

**Европейская экономическая комиссия****Конференция европейских статистиков****Шестьдесят четвертая пленарная сессия**

Париж, 27–29 апреля 2016 года

Пункт 10 b) предварительной повестки дня

**Доклады, руководящие принципы и рекомендации,
подготовленные под эгидой Конференции****Полезность официальной статистики – промежуточный доклад****Записка Целевой группы по вопросу о полезности официальной статистики***Резюме*

Настоящий документ содержит промежуточный доклад Целевой группы по вопросу о полезности официальной статистики. В марте 2015 года Бюро Конференции европейских статистиков (КЕС) учредило Целевую группу по вопросу о полезности официальной статистики, цель которой заключается в том, чтобы выяснить, что пользователи, заинтересованные стороны и общество ценят в официальной статистике, и определить методику измерения ее полезности, с тем чтобы лучше понять и разъяснить эту полезность обществу.

В разделе VII доклада сформулированы восемь промежуточных рекомендаций в отношении дальнейшей деятельности национальных статистических управлений и на международном уровне. В 2016–2017 годах Целевая группа продолжит свою работу по выработке методологической основы измерения и показателей полезности официальной статистики, а также по созданию вики-платформы для обмена наилучшей практикой в области повышения, поощрения и измерения полезности официальной статистики.

Документ представляется пленарной сессии КЕС для обсуждения и вынесения рекомендаций в отношении будущих приоритетных направлений работы.



I. Введение

1. Официальная статистика успешно развивалась на протяжении не одного десятилетия. В информационную эру представление национальными статистическими управлениями (НСУ) различных стран мира достоверных и качественных данных и сведений приобретает все большее значение для экономики и общества. В то же время прошлые успехи могут стать причиной самоуспокоенности и неспособности вовремя осознать последствия технологических и иных изменений:

а) НСУ ни в коем случае не являются единственным поставщиком информации. Мир, как утверждается, буквально наводнен информацией.

б) Урезание бюджетов и ужесточение требований к отчетности о расходовании средств усилили давление на НСУ, заставляя их демонстрировать, насколько эффективно они используют государственные средства для удовлетворения потребностей в статистической информации.

в) Технический прогресс дал толчок цифровой и информационной революциям. В этих условиях встает закономерный вопрос – насколько эффективно НСУ используют новые возможности для того, чтобы их деятельность приносила большую пользу обществу.

г) Новые вызовы ставит феномен «больших данных»: ежедневно генерируется 2,5 квинтиллиона байтов данных, а вся имеющаяся сегодня в мире информация на 90% была создана в последние два года¹. Правильный анализ данных является ключом к принятию более качественных решений².

е) Все эти изменения касаются не только НСУ, и зачастую они ставят НСУ в условия более острой конкуренции со стороны других поставщиков информации.

2. В этой ситуации в апреле 2014 года Конференция европейских статистиков (КЕС) провела семинар на тему «В чем заключается полезность официальной статистики и как мы разъясняем эту полезность?». Конференция заявила, что полезность официальной статистики необходимо пропагандировать в качестве глобального актива, и призвала взаимодействовать на международном уровне в целях разработки единого языка и терминологии, помогающих определять полезность официальной статистики, а также измерения экономической полезности официальной статистики путем сбора результатов тематических исследований.

3. Для продвижения вперед в решении данных задач Бюро КЕС просило группу заинтересованных стран и организаций разработать «дорожную карту» с целью изучения ключевых аспектов, которые должны охватываться будущей работой по вопросу о полезности официальной статистики. Такая «дорожная карта» была подготовлена группой в составе Соединенного Королевства (председатель), Австрии, Канады, Мексики, ОЭСР и ЕЭК ООН.

4. В результате Бюро КЕС учредило в марте 2015 года Целевую группу по вопросу о полезности официальной статистики, в состав которой вошли эксперты из Соединенного Королевства (председатель), Мексики (заместитель председателя), Канады, Ирландии, Новой Зеландии, Турции, Евростата и ОЭСР. Функции секретариата выполняет ЕЭК ООН. В соответствии со своим кругом ведения Целевая группа стремится выяснить, что пользователи, заинтересованные стороны и общество ценят в официальной статистике, и определить методику измерения ее полезности, с тем чтобы лучше понять и разъяснить эту полезность обществу.

¹ http://www.ibm.com/smarterpl/us/en/business_analytics/article/it_business_intelligence.html.

² “Performance and Capacity Implications for Big Data”, ibm.com/redbooks.

5. В октябре 2015 года совместно с Комитетом Группы высокого уровня (ГВУ) ЭЖ ООН по модернизации продуктов и источников Целевая группа провела опрос НСУ, с тем чтобы собрать информацию о передовой и инновационной практике, помогающей повысить актуальность официальной статистики, измерить ее полезность или убедительно пропагандировать целесообразность инвестирования в официальную статистику. В промежуточном докладе приводятся примеры такой практики, которыми поделились участники опроса.

6. В последнем разделе содержится проект рекомендаций для обсуждения на Конференции в апреле 2016 года. Целевая группа продолжит свою работу, опираясь на полученные руководящие указания и отзывы.

II. Нынешнее положение дел

A. Что такое «полезность»?

7. Полезность является центральной, хотя иногда и довольно «скользкой» концепцией для каждого делового предприятия или службы. В Оксфордском словаре английского языка термин «value» трактуется как «важность, ценность или полезность чего-либо». Она может иметь материальное или денежное выражение: сколько можно запросить за тот или иной продукт или услугу. Однако в случае, в частности, государственной организации понятие полезности может быть более широким – оно может означать значимость вклада организации для общества вне зависимости от того, можно или следует ли взимать плату за весь этот вклад.

8. Понятие полезности имеет и динамический элемент, поскольку продукт или услуга редко сохраняют присущую им ценность бессрочно. Она зависит от меняющихся условий и потребностей. Керосиновые лампы утратили всякую ценность после изобретения газового, а затем и электрического освещения, а паровые машины – после появления более эффективных двигателей. Говоря иными словами и следуя контексту официальной статистики, полезность должна создаваться непрерывно.

9. Если говорить менее абстрактно, то один из главных мотивов генерирования данных и информации заключается в их полезности для принятия подкрепленных фактами решений. Когда ресурсы ограничены и необходимо выбрать, как их использовать с максимальной отдачей, достоверная информация приобретает особую полезность. Это касается как государственных решений, принимаемых на местном, национальном или международном уровнях, так и деловых или личных решений. И наоборот, официальная статистика сама по себе мало что стоит, если она не помогает в принятии обоснованных решений. Вышесказанное можно резюмировать следующим образом:

10. Данные – это живительная кровь в системе принятия решений и сырье, из которого готовится отчетность. Без качественных данных, своевременно дающих нужные сведения об интересующих вещах, разработка, мониторинг и оценка эффективности политических мер практически невозможны³.

³ A World that Counts: <http://www.undatarevolution.org/report/>.

В. Что говорят о нынешнем положении дел результаты опросов

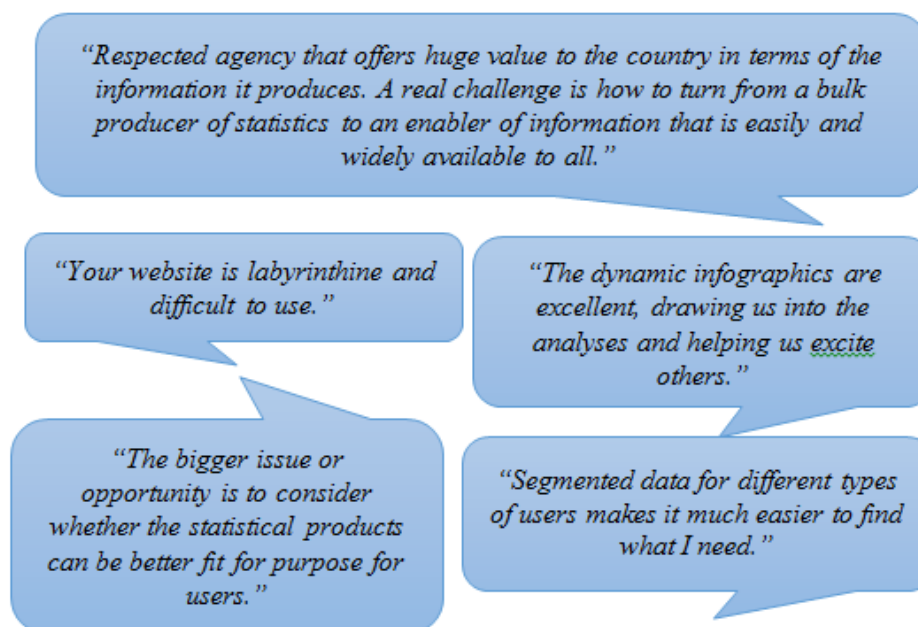
11. Приятно отметить, что официальной статистике сегодня в целом дается высокая оценка. В рамках проведенного в октябре 2015 года опроса Целевая группа получила 49 ответов⁴. Две трети ответивших НСУ сообщили, что число ссылок на их статистику растет, и лишь три организации отметили обратную тенденцию. Хотя доверие пользователей к статистике сегодня и так является высоким, более половины НСУ указали на тенденцию к дальнейшему росту его уровня (остальные управления не располагают информацией). Две трети респондентов отметили рост значения своей статистики для пользователей, а оставшая треть сообщила, что не располагает информацией по этому поводу.

