

ár- és minőségmutatóit. A fogyasztói magatartás statisztikai vizsgálatakor ellenőrizték azt a feltételezést, miszerint az online értékesítésre a következő független változók vannak hatással: a csillagok száma, a brand vagy a hálózathoz tartozás, az észlelt ár és minőség indexei. A függő változót a hotelről adott értékelések és a szobák számának aránya alapján állították fel.

Az óriási adatmennyiség statisztikai elemzésekor bebizonyosodott, hogy az ügyfelek kedvezőben értékelik az online rendelt szálláshelyeket. Az online szállásfoglalók döntéshozatalában a többi vendég értékelése jelentősebb tényező volt, mint a csillagok száma, a brand és szállodai szobák száma.

Feltételezhetően a modellben felállított észlelt ár- és értékindexek általános megfogalmazásai használhatók lesznek az elektronikus kereskedelem más szegmenseinek vizsgálatában is.

**TÁRGYSZAVAK:** elektronikus kereskedelem, szállodaipar, fogyasztói magatartás, észlelt fogyasztói érték, regresszióanalízis

BEDECS ÉVA

## Általános kérdések

128/2016

### **Az internet hatása politikai válság idején. Az online hírfogyasztás hatása az Európai Unióval szembeni attitűdökre**

Leonardo Baccini – Laura Sudulich – Matthew Wall: Internet effects in times of political crisis. Online newsgathering and attitudes toward the European Union

*Public Opinion Quarterly*, 2016. március 11.

URL: <http://poq.oxfordjournals.org/content/early/2016/03/11/poq.nfv055.abstract>

DOI: [10.1093/poq/nfv055](https://doi.org/10.1093/poq/nfv055)

A kutatókat régóta foglalkoztatja az a kérdés, hogy vajon a médiafogyasztás mennyire befolyásolja a közvéleményt. A témának egy fontos szelete a politikai véleményformálás, vagyis, hogy a válaszadók politikai attitűdjét képes-e befolyásolni az online média, és ha igen, milyen mértékben. A kérdéskör azért is fontos, mivel az internetpenetráció napról napra egyre dinamikusabban növekszik. A szerző-trió az ír lakosság körében vizsgálta meg azt, hogy az online politikai hírfogyasztás mennyire befolyásolja az Európai Unióval szembeni ellenattitűdöket.

Vizsgálatuk során a 2011-es ír választáskutatás (2011 Irish National Election Study) és az EU válságkezelő gazdasági csomagjával kapcsolatos népszavazáshoz (European Fiscal Compact Referendum) kapcsolódó véleménykutatás adatait elemezték. Az adatok fúziójával több aspektusból tudták vizsgálni a jelenséget; a felmérések kitértek a választói viselkedésekre, a hazai és nemzetközi politikai szereplőkkel kapcsolatos attitűdökre, az online médiafogyasztásra, azokon belül a weboldalak fajtáinak vizsgálatára is lehetőség nyílt. Az elemzés egyik érdekessége a válaszadók geo-adatai alapján történő „szélessávú lefedettség” változó bevezetése volt, amely az eredmények alapján nagyban korrelált az online politikai hírek fogyasztásával.

A 2011-es választáskutatás adatai alapján azt találták a kutatók, hogy az online politikai hírfogyasztás nagyban befolyásolja a szavazók Európai Unióval kapcsolatos hozzáállását. Azon polgárok körében ugyanis, akik negatívan viszonyultak az Unióhoz, nagyban kimutatható az online sajtófogyasztás negatív hatása. Mindemellett az internetes sajtó-

nek nem sikerül növelni az EU szimpatizánsok pozitív hangulatát, viszont negatív hírek sem befolyásolják őket. Ez természetesen lehet azért is, mivel a negatív sajtóhíreknek nagyobb a nézettsége, de nem szabad szem előtt téveszteni azt sem, hogy a 2011-es választás a válság idején történt, amikor a közhangulat amúgy is rossz volt, és feltételezhető, hogy a pozitív hírek sem javíthaták rajta. Összegezve tehát az online politikai hírfogyasztók átlagosan sokkal nagyobb ellenérzést tanúsítottak az Európai Unióval szemben, mint azok, akik nem online portálokról szerzik a közéleti információkat.

