

# Рекомендации по пропаганде, измерению и разъяснению ценности официальной статистики



ЕВРОПЕЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОМИССИЯ  
ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ

**Рекомендации по пропаганде,  
измерению и разъяснению  
ЦЕННОСТИ ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИКИ**



**Организация Объединенных Наций**  
Нью-Йорк и Женева, 2018 год

## Примечание

Употребляемые обозначения и изложение материала в настоящем издании не означают выражения какого бы то ни было мнения со стороны Секретариата Организации Объединенных Наций относительно правового статуса той или иной страны, территории, города или района, или их властей, или относительно делимитации их границ.

ECE/CES/STAT/2018/2
ИЗДАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ
eISBN 978-92-01-045190-1

## Предисловие

---

В ответственные моменты для принятия решений нам требуются качественные, достоверные и релевантные фактологические данные и их надлежащее использование. В их отсутствие мы услышим избранные голоса групп влияния. Мы видим заголовки, которые сулят крайности или неприятности. Мы подвергаемся риторике небылиц, призванной заманить нас в вымышленный мир. И мы не имеем возможности поместить эти веяния в контекст.

В последнее время некоторые заговорили о смерти фактологической информации после примеров ненадлежащего использования цифр, ошибочного толкования статистики и пренебрежения знаниями. Разумеется, решения принимаются на основе эмоций и убеждений, а также науки. Те, кто работает в мире сбора фактологических данных, должны проявлять некоторую сдержанность в своих утверждениях.

Однако фактология имеет важное значение.

Любой, кому не безразличен окружающий его мир и желающий, чтобы мы добились успеха как отдельные личности, семьи и общины, должен активно и несгибаемо стремиться к этому. Если мы не будем знать, что происходит сейчас, если мы не будем анализировать, что работает, а что нет, если мы не сосредоточимся на том, что важно, то мы вряд ли сможем использовать в максимальной степени будущие возможности.

Моя нынешняя должность была учреждена Уинстоном Черчиллем в 1941 году, когда он заметил, что «крайняя путаница возникает тогда, когда люди спорят, используя разные цифры». Он заявил, что нужен кто-то, кто будет предоставлять информацию, которая может «приниматься на веру и использоваться, не вызывая вопросов».

Это остается мощным объединяющим требованием для меня, для коллег из Управления национальной статистики Соединенного Королевства и для всей международной статистической системы.

В то же время нужно вновь подтвердить важность эффективного предоставления фактологической информации, с тем чтобы она могла пониматься, приниматься на веру и использоваться, не вызывая вопросов и преодолевая несмолкаемый шум бурных дебатов. Нужно вновь подтвердить необходимость отражения в наших собственных коллективах многообразия опыта людей, которых описывают наши цифры, с тем чтобы помочь получить фактологические данные, которые имеют отношение к важным для них вещам. И также нужно вновь подтвердить настоятельную необходимость активной критики ненадлежащего использования цифр в качестве фактора, подрывающего демократию.

Надлежащее использование фактологической информации может помочь нам в формировании такой экономики, которая будет успешно развиваться и обеспечивать рабочие места и процветание.

Надлежащее использование фактологической информации может помочь нам в борьбе за справедливость и позволить бессильным привлечь сильных мира сего к ответу.

Надлежащее использование фактологической информации может помочь нам создать среду, в которой мы хотим жить, и обеспечить устойчивое будущее для наших детей.

Давайте работать вместе, делая шаг за шагом вперед, и помогать сделать воплотить эти чаяния на практике.

Джон Пуллинджер  
Главный государственный статистик  
Соединенное Королевство  
(страна-председатель Целевой группы  
по вопросу о ценности официальной статистики)

## Выражение признательности

---

Целевая группа по вопросу о ценности официальной статистики подготовила настоящую публикацию в следующем составе: Джо Грайс (Председатель) и Ричард Майлз (Соединенное Королевство); Альберто Мануэль Ортега и Венсор (заместитель Председателя) и Иньиго Суарес Гомес-Уркиса (Мексика); Кэролин Верей (Австралия); Габриэль Бодуэн (Канада); Оуэн Маккуирк и Мервин Олюинг (Ирландия); Дениз Браун (Новая Зеландия); Самуэль Шютц (Швейцария); Серхат Атакул (Турция); Петер Ван де Вен (ОЭСР); Пьер Бишофф (Евростат); Тило Кляйн (Paris21); Ану Пелтола (ЕЭК ООН).

Джо Грайс руководил работой Целевой группы и редактировал весь документ. Члены Целевой группы разработали рекомендации и предложения в отношении дальнейшей работы (главы 6 и 7) совместно на экспресс-совещаниях. Рекомендации были подготовлены при активной поддержке и ценном вкладе Евростата и ОЭСР. Члены Конференции европейских статистиков и ее Бюро предоставляли неоценимые замечания в ходе всего этого процесса. Проект Всемирного банка по измерению ценности данных и работа Ампаро Балливиана послужили важным справочным материалом для работы Целевой группы.

Подготовкой глав руководили следующие лица: главы 2 – Альберто Мануэль Ортега и Венсор и Иньиго Суарес Гомес-Уркиса; главы 3 – Джо Грайс и Дениз Браун; главы 4 – Габриэль Бодуэн; главы 5 – Питер Ван де Вен с разделами, составленными Пьером Бишоффом, Дениз Браун, Тило Кляйном и при существенном вкладе Ампаро Балливиана (Всемирный банк); приложение 1 – Джо Грайс; приложение 2 – Ану Пелтола и Дениз Браун; приложение 3 – Оуэн Маккуирк и Ану Пелтола; приложение 4 – Дениз Браун и приложение 5 – Тило Кляйн.

Вики-сайт, посвященный передовой практике, был разработан Оуэном Маккуирком и Мервином Олюингом при поддержке ЕЭК ООН, в частности Роксоланы Шелест. Комитет по продуктам и источникам Группы высокого уровня (ГВУ) по модернизации ЕЭК ООН внес вклад в разработку вопросника для стран, служащего источником передовой практики. Все члены Целевой группы и ряд национальных статистических управлений обновляли вики в ходе работы.

В ЕЭК ООН секретариатское обслуживание обеспечивала Ану Пелтола, руководство работой осуществляла Тина Луиджи и ряд сотрудников ЕЭК ООН, в частности Тайке Гьялтема, Хайни Салонен и Мария-Лус-Соан, также внесли свой вклад в подготовку настоящей публикации.

# Содержание

<b>1.</b>	<b>Введение .....</b>	<b>1</b>
A.	Для чего нужны эти рекомендации? .....	1
B.	Ход работы .....	2
C.	Резюме рекомендаций .....	3
D.	Сценарий будущей работы .....	5
E.	Структура доклада .....	6
<b>2.</b>	<b>Текущее положение .....</b>	<b>9</b>
A.	Что такое ценность? .....	9
B.	Кто является пользователем официальной статистики? .....	10
C.	Что опросы сообщают о мнениях пользователей? .....	12
D.	Официальная статистика и процесс принятия решений .....	14
<b>3.</b>	<b>Существующие практические методы создания, пропаганды и измерения ценности .....</b>	<b>17</b>
A.	Нынешняя практика статистических управлений .....	17
B.	Практика в других отраслях .....	21
C.	Сопоставление подходов статистиков и подходов других отраслей .....	28
<b>4.</b>	<b>Создание ценности благодаря партнерству .....</b>	<b>31</b>
A.	Партнерства с заинтересованными субъектами .....	31
B.	Партнерство посредством взаимодействия .....	33
C.	Партнерство в целях максимального использования потенциала больших данных .....	33
D.	Краудсорсинг .....	34
E.	Оценка и направления будущей работы .....	34
<b>5.</b>	<b>Измерение ценности официальной статистики .....</b>	<b>37</b>
A.	К созданию рамочной системы с набором показателей .....	37
B.	Объективные показатели .....	39
C.	Субъективные показатели – типовой опрос пользователей .....	41
D.	Измерение ценности официальной статистики в денежном выражении .....	42
E.	Выводы по измерению ценности официальной статистики .....	56
<b>6.</b>	<b>Рекомендации .....</b>	<b>57</b>
<b>7.</b>	<b>Выводы и последующие шаги .....</b>	<b>67</b>
	Приложение 1 Резюме ценности официальной статистики в одну страницу .....	69
	Приложение 2 В чем заключается ценность официальной статистики? .....	71
	Приложение 3 Типовые вопросы опроса пользователей для статистических управлений .....	81

Приложение 4	Практические примеры подхода других отраслей к созданию и пропаганде ценности .....	89
Приложение 5	Исследования, в которых используются статистические данные для достижения результатов в области развития.....	105

# 1. Введение

---

## А. Для чего нужны эти рекомендации?

1. Официальная статистика приобрела завидную репутацию в течение последних нескольких десятилетий. В информационную эпоху предоставление надежных и высококачественных данных и информации национальными статистическими управлениями (НСУ) и другими производителями официальной статистики во всем мире приобретает все большее значение для наших экономик и обществ. Но это абсолютно не дает нам права почитать на лаврах, не предпринимая дополнительных усилий. В частности, мы должны признать последствия технологических и других изменений, которые представляют собой как новые возможности, так и угрозы:

- Производители официальной статистики являются отнюдь не единственным поставщиком информации. Мир полон данных. Усиливается путаница между официальной статистикой и менее надежными данными. Это может придать больший вес мнениям и впечатлениям. Официальная статистика должна выделяться как надежный источник информации. Это также имеет решающее значение для убеждения респондентов в важности предоставления ответов в ходе статистических обследований.
- Урезание бюджетов и требование надлежащей подотчетности обществу усиливают давление на НСУ, которые должны продемонстрировать, насколько эффективно они используют государственные средства для удовлетворения потребностей в статистической информации.
- Технологический прогресс вызвал цифровую революцию и революцию в области данных. В связи с этим возникают законные вопросы о том, насколько эффективно НСУ используют эти новые возможности для расширения выгод, которые они обеспечивают нашим обществам.
- Одним из вызовов являются большие данные. Ежедневно создается 2,5 квинтильона байтов данных, в результате чего 90% данных в сегодняшнем мире были созданы за последние два года<sup>1</sup>. Надлежащее использование и корректный анализ данных являются ключевыми факторами успеха в обеспечении принятия более взвешенных решений<sup>2</sup>.
- Спрос на статистику быстро растет. Все более глобализованный и взаимосвязанный мир порождает новые потребности в достоверной информации об экономиках и обществах. В качестве одного из примеров можно привести тот факт, что для представления отчетности о ходе осуществления Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года потребуются сотни показателей, которые будут рассчитываться в рамках многих новых партнерств. Эти показатели должны измеряться при полном соблюдении основополагающих принципов официальной статистики и прав человека.
- Потребности пользователей становятся все более сложными и индивидуализированными; в частности, требуется более подробная информация, например о малых группах населения и географических единицах. Как и в других областях,

---

<sup>1</sup> «Apply new analytics tools to reveal new opportunities», IBM Smarter Planet website, Business Analytics page [www.ibm.com/smarterpl/us/en/business\\_analytics/article/it\\_business\\_intelligence.html](http://www.ibm.com/smarterpl/us/en/business_analytics/article/it_business_intelligence.html).

<sup>2</sup> «Performance and Capacity Implications for Big Data», IBM Redpaper, International Technical Support Organization, [ibm.com/redbooks](http://ibm.com/redbooks).

общественность на законных основаниях требует, чтобы ее потребности в информации удовлетворялись удобно и беспрепятственно, и просит предоставить более адаптированные продукты, которые были бы удобными в использовании.

2. Не впадая в излишний драматизм, из этого можно заключить, что официальная статистика находится на перепутье. Реагирование на эти тенденции потребует модернизации статистической работы и ее правовой и институциональной основ. Эти тенденции открывают возможности, которыми официальные статистики если они будут благоразумными, воспользуются для закрепления достигнутых успехов. Но есть и угрозы. Неспособность признать эти тенденции или реагирование на них с излишней самонадеянностью могут иметь самые серьезные последствия. В худшем случае официальная статистика может оказаться частично или в значительной степени вытеснена другими поставщиками информации и данных.

## **В. Ход работы**

3. В апреле 2014 года Конференция европейских статистиков (КЕС) провела семинар на тему «В чем заключается ценность официальной статистики и как мы разъясняем эту ценность?». Конференция заявила, что ценность официальной статистики следует пропагандировать в качестве глобального актива. Конференция призвала к совместным действиям на международном уровне в целях разработки единого языка и терминологии, связанных с ценностью официальной статистики, и измерения экономической ценности официальной статистики посредством сбора практических примеров.

4. Для продвижения этой повестки дня Бюро КЕС обратилось к группе заинтересованных стран и организаций с просьбой разработать «дорожную карту» по изучению ключевых аспектов, которые должны быть охвачены дальнейшей работой по вопросу о ценности официальной статистики. Такая «дорожная карта» была подготовлена группой в составе Соединенного Королевства (Председатель), Австрии, Канады, Мексики, Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и ЕЭК ООН.

5. Впоследствии в марте 2015 года Бюро КЕС учредило Целевую группу по вопросу о ценности официальной статистики в составе экспертов из Соединенного Королевства (Председатель), Мексики (заместитель Председателя), Австралии, Ирландии, Канады, Новой Зеландии, Швейцарии, Турции, Евростата, ОЭСР и Партнерства в области статистики в целях развития в XXI веке (PARIS21). ЕЭК ООН выполняла функции секретариата, а Всемирный банк внес свой вклад в эту работу по существу. В соответствии со своим кругом ведения Целевая группа поставила перед собой задачу определить, что клиенты, заинтересованные субъекты и общество ценят в официальной статистике, и разработать способы измерения этой ценности для ее лучшего понимания и разъяснения обществу.

6. В октябре 2015 года Целевая группа совместно с Комитетом по продуктам и источникам Группы высокого уровня по модернизации ЕЭК ООН (ГВУ) провела опрос НСУ с целью обобщения передовой и инновационной практики, содействующей повышению релевантности официальной статистики, позволяющей измерить ее ценность или убедительно продемонстрировать ценность инвестиций в официальную статистику. Благодаря тому, что респонденты с радостью поделились такой информацией, мы смогли привести в настоящем докладе некоторые примеры. Дополнительные примеры размещены на вики, посвященном передовой практике в области ценности официальной статистики.

7. Промежуточные рекомендации по ценности официальной статистики были обсуждены Бюро КЕС в феврале 2016 года и на пленарной сессии КЕС в апреле 2016 года. Промежуточные рекомендации были распространены для проведения электронных консультаций среди всех членов КЕС.

8. В феврале 2017 года Бюро КЕС рассмотрело окончательные рекомендации и просило ЕЭК ООН представить их всем членам КЕС для консультаций. Настоящая окончательная версия учитывает все полученные отзывы. Исходя из этого пленарная сессия Конференции европейских статистиков одобрила в июне 2017 года данные рекомендации и согласовала предложения в отношении последующей деятельности.

### **С. Резюме рекомендаций**

9. Основываясь на результатах своей работы за последние два года и изучив то, что успешно работает в других отраслях и секторах, а также в области официальной статистике, Целевая группа вынесла ряд рекомендаций, соответствующих этим обстоятельствам. Они полностью изложены в главе 6. Вкратце они выглядят следующим образом:

- 1) Мы должны использовать сравнительное преимущество официальной статистики (краеугольный камень статистической работы): официальная статистика формируется профессионально независимым образом на основе научных методов, строгих критериев качества, включая релевантность, и основополагающих принципов официальной статистики. Соблюдение этих принципов имеет существенно важное значение для любой страны, стремящейся к самопознанию и уважению прав своих граждан. Эту мысль можно развивать и дальше, но нам следует использовать «уникальное товарное предложение» официальной статистики.
- 2) Мы можем повысить ценность статистики, поместив пользователей статистики по-настоящему в центр внимания: как бы умело и профессионально не были подготовлены продукты официальной статистики, они будут бесполезны, если не будут удовлетворять чьи-то потребности. Это требует понимания пользователей (и не являющихся пользователями субъектов, которые являются потенциальными пользователями) и их потребностей в информации. Это также означает признание того, что эти потребности не будут во всех случаях одинаковыми и со временем будут меняться.
- 3) Статистика должна быть сконструирована для повседневной жизни: дизайн имеет решающее значение для официальной статистики, как и для других секторов. Речь идет не только о логотипах или графике, но скорее о предоставлении продуктов и услуг, отвечающих потребностям наших пользователей. Различные пользователи имеют разные потребности, и это должно находить отражение в статистическом производстве. Один из периодически возникающих вопросов заключается в том, что зачастую пользователям больше нужны не только цифры, но и разъяснение того, что стоит за ними, и их последствий.
- 4) Статистикам необходимо осуществлять инновации, чтобы оставаться полезными. Мир отнюдь не стоит на месте. Требования, предъявляемые к НСУ, меняются и растут. То же самое можно сказать и о технологических средствах удовлетворения этих потребностей. Поэтому необходимы инвестиции в инновации.

- 5) Мы можем пойти дальше, используя надлежащих стратегических партнеров. НСУ имеют опыт работы в партнерстве с другими организациями. Но исторически сложилось так, что круг наших партнеров иногда был ограничен. Мы должны стремиться к налаживанию новых партнерств в тех случаях, когда они могут обеспечить стратегические выгоды. Новые формы партнерства на международном уровне и с частным сектором, включая новые технологии и дизайн, новые продукты и новые каналы распространения, – все это открывает возможности для задействования неиспользованного до сих пор потенциала.
- 6) Создание бренда официальной статистики и повышение его узнаваемости позволит подняться нам на еще более высокий уровень. Чрезмерная скромность в официальной статистике опасна. Мы можем понять потенциальную ценность того, что мы производим, только если пользователи оценят то, что мы имеем им предложить, и обратятся к нам для удовлетворения своих потребностей. Официальная статистика обладает одним мощным сравнительным преимуществом, а именно – своим уникальным товарным предложением, о котором говорилось выше. Четкие стратегии обеспечения узнаваемости и продвижения бренда каждой НСУ могли бы способствовать рекламе наших сильных сторон.
- 7) За счет измерения отдачи от официальной статистики, т.е. результатов ее использования, мы можем достичь большего эффекта. О ценности официальной статистики можно судить по тому, приводят ли наши материалы к лучшим результатам для нашей экономики и общества – к принятию правительствами, компаниями и людьми решений, которые являются более информированными и хорошо обоснованными. Все предыдущие рекомендации призваны помочь в решении этой задачи. Однако на сегодняшний день статистики недостаточно хорошо оценивают и измеряют такой эффект. Это ограничивает нашу способность пропагандировать ценность официальной статистики. Это обуславливает необходимость:
  - предпринять шаги для улучшения наших знаний о том, для чего используется наша статистика и какое влияние она может оказывать. Обмениваться успешными примерами использования статистики и положительными результатами этого использования для общественности;
  - измерять ценность официальной статистики с помощью панели индикаторов и регулярного опроса пользователей;
  - разработать подходы к расчету ценности официальной статистики в денежном выражении. В настоящем докладе описываются наиболее часто применяемые методологии к определению ценности официальной статистики в денежном выражении. По мере приобретения большего опыта мы сможем усовершенствовать эти методологии и собрать больше примеров и доказательств ценности официальной статистики. Денежные показатели ценности некоторых видов статистики или статистики в целом могут служить убедительным аргументом в защиту официальной статистики.
- 8) Нам необходимо обмениваться передовой практикой, осваивать ее и быть в курсе ее развития в рамках всего статистического сообщества. Угрозы и возможности, с которыми сталкивается официальная статистика, постоянно меняются. Какими бы успешными мы ни были в прошлом, будущее может быть обеспечено только при

условии активного реагирования на эти меняющиеся обстоятельства. В ходе своей работы Целевая группа была поражена тем, как много примеров эффективной практики существует в отдельных НСУ или в других отраслях, которые не стали еще широко известными. В связи с этим она осуществляла надзор за созданием вики, посвященного передовому опыту статистических управлений в области создания, измерения и пропаганды ценности. Целевая группа рекомендует обновлять и активно использовать данный вики.

### D. Сценарий будущей работы

10. Эти рекомендации могут лишь положить начало постоянной деятельности. В качестве подспорья для продвижения данной постоянной деятельности и в свете реакции КЕС на прошлогодние промежуточные рекомендации по ценности официальной статистики Целевая группа подготовила несколько «сопутствующих продуктов», связанных с окончательным докладом. К ним относятся:

- вики для обмена передовым опытом между статистическими управлениями в деле создания, измерения и пропаганды ценности: [www1.unece.org/stat/platform/x/FQRXBw](http://www1.unece.org/stat/platform/x/FQRXBw) (см. рекомендацию 8);
- типовой опрос пользователей с потенциальными вопросами для анализа субъективной ценности официальной статистики, как она воспринимается пользователями статистики (см. рекомендацию 7 и приложение 3);
- записка с изложением различной ценной информации и аргументов в качестве источника для построения презентаций по конкретным видам использования и для заинтересованных сторон в целях демонстрации ценности официальной статистики и обоснования необходимости увеличения инвестиций (см. приложение 2);
- сокращенный вариант – объемом примерно в одну страницу – настоящего материала с изложением «основных фактов», призванных убедить собеседников в ценности инвестиций в официальную статистику (см. приложение 1).

11. Если говорить более конкретно, то Целевая группа вносит следующие предложения для продвижения настоящей повестки дня с той энергией, которой она заслуживает:

- Все НСУ должны продвигать повестку дня, определенную настоящими рекомендациями. НСУ, разумеется, будут находиться на разных этапах процесса реализации различных аспектов рекомендаций.
- ЕЭК ООН следует вести и обновлять вики, посвященный передовой практике, созданный Целевой группой. НСУ должны предоставлять свои собственные релевантные материалы для вики, обновляемого с учетом опыта продвижения в реализации данной программы работы.
- Обновление вики должно сопровождаться совещанием соответствующих экспертов ЕЭК ООН. На совещании будет проводиться обзор хода выполнения общей повестки дня и рассматриваться вопрос о необходимости внесения изменений или обновления рекомендаций с учетом накопленного опыта. Оно может быть увязано с работой существующих групп экспертов, действующих под эгидой Конференции европейских статистиков.

- Работа по получению более качественной информации об измерении ценности официальной статистики носит неотложный характер и начинается для статистического сообщества в целом с низкой базы. Поэтому НСУ–«первопроходцу» надлежит проводить работу в соответствии с предложениями главы 5, с тем чтобы делиться своим опытом с остальными членами статистического сообщества.
- В частности, вики ЕЭК ООН мог бы стать средством обмена информацией. Однако этот механизм можно было бы укрепить путем организации совещаний для обсуждения и обмена опытом. НСУ можно было бы рекомендовать организовывать на индивидуальной основе или совместно такие мероприятия в целях содействия общему прогрессу.

## **Е. Структура доклада**

12. В главе 2 Рекомендаций обсуждается природа ценности, которую стремятся создать НСУ. В ней отмечается, что истинная ценность предполагает ценность продуктов для тех, кто их потребляет, в частности для целей информирования процесса принятия решений на основе фактологических данных – не только в государственном секторе, но также различными группами пользователей для принятия коммерческих и семейных решений, а также научными учреждениями и социальным сектором. В ней также отмечается, что изменение обстоятельств означает также изменение того, что является ценным. НСУ необходимо постоянно пересматривать и обновлять свое предложение, чтобы обеспечить сохранение его ценности.

13. В главе 3 описывается текущая практика НСУ и других отраслей в области создания, пропаганды и измерения их ценности. В ней Основополагающие принципы официальной статистики Организации Объединенных Наций определены в качестве краеугольного камня нашей деятельности. Соблюдение этих принципов, при условии их должного претворения в жизнь и поддержки статистическим законодательством, должно гарантировать качество и надежность наших материалов и независимость от любой политики или других интересов в отличие от большинства других поставщиков информации. Это является сильным сравнительным преимуществом, которое следует более активно пропагандировать. В этой главе используются результаты опроса ЕЭК ООН, проведенного в октябре 2015 года, для описания текущей практики НСУ. В главе также рассматривается практика ряда других организаций и отраслей, которая может быть принята на вооружение НСУ. Анализ практики в других отраслях оказался весьма ценным для взаимного обогащения с практикой НСУ.

14. Глава 4 посвящена обзору и обсуждению партнерств, создателями или участниками которых являются НСУ. Приводится анализ 57 таких партнерств в 25 различных странах. Он открывает широкие возможности для взаимного обучения. Как представляется, существуют области, в которых потенциальный положительный эффект еще не полностью реализован: 1) создание совместно используемых НСУ производственных систем и структур; 2) уделение большего внимания оказанию помощи развивающимся странам в интересах повышения ценности официальной статистики; 3) укрепление партнерских связей в целях извлечения максимальных выгод от использования административных и других новых источников данных; и 4) в значительной степени незадействованный потенциал сотрудничества с частным и коммерческим секторами, не в последнюю очередь в области создания новых продуктов.

15. Статистики измеряют почти все аспекты жизни общества, но не свою собственную ценность. В главе 5 рассматривается вопрос о том, как измерять ценность официальной статистики, и описываются три компонента системы измерения с помощью показателей ценности официальной статистики, состоящей из: 1) поддающихся измерению показателей,

2) субъективных показателей, используемых в опросах, и 3) экспериментов по измерению ценности официальной статистики в денежном выражении. В этой главе содержатся рекомендации о том, как приступить к задаче измерения.

16. В главе 6 излагаются некоторые рекомендуемые меры по пропаганде и повышению ценности официальной статистики для НСУ. Однако в ней признается, что в меняющемся мире отображение мгновенного состояния быстро утрачивает свою актуальность. Поэтому Целевая группа создала вики-платформу для обеспечения НСУ возможности обмениваться своей передовой практикой и знаниями в целях взаимного обучения. На данном вики размещены конкретные примеры по каждой рекомендации для демонстрации того, каким образом можно повысить, пропагандировать и измерять ценность официальной статистики.

17. В главе 7 приводятся некоторые выводы и предложения в отношении последующих шагов.



## 2. Текущее положение

---

### А. Что такое ценность?

18. Ценность является одной из центральных, но иногда скользкой концепцией для любого бизнеса или услуги. Оксфордский словарь определяет ценность как «важность, ценность или полезность чего-то». Она может иметь материальное или денежное измерение: сколько можно взять за конкретный продукт или услугу. Однако в случае конкретно государственной организации она также может иметь более широкий компонент – пользу, которую организация приносит обществу, независимо от того, может или должна вся эта польза иметь цену.

19. Существует также динамический элемент, поскольку продукт или услуга редко имеют непреходящую внутреннюю ценность. Ценность часто зависит от меняющихся обстоятельств и потребностей. Масляные лампы утратили свою практическую ценность после появления газа, а затем и электрического освещения, как и паровая энергия после появления более эффективных силовых установок. Если применить это к контексту официальной статистики, то ценность должна постоянно измеряться и поддерживаться.

20. Качество статистики является одной из ключевых характеристик данных, влияющей на ее ценность для пользователей. Качество можно рассматривать как «пригодность для использования», которая включает в себя многочисленные аспекты, такие как релевантность, точность, своевременность, доступность, сопоставимость и непротиворечивость. Качество ни в коей мере не является монополией официальной статистики. Частные поставщики данных, возможно, способны обеспечить пользователям даже некоторые более высокие характеристики качества, например, большую своевременность. Однако несомненно, что ценность официальной статистики подкрепляется ее правовой и институциональной основой, которая обеспечивает составление объективных и независимых статистических данных, не подверженных неправомерному влиянию.

21. Если говорить более конкретно, то одним из главных стимулов разработки данных и информации является их ценность для принятия решений на основе фактологических данных. Релевантная статистика обладает одной или несколькими из следующих характеристик: она имеет многочисленных пользователей, важное значение для выполнения мандатов ряда организаций, облегчает торговлю или развитие, ее публикация вызывает реакцию рынков, а ее отсутствие влечет за собой пристрастность или асимметричность информации.

22. Когда ресурсы ограничены и необходимо сделать выбор в отношении того, как наилучшим образом использовать их для достижения максимального эффекта, особое значение имеют достоверные фактологические данные. Это относится к правительственным решениям на местном, национальном или международном уровнях, деловым решениям, а также к личным решениям. Но в тоже время, официальная статистика является малоценной, если не может помочь принятию обоснованных решений. Подытоживая, можно отметить следующее:

23. **Данные являются питательной средой для процесса принятия решений и исходным материалом для обеспечения подотчетности. Без высококачественных данных, предоставляющих нужную информацию о нужных вещах в нужное время, разработка, мониторинг и оценка эффективной политики становятся практически невозможными<sup>3</sup>. То же самое можно сказать и в отношении способности бизнеса и людей принимать обоснованные**

---

<sup>3</sup> A World that Counts: [www.undatarevolution.org/report/](http://www.undatarevolution.org/report/).

решения. По мере увеличения объемов имеющихся данных решающим фактором при выборе источника данных должно стать качество.

## **В. Кто является пользователем официальной статистики?**

24. Статистические данные разрабатываются для использования и оказания влияния на общество благодаря повышению степени открытости и прозрачности, при одновременном недопущении некорректного использования данных, обеспечении конфиденциальности и равного доступа к информации, являющихся частью прав человека. Результатом использования официальной статистики должно стать общество, состоящее из обладающих более широкими возможностями людей, с более эффективной политикой, более эффективными и подотчетными механизмами принятия решений, более широким участием и более мощными демократическими механизмами.

25. Статистика должна разрабатываться с учетом потребностей пользователей. Потребности пользователей различаются в зависимости от обстоятельств. Некоторые пользователи не будут заявлять о своих потребностях в данных<sup>4</sup>, а некоторые запросы могут иметь далекие от благих намерения. Статистические управления обязаны учитывать релевантность статистики для общества и прав его членов. Возможно, было бы целесообразно определить группы пользователей, с тем чтобы можно было разрабатывать продукты и услуги, лучше отвечающие потребностям конкретных пользователей. Пользователи могут быть классифицированы по различным группам. Некоторые НСУ определили группы пользователей или типовых пользователей в целях улучшения обслуживания клиентов.

26. Аналогичным образом Европейский статистический консультативный комитет (ЕСКК) отметил важность выявления различных типов пользователей статистических данных, понимания их потребностей и разработки эффективной коммуникационной стратегии. ЕСКК разделяет пользователей на институциональных, таких как международные организации, соглашения и инициативы, и неинституциональных. Неинституциональные пользователи дополнительно делятся на подгруппы в соответствии с объектами их интереса в статистике.

27. На основе этой работы Целевая группа предложила разбивку пользователей на группы (см. диаграмму 1) в качестве базы для построения хорошо обоснованной системы сбора и сообщения статистических данных для удовлетворения потребностей различных групп. Диаграмма 1 иллюстрирует, насколько детальными или агрегированными являются потребности в данных различных групп. Она дает обобщенное представление о группах пользователей в целях иллюстрации: чем шире сегмент группы пользователей, тем более подробными являются потребности этих пользователей в данных. Целевая группа определила следующие группы пользователей:

- 1) Пользователи с широкой сферой интересов (например, экономический рост)
  - Граждане
  - Средства массовой информации и журналисты
  - Учащиеся и преподаватели

---

<sup>4</sup> См., например: Конвенция о правах инвалидов, [www.ohchr.org/EN/HRBodies/CRPD/Pages/ConventionRightsPersonsWithDisabilities.aspx](http://www.ohchr.org/EN/HRBodies/CRPD/Pages/ConventionRightsPersonsWithDisabilities.aspx).

- 2) Пользователи с заранее определенной/структурированной сферой интересов (например, определенный набор показателей)
  - Международная политика и механизмы мониторинга
  - Международные организации
- 3) Пользователи с определенным предметом/областью интересов (например, здоровье)
  - Директивные органы
  - Политики и аналитики
  - Маркетологи-аналитики
  - Эксперты в конкретной области
  - Частные предприятия
  - НПО и ассоциации
- 4) Пользователи, проявляющие интерес к повторному использованию и воспроизведению (например, других статистических данных или продуктов)
  - Другие производители официальной статистики
  - Частные или правительственные организации, предоставляющие информационные услуги/продукты
  - Другие поставщики информационных услуг (например, разработчики приложений)
- 5) Пользователи с исследовательскими интересами (например, инновации на предприятиях)
  - Научное сообщество – ученые и исследователи
  - Консультанты и исследователи в государственном или частном секторе

Диаграмма 1

**Пользователи официальной статистики и их потребности в данных**



28. Пользователей также можно разделить на интенсивных, слабых или случайных пользователей и непользователей. Непользователи заслуживают особого внимания. Непользователи официальной статистики могут не иметь потребностей, которые могла бы удовлетворить официальная статистика. Однако также возможно, что такая ситуация обусловлена отсутствием статистических данных, которые позволили бы удовлетворить законные потребности и требования пользователей, или незнанием пользователей, какие статистические данные имеются в наличии и могут быть ценны для непользователей. В любом случае, НСУ рекомендуется понять, чем обусловлено неиспользование, и действовать надлежащим образом.

29. Также представляет интерес то, как различные группы пользователей оценивают статистические данные, и что, возможно, влияет на их мнения. Некоторые статистические управления собрали примеры использования статистических данных различными группами пользователей и разместили их на веб-сайте НСУ. Следующие два раздела будут посвящены этим вопросам.

### С. Что опросы сообщают о мнениях пользователей?

30. В целом официальная статистика в настоящее время продолжает высоко цениться. Целевая группа получила 49 ответов<sup>5</sup> на вопросник своего опроса, проведенного в октябре 2015 года. Две трети предоставивших ответы НСУ сообщили о росте цитирования их статистики, и лишь 3 управления отметили тенденцию к снижению. Хотя уровень доверия пользователей во многих случаях уже является высоким, более половины НСУ, тем не менее, сообщили, что эта тенденция продолжает расти (остальные не располагали необходимой информацией). Две трети сообщили, что значение их статистических данных для пользователей растет, в то время как другая треть не располагала информацией по этому параметру.

31. Однако речь идет об агрегированном уровне. Если копнуть глубже, то выясняются и другие моменты: одни положительные, другие нейтральные, но также и моменты, вызывающие сомнения.

32. Исходя из результатов опросов пользователей, проведенных отдельными странами, в актив баланса можно занести следующее:

- **Более частые пользователи**, как представляется, более высоко оценивают статистику. Наблюдается постепенная тенденция к увеличению доли менее частых и начинающих пользователей.
- **Пользователи, которые доверяют** официальной статистике больше всего, также, как представляется, оценивают ее наиболее высоко. Например, в **Новой Зеландии** 92% тех, кто полностью доверяет официальной статистике, удовлетворены ею, а 85% тех, кто считает, что статистика полностью свободна от политического вмешательства, удовлетворены официальной статистикой. В **Мексике** 90% совокупности, использующей

---

<sup>5</sup> Ответы предоставили следующие страны и организации: Армения, Азербайджан, Беларусь, Босния и Герцеговина, Болгария, Канада, Чили, Колумбия, Хорватия, Эстония, Финляндия, Грузия, Греция, Венгрия, Исландия, Ирландия, Израиль, Италия, Япония, Казахстан, Кыргызстан, Латвия, Литва, Люксембург, Мексика, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Польша, Португалия, Республика Молдова, Румыния, Российская Федерация, Сербия, Словакия, Словения, Испания, Швеция, Швейцария, Таджикистан, Турция, Украина, Соединенное Королевство, Соединенные Штаты Америки (Управление по энергетической информации, Управление социального обеспечения, Бюро статистики труда) и Статкомитет СНГ, Евростат и ЭСКАТО.

