

# КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАТИСТИЧЕСКИЙ КОМИТЕТ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

2024–2028

# Содержание

1.	ВВЕДЕНИЕ.....	3
2.	ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ.....	4
2.1.	Общая информация.....	4
3.	ВИДЕНИЕ И МИССИЯ.....	9
4.	SWOT-АНАЛИЗ.....	11
4.1.	Институциональный анализ.....	12
4.2.	Коммуникационный анализ.....	13
5.	КАРТИРОВАНИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН .....	14
6.	ЦЕЛИ.....	17
6.1.	Стратегическая цель.....	17
6.2.	Бизнес-цели .....	17
6.3.	Коммуникационные цели и КПЭ.....	18
7.	СЕГМЕНТАЦИЯ АУДИТОРИИ И СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД .....	20
7.1.	Внутренняя и внешняя целевые аудитории, стратегические подходы и каналы коммуникаций .....	21
8.	КЛЮЧЕВЫЕ СООБЩЕНИЯ.....	23
9.	КОММУНИКАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.....	30
10.	УПРАВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМАМИ И КРИЗИСАМИ .....	30
11.	ОЦЕНКА.....	33
12.	ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	36

## 1. ВВЕДЕНИЕ

Настоящий документ представляет собой сокращенную рабочую версию Коммуникационной стратегии Национального статистического комитета Кыргызской Республики (далее - Нацстатком), направленной на стратегическое планирование коммуникаций, который устанавливает основные предпосылки и приоритеты, ориентированные на информирование о развитии официальной статистической системы Кыргызской Республики. Данный документ включает обоснование мероприятий для реализации продвижения статистических данных по экономической и социальной тематике, которые Нацстатком и другие заинтересованные стороны официальной статистической системы собирают, производят и распространяют в соответствии с основными принципами объективности, надежности и своевременности.

Стратегия предоставляет Нацстаткому стратегическое видение и дорожную карту коммуникаций на среднесрочную перспективу, а также закладывает прочную основу для планирования коммуникаций, обеспечивая последовательность и согласованность сообщений по различным каналам коммуникации. Более того, как основной коммуникационный документ, Стратегия согласует коммуникационную деятельность и сообщения с процессами и рамками национального статистического управления, такими как [Среднесрочная программа развития официальной статистики на 2022-2026 гг.](#), и указывает направление продвижения продуктов и услуг Нацстаткома, имиджевого брендинга, укрепления доверия и повышения статистической грамотности. Стратегия также стремится предоставить заинтересованным сторонам ответы на вопросы о роли статистической системы и ее вкладе в развитие общества и экономики.

Помимо определения подходов и руководства коммуникационными усилиями Нацстаткома, Стратегия четко определяет цели, которые Нацстатком стремится достичь посредством своих коммуникационных усилий - повышение осведомленности, укрепление доверия, содействие использованию данных, устранение заблуждений, привлечение заинтересованных сторон или пропаганда ценности и значимости статистических данных. Кроме того, она признает потенциал развития официальной статистической системы и Нацстаткома, и включает в себя комплексный план, в котором определены цели, целевая аудитория, ключевые сообщения, каналы коммуникации, сроки, вовлечение заинтересованных сторон и оценка. Наконец, она обеспечивает целенаправленность, согласованность и соответствие коммуникационных усилий целям и ценностям Нацстаткома.

Посредством реализации Стратегии, Нацстатком стремится укрепить свои коммуникационные возможности, зарекомендовать себя в качестве надежного и авторитетного источника статистической информации и способствовать эффективному использованию данных для принятия решений на основе фактических данных на различных уровнях. Стратегия будет направлять коммуникационные усилия комитета и обеспечивать систематический и целенаправленный подход, который максимизирует воздействие и охват его коммуникационных инициатив.

## 2. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

### 2.1. Общая информация

Надежная, объективная и доступная статистика необходима для современного демократического общества. Согласно [Положению о Национальном статистическом комитете Кыргызской Республики](#), Нацстатком, как центральный орган, основной производитель, распространитель и координатор системы официальной статистики Кыргызской Республики, а также основной представитель национальной статистической системы перед международными институтами, действующий самостоятельно и в соответствии с [Законом Кыргызской Республики "Об официальной статистике"](#) и другими нормативными актами Кыргызской Республики, играет решающую роль в этом отношении.

Нацстатком отвечает за поддержку и расширение возможностей правительства, политиков, бизнеса, граждан и всех других групп существующих и потенциальных пользователей данных для принятия обоснованных решений в их профессиональной и частной жизни. Кроме того, как справочное учреждение по национальной статистике, Нацстатком играет ключевую роль и выполняет обязанности, которые в дальнейшем, несомненно, будут расширяться. Согласно положениям, закрепленным в Законе об официальной статистике, официальная статистика разрабатывается, производится и распространяется в соответствии с основополагающими принципами официальной статистики ООН и согласованными на международном уровне статистическими стандартами и рекомендациями.

В условиях динамичных изменений социально-экономических процессов, необходимых для разработки и принятия мер экономической и социальной политики и мониторинга их последствий, важное значение имеют методы, направленные на повышение доступности статистических данных, их качества, своевременности и сопоставимости. Нацстатком отвечает за мониторинг показателей, предусмотренных [Национальной стратегией развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы](#), определение стратегических ориентиров долгосрочного развития Кыргызстана и рассмотрение вызовов предстоящего периода. Национальная стратегия развития формирует образ будущего страны, основные принципы и пути достижения определенных целей развития во всех социальных, экономических и политических сферах кыргызского общества. Помимо национальных целей развития, Нацстатком также способствует достижению общих стратегических целей ООН, что является дополнительным вызовом в отношении качества и структурных характеристик статистических данных и их международной сопоставимости.

Разработанная в рамках Национальной стратегии развития, Национальная программа развития Кыргызской Республики до 2026 года направлена на повышение уровня жизни граждан, сохраняя принцип преемственности на основе долгосрочных стратегических целей развития страны с учетом человеческого фактора. Реализация Национальной программы направлена на достижение 12 целевых показателей, включая экономические, социальные и экологические индикаторы и международные рейтинги.

Одними из основных целевых ориентиров стратегии развития являются:

- ✓ обеспечение среднегодовых темпов реального экономического роста на уровне 5%,
- ✓ достижение ВВП на душу населения не менее \$1,500,
- ✓ снижение уровня безработицы до 5%,

- ✓ снижение уровня бедности до уровня 20%.

В июле 2021 года по просьбе Нацстаткома и в рамках партнерства с Европейской экономической комиссией ООН (ЕЭК ООН), Европейской ассоциацией свободной торговли (ЕАСТ) и Статистическим управлением Европейского союза (Евростат) была проведена Глобальная оценка национальной статистической системы Кыргызстана. По итогам Оценки отмечено, что Нацстатком внес некоторые улучшения в реализацию подхода, ориентированного на пользователя (например, обучение представителей СМИ статистической грамотности и основным экономическим и социальным темам) и возможные улучшения в области коммуникации (например, организация пресс-центра и ежемесячных пресс-конференций). Кроме того, Оценка также предоставила список рекомендаций (например, по улучшению веб-сайта), рассматриваемых в Среднесрочной программе развития официальной статистики Кыргызской Республики на 2022–2026 годы.

## 2.2. Процесс планирования и осуществления коммуникационной деятельности Нацстаткома

Планирование коммуникационной деятельности реализуется согласно плану работ Нацстаткома, разрабатываемому на ежегодной основе. Процесс производства статистической информации привязан к календарным циклам ее разработки и реализуется следующим образом: каждый отраслевой отдел собирает ежедневную информацию, которая формируется в продукт и публикуется на официальном сайте. Ежемесячная информация разрабатывается по социально-экономическим показателям государства - во второй декаде каждого месяца готовится комплексная информация «Социально-экономическое положение КР», которая сопровождается анализом и распространяется по разным каналам, начиная от рассылки заинтересованным сторонам, в том числе и руководству страны, и заканчивая публикацией на сайте Нацстаткома.

Отраслевыми отделами обеспечивается подготовка тематических экспресс-информаций, которые также публикуются на сайте Нацстаткома на ежемесячной основе. Начиная с августа по декабрь, начинается подготовка и распространение годовых сборников Нацстаткома в динамике за пять лет. При этом, каждый отраслевой отдел готовит свою тематическую публикацию.

Действующие каналы коммуникации:

- Официальный сайт Нацстаткома, включающий раздел «Открытые данные» (opendata);
- Нефункциональное приложение – требующее постоянной программной поддержки;
- Социальные сети (страница в Фейсбук, Инстаграм, Телеграм);
- Пресс-конференции (ежемесячно, на основе календарных информационных продуктов);
- Ежегодные дни открытых дверей;
- Ответы на запросы;
- Распространение сборников, публикаций, бюллетеней через сайт Нацстаткома и тематических через маркетинговый центр.