12. Однако это то, что лежит на поверхности. Взгляд вглубь позволяет получить дополнительную информацию – позитивную, нейтральную и даже довольно сомнительную. Опираясь на результаты опросов пользователей в отдельных странах, в актив можно занести следующее:

- Те, кто пользуется статистикой чаще, по всей видимости, ценят ее выше. Налицо тенденция к постепенному увеличению доли тех, кто пользуется статистикой менее регулярно или воспользовался ею впервые.
- Выше ценят официальную статистику, как правило, те пользователи, которые больше всего доверяют ей. Например, в Новой Зеландии полностью удовлетворены официальной статистикой 92% тех, кто доверяет ей, и 85% тех, кто считает, что политика никак не отражается на статистике. В Мексике 90% тех, кто пользовался официальной статистикой в своей деятельности, считают ее залогом принятия обоснованных решений.

13. Некоторые из этих выводов можно проиллюстрировать различными цитатами из полученных ответов:

⁴ Ответы прислали следующие страны и организации: Азербайджан, Армения, Беларусь, Болгария, Босния и Герцеговина, Венгрия, Греция, Грузия, Израиль, Ирландия, Исландия, Испания, Италия, Казахстан, Канада, Колумбия, Кыргызстан, Латвия, Литва, Люксембург, Мексика, Молдова, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Польша, Португалия, Российская Федерация, Румыния, Сербия, Словакия, Словения, Соединенное Королевство, Таджикистан, Турция, Украина, Финляндия, Хорватия, Чили, Швейцария, Швеция, Эстония, Япония, Управление по энергетической информации Соединенных Штатов, Управление социального обеспечения Соединенных Штатов, Бюро статистики труда Соединенных Штатов и СНГ-СТАТ, Евростат и ЭСКАТО.



14. Общий вывод таков, что официальная статистика имеет хороший фундамент и что общие тенденции по-прежнему выглядят благоприятно. Тем не менее существует и ряд тревожных сигналов, игнорировать которые опасно.

С. Официальная статистика и принятие решений

15. В рамках опроса, проведенного ЕЭК ООН, НСУ был также задан вопрос о полезности официальной статистики для принятия решений. Из ответов видно, насколько широким является спектр решений, принимаемых с опорой на официальные статистические данные. Расчет минимального уровня оплаты труда и надбавок на топливо, разработка политических мер и стратегий борьбы с нищетой и безработицей, прогнозирование демографических процессов и динамики рабочей силы, анализ цен на недвижимость и положения на рынке аренды, региональное развитие и городское планирование, переговоры с профсоюзами, транспортная и образовательная инфраструктура, субсидии, квоты, представленность в государственных органах и границы избирательных участков, услуги здравоохранения, иммиграция, торговля, сравнительный анализ качества жизни, процентные ставки, бюджетирование и финансирование, местное, национальное и международное стратегическое планирование и развитие, кризисное управление и инвестиции являются лишь некоторыми примерами тех областей, где в процессе принятия решений используется официальная статистика.

16. Кроме того, результаты опроса говорят о том, что в тех случаях, когда НСУ ведут мониторинг использования и полезности своей статистики, наблюдаются позитивные тенденции. Улучшается ситуация с точки зрения как цитирования официальной статистики в прессе, так и оценок ее полезности и доверия к ней.

17. Существует и много конкретных примеров того, как официальная статистика помогает принятию верных решений в обществе и создает для этого необходимые предпосылки. В то же время существуют и многочисленные доказательства неправильного использования, игнорирования или непонимания официальной статистики. Гармонизированный индекс потребительских цен (ГИПЦ) был ошибочно принят за инструмент корректировки размера арендной платы (Вен-

грия), иммиграционная статистика неправильно использовалась в ходе избирательной кампании (Швейцария), в обществе бытовало неверное представление о миграционной ситуации с точки зрения доступной информации (Италия), а также о том, что «получение университетского диплома теряет смысл» (Канада). Все эти примеры указывают на статистическую безграмотность или, по крайней мере, на незнание того, где можно найти актуальную и потенциально полезную статистическую информацию⁵.

18. Учитывая вышесказанное, НСУ было бы как минимум неразумно почивать на лаврах. Очевидно, что для повышения качества общественной дискуссии и процесса принятия решений, а также для увеличения вклада данных и официальной статистической информации в эти процессы можно сделать еще очень многое. Один из уроков, возможно, заключается в том, чтобы не ограничиваться простым производством статистики, а стремиться к тому, чтобы поместить ее в соответствующий контекст и разъяснить, что она означает.

19. Хотя мы и живем в информационную эру, когда генерирование информации приобретает особое значение, априори нет никаких причин, почему НСУ должны быть ее единственным поставщиком. Потенциальные пользователи возьмут информацию у любого поставщика, если они видят в ней ценность, о которой говорилось в предыдущих разделах. Официальные статистические органы, безусловно, обладают серьезными сравнительными преимуществами, на которые они могут опираться. Однако конкурирующие с ними другие поставщики информации также имеют свои преимущества. Иногда им доступны такие ресурсы, которые не идут ни в какое сравнение с ресурсами большинства НСУ.

III. Использование сравнительных преимуществ официальной статистики

20. Точные механизмы генерирования официальной статистики и ее охват в разных странах могут несколько различаться. В то же время Основные принципы официальной статистики имеют универсальное применение. Эти принципы были разработаны КЕС более 20 лет назад для того чтобы помочь понять, как должна выглядеть хорошая система официальной статистики и какую роль статистическая система должна играть в стране. Их идея очень проста⁶:

- система должна быть беспристрастной и публиковать соответствующие данные без страха или фаворитизма;
- система должна быть профессиональной и тщательно контролировать качество своей продукции;
- система должна быть научной, облегчая верное толкование данных на основе научных стандартов;
- система должна быть активной, рекомендуя, как следует использовать и толковать ее статистику;
- система должна быть гибкой, черпая информацию из самых разных источников;

⁵ Janssen and Forbes (2014) “The Use of Official Statistics in Evidence Based Policy Making in New Zealand”.

⁶ Посвященный основным принципам видеофильм «Modernstats-HLG»: <http://www.youtube.com/watch?v=uxb3iOnVr1Y>. В основе этого общецелевого видеофильма лежит рекламный видеоролик, выпущенный в 2013 году Статистическим управлением Канады.

- система должна гарантировать конфиденциальность, работая в защищенной физической и цифровой среде;
- система должна быть прозрачной, в полной мере раскрывая свои методики и стандарты;
- система должна быть готовой к сотрудничеству, взаимодействуя со статистическими органами у себя в стране в интересах обеспечения последовательности и эффективности статистической работы;
- система должна стремиться к эффективности, постоянно пересматривая и обновляя свои методики, процедуры и механизмы;
- система должна быть глобальной, сотрудничая с международными партнерами в интересах использования наилучших методов работы.

21. Следование этим принципам обеспечило официальной статистике ряд серьезных преимуществ:

а) Официальная статистика имеет прочную институциональную и правовую базу. В сочетании с профессиональными и независимыми производственными стандартами это, как правило, гарантирует НСУ прочную и признанную репутацию и имидж.

б) НСУ обычно имеют признанные полномочия собирать данные, которые, возможно, труднее получить тем органам, чьи мотивы воспринимаются как скрытые. По этой же причине респонденты будут скорее представлять им точную информацию, не опасаясь последствий. Помимо этого, имеющиеся у НСУ полномочия гарантируют непрерывный сбор и публикацию данных на протяжении длительного периода времени, что позволяет проводить сравнительный анализ социально-экономических процессов в динамике.

в) В более общих чертах считается, что официальная статистика выпускается с одной единственной целью – предоставить правдивую и точную информацию. У НСУ нет каких-либо иных особых интересов, которые можно обнаружить у некоторых других поставщиков информации.

IV. Существующие методы измерения и пропаганды полезности статистики

22. Как отмечалось выше, официальные статистические органы должны учиться не только на передовом опыте работы других НСУ, но и у других отраслей. Хотя для НСУ финансовые результаты обычно не являются ориентиром или руководством к действию, исходя из соображений экономической целесообразности, они, тем не менее, должны получать устойчивую прибыль, а это возможно лишь в случае создания добавленной стоимости, т.е. создание полезности является их общей целью.

A. Нынешняя практика в статистических управлениях

1. Пропаганда полезности статистики

23. Большинство НСУ – в нашем опросе 94% – прилагают те или иные усилия для разъяснения и пропаганды полезности своих статистических данных среди заинтересованных сторон. Зачастую этому помогает повторение основных идей или фраз, благодаря которым полезность официальной статистики откладывается в сознании общественности. Некоторые НСУ используют при выпуске всех или

большей части своих статистических публикаций одну и ту же фразу или лозунг, подчеркивая тем самым свою цель и свою позицию.

24. НСУ начинают все активнее пользоваться новыми методами представления статистической информации, пытаясь тем самым четче продемонстрировать ее полезность. По мере накопления опыта они все чаще стремятся представить эту информацию в наглядном или графическом виде.