официальную статистику в своей деятельности, считают, что она имеет важное значение для принятия обоснованных решений.

33. В то же время, в несколько менее позитивном ключе, опросы пользователей свидетельствуют о том, что:

- Пользователи, которые **не удовлетворены своевременностью, менее удовлетворены** общим качеством статистических данных.
- Пользователи рассматривают **расширение обмена данными как возможность** для создания ценности, но не всегда используют эту возможность.
- Растет число пользователей, **ищущих простые и быстрые ответы**. Эти пользователи, как правило, применяют логику веб-поиска вместо того, чтобы тратить больше времени на просмотр больших таблиц данных или на просмотр традиционных печатных изданий. В среднем **50% пользователей сообщают, что найти статистические данные нелегко**.
- Пользователи международных баз данных подчеркивают важность **международной сопоставимости**, часто желая, чтобы она была улучшена.
- **Бизнес-пользователи и субъекты, принимающие решения, из сферы бизнеса**, как правило, оценивают ниже официальную статистику и доверяют ей меньше, чем правительственные пользователи.
- Пользователи все чаще интересуются **статусом предоставляемых статистических данных**. Они не знают точно, что означает термин «официальная статистика» с точки зрения источников, методов, надежности, сопоставимости и т.д., и часто не знают, как получить эту информацию.
- Пользователи все чаще **ищут разъяснений того, что стоит за цифрами и в каком контексте они используются**, в то время как часто они получают просто голую статистику.

34. Некоторые из этих выводов иллюстрируют приводимые ниже цитаты из полученных отзывов.

*“Respected agency that offers huge value to the country in terms of the information it produces. A real challenge is how to turn from a bulk producer of statistics to an enabler of information that is easily and widely available to all.”*

*“Your website is labyrinthine and difficult to use.”*

*“The dynamic infographics are excellent, drawing us into the analyses and helping us excite others.”*

*“The bigger issue or opportunity is to consider whether the statistical products can be better fit for purpose for users.”*

*“Segmented data for different types of users makes it much easier to find what I need.”*

35. В целом можно сделать вывод о том, что официальная статистика имеет хорошую базу и общие тенденции остаются благоприятными.

## D. Официальная статистика и процесс принятия решений

36. В ходе опроса ЕЭК ООН были собраны имеющиеся в НСУ примеры, иллюстрирующие ценность официальной статистики для процесса принятия решений. Ответы продемонстрировали удивительно широкий спектр решений, которые принимались с опорой на официальную статистику. Некоторые виды использования официальной статистики для принятия решений включают в себя: расчеты минимальной заработной платы, надбавок к цене на горючее, разработку политики и стратегий сокращения бедности и безработицы, прогнозы численности населения и рабочей силы, анализ цен на недвижимость и рынка аренды, региональное развитие и городское планирование, профсоюзные переговоры, развитие транспортной инфраструктуры, инфраструктуры образования, определение субсидий, квот, представленности в органах управления и границ избирательных участков, вопросы здравоохранения, иммиграции, торговли, сопоставление качества жизни, определение ставки процента, бюджеты и финансирование, местное, национальное и международное стратегическое планирование и развитие, управление инвестициями.

37. Кроме того, опрос показал, что там, где НСУ отслеживают использование и ценность своих статистических данных, наблюдаются положительные тенденции. Было отмечено улучшение тенденций как в цитировании в средствах массовой информации, так и в отзывах относительно доверия к официальной статистике и ее ценности.

38. Имеется также множество конкретных примеров того, как официальная статистика поддерживала и способствовала принятию верных решений в обществе. Практические примеры, предоставленные **Ирландией, Финляндией и Соединенным Королевством**, а также многими другими странами, были обобщены и размещены на вики, посвященном передовой практике.

39. В то же время имеются **явные свидетельства некорректного использования, неиспользования или ошибочного понимания официальной статистики**. Согласованный индекс потребительских цен (СИПЦ) был неправильно истолкован при корректировке стоимости аренды недвижимости (**Венгрия**), статистика иммиграции была некорректно использована в ходе избирательной кампании (**Швейцария**), восприятие общественностью иммиграции не соответствовало имеющейся информации (**Италия**) и было сделано предположение в отношении «исчезающего преимущества университетского диплома» (**Канада**). Все эти примеры указывают на недостаточную статистическую грамотность или, по крайней мере, на отсутствие знаний о том, какие релевантные и потенциально ценные статистические данные имеются в наличии<sup>6</sup>.

40. По крайней мере, это говорит о том, что **НСУ было бы неразумно почивать на лаврах, не прилагая дальнейших усилий**. Очевидно, что многое еще предстоит сделать для улучшения общественной дискуссии и принятия решений, а также вклада данных и официальной статистики в их поддержку. Один из уроков, как представляется, заключается в том, что НСУ должны все больше выходить за рамки простого производства статистических данных, помещая свою статистику в контекст и поясняя ее последствия, а также то, что стоит за этой статистикой.

41. Мы живем в информационный век, когда информация является весьма востребованным товаром, и нет никаких заранее определенных причин, по которым только НСУ могут предоставлять такую информацию. Потенциальные пользователи будут брать информацию у *любого* поставщика, если сочтут, что она является ценной по характеристикам, описанным в

<sup>6</sup> Янсен и Форбс (2014) приводят дополнительные иллюстрации этого в их статье «The Use of Official Statistics in Evidence Based Policy Making in New Zealand».

предыдущих разделах. Безусловно, официальные статистики обладают значительным сравнительным преимуществом, но конкурирующие поставщики информации также имеют свои преимущества. В некоторых случаях они будут располагать ресурсами, которые затмят собой ресурсы, доступные большинству НСУ.



### 3. Существующие практические методы создания, пропаганды и измерения ценности

---

42. Как отмечалось выше, официальные статистики должны уметь учиться на примерах передовой и продуктивной практики не только других НСУ, но и других отраслей. Хотя верно то, что НСУ, как правило, не имеют «базового ориентира», призванного определять и мотивировать их подход, коммерческие интересы, как правило, также могут обеспечить устойчивую прибыль только в том случае, если они воспринимаются как создающие ценность. Поэтому создание ценности является общей целью.

#### А. Нынешняя практика статистических управлений

##### 1. Создание ценности

43. В предыдущем разделе рассматривался вопрос о том, в чем заключается для пользователей статистики ее ценность, с тем чтобы НСУ могли создавать ее. НСУ необходимо анализировать свой потенциал, такой как организация, люди, процессы и технология, для повышения ценности статистики. Мы часто говорим о технологии, а также все чаще и чаще о стандартизации процессов, но реже о роли сотрудников. Однако людские ресурсы являются ключевым фактором создания ценности в статистических управлениях. В настоящее время НСУ все чаще задумываются о том, как обеспечить развитие своего персонала, приобретение необходимых навыков и компетенций для того, чтобы приносить больше пользы обществу.

44. Конкретные способы предоставления данных официальной статистики и сфера их охвата являются различными в зависимости от страны. Однако основополагающие принципы официальной статистики применимы ко всем видам деятельности статистиков. Соблюдение этих принципов имеет существенно важное значение для любой страны, стремящейся к самопознанию и уважению прав своих граждан. Эти принципы были разработаны КЕС более 20 лет назад, чтобы помочь определить, что представляет собой эффективная система официальной статистики и какую роль должна играть статистическая система стран. Их посыл<sup>7</sup> заключается в следующем:

- **Мы являемся беспристрастными:** мы публикуем релевантные выводы без опасений или предпочтений.
- **Мы являемся профессионалами:** мы применяем строгие методы обеспечения качества.
- **Мы являемся учеными:** мы способствуем правильной интерпретации данных с помощью научных стандартов.
- **Мы осуществляем активную коммуникацию:** мы предоставляем информацию об использовании и интерпретации нашей статистики.
- **Мы являемся гибкими:** мы задействуем информацию из многих источников.
- **Мы защищаем конфиденциальность:** мы работаем в безопасной физической и цифровой среде.
- **Мы прозрачны:** мы полностью раскрываем наши методы и стандарты.

---

<sup>7</sup> Видеоматериал Группы высокого уровня (ГВУ) по модернизации, посвященный Основополагающим принципам см. по адресу [www.youtube.com/watch?v=uxb3iOnVr1Y](http://www.youtube.com/watch?v=uxb3iOnVr1Y). Этот обобщающий видеоматериал был подготовлен на основе рекламного видеоролика Канады, который был опубликован в 2013 году.

- **Мы сотрудничаем:** мы взаимодействуем со статистическими органами нашей страны для обеспечения наличия согласованной и эффективной статистической системы.
- **Мы способствуем повышению эффективности:** мы постоянно пересматриваем и обновляем наши методы, процессы и системы.
- **Мы открыты миру:** мы сотрудничаем с международными партнерами для обеспечения использования наилучших методов.

45. Соблюдение этих принципов обеспечивает официальной статистике ряд **существенных преимуществ**:

- а) Официальная статистика имеет **прочную институциональную и правовую основу**. В сочетании со стандартами компетентного, беспристрастного и профессионально независимого производства НСУ, как правило, обладают высокой репутацией и пользующимся уважением имиджем.
- б) НСУ, в целом, **с успехом выполняют порученный им мандат по сбору данных**, что может быть более трудным для учреждений, которые могут рассматриваться как имеющие корыстные мотивы.
- в) Аналогичным образом **благодаря надежной защите НСУ конфиденциальности данных** респонденты с большей вероятностью предоставят точную информацию, не опасаясь каких-либо последствий.
- г) Кроме того, мандат, предоставленный НСУ, обеспечивает сбор и публикацию данных **непротиворечивым образом за длительные периоды**, что позволяет сопоставлять социальные, экологические и экономические явления во времени.
- е) В более общем плане официальная статистика рассматривается как формируемая **с единственной целью разработки правдивой и точной информации**. У НСУ нет дополнительных особых интересов, как это может показаться в случае некоторых других поставщиков информации.

## 2. Пропаганда ценности

46. Большинство НСУ (94% в нашем опросе) предпринимали определенные меры для **разъяснения и пропаганды ценности статистики среди своих заинтересованных субъектов**. Во многих случаях этому способствовало неоднократное использование ключевых тезисов или формулировок для внедрения идеи ценности официальной статистики в сознание общественности. Некоторые НСУ также использовали одну и ту же формулировку или лозунг в большинстве или во всех своих заявлениях, с тем чтобы подчеркнуть свою цель и исповедуемые ими принципы.

47. НСУ все чаще **используют новые способы представления статистики** для более четкого разъяснения ее ценности. Методы визуализации и инфографики используются все шире по мере накопления опыта их применения.

48. **Ирландия** реализует интересную учебно-просветительскую программу, направленную на повышение осведомленности о статистических продуктах и услугах и их ценности для общества в целом. Существует учебная программа, ведущая к получению диплома Института государственного управления (ИГУ) по использованию официальной статистики для оценки политики, призванная обучить сотрудников директивных органов и экспертов по оценке политики использованию данных официальной статистики. Сотрудники Управления посещают

школы, колледжи и государственные ведомства для демонстрации своих веб-сайта и Банка статистических данных (StatBank) и разъяснения, каким образом можно получить доступ к их статистике и использовать ее.

49. В **Румынии** особое внимание уделяется убеждению респондентов в важности участия в статистических обследованиях. Те, кто участвует непосредственно в сборе данных, поясняют, что «расчет индекса потребительских цен очень важен для измерения инфляции, определения покупательной способности доходов, заработной платы и пенсий; ведения переговоров по заработной плате и индексации пенсий и пособий, поддержки процесса принятия решений в социальной сфере; расчета реальной процентной ставки; дефлятирования стоимостных показателей розничной торговли и услуг в целях международных сопоставлений».

50. В 2014 году Национальный институт статистики и географии (ИНЕГИ) **Мексики** разработал специальную учебную программу для стратегических пользователей в целях содействия пониманию ими статистических концепций, анализа данных и коммуникации. В результате ИНЕГИ подписал более 290 соглашений о сотрудничестве и провел обучение 19 785 пользователей.

### 3. Оценка ценности

51. НСУ, как правило, предпринимают шаги по оценке воспринимаемой ценности своих материалов. **Измерение и мониторинг цитирования** является особенно распространенной практикой. Почти 90% предоставивших ответы НСУ осуществляют мониторинг цитирования в СМИ их управления, их статистических данных и услуг. Только 5 НСУ сообщили, что не делают этого. Многие управления передали функции мониторинга СМИ на внешний подряд коммерческим структурам. Два из трех управлений сообщают об повышательной тенденции цитирования и лишь три о тенденции к снижению.

52. Цитаты используются для анализа того, как статистика используется и воспринимается, а также правильно ли она интерпретируется. Некоторые управления классифицируют цитаты на те, которые оказывают положительное, отрицательное или нейтральное влияние на ценность и имидж официальной статистики. Некоторые управления сообщили о пиковых значениях количества цитат при публикации статистических данных, которые занимают важное место в текущей политической повестке дня страны.

53. С 2013 года Статистическое управление **Литвы** рассчитывает композитный показатель – *индекс общественного интереса к официальной статистике и услугам*. Он отражает динамику количества уникальных посещений Портала официальной статистики, веб-сайта Статистического управления Литвы и Системы электронной статистики, регистрируемых счетчиками обращений вновь зарегистрированных пользователей Портала, индивидуальных запросов и случаев цитирования в отслеживаемых средствах массовой информации, с использованием 2013 года в качестве базового.

54. В **Мексике** в докладе «ИНЕГИ в средствах массовой информации» отражаются на ежемесячной основе институциональное позиционирование ИНЕГИ в средствах массовой информации, его воздействие и расчетная рыночная стоимость.

55. Еще одной широко распространенной практикой (78% предоставивших ответы НСУ) является мониторинг **доверия пользователей к НСУ и/или его материалам**. Более 50% управлений сообщили о тенденции к росту доверия к официальной статистике, в то время как большинство других сообщили о неизменном уровне доверия. Только одно управление сообщило о тенденции к снижению.

56. Вопросы в опросах пользователей направлены на измерение степени доверия к НСУ, т.е. считают ли пользователи статистику объективной или политически нейтральной, доверяют ли они официальной статистике, считают ли они статистические данные точными или надежными и как пользователи оценивают имидж управления. Некоторые управления задают вопросы, которые имеют непосредственное отношение к определенной статистике, например «Доверяете ли вы статистике безработицы, народонаселения, национальных счетов, внешней торговли, промышленного производства, которая производится нашим учреждением?». Такие опросы, как правило, проводятся ежегодно, или раз в два–три года.

57. **Бюро статистики труда США (БСТ) и Бюро переписей США** ежедневно измеряют уровень доверия, что позволяет им проводить интересный анализ влияния различных событий или замечаний, касающихся официальной статистики, на уровень доверия пользователей к статистике<sup>8</sup>.

58. Более 80% НСУ оценивают **ценность или важность своих статистических продуктов и услуг для пользователей**. Два управления из трех сообщили о растущей тенденции воспринимаемой ценности официальной статистики, в то время как остальные не располагают информацией об этой тенденции.

59. **Управление энергетической информации Соединенных Штатов** указывает в качестве ценных простые вопросы о *причинах, по которым пользователи заходили на веб-сайт*. Это дает интересную информацию об использовании статистики, например для составления отчета, осуществления инвестиций, подготовки учителем урока в школе, самообразования или информирования субъектов, принимающих решения.

60. Статистические управления **Канады и Испании** сообщили, что они осуществляют мониторинг *цитирования статистики в средствах массовой информации* в разбивке по отраслям статистики, включая, в частности, переписи, статистику предприятий, демографию, статистику труда. Цель заключается в сборе информации об использовании различных видов статистики. Испания, например, сообщила о более чем 14 млн посещениях базы данных НИС в 2014 году и о более чем 22 000 подписчиках его аккаунта в Твиттере (@es\_INE).

61. **Итальянский** национальный институт статистики (ИСТАТ) предоставляет пользователям возможность *оставлять отзывы* на каждой странице веб-сайта. Он спрашивает пользователей, является ли контент ценным, и позволяет им писать комментарии.

62. Статистическое управление Эстонии использует *индекс лояльности клиентов* в качестве показателя степени удовлетворенности пользователей. Вероятность рекомендации оценивается по шкале от 0 до 10, где 9–10 рассматривается как готовность рекомендовать, а 0–6 — как не рекомендовать. Индекс лояльности клиентов рассчитывается как доля рекомендующих лиц за вычетом не рекомендующих.

63. Гораздо реже предпринимаются попытки количественно измерить ценность статистических продуктов в денежном выражении. В принципе, анализ затрат и выгод мог бы стать мощным средством измерения и пропаганды ценности статистики. На практике реализация такого подхода сопряжена со значительными трудностями. Тем не менее НСУ Новой Зеландии и Испании проводят такую новаторскую работу.

---

<sup>8</sup> «Maintaining Credibility in an Increasingly Skeptical World», Michael Levi, Morgan Earp, Daniel Toth (Bureau of Labor Statistics, United States) на Рабочей сессии ЕЭК ООН по распространению статистических данных: [www.unecce.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/ge.45/2015/BC53\\_Maintaining\\_Credibility\\_in\\_an\\_Increasingly\\_Skeptical\\_World\\_edited-\\_Levi.pdf](http://www.unecce.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/ge.45/2015/BC53_Maintaining_Credibility_in_an_Increasingly_Skeptical_World_edited-_Levi.pdf).

64. Статистическое управление **Новой Зеландии** оценивает экономическую ценность некоторых своих статистических данных:

- Перепись населения<sup>9</sup>: несмотря на сложность количественной оценки, выгоды, обеспечиваемые переписью населения, значительно превышают прямые затраты на ее проведение (чистая текущая стоимость в течение следующих 25 лет составит почти 1 млрд долл.). Каждый доллар, вложенный в перепись населения, приносит экономике чистую выгоду в размере пяти долларов. Экономическая ценность рассчитывается на основе тщательного анализа основных видов использования переписных данных в области здравоохранения, образования, социального развития, распределения ресурсов, разработки политики и исследований, проводимых центральными и местными органами власти, частным сектором и научными кругами.
- Была проведена экспериментальная работа по измерению экономической ценности индекса потребительских цен (ИПЦ) и данных о высшем образовании в Комплексной инфраструктуре данных (КИД) в целях разработки методологии и развития потенциала для измерения экономической ценности статистики.
- Система измерения пользователей: проект по разработке системы и показателей для измерения степени осведомленности, доступа, использования и удовлетворенности пользователей статистическими продуктами и услугами.

65. С 2012 года Статистическое управление **Испании** (Национальный институт статистики, НИС) занимается измерением *экономического воздействия статистической информации в средствах массовой информации* для более точного понимания того, как общественность оценивает официальную статистику, и выяснения ее интересов. НИС оценивает новости, касающиеся его самого и его статистической деятельности, в 1 327 печатных изданиях (газетах, журналах и приложениях), на 18 радиостанциях, 28 телевизионных каналах и 6 410 онлайн-платформах. Исходя из этого анализа ценность деятельности НИС в средствах массовой информации, согласно оценкам, возросла до 372 млн евро в 2014 году.

## **В. Практика в других отраслях**

66. В предыдущих разделах четко указано, что НСУ могут учиться передовой практике друг у друга. Однако фундаментальный вопрос создания ценности ничем не отличается от вопроса, стоящего перед другими отраслями, особенно перед другими государственными органами, а также перед предприятиями. Поэтому важно рассмотреть вопрос о том, что ценное мы можем извлечь из опыта других отраслей.

67. Межотраслевой сравнительный анализ успешно используется для сопоставлений между коммерческими секторами, а также между государственным и частным секторами, как, например, в сфере медицинского обслуживания и автомобильной промышленности. Кроме того, многие методы составления бюджета и управления качеством, разработанные для предприятий, были адаптированы к государственному сектору. Инновации в совершенно разных отраслях могут служить источником вдохновения для идей, которые могут быть успешно реализованы в нашем собственном секторе.

---

<sup>9</sup> «Valuing the Census», Statistics New Zealand, July 2014: [www.stats.govt.nz/methods/research-papers/topss/valuing-census.aspx](http://www.stats.govt.nz/methods/research-papers/topss/valuing-census.aspx).

68. Выводы, представленные в данном разделе, основаны на практических примерах отдельных компаний и отраслей. Они были отобраны с целью охвата различных типов компаний/отраслей промышленности и включают как хорошо зарекомендовавшие себя, так и новые и инновационные предприятия. Практические примеры охватывают организации, специализирующиеся на программном обеспечении, информационной индустрии, электронной торговле, фармацевтике, метеорологии, автомобилях и шоколаде. Подборка практических примеров опирается исключительно на интернет-исследование.

69. Были отобраны следующие компании/отрасли и подготовлены следующие практические примеры:

- **Apple Inc.** – проектирует, производит и продает электронику, компьютерные программы, онлайн-услуги и персональные компьютеры.
- **Amazon** – электронная торговля и облачные вычисления.
- **BMW** – производитель автомобилей класса люкс.
- **Google** – технологическая компания, специализирующаяся на интернет-услугах и продуктах.
- **Метеорологические организации** – отвечают за предоставление метеорологической информации и прогнозов погоды.
- **Фармацевтическая промышленность Соединенного Королевства** – разрабатывает, производит и продает лекарственные средства.
- **JH Whittaker and Sons (Whittaker's)** – новозеландская кондитерская компания, специализирующаяся на шоколаде.

70. Полное описание практических примеров приводится в приложении 4. Нижеследующее обсуждение основано на анализе практических примеров для определения ключевых тем, связанных с обеспечением и разъяснением ценности отобранными компаниями/отраслями.

## 1. Создание ценности

71. Анализ этих практических примеров позволяет выявить несколько ключевых тем, касающихся того, как эти предприятия создают и пропагандируют ценность:

### *i) Ориентация на пользователя*

72. **Оставаться релевантным для пользователя имеет решающее значение для всех рассматриваемых компаний.** Проще говоря, если предприятие не производит продукцию, которая приносит пользу его клиентам, то оно прекратит свое существование. Понимание того, что клиенты считают ценным и не ценным, позволяет компаниям создавать инновационные продукты, услуги и функции, отвечающие этим потребностям, в интересах бизнеса.

73. Культура компании **Apple** выстроена таким образом, что потребитель оказывается в центре всего, что она делает, начиная с дизайна своей продукции и заканчивая дизайном ее розничных магазинов. «Мы ставим себя на место клиента». Компания **Apple** постоянно работает, как говорится, над тем, чтобы радовать потребителей выпуском новых продуктов, а также над совершенствованием дизайна своих продуктов и дизайна своих магазинов.

74. **Amazon** также имеет сильную клиентоориентированность. «Наше видение – быть самой клиентоориентированной компанией в мире». Философия заключается в том, что то, что лучше всего для клиента, в конечном счете, оказывается наилучшим и для бизнеса. Разработчики в первую очередь думают о том, какую пользу их продукт принесет клиенту, и только потом, как

это сделать, вместо того, чтобы сначала думать о проектировании технологии, а затем только о том, как ее использовать.

75. Аналогичный подход применяется и **Google**. «Не думайте в первую очередь о деньгах, сосредоточьтесь на пользователе, и все остальное придет само». На заре своей деятельности Google выпустила несколько своих продуктов в виде «бета-версий», а затем выпускала окончательные версии по мере того, как клиенты сообщали о том, чего им примерно хотелось бы. Google продолжает внимательно прислушиваться к отзывам пользователей после каждого выпуска нового продукта и пересматривает его с учетом услышанного.

76. **Рассматриваемые в настоящих Рекомендациях метеорологические службы** также пришли к выводу о том, что одного лишь предоставления наилучших прогнозов погоды или климатических прогнозов уже недостаточно. «Прогноз погоды является ценным только в том случае, если он может быть использован для принятия решений, приносящих привлекательные выгоды пользователям». Метеорологические службы все чаще стремятся наладить отношения с клиентами для обеспечения предоставления информации, необходимой для уменьшения неопределенности и улучшения процесса принятия решений.

#### *ii) Хороший дизайн*

77. Дизайн также является повторяющейся характеристикой и естественным образом согласуется с ориентацией на клиента. Определив, чего хотят потенциальные пользователи, естественным следующим шагом является **разработка дизайна продуктов и услуг с учетом их потребностей**.

78. Эффективное использование дизайна является ценным источником дифференциации и служит аргументом для клиентов купить продукт у этой фирмы, а не у ее конкурентов. Дизайн также повышает ценность продуктов и услуг и их доступность для пользователей. Клиенты зачастую готовы платить больше за продукты с удачным дизайном, которые способны обеспечить больше преимуществ, таких как повышенное удобство в использовании и улучшенные функциональность и эстетичность.

79. **Apple** – один из примеров этого. Ее философия дизайна заключается в том, чтобы делать сложные вещи простыми и производить интуитивно-понятные и простые в использовании продукты. Продукты Apple по своему замыслу созданы для совместной работы и используют одну и ту же базовую архитектуру. В дополнение к использованию дизайна для повышения ценности своих продуктов Apple также использует принципы дизайна при выборе места и оформления своих розничных магазинов. Для привлечения покупателей магазины стратегически расположены в городских торговых районах с высокой посещаемостью.

80. Компания **Google** также сделала дизайн приоритетом для обеспечения своих конкурентных преимуществ. «Наша цель – спроектировать все так, чтобы это было превосходно просто. Каждый продукт должен иметь интуитивно-понятный, простой и красивый дизайн, который радует пользователей при каждом посещении». Представленный в прошлом году продукт Material Design, разработанный Google эволюционирующий стиль дизайна программного обеспечения и приложений для мобильных телефонов, планшетов и настольных компьютеров, обеспечивает плавность во взаимодействии, невидимые правила, которые управляют всем, чтобы каждое приложение не выглядело чужеродным, и «красоту в обслуживании и функционировании».

*iii) Нацеленность на инновации*

81. Дизайн может иметь критически важное значение, но он должен на что-то опираться. По этой причине **сосредоточенность на инновациях** является еще одной характерной чертой практических примеров, посвященных тому, как предприятия создают ценность. Творческий подход и инновации могут привести к появлению новых и более привлекательных продуктов, повышению эффективности и результативности рабочих процессов и, как следствие, росту продаж и степени удовлетворенности клиентов.

82. Ежегодно **Google** инвестирует миллиарды долларов в технологии и научно-исследовательские проекты. Компания поощряет «витание в облаках», выделяя сотрудникам 20% рабочего времени на реализацию увлекательных для них проектов. Многие из них имеют результатом появление новых продуктов или усовершенствование существующих.

83. Компания **Apple** также инвестирует значительные средства в исследования, направленные на обеспечение успешного дизайна. Компания считает, что целенаправленные инвестиции в исследования и разработки имеют решающее значение для ее будущего роста и конкурентоспособности на рынке и напрямую связаны с появлением новых и улучшенных продуктов. Она также поощряет инновации посредством своей практики в области людских ресурсов. Компания Apple награждает и стимулирует сотрудников за их энергию и энтузиазм в области инноваций.

84. Инновации также являются неотъемлемой частью разработки продукции **BMW**. Компания тратит около 25% своей прибыли на исследования и разработки, которые, по ее мнению, позволяют создавать продукты, которые продолжают привлекать к себе внимание общественности.

85. В **Amazon** экспериментирование и готовность изобретать являются важной частью культуры. «Если вы удвоите количество экспериментов в год, вы удвоите свою изобретательность». Amazon разработала свою собственную внутреннюю платформу для экспериментирования под названием «Weblab», которую она использует для оценки усовершенствований для своего веб-сайта и продукции.

86. В **фармацевтической промышленности** исследования и разработки имеют решающее значение для создания новых и эффективных лекарственных средств для пациентов с широким спектром заболеваний и расстройств. Без опоры на исследования и инновации развитие этой отрасли застопорилось бы.

*iv) Продуктивные партнерства*

87. Четвертой из повторяющихся тем в указанных практических примерах является то важное значение, которое придается налаживанию хорошо продуманных партнерств. **«На протяжении поколений компании строили рвы между собой и своими конкурентами. Сегодня самые успешные компании наводят мосты».** Фирмы, задействуя преимущества стратегического партнерства, могут использовать сильные стороны контрагента, чтобы сделать обе фирмы сильнее в долгосрочной перспективе. Совместная работа с другими позволяет компаниям создавать ценность и получать конкурентные преимущества за счет доступа к ресурсам партнера, включая рынки, технологии, капитал и людей.

88. **Метеорологические службы** все чаще налаживают партнерские отношения с академическими учреждениями и компаниями-производителями программного обеспечения в целях повышения своей эффективности и результативности. Например, в Соединенном Королевстве Метеорологическая служба создала академическое партнерство с целью

объединения своих усилий с усилиями ведущих университетов Соединенного Королевства в области метеорологических исследований (Университеты Эксетера, Оксфорда, Лидса и Ридинга).

89. **Amazon** смогла укрепить свои позиции в различных секторах благодаря партнерским соглашениям и использованию технологии в целях содействия продвижению и распространению продукции с помощью этих партнерств. Платформа розничной торговли Amazon позволяет другим розничным торговцам продавать товары в Интернете с помощью интерфейса и инфраструктуры Amazon с помощью ее программы «Syndicated Stores». Например, в Соединенном Королевстве крупный традиционный книжный магазин Waterstones заключил соглашение о партнерстве, в соответствии с которым Amazon осуществляет маркетинг и реализацию его книг онлайн на комиссионной основе. Такие партнерские отношения помогают Amazon выходить на клиентскую базу других поставщиков и побудить клиентов, которые осуществляют покупки в одной товарной категории, такой как книги, к покупкам в других категориях, таких как одежда и электроника. Таким образом, это выгодно для обеих сторон.

90. Компания **Whittaker's** также сотрудничает с другими компаниями, которые каким-то образом связаны с шоколадом. Так, например, она разработала с компанией по производству молочных продуктов Lewis Road Creamery межбрендовый продукт «Lewis Road Creamery Chocolate Milk Drink», который привлек к себе огромное число потребителей. Она также вступила в партнерские отношения с такими коммерчески успешными брендами, как L&P и Jelly Tip.

91. **BMW** признает, что будущие поколения автомобилей не могут быть созданы без более активного участия телекоммуникационных компаний и компаний-разработчиков программного обеспечения, в связи с чем она изучает возможности углубления отношений с такими компаниями, как **Apple**.

## 2. Пропаганда ценности

### *1) Управление брендом и узнаваемость бренда*

92. Все предприятия из практических примеров уделяют большое внимание узнаваемости бренда как средству сообщения и разъяснения ценности. Они считают это не менее важным, чем товары и услуги, которые они производят. **Успешное обеспечение узнаваемости бренда может принести большую пользу компании.**

93. Однако, возможно, лучше всего рассматривать эту задачу не как самостоятельный компонент успеха, а как нечто, опирающееся на потенциальную ценность, обусловленную клиентоориентированностью, хорошим дизайном, инновациями и целенаправленной работой с партнерами. Продвижение бренда с опорой на предполагаемую надежность или удобство использования вряд ли будет успешным, если соответствующий продукт или услуга не будут обладать такими свойствами. Продвижение бренда скорее подразумевает сообщение и пропаганду этих основополагающих компонентов ценности. Предприятия применяют различные подходы к решению этой задачи.

94. Как **Apple**, так и **Google** добились успеха в продвижении бренда путем завоевания популярности в СМИ. Агрессивный глобальный подход также сыграл важную роль в успехе этих брендов.

95. Некоторые компании стремятся к обеспечению узнаваемости своего бренда, используя внешние оценки и участвуя в конкурсах для получения одобрения третьей стороны. Например, Apple неоднократно становилась лауреатом Национальной академии телевизионных искусств

США («Tech Emmys»), что, по ее мнению, способствовало продвижению ее бренда. Исследование Хендрикса и Сингхала (Hendricks & Singhal) из Университета Западного Онтарио и Технологического института Джорджии подтверждает обоснованность такого подхода. Лауреаты опережали контрольную группу по показателям рентабельности, доходности продаж, роста численности персонала и роста активов.

96. **BMW** использует внешнюю оценку для повышения результативности и стоимости компании.

97. «Благодаря оценке EFQM мы получаем объективные, ценные и полезные мнения о наших сильных сторонах и, что еще важнее, о нашем потенциале. Мы используем их в процессе стратегического планирования и целеполагания для выбора правильных решений».

98. Эта оценка подтверждается объективными показателями роста стоимости.

99. В Новой Зеландии **Whittakers'** четыре года подряд включалась в список пользующихся наибольшим доверием брендов по результатам опроса читателей журнала «Reader Digest». Компания увеличивала свою долю на рынке в каждом из этих годов. Руководитель отдела маркетинга компании Whittakers' говорит, что такое признание помогает компании в реализации ее маркетинговой стратегии.

100. «Ежегодно многие бренды размещают эти маленькие значки победителей различных конкурсов на своей упаковке. **Если потребитель, стоя перед полкой, изобилующей различными товарами, будет вполне естественно сравнивать их и искать для обоснования своего выбора какие-то сигналы, так почему бы ему не взять товар с маленькой медалью на нем».**

#### *ii) Воздействие и результаты*

101. В конечном счете, как отмечалось выше в настоящем докладе, организации как государственного, так и частного секторов создают ценность через свое воздействие на социально-экономические результаты. Если раньше большинство компаний уделяло основное внимание оценке ценности с точки зрения конечных результатов, то сегодня по убедительным коммерческим причинам **все больше внимания уделяется демонстрации ценности с точки зрения воздействия на общество.**

102. Например, **метеорологические службы** пропагандируют ту роль, которую они играют в сокращении числа жертв и экономического ущерба. Например, многие предприятия – в секторах строительства, сельского хозяйства, розничной торговли, обрабатывающей промышленности и организации досуга и туризма – опираются на прогнозы погоды, которые напрямую влияют на их прибыльность и вклад в экономику.

103. **Фармацевтическая промышленность** также подчеркивает тот вклад, который она вносит в охрану здоровья и благополучие населения и в экономику. В Соединенном Королевстве вклад фармацевтического сектора в торговый баланс является третьим по размеру из девяти ведущих секторов промышленности. В социальном плане лекарства, разработанные фармацевтической промышленностью, способствуют профилактике или лечению опасных для жизни заболеваний. В других случаях они помогают превратить острые «смертельные» болезни в поддающиеся лечению хронические заболевания. Данная отрасль также указывает на свой вклад в уменьшение нагрузки на национальные системы здравоохранения.

### 3. Оценка ценности

104. Информация о том, как отрасли и компании измеряют ценность, часто находится в закрытом доступе, поскольку они рассматривают ее в качестве данных, представляющих собой коммерческую тайну. Тем не менее на основе информации, имеющейся в открытом доступе, можно сделать вывод о том, что измерение сосредоточено на следующих аспектах:

#### *i) Финансовые показатели*

105. Большинство отраслей и фирм, включенных в охват настоящего исследования, **используют ряд традиционных финансовых показателей для мониторинга своего прогресса**. К их числу относятся такие показатели, как выручка, рентабельность, рост продаж, прибыль на инвестированный капитал, рыночная доля и биржевая стоимость акций.

106. Такие компании, как Apple, Google и Amazon, регулярно публикуют большинство этих показателей в ежегодных отчетах.

#### *ii) Удовлетворенность потребителей*

107. Для отслеживания результативности компаний также используется ряд показателей удовлетворенности потребителей.