## Существующие коммуникационные процедуры:

- **Организация работ по подготовке и проведению пресс-конференций Нацстаткома КР на ежемесячной основе, включающие следующие мероприятия:**

№	Мероприятие	Сроки	Ответственные
1.	Определение целей и задач, тематики пресс-конференции	Согласно утвержденному в начале года графику пресс-конференций	Отдел сводных работ и пресс-служба
2.	Определение спикеров, а также необходимого для их презентаций оборудования	Согласно утвержденному в начале года графику пресс-конференций	Отдел сводных работ совместно с отраслевыми отделами
3.	Подготовка и согласование сценария проведения пресс-конференции	Согласно утвержденному в начале года графику пресс-конференций	Отдел сводных работ и пресс-служба
4.	Подготовка информационных материалов (пресс-анонс, пресс-релиз, презентации, раздаточные материалы)	За неделю до проведения мероприятия	Отдел сводных работ и пресс-служба
5.	Составление списков СМИ	За 5 дней до мероприятия	Отдел сводных работ и пресс-служба
6.	Рассылка пресс-анонса, размещение на сайте и в соцсетях	За 2 дня до мероприятия	Отдел сводных работ и пресс-служба
7.	Подтверждение участия представителей СМИ на мероприятии	За 1 день до проведения мероприятия	Отдел сводных работ и пресс-служба
8.	Проведение пресс-конференции		Отдел сводных работ и пресс-служба
9.	Подготовка пост-релиза, размещение на сайте и в соцсетях	В день проведения мероприятия	Отдел сводных работ и пресс-служба
10.	Подготовка мониторинга по итогам пресс-конференции (кол-во публикаций, упоминание о пресс-конференции, охват аудитории)	В течение 5 рабочих дней после завершения мероприятия	Отдел сводных работ и пресс-служба

- **Запросы СМИ и запросы пользователей**

Запросы от СМИ поступают по электронной почте или по телефону, причем электронная почта пресс-службы [smi\\_nsc@stat.kg](mailto:smi_nsc@stat.kg) на сайте не указана. Но на главной странице сайта указаны номера телефонов пресс-служб Нацстаткома и Отдела сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации Нацстаткома КР. Ответы на все запросы СМИ также предоставляются по телефону и по электронной почте.

Для удобства представителей СМИ в разделе «Пресс-центр» на сайте размещен видеоролик о навигации по сайту и информация о том, как найти статистические данные. Ссылка на видео также размещена на странице Facebook.

- **День открытых дверей**

В целях популяризации статистики и статистической продукции Национальный статистический комитет один раз в год проводит *День открытых дверей* для широкого круга пользователей. В этом мероприятии принимают участие представители как государственных органов, так и международных организаций, деловых кругов, дипломатических миссий, учебных заведений.

Каждый год день открытых дверей посвящается определенной теме.

- **Публикации**

Официальная статистическая информация распространяется и представляется пользователям путем публикаций в статистических изданиях, средствах массовой информации, размещения на официальном сайте Национального статистического комитета ([www.stat.kg](http://www.stat.kg)), в социальных сетях, в соответствии с заключенными договорами (соглашениями), а также по индивидуальным запросам пользователей. Многие тематические публикации разрабатываются совместно с международными организациями и также распространяются в печатной версии.

Официальная статистическая информация, за исключением конфиденциальной, является общедоступной для пользователей.

Порядок распространения и представления пользователям официальной статистической информации, подготовленной органами статистики, устанавливается Национальным статистическим комитетом Кыргызской Республики.

- **Социальные сети**

Национальный статистический комитет публикует пресс-релизы и другую информацию на своих страницах в социальных сетях Facebook (1,2 тыс. подписчиков), Instagram (374 подписчика) и Telegram (254 подписчика)<sup>1</sup>. Публикации не дифференцированы и публикуются без составления контент-плана.

### 2.3. Обзор медиа среды в Кыргызстане<sup>2</sup>

- **Средства массовой информации**

Среди каналов коммуникации, средства массовой информации играют важнейшую роль в жизни современного общества. В Кыргызской Республике они являются основным каналом информационного обеспечения граждан. Сегодня СМИ выполняют три основные функции: информирование, развлечение и интеграция общества. Кроме того, СМИ по-прежнему влияют на идеологию и формирование общественного мнения.

Сегодня медиарынок Кыргызстана представлен разнообразными по типологии, форме собственности и направленности СМИ и характеризуется большим количеством и разнообразием. По данным последних исследований, основная масса СМИ сосредоточена в столице страны - Бишкеке. Основные государственные и негосударственные СМИ работают стабильно, в то время как количество СМИ остается нестабильным, так как систематически

---

<sup>1</sup> Данные на октябрь 2023 г.

<sup>2</sup> Более детальный обзор предоставлен в Приложении 2.

появляются новые СМИ, а некоторые из них закрываются по разным причинам (экономическим, политическим и т.д.).

По данным Единого государственного регистра статистических единиц, количество хозяйствующих субъектов, зарегистрированных в качестве средств массовой информации, увеличилось с 1 866 на начало 2022 года до 1 922 на начало 2023 года, или на 3%.

- ***Использование Интернет-источников как основного канала коммуникаций***

В условиях стремительного развития технологий и ряда внешних факторов, расширяющих спектр возможностей получения и доступа к информации, ситуация на медиарынке Кыргызстана постоянно меняется. Современные устройства становятся все более доступными и распространенными среди населения, открывая перед пользователем широкий спектр медиаисточников.

В недавнем исследовании ["Медиапотребление и дезинформация в Центральной Азии: количественная и качественная оценка в контексте геополитики"](#) отмечается, что "Еще одной важной тенденцией в Кыргызстане является рост популярности Интернета среди населения. По данным национального опроса, 72% респондентов используют Интернет для потребления новостей, отдавая предпочтение WhatsApp (79%), Instagram (68%) и Facebook (45%) среди мессенджеров и социальных медиасервисов".

YouTube (65%) и Instagram (60%) - две самые популярные социальные сети, которыми пользуются жители Кыргызстана. TikTok (38%) и Facebook (32%) также остаются популярными среди населения. Одноклассники используют 20% населения, а Twitter и LinkedIn - менее 5% кыргызстанцев. Instagram чаще используют женщины (70%), чем мужчины (51%). Значимых различий между городскими и сельскими респондентами не отмечено, но данные свидетельствуют о том, что в городах пользователей Facebook и Instagram на 10% больше, чем в сельской местности, что незначительно с учетом погрешности.

[DATAPORTAL](#) приводит следующие данные по использованию Интернета в Кыргызстане на начало 2023 года:

- В Кыргызстане на начало 2023 года 5,21 млн. пользователей Интернета, при этом уровень проникновения Интернета составляет 77,9%.
- В январе 2023 года в Кыргызстане насчитывалось 2,75 млн. пользователей социальных сетей, или 41,1% от общей численности населения.
- На начало 2023 года в Кыргызстане насчитывалось 10,78 млн. пользователей сотовой мобильной связи, что соответствует 161,4% от общей численности населения.
- Данные, опубликованные на рекламных ресурсах Meta, свидетельствуют о том, что на начало 2023 года в Кыргызстане насчитывалось 706,1 тыс. пользователей Facebook.
- Данные, опубликованные в рекламных ресурсах Meta, свидетельствуют о том, что на начало 2023 года в Кыргызстане насчитывалось 2,30 млн. пользователей Instagram.
- Данные, опубликованные на рекламных ресурсах LinkedIn, свидетельствуют о том, что на начало 2023 года в Кыргызстане насчитывалось 190,0 тыс. пользователей LinkedIn.



### 3. ВИДЕНИЕ И МИССИЯ

В соответствии с текущей ситуацией, потребностями и требованиями пользователей, и прогнозируемой динамикой развития, Стратегия определяет видение и миссию, ориентированные на развитие национальной статистической системы Кыргызстана в предстоящие годы. Видение и миссия играют решающую роль в руководстве деятельностью, формировании идентичности и определении ее цели в более широком контексте сбора, анализа и распространения данных. Хотя видение и миссия связаны между собой, они выполняют разные функции и обеспечивают различные взгляды на стремления и цели Нацстаткома

Заявление о видении формулирует долгосрочные, ориентированные на будущее стремления. Оно представляет собой идеальное состояние, к которому стремится Нацстатком, дает четкую и вдохновляющую картину того, что Нацстатком представляет для себя, а также подчеркивает влияние, которое он стремится оказать. Служа путеводной звездой, объединяя усилия и мотивируя заинтересованные стороны работать над достижением общей цели, хорошо составленное заявление о видении способствует формированию чувства цели и направления, стимулируя инновации и вдохновляя приверженность делу.