2. Измерение полезности

25. НСУ обычно пытаются измерить предполагаемую полезность своих материалов. Особенно широкое распространение получила практика измерения и мониторинга количества цитирований. Почти 90% ответивших на вопросник НСУ отслеживают, сколько раз их управление, а также их статистика и оказываемые услуги упоминаются в СМИ. О том, что они этого не делают, сообщили лишь пять НСУ. Многие управления передали функцию мониторинга ссылок в СМИ коммерческим структурам. Из каждых трех опрошенных управлений два сообщили об увеличении количества упоминаний в СМИ и лишь три признали существование противоположной тенденции.

26. По таким упоминаниям управления оценивают, как используются их статистические данные, как они воспринимаются и правильно ли они интерпретируются. Некоторые управления делят цитаты на три группы в зависимости от того, какое влияние они оказывают на полезность и восприятие официальной статистики – положительное, отрицательное или нейтральное. Ряд управлений сообщили, что пик цитирований совпадает с выходом новой статистики по наиболее важным вопросам в политической повестке дня страны.

27. С 2013 года Статистическое управление Литвы рассчитывает составной показатель – *индекс общественного интереса к официальным статистическим данным и услугам*. Этот показатель рассчитывается по числу разовых посещений официального портала Статистического управления и системы электронной статистики, фиксируемых счетчиком посещений, численности новых зарегистрировавшихся пользователей портала, количеству индивидуальных запросов и случаев цитирования в просматриваемых СМИ, причем в качестве базового выбран 2013 год.

28. Выходящий в Мексике доклад «ИНЕГИ в СМИ» дает представление о ежемесячном позиционировании статистики института в СМИ, ее воздействии и предполагаемой рыночной стоимости.

29. Другой широко распространенной практикой (78% ответивших на вопросник НСУ) является мониторинг доверия пользователей к НСУ и/или его материалам. Свыше 50% управлений сообщили о тенденции к повышению доверия к официальной статистике, а большая часть остальных НСУ оценила положение как стабильное. На тенденцию к снижению доверия указало лишь одно управление.

30. В ходе опросов пользователей оценивается, в какой мере они доверяют НСУ, считают ли они статистику объективной или политически нейтральной, верят ли они официальной статистике, считают ли они ее точной или достоверной и как они оценивают репутацию управления. Некоторые управления задают вопросы, касающиеся непосредственно того или иного раздела статистики, например, «Доверяете ли вы статистике безработицы (населения, национальных счетов, внешней торговли, промышленного производства), выпускаемой нашим учреждением?». Такие опросы, как правило, проводятся ежегодно или раз в два-три года.

31. Бюро статистики труда США (БСТ) практикует ежедневный опрос, позволяющий провести интересный анализ воздействия различных событий или комментариев, касающихся официальной статистики, на степень доверия пользователей к статистическим данным⁷.

32. Полезность или значимость своих статистических продуктов и услуг для пользователей измеряют свыше 80% НСУ. Из каждых трех управлений два сообщили о тенденции к росту числа пользователей, считающих официальную статистику полезной, а остальные – что они не располагают информацией, позволяющей проследить какую-либо тенденцию.

33. Управление энергетической информации Соединенных Штатов считает полезными простые вопросы, например, *почему пользователи посетили веб-сайт*. Они позволяют получить интересную информацию о том, с какой целью используется статистика – для написания доклада, размещения инвестиций, обучения класса учащихся, самообразования или подготовки справки для директивного органа.

34. Статистические управления Канады и Испании сообщают, что они ведут мониторинг *освещения статистики в СМИ* в разбивке по статистическим темам, среди которых фигурируют перепись населения, бизнес, демография, трудовая статистика и т.д. Цель заключается в сборе информации об использовании различных видов статистических данных. Например, Испания сообщила о более чем 14 млн. посещений базы данных НСИ в 2014 году и о более чем 22 000 подписчиков его аккаунта в Твиттере (@es_INE).

35. Национальный институт статистики Италии (ИСТАТ) предоставляет *посетителям своего веб-сайта возможность оставить отзыв на каждой странице*, спрашивая их мнение о полезности содержания и предлагая им высказать свои замечания.

36. Статистическое управление Эстонии в качестве показателя удовлетворенности клиентов использует *индекс рекомендаций*. Считается, что те клиенты, которые по десятибалльной шкале выставляют 9–10 баллов, имеют рекомендации, а те, кто выставляет 0–6 баллов, рекомендаций не имеют. Индекс рекомендаций рассчитывается как доля клиентов, не имеющих рекомендаций, вычтенная из доли тех, кто такие рекомендации имеет.

37. Гораздо реже предпринимаются попытки измерить полезность статистических продуктов в денежном выражении. В принципе мощным инструментом измерения и пропаганды полезности статистики может стать анализ связанных с ней затрат и выгод. На практике использование такого подхода сопряжено с серьезными трудностями. Тем не менее НСУ Новой Зеландии и Испании решили стать первопроходцами в данной области.

38. Статистическое управление Новой Зеландии оценивает экономическую полезность некоторых видов своих статистических данных⁸:

- Переписи населения⁹: Хотя количественно оценить выгоды переписей не легко, они намного превосходят затраты на их проведение (их чистую текущую стоимость можно оценить в 1 млрд. долл. за 25 лет). Каждый вложенный в перепись доллар приносит экономике чистую выгоду в размере пяти долларов.

⁷ www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/ge.45/2015/BC53_Maintaining_Credibility_in_an_Increasingly_Skeptical_World_edited_-_Levi.pdf.

⁸ www.stats.govt.nz/methods/research-papers/topss/valuing-census.aspx.

⁹ «Valuing the Census», Statistics New Zealand, April 2013: <http://www.stats.govt.nz/methods/research-papers/topss/valuing-census.aspx>.

- В рамках инфраструктуры интегрированных данных (ИИД) продолжается экспериментальная работа по измерению экономической полезности индекса потребительских цен (ИПЦ) и данных по системе высшего образования, цель которой заключается в том, чтобы выработать методологию измерения экономической полезности статистики.
- Рамочная программа измерения предпочтений потребителей: цель этого проекта заключается в том, чтобы разработать программу и показатели для измерения того, насколько хорошо пользователи знают о существовании той или иной статистики, насколько она является для них доступной, насколько широко они ей пользуются и в какой мере они удовлетворены предлагаемыми статистическими продуктами и услугами.

В. Практика в других отраслях

39. В предыдущих разделах говорилось о том, что НСУ могут черпать информацию о передовой практике друг у друга. Однако фундаментальная задача создания полезности стоит перед ними точно так же, как и перед другими отраслями, включая предприятия коммерческого сектора. Вот почему важно проанализировать, что можно узнать из этого источника.

40. В основе выводов настоящего раздела лежат результаты тематических исследований, проведенных по группе компаний и отраслей. Они были отобраны таким образом, чтобы представлять разные виды компаний/отраслей, включая как старые, так и более молодые и более инновационные. Подборка тематических исследований была составлена исключительно по результатам поисковой работы в Интернете.

41. Были отобраны следующие компании/предприятия: «Эппл инк.», «Амазон», «БМВ», «Гугл», «Метеоролоджикл сервисес», «Ю-Кей Фармасьютиклз» и «Джей-Эйч Уиттакер энд санс».

1. Создание полезности

42. Анализ тематических исследований позволил выявить ряд ключевых элементов, которыми руководствуется бизнес в рамках создания и пропаганды полезности:

a) Акцент на нужды потребителя

43. Полезность для потребителя является главным приоритетом в случае всех рассмотренных компаний. Иными словами, если фирма не будет производить продукты, имеющие полезность для потребителей, она перестанет существовать. Понимание того, что имеет полезность для потребителей, а что нет, позволяет компаниям изобретать новые продукты, услуги и способы удовлетворения потребностей, приносящие им выгоду.

b) Хороший дизайн

44. Дизайн является еще одним общим элементом, который естественным образом связан с акцентом на нужды потребителя. Поняв, что хотят потенциальные потребители, следует перейти к разработке продуктов и услуг, отвечающих их пожеланиям.

45. Эффективный дизайн является ценным источником дифференциации, дающим потребителям основание приобрести продукт или услугу у конкретной фирмы, а не у ее конкурента. Кроме того, дизайн увеличивает ценность продук-

тов или услуг и делает их более доступными для потребителей. Потребители зачастую готовы больше платить за продукты, имеющие хороший дизайн, который делает их более удобными в использовании, более функциональными и более эстетичными.

c) *Целенаправленные инновации*

46. Хотя дизайн сам по себе очень важен, он должен иметь под собой материальную базу. Вот почему акцент на инновации является еще одним общим элементом создания полезности компаниями, о которых идет речь в тематических исследованиях. Креативность и инновации могут помочь в создании новых, более привлекательных продуктов, более эффективных и продуктивных производственных процессов и, как следствие, в увеличении объема продаж и повышении удовлетворенности потребителей.

d) *Продуктивные партнерства*

47. Четвертый общий вывод, который можно вынести из тематических исследований, заключается в важности создания хорошо продуманных партнерств. «Из поколения в поколение компании рыли рвы, пытаясь отгородиться от конкурентов. Сегодня самые успешные из них наводят между собой мосты». Фирмы, использующие потенциал стратегических партнерств, пользуются сильными сторонами партнера, что в долгосрочном плане делает сильнее обе стороны. Кооперация с другими предприятиями помогает компаниям создавать полезность и получать сравнительные преимущества благодаря доступу к ресурсам партнера, в том числе к рынкам, технологиям, капиталу и кадрам.

e) *Управление брендами и их узнаваемость*

48. Все компании, рассматриваемые в тематических исследованиях, придают большое значение узнаваемости брендов как инструменту создания и популяризации полезности. Они считают это не менее важным, чем создание товаров и услуг. Успешная стратегия популяризации бренда может принести компании большую пользу.