108. **Apple, Amazon и Google** используют **для сравнения себя со своими конкурентами рейтинг по Американскому индексу удовлетворенности потребителей (ACSI)**. ACSI является моделью причинно-следственных связей с индексами факторов удовлетворенности (ожидания потребителей, воспринимаемое качество и воспринимаемая ценность), удовлетворенности (ACSI) и факторов влияния на удовлетворенность (жалобы потребителей и лояльность потребителей, включая удержание клиентов и ценовую толерантность). Критериями сравнительного анализа служат компания, отрасль, сектор и бренд. Пользователи ACSI получают доступ к результатам подробного анализа собственной компании, а также своих аналогов и конкурентов в отрасли, что обеспечивает им стратегическое понимание взаимоотношений с клиентами их организаций и их конкурентной позиции на рынке.

109. **Apple** также использует **индекс потребительской лояльности (Net Promoter Score (NPS))** для отслеживания удовлетворенности и лояльности потребителей. Он опирается на ответы потребителей на простой вопрос: **«Какова вероятность того, что вы порекомендуете нашу компанию, продукты или услуги другу или коллеге?»** Тех, кто дает оценку 9 или 10 баллов, называют пропагандистами и считают способными демонстрировать своим поведением ценность продукта, например покупать больше, дольше оставаться клиентами и делиться положительными отзывами с другими потенциальными потребителями. Тех, кто дает оценку 0–6 баллов, называют критиками и считают менее склонными демонстрировать своим поведением ценность продукта. Тех, кто дает оценку 7 и 8 баллов, называют пассивными, и их поведение находится посередине между пропагандистами и критиками. NPS рассчитывается путем вычитания процента потребителей, которые являются критиками, из процента клиентов, которые являются пропагандистами.

110. **Amazon** отслеживает свою результативность по примерно 500 поддающихся измерению целевым параметрам, почти 80% из которых относятся к потребителям. Подробная информация о полном наборе показателей, касающихся потребителей, не является легкодоступной, но он включает в себя такие показатели, как процент заказов постоянных клиентов и рост числа клиентских счетов.

111. **BMW** постоянно измеряет удовлетворенность ее продукцией и удовлетворенность продажами и услугами. После каждого посещения дилера производится опрос по выборке услуг или выборке владельцев новых автомобилей на предмет их удовлетворенности работой дилера. Кроме того, компания регулярно проводит маркетинговые исследования для отслеживания степени удовлетворенности клиентов.

### *iii) Инновации*

112. **Apple, Google и Amazon** – все они отслеживают ценность, создаваемую инновациями, с учетом их важности для них. Используемые показатели включают в себя процент прибыли, расходуемый на исследования и разработки (НИОКР), процент доходов от новой продукции и расходы на НИОКР в виде процента от чистых продаж.

### *iv) Экономический эффект*

113. В условиях усиления требований к подотчетности за использование государственных средств метеорологические службы все чаще **стремятся количественно оценивать воздействие** изменчивости погоды на экономику или различные сектора экономики, такие как сельское хозяйство, розничная торговля и авиаперевозки. Например, согласно оценкам, на изменчивость погоды приходится 3,4% ВВП США, и одна треть экономической деятельности подвержена ее влиянию в той или иной форме. Поэтому степень, в которой точное прогнозирование способно смягчить эти последствия, является важным мерилем успеха.

114. **Фармацевтическая промышленность** также стремится демонстрировать свою ценность, используя **показатели, количественно измеряющие вклад отрасли в экономику**. Используемые показатели включают с себя вклад отрасли в ВВП и национальный доход, а также ее влияние на торговый баланс и занятость в стране.

## **С. Сопоставление подходов статистиков и подходов других отраслей**

115. НСУ используют целый ряд подходов, как для измерения ценности и воздействия своих материалов, так и для пропаганды этой ценности. Мы все можем заимствовать у других НСУ хорошие идеи и практику. Другие отрасли имеют аналогичные интересы в плане ценности и способов поощрения ее создания. Существенное различие в акцентах, однако, заключается в том, в какой степени другие отрасли, описанные выше, включили компоненты создания и пропаганды ценности в свою общую бизнес-модель. Ориентация на потребителя и узнаваемость бренда, подкрепленные акцентом на культуру и методы работы, скорее всего, будут способствовать созданию и пропаганде ценности и, как представляется, занимать гораздо более важное место в деятельности других отраслей.

116. Можно было бы обсудить вопрос о том, насколько велики такие различия. Но что, несомненно, верно, так это то, что **эти подходы других отраслей являются благодатной почвой для НСУ**. Мы можем учиться у них, как и друг у друга.

117. В качестве резюме высокого уровня можно сформулировать парадигму создания и пропаганды ценности в следующих терминах:

- Начнем с того, что **сосредоточимся на клиенте/пользователе** и его/ее потребностях.
- Сделаем упор на **разработку** продуктов и услуг, отвечающих этим потребностям, с опорой на непрерывные **инновации** и плоды работы тщательно отобранных **стратегических партнеров**.

- **Инвестируем в узнаваемость и продвижение бренда**, с тем чтобы эти тщательно разработанные и инновационные услуги были хорошо известны и пользовались доверием.
- Действуя таким образом, **создадим ценные материалы** и окажем воздействие на общество...

...которые, в свою очередь, будут широко признаваться в качестве ценных. Уникальное качество официальной статистики является краеугольным камнем и результатом применения основополагающих принципов официальной статистики.

Или, в виде диаграммного представления концентрических кругов:





## 4. Создание ценности благодаря партнерству

---

118. Действительно, НСУ уже наладили широкие партнерские отношения различного рода. В 2014 году Группа высокого уровня по модернизации официальной статистики провела обследование, которое выявило 57 таких партнерств в 25 различных странах или организациях. **Наиболее распространенным типом партнерства является партнерство с поставщиками данных, особенно в государственном секторе, за которыми идут аналитические партнеры.** Также существует небольшое число партнерств с пользователями данных и партнерами в области дизайна и технологии. Это указывает на то, что в настоящее время доступ к данным является основным стимулом к налаживанию партнерства. НСУ могут использовать партнерства с государственным и частным сектором, организациями гражданского общества, научными кругами и другими заинтересованными субъектами для более эффективного удовлетворения потребностей пользователей:

- На оперативном уровне **партнерства содействуют удовлетворению целого ряда потребностей:** финансирование, обмен знаниями, информационно-пропагандистская деятельность, разработка справочных материалов, передача на внешний подряд услуг, а также поддержка производства данных и доступа к ним. В последнее время бизнес-модели НСУ в определенной степени расширились и теперь включают в себя такие компоненты партнерства, как большие данные и краудсорсинг.
- Мощные стратегические **партнерства также содействуют привлечению большего внимания** к деятельности статистических управлений. Совместная информационно-пропагандистская работа может стать мощным инструментом поощрения использования официальных данных и взаимодействия с конкретной аудиторией. Стратегические партнерства с другими государственными учреждениями имеют решающее значение для эффективного статистического производства, особенно партнерства с поставщиками данных.
- Обмениваясь информацией об успехах и проблемах в налаживании партнерств, учреждения могут совместно работать над повышением ценности официальной статистики и **созданием моделей управления**, сохраняя при этом независимость и доверие общественности, которые имеют центральное значение для работы статистического управления.

119. Это обсуждение основывается на углубленном обзоре, проведенном Бюро КЕС в октябре 2015 года на основе документа, подготовленного Статистическим управлением Канады.

### А. Партнерства с заинтересованными субъектами

120. Партнерские отношения с государственным сектором способствуют развитию официальной статистики благодаря поддержке сбора данных, совершенствованию статистических рабочих процессов и развитию инфраструктуры и инструментов ИТ и программного обеспечения. Эти партнерские отношения повышают ценность статистических данных путем поддержки существующих программ и устранения пробелов в данных.

121. Партнерские отношения имеют чрезвычайно важное значение для координации с поставщиками административных данных. Одной из важных тем для статистических управлений является уменьшение нагрузки по предоставлению ответов за счет **применения общеправительственного подхода к сбору и подготовке данных**, включая обмен имеющимися у правительства данными в целях сокращения дублирования.

122. На международном уровне **обмен данными между статистическими управлениями** имеет давнюю традицию. Он может помочь в триангуляции, например информации о торговле или потоках капитала, или даже в глобализованном мире, о международных производственных цепочках.

123. Партнерства с коммерческими организациями, вероятно, будут становиться все более распространенными по мере того, как статистические управления начнут использовать большие данные и краудсорсинг. В большинстве случаев партнеры из частного сектора являются поставщиками данных и их пользователями.

124. Одним из **многообещающих направлений** является **использование административных данных частного сектора** для формирования официальной статистики – например, использование информации компаний-эмитентов кредитных карт или данных коммунальных предприятий для получения информации о месте жительства или образе жизни.

125. Ряд НСУ имеют соглашения с компаниями-разработчиками ПО или более широкими по специализации ИТ-компаниями о предоставлении **услуг в области информационных технологий**. Такие соглашения об оказании услуг могут предусматривать как сопровождение, так и инициативное обслуживание. Услуги сопровождения обеспечивают решение критических проблем, которые могут отрицательно сказаться на высокоприоритетных бизнес-системах. Инициативное обслуживание обеспечивает наличие систем, которые отвечают современным отраслевым стандартам и передовой практике или приближаются к ним.

126. Другие партнерства принимают форму **структурированных отношений с пользователями**. НСУ могут давать консультации и проводить обучение по использованию своих материалов. С другой стороны, пользователи имеют возможность высказывать свои замечания или, играя более активную роль, помогать совершенствованию существующих или разработке новых продуктов. Ряд НСУ имеют соглашения с компаниями-разработчиками ПО о предоставлении услуг в области информационных технологий.

127. Партнерские отношения с гражданским обществом способствуют **повышению коэффициента предоставления ответов** в бизнес-секторе, что ведет к улучшению качества данных и тем самым к повышению ценности официальной статистики. Кроме того, использование официальных данных ключевыми директивными органами повышает их авторитетность и укрепляет доверие общественности, необходимое для функционирования статистических управлений.

128. Существующие партнерства такого рода включают в себя сотрудничество в области статистических бизнес-процессов и сбора данных, а также в целях финансирования, обмена знаниями и взаимного изучения стратегических вопросов.

129. НСУ часто вступают в партнерские отношения со средствами массовой информации. Это может принимать различные формы – от проведения периодических пресс-конференций до оказания ежедневных услуг средствам массовой информации в целях облегчения подготовки новостей на основе статистических релизов. Например, Статистическое управление **Нидерландов** располагает современным пресс-центром для поддержки эффективного распространения статистических данных средствами массовой информации.

130. Партнерство с академическими и исследовательскими сообществами осуществляется в целях поддержки фундаментальных и прикладных исследований, **облегчения доступа к микроданным**, содействия использованию аналитических инструментов, оказания влияния на учебные программы, создания совместных кафедр и обмена знаниями. Оно способствует, в

частности, существенному расширению доступа к файлам данных публичного пользования и улучшению доступа к официальной статистике.

131. Несколько национальных статистических управлений установили партнерские отношения с университетами **в целях расширения своих возможностей и совершенствования методов сбора данных**. Другие инициативы направлены на партнерство со средними школами в целях повышения уровня статистической осведомленности и грамотности среди учащихся. Опросы пользователей, проводимые многими НСУ, также указывают на то, что пользователи, которые имеют опыт использования статистики, оценивают ее наиболее высоко. Поэтому для НСУ стратегически важно работать над повышением статистической грамотности и достаточным обучением использованию статистики.

### **В. Партнерство посредством взаимодействия**

132. Взаимодействие помогает достичь различных целей, таких как поощрение участия респондентов, заручение поддержкой влиятельных органов, демонстрация ценности официальной статистики и поощрение ее использования путем предоставления доступа к данным и инструментам, а также организации учебы и оказания поддержки.

133. Взаимодействие, как правило, представляет собой непрерывный тип отношений, которые могут быть более или менее прочными и более или менее структурированными. Оно может, например, включать в себя непрерывное партнерство между НСУ и респондентами, направленное на получение требуемой информации наименее трудоемким образом. Также широко распространены механизмы взаимодействия с пользователями, включающие в себя брифинги, презентации и семинары, направленные на обеспечение максимального понимания и эксплуатации ценности официальной статистики. Одним из видов взаимодействия с одной конкретной категорией пользователей являются **совместные мероприятия с внешними экспертами с целью повышения качества публичных дебатов** и принятия решений по ключевым вопросам.

### **С. Партнерство в целях максимального использования потенциала больших данных**

134. Появление больших данных с их возможным влиянием на основную деятельность статистических организаций указывает на потенциал партнерских отношений для продвижения этой повестки дня. Ввиду неопределенности, сложности, скорости появления и размера больших данных многие НСУ могут не обладать внутренними знаниями в области проектирования и анализа и технологиями, которые потребуются для полного использования имеющихся возможностей. Очевидным вариантом представляется **партнерство, направленное на формирование полного набора навыков и опыта, необходимых для использования больших данных**. Кандидатуры таких партнеров могут быть найдены среди научно-исследовательских институтов академического сектора, поставщиков технологий, потребителей данных, организаций, занимающихся защитой конфиденциальности данных, и предприятий.

135. Помимо других преимуществ, такое партнерство может также приносить дивиденды более нематериальными способами. Они являются результатом объединения различными сторонами своих знаний, культуры и навыков в различных областях.

## Д. Краудсорсинг

136. Хотя можно привести исторические примеры краудсорсинга на протяжении нескольких столетий, его современное использование для сбора статистической информации от распределенной группы активных участников все еще находится в зачаточном состоянии. В принципе, речь идет о методе, который позволяет найти и собрать информацию, проанализировать существующую информацию, найти эмпирическое решение и оценить вкусы общественности или поддержку со стороны общественности.

137. **Его потенциал заключается в недорогостоящем партнерстве, которое позволяет получать своевременные и релевантные данные.** Он также потенциально объединяет различные ресурсы и людей, помогая организациям внедрять инновации и достигать лучших результатов.

138. В настоящее время существует лишь ограниченное число примеров такого партнерства с участием НСУ. Однако это является одним из вариантов, которые следует учитывать.

## Е. Оценка и направления будущей работы

139. В настоящее время НСУ участвуют во многих партнерствах, используя различные способы и взаимодействуя с различными контрагентами. Существует богатая палитра возможностей для взаимного обучения между НСУ.

140. Очевидна необходимость дальнейшего расширения участия НСУ в партнерствах, которые способствуют повышению ценности официальной статистики. Однако важно, чтобы НСУ обеспечивали свою профессиональную независимость при установлении тесных стратегических партнерских отношений с другими организациями. Можно выделить те **области, в которых потенциал налаживания плодотворных партнерских отношений еще не используется в полной мере:**

- Одна из них связана с **созданием НСУ и другими заинтересованными сторонами общих систем и рамок для совместного развития.** Австралийское бюро статистики и Центральное статистическое бюро **Нидерландов** обратили внимание на эффективность, которая может быть достигнута благодаря международному сотрудничеству в области развития бизнес-архитектуры. Это пойдет на пользу **программам технической помощи** для развивающихся стран. Например, Статистическое управление **Канады** обменивается общими инструментами со своей Международной программой предоставления стипендий и грантов в области статистики в странах Африки, Латинской Америки и Карибского бассейна, а ИНЭГИ **Мексики** разрабатывает пространственные данные в странах – членах Ассоциации карибских государств.
- В некоторых странах получение доступа к новым источникам данных и их возможная адаптация к потребностям официальной статистики потребуют **укрепления партнерских связей с поставщиками данных из государственного и предпринимательского секторов и неправительственными организациями.**
- **Сотрудничество с научным сообществом** может быть полезным для разработки методологии и расширения использования обширных массивов данных НСУ, что повысит их ценность для общества.

- Как представляется, существует значительный незадействованный **потенциал сотрудничества с частным и коммерческим секторами**: а) в области разработки и предоставления новых типов информации; б) разработки технологий сбора, измерения и распространения данных; и с) создания новых продуктов на основе статистических данных.



## 5. Измерение ценности официальной статистики

---

### А. К созданию рамочной системы с набором показателей

141. Официальные статистики, несомненно, находятся в невыгодном положении с точки зрения отстаивания интересов и пропаганды нашей отрасли, что обусловлено отсутствием признанных и убедительных инструментов расчета ценности производимой нами продукции. По крайней мере из-за этого всякий может упрекнуть нас в том, что, стремясь измерить объем выпуска любой другой продукции, мы не измеряем ценность того, что производим сами. Кроме того, это ограничивает наши возможности в плане пропаганды официальной статистики и обоснования необходимости дальнейшего инвестирования в нее, поскольку мы не в состоянии убедительно продемонстрировать, что ее ценность превышает затраты.

142. В то же время измерение ценности официальной статистики должно производиться на строго научной основе с использованием упорядоченной и построенной на твердых принципах системы. Специальные показатели, разработанные исходя из отдельных «гениальных идей», могут дать неверные результаты, а заодно и подорвать доверие ко всему процессу. Поэтому в настоящем разделе обсуждается и излагается предлагаемая методология, которую НСУ могли бы использовать для измерения ценности своих материалов. При этом он учитывает выводы предыдущих разделов, и в частности: 1) составляющие ценности официальной статистики, показанные на диаграмме в конце главы 3; и 2) как другие отрасли подходят к этому вопросу.

143. Это предложение предусматривает, что данная рамочная система должна включать в себя следующие три элемента:

- **Поддающиеся наблюдению «объективные» показатели:** такие показатели, как количество скачиваний, количество цитат в разбивке по типам СМИ и т.д., данные по которым могут быть собраны из существующих источников и которые имеют важное значение для анализа ценности официальной статистики. Каждый из этих показателей обеспечит информацию по конкретному аспекту ценности официальной статистики, не будучи, таким образом, репрезентативным с точки зрения всей ее ценности. Кроме того, придется принимать субъективные решения при отборе из широкого спектра возможных показателей, чтобы не утонуть в их множественности. Таким образом, обеспечение репрезентативности показателей и необходимость надлежащего формирования ограниченного набора показателей выглядят непростыми задачами.
- **«Субъективные» показатели, рассчитываемые на основе опросов удовлетворенности пользователей:** необходимые для оценки ценности статистики с точки зрения доверия пользователей к официальной статистике, полезности и доступности официальной статистики. Специальные опросы могли бы проводиться на периодической, скажем ежегодной, основе или по выборке посетителей веб-сайта на текущей основе.
- **Методологии, позволяющие измерить полезность/определить ценность статистики в денежном выражении:** способность дать денежную оценку официальной статистики может стать очень мощным и убедительным инструментом для демонстрации ее ценности. Хотя некоторые попытки провести такую денежную оценку уже предпринимались, они пока не увенчались большим успехом. Ключевым вопросом, требующим решения в отсутствие поддающихся наблюдению цен, является поиск убедительных способов определения подходящих теневых цен в поддержку расчета ценности. Еще один вопрос состоит в решении проблемы неучета части выпуска или двойного учета некоторых элементов.

144. Далее в этом разделе поочередно рассматривается и развивается каждый из этих элементов. Хотя диаграмма, иллюстрирующая аспекты ценности, является хорошей стартовой позицией, в отношении всех этих компонентов мы рекомендуем, чтобы данный подход опирался на ряд других правил и принципов:

- По причинам, которые обсуждались выше в настоящем докладе, важно, чтобы бренд официальной статистики был узнаваемым. **Однако ценность официальной статистики может выходить за пределы ценности бренда, и важно, чтобы измерение охватывало эту более широкую область, а не только ценность самого бренда.** Люди могут знать название статистического управления и его логотип, но они все равно будут часто искать данные с помощью Google, если им нужна статистика о каком-либо явлении. Когда в ходе одного мероприятия, проводившегося в одном из университетов Ирландии, участников спросили, скольким из них известно о существовании статистического управления, почти все ответили утвердительно. Однако, когда их спросили, сколько из них посещали веб-сайт статистического управления, из 200 подняли руки лишь двое.
- Кроме того, какими бы новаторскими и хорошо разработанными ни были наши статистические материалы, очевидно, что, **если они не известны общественности и не используются ею, они являются бесполезными.**
- **Первоочередное внимание следует уделять опыту и восприятию пользователей:** имеются ли в наличии требуемые им данные, доступны ли они с должным уровнем детализации, являются ли они достаточно качественными и доступны ли они в надлежащем формате? Сколько у нас пользователей? Как они используют нашу статистику? Насколько ценна для них наша статистика? В этом отношении совершенствование дизайна, инновации, партнерство и узнаваемость бренда являются важными промежуточными этапами создания ценности официальной статистики. Однако ценность должна измеряться на основе фактического использования официальной статистики, ее доступности и ее предполагаемого качества и полезности. Один из способов сведения воедино этих соображений заключается в выяснении того, считают ли пользователи, что мы оказываем им ценную услугу, помимо и сверх ценности публикуемых нами статистических продуктов.
- Наличие **показателей затрат** (например, часов, затраченных на разработку) **может быть полезным в качестве инструмента контроля, но они ничего не говорят нам о воздействии статистики.**
- Кроме того, **важным критерием является измеримость показателя.** В случае субъективных показателей это предполагает наличие инструментов для выяснения степени удовлетворенности пользователей регулярным и надежным образом. Было бы также желательно разработать набор показателей, позволяющих проводить международные сопоставления. Хотя различия в материалах между странами могут (в значительной степени) зависеть от культурных различий, международные сопоставления могут дать полезную информацию для взаимного обмена опытом и передовой практикой.
- Наконец, **важно знать больше о потенциальных пользователях, которые в настоящее время не используют статистику.** Нам следует интересоваться не только реальной ценностью официальной статистики, но и большей потенциальной ценностью, которую бы непользователи могли извлечь из официальной статистики, если бы на практике пользовались ею. В связи с этим возникают очевидные вопросы. Почему они не используют официальную статистику? Они ничего не знают о статистике, которую мы предлагаем? Наша статистика им не полезна? Статистика не предоставляется в пригодном формате или недостаточно своевременна? То же самое относится и к необходимости улучшить наши знания о том, какую

статистику ищут люди, чтобы иметь больше знаний о том, в чем на самом деле нуждаются наши пользователи и что они ценят.

### В. Объективные показатели

145. Когда речь заходит о возможных объективных показателях, то, как правило, стараются найти такие показатели, которые бы описывали реальное использование официальной статистики в разных областях (политика, исследовательская работа, СМИ, широкая общественность и т.д.). Кроме того, можно было бы включить показатели, отражающие соблюдение основополагающих принципов официальной статистики.

- **Использование статистики:** речь идет о таких показателях, как число посещений веб-сайта и загрузок данных, в разбивке по темам. Эти показатели и их динамика обеспечили бы объективное отражение (динамики) фактического использования официальной статистики. Они также могут отражать уровень знакомства пользователей со статистическим управлением. Разумеется, хотелось бы получить больше информации о типе пользователей и о том, могут ли пользователи (легко) находить соответствующие данные, независимо от того, удовлетворены они результатами или нет. Такая информация может быть собрана путем опроса посетителей на выборочной основе (см. субъективные показатели) или с помощью Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).
- **Релевантность статистики:** частота цитирования в ведущих газетах/на веб-сайтах, радио и телеканалах является важным показателем, например в связи с пресс-конференциями, релизами и другими конкретными каналами коммуникации. Этот показатель, включая его динамику, описывает влияние статистических «новостей», их релевантность для публичных дебатов, статус бренда официальной статистики и доверие к ней. Частота цитирования в научно-исследовательских работах/политических документах даст другой срез степени релевантности официальной статистики и доверия к ней, но с точки зрения более конкретных групп. Анализ используемых альтернативных источников данных может дать дополнительную информацию о том, почему пользователи не использовали официальную статистику.
- **Прозрачность статистики:** одним из признаков прозрачности является публикация предварительного графика выпуска статистических данных. Одним из возможных показателей качества статистики с точки зрения пунктуальности могла бы стать публикация показателя, отражающего соблюдение этого графика. Кроме того, можно было бы собирать информацию о наличии метаданных и других материалов и ресурсов по статистике.
- **Качество статистики:** наиболее очевидным обобщенным показателем могли бы быть масштаб и направленность регулярных пересмотров темпов экономического роста или постоянно обновляемый список методов передовой международной практики, внедренных НСУ. Поскольку расчеты темпов экономического роста опираются на целый ряд базовых источников данных, они могут также служить одним из признаков надежности, выходящим за рамки национальных счетов. Однако такие показатели должны использоваться с осторожностью, с учетом, например, различий в политике пересмотра разных стран.

146. Из ключевых показателей, имеющихся в каждом управлении, можно составить панель индикаторов качества, прозрачности, использования и релевантности. Выбор конкретных будет зависеть от специфики конкретной страны. В нижеследующей панели индикаторов приводятся примеры возможных показателей.

Таблица 1

**Панель индикаторов с возможными объективными показателями ценности официальной статистики**

<b>Качество</b>	<b>Прозрачность</b>
соблюдение сроков выпуска статистических релизов (доля релизов, которые были выпущены в срок/ с опозданием/аннулированы)	актуальность метаданных (средний «возраст» метаданных на веб-сайте)
доля статистических релизов, не содержащих ошибок	доля статистики, опубликованной с метаданными
быстрота исправления ошибок (среднее время ожидания исправлений в днях)	количество постов официальных статистиков в блогах
точность статистических данных (среднее количество пересмотров)	количество обученных пользователей/журналистов
актуальность статистических релизов (количество недель, прошедших после периода, к которому относятся данные)	количество статей, разъясняющих статистику
количество внедренных новых инструментов визуализации	количество решений в области открытых данных, в которых фигурирует статистика
наличие премий за инновации или качество	количество соглашений о партнерстве
наличие описаний качества (доля опубликованных статистических данных)	число ячеек данных в онлайн-овых статистических базах данных
<b>Использование</b>	<b>Релевантность</b>
количество посещений веб-сайта	частота цитирования в средствах массовой информации
загрузки статистических данных в разбивке по областям	частота цитирования в научно-исследовательских работах/политических документах
посещения цифровой библиотеки/веб-сайта публикаций	наиболее часто цитируемые статистические данные
количество подписчиков в социальных сетях	наиболее часто используемые/загружаемые статистические данные
количество подписчиков на новостные ленты	количество ретвитов
количество загрузок статистических приложений	количество специализированных услуг в разбивке по группам пользователей
количество контактов в чате	количество новых конечных продуктов/услуг
число соглашений об использовании микроданных в исследовательских целях	рабочее время, затрачиваемое на разработку
количество договоров на оказание платных услуг/ продаж продуктов/услуг	число документов/презентаций/докладов, которые вносят вклад в международную статистическую работу
продажи/заказы публикаций	количество проведенных международных ознакомительных поездок
количество ответов на международные запросы	членство в международных группах экспертов

### С. Субъективные показатели – типовой опрос пользователей

147. Ранее было рекомендовано отбирать показатели не на специальной основе, а в рамках упорядоченной системы. В случае субъективных показателей очевидным источником информации является опрос пользователей. Поэтому в настоящем разделе предлагаются возможные формат и охват такого опроса. Показатели, характеризующие субъективное восприятие, могут относиться к нижеперечисленным темам. Некоторые вопросы носят более общий характер и, следовательно, предназначены для всех пользователей. Другие вопросы, такие как касающиеся инноваций, возможно, должны быть предназначены для конкретных, лучше информированных групп пользователей. Параллельно с получением информации по этим вопросам было бы желательно определить способы получения большего объема информации о пользователях официальной статистики (возраст, пол, уровень образования и т.д.) и использовании официальной статистики (как часто они используют официальную статистику; с какой целью они используют статистику; и откуда они обычно получают данные?).

- **Удовлетворенность продуктами и услугами.** Во-первых, хотелось бы знать, нашел ли пользователь ответ на свой вопрос (вопросы), легко ли было найти соответствующую информацию (например, доступность статистических баз данных) и в какой степени его информационные потребности были удовлетворены. Этот анализ можно было бы дополнительно углубить, задав вопросы о том, что пользователь считает наиболее важными характеристиками официальной статистики или статистики вообще (например, своевременность, точность, достоверность, (меж)страновая сопоставимость и т.д.) и как он оценивает официальную статистику по каждой из этих характеристик. Вопросы о предпочтениях в отношении типа доступа (онлайн, по телефону, личный), типа(ов) используемого(ых) устройства(ов) и предпочитаемых СМИ позволят получить дополнительную информацию о наших клиентах.
- **Поддержка пользователей:** в этом разделе можно задать вопросы для выяснения общего мнения пользователя о том, насколько хорошо мы работаем, и что, по его мнению, мы можем улучшить в обслуживании пользователей.
- **Дизайн, коммуникация и метаданные:** здесь можно задать вопросы о дизайне веб-сайта официальной статистики в целом и статистического хранилища в частности: насколько легко/сложно осуществлять навигацию и находить соответствующую информацию, насколько пользователь удовлетворен визуализацией официальной статистики (видео, инфографика, карты, графики, наборы показателей) и т.д.
- **Релевантность, оперативность реагирования и инновационность:** насколько эффективно статистическое управление информирует публичные дебаты по текущим проблемам, затрагивающим нашу страну, насколько, по вашему мнению, мы инновационны в своей работе (например, в использовании новых технологий, методов и источников данных), насколько важна официальная статистика для понимания изменений в обществе.
- **Узнаваемость бренда и информированность о принципиальной позиции:** в этом разделе можно было бы задать вопросы о доверии к официальной статистике, воспринимаемом отсутствии политического вмешательства, а также об общей удовлетворенности работой статистического управления и понимании его миссии.
- **Конкретные продукты и услуги:** слышали ли вы о каком-либо конкретном статистическом продукте; насколько вы удовлетворены качеством продукта или услуги; используете ли вы общедоступные файлы или обезличенные микроданные и по каким областям они вам в

основном требуются; считаете ли вы, что вам или вашей организации принесет какие-то выгоды расширение обмена обезличенными данными и т.д.

148. Вышеперечисленное представляет собой типовую схему, которую НСУ могли бы использовать для разработки программ своих опросов, с вопросами, адаптированными к их собственным конкретным условиям. Более подробное описание типовой модели опроса пользователей содержится в приложении 3 к настоящему докладу. Полезное руководство по определению и измерению удовлетворенности потребителей разработано, например, Международной организацией по стандартизации (ISO 10004)<sup>10</sup>.

149. Кроме того, помимо основного опроса пользователей, НСУ рекомендуется время от времени проводить целевые опросы или участвовать в них. Целевые опросы могут включать, например:

- **Общеправительственные опросы общественного мнения** о том, насколько хорошо люди знают различные учреждения, их логотипы и мандаты, включая НСУ.
- **Онлайн опросы, размещаемые на сайте НСУ**, с парой целевых вопросов о полезности сайта и его функциях.
- **Опросы основных заинтересованных субъектов** с целью выяснения их конкретных потребностей. Это может стать полезным инструментом для развития эффективных партнерских связей и совершенствования коммуникационной стратегии.

## **D. Измерение ценности официальной статистики в денежном выражении**

150. Показатели выпуска, например количество загрузок из официальных баз данных, частота упоминаний в средствах массовой информации и частота цитирования в политических документах и научно-исследовательских работах, могут позволить получить весьма ценную информацию об использовании официальной статистики, особенно в тех случаях, когда динамика отслеживается на протяжении длительного периода времени. Сравнение взвешенного индекса этих показателей использования с индексом объема затраченных ресурсов может также служить способом, хотя и несовершенным, для составления представления о динамике производительности или эффективности работы по подготовке официальной статистики. Однако, как отмечалось в начале настоящего раздела, доводы в пользу ценности официальной статистики могут быть более вескими и убедительными, если ценность (воздействие) статистики может быть измерена в денежном выражении. В настоящем разделе обсуждаются различные возможные методы стоимостной оценки. Соответственно, будут рассмотрены следующие подходы:

- подходы на основе затрат;
- подходы на основе эквивалентной рыночной цены;
- методы заявленных предпочтений;
- методы выявленных предпочтений;
- оценки воздействия.

151. В каждом из ниже следующих разделов будет дано краткое описание одного из вышеперечисленных подходов. Будут рассмотрены основные преимущества и недостатки каждого из них. В заключительном разделе этой главы приводится резюме основных выводов и рекомендаций.

---

<sup>10</sup> [www.iso.org/obp/ui/#iso:std:56869:en](http://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:56869:en).

Прежде чем приступить к обсуждению методов измерения в денежном выражении, следует отметить, что наличие высококачественных показателей затрат и выпуска могло бы в значительной степени поддержать этот процесс.

152. Подход, описанный в первом разделе, несколько отличается от описываемых ниже тем, что он учитывает затраты на подготовку официальной статистики исходя из допущения, что затраты равны ценности. Это отличается от других подходов, которые стремятся определить ценность официальной статистики с помощью прямых доказательств.

### 1. Расчет себестоимости

153. Один из подходов к определению ценности официальной статистики в денежном выражении состоит в расчете совокупных затрат на подготовку этих статистических данных. Именно эта методология обычно применяется в рамках системы национальных счетов для измерения (в текущих ценах) объема производства услуг, рыночные цены на которые отсутствуют. В этом отношении общие затраты на подготовку официальной статистики можно также рассматривать в качестве цены рыночного эквивалента, которую общество готово платить за эти услуги, что косвенно согласуется в рамках демократических процедур.

154. Однако этот подход страдает очевидными недостатками. Методы на основе затрат не учитывают различия в качестве и производительности, если данные сопоставляются во времени или между странами. Аналогичным образом поскольку затраты и ценность считаются по определению равными, эти методы не могут служить ориентиром для получения представления о том, насколько инвестиции в официальную статистику являются оправданными и в какой степени. В то же время эта методология не может ничего сказать о динамике производительности, поскольку по определению она всегда будет неизменной. В области национальных счетов при оценке изменений во времени в последних версиях Системы национальных счетов (СНС) рекомендуется, по возможности, отказываться от подходов, предполагающих равенство показателей затрат и выпуска. Поэтому не рекомендуется использовать этот подход для отслеживания изменений ценности официальной статистики во времени.

155. В то же время существуют веские причины, по которым НСУ следует собирать надежные и всеобъемлющие данные о своих затратах:

- данные о затратах позволяют продемонстрировать, что затраты на официальную статистику являются относительно низкими, если, конечно, они выражены в показателях на душу населения. В принципе можно утверждать, что, например, 15 евро в год на человека является хорошей ценой за подготовку обширной высококачественной информации в поддержку проведения исследований и разработки политики на основе фактологических данных;
- анализ затрат во времени, с учетом изменения цен или без него, также позволит продемонстрировать часто наблюдаемую тенденцию к снижению бюджетных ассигнований на официальную статистику. Комбинирование индекса объема этих затрат с реальным показателем ценности статистических данных в постоянных ценах создает возможности для оценки роста производительности или эффективности во времени;
- эти данные также позволяют сравнивать положение в отдельных странах, например путем анализа затрат либо в расчете на душу населения, либо в качестве процентной доли от ВВП. Вместе с тем при проведении международных сопоставлений важно, и это очевидно, сравнивать подобное с подобным. Как отмечается ниже, это, возможно, легче сказать, чем сделать. Тем не менее при тщательном подходе эта задача вполне выполнима;

- и последнее, но не менее важное: сравнение себестоимости с результатами методов оценки затраты–выпуск может позволить сделать интересные выводы как о различиях, существующих между странами, так и об изменениях во времени.