Формулировка видения Нацстаткома может быть следующей:

- ✓ быть региональным (Центральная Азия) лидером в производстве надежных, высококачественных и своевременных статистических данных, способствующих принятию решений на основе фактических данных и стимулирующих устойчивое развитие;
- ✓ производить объективные статистические данные о социальных и экономических процессах, обеспечивая тем самым фактическую основу для наблюдения и анализа ситуации в экономике Кыргызстана для направления политики, связанной с развитием общества и экономики;
- ✓ быть признанным в качестве эффективного статистического учреждения для своевременного распространения надежных и достоверных статистических данных, соответствующих международным стандартам, для всех пользователей в равной степени и обеспечения эффективного использования национальных ресурсов путем эффективного мониторинга программ и проектов;
- ✓ для расширения возможностей общества с помощью точной и доступной статистической информации, позволяющей проводить обоснованную политику, обеспечивать справедливое развитие и повышать благосостояние для всех;
- ✓ быть в авангарде статистических инноваций, используя технологии и передовые методологии для предоставления своевременных и актуальных данных, стимулируя прогресс и решая общественные проблемы;
- ✓ для создания будущего, управляемого данными, в котором статистика определяет политику, стимулирует экономический рост и повышает качество жизни людей и сообществ.

С другой стороны, заявление о миссии определяет основную цель и причину существования Нацстаткома, а также передает основные виды деятельности, обязанности и ценности, которых придерживается Нацстатком при выполнении своего мандата. В программном заявлении

четко и лаконично описывается направленность деятельности Нацстаткома и конкретные результаты, которых он стремится достичь. Оно служит компасом, направляющим ежедневные операции и стратегические решения и обеспечивающим верность своей цели.

Миссия Нацстаткома может быть сформулирована следующим образом:

- ✓ собирать, анализировать и распространять точные и надежные статистические данные, поддерживая разработку политики на основе фактических данных, способствуя принятию обоснованных решений и содействуя прозрачности и подотчетности;
- ✓ предоставлять актуальные, надежные и своевременные статистические данные для содействия планированию и принятию решений на основе фактических данных;
- ✓ предоставлять высококачественные статистические продукты и услуги для поддержки социального и экономического развития страны;
- ✓ успешно координировать национальную статистическую систему и предоставлять качественные статистические данные и статистические услуги, которые поддерживают процессы развития;
- ✓ служить надежным источником статистической информации, предоставляя заинтересованным сторонам своевременные, полные и удобные для использования данные для поддержки исследований, планирования и принятия обоснованных решений;
- ✓ придерживаться самых высоких стандартов качества данных, целостности и конфиденциальности во всей статистической деятельности, укрепляя доверие и авторитет среди пользователей и поставщиков данных;
- ✓ сотрудничать с национальными и международными партнерами в целях содействия гармонизации статистических методологий, стандартов и практики, обеспечивая сопоставимость и укрепляя глобальную статистическую систему;
- ✓ привлекать и обучать заинтересованные стороны посредством эффективной коммуникации и информационно-просветительской работы, повышая грамотность в области данных, способствуя пониманию и использованию статистической информации для выработки научно обоснованной политики и общественных дискуссий.

Хотя видение и миссия отличаются друг от друга, они взаимосвязаны и должны быть согласованы. Видение обеспечивает всеобъемлющее направление, определяя стратегический выбор учреждения, а миссия описывает практические шаги и действия, необходимые для реализации этого видения. Вместе они создают целостную структуру, которая направляет усилия Нацстаткома, согласуется с его целями и формирует его идентичность.

#### 4. SWOT-АНАЛИЗ

SWOT-анализ является ценным ресурсом для понимания стратегических потребностей Нацстаткома. В нем кратко рассматриваются основные сильные и слабые стороны, выявляются внешние факторы, которые могут стать возможностями или, напротив, угрозами. Сильные стороны должны быть подчеркнуты в коммуникационной деятельности, в то время как Нацстатком должен быть готов к проблемным или кризисным коммуникациям в отношении выявленных слабых сторон и угроз. Поскольку одной из слабых сторон Нацстатком является ограниченность ресурсов, это должно быть отражено в количестве мероприятий и действий, которые должны быть включены в коммуникационный план.

Нацстатком должен:

- ✓ использовать внутренние сильные стороны для использования возможностей,
- ✓ использовать сильные стороны для минимизации угроз,
- ✓ улучшать слабые стороны, используя возможности,
- ✓ работать над устранением слабых сторон, чтобы избежать угроз.

## 4.1. Институциональный анализ



## 4.2. Коммуникационный анализ



## КАРТИРОВАНИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН

Карта заинтересованных сторон Нацстаткома определяет ключевые лица, организации и группы, заинтересованные в работе и результатах. Более того, она позволяет Нацстаткому получить представление о конкретных потребностях, ожиданиях и проблемах каждой группы заинтересованных сторон, поскольку различные заинтересованные стороны имеют различные потребности в статистических данных, начиная от разработки политики и принятия решений до исследований, бизнес-планирования или целей адвокации.

Заинтересованные стороны Нацстаткома подразделены на три категории в зависимости от их отношений и уровня вовлеченности в работу учреждения.

№	Категория заинтересованных сторон	Заинтересованные стороны
	<b>Внутренние заинтересованные стороны</b> - непосредственно связанные с Нацстаткомом	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ сотрудники/специалисты статистики - лица, работающие в статистическом учреждении, которые отвечают за сбор, анализ и распространение данных</li><li>✓ руководство - высшие руководители, менеджеры и лидеры, которые обеспечивают стратегическое руководство и принятие решений</li><li>✓ члены правления статистического совета</li></ul>
	<b>Внешние заинтересованные стороны</b> - не входящие в Нацстатком, но имеющие значительный интерес или влияние на ее деятельность	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ государственные учреждения - департаменты, министерства и регулирующие органы, которые полагаются на статистические данные для разработки политики, принятия решений и оценки программ</li><li>✓ пользователи</li><li>✓ СМИ - журналисты, которые доносят статистическую информацию до общественности</li><li>✓ международные организации - глобальные организации, такие как ООН, Всемирный банк и международные статистические организации, которые сотрудничают с Нацстаткомом для разработки стандартов и поддержки инициатив по наращиванию потенциала</li><li>✓ предприятия и отраслевые ассоциации - организации и ассоциации, которые используют статистические данные для исследования рынка, прогнозирования и принятия стратегических решений</li><li>✓ организации гражданского общества - некоммерческие организации, адвокационные группы и аналитические центры, которые используют статистические данные для</li></ul>

		<p>поддержки своей работы и влияния на государственную политику</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ исследователи и ученые - ученые и преподаватели, которые используют статистические данные для исследований, анализов и публикаций</li> <li>✓ поставщики данных - физические лица, домохозяйства, предприятия и административные учреждения, которые предоставляют необходимые данные для статистического анализа и исследований</li> <li>✓ широкая общественность - более широкие слои населения, которым полезны точные и надежные данные для понимания актуальных тенденций, связанных с их реальной жизнью.</li> </ul>
	<p><b>Связанные заинтересованные стороны</b> - имеют конкретные отношения или связи с Нацстаткомом, но их участие может быть более специализированным или ограниченным</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ академические учреждения, - университеты и учебные заведения, которые вносят вклад в статистическое образование, обучение и исследования.</li> <li>✓ профессиональные ассоциации - ассоциации или общества, которые представляют профессионалов в области статистики и продвигают передовой опыт в области статистики</li> <li>✓ исследовательские/партнерские учреждения - другие статистические учреждения или исследовательские организации, с которыми учреждение сотрудничает в области обмена данными, совместных проектов или исследовательских инициатив.</li> </ul>

Определение основных заинтересованных сторон и их взаимоотношений позволяет эффективно взаимодействовать и сотрудничать, разрабатывать целевые коммуникационные кампании и планы для каждой группы, а также проактивно управлять их ожиданиями и опасениями. Выявление потенциальных источников сопротивления, скептицизма или неверных представлений позволяет своевременно решать эти проблемы, оперативно смягчать возможные конфликты, поддерживать доверие и укреплять репутацию Нацстаткома. Все перечисленное включает в себя создание каналов коммуникации, проведение консультаций, получение обратной связи и вовлечение заинтересованных сторон в деятельность Нацстаткома.



Эффективное взаимодействие с заинтересованными сторонами повышает вероятность интеграции статистической информации в политику, особенно, если определена влиятельная заинтересованная сторона. Кроме того, это способствует сотрудничеству, укрепляет доверие и гарантирует, что работа Нацстаткома остается актуальной и отвечает их потребностям, а с другой стороны, помогает определить потенциальных пользователей данных. Понимая, кто использует данные, Нацстатком может адаптировать свои коммуникационные усилия для продвижения применения данных, подчеркнуть ценность и влияние статистической информации и продемонстрировать, как данные могут поддержать принятие решений на основе фактических данных, исследования или общественные дискуссии. Это способствует использованию и воздействию данных в различных секторах и обеспечивает их актуальность для решения проблем округа.