Érdeemes azt is megvizsgálni, hogy milyen típusú médiumok fogyasztói feleltethetőek meg a fent részletezett trendeknek. Az említett népszavazás-vizsgálat során az online médiumokról szélesebb körben álltak rendelkezésre információk, ezért azok csoportosítására is lehetőség nyílt. Két fajta hírforrás hatását sikerült megvizsgálniuk a kutatóknak, az első a népszavazási bizottság weboldala volt (Referendum Commission Website), a másik pedig különféle blogok és fórumok voltak, amelyek politikai témákkal foglalkoztak. Azok a válaszadók, akik kizárólag a választási bizottság honlapját látogatták kevésbé szavaztak az uniós fiskális politika ellen (az eredmény statisztikailag szignifikáns volt), viszont a fórumok és blogok látogatása inkább generálta az EU-ellenes álláspontot, azonban az utóbbi eredmény nem szignifikáns.

Összességében tehát a kutatók – megvizsgálva az internetnek az ír közvélemény EU-val kapcsolatos véleményére gyakorolt hatását – arra jutottak, hogy azok a válaszadók, akik az interneten gyűjtik a politikával kapcsolatos információkat, híreket, azok inkább hibáztatták az Uniót a gazdasági válságért, és inkább szavaztak a közös gazdasági program ellen a válság idején.

**TÁRGYSZAVAK:** online média, közvéleménykutatás, politika, Írország, Európai Unió

TIMÁR ATTILA

129/2016

## A hivatalos statisztika értéke

Value of official statistics

UNECE, 2016. január 21. 1–61. p.

URL: [https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/bur/2016/February/16-Add1\\_-\\_Value\\_of\\_official\\_stats.pdf](https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/bur/2016/February/16-Add1_-_Value_of_official_stats.pdf)

Az ENSZ Európai Gazdasági Bizottsága Európai Statisztikusok Értekezlete (UNECE/CES) 2016. áprilisi ülésén tanulmányt tárgyalt a hivatalos statisztika értékéről.

A szakértői csoport<sup>1</sup> (*Task Force on the Value of Official Statistics – TF-VOS*) a nemzeti statisztikai hivatalok értékalkotó tevékenységét vizsgálja a modern viszonyok között. Mérést ajánlanak azzal a céllal, hogy növelhető legyen a létrehozott hozzáadott érték az NSI befektetéseivel összehasonlítva. A szakértők felmérték a nemzetközi jó gyakorlatot és más ágazatok tapasztalatait is az értékek meghatározásában. Az UNECE nemzetközi felmérést<sup>2</sup> végzett 2015 októberében a hivatalos statisztikák felhasználóiról, a hasznosság megnyilvánulásainak példáit a jelentés 1. melléklete tartalmazza. A szakértők a válaszok alapján elemezték a hivatalos statisztika létrehozásának jelenleg érzékelt értékét, és ajánlásokat közöltek a javítás módjaira.

A nemzeti statisztikai intézmény hozzáadott értékének fő jellemzője, hogy információkat szolgáltat mind a közszféra, mind a piaci és a háztartási szektorok döntéseihez, az adatait a tudomány és a kutatás is felhasználja. A hivatalos statisztika értéke körvonalazható, mérhető és kommunikálható az UNECE által felmért kiinduló helyzet alapján. A kiadvány esettanulmányai bemutatják a hivatalos statisztika fejlesztési ráfordításait. Lehetőség van az NSI hatékonyságának növelésére.

A hivatalos statisztika intézményének érdeke, hogy felmérje, tudatosítsa közléseinek komparatív előnyeit. A működés és az információigény korábbi viszonyai megváltoztak, a hivatalos statisztika érté-

<sup>1</sup> A 2015 márciusában alapított nemzetközi csoport munkájában brit (elnök), osztrák, ír, török, kanadai, mexikói (alelnök) és új-zélandi szakértők vesznek részt, képviselteti magát az Eurostat, az OECD és az UNECE (a TF titkáráként).