49. В то же время управление брендами, наверное, лучше рассматривать не как отдельный фактор успеха, а как процесс увеличения потенциальной полезности, источником которой является акцент на нужды потребителя, хороший дизайн, инновации и целенаправленное развитие партнерских связей. Продвижение бренда с акцентом на его предполагаемую надежность и отвечающее требованиям потребителя качество вряд ли будет успешным, если лежащий в его основе товар на самом деле не обладает такими характеристиками. Продвижение бренда заключается в рекламе и пропаганде именно этих составляющих полезности. Различные компании по-разному подходят к решению этой задачи. Компании «Эппл» и «Гугл» добились успеха в создании брендов, активно работая со СМИ. Немаловажную роль в успешном продвижении этих брендов сыграла агрессивная глобальная стратегия.

50. Каждый год на упаковке многих брендов можно увидеть небольшие этикетки с информацией о победе на том или ином конкурсе. Когда потребители стоят перед полками со множеством разных товаров, в силу своей человеческой природы они начинают их сравнивать в поиске каких-либо отличительных признаков. Так почему бы ни купить тот, на котором красуется небольшая медаль?

f) Воздействие и результаты

51. Как отмечалось выше в настоящем докладе, как в государственном, так и в частном секторах организации в конечном счете создают полезность посредством оказания влияния на социально-экономическую жизнь. Если раньше большинство компаний оценивали созданную полезность с чисто финансовой точки зрения, то сегодня они стараются, причем не в последнюю очередь в силу экономических причин, продемонстрировать полезность результатов своей деятельности в призме их воздействия на общество.

2. Измерение полезности

52. Информации о том, как предприятия и компании измеряют полезность, зачастую нет в открытом доступе, поскольку они считают ее чувствительной в коммерческом плане. Тем не менее, исходя из общедоступной информации, можно заключить, что объектом измерения являются следующие параметры:

a) Финансовые показатели

53. Большинство предприятий и фирм, которые рассматривались в рамках настоящего исследования, используют набор традиционных финансовых показателей для контроля финансовых результатов своей деятельности. К их числу относятся показатели объема доходов, прибыльности, роста объема продаж, окупаемости инвестированного капитала, доли рынка и стоимости акционерного капитала. Такие компании, как «Эппл», «Гугл» и «Амазон», регулярно включают большинство этих показателей в свою годовую отчетность.

b) Удовлетворенность потребителей

54. Для сравнения себя с конкурентами «Эппл», «Гугл» и «Амазон» пользуются индексом удовлетворенности американского потребителя (ИУАП). ИУАП представляет собой модель причинно-следственной связи, в которую включаются индексы предпосылок удовлетворенности (ожидания потребителей, оцениваемое качество и субъективная ценность), удовлетворенности (ИУАП) и последствий удовлетворенности (жалобы и лояльность потребителей, в том числе верность потребителей торговой марке и терпимость по отношению к изменению цен).

55. Для мониторинга удовлетворенности и лояльности потребителя компания «Эппл» использует также чистый показатель лояльности – Net Promoter Score (NPS). Потребители должны в баллах ответить на простой вопрос – «С какой степенью вероятности вы рекомендуете нашу компанию, товары или услуги своему другу или коллеге?».

56. «Амазон» оценивает показатели своей деятельности, сравнивая их с примерно 500 количественными целями, почти 80% из которых имеют отношение к потребителю. Хотя подробная информация о всем наборе касающихся потребителя показателей недоступна, в их число входят такие показатели, как процент повторных заказов от потребителей и рост числа открытых потребителями счетов.

57. «БМВ» постоянно измеряет удовлетворенность продукцией, а также продажами и услугами. Для оценки удовлетворенности работой дилеров после каждого их посещения проводится выборочный опрос потребителей, которые обслуживаются у них или приобрели новые автомобили. Помимо этого, для мониторинга удовлетворенности потребителей компания регулярно проводит исследования, анализируя рыночную конъюнктуру.

c) *Инновации*

58. «Эппл», «Гугл» и «Амазон» ведут мониторинг полезности, созданной благодаря инновациям, поскольку это имеет для них большое значение. Они используют для этого такие показатели, как доля доходов, израсходованных на исследования и разработки (НИОКР), процент доходов от реализации новых товаров и удельный вес расходов на НИОКР в объеме чистых продаж.

d) *Экономическое влияние*

59. В условиях ужесточения требований к отчетности за использование государственных средств метеорологические организации все чаще стремятся количественно оценить последствия изменчивости климата для экономики или ее отдельных секторов, таких как сельское хозяйство, розничная торговля и авиация. Например, климатические изменения обходятся США, по оценкам, в 3,4% ВВП и так или иначе затрагивают треть экономики. В этой связи сглаживание этих последствий благодаря точному прогнозированию становится важным показателем успеха.

60. Фармацевтические предприятия также стремятся продемонстрировать свою полезность, используя показатели, позволяющие измерить их вклад в экономику. К их числу относятся вклад отрасли в ВВП и национальный доход, а также влияние на торговый баланс и занятость.

C. Сопоставление подходов, используемых в официальной статистике и других отраслях

61. НСУ используют самые разные подходы как к измерению полезности и влияния результатов своей деятельности, так и к пропаганде этой полезности. По сравнению с подходами, применяемыми в других отраслях, главное отличие заключается в том, как предприятия интегрируют задачи создания и пропаганды полезности в свою общую коммерческую модель: акцент на нужды потребителя и узнаваемость брэнда в дополнение к учету культурных особенностей и организации производственного процесса, удовлетворяющего этим требованиям, по всей видимости, занимают гораздо более видное место в их работе.

62. Вопрос о том, насколько велики эти различия, вполне может стать предметом обсуждения. Однако, бесспорно, верно и то, что подходы, применяемые в других отраслях, являются той плодородной почвой, на которую НСУ могли бы обратить свое внимание. У них вполне можно учиться так же, как они учатся друг у друга.

63. В самых общих чертах процесс создания и пропаганды полезности можно разбить на следующие составляющие:

a) начинать необходимо с акцента на потребителей/пользователей и их потребности;

b) особое внимание следует уделять созданию продуктов и услуг для удовлетворения этих потребностей, опираясь на непрерывные инновации и плоды сотрудничества с правильно выбранными стратегическими партнерами;

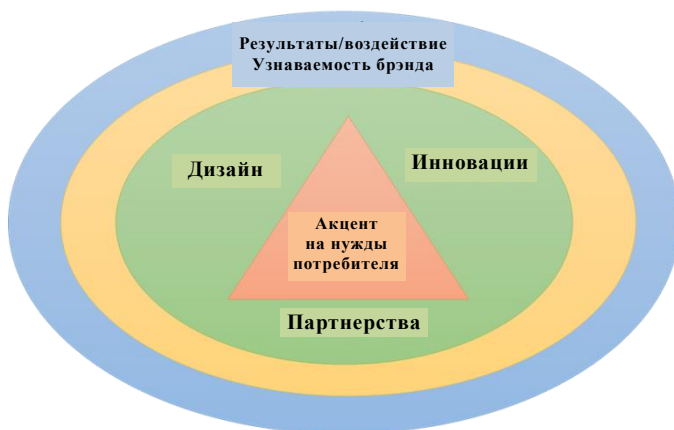
c) следует инвестировать в популяризацию брэндов и повышение их узнаваемости, с тем чтобы заслуживающие того инновационные услуги были хорошо известны и пользовались доверием;

d) все это должно приносить пользу обществу и оказывать на него положительное влияние, что, в свою очередь, должно быть признано в качестве доба-

вочной полезности. Графически все это можно представить в виде концентрических окружностей.

Диаграмма 1

Факторы полезности



V. Создание полезности на базе партнерств

64. НСУ уже имеют обширные и самые разнообразные партнерские связи. В 2014 году Группа высокого уровня по модернизации официальной статистики провела опрос, собрав сведения примерно о 57 таких партнерствах, созданных в разных странах или с участием разных организаций. Чаще всего партнерства создаются с поставщиками данных, а затем – с партнерами-аналитиками. Иногда партнерства создаются с потребителями данных, партнерами-разработчиками и технологическими партнерами. Это говорит о том, что сегодня главным мотивом участия в партнерствах является получение доступа к данным. НСУ имеют возможность использовать партнерские связи с государственным и частным секторами, организациями гражданского общества, научными кругами и другими заинтересованными сторонами для сбора более обширных и точных данных:

а) На оперативном уровне партнерства помогают удовлетворить ряд потребностей – в финансировании, обмене знаниями, консультативной помощи, разработке справочных материалов, аутсорсинге услуг, а также в поддержке процесса производства данных и в получении доступа к ним. В последнее время произошло расширение бизнес-моделей НСУ за счет включения в них «больших данных» и «краудсорсинга» как одной из разновидностей партнерских связей.