## 5. ЦЕЛИ

### 6.1. Стратегическая цель

Основной задачей стратегической цели Нацстаткома является обеспечение четкого направления, фокуса и цели, поскольку она ведет учреждение к долгосрочному успеху и национальному влиянию.

- ✓ развивать и поддерживать интегрированную, последовательную и надежную национальную статистическую систему Кыргызской Республики.

### 6.2. Бизнес-цели

Нацстатком действует в рамках более широкой стратегической структуры, которая определяет ее всеобъемлющую задачу и видение, а главная стратегическая цель служит движущей силой существования учреждения. С другой стороны, четко определенные бизнес-цели согласуются с главной целью и способствуют ее достижению, поэтому они должны быть напрямую связаны с главной стратегической целью, поддерживая ее, предоставляя дорожную карту для достижения успеха.

Поскольку основной стратегической целью Нацстаткома для статистического учреждения является **«развитие и поддержание интегрированной, последовательной и надежной национальной статистической системы Кыргызской Республики»**, сформированы следующие бизнес-цели:

- ✓ улучшить методологию сбора данных;
- ✓ усовершенствовать методы сбора данных путем изучения инновационных техник, использования технологических достижений и рационализации процессов сбора данных;
- ✓ расширить охват по сбору данных, что предполагает включение новых географических районов, демографических групп или отраслей для обеспечения всестороннего представительства населения и повышения статистической достоверности данных;
- ✓ улучшить интеграцию и сопоставимость многочисленных наборов данных из различных источников, обеспечивая беспрепятственный обмен данными и их анализ в различных системах или платформах;
- ✓ усилить меры по защите данных, включая внедрение надежного шифрования данных, контроля доступа и политики конфиденциальности для защиты конфиденциальной информации и обеспечения соблюдения соответствующих нормативных требований;
- ✓ развивать передовые аналитические возможности, основанные на данных, для получения значимых выводов из собранных данных.

В центре внимания данного документа находится коммуникация, а потому важно выделить следующие бизнес-цели, которые связаны с совершенствованием способов удовлетворения потребностей пользователей:

- ✓ эффективно и своевременно распространять соответствующие высококачественные статистические показатели, отражающие различные аспекты экономики и общества, чтобы предоставить пользователям надежный источник для анализа текущей ситуации и принятия решений;
- ✓ сосредоточиться на совершенствовании методов распространения данных, таких как создание удобных для пользователей порталов данных, внедрение инструментов визуализации данных и повышение доступности данных;
- ✓ повысить доверие к официальной статистике со стороны отечественной и международной общественности;
- ✓ привести национальную статистическую систему в соответствие с требованиями и ожиданиями пользователей и удовлетворить их потребности;
- ✓ повысить осведомленность общественности о работе учреждения, методологии и важности принятия решений на основе данных;
- ✓ усилить профессиональную независимость системы официальной статистики Кыргызской Республики;
- ✓ обеспечить методологическую согласованность и сопоставимость данных в международной среде;
- ✓ активизировать деятельность по международному сотрудничеству и активное участие в работе соответствующих международных институтов.

Определив конкретные цели, Нацстатком обеспечит прямое соответствие своих действий и инициатив стратегической цели, способствуя синергии и согласованности. Хотя основное внимание уделяется коммуникационным целям, важно подчеркнуть, что бизнес-цели выступают в качестве ориентиров, по которым можно оценивать эффективность работы Нацстаткома. Поэтому важно установлены четкие и измеримые цели (КПЭ), по которым Нацстатком будет отслеживать и оценивать прогресс или выявлять области, требующие улучшения.

### 6.3. Коммуникационные цели и КПЭ

Коммуникационные цели служат фундаментальной основой для эффективной коммуникационной стратегии, формулируя стремления и намерения и определяя желаемые результаты и действия. Согласованные со стратегическими и бизнес-целями, они обеспечивают Нацстаткому "дорожную карту" с четким направлением, целью и задачей, направляя осуществляемую деятельность на достижение желаемых результатов и достижение успеха за счет использования коммуникаций для обеспечения целенаправленных усилий. Они также способствуют слаженному и комплексному функционированию Нацстаткома, обеспечивая взаимодействие всех действий для достижения общей цели.

Структура SMART, которая подчеркивает конкретность, измеримость, достижимость, актуальность и временные рамки, гарантирует, что коммуникационные цели четко определены, осуществимы и способствуют достижению общих целей Нацстаткома. Приняв коммуникационные цели SMART, Нацстатком сможет усилить свою целенаправленность, добиться измеримых результатов, оптимизировать распределение

ресурсов и, в конечном итоге, достичь устойчивого успеха благодаря эффективной практике коммуникации.

SMART-цели также обеспечивают ясность и точность, не оставляя места для двусмысленности. Они четко и лаконично определяют желаемые результаты, направляя коммуникационные усилия на достижение конкретных целей. Такая ясность помогает избежать неверного толкования и гарантирует, что все участники процесса понимают намеченные цели. Включив измеримость в цели коммуникации, Нацстатком может оценить прогресс и эффективность своих усилий. Определение измеримых показателей и метрик позволяет проводить объективное измерение и отслеживать результаты, способствуя принятию решений на основе данных и постоянному совершенствованию.

Коммуникационные цели, результаты и КПЭ Нацстаткома на предстоящий период таковы:

**1. Сформировать культуру постоянного совершенствования и повысить воздействие целевых групп пользователей на деятельность в области официальной статистики**

КПЭ: увеличение влияния целевых групп пользователей (интеграция предложений и пожеланий пользователей) на важнейшие статистические мероприятия Нацстаткома не менее чем на 10% по сравнению с предыдущим годом.

РЕЗУЛЬТАТ: укрепление репутации Нацстаткома, как организации, ориентированной на пользователя.

**2. Повысить осведомленность целевых групп пользователей и заинтересованных сторон о важности и ценности статистических данных для принятия решений, выработки политики и присутствия в повседневной жизни**

КПЭ: повышение уровня осведомленности не менее чем на 10% после проведения пост коммуникационных мероприятий по сравнению с исходными показателями.

РЕЗУЛЬТАТ: улучшение имиджа Нацстаткома, как источника достоверных статистических данных.

**3. Продвигать статистическую грамотность и улучшать понимание статистических концепций, методологий и источников данных среди различных целевых групп пользователей**

КПЭ: повышение уровня статистической грамотности не менее чем на xx% после внедрения образовательных мероприятий, инструментов и материалов для целевых групп пользователей по сравнению с исходными показателями.

РЕЗУЛЬТАТ: повышение уровня статистических знаний и понимания, позволяющих применять официальные статистические данные на практике, что оказывает более широкое воздействие на процессы принятия решений и общую статистическую грамотность.

#### **4. Повысить доверие и авторитет Нацстаткома путем обеспечения прозрачности, точности и объективности сбора, анализа и распространения данных**

КПЭ: повышение доверия и авторитета Нацстаткома не менее чем на 10% по сравнению с базовыми показателями после повышения прозрачности, точности и объективности данных.

РЕЗУЛЬТАТ: повышение доверия и авторитета Нацстаткома, которое найдет отклик у целевых групп пользователей, и утверждение его в качестве авторитетного источника непредвзятых и точных данных и информации.

Эти коммуникационные цели и результаты соотносятся с основными задачами Нацстаткома и повысят визуальную представленность, воздействие и вовлеченность организации в работу с целевыми группами пользователей, что в конечном итоге будет способствовать эффективному использованию данных для принятия обоснованных решений и прогресса страны.

Эти коммуникационные цели соответствуют более широким целям Нацстаткома и могут повысить видимость, влияние и взаимодействие учреждения с заинтересованными сторонами, в итоге способствуя эффективному использованию данных для принятия обоснованных решений и прогресса страны.

#### **6. СЕГМЕНТАЦИЯ АУДИТОРИИ И СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД**

Для успешного осуществления коммуникационной деятельности необходимо наладить сотрудничество и создать доверительные отношения с ключевыми целевыми аудиториями во внутренней и внешней среде. Учитывая различные потребности и конкретные требования к коммуникации, важно выбрать наиболее подходящие каналы коммуникации и тактику общения для создания понимания, принятия ключевых сообщений и получения поддержки, влияющей на поведение и достижение определенных бизнес- и коммуникационных целей. В этом процессе одним из наиболее важных моментов является понимание конкретной целевой группы, на которую нацелен Нацстатком, так как это помогает адаптировать сообщения и каналы коммуникации, чтобы они эффективно достигали целей и находили отклик.