<sup>2</sup> A 2015. októberi felmérés módszerét a Task Force on the Value of Official Statistics dolgozta ki, a vizsgálatokban részt vettek UNECE High-Level Group (HLG) Modernisation Committee on Products and Sources testület szakértői is.

két is érintően. Az NSI törekvése, hogy a legjobb gyakorlatot alkalmazza az értékalkotásra, az érték tudatosítására a felhasználók széles körét elérve. Javítható az együttműködés az üzleti szektorral is, ahol felismerik a stratégiai partnerség lehetőségeit. A nemzeti statisztikai intézmény termékei, szolgáltatásai felhasználásának mind újabb igényeit megismerve igazíthatja a kínálatát a nemzeti, nemzetközi kereslethez.

A szakértők a felmért helyzet alapján elemezték, hogy a hivatalos statisztika komparatív előnyeit miként lehetne jobban kihasználni. Az egyik tényező, hogy a statisztikai tájékoztatás minősége, megbízhatósága jobb, mint más információforrásoké. Javítható a komparatív előnyök tudatosítása, például szélesebb kört elérve, a hivatalos statisztika jobban felismerhető, márkajelével, annak védelmével, elismertetésével.

A jelentés ajánlja a nemzeti statisztikai intézmény értékalkotásához, hogy a figyelmet elsősorban a felhasználóra (és ne az adatok feldolgozására) fordítsák. Ehhez szükség van a felhasználók igényeinek jobb azonosítására, majd erre alapozva a rugalmasabb reagálásra. A komparatív előnyök őrzésének és erősítésének lényeges feltétele, hogy a hivatalos statisztika gyorsan meghonosítsa az új módszereket, technológiákat. Bár az itt ajánlott megközelítés egyszerűen megfogalmazható, a gyakorlati megvalósítás nehéz, országonként eltérő a hivatalos statisztika kiinduló helyzete.

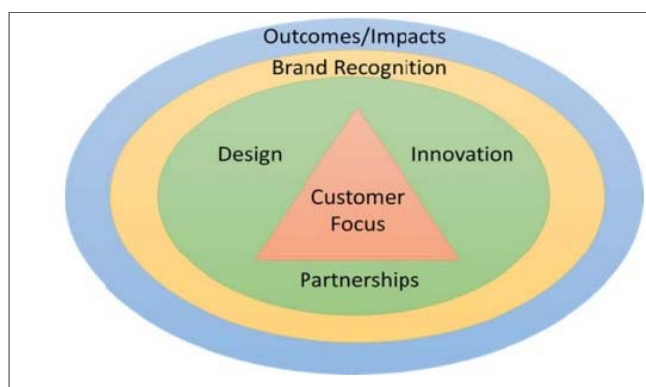
A jelentés 2. és 3. melléklete részletesen ismerteti a 2015. októberi nemzetközi felvétel eredményeit, ahogy a válaszoló nemzeti statisztikai intézmény növeli, tudatosítja a hivatalos statisztika értékét. Ezek a gyakorlati megoldások összevethetők más ágazatok megoldásaival, ahogy növelik a hozzáadott értéket.

A szakértők hét esettanulmányt közölnek a jó gyakorlatról a nyilvános információk alapján (4. melléklet). Az üzleti szféra márkavédelme példamutatóan erőteljes és hatásos. A bemutatott ágazati esetek alapján kiemelhetők megközelítéseik közös vonásai, mint például

- i. a felhasználókra összpontosítanak;
- ii. jól terveznek;
- iii. hasznosítják az innovációkat;
- iv. hatékony a jól kiválasztott partnerség;

- v. fontos törekvés a márkajel felismerése, fejlesztése;
- vi. a végső gazdasági, társadalmi hatások vannak a fókuszban.

Az ábra szemlélteti, ahogy az üzleti folyamatban a fontosabb és felmért felhasználók a meghatározók, azok azonosított igénye motiválja a tervezést, innovációt és partnerséget, a vállalat stratégiai döntéseit. Ezekre alapozzák a márkák felismerhetővé tételét és értékelik a választott megközelítés eredményeit, hatásait.