б) Кроме того, крупные стратегические партнерства делают работу статистических организаций более видимой. Совместная работа по популяризации официальной статистики может стать мощным инструментом стимулирования использования официальных данных и взаимодействия с конкретной аудиторией.

в) Обмениваясь успешным и не столь успешным опытом в рамках партнерских связей, организации могут работать рука об руку над повышением полезности официальной статистики и созданием управленческих моделей, сохраняя при этом независимость и доверие общественности, – основные предпосылки успешной работы статистических учреждений.

65. В основу данного анализа легли результаты углубленного обзора¹⁰, проведенного Статистическим управлением Канады для обсуждения в рамках Бюро КЕС в октябре 2015 года.

А. Партнерства с заинтересованными сторонами

66. Партнерства с государственным сектором содействуют работе официальных статистических служб, помогая получать данные, совершенствовать статистические производственные процессы и создавать инфраструктуры информационных технологий, соответствующий инструментарий и программное обеспечение. Такие партнерства повышают полезность статистики благодаря поддержке существующих программ и восполнению пробелов в данных. Партнерства имеют огромное значение и для координации работы по согласованию национальных административных данных.

67. На международном уровне статистические организации уже давно наладили взаимный обмен данными. Этот обмен помогает с разных сторон анализировать, например, торговые потоки или потоки капитала, а в условиях все более глобального мира – и международные производственные процессы.

68. По мере активизации работы статистических организаций с «большими данными» и использования «краудсорсинга» будет, по всей видимости, расти значение партнерств с коммерческими организациями. Одним из перспективных направлений является использование для целей официальной статистики административных данных частного сектора, например, информации компаний, обслуживающих расчеты при помощи кредитных карт, или коммунальных предприятий для получения представления о географии проживания и образе жизни населения. Ряд НСУ заключили соглашения с компаниями, разрабатывающими программное обеспечение, об оказании услуг в области информационных технологий.

69. Партнерства могут принимать также форму структурированных взаимоотношений с пользователями. НСУ могут оказывать консультативную помощь и проводить соответствующую подготовку по вопросам использования своих продуктов. В свою очередь, пользователи имеют возможность высказывать свои замечания, а наиболее активные среди них – принимать участие в разработке статистического продукта.

70. Партнерства с гражданским обществом помогают добиваться от делового сектора более активного участия в опросах, что способствует повышению качества данных, а, следовательно, и полезности официальной статистики. Помимо этого, использование официальных данных теми, кто отвечает за принятие решений, добавляет им веса и повышает к ним доверие общества, без которого не может работать статистическая организация.

71. Партнерства с научно-исследовательскими кругами создаются для поддержки фундаментальных и прикладных исследований, облегчения доступа к микро-данным, поощрения использования аналитических инструментов, оказания влияния на учебные программы, создания общей профессуры и обмена знаниями. Эти партнерства помогают, помимо прочего, существенно увеличить объем данных в открытом доступе и повысить доступность официальной статистики.

72. Ряд национальных статистических организаций создали партнерства с университетами, с тем чтобы расширить свой потенциал и усовершенствовать практику сбора данных. Другие инициативы направлены на развитие партнерских

¹⁰ www.unecce.org/stats/ces/in-depth-reviews/partner.html.

связей со школами в целях популяризации статистической деятельности и повышения статистической грамотности учащихся.

В. Партнерства в форме совместной работы

73. Совместная работа помогает решать разные задачи, например, увеличивать число респондентов, добиваться поддержки со стороны влиятельных структур, демонстрировать ценность официальной статистики и поощрять ее использование, предоставляя доступ к данным и инструментарию, и предлагая подготовку и помощь.

74. Совместная работа, как правило, предполагает существование непрерывной связи, которая может быть более и менее прочной и более или менее структурированной. Она может, к примеру, строиться в рамках непрерывного партнерства между НСУ и респондентами и быть направлена на получение необходимой информации наименее обременительным способом. Широкое распространение также получили механизмы взаимодействия с пользователями в форме брифингов, презентаций и семинаров, цель которых заключается в обеспечении максимально полного понимания официальной статистики и использования ее сильных сторон. Обмен мнениями с той или иной конкретной категорией пользователей, не представляющих экспертное сообщество, может быть организован в форме совместного мероприятия, позволяющего повысить уровень публичного обсуждения и качество решений по ключевым вопросам.

С. Партнерства в освоении «больших данных»

75. Приход эпохи «больших данных», которые могут отразиться на основных направлениях работы статистических организаций, свидетельствует о том, что данную повестку, возможно, следует продвигать на основе партнерских соглашений. В силу непредсказуемости, сложности, изменчивости и размера «больших данных» многие НСУ могут не обладать навыками дизайна, аналитическим потенциалом и технологиями, необходимыми для того, чтобы в полной мере использовать те возможности, которые открываются благодаря этим данным. Создание партнерств с полным портфелем профессиональных навыков и знаний, требующихся для использования «больших данных», представляется логическим выбором. Кандидатов на участие в таких партнерствах можно найти в научно-исследовательских институтах, высокотехнологичных компаниях, среди потребителей данных, фирм, занимающихся защитой данных, и коммерческих структур.

76. Помимо других преимуществ, такие партнерства могут приносить и менее осязаемые дивиденды, которые становятся возможными благодаря объединению опыта, культур и навыков самых разных партнеров.

Д. «Краудсорсинг»

77. Хотя история «краудсорсинга» насчитывает уже несколько столетий, использование этого инструмента для получения статистической информации от разрозненных групп ее поставщиков по-прежнему находится в зачаточном состоянии. Однако в принципе данный метод мог бы позволить находить и сводить воедино информацию, анализировать имеющиеся данные, получать помощь в поиске эмпирических решений и оценивать вкусы общества и степень его поддержки.

78. Потенциал «краудсорсинга» кроется в возможностях использования низкозатратного партнерства для своевременного генерирования актуальных данных. Кроме того, он открывает возможности для объединения различных ресурсов и людей, помогая организациям заниматься инновациями и добиваться более высоких результатов.

79. Сегодня примеров такой формы партнерства с участием НСУ немного, однако о существующем в этой области потенциале забывать не следует.

Е. Оценка опыта и путь вперед

80. НСУ уже участвуют в многочисленных партнерствах, причем в самых разнообразных формах и с различными партнерами. Для взаимного обогащения знаниями у НСУ существует неиссякаемый источник возможностей.

81. Можно назвать те области, где эти возможности используются еще далеко не в полной мере:

- Созданию совместной международной статистической инфраструктуры в значительной мере способствовало бы определение эффективных моделей сотрудничества для целей ее разработки.
- Потенциальные плоды совместной работы по созданию общей бизнес-архитектуры могли бы быть особенно полезными, и этот факт должен найти отражение в программах технической помощи.
- Для получения доступа к данным и для их адаптации к требованиям официальной статистики потребуются укрепить партнерские связи с другими государственными организациями, с другими уровнями власти, деловыми кругами и неправительственными организациями.
- Судя по всему, существует большой, но еще не раскрытый потенциал для сотрудничества с частным и коммерческим секторами: а) в создании и получении новых видов информации; б) развитии технологий сбора, измерения и распространения данных; и с) создании новых продуктов.

VI. На пути к более совершенной системе измерения полезности официальной статистики

А. Создание рамочной системы с набором показателей

82. Когда речь заходит об измерении полезности официальной статистики, необходимо ответить на несколько вопросов. Первый и, по всей видимости, главный вопрос касается выбора методологии среди множества различных методологий, потенциально применимых для данной цели:

а) Наблюдаемые «объективные» показатели: такие данные, как число загрузок, количество цитирований в разных видах СМИ и т.д., которые можно собрать из существующих источников, вполне могут использоваться для анализа полезности официальной статистики. Каждый из этих показателей дает информацию о том или ином конкретном аспекте, определяющем полезность официальной статистики, и поэтому не отражает ее общей полезности. Кроме того, чтобы не утонуть в море различных показателей, среди них придется сделать субъективный выбор. Таким образом, задача обеспечения репрезентативности показателей вступает в конфликт с необходимостью выбора ограниченного набора подходящих показателей.

b) «Субъективные» показатели, получаемые по итогам обследований удовлетворенности потребителей: эти показатели незаменимы для определения ценности статистики с точки зрения доверия пользователей к официальной статистике, ее полезности и доступности. Периодически, например, на ежегодной основе, могут проводиться адресные обследования или же более регулярные выборочные опросы посетителей веб-сайтов.

c) Методологии определения полезности статистики в стоимостном/денежном выражении: возможность определения полезности официальной статистики в денежном выражении явилась бы очень мощным и наглядным инструментом демонстрации ее ценности. Некоторые попытки дать такую стоимостную оценку уже предпринимались, но не принесли большого успеха. В отсутствие наблюдаемых цен одна из главных задач заключается в том, чтобы найти убедительные способы определения соответствующих теневых цен, которые можно было бы использовать при расчете полезности. Еще одна задача заключается в том, чтобы не забыть о тех или иных данных или не учесть их дважды. Поэтому предлагаемый ниже перечень показателей не предназначен для определения денежной стоимости. В то же время было бы полезно а) обмениваться результатами экспериментальной работы по измерению полезности официальной статистики (например, экономической полезности данных переписи, индекса потребительских цен или ценности статистики в целом) и б) включить вопрос о методике стоимостной оценки в программу будущих исследований.