7.1. Внутренняя и внешняя целевые аудитории, стратегические подходы и каналы коммуникаций

№	Целевая аудитория	Задачи	Стратегические подходы	Инструменты/каналы коммуникаций
1.	<p><b>Внутренняя целевая аудитория</b></p> <p><i><b>Настоящие сотрудники</b></i></p> <p>Инвестиции в сотрудников создают позитивную рабочую среду, способствуют сотрудничеству и укрепляют репутацию учреждения, и, уделяя приоритетное внимание их потребностям, вовлечению и развитию, Нацстатком может повысить качество результатов, согласовать усилия и создать культуру совершенства.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ способствовать формированию сплоченного и вовлеченного персонала, который соответствует целям и ценностям Нацстаткома</li> <li>✓ обеспечить внутреннюю целевую аудиторию подробной и своевременной информацией о планируемых коммуникационных и рекламных мероприятиях</li> <li>✓ стимулировать их мотивацию к активному участию в достижении определенных деловых и коммуникационных целей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ уделять приоритетное внимание сотрудничеству и профессиональному развитию, а также созданию эффективных каналов коммуникации.</li> <li>✓ информировать в простой форме о поставленных деловых и коммуникационных целях, запланированных мероприятиях и достигнутых результатах реализованных коммуникационных мероприятий через обмен знаниями, обратную связь, формирование чувства принадлежности, а также возможности для роста и развития.</li> </ul>	<p><b>Прямые или собственные каналы</b> Интранет, встречи, брифинги и обучение, прямая рассылка (электронная почта), информационный бюллетень, доска объявлений и т.п.</p>
2.	<p><b>Внешняя целевая аудитория</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ разработчики политики</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ подчеркнуть важность официальной статистики в повседневной частной и деловой жизни</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ установить эффективные коммуникационные каналы, по которым ключевые сообщения, связанные с</li> </ul>	<p><b>Прямые каналы, офлайн и онлайн каналы и косвенные.</b> веб-</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>бизнес</i></li> <li>✓ <i>исследователи</i></li> <li>✓ <i>журналисты и медийные организации</i></li> <li>✓ <i>студенты (второй и третий уровень)</i></li> <li>✓ <i>неправительственные организации и общественные группы</i></li> <li>✓ <i>потенциальные сотрудники</i></li> <li>✓ <i>респонденты опросов и другие поставщики данных</i></li> </ul>		<p>освещением фундаментальных принципов официальной статистики, будут достигать внешних целевых аудиторий</p>	<p>сайт, социальные сети, поисковая сеть Google, пресс-конференции, пресс-релизы, проактивное информирование (брифинг) журналистов, интервью, собственные статьи, новостные релизы, блоги, информационные бюллетени, семинары, мастер-классы, внешняя и внутренняя реклама, радио- и телепередачи, видеоматериалы, инфографика, средства визуализации данных, интерактивные платформы и тому подобное.</p>
--	--	--	---	--

## 7. КЛЮЧЕВЫЕ СООБЩЕНИЯ

Ключевые коммуникационные сообщения играют решающую роль в передаче важной информации, содействии пониманию и укреплению видения, миссии, ценностей и основополагающих принципов официальной статистики Нацстаткома. Эти послания должны быть четкими, краткими и служить в качестве руководящих принципов, которые согласуют коммуникационные усилия с основными целями и создают последовательное изложение для различных целевых групп.

### Общие положения

- ✓ как главный координатор национальной статистической системы, Нацстатком придерживается основополагающих принципов официальной статистики, обеспечивая объективность, беспристрастность и прозрачность в практике сбора, анализа и распространения данных, гарантируя целостность и достоверность предоставляемых данных;
- ✓ Нацстатком предоставляет всем пользователям равный и одновременный доступ к официальной статистике, информируя их обо всех источниках и методах статистического производства;
- ✓ Нацстатком признает силу визуализации данных и повествования при передаче статистической информации;
- ✓ Нацстатком предоставляет удобные для пользователей инструменты и ресурсы для эффективного представления данных целевым аудиториям.

### Сотрудники

- ✓ ваша приверженность производству точных и надежных статистических данных способствует принятию решений на основе фактических данных и эффективному управлению;
- ✓ ваша работа играет жизненно важную роль в формировании политики, стимулировании экономического роста и улучшении благосостояния людей и сообществ;
- ✓ сотрудничество и обмен знаниями необходимы для поддержания качества и целостности наших статистических результатов;
- ✓ постоянное профессиональное развитие имеет решающее значение для того, чтобы оставаться на переднем крае статистической практики;
- ✓ ваша повседневная работа способствует продвижению социальной справедливости, равенства и устойчивого развития;
- ✓ ваши коллективные усилия способствуют инновациям в области сбора данных, статистического анализа и распространения информации;
- ✓ вы являетесь частью глобального статистического сообщества и ваш вклад играет жизненно важную роль в международном сотрудничестве и гармонизации;

- ✓ Нацстатком ценит совершенство в работе и стремится постоянно совершенствовать методологию, сбор, анализ и распространение данных для обеспечения высочайших стандартов качества;
- ✓ Нацстатком придерживается самых высоких стандартов этики, подотчетности и прозрачности в повседневной работе;
- ✓ Нацстатком привержен соблюдению основополагающих принципов официальной статистики, включая честность, объективность, профессионализм и прозрачность;
- ✓ Нацстатком стремится к созданию разнообразной и инклюзивной рабочей среды, в которой каждый сотрудник чувствует, что его ценят, уважают и дают возможность внести свой вклад в уникальные перспективы и таланты.

### **Разработчики политики**

- ✓ данные Нацстаткома обеспечивают прочную основу для формирования политики на основе фактических данных;
- ✓ Нацстатком стремится предоставлять политикам точные, своевременные и актуальные данные для поддержки принятия обоснованных решений;
- ✓ Нацстатком является надежным партнером в переводе статистической информации в действенные политические рекомендации;
- ✓ работа Нацстаткома позволяет политикам выявлять тенденции, оценивать влияние политики и стимулировать эффективные изменения;
- ✓ Нацстатком поддерживает политиков в мониторинге прогресса в достижении целей устойчивого развития и решении проблем общества;
- ✓ сотрудничество с политиками необходимо для понимания их потребностей в данных и адаптации результатов работы Нацстаткома к их нуждам, требованиям и ожиданиям;
- ✓ Нацстатком ценит обратную связь и вклад политиков в формирование методологии сбора данных и приоритетов;
- ✓ Нацстатком поощряет использование статистических данных для достижения инклюзивной и справедливой политики;
- ✓ данные Нацстаткома способствуют прозрачности и подотчетности в процессе формирования политики;
- ✓ Нацстатком стремится вовлекать политиков в обсуждение возникающих статистических тенденций, проблем и возможностей;
- ✓ статистические релизы четко разграничены и выпускаются отдельно от политических заявлений.

### **Бизнес**

- ✓ Нацстатком предоставляет точные и надежные официальные статистические данные для поддержки принятия решений на основе фактических данных, стратегического бизнес-планирования и инвестиций;
- ✓ статистические результаты Нацстаткома способствуют принятию решений в области бизнес-стратегии и инвестиций;



- ✓ данные Нацстаткома помогают бизнесу определить тенденции рынка, возможности и потенциальные риски;
- ✓ сотрудничество между Нацстаткомом и компаниями способствует лучшему пониманию экономической динамики и повышает конкурентоспособность;
- ✓ Нацстатком ценит отзывы и вклад компаний в разработку продуктов и услуг в области данных для удовлетворения их конкретных потребностей и требований;
- ✓ сотрудничество с компаниями позволяет нам получать ценную информацию и отзывы о новых тенденциях и проблемах рынка;
- ✓ данные Нацстаткома облегчают проведение сравнительного анализа и отраслевого анализа, предоставляя компаниям ценную конкурентную информацию;
- ✓ Нацстатком стремится предоставлять удобные и доступные инструменты и платформы данных, чтобы компании могли эффективно использовать статистическую информацию;
- ✓ Нацстатком поддерживает тесное партнерство с компаниями, способствуя экономическому росту и стимулируя инновации путем принятия решений на основе данных;
- ✓ Нацстатком гарантирует, что конфиденциальная информация, полученная от компаний, будет обрабатываться безопасно и с максимальным уважением к правилам защиты частной жизни;
- ✓ выбор источников данных и статистических методов, а также решения о распространении статистических данных основываются на статистических соображениях.