1. ábra: Üzleti kapcsolatok

A szakértők a hivatalos statisztika mintegy 57 partneri kapcsolatáról adnak képet, 25 különböző ország válaszai alapján (5. melléklet). A nemzeti statisztikai intézmény nemzetközi partnersége hasznos tapasztalatcserét tesz lehetővé, azonban indokoltak további lépések is:

- (i) a megosztott termelési rendszerek, azok keretei még nem alakultak ki;
- (ii) a kevésbé fejlett nemzeti statisztikai intézményi rendszerek technikai támogatásával elkerülhető a szükségtelen és referencia nélküli fejlesztések avultabb rendszerekkel;
- (iii) a nemzeti statisztikai intézmény partnersége szélesíthető további kormányzati intézményekkel, továbbá más szektorokkal, ahol az új adatforrás ilyen együttműködéssel elérhető.

A hivatalos statisztika értéke több módszerrel mérhető:

- (i) indikátorokat figyelnek meg;
- (ii) szubjektív mutatókat képeznek a felvételek eredményeire alapozva;
- (iii) a hivatalos statisztika eredményeire (kísérleti) monetáris értékelést végeznek

A megfigyelhető fontosabb indikátorok a statisztikák felhasználására vonatkoznak, mérik például a

megjelenő hivatalos adatok relevanciáját, transzparenciáját, minőségét. Ajánlottak szubjektív mutatók (II.), melyek forrása a felhasználók megkérdezése. Irányadó például mennyire elégedettek, milyen az alkalmazáshoz elérhető támogatás, a fontosabb alkalmazások tervezése, kommunikációja, innovációja, az adatforrás válaszainak minősége. Lényeges szubjektív mutató a márkajelzés ismertsége, valamint a speciális statisztikai termékek, szolgáltatások alkalmazási tapasztalatai.

A TF-VOS ajánlást dolgozott ki a felhasználók véleményének kutatásához használt nemzetközi szinten harmonizált minimális kérdőívek összeállítására (*internationally harmonized minimum set of questions for user surveys*).

**TÁRGYSZAVAK:** hivatalos statisztikai intézmény, ENSZ EGB Európai Statisztikusok Értekezlete

NÁDUDVARI ZOLTÁN

## E számunk szerzői

**BÁNDI MELISSA,**

a Központi Statisztikai Hivatal Könyvtár  
tájékoztató könyvtárosa

**BEDECS ÉVA,**

a Központi Statisztikai Hivatal Könyvtár  
tájékoztató könyvtárosa

**BOROS JULIANNA,**

a Központi Statisztikai Hivatal munkatársa

**HOLKA LÁSZLÓ,**

a Központi Statisztikai Hivatal  
ny. vezető főtanácsosa

**HORVÁTH BALÁZS,**

a Központi Statisztikai Hivatal Könyvtár  
tájékoztató könyvtárosa

**KÁLMÁN RITA,**

a Központi Statisztikai Hivatal Könyvtár  
mb. főosztályvezetője

**NÁDUDVARI ZOLTÁN,**

a Központi Statisztikai Hivatal  
ny. főtanácsosa

**PÁRI ANDRÁS,**

az Emberi Erőforrások Minisztériuma  
stratégiai referense

**RÓZSA GÁBOR,**

a Központi Statisztikai Hivatal  
ny. főosztályvezető-helyettese

**SZULY RITA,**

a Központi Statisztikai Hivatal Könyvtár  
kutatástámogató könyvtárosa

**SZUROMI ORSOLYA,**

a Központi Statisztikai Hivatal munkatársa

**TIMÁR ATTILA,**

a Központi Statisztikai Hivatal munkatársa

## Nemzetközi Statisztikai Figyelő

ISSN 2416-0814

Megjelenik évente négyszer  
II. évfolyam 3. szám

**Főszerkesztő**

Rózsa Dávid

**Főszerkesztő-helyettes**

Pásztor Angelika

**Rovatszerkesztők**

Holka László (Társadalom)  
Nádudvari Zoltán (Gazdaság)  
Rózsa Gábor (Demográfia)

**Olvasószerkesztő**

Szuly Rita

**Lapterv**

Domonkos László

**Kiadó**

Központi Statisztikai Hivatal Könyvtár  
Budapest II., Keleti Károly u. 5.

**Felelős kiadó**

Fülöp Ágnes

**A szerkesztőség elérhetősége**

Telefon: +36 (1) 345-6406

E-mail: david.rozsa@ksh.hu

**Honlap**

[http://konyvtar.ksh.hu/index.php?s=kiadvany\\_nsf](http://konyvtar.ksh.hu/index.php?s=kiadvany_nsf)