83. Хорошей отправной точкой для выбора показателей может стать диаграмма в разделе IV. В то же время, необходимо принимать во внимание и другие параметры или аспекты:

a) Брэнд официальной статистики должен быть узнаваемым, но этого еще недостаточно. Люди могут знать название статистического управления и его эмблему, однако, когда им требуется конкретная статистика, они часто ищут ее в поисковой системе «Гугл». Когда на одном из мероприятий, проходившем в ирландском университете, участников спросили, знают ли они о существовании статистического управления, практически все ответили положительно. Однако на вопрос о том, кто из них посещал веб-сайт статистического управления, руки подняли лишь двое из 200 человек.

b) Кроме того, какими бы инновационными мы не считали свои новые инструменты и методы передачи статистической информации, если они не получили признания общественности и не используются ей, они не представляют никакой ценности.

c) Главный акцент в конечном счете должен быть сделан на том, что хотят пользователи: имеются ли необходимые им данные, достаточно ли подробными они являются, имеют ли они надлежащее качество и требуемый формат? Сколько пользователей у нашей статистики? Как они используют ее? Насколько полезна им наша статистика? С этой точки зрения дизайн, инновации, партнерства и узнаваемость брэнда представляют собой важные промежуточные этапы процесса создания полезности официальной статистики. Однако реальная ее полезность должна измеряться с учетом того, как официальная статистика используется на практике, насколько доступной она является и как оцениваются ее качество и полезность.

d) Хотя показатели затрат (например, времени, затраченного на разработку баз данных) и могут быть полезным управленческим инструментом, они ничего не говорят о том влиянии, которое оказывает статистика.

84. К тому же, важным критерием является измеримость показателя. Применительно к субъективным показателям это означает, что должны существовать воз-

возможности для регулярного получения достоверной информации об удовлетворенности пользователей. Желательно также иметь такой набор показателей, который бы позволял проводить международные сопоставления. Хотя различия между странами могут зависеть (в значительной мере) от культурных особенностей, международные сопоставления могут дать полезную информацию для взаимного обмена опытом и передовой практикой.

85. Наконец, важно как можно больше знать о потенциальных пользователях, которые пока не пользуются предлагаемой статистикой. Почему они не используют официальную статистику? Может быть, им не известно о предлагаемой нами статистике? Может быть, она не является для них полезной? Возможно, она предлагается в неподходящем формате или несвоевременно? То же самое можно сказать и о необходимости как можно лучше понимать, какую информацию ищут люди, какую статистику они требуют и реально ценят.

86. Ниже приводятся два конкретных предложения:

а) Во-первых, необходимо определиться с ключевыми объективными показателями. Тематические области, описываемые этими объективными показателями, были отобраны с учетом мнения членов Целевой группы о том, какими пятью главными вещами должны заниматься статистические управления для того, чтобы их работа действительно была успешной.

б) Во-вторых, для составления ограниченного набора субъективных показателей предлагается унифицированный на международном уровне минимальный круг вопросов, которые должны задаваться во время опросов пользователей. В качестве последующего шага эти вопросы можно было бы уточнить и создать на их основе в рамках ГВУ ЕЭК ООН инструментарий, который статистические управления в дальнейшем могли бы использовать при проведении интернет-опросов.

В. Возможные показатели

87. 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, выбор показателей мог бы осуществляться с учетом Основных принципов официальной статистики.

1. Основные тематические области для объективных показателей

а) Показатель/показатели фактического использования статистики

88. К ним относятся такие показатели, как число посещений веб-сайта и загрузки данных по отдельным темам. Эти показатели дают объективное представление о фактическом использовании официальной статистики. Они позволяют также судить о том, насколько пользователи знакомы с работой статистического управления. Конечно, хотелось бы иметь больше информации о категориях пользователей, о том, находят ли они (и насколько легко) необходимые данные и удовлетворены ли они результатами. Такую информацию можно получить путем опроса посетителей на выборочной основе (см. также ниже в разделе, посвященном субъективным показателям) или внедрения системы управления информацией о клиентах.

b) *Показатель/показатели актуальности статистики*

89. Важным показателем является количество цитирований в основных газетах, на новостных веб-сайтах, радио и телевидении, например в ходе пресс-конференций, в пресс-релизах и по другим конкретным каналам передачи информации. Этот показатель дает наглядное представление, в том числе в динамике, о значении статистических «новостей», их актуальности для общественной дискуссии, имидже официальной статистики и доверии к ней. Количество цитирований в научно-исследовательских трудах и в политических документах позволяет взглянуть на актуальность официальной статистики и доверии к ней под другим ракурсом, на этот раз с точки зрения более специфических групп пользователей. Анализ используемых альтернативных источников данных может пролить дополнительный свет на причины, заставляющие пользователей избегать официальной статистики.

c) *Показатель/показатели транспарентности статистики*

90. Одним из показателей транспарентности может служить заблаговременный выпуск графика выхода статистики и публикация показателя, отражающего соблюдение этого графика. Помимо этого, можно было бы собирать сведения о существующей системе качества и обнародовать результаты проверок/ревизий. Последнее предложение может быть актуальным и применительно к нижеследующему показателю.

d) *Показатель/показатели качества статистики*

91. Нагляднее всего о качестве статистики говорят масштабы и направление регулярно проводимого пересмотра темпов экономического роста или непрерывно обновляемый перечень передовой международной практики, используемой НСУ. Поскольку при расчете показателей экономического роста используется широкий спектр источников данных, эти показатели могут указывать на достоверность информации и за рамками национальных счетов. В то же время, учитывая, например, различия в методиках пересмотра статистики между странами, такими показателями следует пользоваться очень осторожно.

2. Основные тематические области для субъективных показателей

92. Более субъективные показатели могут иметь отношение к следующим темам и рекомендациям. Некоторые вопросы носят более общий характер и, поэтому, они касаются всех пользователей. Другие вопросы, посвященные, например, инновациям, могут быть в большей степени адресованы конкретным, лучше информированным группам пользователей. Параллельно с получением информации по данным вопросам было бы желательно найти способы получения дополнительных сведений о пользователях официальной статистики (возраст, пол, уровень образования и т.д.) и характере ее использования (как часто они пользуются официальной статистикой, для каких целей, и где они обычно черпают информацию).

a) *Удовлетворенность продуктами и услугами (касается рекомендации 1 в следующем разделе)*

93. В первую очередь хотелось бы узнать, смог ли пользователь найти ответы на свои вопросы, легко ли он нашел необходимые сведения (доступность баз данных) и в какой мере он удовлетворил свои потребности в информации. Этот анализ можно было углубить, поинтересовавшись у пользователя, какие характеристики официальной статистики или статистики в целом он считает самыми важными (своевременность, точность, достоверность, национальная (междуна-

родная) сопоставимость и т.д.) и как он оценивает официальную статистику с точки зрения каждой из этих характеристик.

b) Поддержка со стороны пользователей (рекомендация 2)

94. В данной рубрике можно было бы задать вопросы о том, как пользователь в целом относится к работе организации и что, по его мнению, следовало бы сделать для улучшения обслуживания пользователей.

c) Дизайн, передача информации и метаданные (рекомендация 3)

95. Вопросы могут возникать в связи с дизайном веб-сайта в целом и накопителя статистической информации в частности: насколько легкими/сложными являются перемещение по сайту и поиск необходимой информации, насколько удовлетворяет пользователя визуальное представление официальной статистики (видео, графическая информация, карты, диаграммы, наборы показателей) и т.д.?

d) Актуальность, способность к реагированию и инновационность (рекомендация 4)

96. Насколько эффективно статистическое управление наполняет содержанием общественное обсуждение, посвященное текущим задачам страны, насколько новаторски оно подходит к своей работе (использование новых технологий, методик и источников данных) и насколько важную роль играет официальная статистика в понимании процессов, происходящих в обществе?

e) Признание бренда и его назначения (рекомендация 6)

97. В данной рубрике могут быть заданы вопросы о том, насколько пользователи доверяют официальной статистике, видят ли они признаки политического вмешательства и удовлетворены ли они работой статистического управления в целом.

f) Конкретные продукты и услуги (рекомендация 7)

98. Слышали ли пользователи о той или иной конкретной статистике, насколько они удовлетворены ее качеством, пользуются ли они данными в открытом доступе или обезличенными микроданными и преимущественно в каких областях, видят ли они для себя или своих организаций смысл в увеличении обмена обезличенными данными и т.д.

99. Кроме того, помимо основного опроса пользователей полезно время от времени проводить, например, следующие адресные опросы или участвовать в них:

- Опросы на правительственном уровне, с тем чтобы получить информацию о том, насколько хорошо люди знают разные структуры, их символику и мандаты, в том числе НСУ.
- Интернет-опросы на веб-сайте НСУ с рядом конкретных вопросов о полезности веб-сайта и его функциях.
- Опросы основных заинтересованных сторон с целью выяснения их конкретных потребностей. Это может стать полезным инструментом для налаживания эффективных партнерских связей (рекомендация 5) и корректировки информационной стратегии.