## **Исследователи**

- ✓ Нацстатком предоставляет исследователям всеобъемлющие, надежные и высококачественные статистические данные для поддержки их исследований, анализов и развития знаний;
- ✓ Нацстатком ценит решающую роль исследователей в расширении границ статистических исследований и содействии принятию решений на основе фактических данных в различных дисциплинах;
- ✓ Нацстатком поддерживает междисциплинарные исследования, признавая важность объединения статистических знаний с другими областями для решения сложных общественных проблем, и способствует инновациям в статистических подходах;
- ✓ Нацстатком поощряет обмен результатами исследований и продвигает инициативы в области открытых данных, облегчая доступ к широкому спектру статистических наборов данных и поощряя исследователей использовать данные Нацстаткома и опираться на них в своих исследовательских проектах;
- ✓ сотрудничество между исследователями и Нацстаткомом способствует разработке политики и практики, основанных на фактических данных;
- ✓ Нацстатком ценит партнерство, обмен знаниями, обратную связь, вклад и опыт исследователей в совершенствовании методологии сбора данных и практики их распространения;

- ✓ Нацстатком признает и отмечает вклад исследователей в использование наших статистических данных в научных целях;
- ✓ Нацстатком предоставляет доступ к индивидуальным данным для научных целей в соответствии с четкими и строгими процедурами, обеспечивая при этом конфиденциальность статистики и защиту данных;
- ✓ данные Нацстаткома служат надежным ориентиром для сравнения и анализа тенденций в различных секторах экономики;
- ✓ Нацстатком обеспечивает надежную и доступную статистическую инфраструктуру, которая дает возможность исследователям вносить значимый вклад в развитие своих областей и общества в целом.

### **Журналисты и медийные организации**

- ✓ Нацстатком служит надежным источником статистической информации, поддерживая усилия по предоставлению общественности точных и впечатляющих материалов;
- ✓ Нацстатком предоставляет точные, своевременные данные и достоверную статистическую информацию для поддержки ответственной журналистики и информированного освещения событий;
- ✓ сотрудничество со СМИ обеспечивает точное и эффективное донесение статистической информации, концепций, тенденций и взглядов до широкой общественности, повышая осведомленность и понимание общественностью важнейших вопросов;
- ✓ Нацстатком ценит партнерство со СМИ в продвижении грамотности в области данных и улучшении понимания общественностью статистических концепций;
- ✓ данные Нацстаткома обеспечивают контекст, понимание и доказательства для материалов и исследований СМИ;
- ✓ сотрудничество со средствами массовой информации способствует укреплению партнерства, повышению прозрачности и подотчетности при распространении и передаче статистической информации;
- ✓ Нацстатком приветствует запросы от СМИ и предоставляет оперативную и надежную поддержку для удовлетворения их потребностей в данных;
- ✓ Нацстатком предоставляет средствам массовой информации доступ к экспертам по данным, которые могут предоставить свои соображения и анализ по статистическим вопросам;
- ✓ Нацстатком признает роль СМИ в повышении осведомленности о важности статистики и принятия решений на основе данных;
- ✓ данные Нацстаткома поддерживают СМИ в предоставлении точных и впечатляющих историй, которые стимулируют общественный дискурс и вовлеченность;
- ✓ Нацстатком ценит журналистику, ориентированную на данные, и способствует формированию культуры отчетности, основанной на фактах, что способствует информированному общественному обсуждению и принятию решений;

- ✓ Нацстатком поддерживает конструктивную обратную связь и участвует в постоянном совершенствовании для удовлетворения меняющихся потребностей СМИ и журналистов.

### **Неправительственные организации и общественные группы**

- ✓ Нацстатком признает ценный вклад неправительственных организаций (НПО), групп граждан Нацстаткового общества и общественных организаций в отстаивание социальных изменений и содействие национальному благосостоянию;
- ✓ Нацстатком поддерживает адвокацию и принятие решений на основе фактических данных путем предоставления данных, учитывающих конкретные потребности и интересы НПО, групп граждан Нацстаткового общества и общественных организаций;
- ✓ сотрудничество с НПО, группами граждан Нацстаткового общества и общественными организациями способствует прозрачности, подотчетности, инклюзивности и подходу на основе участия в статистической деятельности, позволяя проводить обсуждения и действия, основанные на данных;
- ✓ данные Нацстаткома поддерживают основанную на фактах адвокацию, позволяя группам граждан Нацстаткового общества стимулировать позитивные социальные изменения;
- ✓ сотрудничество между Нацстаткомом и группами граждан Нацстаткового общества способствует повышению грамотности в области данных и расширяет возможности сообществ по использованию статистической информации для принятия решений;
- ✓ Нацстатком признает и уважает различные точки зрения и знания, которые организации граждан Нацстаткового общества привносят в интерпретацию и использование статистических данных.

### **Академическое сообщество**

- ✓ Нацстатком признает роль академических кругов в расширении границ знаний;
- ✓ Нацстатком стремится развивать отношения сотрудничества с академическими кругами, предоставляя исследователям и ученым доступ к всеобъемлющим и надежным данным для их исследований и анализа;
- ✓ Нацстатком поощряет инициативы по предоставлению открытых данных, предоставляя ученым доступ к разнообразным наборам статистических данных для поддержки их исследовательской деятельности;
- ✓ сотрудничество между Нацстаткомом и академическими кругами имеет важное значение для решения сложных исследовательских вопросов, получения значимых результатов и внедрения инноваций в статистическую практику;

- ✓ Нацстатком поощряет обмен знаниями и опытом, способствуя развитию культуры обучения, интеллектуального любопытства и междисциплинарного сотрудничества;
- ✓ Нацстатком поддерживает распространение результатов исследований и публикаций, усиливая воздействие академических исследований и внося вклад в глобальные знания.

### **Студенты (второй и третий уровень)**

- ✓ откройте для себя силу статистики в формировании мира, управляемого данными, и то, как статистическая информация формирует процесс принятия решений в различных областях;
- ✓ узнайте, как данные и анализ обеспечивают прочную основу для доказательных исследований в различных дисциплинах, что позволит вам внести свой вклад в эффективную и достоверную научную работу;
- ✓ изучите практическое применение статистики для решения реальных задач, таких как экономическое развитие, социальная политика, экологическая устойчивость и здравоохранение;
- ✓ изучите разнообразные и выгодные карьерные пути в области статистики, анализа данных, исследований, разработки политики и отраслей, основанных на данных, вооружившись знаниями и навыками, полученными благодаря работе в Нацстаткоме
- ✓ научитесь искусству эффективной визуализации данных и коммуникации для представления статистической информации в увлекательной и доступной форме, делая сложные концепции более понятными для широкой аудитории;
- ✓ развивайте критическое мышление и аналитические навыки посредством статистических рассуждений, интерпретации данных и решения проблем, которые высоко ценятся в современном обществе, основанном на данных;
- ✓ обращайтесь за ценной исследовательской поддержкой и ресурсам, предоставляемым Нацстаткомом, включая архивы данных, статистическое программное обеспечение, учебные программы и руководство экспертов для расширения ваших исследовательских возможностей;
- ✓ узнайте, как статистические данные помогают принимать политические решения, способствуя разработке политики на основе фактических данных и стимулируя позитивные общественные изменения.

### **Респонденты опросов и другие поставщики данных**

- ✓ ваш голос имеет значение - участвуя в опросах Нацстаткома, вы имеете возможность внести свой вклад в важные процессы принятия решений, которые определяют политику, программы и услуги в вашем сообществе, стране и за ее пределами;
- ✓ ваши ответы играют важную роль в создании мощной системы данных, которая позволяет принимать решения на основе фактических данных;

- ✓ ваши отзывы и предложения помогают нам улучшить качество опроса и актуальность собираемых нами данных, обеспечивая их полезность для различных заинтересованных сторон;
- ✓ ваш вклад непосредственно влияет на разработку и реализацию эффективных стратегий и инициатив;
- ✓ личная информация защищена - Нацстатком гарантирует, что все ответы, собранные в ходе статистических опросов, будут рассматриваться с максимальной конфиденциальностью и приватностью, поскольку Нацстатком придерживается строгих протоколов защиты данных;
- ✓ Нацстатком предоставляет прозрачную информацию о цели, объеме и использовании собранных данных;
- ✓ Нацстатком стремится сделать опросы удобными и доступными для всех респондентов;
- ✓ Нацстатком искренне ценит ваше время и усилия, затраченные на участие в наших опросах.

### **Будущие сотрудники**

- ✓ станьте частью миссии учреждения, занимающегося производством точной, надежной и актуальной статистической информации, которая служит общественным интересам и способствует принятию решений на основе фактических данных;
- ✓ вносите свой вклад в развитие общества, работая над проектами, оказывающими непосредственное влияние на разработку политики, экономический анализ, социальные исследования и другие области, где статистические данные имеют решающее значение;
- ✓ пользуйтесь благоприятной средой, которая поощряет профессиональный рост и развитие, предоставляя возможности для обучения, наставничества и приобретения новых навыков в области прикладной статистики и анализа данных;
- ✓ присоединяйтесь к разнообразному и инклюзивному коллективу, способствующему сотрудничеству, инновациям и обмену идеями в различных областях статистики и с различным опытом работы;
- ✓ взаимодействуйте с международными организациями, сотрудничайте с экспертами со всего мира и вносите свой вклад в разработку глобальных статистических стандартов и передовой практики;
- ✓ изучайте широкий спектр возможностей карьерного роста, будь то специализированные статистические исследования, анализ данных, разработка политики или другие области, соответствующие вашему опыту и стремлениям.