156. При расчете себестоимости следует проводить различие между двумя основными методами. Первый метод заключается в чистой регистрации денежных операций и предполагает, что калькуляция затрат на официальную статистику осуществляется на основе произведенных за год соответствующих денежных платежей. Вторым методом является метод полного начисления. В рамках этого метода делается попытка распределить затраты по всем годам, в течение которых готовилась официальная статистика, независимо от года ее фактического выпуска. Эту методологию особенно целесообразно использовать в тех случаях, когда ежегодный объем бюджетных ассигнований на официальную статистику является весьма неодинаковым; в качестве примера можно привести значительные бюджетные ассигнования для проведения национальной переписи населения в определенные базисные годы. Новая Зеландия применяет этот метод для оценки ежегодных расходов на проведение своей переписи. При этом Статистическое управление Новой Зеландии использует допущения в отношении срока службы и схемы амортизации результатов переписи населения<sup>11</sup>. Разумеется, эти допущения не всегда очевидны. Поэтому в период между переписями более целесообразно просто усреднять ежегодные затраты с учетом или без учета изменений в ценах. Такой же метод можно было бы использовать и в отношении других разовых бюджетных ассигнований, хотя в этом случае также необходимо сделать допущения в отношении распределения этих затрат между будущими годами, что может быть сложнее, чем в случае переписи. Каким бы ни было выбранное решение, такой метод начисления, несомненно, предпочтительнее в принципе, чем использование чистой регистрации денежных операций.

157. Последний вопрос касается того, какие расходы следует включать в оценки. Как и при расчете себестоимости, в случае других отраслей во внимание предлагается принимать следующие затраты, связанные с формированием официальной статистики: оплата труда работников, покупка товаров и услуг и амортизационные расходы (связанные, например, с ИТ-оборудованием и служебными помещениями, находящимися в собственности)<sup>12</sup>. Во-вторых, важно иметь четкое представление об охвате официальной статистики. В большинстве стран, помимо национального статистического управления, могут существовать и другие статистические органы, участвующие в подготовке официальной статистики, например статистический департамент национального центрального банка. В более общем плане, хотелось бы охватить все национальные учреждения, которые тем или иным образом участвуют в проведении статистических обследований, обработке данных и распространении статистики, предпочтительно ограничившись теми органами, которые обычно считаются частью «системы официальной статистики». Этот подход также обеспечит получение более сопоставимых на международном уровне данных о затратах, поскольку организационное устройство официальной статистики может существенно различаться в зависимости от страны.

158. Следует отметить, что на начальном этапе по соображениям практической применимости и простоты предлагается не включать ни затраты респондентов на заполнение вопросников статистических обследований, ни расходы на создание административных регистров или частных баз

---

<sup>11</sup> Описание этого и других методов оценки переписной статистики см. в Statistics New Zealand (July 2014), Valuing the Census. Имеется на веб-сайте по адресу [www.stats.govt.nz/methods/research-papers/topss/valuing-census.aspx](http://www.stats.govt.nz/methods/research-papers/topss/valuing-census.aspx).

<sup>12</sup> Можно было бы добавить процентные платежи, но здесь их предлагается не исключать. Помимо того, что прямые процентные платежи в большинстве случаев являются незначительными, они могут также зависеть от национальных механизмов долгового финансирования государственных учреждений. Кроме того, предлагаемый метод прекрасно согласуется с методом измерения государственных услуг в системе национальных счетов.

данных, используемых при составлении официальной статистики<sup>13</sup>. Кроме того, предлагается исключить затраты пользователей, связанные с получением доступа к информации. Однако при применении более совершенной методологии эти последние категории можно было бы включить на более позднем этапе, что позволит отслеживать возможные последствия, например, перехода от обследований к использованию административных данных или совершенствования систем распространения.

159. Некоторые страны, например Эстония и Ирландия, используют в качестве инструмента оценки затрат на подготовку официальной статистики Типовую модель производства статистической информации (ТМПСИ)<sup>14</sup>. Типовая модель работы статистической организации (ТМРСО), созданная в качестве расширения ТМПСИ с целью охвата деятельности статистических организаций, не связанной с подготовкой данных, представляет собой всеобъемлющий инструмент для оценки затрат на деятельность, не связанную с подготовкой данных<sup>15</sup>. Одним из преимуществ такого подхода является повышение международной сопоставимости данных о составных элементах затрат.

### 2. Стоимостная оценка на основе цены рыночного эквивалента

160. В национальном счетоводстве рыночные цены являются основным ориентиром для оценки в денежном выражении. Однако, как и в случае многих государственных услуг, рыночные цены на статистические материалы не поддаются прямому наблюдению. В отсутствие рыночных операций главным ориентиром для стоимостной оценки таких материалов должна, как правило, служить рыночная цена, которая существовала, если бы статистические материалы продавались на рынке. Одним из способов применения этого подхода является аппроксимация рыночной цены путем изучения рыночных цен на аналогичные услуги или продукты, которые являются предметом купли–продажи на рынке, функционирующем в условиях конкуренции. В случае наличия соответствующих данных такой метод, основанный на цене рыночного эквивалента, является, как представляется, весьма привлекательным для целей определения ценности официальной статистики в денежном выражении.

161. В качестве первого шага применение метода цены рыночного эквивалента потребует сбора обширной информации о том, как частные компании продают статистическую информацию на информационном рынке. Приведенные ниже примеры статистических продуктов, разработанных частными операторами в различных областях статистики, могут служить иллюстрацией этой методологии:

- Индексы потребительских цен:
  - [Premise](#) продает данные об инфляции продовольственных цен в ряде развивающихся стран. Его бизнес-модель основана на том факте, что большой объем экономических данных по развивающимся странам устарел для учреждений, которые должны принимать решения на их основе. Premise публикует, например, индексы цен на основные продукты питания в Аргентине, Бразилии, Индии, Китае и США. По мнению компании, индексы цен на основные продукты питания способны предсказывать тенденции в сфере продовольствия чуть ли не за 25 дней до официальной ежемесячной публикации данных.

---

<sup>13</sup> Также может оказаться весьма проблематичной оценка дополнительных расходов, связанных с предоставлением этих данных для целей статистики.

<sup>14</sup> Дополнительная информация о ТМПСИ доступна по адресу [www1.unece.org/stat/platform/display/GSBPM](http://www1.unece.org/stat/platform/display/GSBPM).

<sup>15</sup> Дополнительная информация о ТМРСО доступна по адресу [www1.unece.org/stat/platform/display/GAMSO](http://www1.unece.org/stat/platform/display/GAMSO).

Данные о ценах отслеживаются и собираются через сеть поставщиков на основе наблюдений непосредственно на местах, в частности с помощью фотографий<sup>16</sup>.

- Еще одним примером компании, предоставляющей обновленную информацию об инфляции в ряде стран на ежедневной основе с использованием технологий извлечения данных из веб-страниц, позволяющей собирать данные о ценах в режиме онлайн, является [Pricestats](#)<sup>17</sup>. Она также публикует паритеты покупательной способности по ряду целевых стран.
- Данные о предприятиях
  - [Bureau van Dijk](#) предоставляет широкий спектр информации и бизнес-аналитики о компаниях на национальном, региональном и глобальном уровнях. Она также предлагает данные о слияниях и поглощениях и другую экономическую информацию. Одним из ее флагманских продуктов является база данных Orbis, содержащая всестороннюю информацию о частных компаниях во всем мире. Ее базы данных содержат данные о примерно 200 млн компаний, основанные на более чем 140 различных источниках<sup>18</sup>.
- Макроэкономическая статистика
  - Global Database, предлагаемая [CEIC](#) содержит более 2,5 млн временных рядов, охватывающих страны во всем мире (страны «большой семерки», Европы, Латинской Америки, Ближнего Востока, Африки, Азии), и обеспечивает оперативный доступ к базовой информации о стране по ключевым показателям, таким как ВВП, ИПЦ и прямые иностранные инвестиции (ПИИ), а также более подробной информации о ключевых секторах экономики.
  - Еще одним примером частного брокера-поставщика информации, предоставляющего макроэкономическую статистику, является [Haver Analytics](#), коммерческое предложение которой охватывает более 200 баз данных с длинными рядами динамики, из более чем 1 350 государственных и частных источников, начиная со статистики платежного баланса (ПБ) и заканчивая данными обследований рабочей силы.
- Статистическая информация более общего характера
  - [Statista.com](#) позиционирует себя в качестве одного из ведущих статистических Интернет-порталов, утверждая, что число его пользователей достигает 3 млн ежемесячно. Он предоставляет рыночные данные, обзоры и всевозможные статистические данные, как утверждается, по более чем 80 000 тем из более чем 18 000 источников, охватывающих 170 отраслей и 1 000 000 статистических данных, 20 000 исследований и т.д. Акцент делается на инструменты визуализации, особенно привлекательную инфографику.

162. Все эти примеры свидетельствуют об активном и динамично развивающемся информационном рынке, на котором частные компании не только предоставляют своим клиентам традиционные статистические продукты (чему в значительной степени способствует бесплатное распространение официальной статистики и политика поощрения повторного использования публичной информации в

---

<sup>16</sup> См. статью «Photos are creating a real-time food-price index», опубликованную в апреле 2016 года в Wired по адресу [www.wired.co.uk/article/premise-app-food-tracking-brazil-philippines](http://www.wired.co.uk/article/premise-app-food-tracking-brazil-philippines).

<sup>17</sup> For an example of the use of Pricestats data, see the article «Straw in the wind», published in The Economist, July 2016, at [www.economist.com/news/britain/21702225-forget-financial-markets-evidence-mounting-real-economy-suffering](http://www.economist.com/news/britain/21702225-forget-financial-markets-evidence-mounting-real-economy-suffering).

<sup>18</sup> См. [www.bvdinfo.com/en-gb/our-products/company-information/international-products/orbis](http://www.bvdinfo.com/en-gb/our-products/company-information/international-products/orbis).

коммерческих целях), но и разрабатывают все более инновационные статистические продукты, пользующиеся, как представляется, коммерческим успехом.

163. Примеры частных брокеров-поставщиков данных могут быть полезными для получения информации о рыночных ценах для определения ценности официальной статистики в денежном выражении. С другой стороны, ограничения такого подхода также очевидны, поскольку его надежность зависит от схожести материалов, производимых официальными статистическими органами, и продуктов, продаваемых на информационном рынке. В большинстве случаев это не очевидно. Соответствующие частные компании обычно создают конкурентные преимущества путем использования коммерческих ниш, в которых официальная статистика не является адекватной или своевременной<sup>19</sup>. Эти ниши могут быть весьма специализированными и представлять интерес для крайне ограниченного числа потенциальных клиентов. Кроме того, соответствующие статистические продукты зачастую продаются вместе с дополнительными сервисами, например с инструментами для анализа данных, средствами визуализации и специализированными вспомогательными услугами. Лишь в некоторых случаях можно найти эквивалентные продукты (например, Совокупный платежный баланс ЕС). Другая проблема может быть связана с тем, что соответствующие рыночные услуги зачастую предоставляются лишь в некоторых конкретных областях, из-за чего невозможно получить цены в отношении всего диапазона продуктов официальной статистики. Кроме того, в силу своего характера этот подход также ограничен ценой, которую клиенты готовы платить на рынке, что занижает ценность (бесплатного) использования официальной статистики для целей научных исследований и государственной политики. И наконец, при применении этого подхода могут возникнуть некоторые практические проблемы, обусловленные главным образом трудностями с получением доступа к сведениям о политике ценообразования, которой придерживаются частные поставщики информации.

164. Хотя метод, основанный на цене рыночного эквивалента, является в принципе привлекательным для целей определения ценности официальной статистики в денежном выражении, он, безусловно, имеет свои недостатки как с концептуальной, так и практической точек зрения. Поэтому рекомендуется применять эту методологию в тех случаях, когда это практически возможно, но при этом исходить из того, что использовать ее можно лишь в отношении ограниченного числа четко определенных статистических материалов (например, надежной макроэкономической статистики или ключевых показателей со схожим географическим и временным охватом). Таким образом, постепенно приобретаемый практический опыт может привести к тому, что такая методология будет использоваться в более широких масштабах, чем в настоящее время. Поэтому важно, чтобы НСУ обменивались опытом применения этого подхода.

### 3. Стоимостная оценка с помощью методов заявленных предпочтений

165. Метод заявленных предпочтений, который иногда называют методом вероятностной оценки, расширяет, как представляется, возможности для расчета ценности официальной статистики. Этот метод предусматривает применение для стоимостной оценки нерыночных товаров и услуг подхода, предусматривающего предложение людям ответить на прямой вопрос о том, какую ценность для них имеет статистика. (Таким образом, он отличается от «метода выявленных предпочтений», рассматриваемого в следующем разделе, где ценность выводится из предпочтений людей.) Вероятная ценность нерыночных товаров или услуг представляет собой сумму, которую пользователи «готовы заплатить» за нее или «готовы принять» вместо нее. Ключевое различие между готовностью платить

---

<sup>19</sup> В некоторых случаях их бизнес-модель опирается на отсутствие доверия к официальной статистике, в результате чего применение методологии цены рыночного эквивалента, по всей видимости, вступает в противоречие с реальностью (воспринимаемого) качества официальной статистики.

и готовностью принять определенную сумму заключается в том, что первая зависит от платежеспособности того или иного лица (т.е. от располагаемого дохода соответствующего лица), а вторая – нет.

166. В исследованиях заявленных предпочтений из общей совокупности формируются случайные или стратифицированные выборки лиц, которым предоставляется информация по конкретной задаче. Затем их вниманию предлагается гипотетический случай, например возможность приобретения конкретного товара или услуги, после чего их спрашивают, какую сумму они готовы заплатить за соответствующий продукт или принять в качестве компенсации за отказ от этого товара или услуги. Фактический формат может принимать форму прямого вопроса («сколько») или процедуры торгов (ранжирование альтернатив) или проведения голосования по типу референдума («да/нет»). Исследования могут проводиться в форме очных опросов, а также опросов по телефону, почте или Интернету.

167. Метод заявленных предпочтений являлся одним из методов, которые использовались для анализа экономической ценности Службы экономических и социальных данных Соединенного Королевства (СЭСД)<sup>20</sup>. СЭСД является распределенной службой, цель которой заключается в том, чтобы содействовать более широкому и более информированному использованию данных для исследований и преподавания социальных наук. Она насчитывает около 23 000 активных пользователей, а ее текущий бюджет составляет 3,3 млн фунтов стерлингов. В рамках исследования СЭСД был проведен опрос пользователей, в ходе которого респондентам было предложено выразить свою готовность оплачивать ее услуги в виде абонентской платы на ежегодной основе или платы за разовый доступ. Ответы были взвешены по видам использования, а полученные средневзвешенные значения по видам использования были умножены на среднее за три года количество активных зарегистрированных пользователей.

168. Согласно полученным результатам, сумма, которую готовы были платить все опрошенные, составила приблизительно 25 млн фунтов стерлингов в год. В ходе того же опроса респондентам было также предложено сообщить, какую сумму они готовы принять в качестве компенсации за отказ от пользования СЭСД в течение года. Некоторые респонденты заявили, что они не согласны на это, поскольку, по их мнению, данные должны быть бесплатными. С учетом этих ответов взвешенное по видам использования среднее значение готовности принять компенсацию составило 5 333 фунта стерлингов, а без учета этих ответов – 6 154 фунта стерлингов. Когда эти данные были умножены на среднее за три года количество активных пользователей, сумма, которую готовы были принять в качестве компенсации все опрошенные, составила приблизительно 111 млн фунтов стерлингов в год. Результаты этого исследования показывают, что вероятные стоимостные показатели, полученные на основе готовности платить, как правило, ниже показателей, полученных исходя из готовности получить компенсацию, что отражает финансовые ограничения, существующие в первом случае.

169. Как и все другие методы стоимостной оценки, метод заявленных предпочтений имеет свои преимущества и недостатки. Основное преимущество состоит в том, что он является чрезвычайно гибким и благодаря этому может использоваться для оценки экономической ценности практически любого продукта, хотя лучше всего его применять для оценки стоимости товаров и услуг, которые легко идентифицируются пользователями и понятны им и которые потребляются в дискретных количествах. Он также является самым широко используемым методом для оценки общей экономической ценности, включая все виды стоимости отказа от использования и пассивного

---

<sup>20</sup> Более подробную информацию см. Charles Beagrie Ltd and The Centre for Strategic Economic Studies (CSES), University of Victoria (March 2012), «Economic Impact Evaluation of the Economic and Social Data Service». Имеется на веб-сайте по адресу [www.esrc.ac.uk/files/research/research-and-impact-evaluation/economic-impact-evaluation-of-the-economic-and-social-data-service/](http://www.esrc.ac.uk/files/research/research-and-impact-evaluation/economic-impact-evaluation-of-the-economic-and-social-data-service/).

использования. Кроме того, результаты сравнительно легко поддаются анализу и описанию. Показатели в денежном выражении можно представлять в виде средних или медианных величин на душу населения или совокупной величины по обследуемой совокупности. Поэтому неудивительно, что этот метод успешно используется в различных ситуациях и постоянно совершенствуется с целью повышения его надежности.

170. С другой стороны, внешнее подтверждение оценок стоимости отказа от использования сопряжено с трудностями. Этот метод также строится на предположении, что люди знают соответствующий продукт и заявляют о своих предпочтениях на условном рынке точно так же, если бы он был реальным рынком. Вместе с тем некоторые респонденты могут быть незнакомы с оцениваемым продуктом и не располагать надлежащей базовой информацией для того, чтобы высказать свое мнение в отношении его подлинной ценности. Кроме того, респонденты могут несерьезно отнестись к поставленным вопросам, поскольку их ответы не влекут для них каких-либо финансовых последствий. Ответы на вопрос о готовности платить в формате вероятностной оценки могут быть также небеспристрастными, поскольку респондент высказывает мнение в отношении желательности сценария, а не отвечает на поставленный вопрос. И наконец, применение этого метода может быть сопряжено с большими затратами финансовых ресурсов и времени, поскольку для получения надлежащих результатов необходимо провести обширные предварительные тесты и опросы.

#### 4. Стоимостная оценка с помощью методов выявленных предпочтений

171. Теория выявленных предпочтений, предложенная Полом Самуэльсоном<sup>21</sup>, призвана обеспечить понимание предпочтений потребителей в отношении конкретных характеристик при выборе товаров или услуг в условиях, когда возможности их выбора являются ограниченными в силу имеющегося у них бюджета. Этот метод аналогичен методу заявленных предпочтений в том смысле, что он использует компромиссный выбор характеристик. Примером может служить поиск компромиссного решения при выборе школы на основе имеющихся статистических данных о качестве школьного обучения и расстоянии проезда до школы и обратно. Этот метод отличается от метода заявленных предпочтений тем, что он предусматривает проведение не специальных и контрольных обследований (экспериментов с выбором альтернатив), а статистического анализа, основанного на результатах наблюдения за поведением в реальных условиях.

172. В качестве иллюстрации ниже кратко описываются два значимых примера применения методологии выявленных предпочтений.

173. Первый касается выбора школы. В этом контексте методы выявленных предпочтений используются для анализа компромисса при выборе школы на основе таких параметров, как академическая успеваемость (данные публикуются в ежегодных таблицах рейтинга школ), географическая близость (с точки зрения продолжительности поездки), и других характеристик. На диаграмме 2 компромисс между географической близостью (вертикальная ось Y) и академической успеваемостью (горизонтальная ось X) иллюстрирует кривая усредненного безразличия родителей, связывающая все X–Y комбинации школ, которые обладают одинаковой ценностью для родителей. В данном примере показатели безразличия родителей к школам А и В позволяют нам сделать вывод о том, что они «готовы платить» более высокую цену за поездки в более отдаленную школу В, поскольку они надеются, что их ребенок получит в ней лучшее образование. Если для определения стоимости поездки использовать цены на топливо или затраты времени в эквиваленте заработной платы родителей, то этот метод можно использовать и для определения ценности статистики образования в денежном выражении. Этот метод измерения в денежном выражении в настоящее

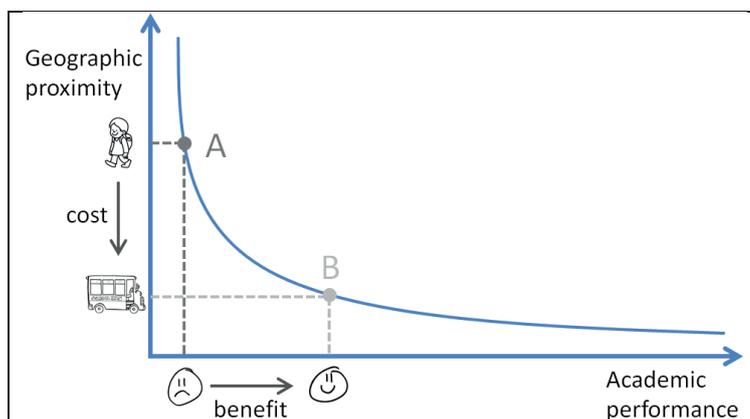
---

<sup>21</sup> Samuelson, P. (1938), «A Note on the Pure Theory of Consumers' Behaviour», *Economica*, 5 (17): 61–71.

время применяется в рамках текущего проекта по выбору школ, реализуемого Венгерским управлением по вопросам образования и ОЭСР. В предыдущих исследованиях Соединенного Королевства и Доминиканской Республики использовались аналогичные вопросы. В работе Burgess et al.<sup>22</sup>, например, показано, что большинство английских семей отдает решительное предпочтение академической успеваемости в средних школах, данные о которой публикуются в ежегодных таблицах результативности работы школ. Родители также ценят социально-экономический состав учащихся и расстояние – параметры, которые могут ограничивать возможности в плане выбора школы с более высоким качеством образования. Менее обеспеченные родители отдают меньшее предпочтение академической успеваемости. Йенсен<sup>23</sup> делает вывод о том, что воспринимаемые выгоды получения среднего образования в Доминиканской Республике являются крайне низкими, несмотря на высокие измеренные выгоды получения образования. Учащиеся в случайно отобранных школах, проинформированные о том, что получение образования приносит высокие измеренные выгоды, в течение следующих четырех лет обучались в школе в среднем на 0,20–0,35 года дольше, чем те, кто не получил такой информации.

Диаграмма 2

**Компромиссы предпочтений при использовании методов выявленных предпочтений**



174. Во втором примере ценность официальной статистики в денежном выражении выводится из использования статистических данных в средствах массовой информации. Цель состоит в анализе компромисса, с которым сталкивается издатель при выборе одного из двух источников доходов: размещение рекламы (имеющей нулевую или даже отрицательную ценность для читателей) и публикация предметно-содержательного материала (для привлечения широкого круга читателей и увеличения объема продаж). Можно предположить, что если издатель вместо рекламы разместит информационный материал, то его ценность для читателей (в плане привлечения дополнительных читателей) должна быть по меньшей мере эквивалентна доходу, который можно было бы получить от рекламы. Ценность статистического материала для читателей в денежном выражении можно, таким образом, приблизительно определить на основе стоимости размещения рекламы, имеющей такой же объем, что и информационный материал. Примеры успешного применения этого метода были представлены мексиканским и испанским статистическими управлениями (ИНЕГИ и НИС). Оба

<sup>22</sup> Burgess, S., Greaves, E., Vignoles, A. and Wilson, D. (2015), «What parents want: school preferences and school choice». *The Economic Journal*, 125(587): 1262–1289.

<sup>23</sup> Jensen, R. (2010), «Impact of Information on the Returns to Education on the Demand for Schooling in the Dominican Republic», *Quarterly Journal of Economics*, 125(2): 515–548.

учреждения публикуют информацию о воздействии официальной статистики, распространяемой в средствах массовой информации, в своих ежемесячных бюллетенях. В случае НИС анализ проводится медиакомпанией Kantar Media. ИНЕГИ формирует статистические данные по некоторым средствам массовой информации собственными силами, а выполнение оставшихся задач поручает внешней консалтинговой компании. См. вставку 1 для получения более подробной информации.

175. Метод выявленных предпочтений обладает в качестве инструмента стоимостной оценки рядом преимуществ. Он опирается на фактическое поведение, а не на то, что респонденты говорят в отношении гипотетического сценария, в качестве основы для исчисления наблюдаемой ценности. Как и метод заявленных предпочтений, эта методология уже много лет используется в рамках анализа затраты–выгоды и в целях экономической оценки. Поэтому ее использование в контексте определения ценности официальной статистики обосновывается тем фактом, что она является стандартным инструментом, а не изобретением самих официальных статистиков или средством предвзятой аргументации.

176. В то же время имеются и несомненные предостережения и ограничения. Всестороннее измерение ценности требует умения распределить доказательства выявленных предпочтений по всем ее составляющим. Например, применяемый ИНЭГИ и НИС подход позволяет получить представление о ценности официальной статистики для широкой общественности. Однако он не дает возможности судить о ценности, которую имеет статистика для, скажем, директивных органов или руководителей коммерческих предприятий. В некоторых случаях можно найти дополнительные доказательства выявленных предпочтений, которые позволят составить более полную картину ценности. Тем не менее такие доказательства не всегда существуют или же их нелегко получить.

### Вставка 1

#### **Практический пример измерения ценности официальной статистики в средствах массовой информации**

Для определения ценности статистики в средствах массовой информации НИС Испании в настоящее время осуществляет поиск по трем ключевым словам в различных типах средств массовой информации (печатные СМИ, радио, телевидение и Интернет). На основе этого поиска он публикует три вида статистических данных:

1. частота упоминаний;
2. воздействие: частота упоминаний, помноженная на аудиторию (т.е. продажи газет, число читателей);
3. рыночная стоимость: стоимость размещения рекламного объявления того же размера (в печатном издании и в Интернете), что и статья, содержащая упоминания (в то же время и в том же разделе). В отношении радио- и телевизионного контента НИС и ИНЕГИ используют число раз в секунду.

ИНЕГИ Мексики оценивает общий рынок упоминаний статистики в виде суммы по всем типам СМИ.

По оценке ИНЕГИ, он составлял 151 млн долл. США в среднем в месяц в 2015 году (см. диаграмму 3a). В случае НИС общая стоимость возросла с 46 млн евро в мае 2015 года до 47 млн евро в мае 2016 года (см. диаграмму 3b). Эта сумма может быть разбита по статистическим продуктам. В случае НИС, например, общественная ценность статистики ВВП оценивалась в 2016 году в 9,95 млн евро в месяц, за которой шла статистика ИПЦ (3,35 млн) и переписная статистика (2,07 млн).

Диаграмма 3  
Методология газетной рекламы

а) Ежемесячная стоимостная оценка упоминаний ИНЭГИ Мексики				б) Ежемесячная стоимостная оценка статистических продуктов НСИ Испании		
<b>Media</b>	<b>Notes</b>	<b>Impact</b>	<b>Market Value</b>	<b>Statistical product</b>	<b>Value in May 2015</b>	<b>Value in May 2016</b>
Television	425	71M	\$41M	GDP	€6.76M	€9.95M
Printed Media	2,976	50M	\$31M	CPI	€3.59M	€3.35M
Radio	786	23M	\$72M	Census	€1.77M	€2.07M
Internet	5,324	91M	\$6M	...	...	...
<b>Total</b>	<b>9,511</b>	<b>236M</b>	<b>\$151M</b>	<b>Total</b>	<b>€46M</b>	<b>€47M</b>

Источник: ИНЭГИ Мексики (Иньиго Суарес Гомес-Уркиса), НИС Испании (Дональд Пенья Мартинес) и собственные материалы авторов.

## 5. Оценки воздействия

177. Третьей методологией измерения ценности официальной статистики являются оценки воздействия, цель которых состоит в анализе причинно-следственных связей между наличием данных и экономическими и социальными результатами. Существует много примеров оценок воздействия. Анализ различий в процентных ставках по долговым ценным бумагам, эмитируемым правительствами стран, в которых имеются или отсутствуют высококачественные статистические данные, может позволить составить представление о стоимости более высоких надбавок на риск в отсутствие статистических данных. Еще одним примером является воздействие отсутствия статистических данных, в частности по причине частичной приостановки работы правительства, как это имело место в Соединенных Штатах. В более общем плане можно рассмотреть возможность проведения работ по оценке издержек, связанных с отсутствием или ненадежностью статистических данных, путем анализа издержек принятия ошибочных политических решений или путем оценки воздействия утраты доверия к статистике на принятие решений органами государственного управления, международные отношения и деловую среду. Хотя не всегда просто изолировать воздействие только статистики, тем не менее тщательный анализ зачастую может дать полезную информацию.

178. В настоящем разделе конкретный пример оценок воздействия основывается на школьной статистике и результатах работы Берджесса и его коллег. В приложении 5 к настоящему докладу содержится перечень ссылок на другие имеющиеся практические примеры измерения ценности статистических данных. Выбор государственной школы является хорошо зарекомендовавшим себя инструментом, позволяющим родителям выбрать правильную школу для своего ребенка. Он может способствовать повышению подотчетности школ, награждению их за хорошую работу и, тем самым,

улучшению результатов обучения<sup>24</sup>. С опорой на уникальный эксперимент с политикой в Англии и Уэльсе<sup>25</sup> во вставке 2 кратко рассказывается о двух проектах по количественной оценке отдачи от инвестиций в официальную школьную статистику. В первом случае был проведен анализ воздействия на экономический рост. Во втором случае была дана количественная оценка экономии средств в результате избежания осуществления более крупных инвестиций в других областях, как-то: сокращение размеров классов путем найма большего числа преподавателей.

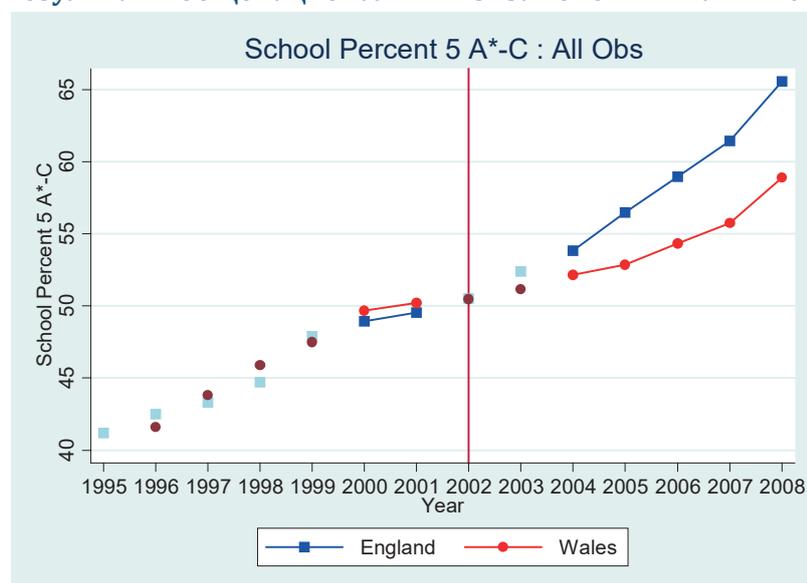
### Вставка 2

#### Эксперимент Англии/Уэльса по измерению воздействия статистики образования

Изучая редкие, экзогенные изменения в политике, которые приводят к предоставлению официальной школьной статистики в Англии, но не в Уэльсе, Берджесс и др. находят значительное и поддающееся измерению негативное влияние на успеваемость учеников в Уэльсе, иллюстрацией чему служат общенациональные экзамены (см. рисунок 4) и баллы Программы международной оценки учащихся (PISA).

### Диаграмма 4

#### Результаты общенациональных экзаменов в Англии и Уэльсе



Источник: Burgess, S., Greaves, E., Vignoles, A. and Wilson, D. (2015), «What parents want: school preferences and school choice». *The Economic Journal*, 125(587): 1262–1289.

На основе результатов этого исследования была получена оценка, согласно которой 1 фунт стерлингов, инвестированный в экзаменационную систему и последующее производство и распространение таблиц школьных рейтингов, приводит к улучшению академической успеваемости, эквивалентному увеличению ВВП, или, как альтернативе, к экономии средств в размере 19 фунтов стерлингов по сравнению с сокращением числа учеников в классе для

<sup>24</sup> См., например, Hatfield, J. W., Kojima, F. and Narita, Y. (2012), «Promoting school competition through school choice: A market design approach», Working paper, Department of Economics, Stanford University; and OECD (2008), «Measuring Improvements in Learning Outcomes: Best Practices to Assess the Value-Added of Schools», OECD Publishing, Paris.

<sup>25</sup> См. сноску 22.

достижения эквивалентных улучшений. Эти результаты сопоставимы даже с самыми оптимистичными по эффективности затрат инвестициями в достижение Целей в области устойчивого развития<sup>26</sup>.

### **Воздействие на экономический рост**

После пересмотра политики в 2001 году, в результате которого Уэльс прекратил публикацию таблиц рейтинга школ, в то время как Англия продолжила их публикацию, стало возможным сравнить сводный показатель когнитивных навыков (совокупные баллы PISA по математике, естествознанию и чтению) по Англии и Уэльсу в 2003 (базовом)<sup>27</sup> и 2009 (конечном) годах. «Разность разностей» 10 результатов тестов соответствует стандартному отклонению в 0,1 по шкале PISA. По оценкам Ханушека и Войссманна<sup>28</sup> и ОЭСР<sup>29</sup>, повышение числа баллов PISA на стандартное отклонение в 0,1 равнозначно увеличению ВВП на 0,174 процентного пункта. С учетом того, что ВВП Англии в 2015 году составил 1,38 трлн фунтов стерлингов, это, согласно оценке, привело бы к увеличению выпуска экономики на 2,4 млрд фунтов стерлингов (= 0,00174 x 1,38 трлн фунтов стерлингов) в год. Что касается расходов на систему экзаменов из расчета около 300 фунтов стерлингов на одного учащегося (т.е. 300 x 500 000 фунтов стерлингов = 150 млн фунтов стерлингов)<sup>30</sup>, то это означает расчетную «отдачу от инвестиций» в подготовку таблиц рейтинга в размере 1 500% (= (2 400 фунтов стерлингов – 150 фунтов стерлингов)/150 млн фунтов стерлингов).

### **Потенциал экономии средств**

Берджесс и др.<sup>31</sup> считают, что эффект от публикации таблиц рейтинга школ по результатам национальных экзаменов эквивалентен сокращению на 30% числа учеников в классе (на основании предыдущих результатов, приводимых в работе в Angrist and Lavy, 1999). Этот эффект сопоставим с 30% снижением нынешнего соотношения числа учащихся и преподавателей в Великобритании с 16 до 11,2<sup>32</sup>. Если число учащихся остается постоянным в размере 500 000 человек на одну когорту, то такое сокращение потребует найма дополнительных 13 390 (= 44 640 – 31 250) учителей средних

<sup>26</sup> См., например, Copenhagen Consensus Centre (2015), Online supplement to «The economics of optimism: The debate heats up about what goals the world should set itself for 2030», The Economist. Имеется по адресу [www.copenhagenconsensus.com/post-2015-consensus/economist](http://www.copenhagenconsensus.com/post-2015-consensus/economist).

<sup>27</sup> Базовым является 2003 год, поскольку отдельные результаты PISA за 2000 год по Англии и Уэльсу отсутствуют.

<sup>28</sup> Источник: базы данных PISA ОЭСР за 2003 и 2009 годы, имеются по адресу [www.oecd.org/pisa/pisaproducts/](http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/).

<sup>29</sup> См. Hanushek. E. and L. Woessmann (2012), «Do better schools lead to more growth? Cognitive skills, economic outcomes, and causation», Journal of Economic Growth, 17, 267-321; and OECD (2010), «The High Cost of Low Educational Performance: The long-run economic impact of improving PISA outcomes», OECD, Paris. Имеется по адресу [www.oecd.org/pisa/44417824.pdf](http://www.oecd.org/pisa/44417824.pdf).