VII. Рекомендации

100. НСУ начинают работу в ситуации, когда результаты их труда, как правило, находят более широкое применение и когда доверие к ним со стороны пользователей, и без того высокое, продолжает расти. Однако официальное статистическое сообщество было бы абсолютно неправо, решив, что в этих условиях оно может спокойно поживать на лаврах. Меняющиеся потребности и обстоятельства бросают им многочисленные вызовы. Нельзя сказать, что в мире не хватает информации. Напротив, он наводнен ею. О том, что они генерируют полезную информацию, могут заявить самые разные органы, и официальные статистики не обладают в этой области монополией. Не заставляет усомниться в этом выводе и технический прогресс, который, напротив, подтверждает его актуальность. Задача официальных статистиков заключается в том, чтобы продемонстрировать, что, несмотря ни на что, они продолжают создавать уникальный продукт, полезность которого непрерывно растет.

101. Отсюда вытекает ряд более конкретных рекомендаций на будущее. Первая рекомендация непосредственно касается сравнительных преимуществ официальной статистики, о которых говорилось в разделах II и III.

A. Рекомендация 1 – Использование сравнительных преимуществ официальной статистики (основа основ)

102. Официальная статистика выпускается совершенно независимыми профессиональными организациями на основе научных методов в соответствии со строгими стандартами качества и Основными принципами. Можно сказать, что по сравнению с другими видами статистики или данными полезность официальной статистики определяется тем, что она соответствует Основным принципам:

- По сравнению с другими источниками данных залогом признания полезности и конкурентоспособности официальной статистики, а также основной предпосылкой роста к ней доверия пользователей является контроль качества.
- Для гарантирования качества выпускаемой и распространяемой НСУ статистики все они должны разработать базовые принципы обеспечения качества, которые должны быть известны пользователям.
- В отличие от других поставщиков данных, которые не обязаны строго следовать Основным принципам официальной статистики, НСУ должны выпускать четкие и краткие меморандумы о том, как они претворяют эти принципы в жизнь, гарантируя тем самым достоверность и качество своей продукции.

103. Другие рекомендации, касающиеся создания и пропаганды полезности, рассматриваются в разделах IV и V (см. пункт 63 и диаграмму 1).

B. Рекомендация 2 – Потребитель в центре внимания

104. Выпуская данные и статистику, организации оказывают услуги пользователям. Для того чтобы раскрыть свой обширный информационный потенциал, организации должны внимательно прислушиваться к пользователям и уделять их требованиям главное внимание в своей работе. Нужно понимать и учитывать различные потребности пользователей: некоторым из них нужен лишь доступ к отдельным данным или наборам данных, другим – конкретный анализ, а треть-

им – инструментарий для облегчения понимания имеющихся данных. Таким образом:

- Данные – это еще не все. Анализируя обширные наборы данных и описывая, что же реально стоит за статистическими показателями, организации вполне могут поместить эти данные в реальный контекст. Они имеют все необходимое для того, чтобы по-новому взглянуть на данные и по-новому использовать имеющиеся источники данных.
- Организациям необходимо по-новому взглянуть на свои продукты и услуги с тем, чтобы от создания массовых данных перейти к производству продукта с более высокой добавленной стоимостью, удовлетворяющего истинные потребности пользователей. Одним из наименее удовлетворенных потребителей статистики является бизнес. Необходимо узнать в каких статистических услугах он действительно нуждается. Те, кто принимает решения, ежедневно должны иметь перед глазами набор основных показателей. Они должны пользоваться статистическими приложениями, открывающими доступ к самой свежей и готовой к использованию основной статистической информации.
- От новых тенденций и запросов нельзя просто отмахнуться. Всего десять лет назад статистики спорили о том, входит ли измерение устойчивого развития в круг их задач. Сегодня ЦУР стали реальностью, и статистические организации должны измерять успехи в их достижении и помогать делать это другим. Нужно оценивать, как статистические данные могут использоваться для анализа климатических изменений, снижения уязвимости и повышения устойчивости.

С. Рекомендация 3 – Создание статистики для повседневной жизни

105. Многие статистические организации уже используют свой отличительный дизайн, с тем чтобы их официальная статистика выглядела и воспринималась как бренд. Дизайн не сводится лишь к логотипам, оформлению и графике. Смысл его заключается в том, чтобы сделать потребителя соучастником статистического процесса и сделать статистику более пригодной для использования. Например:

- Данные – все, статистика – ничего. Следует поощрять открытый доступ к неконфиденциальной статистике, с тем чтобы она могла использоваться частным сектором в самых разных устройствах, приложениях и аналитических инструментах. Нужно перерабатывать сырые данные в информацию и создавать новые виды продуктов, которые люди могли бы использовать в повседневной жизни. Необходимо уделять больше внимания дизайну, ориентированному на пользователя, и удобным для него интерфейсам, а также расширять использование графической информации, инструментов визуализации данных, систематизации статей, постов в социальных сетях и сообщений в «Твиттере». Эти услуги должны быть интерактивными, поощряя пользователей высказывать свои замечания и новые идеи.
- Поощрять инновации в сфере дизайна и привлекать пользователей к созданию новых продуктов и услуг. Выдавать гранты и проводить конкурсы, стимулируя сотрудников предлагать новый дизайн, помогающий раскрывать полезность статистики. Разрабатывать проекты, призванные стимулировать эксперименты и новые идеи. Направлять инновационные разработки в сфере дизайна на открытые конкурсы для получения признания СМИ, научных кругов, частного сектора и других заинтересованных сторон. Учредить конкурс и премию в сфере статистики – статистическую олимпиаду или «хака-

тон», приглашая к активному участию в создании новых продуктов программистов, разработчиков программного обеспечения, графических дизайнеров, разработчиков интерфейсов и управляющих проектами.

- Пользователи ищут источники данных для получения ответов на свои конкретные вопросы. Слишком часто статистика подается таким образом, что ее очень непросто понять. Сегодня у пользователей нет времени разбираться в огромных таблицах или просматривать печатные издания. Они нетерпеливы и ищут быстрые ответы. Необходимо реструктурировать доступ к статистической информации и изучить, например, целесообразность создания «статистических поисковиков», предлагающих статистические данные как ответ на вопросы пользователей, а также расширять использование геопространственных инструментов. Статистику необходимо преподносить по-новому и распространять в новом виде – в разбивке по темам, демографическим группам или географическим районам, а не по источникам и подборкам данным.

D. Рекомендация 4 – Инновации как способ сохранения полезности

106. Поиск наилучших способов измерения меняющейся реальности требует непрерывного новаторства – для усиления и поддержания позиций хороших продуктов, от которых зависит успех или провал организаций. Несмотря на желание сохранить традиции, длинные временные ряды и стандарты качества, для повышения ценности статистики для общества необходимо ускорять темпы новаторства. В частности, следует:

- Остановиться и подумать, к чему действительно стремится организация. Статистики слишком заняты текущей работой: сбором данных, их обработкой и агрегированием, составлением таблиц и распространением результатов. Инновации – это не только технологии, но и что и как мы делаем.
- Наилучшим образом использовать технологические возможности, появляющиеся благодаря информационной революции и большим данным. С одной стороны, необходимо в полной мере использовать уже существующие эффективные методы и возможности, например в отношении оперативного прогнозирования, оценки точности, последовательности и полезности результатов, полученных на базе больших данных, и интеграции важных цифровых источников данных в процесс статистического производства для удовлетворения потребностей пользователей, в том числе растущего спроса на данные в реальном времени. С другой стороны, следует нанимать и обучать сотрудников передовым методам обработки и анализа данных, а также использованию новых источников данных, технологий и прикладных программ. Статистические организации могут предложить интересную работу по анализу широчайшего спектра различных наборов данных, а также цифровой информации.
- Тратить не менее 10% рабочего времени на инновации и исследования. Невозможно бесконечно пытаться сохранить статус-кво; необходимо искать новые решения, задавать вопросы, собирать, опробовать и оценивать новые идеи. Нельзя довольствоваться расхожими ответами. Без ущерба традиционным ценностям и имиджу, следует думать над тем, как можно использовать потенциал статистики для улучшения жизни людей. Это может потребовать проведения «статистических мозговых штурмов» с участием самых разных сотрудников и других экспертов, от которых ждут предложений, касающихся создания новых и совершенствования уже существующих продуктов.

- Изучать и анализировать изменение функций НСУ. Впредь они будут все меньше и меньше довольствоваться просто выпуском статистики. Если они, к примеру, смогут предлагать информацию, которая требуется для принятия решений, увязывать статистику и данные из других источников и делать на их основе выводы, то они будут постепенно превращаться в «фабрики знаний». С другой стороны, подготовка отчетности о ходе достижения ЦУР потребует активной координации работы, поскольку НСУ придется не просто самостоятельно готовить данные, а контактировать с теми их поставщиками, с которыми раньше они дел не имели. В этом смысле на первый план для НСУ выйдут функции, связанные с контролем качества, аккредитацией, разработкой стандартов и методологическим руководством. Некоторые статистические управления уже пошли дальше и стали трансформироваться в своеобразные статистические узловые пункты – платформы по управлению данными, предоставляющими доступ ко всей имеющейся в стране в открытом доступе информации.