Эти ключевые коммуникационные сообщения для различных целевых групп могут улучшить понимание, доверие и вовлеченность целевых аудиторий, способствуя установлению прочных и взаимовыгодных отношений, которые поддерживают принятие решений на основе фактических данных, использование данных и более широкое воздействие статистических данных на все общество. Они могут меняться

время от времени, ставя в центр внимания другой набор ключевых сообщений с конечной целью информирования и продвижения конкретного статистического продукта или услуги.

## **8. КОММУНИКАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Коммуникационная стратегия предусматривает возможные коммуникационные мероприятия, которые должны регулярно проводиться для достижения поставленных коммуникационных, деловых и стратегических целей. Они необходимы для обеспечения эффективного продвижения статистической деятельности, укрепления доверия между заинтересованными сторонами, повышения грамотности в области данных и развития сотрудничества с различными целевыми аудиториями.

Поскольку цели коммуникационной стратегии планируется реализовать посредством осуществления определенных коммуникационных мероприятий, они должны быть детально проработаны в Коммуникационном плане - документе, в котором точно и конкретно перечислены отдельные коммуникационные мероприятия в конкретный период. Оптимально обновлять коммуникационные планы ежеквартально или хотя бы раз в год, чтобы адаптировать мероприятия к потребностям реализации Стратегии, а также к текущим приоритетам Нацстаткома. В контексте коммуникационной деятельности, которая будет осуществляться посредством общей, медийной и внутренней коммуникации, можно выделить следующие группы:

- ✓ визуальная представленность;
- ✓ коммуникационные материалы;
- ✓ цифровые мероприятия;
- ✓ связи со СМИ;
- ✓ общественные мероприятия;
- ✓ внутренняя коммуникация.

## **9. УПРАВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМАМИ И КРИЗИСАМИ**

В современном динамичном и взаимосвязанном мире каждое статистическое учреждение сталкивается с кризисом, который может повлиять на его репутацию, авторитет и доверие общественности. Именно поэтому частью эффективного управления брендом является наличие надежной стратегии кризисной коммуникации, которая позволяет статистическому учреждению быстро и эффективно реагировать на эти угрозы и минимизировать воздействие на организацию и бренд.

Поскольку коммуникационная стратегия является основным документом стратегической коммуникации, важно осветить один из наиболее важных аспектов управления проблемами и кризисами.

Потенциальной кризисной ситуацией могут стать вопросы, связанные со следующими темами:

- ✓ **Точность и целостность данных** – Поскольку Нацстатком отвечает за сбор, анализ и распространение точных и объективных данных, любая проблема, ставящая под сомнение точность или целостность данных, может подорвать авторитет Нацстаткома и доверие общественности. Эффективная кризисная коммуникация имеет решающее значение для оперативного и прозрачного разрешения подобных ситуаций с целью восстановления доверия к данным и методологиям Нацстаткома.
- ✓ **Утечка данных и кибербезопасность** – Нацстатком может подвергнуться кибератаке, которая может поставить под угрозу конфиденциальные данные, включая личную информацию частных лиц и конфиденциальные результаты исследований. В случае утечки данных, кризисная коммуникация играет жизненно важную роль в управлении последствиями, своевременном информировании заинтересованных сторон, уведомлении пострадавших сторон, смягчении потенциального ущерба, обеспечении принятия учреждением соответствующих мер по защите конфиденциальной информации и восстановлении доверия к мерам по защите данных учреждения.
- ✓ **Спорные (противоречивые) выводы или методологии** – Нацстатком производит статистические данные, которые могут иметь значительные социальные, экономические или политические последствия. Публикация тех или иных важных статистических данных может вызвать споры из-за предполагаемых недостатков или предвзятости используемой методологии. В случае возникновения методологических разногласий необходима эффективная кризисная коммуникация для решения проблем, обеспечения контекста, разъяснения методологии и прозрачного диалога с заинтересованными сторонами для поддержания авторитета и репутации учреждения, а также общественного доверия.
- ✓ **Заявления о манипулировании данными** – Возникают обвинения в том, что статистическими данными намеренно манипулируют в политических или экономических целях. Статистическое учреждение должно оперативно реагировать на эти обвинения, проводя тщательное расследование и прозрачно сообщая о результатах, чтобы сохранить целостность данных и репутацию учреждения.
- ✓ **Гармонизация международных данных** – Нацстатком может столкнуться с проблемами при согласовании своих методик сбора данных с международными стандартами, что потенциально может повлиять на сопоставимость данных и сотрудничество с международными партнерами. В случае возникновения методологических разногласий, необходимы стратегии управления вопросами для налаживания диалога с международными заинтересованными сторонами и работы над гармонизацией методологий для обеспечения актуальности и совместимости данных учреждения в глобальном масштабе.
- ✓ **Технологический сбой** – Поскольку Нацстатком сильно зависит от технологии, значительный технологический сбой, например, авария сервера или повреждение данных, может нарушить способность учреждения получать доступ или извлекать данные. В случае технологического сбоя необходимы кризисная

коммуникация и управление проблемами, чтобы оперативно уведомить заинтересованные стороны, описать влияние на доступность данных и реализовать планы действий в чрезвычайных ситуациях для восстановления нормальной работы.

- ✓ **Неправомерные действия персонала** – Неправомерные действия персонала, такие как манипулирование данными или неэтичное поведение, могут иметь место. В случае неправомерного поведения персонала, кризисная коммуникация и управление проблемами необходимы для устранения неправомерного поведения, сообщения о соответствующих дисциплинарных мерах и заверения заинтересованных сторон в приверженности учреждения поддержанию высоких этических стандартов.
- ✓ **Недостаточное финансирование** – Нацстратком может столкнуться со значительным сокращением финансирования или ограничениями, которые могут поставить под угрозу его способность осуществлять сбор и анализ важнейших данных. В случае нехватки финансирования, коммуникация управления вопросами выступает за увеличение финансирования и взаимодействует с заинтересованными сторонами и СМИ, чтобы подчеркнуть важность статистических данных.

Хотя в целом лучше избегать реализации деятельности в кризисном режиме, неизбежно, что время от времени будут возникать кризисы или проблемы, и они могут предоставить возможности для укрепления бренда при правильном управлении. Эффективное управление проблемами и кризисами позволяет статистическим учреждениям выявлять и решать потенциальные проблемы до их обострения, обеспечивая надежность и актуальность своих данных.

Поэтому заблаговременное выявление потенциальных проблем или угроз, которые могут возникнуть в их деятельности или в более широком ландшафте данных, может снизить риски до того, как они перерастут в полномасштабные кризисы.

Управление проблемами и кризисами включает в себя повышение устойчивости организации и разработку надежных планов действий в чрезвычайных ситуациях. НБК должна иметь процессы, позволяющие быстро и эффективно реагировать на потенциальные проблемы, включая определение групп по управлению кризисами, ролей и обязанностей, а также регулярное тестирование планов реагирования с помощью симуляций и учений.



## 10. ОЦЕНКА

Оценка определяет ключевые показатели эффективности (КПЭ) и позволяет Нацстаткому постоянно совершенствовать свой коммуникационный подход и убедиться, что он достигает поставленных целей. Стратегия также дает ценную информацию о том, достигаются ли желаемые результаты, помогает определить области для улучшения и принять обоснованные решения для будущего планирования коммуникации. Оценка также позволяет команде Нацстаткома по коммуникациям обосновать необходимость дополнительных ресурсов, принимать решения, основанные на данных, и повышать общую эффективность работы.

Рассматривая разнообразные виды коммуникационной деятельности и связанные с ними КПЭ, Нацстатком может получить ценные сведения об эффективности своих усилий и улучшить общий план коммуникаций.

Коммуникационная деятельность охватывает широкий спектр упомянутых стратегий и тактик, и для целей оценки они обычно ассоциируются со следующими КПЭ.

**Контент-маркетинг** предполагает создание и распространение ценного, информативного и увлекательного контента (новостные релизы, интерактивные публикации и т.д.) для привлечения и удержания целевой аудитории, а КПЭ для оценки контент-маркетинга могут включать:

- ✓ Посещаемость сайта – измерение количества посетителей сайта Нацстаткома или конкретных страниц контента.
- ✓ Показатель отказов – оценка процента посетителей, которые покидают сайт после просмотра только одной страницы, что указывает на эффективность контента в привлечении пользователей.
- ✓ Время на странице – оценка среднего количества времени, которое посетители проводят за просмотром контента, что указывает на уровень вовлеченности.
- ✓ Коэффициент конверсии – отслеживание количества пользователей контента, которые совершают желаемые действия, такие как клик по базе данных, скачивание публикации, участие в опросе удовлетворенности пользователей, подписка на рассылку новостей и т.д.

**Кампании в социальных сетях** направлены на привлечение и охват целевой аудитории через такие платформы, как Facebook, Twitter, Instagram и LinkedIn, и КПЭ для кампаний в социальных сетях могут включать:

- ✓ Охват и показы — отслеживание количества пользователей, подвергшихся воздействию контента кампании, и частоты этих показов.
- ✓ Вовлеченность — оценка уровня взаимодействия аудитории, например, лайков, комментариев, репостов и ретвитов.
- ✓ Коэффициент конверсии – измерение процента пользователей социальных сетей, которые совершают желаемые действия, например, нажимают на ссылку, ведущую на веб-сайт Нацстаткома, где пользователи могут найти дополнительную информацию и подробности.

- ✓ Анализ настроений – оценка отношения общественности к кампании путем анализа упоминаний в социальных сетях и отзывов пользователей.

**Связи со СМИ** включают управление отношениями с журналистами и обеспечение положительного освещения в СМИ, а ключевые показатели эффективности для оценки отношений со СМИ могут включать:

- ✓ Упоминания в СМИ – измерение количества и качества освещения в СМИ, включая упоминания в новостных статьях, интервью и статьях.
- ✓ Тон освещения – оценка того, является ли освещение в СМИ позитивным, отрицательным или нейтральным, поскольку оно указывает на влияние на общественное восприятие.
- ✓ Согласование сообщений — оценка согласованности и точности ключевых сообщений, доставляемых по медиаканалам.
- ✓ Доля голоса – сравнение освещения организации в СМИ с аналогичным учреждением (например, акционером, входящим в систему официальной статистики Кыргызской Республики) для определения заметности и влияния.

**Мероприятия и деятельность по связям с общественностью** включают организацию и участие в конференциях, семинарах, торговых выставках и общественных мероприятиях, и КПЭ для оценки мероприятий и связей с общественностью могут включать:

- ✓ Посещаемость и участие – измерение количества посетителей, экспонентов и докладчиков, для определения охвата и вызванного интереса.
- ✓ Охват СМИ – оценка воздействия СМИ и упоминаний в прессе в результате мероприятия или PR-деятельности.
- ✓ Вовлечение заинтересованных сторон – оценка уровня взаимодействия и позитивных настроений, выраженных участниками мероприятия или заинтересованными сторонами.
- ✓ Лиды и конверсии - отслеживание количества полученных лидов или запросов, а также последующего коэффициента конверсии в продажи или желаемых результатов.

**Маркетинг влияния подразумевает партнерство с влиятельными людьми в определенной отрасли или нише для продвижения товара, услуги или бренда, а KPI для оценки маркетинга влияния могут включать:**

- ✓ Охват и вовлечение - измерение размера аудитории лиц, формирующих общественное мнение и количества показов контента этой аудитории.
- ✓ Вовлеченность – оценка уровня взаимодействия аудитории с контентом, созданным лицом, формирующим общественное мнение, например, лайки, комментарии, доли и просмотры.
- ✓ Упоминания бренда – отслеживание количества упоминаний бренда или продукта в контенте агента влияния или связанных с ним разговорах.
- ✓ Отслеживание конверсий – отслеживание количества конверсий, связанных с продвижением лиц, формирующих общественное мнение, таких как новые

подписчики в социальных сетях, посещения веб-сайта, подписка на рассылку новостей, покупки и т. д.

**Исследование удовлетворенности пользователей/общественное исследование** включает проведение опросов или анкетирования для определения настроений, отношения, уровня удовлетворенности и мнений общественности, а КПЭ для оценки исследования удовлетворенности пользователей/общественного мнения могут включать:

- ✓ Доля респондентов – оценка процента людей, которые отвечают на опросы или голосования, что указывает на репрезентативность выборки.
- ✓ Осведомленность/восприятие/удовлетворенность – измерение изменений в осведомленности, восприятии и/или удовлетворенности общественности в отношении конкретных продуктов, услуг, кампаний или бренда Нацстаткома в целом.
- ✓ Практические идеи – определение степени влияния результатов исследования на принятие решений и обоснование организационных стратегий.

**Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM)** предполагает построение и поддержание отношений с пользователями и клиентами для повышения лояльности и удовлетворенности, а КПЭ для оценки деятельности могут включать:

- ✓ Удовлетворенность клиентов – сбор отзывов от клиентов для оценки их общей удовлетворенности продуктами, услугами и взаимодействием.
- ✓ Коэффициент удержания клиентов – отслеживание процента клиентов, удерживаемых в течение определенного периода, что указывает на успех усилий по построению отношений.
- ✓ Повторные покупки – измерение частоты совершения повторных покупок клиентами, что свидетельствует о лояльности и вовлеченности.
- ✓ Пожизненная ценность клиента – оценка долгосрочной ценности клиента для Нацстаткома с учетом его покупок, рекомендаций и общей лояльности.

**Кризисная коммуникация** предполагает управление и смягчение репутационного ущерба в сложных ситуациях, и КПЭ для оценки кризисной коммуникации могут включать:

- ✓ Время реагирования – оценка скорости и эффективности первоначального реагирования организации на кризис.
- ✓ Согласованность сообщений – оценка последовательности и согласованности сообщений по различным каналам коммуникации во время кризиса.
- ✓ Настроение в социальных сетях – мониторинг настроения общественности на платформах социальных сетей в отношении антикризисного реагирования Нацстаткома.
- ✓ Доверие и восприятие – проведение опросов или фокус-групп для измерения изменений в доверии и восприятии после кризиса.

**Внутренние коммуникации** сосредоточены на распространении информации внутри организации для вовлечения и согласования действий среди сотрудников, и КПЭ для внутренних коммуникаций могут включать:

- ✓ Опросы сотрудников – сбор отзывов от сотрудников для оценки их удовлетворенности, понимания ключевых сообщений и общей вовлеченности.
- ✓ Показатели открытости электронной почты/интранета – отслеживание количества сотрудников, которые открывают внутренние электронные письма с новостями от команды по коммуникациям, или количества кликов на раздел новостей в интранете, что указывает на эффективность электронной почты/интранета как каналов внутренней коммуникации.
- ✓ Пропаганда среди сотрудников – оценка степени, в которой сотрудники активно поддерживают и продвигают коммуникационную деятельность Нацстаткома, например, лайки, доли, комментарии на платформах социальных сетей.
- ✓ Сохранение знаний - оценка понимания и сохранения сотрудниками важной информации, распространяемой через внутренние коммуникации, например, руководства по подготовке контента для социальных сетей.

Помимо оценки коммуникационной деятельности, Нацстатком будет оценивать и поставленные коммуникационные цели. В то время как оценка коммуникационной деятельности дает представление о результативности отдельных тактик и инициатив, оценка определенных коммуникационных целей выводит процесс оценки на более высокий уровень. Она позволит Нацстаткому измерить прогресс, согласовывать коммуникационную стратегию со стратегическими целями, оптимизировать ресурсы, стимулировать подотчетность, эффективно привлекать заинтересованные стороны, адаптироваться к изменяющимся потребностям и обеспечивать постоянное совершенствование. Оценивая цели, Нацстатком будет гарантировать, что их коммуникационные усилия целенаправленны, эффективны и в конечном итоге способствуют общему успеху учреждения.

## **11. ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Информация, как знания, полученные из данных, которые были преобразованы, интерпретированы, сохранены и должны быть использованы в определенных целях, играет жизненно важную роль практически во всем в современном обществе. Имея нужную информацию в нужное время, общество может узнать то, чего оно не знало раньше, и может повлиять на то, что уже известно, улучшая процесс принятия решений, повышая эффективность и обеспечивая конкурентные преимущества различным целевым группам.

В информационную эпоху предоставление достоверных и высококачественных данных и информации Нацстаткомом и другими производителями официальной статистики в Кыргызстане становится все более важным для всей экономики и общества Кыргызстана как источник независимой и достоверной информации. Поэтому крайне важно, чтобы о Нацстаткоме и сфере его деятельности знала, как можно, более широкая аудитория.

Создание и поддержание эффективной коммуникации, бренда и репутации Нацстаткома зависит, во-первых, от производства и распространения высококачественных результатов, соответствующих фундаментальным принципам официальной статистики, и, во-вторых, от многоуровневого и многогранного стратегического подхода к коммуникациям, охватываемого подготовленной коммуникационной стратегией Нацстаткома. Однако, одной коммуникационной стратегии недостаточно - она должна быть подкреплена тщательно подготовленным коммуникационным планом, который обеспечивает четкую основу для реализации всеобъемлющей коммуникационной стратегии.

В коммуникационном плане, дополняющем данный документ, изложены конкретные и подробные коммуникационные мероприятия, задачи и тактика, которые обеспечат перевод целей стратегии в практические шаги. Такое согласование необходимо для поддержания целостного и последовательного подхода во всех коммуникационных усилиях.