<sup>30</sup> В Соединенном Королевстве экзамены на аттестат об окончании средней школы организуются конкурирующими поставщиками, которые берут не менее 250 долл. США за кандидата. Таким образом, стоимость экзаменационной системы в Англии (затраты на публикацию таблиц рейтинга школ составляют лишь небольшую часть которой) оценивается следующим образом: 500 000 учеников x 300 фунтов стерлингов = 150 млн фунтов стерлингов на каждую когорту.

<sup>31</sup> См. сноску 20.

<sup>32</sup> В случае финансируемых государством средних школ в Соединенном Королевстве размер классов в период 1978–2011 годов составлял порядка 21 ученика, а среднее соотношение учащихся и преподавателей – около 16. Разница между этими двумя статистическими показателями остается неизменной на уровне 5 в течение всего периода, и поэтому было сделано консервативное допущение приравнять 30% сокращение размера классов к 30% сокращению соотношения учащихся и преподавателей. См. Department for Education (2011), Class Size and education in England evidence report, Figure 1–6. Имеется по адресу [www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/183364/DFE-RR169.pdf](http://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183364/DFE-RR169.pdf).

школ при средней годовой заработной плате в размере 36 200 фунтов стерлингов<sup>33</sup>. Если сопоставить общую экономию в результате отказа от найма дополнительных преподавателей в размере 484 млн фунтов стерлингов в год (13 390 X 36 200 фунтов стерлингов) с расходами на экзаменационную систему, тогда расчетная «отдача от инвестиций» в подготовку таблиц рейтинга школ в течение шести лет обучения в средней школе составит 1 800% (= (6 x 484 фунта стерлингов – 150 фунтов стерлингов)/150 млн фунтов стерлингов).

### 6. Резюме и выводы, касающиеся измерения ценности официальной статистики в денежном выражении

179. В предыдущих разделах был описан ряд подходов к измерению ценности официальной статистики в денежном выражении. Один из них, а именно расчет затрат на статистику, не может реально обеспечить получение доказательств ценности статистики, особенно при отслеживании динамики во времени, и, будучи таковым, имеет некоторые недостатки. Тем не менее имеются веские причины для того, чтобы рекомендовать НСУ подготавливать всеобъемлющую информацию о своей себестоимости. Такая информация полезна сама по себе и может также использоваться в сочетании с истинной информацией о ценности для оценки эффективности и производительности либо на сопоставимой основе в какой-либо момент времени, либо их динамики во времени.

180. Однако, как уже отмечалось, существует ряд других методов (подходы, основанные на цене рыночного эквивалента, методы заявленных предпочтений, методы выявленных предпочтений, оценки воздействия), которые могут использоваться для получения обоснованной и убедительной информации о ценности. У каждого из них есть свои сильные и слабые стороны. Ни один из них не имеет универсального применения, а может использоваться лишь в определенных обстоятельствах. Тем не менее на протяжении многих десятилетий они успешно используются в сочетании друг с другом в рамках различных оценок для получения качественной информации о ценности другой продукции, помимо официальной статистики. Поэтому, как представляется, нет никаких причин, по которым НСУ следует отказываться от использования этих методов в нашей собственной области. Кроме того, опыт применения таких методов сам покажет, как их следует использовать для достижения более высокого эффекта.

181. В общем и целом, для достижения относительно полного охвата официальной статистики в рамках попыток определить ее ценность в денежном выражении наиболее перспективными при наличии данных о затратах на ее подготовку являются метод заявленных предпочтений и метод выявленных предпочтений (пример, касающийся размещения рекламы). Однако также очевидно, что более убедительные результаты могут быть получены с помощью другого метода выявленных предпочтений (пример, касающийся выбора школы) и оценок воздействия. Независимо от имеющихся предпочтений было бы неплохо накопить больше опыта практического применения различных методов определения ценности официальной статистики в денежном выражении. Поэтому странам рекомендуется составлять (экспериментальные) оценки и делиться ими с другими странами. Для целей последнего предлагается создать хранилище в рамках вики, посвященного передовому опыту.

---

<sup>33</sup> Department for Education (2011), School workforce in England: November 2011, Tables 1d and 9a. Имеется по адресу [www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/219297/sfr06-2012v6.pdf](http://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/219297/sfr06-2012v6.pdf).

## Е. Выводы по измерению ценности официальной статистики

182. В вышеприведенных разделах описаны различные подходы к получению информации о ценности официальной статистики. НСУ рекомендуется осуществить три комплекса мер:

- **Разработать стандартный набор поддающихся прямому наблюдению «объективных» показателей** использования статистики. Такая панель индикаторов может включать в себя, например, стандартизированные показатели числа загрузок, частоты цитирования в новостях и т.д.
- **Проводить регулярный опрос пользователей для выяснения** мнений пользователей о подготовке и распространении официальной статистики. Сбор данных по таким «субъективным» показателям обеспечит хорошую обратную связь в отношении текущего восприятия официальной статистики. Однако он также позволит получать информацию о том, как в будущем можно будет повысить ее воспринимаемую ценность и полезность.
- **Приступить к расчету ценности официальной статистики в денежном выражении.** В других областях имеющиеся методологии измерения стоимости становятся все более развитыми и приносят хорошие результаты. Официальным статистикам не следует отказываться от подобных начинаний. Скорее всего, для этого потребуются использовать сочетание различных методов. Их практическая полезность будет, как представляется, возрастать по мере накопления опыта их применения. Поэтому важно, чтобы НСУ систематически обменивались таким опытом.

## 6. Рекомендации

---

183. НСУ стартуют с позиции, когда их материалы, как правило, используются все шире, а доверие пользователей к ним растет, во многих случаях уже достигнув высоких уровней. Однако сообществу официальной статистики было бы крайне неразумно почивать на лаврах, не предпринимая дополнительных усилий. Меняющиеся потребности и обстоятельства создают многочисленные вызовы. Мир не испытывает недостатка в информации: напротив, он переполнен ею. Многие органы утверждают, что они генерируют полезную информацию и что официальные статистики не имеют монополии на это. Технологический прогресс, как представляется, поддерживает, а не опровергает этот вывод. Задача официальной статистики состоит в том, чтобы продемонстрировать, что она, тем не менее, продолжает создавать и, даже все большую, уникальную ценность.

184. Это влечет за собой ряд более конкретных рекомендаций в отношении дальнейших действий. Первая рекомендация касается, в частности, сравнительного преимущества официальной статистики, которое обсуждается в главе 3.

### **Рекомендация 1 – Использовать сравнительное преимущество официальной статистики (являющееся ее краеугольным камнем)**

185. Официальная статистика разрабатывается профессионально независимым образом на основе научных методов, с соблюдением строгих критериев качества, включая релевантность, и основополагающих принципов официальной статистики. Соблюдение этих принципов имеет существенно важное значение для любой страны, стремящейся к самопознанию и уважению прав своих граждан. Современное статистическое законодательство, поддерживающее применение основополагающих принципов, является важным элементом позиционирования НСУ в качестве надежного источника информации, независимого от любой политики или иных интересов. Можно сказать, что **ценность официальной статистики по сравнению с любой другой статистикой или данными представляет, таким образом, собой «отличие, обусловленное основополагающими принципами», в связи с чем:**

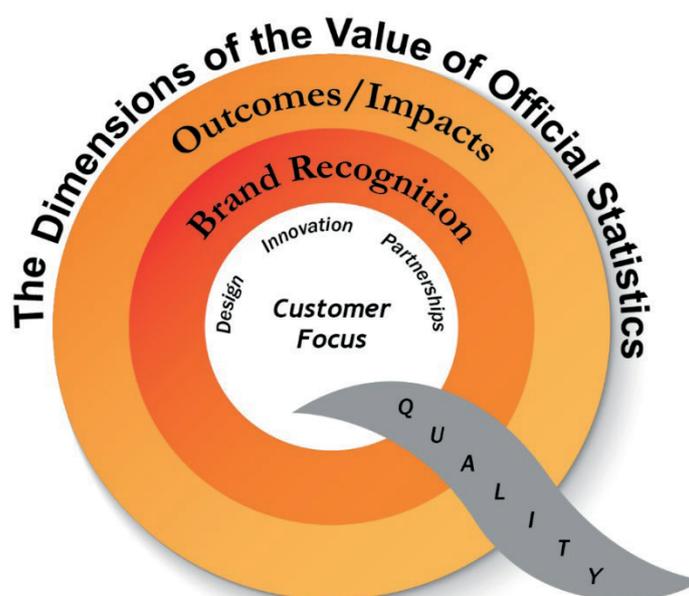
- **Обеспечение безопасности и конфиденциальности данных** приобретает все большее значение по мере изменения подходов к работе статистических управлений, особенно в связи с расширением интеграции данных, обмена и повторного использования данных между производителями официальной статистики на национальном и международном уровнях, а также использования различных новых источников данных.
- **Достоверность представляет собой, пожалуй, самую высокую ценность официальной статистики** по сравнению с другими источниками данных. В основополагающих принципах подчеркивается, что официальная статистика является беспристрастной и составляемой научно обоснованным образом, исходя лишь из профессиональных соображений. Обеспечение качества имеет существенно важное значение для повышения ценности официальной статистики, а также одним из ключевых элементов укрепления доверия пользователей. Качество никоим образом не является монополией официальной статистики. Однако НСУ имеют уникальную правовую и институциональную основу, которая обеспечивает составление объективной и независимой статистики, не подверженной влиянию каких-либо интересов. Мы публикуем соответствующие результаты без опасений и предпочтений и полностью раскрываем свои методы.

- Все НСУ должны иметь **систему обеспечения качества**, доступную для пользователей, чтобы обеспечивать качество статистических данных, которые они готовят и распространяют. В отличие от других поставщиков данных, которые не придерживаются основополагающих принципов официальной статистики, НСУ должны делать четкое и сжатое заявление о качестве, кратко поясняющее, **как они претворяют в жизнь основополагающие принципы официальной статистики**, гарантируя тем самым надежность, объективность и высокое качество своей продукции.
- Для того чтобы в полной мере воспользоваться своим сравнительным преимуществом, НСУ следует анализировать свой потенциал, такой как организация, люди, процессы и технология. Статистическая инфраструктура, которую создают и поддерживают НСУ, включая статистические системы и классификации, обеспечивает согласованность и позволяет пользователям извлекать информацию из данных. **Людские ресурсы являются ключевым фактором создания ценности в статистических управлениях.** НСУ должны развивать свой персонал, свои навыки и потенциал, чтобы быть способными реагировать на новые вызовы и приносить больше пользы обществу. В конечном счете, сотрудники являются ключевым ресурсом, который будет обеспечивать выполнение данных рекомендаций.

186. **Дальнейшие рекомендации касаются создания и пропаганды ценности, вопросов, обсуждавшихся в главах 3 и 4:**

- начать с четкой ориентации на клиента/пользователя и его/ее потребности;
- сделать упор на разработку продуктов и услуг, которые удовлетворяют эти потребности, на основе непрерывных инноваций и взаимодействия с тщательно отобранными стратегическими партнерами;
- инвестировать в узнаваемость и продвижение бренда, с тем чтобы наши инновационные услуги с хорошим дизайном были хорошо известны и пользовались доверием;
- и, таким образом, создавать полезные материалы и оказывать благотворное воздействие на общество...

..., которые, в свою очередь, пользуются широким признанием в качестве ценных.



## Рекомендация 2 – Поместить пользователей статистики по-настоящему в центр нашего внимания

187. Мы производим данные и статистику в качестве услуги для пользователей. **Мы должны внимательно прислушиваться к мнению пользователей и быть ориентированными на них во всем, что мы делаем**, чтобы раскрыть преимущества наших обширных наборов данных и обеспечить нашу релевантность. НСУ следует снижать нагрузку на пользователей путем предоставления продуктов и услуг, которые лучше удовлетворяют их потребностям при разумных затратах, являются легкодоступными и эффективно распространяемыми. Мы должны понимать различные потребности наших пользователей и реагировать на них. Пользователи должны быть лучше сегментированы для удовлетворения их потребностей (см. главу 2b) – некоторые пользователи просто хотят получить доступ к наборам данных, другие – к специализированному анализу, а третьи – к инструментам, облегчающим, например, понимание лежащих в их основе данных:

- **Данные – это еще не все.** Мы способны лучше других обеспечить контекст для наших обширных наборов данных путем анализа данных для описания того, что фактически происходит в наборе данных, лежащих в основе статистических агрегатов. В соответствии со своей ролью НСУ должны проводить объективный анализ на основе данных, а не субъективный анализ, высказывая суждения или домыслы. У нас есть все необходимое для того, чтобы найти свежие идеи в данных и по-новому использовать существующие источники данных.
- **Нам необходимо переосмыслить наши продукты и услуги, чтобы перейти от массового предоставления данных** к продуктам более высокой ценности, соответствующим потребностям пользователей. Предприятия относятся к числу наименее удовлетворенных пользователей статистики. Нам нужно выяснить, в каких статистических услугах действительно нуждаются пользователи. Директивные органы ежедневно используют информационные панели с основными показателями для обзора прогресса в достижении целей своей политики. Они должны пользоваться нашими приложениями, предоставляющими самые последние «сводные статистические данные», готовые к использованию и обновленные с использованием новейших сведений. Некоторые НСУ организуют мероприятия, на которых пользователи данных демонстрируют преимущества использования официальной статистики и виды практического использования данных. Это оказалось полезным для развития в большей степени ориентированных на пользователя услуг.
- **Мы не можем просто сказать «нет» новым тенденциям и потребностям.** Десять лет назад статистики обсуждали вопрос о том, является ли измерение устойчивого развития частью наших задач или нет. Сегодня мы уже имеем ЦУР и должны измерять их достижение и помогать другим делать это в соответствии с основополагающими принципами официальной статистики. Нам необходимо рассмотреть вопрос о том, как наши данные могут быть использованы для анализа изменения климата, уменьшения уязвимостей и повышения устойчивости.

## Рекомендация 3 – Конструировать статистику для повседневной жизни

188. Многие статистические управления уже используют отличительный дизайн, чтобы придать официальной статистике внешний вид и ощущение брендированного продукта. **Дизайн представляет собой нечто большее, чем логотипы, печать и графика, – речь идет о поддержании интереса пользователей к нашей статистике и улучшении ее применимости.**

НСУ должны повышать удобство использования и легкость доступа к статистическим данным, например:

- **Данные есть везде, а статистика – нет.** Мы должны поощрять более открытый доступ к неконфиденциальной статистике, с тем чтобы она могла использоваться частным сектором в различных устройствах, приложениях и аналитических инструментах. Это не означает, что все должно быть доступно на бесплатной основе. Ресурсы НСУ ограничены, и они не могут предварительно рассчитать все возможные комбинации данных. Поэтому платные статистические услуги могут предоставляться в тех случаях, когда они адаптированы к индивидуальным потребностям в данных. Это также способствует широкому использованию существующих наборов данных. НСУ также необходимо преобразовывать необработанные данные в информацию и разрабатывать новые виды продуктов, которые люди могут использовать в своей повседневной жизни. Необходимо уделять больше внимания цифровой коммуникации, такой как ориентированный на пользователя дизайн и удобные интерфейсы, а также более широкому использованию инфографики, средств визуализации данных, потоку статей, сообщений и твитов в социальных сетях. Эти услуги должны быть интерактивными, чтобы стимулировать обратную связь с пользователями и выработку ими творческих идей.
- **Поощрять инновации в дизайне и привлекать пользователей к разработке новых продуктов и услуг.** Использовать гранты и конкурсы для стимулирования сотрудников к выдвижению идей по новому дизайну, раскрывающему ценность статистики. Организовать стимулирующие проекты для экспериментирования с новым мышлением. Направлять свои дизайнерские инновации на открытые конкурсы для завоевания премий СМИ, академических кругов, частного сектора или других заинтересованных сторон. Объявить конкурс на соискание наград в области статистики: статистическая олимпиада или «хакатоны», чтобы пригласить программистов, разработчиков программного обеспечения, графических дизайнеров, дизайнеров интерфейсов и менеджеров проектов к активному сотрудничеству в разработке продуктов. НСУ также осуществляют выпуск бета-версий новых продуктов, чтобы клиенты могли предоставить свои отзывы, которые используются для разработки новых версий продукта.
- **Пользователи ищут центры данных для получения ответов на свои конкретные вопросы.** Слишком часто статистические данные предоставляются в форматах, трудных для понимания. У пользователей больше нет времени на просмотр огромных таблиц данных или печатных изданий. Они становятся все более нетерпеливыми и ищут быстрых ответов. Нам необходимо реорганизовать доступ к статистической информации и рассмотреть, например, вопрос о создании сервисов «Статистического движка» для предоставления статистических данных в качестве ответов на вопросы пользователей и развития использования геопространственных инструментов. Статистические данные следует перекомпоновывать и распространять по темам, группам населения или географическим районам, а не по источникам или наборам данных.

## **Рекомендация 4 – Осуществлять инновации для сохранения ценности**

189. Поиск наилучших способов измерения меняющейся реальности требует постоянных инноваций – для раскрутки и поддержки хорошо спроектированных продуктов, которые ведут нас к взлету или падению. Хотя мы хотим сохранить наши традиции, длинные ряды динамики и стандарты качества, **мы в то же время должны быть гибкими и адаптируемыми – например, быстрее, чем когда-либо прежде, внедрять инновации**, чтобы сохранить и увеличить нашу ценность для общества, например:

- **Взять тайм-аут, чтобы остановиться и подумать о том, к чему мы на самом деле стремимся.** Статистики слишком заняты текущим производством: сбором данных, редактированием и составлением агрегированных показателей, составлением таблиц и распространением результатов. Инновации – это не только технологии, но и то, что мы делаем и как мы это делаем. Модернизация статистического производства на основе стандартов может высвободить ресурсы из статистического производства для инноваций.
- **Максимально эффективно задействовать создаваемые информационной революцией и большими данными технологические возможности** для извлечения и интеграции данных и обмена ими между производителями официальной статистики. С одной стороны, нам необходимо в полной мере использовать уже имеющиеся у нас эффективные методы и возможности, например для повышения своевременности с помощью наукастинга, оценки точности, непротиворечивости и полезности результатов, полученных на основе больших данных, и включения соответствующих цифровых источников данных в процесс статистического производства для удовлетворения потребностей пользователей, включая растущий спрос на данные в режиме реального времени. Своевременность остается одним из главных соображений, поскольку пользователи, которые не были удовлетворены своевременностью обследований НСУ, были также менее других убеждены в ценности статистики. С другой стороны, мы должны набирать и обучать персонал методам аналитической и интеллектуальной обработки данных и использованию новых источников данных, технологий и прикладных программ. Мы можем предложить интересную работу по анализу широчайшего спектра наборов данных в совокупности с цифровыми данными.
- **Посвящать по меньшей мере 10% рабочего времени инновациям и исследованиям.** Мы больше не можем просто сохранять статус-кво; нам нужно искать новые решения, задавать вопросы, собирать идеи, тестировать и оценивать их. Мы не должны довольствоваться банальными ответами. Сохраняя наши традиционные ценности и имидж, мы должны интересоваться тем, как раскрыть потенциал статистики для улучшения жизни людей. Это может предусматривать организацию сессий «разбора статистики», в которых примут участие различные сотрудники и другие эксперты с целью выдвижения идей в отношении новых продуктов или усовершенствования существующих продуктов. Создание инновационного веб-сайта для размещения новых экспериментальных статистических данных и продуктов может являться хорошим способом обеспечения обратной связи с пользователями.
- **Рассматривать и изучать меняющиеся роли, которые, как ожидается, будут играть НСУ. Для НСУ будет недостаточно просто формировать статистику.** Им, например, необходимо будет двигаться в направлении превращения в «центры знаний», стремясь производить информацию, необходимую директивным органам, комбинируя статистику с другими источниками данных и выявляя последствия. С другой стороны, отчетность по ЦУР потребует активной координации работы, и НСУ придется работать с производителями данных, с которыми они не работали раньше, а не только производить свои собственные материалы. В этом смысле роль НСУ в плане контроля качества, аккредитации, установления стандартов и методологического руководства будет более заметной, чем прежде. Некоторые статистические управления уже пошли дальше и приступили к превращению в «центр статистических данных», который обеспечит платформу управления данными с доступом ко всем открытым данным в стране.

## Рекомендация 5 – Продолжать сотрудничество со стратегическими партнерами

190. Мы работаем в тесном партнерстве со статистическим сообществом и сотрудничаем с поставщиками данных. Стратегическое партнерство с другими правительственными учреждениями имеет решающее значение для эффективного формирования официальной статистики. При налаживании стратегического партнерства, будь то с государственными или частными организациями, НСУ должны учитывать возможные риски для их профессиональной независимости во избежание любой утраты доверия. Партнерства, в которых мы участвуем, должны быть взаимовыгодными и повышать ценность официальной статистики для общества. Ограниченные бюджеты в сочетании с быстро растущими потребностями в данных, особенно для отчетности по ЦУР, требуют **поиска новых партнеров для задействования их экспертного потенциала и полезного опыта**. Если мы не сможем объединиться с правильными партнерами, кто-нибудь другой сделает это, чтобы предоставлять данные вместо нас, в связи с чем:

- **Партнерство с частным сектором по-прежнему представляет собой в значительной степени незадействованный источник инноваций.** Оно может открыть доступ к исходным данным, которые могут заменить или дополнить традиционные обследования. Партнерство может обеспечить доступ к новым инструментам и технологиям, знаниям в области дизайна, идеям в отношении продуктов, каналам и сетям распространения. Мы должны сделать наши данные доступными для использования в новых продуктах частных компаний, тем самым увеличив аудиторию статистики. Эффективное партнерство со средствами массовой информации могло бы также способствовать улучшению коммуникации и охвата пользователей статистических данных.
- **Проводить эксперименты со статистическими лабораториями и новыми моделями международного партнерства** в рамках статистического сообщества и за его пределами. Например, создавать «статистические лаборатории» с экспертами из статистических и других ведомств для работы в целях совершенствования продуктов и дизайна. Это помогло бы преодолевать ресурсные ограничения и распространять новые инновации путем «копирования и вставки», тем самым расширяя наши возможности.
- **Искать и максимально использовать возможности для оказания влияния на работу заинтересованных субъектов.** Например, некоторые статистические управления сотрудничают с поставщиками административных данных, с тем чтобы несколько скорректировать их сбор данных в целях сокращения прямых обследований предприятий или изменения своей работы таким образом, чтобы использование административных данных в виртуальном регистре населения дополняло или заменяло текущую перепись населения.
- **Играть центральную роль в процессе принятия решений, с тем чтобы стратегические партнерства с такими пользователями стали реальностью, будь то при разработке политики или распределении ресурсов в государственном секторе, или при принятии решений в частном секторе.** Мы можем хорошо выполнять свою работу только в том случае, если мы будем понимать проблемы, стоящие перед директивными органами, и то, какая информация наиболее полезна для них. Такое участие никоим образом не противоречит нашей профессиональной объективности – напротив, оно является важной частью нашего профессионализма.

## Рекомендация 6 – Продвигать бренд официальной статистики и обеспечивать его узнаваемость

191. Чрезмерная скромность в отношении официальной статистики опасна. Как и другие отрасли, мы должны не только создавать ценность, но и демонстрировать и рекламировать, что мы именно это и делаем. Одним из элементов данной деятельности является **неустанная пропаганда сравнительных преимуществ соблюдения нами основополагающих принципов официальной статистики**, характеризующихся высокими стандартами качества, профессионализмом, согласованными на глобальном уровне методами, неизменной беспристрастностью и авторитетностью. В более общем плане, узнаваемость бренда должна быть явной целью, основанной на полезности и качестве того, что мы делаем, и подкрепляемой конкретными примерами ценности официальной статистики. В связи с чем следует:

- **Громче заявлять о соблюдении основополагающих принципов официальной статистики и ценности, которую это создает.** Данное соблюдение, в совокупности с надежностью и качеством, обеспечиваемым им в наших продуктах, является подлинным сравнительным преимуществом официальной статистики. Мы должны использовать его как в качестве такового. Официальная статистика имеет имманентную ценность для демократических обществ и прав человека в плане равного права на информацию<sup>34</sup> и подотчетности за принимаемые решения путем измерения экономического, социального и экологического развития. Международные правозащитные механизмы все чаще призывают к использованию соответствующих статистических данных и привлечению национальных статистических управлений к подготовке докладов по правам человека<sup>35</sup>.
- **Пропагандировать и рекламировать то, какую ценность имеет официальная статистика во всем мире.** Как было показано в предыдущих разделах, существует много примеров того, какую ценность официальная статистика имеет для общества и экономики. Опять же, «сокрытие нашей ценности» – это не добродетель. Официальным статистикам следует найти инструменты для популяризации таких успехов, не в последнюю очередь в качестве способа содействия выявлению дополнительных примеров того, какую ценность официальная статистика может иметь. Нам следует обмениваться примерами, демонстрирующими ценность статистики для процесса принятия решений и то, как она помогает людям решать, где разместить бизнес, какие продукты продавать, где строить дороги, школы и больницы, и узнавать, как живут семьи, женщины, мужчины и дети, каково наше качество жизни, состояние окружающей среды, экономические условия и показатели. Почему бы не написать ряд статей, посвященных использованию статистики, инновациям, дизайну и разработке продуктов?
- **Все НСУ должны разработать и внедрить четкие стратегии обеспечения узнаваемости и продвижения бренда.** Хотя общие принципы применимы ко всей официальной статистике, обстоятельства и условия, с которыми сталкиваются индивидуальные НСУ, будут разными. Статистическим управлениям было бы полезно организовать обучение персонала методам эффективной коммуникации и нанять специалистов по коммуникационному взаимодействию. Существует множество разнообразных способов, с помощью которых НСУ могут добиться большей узнаваемости и заметности своего бренда. Стратегии индивидуальных НСУ могут задействовать их с учетом своих конкретных условий.

<sup>34</sup> См. статью 19 [www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/](http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/) и статью 19 [www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx](http://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx).

<sup>35</sup> См., например, [www.ohchr.org/Documents/Publications/HR\\_PUB\\_16\\_1\\_NMRP\\_PracticalGuide.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Publications/HR_PUB_16_1_NMRP_PracticalGuide.pdf).

- **Предпринять шаги с целью охвата более широкого и, возможно, менее информированного круга пользователей.** Спектр пользователей официальной статистики расширяется и включает в себя не только профессиональных аналитиков, исследователей и государственных должностных лиц, но и более широкие категории граждан, ищущих данные для принятия обоснованных решений. Само по себе это можно только приветствовать, однако это также означает, что средний пользователь может быть не столь хорошо информированным. Одним из следствий этого является необходимость рассмотрения НСУ вопроса о том, как сделать свои материалы и их выводы более доступными, поскольку то, что приемлемо для пользователей-экспертов, не будет таковым для менее опытных, но, тем не менее, вполне легитимных пользователей. Кроме того, НСУ следует рассмотреть практические шаги, возможно, в сотрудничестве с другими учреждениями, по обучению пользователей математической и статистической грамоте. Это имеет стратегическое значение для повышения уровня признания обществом заслуг официальной статистики и ее ценности.

## **Рекомендация 7 – Измерять результаты для обеспечения большего воздействия**

192. Статистики измеряют почти все, за исключением самих себя. Для того чтобы оказывать большее влияние на общество и процесс принятия решений, необходимо действовать в соответствии с предыдущими рекомендациями, но также измерять свои результаты и воздействие. Кроме того, это само по себе будет способствовать продвижению данной повестки дня. **Если мы измерим себя, то сможем лучше доказать свою ценность,** взаимодействовать с заинтересованными субъектами и разъяснять нашу стратегию, в связи с чем рекомендуется:

- **Предпринять шаги для улучшения наших знаний о том, для чего используются наши статистические данные и какое влияние они могут оказать.** Статистика должна составляться не только для самообслуживания. С увеличением объема доступных статистических данных в Интернете наши пользователи рискуют стать менее нам известными. Если мы не знаем, для чего мы нужны, мы не сможем донести нашу ценность. Статистики также находятся на перепутье в связи с подходом «делать больше при меньших затратах». Следует признать необходимость инвестирования в надежную, беспристрастную и высококачественную статистику для удовлетворения растущих потребностей в данных. НСУ обладают малой свободой маневра в плане пересмотра своих продуктов, поскольку подавляющая часть ресурсов направляется на подготовку статистических данных, требуемых международным или национальным законодательством. Измерение ценности нашей работы может помочь объяснить, почему инвестиции в официальную статистику важны и какие выгоды они сулят.
- **Измерять ценность официальной статистики с помощью панели индикаторов и регулярного опроса пользователей** (см. главу 5). Это поможет нам получить представление о том, во что инвестировать для создания большей ценности. Эти индикаторы могут включать в себя комбинацию показателей экономической ценности официальной статистики и оперативных показателей, касающихся степени осведомленности и удовлетворенности пользователей, их доступа к официальной статистике и ее использования. Опросы заинтересованных субъектов и партнеров могут быть полезны для выявления наших слабых и сильных сторон и обеспечить ориентиры для налаживания более эффективного партнерства.
- **Совершенствовать подходы к расчету ценности официальной статистики в денежном выражении на основе существующих методов, применяемых в других областях.** В настоящем докладе описываются наиболее часто применяемые методологии измерения

ценности официальной статистики в денежном выражении. С приобретением опыта эти методологии могут быть усовершенствованы и может быть собрано больше примеров и доказательств ценности официальной статистики. Денежные показатели ценности некоторых видов статистических данных или статистики в целом могут служить убедительным аргументом в защиту официальной статистики.

### **Рекомендация 8 – Обмениваться опытом и учиться, чтобы идти в ногу с передовой практикой**

193. Мир не стоит на месте. Феномены, конкурирующие с официальной статистикой, являются активными и постоянно меняющимися. Вызовы, с которыми сталкивается статистическое управление в одной стране, не обязательно будут такими же, что и вызовы, с которыми сталкивается статистическое управление в другой стране. Аналогичным образом успешно реализованные стратегии преодоления этих вызовов могут не всегда быть применимыми или успешными в другом статистическом управлении. Однако, несмотря на различия в характере стоящих перед странами вызовов, обмен передовым опытом помогает сэкономить средства при поиске эффективных путей их преодоления.

194. Одна из заключительных рекомендаций по международной работе вытекает из анализа, проведенного во многих частях предыдущих разделов. **Для НСУ имеют большую пользу изучение и применение передового опыта как других НСУ, так и других организаций.** Действительно, одна из целей настоящего доклада состоит в том, чтобы собрать такие примеры передовой практики, в связи с чем:

- Сообщество официальной статистики нуждается в интерактивной и динамичной модели практического применения рекомендаций, перечисленных в предыдущих разделах. Целевая группа по вопросу о ценности официальной статистики создала вики, посвященный передовой практике статистических управлений в области создания, измерения и пропаганды ценности<sup>36</sup>. Данный вики представляет собой каталог передовой практики для вышеупомянутых рекомендаций, который может использоваться всеми статистическими управлениями для поиска идей. НСУ могут отобрать на вики интересную практику, которая соответствует их условиям. Они также могут добавлять свои конкретные примеры передовой практики и делиться своим опытом для общего использования на этом вики.
- Целевая группа рекомендует поручить ведение этого вики Отделу статистики ЕЭК ООН. **НСУ будет предложено обновлять примеры практики на ежегодной основе в связи с проведением соответствующего совещания экспертов ЕЭК ООН**, такого как сеть экспертов по сообщению и распространению статистики, которые часто обсуждают вопросы уникального предложения ценности и создания ценности. В более долгосрочной перспективе вики может быть расширен за счет включения в него библиотеки последних исследований и изысканий по ценности данных и статистики. Его также можно было бы расширить в целях охвата избранных видов передовой практики других отраслей, помимо статистических управлений, которые содержат идеи относительно успешных стратегий, направленных на решение аналогичных проблем, из которых мы все можем извлечь полезные уроки.

---

<sup>36</sup> <https://statswiki.unecce.org/display/VALUE/Value+of+Official+Statistics+-+Best+Practices+Home>.



## 7. Выводы и последующие шаги

---

195. Все рекомендации, изложенные в предыдущей главе, основаны на мнении Целевой группы о том, что официальная статистика находится на перепутье. Целевая группа считает, что сейчас необходимо предпринять меры для обеспечения дальнейшего успешного использования имеющихся уникальных возможностей и решительно бороться с угрозами, которые также очевидны.

196. Особенно насущной частью рекомендаций является то, что **НСУ должны предоставлять самим себе более качественную информацию о ценности, создаваемой официальной статистикой**. Отсутствие такой информации создает особую опасность в то время, когда государственные расходы на все виды деятельности, включая официальную статистику, находятся под пристальным вниманием. В Рекомендации 7 предлагаются различные подходы к ее измерению для решения этой проблемы.

197. Целевая группа призывает НСУ осуществлять эти рекомендации и обмениваться соответствующим опытом. Активный обмен опытом практического осуществления рекомендаций значительно ускорит этот прогресс.

198. В феврале 2015 года, когда была создана данная Целевая группа, Бюро КЕС определило следующие направления работы, касающиеся ценности официальной статистики:

- Выработка под руководством Целевой группы стратегических рекомендаций в отношении того, как пропагандировать и разъяснять ценность официальной статистики и измерять ее воздействие.
- Разъяснение и популяризация ценности официальной статистики под руководством Группы высокого уровня по модернизации официальной статистики (ГВУ-МОС) и обсуждение этих вопросов на регулярных Рабочих сессиях по вопросам сообщения и распространения статистических данных.
- Оценка затрат на подготовку официальной статистики под руководством ГВУ-МОС, особенно в целях обмена опытом и практикой использования нынешних стандартов ГВУ в качестве основы для оценки затрат.

199. Исходя из этого, Целевая группа предлагает следующее:

- Всем НСУ предлагается осуществлять настоящие Рекомендации и использовать соответствующие инструменты, включая практические примеры, размещенные на вики, типовой опрос пользователей и приложения с убедительными тезисами для обсуждения. НСУ, разумеется, находятся на разных этапах развития и будут нуждаться в национальных планах действий по реализации стратегии, изложенной в настоящих Рекомендациях.
- Целевая группа создала вики с примерами передовой практики, о котором говорится в главе 6. ЕЭК ООН должна разместить у себя и вести этот вики и предлагать НСУ раз в год предоставлять их собственные материалы для вики и обновлять их с учетом накопленного опыта. Такие обновления могут также производиться всякий раз, когда появляется новая информация для обмена. Ежегодное обновление могло бы сопровождаться совещанием соответствующих экспертов ЕЭК ООН, для которого вики мог бы служить хранилищем информации об интересной практике для обсуждения.

- На протяжении многих лет на Рабочих сессиях ЕЭК ООН по вопросам сообщения и распространения статистических данных обсуждались многие вопросы, связанные с этими рекомендациями, такие как ориентация на клиента, дизайн, инновации и узнаваемость бренда, а также ценностное предложение официальной статистики в целом. Этому или другому специальному совещанию экспертов можно было бы предложить поощрять и анализировать осуществление рекомендаций и рассмотреть через 4–5 лет вопрос о том, нуждаются ли данные рекомендации в изменении или обновлении с учетом накопленного опыта.
- Работа по получению более качественной информации об измерении ценности официальной статистики одновременно носит неотложный характер и является областью, в которой статистическое сообщество, как правило, начинает свою деятельность с низкой базы. Поэтому мы предлагаем инициировать реализацию этой повестки дня с предложения НСУ–«первопроходцам» провести работу в соответствии с предложениями, изложенными в главе 5. Следует найти по крайней мере четыре–пять таких «первопроходцев», хотя верхнего предела быть не должно. Они возьмут на себя обязательство делиться своим опытом с остальными членами статистического сообщества в течение 2–3 лет.
- Отчасти это можно было бы сделать с помощью вики ЕЭК ООН. Этот механизм можно было бы совершенствовать, обратившись к ГВУ-МОС с просьбой поощрять и поддерживать использование стандартов ТМРСО и других стандартов ГВУ в качестве основы для сопоставимой оценки расходов. Например, убедительные доказательства мог бы дать анализ экономической эффективности статистического производства НСУ по сравнению с другими производителями из государственного и частного секторов.
- Кроме того, ЕЭК ООН и другим международным органам, таким как Евростат, ОЭСР, PARIS21 и Всемирный банк, рекомендуется продвигать конкретные области этих Рекомендаций.

## Приложение 1 Резюме ценности официальной статистики в одну страницу

### **Официальная статистика помогает нам понять, кто мы, кем мы были и кем становимся**

Официальная статистика рассказывает о наших странах – о населении, состоянии здоровья, преступности и экономике. Со временем она создает убедительный нарратив, отражающий темпы и характер изменений в обществе.

### **Более совершенная официальная статистика способствует принятию более эффективных решений и, следовательно, достижению лучших результатов**

Статистика представляет собой незаменимую фактологическую базу для принятия высококачественных решений – в целях государственной политики, оказания услуг, для компаний, принимающих коммерческие решения, и для людей, принимающих решения, касающиеся их повседневной жизни.

### **Качественные официальные данные способствуют поддержанию доверия к правительству и другим учреждениям**

Свидетельством тому является тот факт, что, когда решения правительства принимаются прозрачно и на основе надежной официальной статистики, граждане с большей вероятностью будут доверять политическому процессу. Официальная статистика создает основу для привлечения к ответу государственных и корпоративных органов.

### **Официальная статистика помогает поощрению равенства**

Доступ к информации является демократическим и конституционным правом. Открытая и прозрачная система общедоступных данных может помочь расширению прав и возможностей граждан во всех слоях общества.

Официальная статистика – не единственный источник информации. Напротив, существует опасность утонуть в данных. **Однако официальная статистика обладает рядом ключевых, а иногда и уникальных преимуществ, опирающихся на основополагающие принципы официальной статистики Организации Объединенных Наций, которые делают ее незаменимой:**

- 1) **Официальной статистике доверяют, потому что она беспристрастна:** качественные официальные данные производятся методами, свободными от политического или коммерческого влияния. Составители статистики не имеют корыстных интересов и связаны строгим профессиональным долгом сохранять беспристрастность.
- 2) **Официальная статистика производится в соответствии с признанными стандартами:** официальная статистика опирается на открытые методологии и формируется в соответствии с международно признанными стандартами и поэтому является сопоставимой на международном уровне. Она производится прозрачным образом, чтобы пользователи могли оценить ее точность и надежность.
- 3) **Официальная статистика твердо опирается на фактологические данные:** как правило, в ее основе лежат обследования и/или административные источники данных, которые являются более широкими по охвату, чем подавляющая часть неофициальной статистики. Обследования проводятся и финансируются в соответствии с национальными потребностями, а не коммерческой целесообразностью.

### **Развитием официальной статистики занимается всемирная сеть экспертов**

Статистики располагают мощной сетью для обмена методами и практикой и их совершенствования на международном уровне. Мы пользуемся знаниями лучших национальных экспертов, которые собираются вместе, чтобы предоставлять более оперативную и качественную статистику как по традиционным, так и по новым направлениям – человеческий капитал, домашние услуги, изменение климата, глобализация и многое другое.

### **Выгоды, которые обеспечивает официальная статистика, значительно превосходят затраты на нее**

- 1) **Официальная статистика дешева:** в Соединенных Штатах стоимость производства правительственной статистики оценивается в три цента на человека в день. В Австралии соответствующие затраты составляют 0,03% от общего объема экономики. Уровень расходов является таким повсюду.
- 2) **Она является примером эффективного использования ресурсов:** официальная статистика представляет собой общественное благо многократного использования, и ее использование не ведет к сокращению объема информации, доступной для других пользователей. Напротив, «сетевой эффект» ее доступности для всех потенциальных пользователей повышает ее ценность и полезность.
- 3) **Выгоды, создаваемые официальной статистикой на порядок выше, чем затраты на нее:** Время и внимание, уделяемые ей налоговыми и денежно-кредитными органами во всем мире, свидетельствуют о важности информации, предоставляемой официальной статистикой. По оценкам одного исследования, проведенного в Новой Зеландии, каждый доллар, вложенный в перепись населения, приносит чистую выгоду в размере пяти долларов. Выгоды аналогичного порядка были продемонстрированы в ходе переписи населения 2011 года в Соединенном Королевстве.

## Приложение 2 В чем заключается ценность официальной статистики?

*Как отмечается в основном докладе, было бы безрассудно предполагать, что в условиях царящей в мире конкуренции официальная статистика будет и впредь цениться и финансироваться как нечто само собой разумеющееся. Официальная статистика обеспечивает многочисленные выгоды, которые могут быть приведены в качестве доказательств ее ценности. Тем не менее необходим инициативный подход для доведения этих тезисов до всеобщего сведения, особенно в целях продолжения и расширения финансирования проводимой работы.*

*С учетом результатов обсуждений, проведенных Целевой группой, и практических примеров, выявленных в ходе ее работы, настоящее приложение призвано служить своего рода архивом полезных для этих целей материалов. Оно является не документом для непосредственного использования, а скорее источником идей для использования в презентациях, проводимых в различных контекстах для различных аудиторий.*

### **А. Общая ценность официальной статистики**

**Официальная статистика по своей сути призвана обеспечивать предоставление релевантной информации и приобретает все большее значение в информационную эпоху. Официальная статистика представляет собой жизненно необходимый элемент информационной системы демократического общества, служащим для правительств, экономики и общественности источником данных о положении дел в экономической, демографической, социальной и экологической сферах:**

- Она позволяет субъектам, принимающим решения, опираться на высококачественную информацию, будь то в государственном секторе для выработки политики или предоставления услуг, в коммерческом секторе или в повседневной жизни людей, что ведет к получению более высоких результатов.
- Она позволяет гражданам привлекать государственные и другие органы к ответу. Она позволяет понять общество, будучи источником релевантной информации, обеспечивая при этом соблюдение прав людей, описываемых статистикой.
- Она облегчает проведение исследований и анализа на основе всеобъемлющей фактологической базы, что ведет к инновациям и улучшению экономических и социальных результатов. Соблюдение права людей на информацию и обеспечение всем равного доступа к статистическим данным является одним из основополагающих принципов официальной статистики.

«Представьте себе мир без статистики. Правительства будут блуждать в потемках, инвесторы терять деньги, а избиратели бороться за то, чтобы заставить своих политических лидеров дать им отчет. Именно поэтому еженедельно журнал The Economist публикует более 1 000 цифр по таким вопросам, как выпуск, цены и занятость, поступающие из множества стран»<sup>37</sup>.

**Официальные статистики ни в коей мере не обладают монополией на производство статистических данных, не говоря уже о более широкой информационной базе. Тем не менее, по сравнению с остальными поставщиками статистических данных и информации, они обладают многочисленными сравнительными преимуществами и уникальными товарными предложениями:**

---

<sup>37</sup> The Economist (2012): *Don't lie to me, Argentina*, имеется по адресу [www.economist.com/node/21548242](http://www.economist.com/node/21548242).

1. **Официальная статистика беспристрастна и свободна от политического и коммерческого влияния.** Статистическое законодательство гарантирует профессиональную независимость официальных статистиков, обеспечивая тем самым подготовку ими объективной и беспристрастной информации. Методы и процедуры сбора, обработки и распространения статистических данных основаны исключительно на профессиональных соображениях, этических и научных принципах, а также на международно согласованных концепциях и методах. Это является одной из отличительных особенностей официальной статистики.
2. **Она обладает самым высоким профессиональным качеством.** Эти же принципы обеспечивают высокое качество официальной статистики. Профессиональное давление и обзор работы со стороны коллег действуют как мощный механизм поддержания и повышения качества официальной статистики, что и происходит на практике.
3. **Предоставление уникально полной и непротиворечивой во времени информации.** Неофициальные производители статистических данных обычно действуют исходя из своих собственных потребностей и обстоятельств. Это означает, что зачастую у них мало или вообще нет стимулов для поддержания качества статистических данных и обеспечения их непротиворечивости на протяжении длительных периодов времени. Кроме того, официальная статистика, как правило, охватывает темы, регионы, виды деятельности и другие категории, которые имеют исключительно важное значение для нашего общества, но заниматься которыми у неофициальных производителей статистических данных, возможно, нет никаких стимулов. В качестве примера можно привести статистические данные, касающиеся экономического развития, строительства, занятости (безработицы), цен, человеческого капитала, жилищного фонда, здоровья, благосостояния, предложения сельскохозяйственной продукции и спроса на нее, предпринимательской деятельности, международной торговли и многого другого. Приоритетными, в частности, являются статистические данные, необходимые для разработки государственной политики и предоставления общественных услуг, оценки прогресса на национальном уровне, анализа соблюдения требований законодательства и международных обязательств в области предоставления информации. Без официальной статистики удовлетворить эти потребности было бы практически невозможно.
4. **Гарантированный равный доступ к официальной статистике.** Соблюдение права людей на информацию и обеспечение всем равного доступа к статистическим данным являются одним из основополагающих принципов официальной статистики. В противоположность этому неофициальные поставщики статистических данных и информации могут зачастую иметь коммерческую или иную структуру стимулов, из чего следует, что они не захотят делиться всей своей статистикой. В отсутствие официальной статистики это привело бы к экономическим и социальным результатам, весьма далеким от оптимальных<sup>38</sup>.
5. **Официальные статистики являются надежными хранителями данных и конфиденциальности.** Статистические управления имеют уникально прочную правовую базу для обеспечения строгой конфиденциальности персональных данных, а также сформированную за многие десятилетия высокую репутацию в этой области. Персональные данные не предоставляются никакому другому органу и не могут использоваться в каких-либо других целях, помимо статистики и осуществления отдельных научно-исследовательских проектов. Поэтому предприятия и домохозяйства готовы предоставлять официальным

---

<sup>38</sup> Amparo Ballivian and Fenohasina Rakotondrazaka Maret: *Measuring the Value of Data*. Working paper, Development Economics Data Group, The World Bank.

статистикам информацию, которую они не предоставят никаким другим поставщикам статистических данных.

### **Выгоды, которые обеспечивает официальная статистика, значительно превосходят затраты на нее**

- Официальная статистика дешева. В Соединенных Штатах подготовка правительственных данных обходится в три цента на человека в день<sup>39</sup>, а затраты на производство официальной статистики в Австралии составляют приблизительно 0,03% от общего объема ее экономики<sup>40</sup>. Уровень расходов является таким повсюду.
- Она является примером эффективного использования ресурсов. Официальная статистика представляет собой общественное благо многократного использования, и ее использование не ведет к сокращению объема информации, доступной для других пользователей. Напротив, «сетевой эффект» ее доступности для всех потенциальных пользователей повышает ее ценность и полезность.
- Выгоды, которые обеспечивает официальная статистика, на порядок превосходят затраты на нее. Время и внимание, уделяемые ей налоговыми и денежно-кредитными органами во всем мире, свидетельствуют о важности информации, предоставляемой официальной статистикой (см. цитату из журнала the Economist выше). Но ее воздействие является гораздо более существенным, если учитывать дополнительные выгоды, которые получают коммерческий сектор и другие сектора общества.
  - По оценкам одного исследования, проведенного в Новой Зеландии, каждый доллар, вложенный в перепись населения, приносит в экономике чистую выгоду в размере пяти долларов. Выгоды аналогичного порядка были продемонстрированы в ходе переписи населения 2011 года в Соединенном Королевстве.
  - Исследование по сопоставлению динамики в Уэльсе и Англии после того, как Уэльс прекратил публикацию таблиц рейтинга школ в 2001 году, в то время как Англия продолжила их публикацию, позволило сделать вывод о том, что публикация данных о результативности работы школ способствует повышению успеваемости, согласно результатам тестов PISA. Каждый британский фунт, инвестированный в производство школьной статистики, привел косвенно к росту ВВП на 16 фунтов<sup>41</sup>.

## **В. Ценность официальной статистики для различных заинтересованных субъектов**

### **1. Ценность для всего населения в целом**

**Официальная статистика помогает нам понять, кто мы, кем мы были и кем становимся.** Официальная статистика описывает нашу жизнь и условия, в которых мы живем. Она служит нам основой для размышлений о будущем с опорой на достоверную информацию о настоящем и прошлом.

<sup>39</sup> *Fostering Innovation, Creating Jobs, Driving Better Decisions: The Value of Government Data*, имеется по адресу [www.esa.doc.gov/reports/fostering-innovation-creating-jobs-driving-better-decisions-value-government-data](http://www.esa.doc.gov/reports/fostering-innovation-creating-jobs-driving-better-decisions-value-government-data).

<sup>40</sup> [www.abs.gov.au/websitedbs/d3310114.nsf/home/Australian+Statistician+-+Speeches+-+ABS+Delivering+Public+Value](http://www.abs.gov.au/websitedbs/d3310114.nsf/home/Australian+Statistician+-+Speeches+-+ABS+Delivering+Public+Value).

<sup>41</sup> Более подробную информацию см. в главе 5, раздел D, настоящего доклада.

**Легкодоступная и бесплатная высококачественная информация служит фундаментом обоснованных публичных дебатов.** Примеры использования официальной статистики можно ежедневно найти в газетах, социальных сетях и на веб-сайтах, на радио и телевидении. Без официальной статистики публичные дебаты были бы значительно менее содержательными. НСУ расширяют исследования с целью изучения способов облегчения доступа к информации, в частности посредством налаживания более тесного взаимодействия со средствами массовой информации, разработки систем поиска данных, улучшения формата данных, облегчения навигации в сетях, использования интерактивных диаграмм и карт, выпуска более глубоких аналитических материалов и тематических релизов, позволяющих взглянуть на официальную статистику в новом свете.

**Фактология способствует неуклонному улучшению жизни людей.** Статистика может рассказать о том, как мы зарабатываем на жизнь, какие продукты мы потребляем, сколько денег мы тратим, какие цены мы платим, где мы живем и работаем, какие предприятия производят услуги и продукты, которые мы покупаем, являются ли они многонациональными или местными, сколько на них занято работников, сколько людей являются безработными, каково качество жилья, каковы наши ипотечные кредиты, каков уровень наших доходов, насколько мы здоровы, как долго мы живем, какими социальными услугами мы пользуемся, каков уровень нашего образования, участвуем ли мы в принятии решений или добровольной деятельности, живем ли мы в одном месте или переезжаем в другой город или в другую страну и т.д.:

- благодаря такой информации люди могут принимать более обоснованные решения, затрагивающие их жизнь, причем как повседневную, так и в более долгосрочной перспективе, например решения финансового характера;
- благодаря такой информации можно также точнее и быстрее выявлять потребности и факторы социального давления. Например, качественные местные данные о населении и жилье позволяют более эффективно планировать и ориентировать работу таких государственных структур, как школы и медицинские учреждения, и таким образом избегать ненужной траты ограниченных государственных ресурсов.

**Официальная статистика повышает информированность общин.** Благодаря статистике люди располагают сведениями об общинах, в которых они живут, и тем самым имеют больше возможностей для участия в демократических процессах. Люди могут хотеть понять возможности трудоустройства в конкретном месте, сравнить цены на жилье и стоимость жизни и посмотреть, как их страна выглядит на международном уровне. Наличие надежной официальной статистики сравнимо с наличием «чистой воды» или «устойчивой валюты» – вещами, без которых общество начинает распадаться. Информированность имеет решающее значение для свободы слова.

**Официальная статистика облегчает критический анализ и привлечение к ответу государственных и коммерческих учреждений и тем самым повышает их эффективность.**

- Исследования показали, что повышение прозрачности для общества и раскрытие данных укрепляют доверие к рынкам. Статистические данные могут также способствовать повышению политической подотчетности и сокращению масштабов коррупции. Это было продемонстрировано, например, аудиторскими проверками местных органов власти<sup>42</sup> в Бразилии.

---

<sup>42</sup> Ferraz, Claudio, and Frederico Finan (2011): *Electoral accountability and corruption: Evidence from the audits of local governments*. The American Economic Review 101 (4), pp. 1274–1311.

- Официальная статистика помогает людям привлекать к ответу тех, кто был избран, чтобы представлять их интересы. Она помогает следить за эффективностью процесса принятия решений и проливает свет на последствия таких решений.

**Предоставление рекомендаций по вопросам статистики и предотвращение ошибочного использования и толкования статистических данных.** В силу своей независимости и профессионализма НСУ все чаще участвуют в тематических обсуждениях в целях обеспечения корректного использования и толкования статистических данных или, по крайней мере, недопущения их ошибочного использования и толкования. Это имеет большое значение для того, чтобы публичные дебаты были обоснованными, причем важная роль в этом деле отводится именно официальным статистикам.

## 2. Ценность для международной политики и развития

**Сопоставимая и согласованная официальная статистика является мощным инструментом.** Международные стратегии во все большей степени опираются на фактологию и сопровождаются системой измерения. Это, в частности, можно сказать о Повестке дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, докладах, представляемых в соответствии с международными договорами по правам человека, Парижском соглашении об изменении климата, Сендайской рамочной программе по снижению риска бедствий и многих других программных документах. Все они предполагают использование официальной статистики в качестве основы для представления отчетности и мониторинга, что обусловлено высоким уровнем международной сопоставимости официальной статистики. Международная статистическая система располагает эффективными механизмами согласования стандартных определений, классификаций и методов для использования во всех странах. Это позволяет проводить значимые сопоставления и увязывать новые данные с обширными массивами данных статистических управлений.

**Проконсультируйтесь со статистиком о том, как это измерять.** После уроков, извлеченных из трудностей, возникших с измерением достижения Целей развития, сформулированных в Декларации тысячелетия, привлечение к работе статистического сообщества на ранних этапах стало обычной практикой. Директивные органы обращаются к статистикам с вопросами о том, как сформулировать поддающиеся измерению целевые показатели и, в частности, какие показатели выбрать и какие методологии, концепции и определения использовать. Цель заключается в том, чтобы обеспечить значимый мониторинг прогресса и уменьшить потребность в дорогостоящих дополнительных инвестициях.

**Статистическая сеть – эффективное средство заполнения информационных пробелов.** Работа международной статистической системы построена на сотрудничестве, что позволяет привлекать лучших экспертов к разработке новой статистики и статистических методов. Например, статистики разработали руководство по измерению устойчивого развития за годы до того, как ЦУР были определены в качестве новых глобальных ориентиров развития. При возникновении серьезных пробелов в международной отчетности статистики могут действенно заполнить их путем разработки практического руководства для широкого распространения и использования многими странами.

**НСУ определяют путь развития национальной статистики.** Давление, направленное на усиление координации в рамках национальной статистической системы, исходит от пользователей, включая правительство и международные организации, которым необходима сопоставимая, высококачественная и легкодоступная информация. НСУ все активнее взаимодействуют с другими производителями данных в рамках официальной статистической системы и гражданского общества, научных кругов и частного сектора, и их просят оказывать консультационную помощь по методам

обеспечения высокого качества статистических данных. НСУ было предложено координировать потоки данных по показателям ЦУР для облегчения доступа к данным, а также для анализа их качества.

**Официальная статистика является надежным показателем прогресса.** Официальная статистика представляет собой независимый и беспристрастный механизм оценки прогресса (или его отсутствия!). 1) Она может предоставить базовую оценку: сколько людей живут за чертой бедности; каковы социальные, экономические и экологические условия; и какого рода инфраструктуры и услуг здравоохранения и образования не хватает. 2) Она может использоваться для измерения воздействия и результатов, например для оценки того, сократилась ли материнская смертность благодаря инвестициям в здравоохранение или большее ли число детей посещает школу благодаря улучшению планирования работы школьных учреждений и расширению подготовки преподавателей.

**Укрепление статистического потенциала как средство достижения прогресса в социальной, экономической и экологической областях**

- Статистика служит источником фактологических данных для целей разработки политики и обеспечивает получение информации для анализа гражданских, экономических, политических и социальных прав<sup>43</sup>. Кроме того, она способствует осуществлению права людей на информацию и тем самым их участию в жизни общества.
- Национальная статистика имеет важное значение для разработки политики, ориентированной на удовлетворение нужд населения. Благодаря роли координатора, которую играют НСУ, ключевые заинтересованные субъекты совместно определяют общие потребности и выявляют существующие пробелы. Наличие надежных статистических данных в разбивке по возрасту, полу, доходам и географическому местоположению позволяет донорам помощи и правительствам более эффективно распределять ресурсы.

### 3. Ценность для принятия решений

**Официальная статистика является источником надлежащей информации для принятия обоснованных решений.** Политики, предприниматели и простые люди – все они принимают решения на основе официальной статистики и подвержены влиянию таких решений:

- наличие достоверной и своевременной статистики имеет исключительно важное значение, например для правильной оценки кредитно-денежной и экономической ситуации в стране. Данные переписей служат основой для решений о выделении ресурсов на различные программы и планирования общественной инфраструктуры, например строительства новых больниц, школ или дорог. Статистика влияет на направленность налоговой, экономической и торговой политики, решения в области социальной и экологической политики и меры, направленные на повышение эффективности и производительности, а также помогает выявлять возможности для экономии средств.
- По мнению почти 90% предприятий<sup>44</sup>, доступ к данным имеет решающее значение для обеспечения конкурентоспособности. Официальная статистика лежит в основе фундаментальных решений, касающихся планирования инвестиций, оценки рисков и анализа рынков, а также решений о том, где разместить предприятие и как удовлетворить потребности

---

<sup>43</sup> Управление Верховного комиссара Организации Объединенных Наций по правам человека: [www.ohchr.org/Documents/Issues/HRIndicators/StatisticsAndHumanRights.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Issues/HRIndicators/StatisticsAndHumanRights.pdf) и [www.ohchr.org/EN/Issues/Indicators/Pages/HRIndicatorsIndex.aspx](http://www.ohchr.org/EN/Issues/Indicators/Pages/HRIndicatorsIndex.aspx).

<sup>44</sup> Опрос 200 руководителей предприятий в Соединенных Штатах, Европе и Азии, имеется по адресу [www.freshfields.com/uploadedFiles/Locations/Global/Data/content/dealingwithdata.pdf](http://www.freshfields.com/uploadedFiles/Locations/Global/Data/content/dealingwithdata.pdf).

клиентов. Согласно оценкам, в Соединенных Штатах на основе правительственных данных каждый год принимаются решения об инвестициях, объемом в триллионы долларов<sup>45</sup>.

**Ошибочные решения обходятся дорого.** По мнению одного британского менеджера<sup>46</sup>, «интуиция является плохим советчиком, когда инвестиции, связанные с принятием решения о местах размещения магазинов, слишком велики. Непосредственные финансовые издержки и долгосрочные убытки, вызванные ошибочным решением о местах размещения, невозможно переоценить». Отсутствие доступа к хорошо обоснованным статистическим данным ведет к увеличению издержек и в государственном секторе. Например, реакция Новой Зеландии на краткосрочные изменения в численности населения без проведения всестороннего анализа текущих демографических тенденций привела к тому, что в одних районах образовался избыток школ, а в других стала ощущаться их нехватка. Из-за занижения числа детей дошкольного возраста объем государственного финансирования в одном районе сократился за год приблизительно на 40 млн долл. США<sup>47</sup>.

**Официальная статистика помогает создать эффективную и непротиворечивую фактологическую базу для принятия решений.** В отсутствие общедоступной официальной статистики коммерческим и другим директивным органам придется создавать свои собственные статистические и информационные базы. Это способно привести к дублированию и противоречивости. Опросы пользователей показывают, что субъекты, принимающие решения, исходят из того факта, что официальная статистика составляется беспристрастно с использованием согласованных на международном уровне научных методов.

**Наличие официальной статистики по широкому кругу вопросов и аспектов означает возможность выстраивания взаимосвязей со всеми вытекающими из этого экономическими, экологическими и социальными выгодами.** НСУ предоставляют уникально богатые массивы данных, которые включают в себя данные прямых статистических наблюдений, правительственные массивы данных и другие источники. НСУ активно работают над улучшением своевременности и охвата статистики, в том числе путем более широкого использования новых источников данных: информации предприятий, данных о торговых сделках, данных сканирования, геоданных, данных из социальных сетей, веб-страниц и т.д.:

- использование этих баз данных официальной статистики помогает экономить ресурсы, многократно использовать информацию и снижать нагрузку на респондентов;
- кроме того, умение использовать эти комплексные наборы данных позволяет при незначительных дополнительных затратах генерировать новые аналитические выводы, касающиеся ключевых экономических, экологических и социальных проблем.

**Официальные статистики способны обеспечить надежное руководство и анализ.** Профессиональные навыки, опыт и подробные знания статистиков, которыми они обладают в силу составления своих материалов, означают, что они могут оценивать и определять последствия своей статистики таким образом, чтобы пользователи и субъекты, принимающие решения, считали ее все более ценной. Об этом свидетельствует тот факт, что к официальным статистикам все чаще обращаются с просьбами дать рекомендации в отношении использования их статистических данных и подтвердить правильность своих выводов. Аналогичным образом официальных статистиков все чаще просят

---

<sup>45</sup> *Fostering Innovation, Creating Jobs, Driving Better Decisions: The Value of Government Data*, имеется по адресу [www.esa.doc.gov/reports/fostering-innovation-creating-jobs-driving-better-decisions-value-government-data](http://www.esa.doc.gov/reports/fostering-innovation-creating-jobs-driving-better-decisions-value-government-data).

<sup>46</sup> Alison Green, Sainsbury's Strategic Development Manager in Location Planning in *The 2001 Census and its Significance for the Commercial World*, BRC Solutions, 2004, p. 57.

<sup>47</sup> [http://icots.info/9/proceedings/pdfs/ICOTS9\\_5A1\\_FORBES.pdf](http://icots.info/9/proceedings/pdfs/ICOTS9_5A1_FORBES.pdf).

информировать субъектов, принимающих решения, о том, что стоит за их статистическими данными, а не просто предоставлять цифры.

#### 4. Ценность официальной статистики для информационной индустрии

*Хотя официальные статистики должны осознавать, что они не более защищены от конкуренции, чем любой другой сектор, они также должны знать о возможностях партнерства и сотрудничества. В частности, официальная статистика зачастую является основой для динамичного и эффективного развития отрасли в целом.*

##### **Официальная статистика доступна для многократного использования в качестве открытых данных.**

Ряд производителей информации в государственном и частном секторах используют статистические данные в качестве исходного ресурса для производства своих собственных продуктов и услуг. НСУ предоставляют свои данные бесплатно и в легко поддающемся многократному использованию машиночитаемом формате. Многократное использование существующих данных повышает эффективность всей информационной индустрии, а также снижает затраты и нагрузку на респондентов, поскольку необходимо собирать меньше данных. Для получения значительной части своих данных НСУ используют, помимо респондентов, и другие источники, уже предоставляющие интегрированные наборы данных для более широкого использования. Правительства пропагандируют открытые данные в качестве движущей силы экономического роста и создания рабочих мест. Исследования показывают, что в основе успеха стран с быстро развивающейся экономикой зачастую лежит обильная информация, которая трансформируется в знания и более сложные и разнообразные продукты<sup>48</sup>.

##### **Использование официальных статистических данных может стимулировать инновации**

Официальная статистика обеспечивает достоверность частных данных в качестве надежной базы сравнения. Оценки, составленные с использованием больших данных и других источников информации, сравниваются с официальными статистическими данными с целью проверки их сопоставимости и согласованности, а также на предмет соответствия действительности. Частные компании в поисках данных, которые дают наиболее релевантную и значимую информацию и повышают ценность их продукции, все чаще прибегают для этого к официальной статистике. Примерами инновационных продуктов могут служить, например, приложения, облегчающие перевозки благодаря наличию данных о расписании движения общественного транспорта, плотности населения, структуре движения, местоположении объектов недвижимости и землепользовании.

**Индустриализация официальной статистики сулит широкие выгоды.** Информационная индустрия извлекает огромную пользу из общих стандартов, определений, классификаций и методов, разработанных статистическим сообществом. Статистические управления создают условия, облегчающие многократное и совместное использование компонентов, процессов и хранилищ данных. НСУ активно содействуют более широкому признанию и использованию этих стандартов для создания новых продуктов и услуг. Группа ЕЭК ООН высокого уровня по модернизации официальной статистики возглавляет эту работу на международном уровне в партнерстве с другими участниками информационной отрасли и недавно завершила реализацию проекта по разработке стандартов машиночитаемых общих метаданных, которые облегчают интеграцию, увязку и многократное использование данных.

**Официальная статистика имеет коммерческую ценность.** Официальная статистика является одним из ключевых исходных ресурсов для производства самых разнообразных коммерческих продуктов и услуг в экономике. Частные предприятия считают данные стратегическим ресурсом и инвестируют в

---

<sup>48</sup> Hidalgo, Cesar (2015): *Why Information Grows. The Evolution of Order, from Atoms to Economies.*

них большие средства с целью поиска своих конкурентных преимуществ. В Соединенных Штатах оценка, основанная на очень коротком и неполном перечне компаний, которые в значительной степени полагаются на официальную статистику, указывает на то, что правительственные данные помогают частным компаниям получать доходы в размере не менее 24 млрд долл. США в год, что во много раз превышает расходы на официальную статистику. По оценкам McKinsey Global Institute<sup>49</sup>, потенциальные глобальные экономические выгоды от открытых государственных данных составляют 3 трлн долл. США в год.

**Официальная статистика развивает ключевые навыки в области интеллектуальной обработки данных.** Для того чтобы иметь возможность осуществлять то, что необходимо для производства и распространения современной официальной статистики, НСУ все больше инвестируют в развитие навыков в области статистики и интеллектуальной обработки данных высокого уровня. Они организуют учебу и курсы повышения квалификации для своих сотрудников, а также поощряют подготовку новых квалифицированных специалистов. Такие профессиональные навыки зачастую имеют решающее значение для индустрии интеллектуальной обработки данных в целом, а также для таких структур, как банки, страховые компании, ведомства, научно-исследовательские институты и другие секторы. В краткосрочной перспективе между НСУ и другими секторами экономики может возникнуть конкуренция за такие кадры. Но в более широком плане инвестиции НСУ в развитие этих навыков отвечают общим интересам.

## 5. Ценность для исследований

*Научно-исследовательское сообщество является важным помощником в деле экономических инноваций и улучшения социальных и экологических результатов. Однако значительная часть работы, которую оно проводит, возможна лишь благодаря наличию доступа к широкому спектру официальных статистических данных. Подтверждением этому служат настойчивые просьбы многих или большинства научно-исследовательских учреждений о предоставлении им дополнительной статистической информации.*

**Новые исследовательские идеи из интегрированных наборов данных.** Статистические управления оказывают услугу исследователям, предоставляя им широкие, комплексные и легкодоступные наборы данных в технологически продвинутых форматах. Интегрированные большие массивы данных уровня единиц позволяют университетам, институтам, занимающимся анализом политики, научно-исследовательским институтам, ведомствам, муниципальным учреждениям и отдельным исследователям проводить эмпирический анализ, результаты которого ложатся в основу будущих решений. Наборы данных помогают в изучении сложных проблем, имеющих многочисленные причины и затрагивающих многие сферы государственного управления, такие как производительность, инновации, гендерный разрыв в оплате труда, потеря доходов, изменение климата, безработица, бездомность и т.д.

**Услуги для повышения эффективности и продуктивности исследований.** НСУ, как правило, предоставляют исследователям данные, которые уже были собраны, классифицированы, обобщены, отредактированы и скорректированы при формировании официальной статистики. Данные поступают из многочисленных источников, таких как переписи, обследования и регистры населения и предприятий, налоговые регистры, школьные системы, системы социальной защиты и здравоохранения, что позволяет проводить продольный и поперечный анализ по многим направлениям. Для обработки и анализа данных предлагаются доступные метаданные, а также комплекс исследовательских инструментов, приложений и программного обеспечения. Эти услуги

---

<sup>49</sup> McKinsey Global Institute (2013): *Open data: Unlocking innovation and performance with liquid information.*

позволяют исследователям сосредоточиться на ключевых вопросах, которыми они занимаются, а не на подготовке самих данных.

**Использование официальной статистики повышает доверие.** Официальная статистика пользуется доверием, поскольку для обработки, редактирования, обобщения и тщательной проверки данных используются точные научные методы. Поэтому она считается надежной основой для проведения научных исследований. Наборы статистических данных также обеспечивают большую согласованность концепций по секторам и имеются в наличии за достаточно продолжительные периоды времени, для того чтобы можно было сделать более надежные выводы. Кроме того, можно сравнивать конкретные результаты какого-либо исследовательского проекта с соответствующими официальными цифрами.

**Сотрудничество со статистиками способствует укреплению научно-исследовательского потенциала.** Статистические управления, университеты и научно-исследовательские институты уже давно тесно взаимодействуют друг с другом в целях, с одной стороны, совершенствования статистических методов и, с другой стороны, проведения эмпирических исследований. Примером совместных усилий по укреплению потенциала является Европейская сеть магистерских программ в области официальной статистики, которая представляет собой сеть академических курсов на базе высшего образования на соискание степени магистра в области официальной статистики. Кроме того, многие НСУ предлагают стажировки для студентов и курсы подготовки по методам наблюдения и статистическим методологиям, что также способствует общему укреплению научно-исследовательского потенциала.

**НСУ работают на международном уровне, чтобы предоставить исследователям более широкие возможности.** НСУ разработали общие принципы и инструменты для получения доступа к микроданным в исследовательских целях и наладили обмен передовым опытом между странами. Евростат предоставляет исследователям доступ к нескольким файлам общего пользования, содержащим данные по странам ЕС, и другие международные организации осуществляют аналогичные проекты в целях поощрения такого рода обмена. Обследование доходов и условий жизни (ОДУЖ-ЕС) является хорошим примером того, когда микроданные служат отдельным конечным продуктом и доступны исследователям во всем мире. Такие инициативы расширяют возможности для продуктивных исследований международных явлений и позволяют проводить сравнительный анализ по целому ряду тем.

## Приложение 3 Типовые вопросы опроса пользователей для статистических управлений

### Обращение к респондентам:

Приветствуем участников опроса пользователей национального статистического управления (НСУ) [заменить названием управления]. НСУ стремится к составлению качественной, независимой, объективной и достоверной официальной статистики.

Удовлетворенность пользователей является одним из приоритетов НСУ, и наша цель заключается в обеспечении нашим пользователям наилучшего уровня обслуживания, необходимого для удовлетворения их потребностей.

С тем чтобы помочь нам выяснить, удовлетворяем ли мы ваши потребности и ожидания, мы будем весьма признательны, если вы найдете несколько минут для заполнения настоящего вопросника. Ваши замечания имеют для нас большое значение и помогут узнать о том, что мы делаем хорошо, а что нам следует делать лучше. Заверяем вас, что ваши ответы будут полностью анонимными.

Заранее благодарим вас за участие в этом опросе и заполнение вопросника, которое займет приблизительно xx минут [заменить цифрой, учитывающей вероятную продолжительность заполнения вопросника, который содержит как общие вопросы, так и вопросы, отражающие национальную специфику].

Просьба ответить на все вопросы, в каждом разделе, которые значимы для вас как пользователя статистики.

Вы можете представить свой заполненный вопросник [указать как].

Заранее благодарим вас за помощь.