Е. Рекомендация 5 – Расширение сотрудничества со стратегическими партнерами

107. НСУ работают в тесном партнерстве со статистическими кругами, взаимодействуя с поставщиками данных. Ограниченность бюджетов и быстрый рост потребностей в данных, особенно для контроля хода достижения ЦУР, требуют искать новых партнеров для привлечения свежего опыта и создания дополнительной стоимости. Если не объединить усилия с нужными партнерами, роль поставщика услуг возьмет на себя кто-нибудь другой. В этой связи необходимо:

- Налаживать партнерские связи с частным сектором, который по-прежнему является источником инноваций, по большей части нераскрытым. Такие партнерские связи могут открыть доступ к источникам данных, способным дополнить или заменить традиционные опросы. Партнерства могут сделать доступными новые инструменты и технологии, дизайнерские и производственные идеи, каналы и сети распространения информации. Статистическим организациям следует предоставить свои данные для применения в новых продуктах частных компаний, тем самым расширив охват статистики.
- Экспериментировать со «статистическими лабораториями» и новыми международными партнерскими моделями как в рамках статистического сообщества, так и за его пределами. Например, совместно с экспертами из статистических и других органов следует создавать «статистические лаборатории» для работы над новыми продуктами и их дизайном. Это поможет преодолевать нехватку ресурсов и распространять результаты инновационной деятельности путем их тиражирования, тем самым расширяя потенциал статистических управлений.
- Искать и максимально использовать возможности для оказания влияния на работу заинтересованных сторон. Например, некоторые статистические управления работают с поставщиками административных данных, стремясь внести небольшие коррективы в их процедуры сбора данных для сокращения числа прямых опросов среди компаний или изменить порядок их работы таким образом, чтобы использовать административные данные в виртуальном реестре населения, который сможет дополнить или заменить проводимые в настоящее время переписи фактического населения.
- Выходить на центры принятия решений, создавая стратегические партнерства с такими пользователями как в государственном секторе, на уровне ди-

рективной деятельности или распределения ресурсов, так и в частном секторе на уровне руководства. Хорошо делать свою работу можно лишь в том случае, если понимать стоящие перед директивными органами вызовы, поскольку предоставляемая им информация должна помогать в принятии решений. Такое взаимодействие ни в коей мере не противоречит принципам профессиональной этики; напротив, оно является важным примером настоящего профессионализма.

Е. Рекомендация 6 – Создание и популяризация брэнда официальной статистики

108. Чрезмерная скромность в сфере официальной статистики небезопасна. Как и в других отраслях, необходимо не только создавать полезность, но и демонстрировать и популяризировать плоды работы. Одной из составляющих этих усилий является неустанная пропаганда сравнительных преимуществ, возникающих благодаря неукоснительному соблюдению Основных принципов официальной статистики, требующих придерживаться высоких стандартов качества, демонстрировать профессионализм, использовать согласованные на глобальном уровне методики, добиваться абсолютной беспристрастности и объективности. В целом, обеспечение узнаваемости брэнда должно являться конкретной целью. Такой брэнд должен основываться на полезности и качестве работы и подкрепляться конкретными примерами ценности официальной статистики. Таким образом, следует:

- Более настойчиво демонстрировать приверженность Основным принципам официальной статистики и ценность такого подхода. Наряду с достоверностью и качеством официальной статистики, которые гарантирует соблюдение этих принципов, это является еще одним реальным сравнительным преимуществом, которое необходимо использовать.
- Пропагандировать и рекламировать, как официальная статистика способствует росту добавленной стоимости по всему миру. Как отмечалось в предыдущих разделах, существует много примеров того, какую полезность имеет официальная статистика для экономики и общества. Здесь излишняя скромность также не может считаться достоинством. Официальные статистики должны найти способы, чтобы рекламировать свои успехи, что, в частности, поможет им определить новые области, где официальная статистика будет способствовать созданию добавленной стоимости.
- Всем НСУ следует сформулировать и претворять в жизнь четкие стратегии обеспечения узнаваемости брэнда и его популяризации. Хотя общие принципы имеют отношение ко всем статистическим организациям, ситуация и обстоятельства отдельных НСУ могут различаться. Существует много разных способов продвижения и повышения узнаваемости брэндов, и в своих индивидуальных стратегиях НСУ могли бы пользоваться ими с учетом своего конкретного контекста.

109. Следующая рекомендация, вытекающая из содержащегося в разделе VI анализа, касается измерения полезности официальной статистики.

Г. Рекомендация 7 – Измерение результатов в целях усиления воздействия

110. Статистики измеряют практически все, кроме результатов своей работы. Для усиления воздействия на общество и процесс принятия решений необходимо

не только работать над выполнением предыдущих рекомендаций, но и измерять результаты работы и их воздействие. Кроме того, это уже само по себе поможет в работе над намеченной повесткой. Измеряя результаты своей работы, статистики смогут лучше доказывать их ценность, общаться с заинтересованными сторонами и четко излагать свою стратегию. В этой связи необходимо:

- Стремиться лучше понять, для чего используется статистика управления и какое воздействие она может оказывать. Управления не должны выпускать статистику для себя. С увеличением предложения данных в интернете существует опасность того, что статистические управления будут хуже знать своих пользователей. Не зная, для чего они нужны, управления рискуют не донести до пользователей своей полезности. Следует приводить примеры того, как статистика используется в процессе принятия решений и как она помогает в выборе того, где разместить предприятие, какие товары продавать, где строить дороги, школы и больницы, а также в понимании того, как чувствуют себя семьи, женщины, мужчины и дети, каковы качество жизни людей, состояние окружающей среды, экономические условия и показатели экономического развития. Почему бы не написать серию статей об использовании статистики, инновациях, дизайне и создании статистического продукта?
- Уделять особое внимание более широкой и, возможно, менее искушенной аудитории. Круг пользователей официальной статистики растет, и в него входят не только профессиональные аналитики, исследователи и государственные чиновники, но и широкий круг граждан, ищущих данные для обоснования своих решений. Хотя эту тенденцию нельзя не приветствовать, она в то же время означает, что среднестатистический пользователь, по всей видимости, становится менее искушенным. Одним из следствий этого является то, что НСУ приходится думать о том, как сделать свои продукты более доступными и простыми в использовании, поскольку то, что устраивало экспертов, вряд ли подойдет менее искушенным, но не менее легитимным пользователям. Кроме того, НСУ следует задуматься над практическими шагами, в том числе, возможно, над тем, чтобы наладить взаимодействие с другими организациями с целью обучения пользователей счету и статистической грамоте.
- Набор показателей, демонстрирующих полезность официальной статистики, может помочь лучше понять, где следует прилагать усилия для повышения полезности. Такой набор может включать в себя показатели экономической полезности официальной статистики и оперативные показатели, позволяющие судить об осведомленности пользователей, их удовлетворенности, доступности и использовании официальной статистики. Опросы заинтересованных сторон и партнеров могут быть полезными для выяснения сильных и слабых сторон и помочь в выстраивании более эффективных партнерств.

111. Последняя рекомендация по международному аспекту работы вытекает из анализа, проведенного в предыдущих разделах. НСУ сильно выигрывают от изучения и внедрения передового опыта как других НСУ, так и иных организаций. Действительно, одна из целей настоящего доклада заключается в том, чтобы собрать примеры передового опыта.

112. Однако мир не стоит на месте. Конкуренты официальной статистики активно работают и эволюционируют. Задачи, стоящие перед статистическим управлением в одной стране, могут отличаться от задач статистических управлений в других странах. Аналогичным образом, успешные стратегии решения таких за-

дач могут оказаться неприменимыми или провальными в условиях, в которых находятся другие статистические управления.

Н. Рекомендация 8 – Создание и обслуживание автоматически конфигурируемой платформы

113. Сообществу официальных статистических управлений требуется интерактивная и динамичная модель для практического выполнения рекомендаций, перечисленных в предыдущих разделах. Поэтому:

- На основе практического руководства по применению новых методов работы, разработанного Группой высокого уровня по модернизации официальной статистики, Целевая группа по вопросу о полезности официальной статистики предлагает создать интерактивную «вики-платформу передового опыта». Она станет инструментом, в котором каждое основное сравнительное преимущество и каждый из рубежей будут иметь свой каталог передового опыта, накопленного НСУ или заимствованного в других отраслях. Этот инструмент позволит вести диалог, высказывать замечания и получать советы в реальном времени. Таким образом, у НСУ появится возможность заимствовать передовую практику и интегрировать ее в свои конкретные стратегии с учетом своих конкретных условий, а также, когда это целесообразно, регистрировать свой собственный опыт и предлагать его для использования всеми желающими.
- Такая «вики-платформа передового опыта» должна стать интерактивной и коллективной интернет-платформой, обеспечивающей канал для обмена информацией и обратной связи между НСУ. Одной из главных ее особенностей станет признание того, что другие организации помимо статистических управлений также обладают успешными стратегиями решения аналогичных задач и что у них есть чему поучиться.
- Для оценки передового опыта и примеров, которыми планируется обмениваться через вики-платформу в соответствии со структурой, описанной в таблицах ниже, следует назначить координатора.
- Вики-платформу можно создать на базе действующей платформы ЕЭК ООН, которая уже осуществляет ряд статистических функций. Координатор должен получать консультации и помощь от небольшой группы экспертов.

Best Practices from NSO's	Examples from Other Industries
1. Short description.	1. Short description.
2. Objective.	2. Objective.
3. Resources needed for its implementation.	3. Results obtained.
4. Description of the implementation process.	
5. Results obtained.	

114. Упрощенная модель предлагаемой логической структуры вики-платформы приводится ниже:

