, N.Y.
17. OECD (2002). Quality Framework for OECD Statistics. OECD. Paris.
18. **Sorrell M.** (2005) International Awareness: Public Confidence In Official statistics UK Office for National Statistics, London.
19. Statistics Canada. (1998) Quality Guidelines.
20. Statistics Finland. Quality Guidelines for Official Statistics. Handbook.
21. Statistics Sweden. (1997) Customer Studies at Statistics Sweden.
22. **Wilmot A.** et al. (2005) Public Confidence in Official Statistics. UK Office for National Statistics, London.