### Факультативные вопросы для опроса пользователей:

#### Характеристики пользователей данных

##### 1. Просьба сообщить о себе следующие сведения.

(Персональные данные не будут преданы гласности.)

Возрастная группа	Выпадающий список	[заменить выпадающий список соответствующей национальным потребностям версией] Начальное образование Среднее образование Высшее образование Степень магистра Степень доктора наук Другое (пожалуйста, уточните)
Пол	Выпадающий список	
Наивысший достигнутый уровень образования	Выпадающий список	
Сектор/отрасль	Выпадающий список	
		Преподаватель или учащийся Центральные органы власти Международная организация Местные органы управления Средства массовой информации Неправительственная организация Политическая партия или организация Частное предприятие Частный пользователь Отраслевая ассоциация Другое (пожалуйста, уточните)

**Использование статистических данных**

<b>2. Когда вы последний раз обращались в НСУ или использовали его статистику?</b>	Выпадающий список
Сегодня Вчера Два–три дня назад Приблизительно неделю назад Две–три недели назад Приблизительно месяц назад Два–три месяца назад Четыре или более месяцев назад Я никогда не обращался в НСУ	

<b>2b. [в случае выбора варианта «более месяца назад»] Почему вы не обращались в НСУ/не использовали его статистику в прошлом месяце?</b>	Выпадающий список
Мне не нужна была статистическая информация. Я нашел другой веб-сайт/источник, который мне лучше подходит Я сталкиваюсь с трудностями при навигации по веб-сайту НСУ Я предпочитаю дизайн другого веб-сайта/источника Я предпочитаю инфографику/отчеты другого веб-сайта/источника До этого момента мне было не известно о существовании НСУ Другое (пожалуйста, уточните)	

<b>3. Как часто вы обычно пользуетесь статистикой НСУ?</b>	Выпадающий список
[если «Никогда»] Просьба указать, почему? _____	
Ежедневно Еженедельно Ежемесячно Ежеквартально Ежегодно Реже Никогда	

<b>4. Для каких целей вы используете статистику? Просьба пометить все, что подходит.</b>	Выпадающий список
Для работы в целом Для анализа хозяйственной деятельности и конъюнктуры рынка В целях образования Для законотворчества Для использования в СМИ В целях моделирования или прогнозирования Для ведения переговоров В личных интересах В целях разработки/мониторинга/оценки политики В целях регионального анализа Для подготовки докладов или публикаций В исследовательских целях Для повторного использования в других продуктах Для планирования услуг Другое (пожалуйста, уточните)	

**4А. [Факультативно] Насколько важна статистика НСУ для упомянутых вами целей?**

[Указать лишь в отношении помеченных ранее целей.]

	Очень важна	Важна	Как справочная информация	Имеет второстепенное значение	Не нужна	Не знаю
Для работы в целом						
Для анализа хозяйственной деятельности и конъюнктуры рынка						
В целях образования						
Для законотворчества						
Для использования в СМИ						
В целях моделирования или прогнозирования						
Для ведения переговоров						
В личных интересах						
В целях разработки/мониторинга/оценки политики						
В целях регионального анализа						
Для подготовки докладов или публикаций						
В исследовательских целях						
Для повторного использования в других продуктах						
Для планирования услуг						

<b>5. Какую статистику вы используете наиболее часто? Просьба пометить все, что подходит.</b>	Выпадающий список
---	-------------------

- Народонаселение (например, перепись, образование, миграция, половой состав населения)
- Рынок труда (например, занятость, производительность, доходы)
- Здоровье (например, вероятная продолжительность жизни)
- Доходы и потребление
- Образование
- Энергетика
- Правосудие и преступность
- Путешествия и туризм
- Национальные счета (например, ВВП)
- Финансово-хозяйственная деятельность (например, строительство, промышленное производство, розничная торговля)
- Глобализация (например, торговля, зарубежные филиалы, платежный баланс)
- Цены и расходы (например, розничные и оптовые цены, стоимости жизни)
- Наука, техника и инновации
- Окружающая среда и климат
- Устойчивое развитие
- Региональный уровень
- Другое (пожалуйста, уточните)

**Доступ к статистике**

<p><b>6. Каким образом вы обычно осуществляете доступ к статистике и информации НСУ? (Выбрать один–три варианта.)</b></p>	<p>Выпадающий список</p>	<p>Веб-сайт НСУ                  Банк данных                  Страница НСУ в «Твиттере»                  Страница НСУ в «Фейсбуке»                  Путем личного обращения к сотрудникам НСУ                  Путем обращения по электронной почте к сотрудникам НСУ                  Путем обращения по телефону к сотрудникам НСУ                  Программный интерфейс прикладных программ (API) НСУ                  Обезличенные файлы микроданных (ОФМ) НСУ                  Исследовательские файлы микроданных (ИФМ) НСУ                  Печатные публикации                  Прессу                  Радио                  Социальные сети                  Статистические релизы                  Телевидение                  Другое (пожалуйста, уточните)</p>
---	--------------------------	--

<p><b>7. Каким образом вы узнаете о новейшей статистике НСУ?</b></p>	<p>Выпадающий список</p>	<p>График выпуска данных НСУ                  Веб-сайт НСУ                  Страница НСУ в «Твиттере»                  Страница НСУ в «Фейсбуке»                  По электронной почте от сотрудников НСУ                  Пресса/газеты                  Радио                  Телевидение                  Печатные публикации                  Социальные сети                  Другое (пожалуйста, уточните)</p>
--	--------------------------	---

<p><b>8А. Какие устройства и средства вы используете для доступа к статистике?</b>                  8В. [Факультативно] Если вы используете более одного устройства для доступа к статистическим данным, то какому отдаете предпочтение?                  8С. [Факультативно] Какое устройство вы используете чаще всего для доступа к статистике?</p>	<p>Выпадающий список</p>	<p><b>(пометить все используемые устройства)</b></p> <p>Ноутбук                  Настольный компьютер                  Мобильный телефон                  Планшет                  Печатные средства массовой информации                  Другое (пожалуйста, уточните)</p>
--	--------------------------	---

**Степень удовлетворенности пользователей**

**9. Насколько вы удовлетворены степенью, в которой используемая вами статистика НСУ...**

	Весьма удовлетворен	Удовлетворен	Не могу сказать, что удовлетворен(а) или не удовлетворен(а)	Не удовлетворен(а)	Весьма не удовлетворен(а)
соответствует вашим потребностям					
является точной					
заслуживает доверия					
свободна от политического вмешательства					
четко изложена					
проста для нахождения					
доступна для понимания					
своевременна					
достаточно подробна					
документально подтверждена					
позволяет сопоставления					
актуальна					
обладает достаточной периодичностью					
визуально привлекательна					

[Факультативно в отношении аспектов, которыми респондент не удовлетворен]

**Просьба представить нам подробные предложения по совершенствованию статистики НСУ (Вопрос 9) в...:**

**Релевантность и инновации**

**10. В какой мере вы согласны с тем, что НСУ...**

	Полностью согласен	Согласен	Не могу сказать, что согласен или не согласен	Не согласен	Полностью не согласен
является независимым					
предоставляет качественные услуги пользователям					
располагает знающим и компетентным персоналом					
собирает и распространяет полезные статистические данные					
обеспечивает защиту конфиденциальности персональных данных					
дает четкие разъяснения в отношении источников данных и методов					
оказывает поддержку в толковании и использовании статистических данных					
обеспечивает хорошую визуализацию информации					
четко доносит свои идеи					
удовлетворяет ваши потребности в информации					
активно разрабатывает новые услуги					
активно присутствует в социальных сетях					
помогает людям понять нашу страну					
служит эффективным источником информации для публичных дебатов					
предоставляет ценные услуги и статистические данные					
заслуживает доверия					

**11. Просьба сообщить:**

Что, по вашему мнению, НСУ <u>делает хорошо</u> ?	
Что, по вашему мнению, НСУ <u>могло бы делать лучше</u> ?	
Что НСУ <u>следует делать</u> из того, что оно не делает в настоящее время, для информационного обеспечения вашей работы?	
Что из того, что в настоящее время делает НСУ, вы считаете <u>устаревшим</u> или <u>не приносящим пользы</u> ?	
Какие <u>результаты</u> или <u>выгоды</u> , извлекаемые из использования наших статистических данных или услуг, являются наиболее важными?	

**12. Просьба пометить то, что подходит:**

Статистика и услуги НСО являются	Выпадающий список	для моей работы или учебы
	очень важными важными служат справочной информацией имеют второстепенное значение бесполезны	

**13. Помогли ли статистические данные и услуги НСУ в выработке вами (или вашей организацией) каких-либо решений или политики в последние годы?**

Да	Нет	Не знаю/Затрудняюсь ответить
[Если да] Просьба привести примеры:		

**14. Отличается ли, по вашему мнению, статистика НСУ от других данных и статистической информации и каким образом?**

Да	Нет
[Если да] Просьба кратко пояснить чем:	

15. НСУ, являясь национальным статистическим управлением страны X, отвечает за сбор данных и подготовку официальной статистики, которая помогает людям лучше понять свою страну – ее население, ресурсы, окружающую среду, экономику, общество, культуру и т.д. НСУ проводит X исследований по всем аспектам нашей жизни.

15. Согласны ли вы с утверждением, что работа НСУ вносит	Выпадающий список	вклад в благополучие и жизнь в нашей стране?
	значительный средний малый никакой	

**Уровень осведомленности и доверия**

16. Насколько хорошо вы осведомлены о работе НСУ?	Выпадающий список
	Очень хорошо осведомлен Достаточно хорошо осведомлен Не очень хорошо осведомлен Совсем не осведомлен Не знаю/не уверен

<b>17. В какой мере вы доверяете статистике НСУ?</b>	Выпадающий список
<p>Очень доверяю                  Склонен доверять                  Не могу сказать, что доверяю или не доверяю                  Склонен не доверять                  Очень не доверяю                  Не знаю/не уверен</p>	

<b>18. Как бы вы описали ваше общее отношение к НСУ?</b>	Выпадающий список
<p>Я положительно отзываюсь о НСУ, даже если никто не спрашивает моего мнения                  Я положительно отзываюсь о НСУ, если кто-то спрашивает мое мнение                  Я нейтрально отзываюсь о НСУ, если кто-то спрашивает мое мнение                  Я критично отзываюсь о НСУ, если кто-то спрашивает мое мнение                  Я критично отзываюсь о НСУ, даже если никто не спрашивает моего мнения</p>	

<b>19. Какова вероятность того, что вы порекомендуете статистические данные и услуги НСУ своему другу или коллеге (для оценки используйте шкалу от 0 до 10)?</b>	Выберите значение
--	-------------------

**Конкретные продукты и услуги**

**20. Насколько вы удовлетворены следующими продуктами и услугами НСУ?**

	Весьма удовлетворен(а)	Удовлетворен(а)	Не могу сказать, что удовлетворен(а) или не удовлетворен(а)	Не удовлетворен(а)	Весьма не удовлетворен(а)	неприменимо
Статьи и публикации по вопросам статистики						
Статистические релизы в режиме онлайн						
Карты и инфографика						
Методологические описания						
Страница НСУ в «Твиттере»						
Страница НСУ в «Фейсбуке»						
Новостные сообщения НСУ						
Веб-сайт НСУ						
Программа поиска и просмотра данных НСУ						
Файлы и микроданные общего пользования						
График выпуска релизов						
и т.д.						

[Факультативно] Просьба представить подробные предложения в отношении совершенствования продуктов и услуг НСУ (Вопрос 20).

**Дополнительные комментарии:**

<b>21. Хотели бы вы сказать что-нибудь еще по поводу НСУ или его статистических данных?</b>	
---	--

***Дополнительные соображения, не относящиеся к темам данного опроса:***

***Вопросы, которые в настоящее время не включены в данный опрос пользователей и часто задаются в опросах пользователей:***

- Предлагалось ли вам когда-нибудь принять участие в обследовании НСУ? Да/Нет
- Как вы оцениваете качество отдельных видов статистики?
- Насколько важны различные аспекты качества (вопрос 5)?

***Данный опрос не содержит вопросы, охватывающие:***

- Партнеров и ключевых заинтересованных субъектов – см. ниже некоторые дополнительные вопросы
- Функциональные характеристики веб-сайта – могут быть сгруппированы в отдельный онлайн-опрос посетителей
- Восприятие НСУ по сравнению с другими организациями – отдельный опрос всех правительственных ведомств
- Пользователей в отношении платных услуг – отдельные короткие вопросники, направляемые после предоставления услуги

***Отдельный опрос заинтересованных субъектов мог бы включать некоторые из следующих вопросов:***

- Уделяет ли НСУ достаточно времени тому, чтобы понять потребности вашей организации в данных?
- Предоставляет ли вам НСУ возможности обсудить его приоритеты и планы?
- Сотрудничает ли НСУ с вами?
- Запрашивает ли НСУ ваши отзывы и реагирует ли оно на них?
- Держит ли НСУ вас в курсе своей работы?

***Опрос по поводу функциональных характеристик веб-сайта мог бы включать некоторые из следующих вопросов:***

- Насколько вы удовлетворены той степенью, в которой сайт НСУ является... (шкала от 1 до 5)?  
Удобным для пользователя/Простым для навигации/Наглядным/Достаточно подробным/  
Современным/Инновационным/Интересным/С хорошей визуализацией
- Какую информацию вы обычно ищете (открытый вопрос)?
- Вы обычно получаете то, что ищете? Да/Нет
- Сколько времени вы тратите на нахождение искомой информацию (выпадающий список)?

## Приложение 4 Практические примеры подхода других отраслей к созданию и пропаганде ценности

Были собраны практические примеры подходов, применяемых следующими 7 организациями или отраслями:

- Apple Inc. – компания, занимающаяся проектированием, разработкой и продажей электроники, компьютерного программного обеспечения, онлайн-сервисов и персональных компьютеров.
- Amazon – компания, занимающаяся электронной коммерцией и облачными вычислениями.
- BMW – производитель автомобилей класса люкс.
- Google – технологическая компания, специализирующаяся на интернет-услугах и продуктах.
- Метеорологические службы – отвечают за предоставление метеорологической информации и прогнозов погоды.
- Фармацевтическая промышленность Соединенного Королевства – разрабатывает, производит и продает лекарства и фармацевтические препараты для использования в медицине.
- JH Whittaker and Sons (Whittaker's) – новозеландская кондитерская компания, специализирующаяся на шоколаде.

### 1. Apple Inc.

Apple Inc. является многонациональной технологической компанией, занимающейся проектированием, разработкой и продажей электроники, компьютерного программного обеспечения, онлайн-услуг и персональных компьютеров. Наиболее известные аппаратные продукты компании – это линейка компьютеров Mac, медиаплеер iPod, смартфон iPhone, планшетный компьютер iPad и смарт-часы Apple Watch. В число его онлайн-сервисов входят iCloud, iTunes Store и App Store. Потребительское программное обеспечение Apple включает в себя операционные системы OS X и iOS, медиабраузер iTunes, веб-браузер Safari, а также комплекты приложений для творчества и офиса iLife и iWork.

Основанная в 1976 году, сегодня Apple является второй по величине доходов в мире компанией в области информационных технологий, крупнейшей в мире технологической компанией по общей стоимости активов и третьим в мире по величине производителем мобильных телефонов. В 2014 году Apple стала первой американской компанией, стоимость которой превысила 700 млрд долл. США. В настоящее время она имеет 98 000 штатных сотрудников, более 450 магазинов розничной торговли в 16 странах, а также интернет-магазин Apple и магазин iTunes, последний из которых является крупнейшим в мире музыкальным ритейлером.

Apple пользуется высоким уровнем лояльности к бренду. Согласно отчету Interbrand Best Global Brands за 2014 год, Apple является самым ценным брендом в мире, стоимость которого составляет 118,9 млн долл. США.

Ключевыми составляющими подхода Apple к обеспечению ценности являются:

- ориентированность на обслуживание клиентов;
- приверженность принципам обеспечения качества, инновационности, дизайна и простоты;
- люди и культура;
- последовательность и интеграции продуктов.

### **Обслуживание клиентов**

Вся культура Apple ориентирована на обеспечении высшей степени удовлетворенности качеством обслуживания. Компания ставит клиента в центр всего, что она делает, начиная с дизайна своей продукции и заканчивая дизайном розничных магазинов. Формирование потребительской ценности означает построение бизнес-модели, обеспечивающей многократное обеспечение полезности.

«Наша цель в Apple – добиваться того, чтобы клиент испытывал радость при покупке продукта и сохранял эту радость на протяжении всего его срока службы».

«Мы ставим себя на место клиента».

Компания считает, что высококачественное обслуживание квалифицированными продавцами, способными донести до клиента ценность продукции и услуг компании, значительно расширяет ее возможности по привлечению и удержанию клиентов. Таким образом, сотрудники Apple сосредоточены не только на разработке и продаже продуктов, которые вызовут чувство удовлетворенности у покупателей, но и на обеспечении первоклассного обслуживания в пунктах розничной продажи, которое порадует покупателей. Они создают у посетителей магазинов чувство, что они им не безразличны и что клиентов связывает с ними нечто большее, чем просто акт продажи. Они предоставляют покупателям широкие возможности, позволяя им играть с продуктами и оставаться в магазине столько, сколько им заблагорассудится. Они говорят им, что всегда будут рады помочь им советом после покупки.

Apple инвестировала средства в инструменты самообслуживания, которые позволяют клиентам планировать свои встречи и совершать покупки в Интернете. Компания постоянно совершенствует дизайн своих магазинов, чтобы сделать их удобнее для покупателей.

Розничные магазины компании обычно расположены на оживленных транспортных магистралях в высококачественных торговых центрах и городских торговых районах. Имея собственные магазины и размещая их в удобных местах на оживленных транспортных магистралях, компания имеет больше возможностей для обеспечения высокого качества обслуживания покупателей и привлечения новых клиентов.

### **Приверженность принципам обеспечения качества, инновационности, дизайна и простоты**

Apple стремится производить качественные продукты, которые «меняют жизнь людей». Она считает, что для достижения совершенства нужно делать лишь несколько вещей и делать их хорошо, а не пытаться быть всем для всех.

«Мы считаем, что находимся на Земле для того, чтобы производить прекрасные продукты на рынках, на которых мы можем сделать многое».

«Мы согласны на не меньшее, чем совершенство».

Продукты Apple являются результатом обширных исследований и сильного дизайна. Компания внимательно изучает, что ищут клиенты, включая не только то, что они хотят сейчас, но и то, что им понадобится позже. Каждый раз, когда компания выпускает новый продукт, клиенты уверены, что он будет привлекательным и простым в использовании и улучшит возможности их общения, работы и проведения досуга.

Компания верит в упрощение сложных вещей. Продукты должны быть интуитивно понятными и простыми в использовании. Apple доказала, что потребители будут платить за музыку, которую иначе они могли бы получить бесплатно с таких сайтов, как Napster, просто потому что работать с iTunes намного проще.

Принцип простоты пронизывает все продукты Apple, начиная с общего ассортимента и кончая продуктами ограниченных серий.

«Популярность продуктов Apple во многом обусловлена их простотой и интуитивностью, что делает их доступными не только для технически подкованных потребителей, но и для детей и пожилых людей».

Поскольку отрасли, в которых конкурирует Apple, характеризуются быстрым технологическим прогрессом, способность компании успешно конкурировать во многом зависит от ее способности обеспечить непрерывный и своевременный поток конкурентоспособных продуктов, услуг и технологий на рынок. Компания продолжает разрабатывать новые технологии для совершенствования существующих продуктов и расширения ассортимента своей продукции путем проведения исследований и разработок.

### ***Люди и культура***

Сотрудники Apple проходят тщательный отбор и обучение. Сотрудники искренне верят в то, что делает Apple, и глубоко прониклись культурой заботы об интересах клиентов.

«Для создания успешного бизнеса необходимо не просто иметь выдающийся продукт, настоящий успех, в конечном счете, обеспечивает звездная команда».

Apple уделяет большое внимание тому, как ее работники проникаются ее культурой. Культура – это то, что объединяет людей в общество, которое функционирует в соответствии со своей особой миссией и установками. И поскольку культура Apple основана на страстном стремлении обеспечить превосходную ценность для клиента, она стала не только связующим элементом, но и двигателем компании к созданию все большей ценности.

«Кампус Apple – это исключительно продуманно и продуктивно управляемое предприятие, состоящее из целеустремленных людей, которые придерживаются очень высоких стандартов, чтобы сделать следующий продукт таким, чтобы заставить всех говорить о нем».

### ***Последовательность и интеграция продуктов***

Все продукты Apple имеют одинаковую базовую архитектуру. Благодаря такой последовательности покупатели, которые уже пользуются продуктами Apple, знают, что они получат. Применение одной и той же архитектуры также облегчает использование продуктов.

Продукты Apple созданы для совместной работы. Они являются частью экосистемы, которая делает предлагаемые продукты более ценными. Например, появление iPhone сопровождалось открытием интернет-магазина приложений.

### ***Показатели ценности***

Показатели удовлетворенности клиентов являются важным инструментом, с помощью которого Apple отслеживает свою ценность. Индекс потребительской лояльности и Американский индекс удовлетворенности потребителей являются двумя ключевыми показателями, которые она использует.

Компания также использует традиционные финансовые показатели для отслеживания результатов своей деятельности. В качестве примеров можно привести чистый объем продаж, чистый доход, доля мирового рынка и т.д.

Мониторинг инновационной деятельности осуществляется с использованием таких показателей, как затраты в процентах от прибыли и расходы на НИОКР в процентах от чистой прибыли.

## 2. Amazon

Amazon является американской компанией, занимающейся электронной торговлей и облачными вычислениями. Она была создана в 1995 году в качестве книжного магазина, опирающегося на уникальный клиентский опыт, который Интернет способен предложить книголюбам. Название отражало видение Джеффа Безоса, стремившегося создать крупномасштабное явление, подобное реке Амазонке. Всего лишь восемь лет спустя Amazon вышла на уровень продаж в 5 млрд долл. США, тогда как Walmart для этого потребовалось 20 лет. К 2008 году Amazon стала глобальным брендом с более чем 76 млн активных клиентов из более чем 200 стран.

Amazon.com расширяет свой ассортимент, предлагая клиентам все больше видов продуктов. Она также предлагает платформы, позволяющие третьим сторонам продавать продукты со своих веб-сайтов. На сегодняшний день более 2 млн мелких предприятий выходят на новых клиентов, используя широкие возможности платформы электронной торговли Amazon.

Созданная в 2006 году платформа Amazon Web Services (AWS) начала предлагать ключевые инфраструктурные сервисы предприятиям в форме веб-сервисов, сегодня широко известные как облачные вычисления. Используя AWS, предприятия могут задействовать экспертные знания Amazon и достичь экономии за счет эффекта масштаба, получая доступ к ресурсам, когда этого требует их бизнес, что позволяет достичь конкретных результатов быстрее и при более низких затратах.

В 2007 году Amazon выпустила первый Kindle, революционное переносное устройство для чтения электронных книг, позволяющее по беспроводной связи загружать книги, журналы, газеты, журналы и блоги на электронный дисплей высокого разрешения, который выглядит и воспринимается как реальный бумажный документ.

### **Ориентация на клиента**

Amazon сделала высокий уровень обслуживания клиентов краеугольным камнем своей работы. Джефф Безос, генеральный директор компании, твердо верит в то, что то, что лучше всего для клиента, в конечном счете, окажется наилучшим и для бизнеса. Он заставил разработчиков сосредоточиться на обеспечиваемой клиентам ценности вместо того, чтобы сначала создавать технологию, а затем думать о том, как ее использовать.

«Мы хотим стать самой ориентированной на интересы клиентов компанией в мире».

«Мы одержимы не конкуренцией, а интересами клиента. Мы начинаем с потребностей клиентов и работаем в обратном порядке».

«Если мы сможем организовать вещи таким образом, чтобы наши интересы были тесно увязаны с потребностями наших клиентов, то в долгосрочной перспективе это будет реально хорошо как для наших клиентов, так и для Amazon».

«Клиентоориентированность делает компанию более устойчивой».

Обеспечение лояльности клиентов и повторные покупки стали ключом к успеху Amazon. Такая клиентоориентированность нашла свое воплощение в высоком уровне обслуживания, и в рейтинге Американского индекса удовлетворенности потребителей Amazon неизменно занимает высокие места.

### **Инновации**

Amazon исповедует культуру, поощряющую инновации. Она считает, что экспериментирование является залогом изобретательности и инноваций. Экспериментирование и готовность изобретать являются, таким образом, мощным элементом ее культуры.

«Если вы удвоите число проводимых за год экспериментов, то вы удвоите и вашу изобретательность».

Безос твердо верит в то, что инновации могут инициироваться только снизу. Он считает, что каждый должен иметь возможность экспериментировать, учиться и повторять свои начинания. Он ценит это в своих работниках. Он ищет людей, которым нравится изобретать, и постоянно ищет пути улучшения своих продуктов.

«Те, кто находится ближе всего к проблеме, лучше других могут решить ее».

«День, когда мы прекратим наши изыскания, станет днем, начиная с которого мы обречем себя жить в закостенелом мире, лишенном жажды знаний и мечты».

Amazon создала свою собственную внутреннюю платформу для экспериментирования под названием «Weblab», которую она использует для оценки усовершенствований для своего веб-сайта и продуктов.

Применение новых технологий обеспечивает Amazon преимущество над конкурентами.

«Всем нашим усилиям в области технологии, возможно, не будет уделяться столь важное значение, если мы обособим технологию, ограничив ее вопросы, скажем, отделом НИОКР, но такой подход для нас неприемлем. Технология пронизывает все наши группы, все наши процессы, все наши решения и наш подход к инновациям на каждом из наших предприятий. Она глубоко интегрирована во все, что мы делаем».

### ***Партнерские отношения***

По мере своего роста Amazon наладила партнерские отношения с рядом компаний в различных секторах. В качестве примеров можно привести Drugstore.com (фармацевтика), Living.com (мебель), Pets.com (товары для домашних животных), Wineshopper.com (бакалея) и Kozmo.com (доставка на дом в городах). В большинстве случаев Amazon приобрела долю в акционерном капитале этих партнеров, с тем чтобы участвовать в их прибылях. Она также взимает с них комиссию за размещение товаров на сайте Amazon в целях поощрения и стимулирования посещаемости их сайтов.

Amazon смогла укрепить свои позиции в различных секторах благодаря партнерским соглашениям и использованию технологии для облегчения продвижения и распространения продукции через эти партнерства. Платформа розничной торговли Amazon позволяет другим ритейлерам продавать свои продукты онлайн с использованием интерфейса пользователя и инфраструктуры Amazon в рамках ее программы Syndicated Stores (синдицированные магазины). Например, в Соединенном Королевстве, компания Waterstones является одной из крупнейших сетей традиционных книжных магазинов. Она сочла конкуренцию с онлайн-магазинами столь дорогостоящей, что в конечном итоге заключила соглашение о партнерстве, в соответствии с которым Amazon осуществляет маркетинг и реализацию ее книг онлайн на комиссионной основе. Такие партнерские отношения помогают Amazon выходить на клиентскую базу других поставщиков и побудить клиентов, которые осуществляют покупки в одной товарной категории, такой как книги, к покупкам в других категориях, таких как одежда и электроника.

Еще одной формой партнерства является платформа Amazon Marketplace, которая позволяет клиентам Amazon и другим ритейлерам продавать свои новые и подержанные книги и другие товары наряду с регулярным розничным ассортиментом. Примером аналогичного подхода к партнерству служит Amazon Merchants@program, которая позволяет сторонним торговцам продавать свои продукты через Amazon. Amazon получает доход в виде фиксированных сборов или в виде комиссии с продажи каждой единицы товара. Такой подход может быть выгоден для клиентов, которые имеют

более широкий выбор продуктов от различных поставщиков с удобным механизмом оформления покупки с помощью процедуры разовой проверки.

Amazon также поощряет формирование партнерств с более мелкими компаниями через свои аффилированные программы.

### ***Показатели***

Общей тенденцией в развитии Amazon является стремление использовать взвешенный подход ко всем аспектам бизнеса. Компания исповедует культуру показателей. Каждый сайт подвергается тщательному мониторингу на предмет доступности стандартной услуги, доступности сайта и скорости загрузки. Она также осуществляет мониторинг верхней/нижней границы объема продаж на сайте в минуту.

В Amazon «автоматизация заменяет интуицию», и для поиска ответов на вопросы неизменно проводятся опытные испытания в режиме реального времени, поскольку считается, что анализ поведения реального потребителя является наилучшим способом определения тактики.

Платформа Amazon использует около 500 показателей для отслеживания своей результативности, около 80% из которых связаны с целями обслуживания клиентов. Они включают в себя такие показатели, как процент повторных заказов клиентов и рост числа клиентов. Amazon также использует ASCI для сопоставления себя с другими компаниями.

## **3. BMW**

BMW является производителем автомобилей класса люкс и считается одной из самых престижных, стабильных и вызывающих восхищение компаний во всем мире. Оно продолжает оставаться одним из самых успешных игроков в отрасли по производству автомобилей класса люкс. Она считает, что все, что она делает, должно быть совершенным: обслуживание, качество продукции, отношения с клиентами и узнаваемость бренда. Цель BMW – быть ведущим поставщиком продуктов и услуг класса люкс в сфере индивидуальной мобильности.

Перспективное мышление, значительные инвестиции в научные исследования и опытно-конструкторские разработки, экологическая и социальная ответственность в производственно-сбытовой цепи, а также реальная оперативность и гибкость в реагировании на изменения рынка являются некоторыми из слагаемых успеха BMW.

### ***Узнаваемость бренда***

Бренд оказывает сильное воздействие на результативность BMW. Слагаемыми успешного бренда являются неизменно высокое качество, мастерство изготовления, узнаваемость, эксклюзивность, репутация, отличная комплектация, сроки и наследие. Залогом успеха BMW служат последовательность и аутентичность ее маркетинговых стратегий и политики. Благодаря такому мощному бренду компании удалось достичь одного из самых высоких показателей рентабельности в отрасли.

### ***Дизайн и качество***

Дизайн и качество являются важными слагаемыми успеха BMW. BMW обеспечивает более высокое качество технического проектирования, чем в среднем в автомобильной промышленности. Хотя большинство операций по сборке автомобилей были переданы роботам или работникам из стран с низким уровнем оплаты труда, BMW сохраняет квалифицированную рабочую силу и имеет в своем штате в два раза больше работников, чем любая другая компания автомобильной отрасли. Она ставит свой продукт превыше всего и глубоко привержена этому принципу.

Традиция качества пронизывает все рабочие процессы компании. Комплексная система многоуровневого управления обеспечивает качество всех рабочих процессов, а также компонентов и материалов и, в конечном итоге, ее продукции. Прежде всего, BMW ориентирует свою систему управления качеством на удовлетворение потребностей своих клиентов.

«Клиентоориентированное мышление и поведение являются частью корпоративной философии и мотивирующим столпом нашей задачи по достижению наилучших результатов во всех сферах производства. Отношение наших работников к качеству с самого начала и на протяжении всего процесса производства предотвращает появление брака и обеспечивает непрерывное совершенствование».

### **Иновации**

Иновации являются неотъемлемой частью разработки продуктов BMW. Она тратит около 25% своей прибыли на научные исследования и разработки. Иновации позволяют компании идти впереди своих конкурентов.

Слагаемым неизменного успеха BMW является ее стратегический акцент на развитие ориентированных на клиента иноваций вкупе с подходом к управлению иновациями, который является уникальным в автомобильной промышленности. Одним из ключевых факторов является постоянный акцент на культуру иноваций, а именно – сделать профессиональные иновационные процессы стратегической и культурной составляющей во всех областях деятельности компании.

Такой акцент на культуру является руководящим принципом BMW. Он обеспечивает сфокусированность всех департаментов организации на иновациях, включая продажи и маркетинг, людские ресурсы и разработку продуктов.

Все, работающие в компании, начиная с уровня заводских цехов и заканчивая проектно-конструкторскими бюро и отделом сбыта, поощряются к высказыванию своего мнения.

«Культивируется свободное брожение идей, когда ты ничем не рискуешь, предлагая новое, независимо от того, насколько нелепым оно может показаться».

Структура управления BMW является сбалансированной, гибкой и способной реализовывать идеи. Это помогает иновациям, которые должны осуществляться оперативно для совершенствования внутренних процессов и для рынка.

Компания использует межфункциональные группы, которые являются более эффективными в решении проблем. Эта возможность горизонтального общения без перегородок и барьеров способствует ускорению иноваций.

Данная немецкая автомобилестроительная компания всегда умела ответить на прорывные достижения своих конкурентов еще более высоким уровнем технологии и иноваций, характерным для ее продукции.

### **Ориентация на клиента**

BMW использует профилирование для понимания своих клиентов. Эта методика выходит за рамки чисто демографической статистики и тщательно отслеживает личностные особенности, образ жизни и вкусы клиентов. Эта информация используется во всех областях деятельности, начиная с проектирования и разработки автомобилей через назначение премиальных цен на все составляющие формулы маркетинга. BMW весьма четко определила свой целевой сегмент рынка. Она нацелена только на автомобили премиум-класса и не стремится конкурировать со всеми сегментами автопрома. Она избегает рынков с большим объемом продаж, каковым является рынок автотранспортных средств среднего диапазона, и нацелена исключительно на сектор премиум-

класса. BMW служит примером изучения потребительского спроса высшего класса, соответствующего сегментам, на которые ориентированы самые стильные и успешные марки автомобилей.

«Это означает наличие четкого понимания поведения потребителя и признания тенденций».

«Компания должна знать, чего желает публика, и проявлять живой интерес к общению со своими клиентами и ценить их мнение. Вот почему BMW находится сегодня там, где она находится, а именно – намного впереди других».

BMW понимает важность того, чтобы покупка одного из ее автомобилей стала для клиента незабываемым опытом. Продавец-консультант тратит столько времени, сколько потребуется покупателю для того, чтобы понять, как управлять его новым автомобилем. Все завязано на клиенте и автомобиле, и на том, чтобы клиент чувствовал к себе особое отношение. Сотрудники BMW восторженно относятся к бренду своей компании и исповедуемым ею ценностям.

### ***Партнерские отношения***

BMW использует партнерские отношения для того, чтобы успешно конкурировать на рынке. Например, в партнерстве с Университетом Клемсона она создала стоивший несколько миллионов долларов Международный центр автомобильных исследований в Южной Каролине, Соединенные Штаты.

«Что действительно необходимо, так это питомник специализированных кадров – курсы на уровне магистратуры по автомобилестроению с акцентом на интеграцию «умных» систем, возникающих в промышленности».

Расположенный в Университете Клемсона кампус Международного центра автомобильных исследований центра – Исследовательский центр в области информационных технологий (ИЦИТ) – является составным компонентом сети научных исследований и опытно-конструкторских разработок BMW. Он служит важной платформой в рамках группы BMW для реализации совместных инновационных проектов с ведущими ИТ-компаниями в Соединенных Штатах. В ИЦИТ инженеры и студенты-механики, электрики и компьютерщики – из BMW, отрасли ИТ и университета – работают сообща в рамках открытой инновационной модели над реализацией концептуальных и пилотных проектов, в рамках которых инновации в области ИТ способствуют поиску решений в автомобилестроении.

BMW изучает возможности налаживания более глубоких партнерских отношений с компаниями-разработчиками программного обеспечения, такими как Apple. Она признает, что будущие поколения автомобилей не могут быть созданы без более активного участия телекоммуникационных компаний и компаний-разработчиков программного обеспечения, и знает, что компания Apple занимается исследованиями в области создания беспилотного электромобиля. Обе компании должны извлечь выгоду из данного сотрудничества или оно будет недолговечным.

### ***Показатели***

BMW использует показатели удовлетворенности клиентов для мониторинга результативности.

Компания регулярно проводит оценки степени удовлетворенности клиентов после продажи и обслуживания. Она также заказывает маркетинговые исследования для оценки степени удовлетворенности клиентов.

BMW также стремится к признанию своей ценности, используя внешние оценки и участвуя в конкурсах. Компания прошла оценку и получила премию «за высокие достижения» ЕФУК в 2013 году. Этот конкурс организуется раз в год, и его премии присуждаются лучшим европейским

организациям, как частным, так и государственным и некоммерческим. Премия присуждается лидерам отрасли, пользующимся неоспоримым успехом в воплощении стратегии в действия и постоянном повышении эффективности своей деятельности.

#### **4. Google**

Google является многонациональной, котирующейся на бирже организацией, построенной вокруг пользующейся огромной популярностью поисковой системы компании. Поисковик Google – это наиболее часто используемая поисковая система во всем мире, ежедневно обрабатывающая более 3 млрд запросов. Она была первоначально разработана Ларри Пейджем и Сергеем Брином в 1997 году. Она весьма проста в использовании и обеспечивает наилучшие результаты поиска среди всех поисковых систем.

Google является сегодня одним из наиболее дорогих брендов в мире. Успех Google напрямую связан с ее усилиями по выполнению своих заявлений о миссии и концепции компании.

Ее концепция состоит в том, чтобы «обеспечить доступ ко всей имеющейся в мире информации одним нажатием кнопки мыши».

Ее миссия состоит в том, чтобы «упорядочить всю имеющуюся в мире информацию и сделать ее доступной и полезной каждому».

С самого начала своей деятельности компания сосредоточилась на разработке собственных алгоритмов для максимального повышения эффективности. Она продолжает уделять основное внимание тому, чтобы люди могли получить доступ к требуемой им информации.

##### ***Узнаваемость бренда***

Бренд «Google» является весьма простым, и это привело к тому, что очень большое число пользователей часто взаимодействуют с этим брендом. Как и Apple, Google достигла успеха благодаря ежедневному броскому и широчайшему освещению ее деятельности в прессе. Google продолжает появляться в новостях, предлагая большое количество продуктов, ориентированных на потребителя, которые постоянно обновляются. Google продвигает логотипы своего бренда на своих собственных веб-сайтах, на мобильных устройствах, на телевидении и в фильмах. Агрессивный глобальный подход и привлекательность для влиятельных групп также сыграли важную роль в успехе бренда.

##### ***Клиентский опыт***

Решения по продуктам Google принимаются в первую очередь в интересах повышения удобства для пользователей, а во вторую – в интересах увеличения прибыли. Компания твердо убеждена в том, что, чем удобнее будет продукт для пользователей, тем легче придут деньги.

«Беспокоиться о деньгах будем позже, сначала нужно сосредоточиться на пользователе, а все остальное придет само».

«Обеспечьте незабываемые впечатления от использования, и выручка сама позаботится о себе».

«С самого начала своей деятельности мы сосредоточились на наивысшем удовлетворении потребностей пользователей. Разрабатываем ли мы новый интернет-браузер или вносим изменения в оформление домашней страницы, мы всегда уделяем большое внимание тому, чтобы они в конечном итоге подходили именно вам, а не соответствовали нашей внутренней цели или ориентиру. Интерфейс нашей домашней страницы ясен и прост, страницы загружаются мгновенно».

Огромную часть успеха Google можно отнести на счет импульса, созданного Мариссой Майер, касающегося учета пользовательского опыта Google, который можно резюмировать одним словом – простота. Простая домашняя страница, функция интуитивного поиска и удобный для восприятия формат страницы поиска сделали Google первым приходящим на ум адресом для быстрого и надежного нахождения информации.

В компании Google разработчиков программного обеспечения учат, что наилучшие продукты «включают в себя только те функции, которые нужны людям для решения своих задач».

«Множество конструктивных особенностей в каждом продукте Google были усовершенствованы на основе журналов пользователей».

«Надейтесь на то, что любой продукт на выходе будет в определенной степени содействовать улучшению пользовательского опыта, лежащего в основе его поискового алгоритма. Независимо от того, идет ли речь о налаживании более тесных связей с помощью информации, собранной в Google Plus, товарных квитанциях, попавших на Gmail, или даже часах просмотра видео на YouTube, все это приводит к улучшению графики, позволяющей ищущим информацию пользователям получить наиболее важные для них результаты».

### **Дизайн**

В 2011 году Google сделала дизайн своим приоритетом. Для обеспечения того, чтобы они могли конкурировать по престижности с Apple, продукты Google должны были обладать хорошим дизайном.

«Низкий уровень дизайна, незнакомые аспекты взаимодействия будут вызывать неуверенность, тревогу и даже страх».

Сегодня Google производит лучшее по дизайну программное обеспечение по сравнению с любой другой информационно-технологической компанией. Представленный в прошлом году продукт Material Design, разработанный Google эволюционирующий стиль дизайна программного обеспечения и приложений для мобильных телефонов, планшетов и настольных компьютеров, обеспечивает плавность во взаимодействии, невидимые правила, которые управляют всем, чтобы каждое приложение не выглядело чужеродным, и красоту в обслуживании и функционировании.

«Наша цель состоит в том, чтобы по своему дизайну все было красиво просто».

«Ларри поднял планку для всего, что мы делаем в дизайне. [...] Все теперь имеет дизайн в качестве основного элемента».

«Каждый продукт должен иметь интуитивно понятный, простой и красивый дизайн, радующий пользователей при каждом посещении».

### **Инновации**

Google использует инновационные стратегии для сохранения своего лидерства в отрасли. Ежегодно она инвестирует сотни миллионов долларов в технологические и научно-исследовательские проекты. Она инвестирует больше, чем ее конкуренты, и поэтому предоставляет людям больше продуктов, чем любая другая технологическая компания. Примерами ее продуктов являются Gmail, Google maps, Chromebook, Glass и Nexus.

Сотрудники Google тратят 20% своего рабочего времени на реализацию увлекательных для них проектов, даже если они выходят за рамки основной работы или основной миссии компании. Многие из них имеют своим результатом продукты или улучшение продуктов.

В основе инноваций Google лежат следующие восемь принципов:

- сформулируйте для себя значимую миссию: Google сформулировала простую миссию, которой она руководствуется при принятии всех своих решений. Она заботится о том, чтобы все ее сотрудники чувствовали себя связанными с ней и имели возможность помочь в ее выполнении;
- мыслить масштабно, но начинать с малого – «Неважно, насколько амбициозен твой план, – засучи рукава и начни с чего-то». «Концепция «десятикратного мышления» лежит в основе наших инноваций в Google: настоящие инновации начинаются тогда, когда вы пытаетесь улучшить что-то в 10 раз, а не на 10%»;
- стремитесь к постоянным инновациям, а не к мгновенному усовершенствованию – «В начале истории Google мы выпустили несколько наших продуктов в виде «бета-версий», а потом делали быстрые итерации, когда пользователи говорили нам, чего они хотят в них больше (или меньше). Сегодня мы продолжаем внимательно прислушиваться к отзывам пользователей после выпуска каждого нового продукта и пересматриваем продукты в соответствии с услышанным. Преимущество такого подхода заключается в том, что вы получаете отзывы пользователей из реального мира и никогда не уходите слишком далеко от того, чего хочет рынок». «Первая версия AdWords, выпущенная в 1999 году, была не очень удачной – почти никто не нажимал на рекламу. Мало кто помнит это, потому что мы продолжали итерацию и в конце концов достигли той модели, которая у нас есть сегодня. И мы продолжаем ее совершенствовать; ежегодно мы проводим десятки тысяч экспериментов по поиску и качеству рекламы, а за последний год мы запустили более десятка новых форматов. Некоторые продукты мы обновляем ежедневно»;
- ищите идеи повсюду: «В Google мы считаем, что сотрудничество является залогом инноваций и что лучше всего это происходит, когда вы открыто делитесь информацией». «Как лидер нашей группы рекламной продукции, я хочу слышать идеи от всех, включая наших партнеров, рекламодателей и всех членов моей команды»;
- делитесь всем – «Делясь всем, вы поощряете обсуждение, обмен и переосмысление идей, что может привести к неожиданным и инновационным результатам»;
- искрите воображением, пользуясь данными – «Мы стараемся поощрять полет фантазии, выделяя на него 20% времени – полный день в неделю, в течение которого инженеры могут работать над чем угодно. Оглядываясь на наш календарь выпуска новых продуктов в течение последних шести месяцев, мы обнаружили, что многие продукты зародились в эти 20% времени сотрудников». «Данные [...] могут либо подкрепить ваши догадки, либо доказать, что они абсолютно неверны». «В Google данные – это большая часть любого решения, которое мы принимаем. Мы тестируем и измеряем почти все, что мы делаем, чтобы обеспечить непрерывный поток данных для принятия обоснованных решений»;
- будьте платформой – «Существует так много вдохновляющих инноваций, движущей силой которых являются люди со всего мира. Вот почему мы так твердо верим в силу открытых технологий. Они позволяют любому человеку, где бы он ни находился, применять свои уникальные навыки, взгляды и устремления в целях создания новых продуктов и функций на основе наших платформ»;
- не бойтесь неудач – «Люди помнят ваши успехи, а не промахи. В неудачах нет ничего страшного, если ты учишься на своих ошибках и быстро исправляешь их. Поверьте мне, мы не раз терпели неудачи. Зная, что в неудачах нет ничего страшного, ты можешь спокойно

рисковать. И информационно-технологическая индустрия настолько динамична, что в тот момент, когда ты перестаешь рисковать, ты начинаешь отставать».

### **Показатели**

Google использует Американский индекс удовлетворенности клиентов (ACSI) для сравнения своих показателей с показателями других компаний.

## **5. Метеорологические службы**

Метеорологические службы предоставляют гражданам информацию, необходимую для принятия обоснованных решений по защите их здоровья и безопасности перед лицом меняющихся погодных и экологических условий. Точные и своевременные прогнозы и предупреждения также имеют решающее значение для оптимального функционирования экономики, многие отрасли которой, включая сельское хозяйство, энергетику, транспорт и лесное хозяйство, напрямую зависят от погодных условий.

Оптимизация использования метеорологической и климатологической информации требует активного партнерства между производителем и потребителем услуг метеорологических служб. Совершенно очевидно, что простого представления наилучшего прогноза погоды или климатического прогноза недостаточно. Метеорологическая информация приобретает ценность благодаря своему влиянию на решения пользователей этой информации. Она используется для уменьшения неопределенности и улучшения экономических и других решений.

«Информация о погоде имеет ценность только в той мере, в какой она влияет на поведение человека».

«Прогноз погоды имеет ценность только в том случае, если он может быть использован для принятия решений, приносящих привлекательные выгоды пользователям».

Метеорологические службы приносят пользу, позволяя принимать более обоснованные решения, которые снижают риски и расширяют возможности. Они добиваются этого путем:

- **адаптации своих продуктов и услуг к потребностям клиентов** – потребность в различных типах и уровнях детализации метеорологической информации диктуется тем, как эта информация будет применяться. Метеорологические службы все более активно стремятся к налаживанию более тесных партнерских отношений с клиентами, использующими их продукты и услуги, с тем чтобы они могли лучше понять масштаб этих потребностей и сформулировать их и адаптировать продукты и услуги с учетом этих потребностей. Движущей силой этой концепции услуг является обеспечение того, чтобы люди и учреждения имели возможность действовать на основе предоставленной информации и принимать «умные» решения, а также повышать устойчивость общин. Большинство метеорологических служб не располагают широкими возможностями для удовлетворения всех потребностей своих клиентов, и поэтому они должны проводить выборочную оценку того, где они смогут обеспечить наибольшую отдачу;
- **обеспечения доступности информации** – хорошая коммуникация и распространение метеорологической и климатической информации являются неотъемлемым элементом максимального повышения общей полезности – или ценности – метеорологической информации для общества. Метеорологическая информация приносит обществу максимальную пользу только в том случае, если наибольшее число людей получает ее и руководствуется ею при принятии решений;

- **повышения осведомленности о ценности метеорологической информации** – содействие лучшему пониманию важной роли метеорологических служб в сокращении числа жертв и экономического ущерба, а также преимуществ более эффективного использования услуг метеорологических служб. Это позволяет повышать осведомленность о возможностях, которые предоставляет метеорологическая и связанная с ней информация. Все большее число метеорологических служб пытаются содействовать лучшему пониманию ценности метеорологической и климатической информации для общества и экономики путем расчета денежной оценки ценности этой информации. Например, было подсчитано, что на изменчивость погодных условий в США приходится до 3,4% ВВП. Большинство исследований, как правило, сосредоточены на конкретном секторе, таком как сельское хозяйство или транспорт;
- **проведения исследований и разработок в целях** лучшего понимания метеорологических и климатических циклов и их воздействия, а также для создания новых или усовершенствованных продуктов и услуг;
- **налаживания партнерств** – все чаще метеорологические службы налаживают партнерские отношения с академическими учреждениями и компаниями, занимающимися разработкой программного обеспечения, в целях повышения своей эффективности и результативности. Например, в Соединенном Королевстве Метеорологическая служба создала академическое партнерство с целью объединения своих усилий с усилиями ведущих университетов Соединенного Королевства в области метеорологических исследований (Университеты Эксетера, Оксфорда, Лидса и Ридинга) для решения ключевых задач в области прогнозирования погоды. Цель этого сотрудничества заключается в объединении экспертных ресурсов мирового уровня в рамках целенаправленной программы исследований для решения ключевых задач в области прогнозирования погоды и климата и обеспечении максимальной отдачи от инвестиций Соединенного Королевства в научные исследования и разработки в ее ведущих научно-исследовательских учреждениях.

В Соединенном Королевстве Метеорологическая служба также работает в партнерстве с нефтяной и газовой промышленностью в целях совершенствования прогнозирования погоды. Данные о погоде, получаемые с более чем 104 нефтегазовых платформ и мобильных установок в Северном море в режиме реального времени, позволяют синоптикам более точно прогнозировать и анализировать погодные условия и давать индивидуальные рекомендации по прогнозированию. «Helimet – это интернет-сеть метеорологических данных, изначально созданная для обмена данными между установками и эксплуатирующими вертолеты компаниями Соединенного Королевства. Это сотрудничество является прекрасным примером того, как передовые технологии данных, движущей силой которых является нефтегазовая промышленность, могут иметь большую ценность для других областей. Helimet использует сеть автоматизированных метеорологических станций, расположенных на морских нефте- и газодобывающих платформах и мобильных установках. Они предоставляют подробные сводки об облачности, видимости и в некоторых случаях о погоде, а также информацию о волновом режиме. Эти данные поступают в сеть, что позволяет более точно определять погоду в Северном море, районе, подверженном неблагоприятным погодным условиям. Helimet вносит значительный вклад в обеспечение Метеорологической службе возможности осуществлять точный мониторинг и давать метеосводки. Точная сводка имеет решающее значение для безопасной и эффективной работы не только нефтегазовой отрасли, но и морской возобновляемой энергетики, судоходства и авиации».

В Новой Зеландии Метеорологическая служба инвестировала средства в MetOcean, ведущую новозеландскую компанию океанографических услуг, помогающую клиентам морской и шельфовой индустрии улучшить процесс принятия решений и повысить эффективность работы. В Новой Зеландии тесные коммерческие партнерские связи сыграли важную роль в предоставлении населению новых метеорологических услуг. Например, приложение Metservice Marineapp было разработано в партнерстве с Управлением безопасности на море Новой Зеландии, а приложение Metservice Snow, которое содержит важную информацию о состоянии дорог и лыжных трасс, было разработано совместно с министерством охраны природы.

### **Показатели**

Метеорологические службы все чаще стремятся количественно оценить ценность метеорологической информации в денежном выражении. Для измерения ценности прогнозов они используют следующие основные методы:

- моделирование решений с использованием и без использования прогнозов, а также ожидаемых последствий этих решений (например, для сельского хозяйства, электроэнергетики, рыболовства и т.д.);
- использование обследований для получения оценок ценности;
- использование данных о фактических событиях, т.е. наблюдаемых погодных явлениях с прогнозами или предупреждениями и без них (например, использование данных наблюдений для оценки ценности предупреждений об ураганах и периодах сильной жары).

## **6. Фармацевтическая промышленность Соединенного Королевства**

Фармацевтическая промышленность Соединенного Королевства разрабатывает, производит и продает лекарства и фармацевтические препараты для использования в медицине. Ее деятельность регулируется разнообразными законами и регламентами, которые касаются патентования, тестирования, безопасности, эффективности и сбыта наркотических средств.

Фармацевтические компании создают ценность путем:

- **проведения исследований и разработок** – это позволяет разрабатывать новые и новаторские лекарственные средства для лечения широкого спектра заболеваний и расстройств, которые вносят существенный вклад в обеспечение здоровья и благополучия населения. Лекарственные средства, разработанные фармацевтической промышленностью, помогли изменить ситуацию в области здравоохранения посредством профилактики или лечения ранее опасных для жизни заболеваний, таких как ВИЧ и СПИД;
- **оказания содействия повышению эффективности и экономии средств** – многие хронические заболевания ложатся тяжелым экономическим бременем на общество в виде отсутствия сотрудников на рабочем месте и снижения производительности в результате болезни; расходов, связанных с длительным лечением, лечением в стационаре и хирургическим лечением и обусловленных запоздалым лечением и поздним обнаружением заболеваний; значительных расходов для национальной системы здравоохранения, связанных с инвалидностью; и социальных издержек, связанных с заболеваемостью. Надлежащее использование лекарственных средств может принести пользу пациенту и, как следствие, сократить расходы;
- **внесения жизненно важного вклада в экономику** – по большинству показателей фармацевтический сектор является наиболее успешной наукоемкой отраслью Соединенного Королевства. Например, валовая добавленная стоимость (ВДС) на одного работника в

отрасли значительно выше, чем в других высоко- и среднетехнологичных секторах, таких как химическая промышленность, автомобилестроение и компьютерная отрасль. В течение последнего десятилетия данная отрасль неизменно обеспечивала Соединенному Королевству большое положительное сальдо торгового баланса, и ее вклад в торговый баланс был третьим по величине из девяти основных промышленных секторов;

- **выполнения роли источника высококвалифицированных рабочих мест** – данная отрасль обеспечивает работой около 73 000 человек непосредственно в Соединенном Королевстве, почти треть из которых заняты в сфере высококвалифицированных исследований и разработок. Кроме того, эта отрасль создает тысячи рабочих мест в смежных отраслях, таких как биотехнология, медицинские технологии и диагностика.

### **Показатели**

Фармацевтическая промышленность Соединенного Королевства использует валовую добавленную стоимость (ВДС) для измерения своего вклада в национальный доход страны. Для измерения ВДС рассчитывается стоимость продукции, произведенной в отрасли, из которой вычитается стоимость товаров и услуг, использованных в производстве.

Фармацевтическая промышленность Соединенного Королевства также отслеживает отдачу от инвестиций в фармацевтические инновации на регулярной основе. Используются два ключевых показателя: статическая внутренняя норма доходности (ВНД), которая позволяет получать «моментальный снимок» доходности за год, и динамическая доходность, которая обеспечивает оценку основных движущих факторов изменения ВНД во времени на межгодовой основе.

К числу других показателей, которые используются для оценки ценности отрасли, относятся следующие:

- продажи рецептурных лекарственных средств;
- индексы цен производителей и розничных цен на фармацевтические продукты;
- вклад фармацевтической промышленности в торговый баланс;
- число занятых в фармацевтической промышленности;
- вклад фармацевтической промышленности в улучшение состояния здоровья населения.

## **7. Whittaker's**

JH Whittaker and Sons (Whittaker's) является новозеландской кондитерской компанией, специализирующейся на шоколаде. Компания контролирует весь производственный процесс, называя себя производителем «от боба какао до плитки шоколада». С 1896 года компания является семейным предприятием, единственным акционером которого по-прежнему являются члены семьи третьего поколения.

Whittaker's создала мощную культуру вокруг своего бренда. В 2011 году по результатам опроса читателей журнала «Readers Digest» она была названа третьим по степени доверия брендом Новой Зеландии. В 2012 году она поднялась на первое место и сохраняла его в течение следующих четырех лет подряд.

Ключевые аспекты обеспечения Whittaker's своей ценности включают в себя:

- **Узнаваемость бренда** – бренд обеспечивает высокое качество по доступной цене. Компания завоевала признание как надежная и заслуживающая доверия, а также за постоянное обеспечение положительного клиентского опыта с точки зрения качества, разнообразия

ассортимента, цены и доступности продукции. Whittaker's использует одного и того же дизайнера этикеток с 1984 года.

- **Качество** – компания стремится использовать только высококачественные ингредиенты, произведенные с соблюдением этических норм. Компания стремится к обеспечению качества, осуществляя весь производственный процесс по изготовлению своей продукции и инвестируя в оборудование хорошего качества. «Это основная ценность компании, по которой мы никогда не пойдем на компромисс».
- **Инновации** – Whittaker's постоянно стремится удивлять и радовать клиентов, производя новые ароматы и продукты. Например, недавно она представила новый ремесленный ассортимент шоколада с ингредиентами, полученными от новозеландских кустарных производителей.
- **Сотрудничество с другими компаниями** – компания демонстрирует стремление двигаться вперед в коллаборации с продуктами других компаний в тех случаях, когда существует связь с шоколадом. Так, например, было выпущено под совместным брендом мороженое «Lewis Road Creamery Chocolate Milk Drink», которое имело огромный успех среди потребителей. Компания также установила партнерские отношения с коммерчески успешными брендами, такими как L&P и Jelly Tip. «Данное сотрудничество двух востребованных специализированных брендов, имеющих преданную клиентуру, понравилось поклонникам каждого бренда, и к тому же оно апеллировало к новозеландскому патриотизму».
- **Коммуникации/маркетинг** – Whittaker's разумно использует каналы связи, особенно социальные сети, и вкладывает значительные средства в платные СМИ, такие как телевидение.

### **Показатели**

Whittaker's входит в список пользующихся наибольшим доверием брендов по результатам опроса читателей журнала «Readers Digest» в течение последних четырех лет подряд. Компания увеличивала свою долю рынка каждый год, когда она признавалась пользующимся наибольшим доверием брендом.

## **Приложение 5 Исследования, в которых используются статистические данные для достижения результатов в области развития**

### **1. Образование**

#### **ВОЗДЕЙСТВИЕ ИНФОРМАЦИИ ОБ ОТДАЧЕ ОТ ОБРАЗОВАНИЯ НА СПРОС НА ШКОЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ В ДОМИНИКАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](#)

МЕСТО: Доминиканская Республика

ВЫБОРКА: 2 250 мальчиков–учеников восьмого класса.

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2001–2005 годы

ТЕМЫ: образование; рынки труда

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: участие учащихся

ЦИТИРОВАНИЕ В ДОКУМЕНТАХ: Jensen, Robert. 2010. «Impact of Information on the Returns to Education on the Demand for Schooling in the Dominican Republic». *Quarterly Journal of Economics* 125 (2010): 515–548.

#### **ИЗУЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ФИНАНСОВОЙ ПОМОЩИ ВЫСШЕМУ ОБРАЗОВАНИЮ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ШКОЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ В ЧИЛИ**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](#)

МЕСТО: Сантьяго, столичный регион, Чили

ВЫБОРКА: 6 233 мальчиков–учеников восьмого класса в 226 школах с низким уровнем дохода

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2009 год

ТЕМЫ: образование

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: среднее образование; учебные достижения учащихся; участие учащихся

ЦИТИРОВАНИЕ В ДОКУМЕНТАХ: Dinkelman, Taryn, and Claudia Martinez. «Investing in Schooling in Chile: The Role of Information About Financial Aid for Higher Education». *The Review of Economics and Statistics*, Forthcoming.

#### **РОЛЬ ИНФОРМАЦИИ В ВЫБОРЕ ШКОЛЫ: ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ С УЧАСТИЕМ СЕМЕЙ С НИЗКИМ УРОВНЕМ ДОХОДА В ЧИЛИ**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](#)

МЕСТО: Чили

ТЕМЫ: образование

### **2. Здравоохранение**

#### **МОНИТОРИНГ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ПЕРВИЧНОЙ МЕДИКО-САНИТАРНОЙ ПОМОЩИ НА УРОВНЕ ОБЩИН**

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: качество общественного здравоохранения

МЕРОПРИЯТИЯ: в ходе двух раундов деревенских сходов местные неправительственные организации призывали общины более активно влиять на качество оказываемых им медицинских услуг и укреплять свой потенциал по обеспечению подотчетности их местных медицинских учреждений за результаты их работы.

РЕЗУЛЬТАТЫ: год спустя после указанных мероприятий обслуживаемые общины более активно участвуют в мониторинге учреждений, и медицинские работники, как представляется, прилагают больше усилий по обслуживанию общин. Исследование документально подтверждает значительное

расширение использования медико-санитарных услуг и улучшение результатов в области здравоохранения – снижение детской смертности и увеличение веса детей, – что сопоставимо с некоторыми из более успешных пилотных мероприятий на уровне общин, о которых сообщается в медицинской литературе.

ЦИТИРОВАНИЕ В ДОКУМЕНТАХ: Björkman, M. and J. Svensson (2007). Power to the People: Evidence from a Randomized Field Experiment on Community-Based Monitoring in Uganda. *Quarterly Journal of Economics*, 124(2): 735–769.

#### **ПРОФИЛАКТИКА ВИЧ/СПИДА С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИИ ОБ ОТНОСИТЕЛЬНОМ РИСКЕ ДЛЯ ДЕВОЧЕК-ПОДРОСТКОВ В КЕНИИ**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](#)

МЕСТО: Западная Кения

ВЫБОРКА: 328 начальных школ в Западной провинции Кении

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2003–2005 годы

ТЕМЫ: образование; здравоохранение

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: гендерная проблематика; ВИЧ/СПИД

ЦИТИРОВАНИЕ В ДОКУМЕНТАХ: Dupas, Pascaline. 2011. «Do Teenagers Respond to HIV Risk Information? Evidence from a Field Experiment in Kenya». *American Economic Journal: Applied Economics* 3(1): 1–34.

#### **РОЛЬ ИНФОРМАЦИИ И СОЦИАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ В ОТНОШЕНИИ СОПРЯЖЕННОГО С РИСКОМ СЕКСУАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В КАМЕРУНЕ**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](#)

МЕСТО: Камерун

ВЫБОРКА: 4 200 13-летних девочек

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2009–2012 годы

ТЕМЫ: здравоохранение

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: ВИЧ/СПИД

#### **КОМПЛЕКСНАЯ МЕДИЦИНСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ И ЭПИДНАДЗОР В ЦЕНТРАХ ПЕРВИЧНОЙ МЕДИКО-САНИТАРНОЙ ПОМОЩИ В ИНДИИ**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](#)

МЕСТО: Карнатака, Индия

ВЫБОРКА: 350 центров первичной медико-санитарной помощи в пяти районах

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2010–2011 годы

ТЕМЫ: здравоохранение; политическая экономия и управление

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: посещаемость медучреждений

ЦИТИРОВАНИЕ В ДОКУМЕНТАХ: Dhaliwal, Iqbal, and Rema Hanna. “Deal with the Devil: The Successes and Limitations of Bureaucratic Reform in India.” NBER Working Paper No. 20482, September 2014.

### **3. Адресность**

#### **ЭФФЕКТИВНАЯ АДРЕСНОСТЬ ПРОГРАММ ПО БОРЬБЕ С БЕДНОСТЬЮ В ИНДОНЕЗИИ**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](#)

МЕСТО: провинции Северная Суматра, Южный Сулавеси, и Центральная Ява, Индонезия

ВЫБОРКА: 5 756 домашних хозяйств в 640 деревнях

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2008–2009 годы

ТЕМЫ: политическая экономия и управление

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: адресные программы денежных трансфертов становятся все более широко используемым инструментом борьбы с бедностью, однако выявление малообеспеченных может быть сопряжено с трудностями, поскольку правительства зачастую не располагают достоверной информацией о доходах. Денежные трансферты, участие общин, транспарентность и подотчетность, программы в интересах живущих в крайней нищете

МЕРОПРИЯТИЯ: проведение РКИ для оценки адресной ориентированности на бедные домашние хозяйства с использованием i) косвенного метода оценки нуждаемости (КОН) на основе данных переписи населения, ii) общинного метода и iii) гибридного метода.

РЕЗУЛЬТАТЫ: метод КОН ошибочно классифицировал 30% домохозяйств, в то время как общинный и гибридный методы ошибочно классифицировали около 33% домохозяйств.

ЦИТИРОВАНИЕ В ДОКУМЕНТАХ: Alatas, Vivi, Abhijit Banerjee, Rema Hanna, Benjamin A. Olken, and Julia Tobias. 2012. «Targeting the Poor: Evidence from a Field Experiment in Indonesia». **American Economic Review** 102(4): 1206–1240.

### **УЛУЧШЕНИЕ АДРЕСНОСТИ ПРОГРАММЫ ОБУСЛОВЛЕННЫХ ДЕНЕЖНЫХ ТРАНСФЕРТОВ В ИНДОНЕЗИИ**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](http://JPAL)

МЕСТО: провинции Северная Суматра, Южный Сулавеси, и Центральная Ява, Индонезия

ВЫБОРКА: 400 деревень

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2010–2012 годы

ТЕМЫ: политическая экономия и управление

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: денежные трансферты

ЦИТИРОВАНИЕ В ДОКУМЕНТАХ: Alatas, Vivi, Abhijit Banerjee, Rema Hanna, Benjamin Olken, Ririn Purnamasari, and Matthew Wai-Poi. 2014. «Self-Targeting: Evidence from a Field Experiment in Indonesia». *Journal of Political Economy*, forthcoming.

### **ЮЖНОАФРИКАНСКАЯ СИСТЕМА ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПО СТАРОСТИ**

МЕРОПРИЯТИЯ: Южноафриканская система пенсионного обеспечения по старости является системой безусловных денежных трансфертов на основе оценки нуждаемости для женщин старше 60 и мужчин в возрасте старше 65 лет.

РЕЗУЛЬТАТЫ: В работе Edmonds (2006) сделан вывод о том, что эти пенсионные трансферты связаны с сокращением количества отработанных часов в день ребенком, проживающим с пожилым родителем. Был отмечен дополнительный рост охвата школьным обучением этих детей. В работе Duflo (2003) сделан вывод о том, что женщины, получающие пенсию в Южной Африке, значительно улучшают состояние здоровья и питание своих внуков. По оценкам Дуфло, пенсии, получаемые женщинами, помогают их внукам сократить отставание в росте от американских детей тех же возрастов.

ЦИТИРОВАНИЕ В ДОКУМЕНТАХ: Duflo, E. (2003). Grandmothers and Granddaughters: Old-Age Pensions and Intrahousehold Allocation in South Africa. **World Bank Economic Review**, 17(1): 1–25. Edmonds, E.V. (2006). Child labor and schooling responses to anticipated income in South Africa. **Journal of Development Economics**, 81(2): 386–414.

#### 4. Управление

##### **КАМПАНИЯ ПО РАСПРОСТРАНЕНИЮ ИНФОРМАЦИИ И ПОВЕДЕНИЕ ИЗБИРАТЕЛЕЙ НА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ВЫБОРАХ 2009 ГОДА В МЕКСИКЕ**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](#)

МЕСТО: Халиско, Морелос и Табаско, Мексика

ВЫБОРКА: 2 360 избирательных участков

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2009 год

ТЕМЫ: политическая экономия и управление

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: коррупция; прозрачность и подотчетность

##### **КАМПАНИИ ПО ИНФОРМИРОВАНИЮ ИЗБИРАТЕЛЕЙ И ВЫБОРЫ ДЕПУТАТОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СОВЕТОВ В ДЕЛИ 2011 ГОДА**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](#)

МЕСТО: Дели, Индия

ВЫБОРКА: 240 муниципальных округов

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2010–2012 годы

ТЕМЫ: политическая экономия и управление

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: участие общин; коррупция; городские услуги

##### **ПОЛИТИКИ, ПУБЛИЧНО ОБНАРОДОВАННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ АУДИТОРСКИХ ПРОВЕРОК НА ПРЕДМЕТ КОРРУПЦИИ И РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫБОРОВ В БРАЗИЛИИ**

ВЕБ-САЙТ:

МЕСТО: Бразилия

ВЫБОРКА: 669 муниципалитетов

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2005 год

ТЕМЫ: политическая экономия и управление

ВОПРОС ПОЛИТИКИ: участие общин; коррупция

ЦИТИРОВАНИЕ В ДОКУМЕНТАХ: Ferraz, Claudio, and Frederico Finan. 2008. «Exposing Corrupt Politicians: The Effects of Brazil's Publicly Released Audits of Electoral Outcomes». *The Quarterly Journal of Economics* 123(2): 703-44.

#### 5. Сельское хозяйство

##### **ФЬЮЧЕРСНЫЕ ЦЕНЫ И ХЕДЖИРОВАНИЕ РИСКОВ В ГУДЖАРАТЕ, ИНДИЯ**

ВЕБ-САЙТ: [JPAL](#)

МЕСТО: сельские районы штата Гуджарат, Индия

ВЫБОРКА: 108 деревень в 4 районах штата Гуджарат

ВРЕМЕННОЙ ПЕРИОД: 2007 год

ТЕМЫ: сельское хозяйство; финансы и микрофинансирование

##### **ОЦЕНКА ЦЕННОСТИ ОБЩЕСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ НА РЫНКАХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОВ: ДОКЛАДЫ WASDE ПО КУКУРУЗЕ**

ВЕБ-САЙТ: [AgEcon](#)

ТЕМЫ: сельское хозяйство

# Рекомендации по пропаганде, измерению и разъяснению ценности официальной статистики

В мире, в котором непрерывно генерируются огромные объемы данных, а граждане могут искать практически все, что угодно, официальная статистика должна выступать в качестве уникального источника беспристрастной и достоверной информации. основополагающие принципы официальной статистики, опирающейся на профессиональную независимость, научные методы и строгие критерии качества, обеспечивают официальной статистике мощное конкурентное преимущество.

Настоящая публикация демонстрирует ценность официальной статистики и содержит рекомендации для статистических управлений по подходам к пропаганде, измерению и разъяснению этой ценности.

Она содержит практические инструменты для официальных статистиков: одностороннее резюме ценности официальной статистики; анализ ценности для различных заинтересованных субъектов; обзор подходов к ее измерению, в том числе в денежном выражении, и вопросы типового опроса пользователей для статистических управлений.

Настоящие Рекомендации были разработаны Целевой группой ЕЭК ООН в составе экспертов из национальных и международных статистических организаций и были одобрены главами статистических управлений более чем 60 стран.

Вики-платформа для обмена информацией о передовой практике, созданная Целевой группой для оказания помощи статистическим управлениям в применении данных Рекомендаций, размещена по адресу [statswiki.unece.org/x/FQRXBw](http://statswiki.unece.org/x/FQRXBw).

Information Service  
United Nations Economic Commission for Europe

Palais des Nations  
CH - 1211 Geneva 10, Switzerland  
Telephone: +41(0)22 917 12 34  
E-mail: [unece\\_info@un.org](mailto:unece_info@un.org)  
Website: <http://www.unece.org>