

**Коммуникационная стратегия
Национального статистического комитета
Кыргызской Республики на 2019-2023 годы**

Оглавление

Введение	2
1. Ситуационный анализ коммуникационной деятельности	3
Процесс планирования и осуществления коммуникационной деятельности	3
Система оценки и мониторинга коммуникации	3
Анализ институционального потенциала	3
2. Целевые аудитории и каналы коммуникации	4
3. Стратегические ориентиры	5
4. Управление реализацией Стратегией	8
5. Финансирование Стратегии	9
6. Мониторинг и оценка	9
Коммуникационный план Национального статистического комитета Кыргызской Республики на 2019-2023 годы	10

Введение

Настоящий документ представляет собой Коммуникационную стратегию Национального статистического комитета Кыргызской Республики (далее Нацстаткома). При его подготовке использованы стратегические и коммуникационные цели, задачи и действия, определенные в основном стратегическом документе Нацстаткома - Программе совершенствования и развития государственной статистики Кыргызской Республики на 2015-2019 годы, а также в Плане мероприятий по ее реализации.

Коммуникационная стратегия на 2019-2023 годы включает в себя важнейшие стратегические принципы и цели коммуникаций Нацстаткома до 2023 года. Стратегия направлена на совершенствование практики распространения статинформации, повышение понимания официальной статистической информации и официальной статистической методологии, обеспечение обратной связи с пользователями, а также определение их потребностей в статистической информации.

Усиленное внимание к новым социальным явлениям, происходящим в настоящее время в обществе, ставит новые и более сложные задачи перед Нацстаткомом и оказывает влияние на методы производства и распространения статистических данных.

Ориентиром развития в области коммуникаций Нацстаткома на предстоящий период является не только распространение статинформации, но и объяснение того, что означают эти цифры путем использования сопоставлений и анализа.

Приоритетами Коммуникационной стратегии являются такие аспекты предоставления статистических данных, как легкость чтения и понимания материалов, наличие методологических комментариев, графического представления информации и легкость ее дальнейшего использования.

Настоящая Коммуникационная стратегия содержит разделы по:

- ситуационному анализу коммуникационной деятельности;
- целевой аудитории и каналам коммуникации;
- стратегическим ориентирам;
- управлению реализацией Стратегии;
- финансированию Стратегии;
- мониторингу и оценке реализации стратегии;
- коммуникационному плану реализации Стратегии.

1. Ситуационный анализ коммуникационной деятельности

В процессе разработки Коммуникационной стратегии проведен анализ сильных и слабых сторон коммуникационной деятельности Нацстаткома.

Данный анализ основан на следующих факторах:

- стратегические основы развития коммуникационной деятельности Нацстаткома (наличие программ, политик, планов, стратегий на организационном и национальном уровнях, которые послужат основой для оценки коммуникационной деятельности Нацстаткома);
- человеческий и организационный потенциал;
- взаимодействие с пользователями;
- понимание целевой аудитории и ее потребностей;
- конечный продукт и возможности его продвижения;
- использование передовых трендов в области работы со статистической информацией.

Кроме того, сформулирована комплексная оценка возможностей и угроз с учетом сильных и слабых сторон, в результате которой были выявлены наиболее перспективные и актуальные направления первоочередных направлений работы для повышения эффективности коммуникационной деятельности.

Процесс планирования и осуществления коммуникационной деятельности

Планирование коммуникационной деятельности, в основном, зависит от проводимых мероприятий и отражает общий план деятельности Нацстаткома. Процесс производства информации связан с календарным циклом производства статистической информации.

Одним из подходов к планированию коммуникационной деятельности является планирование единоразовых крупных PR-компаний, таких как перепись населения, тематические обследования. Кроме того, на периодической основе проводятся встречи с общественностью в формате круглых столов.

В то же время, процесс планирования не налажен на системной основе, поскольку отсутствует отдельный план PR-деятельности - все действия ориентируются на бизнес-процессы и календарные циклы.

Система оценки и мониторинга коммуникации

Регулярные внутренние и внешние исследования для оценки коммуникационных процессов проводятся не в полной мере. При этом, отсутствует формализованный формат отчета пресс-секретаря Нацстаткома, отражающий достижение конкретных целей и результативность коммуникационной деятельности. Не разработаны ключевые показатели определения эффективности коммуникационной деятельности (критерии) и отсутствует система оценки их исполнения.

Анализ институционального потенциала

В настоящее время информационное взаимодействие с различными целевыми аудиториями в той или иной степени осуществляют следующие подразделения Нацстаткома:

- *Отдел сводных работ и распространения статистической информации*, в задачи которого входит обеспечение работ по организации и распространению информации (ежемесячно) руководящим органам республики, государственным органам и административным ведомствам, международным организациям, СМИ, пользователям.

- *Отдел маркетинга и работы с пользователями*, который обеспечивает распространение публикационных материалов (статистические сборники, публикации, запросы, поступающие от пользователей), а также информационно-справочное обслуживание пользователей официальной статистической информации на платной основе.
- *Отраслевые структурные подразделения*, которые проводят работу по освещению тематических мероприятий и налаживанию связей с государственными структурами и административными ведомствами.
- *Территориальные органы государственной статистики* обеспечивают распространение статистической информации (сборники, публикации) и налаживанию связей с территориальными государственными структурами.

Обзор ситуационного анализа показал, что функции основных структурных подразделений Нацстаткома по распространению официальной статинформации заменяет процесс коммуникационной деятельности. Тем самым, в организационной структуре отсутствует структурная единица, отвечающая по положению за связи с общественностью, а также внутреннюю и внешнюю коммуникации. В то же время, в общей структуре Нацстаткома имеются подразделения, которые в повседневной работе неформально выполняют большой объем коммуникационной деятельности.

Также анализ выявил, что действующей эффективной системы измерения и оценки институционального потенциала в Нацстаткоме не имеется.

2. Целевые группы и каналы коммуникации

Целевые группы

Обеспечение всех групп пользователей полной, достоверной и своевременной официальной статистической информацией о социальном, экономическом, демографическом и экологическом положении республики остается одной из главных задач национальной статистической системы.

Наиболее важной целевой группой для Нацстаткома и крупнейшим каналом распространения, как статистических данных, так и аналитических материалов, являются *средства массовой информации (СМИ)*. Учитывая, что в последние годы средства массовой информации претерпевают изменения, Нацстаткому необходимо адаптироваться к происходящим изменениям для того, чтобы оставаться актуальными в медиаконтенте.

Другой целевой группой являются различные *профессиональные пользователи*, такие как представители научных кругов и исследователи.

Следующей приоритетной целевой группой являются Аппарат Президента и Правительства Кыргызской Республики, Национальный банк Кыргызской Республики, *органы государственного управления*, имеющие решающее значение для деятельности Нацстаткома, и являющиеся важными целевыми группами и распространителями официальной статистики. Основной задачей в этом направлении должно являться повышение эффективности взаимодействия с данной группой пользователей.

Кроме вышеперечисленных, другой целевой группой, которая является важной площадкой для распространения официальных статистических данных Нацстаткома среди детей и молодежи - это *студенты и школьники*, которые наиболее часто нуждаются в фактах и надежных источниках получения информации. При этом, следует учитывать наличие

методологических пояснений, изложенных простым и понятным для данной группы пользователей языком, в целях дальнейшей правильной интерпретации статистических данных.

Большой группой пользователей статистики, к потребностям которых должны быть адаптированы коммуникации Нацстаткома, являются *общественность и бизнес-сообщества*.

Что касается внешних пользователей, то к их числу относятся *международные организации*, использующие в своей деятельности данные официальной статистики.

Каналы коммуникаций

Официальный сайт Нацстаткома stat.kg, включая другие Интернет-приложения (STATKG, Open data) является основным каналом распространения официальной статистической информации и аналитических материалов Нацстаткома. При этом, статистическая информация, содержащаяся на официальном сайте Нацстаткома, должна соответствовать современным принципам онлайн-распространения и активно использоваться общественностью.

Масс-медиа для Нацстаткома являются одновременно и целевой группой, и каналом распространения официальной статинформации.

Социальные сети используются как канал для расширения аудитории пользователей, не охваченных официальным сайтом Нацстаткома, улучшения репутации Нацстаткома и значимости официальной статистики для общества, а также налаживания контактов с различными группами пользователей. В этих целях, Нацстатком предполагает использовать для распространения компактную, изложенную в более понятной, позитивной и доступной форме, официальную статистическую информацию.

Сотрудники Нацстаткома, играющие важную роль в укреплении авторитета и репутации национальной статистики, должны активизировать деятельность по расширению контактов с различными группами пользователей, министерствами и административными ведомствами путем участия в работе семинаров, форумов по взаимодействию с другими государственными органами, экспертами и иными способами:

- электронные рассылки/межведомственные коммуникации;
- информационные мероприятия - пресс-конференции, медиа-тренинги, презентации и другие коммуникационные мероприятия.

3. Стратегические ориентиры

Целевыми ориентирами развития коммуникационной деятельности Нацстаткома на предстоящие пять лет являются:

- Закон Кыргызской Республики «О государственной статистике».
- Программа совершенствования и развития государственной статистики Кыргызской Республики на 2015-2019 годы, утвержденной постановлением Правительства КР от 24 марта 2015 года № 144;
- основополагающие принципы официальной статистики, одобренные Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций, Кодексом норм Европейской статистики;
- результаты ситуационного анализа коммуникационной деятельности.

Основной целью Стратегии является создание современной и открытой системы взаимодействия с представителями государственных органов, средств массовой информации, бизнес-сообщества, образовательных и научно-исследовательских учреждений, неправительственного сектора и гражданского сообщества для качественного обеспечения их потребностей в официальных статистических данных.

Для достижения Стратегической цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Повысить доверие пользователей к официальной статистической информации.
2. Улучшить понимание потребностей пользователей в официальной статистической информации путем формирования системы вовлечения общественности в процесс принятия решений по ее распространению.
3. Улучшить обратную связь с пользователями в целях повышения качества предоставляемой официальной статистической информации.
4. Обеспечить прозрачность распространения официальной статистической информации.
5. Повысить потенциал маркетинговой деятельности.

Задача 1. Повышение доверия и доступа пользователей к официальной статистической информации.

Для решения данной задачи потребуются укрепление авторитета к официальной статистике через реализацию мероприятий по следующим направлениям:

- улучшение взаимодействия со СМИ;
- создание и продвижение продуктов нового формата (мультимедийные технологии, данные в машиночитаемых форматах “Open Data”);
- расширение методов прямой коммуникации;
- внедрение единого визуального стандарта при подготовке информационных материалов;
- модернизация цифровых каналов коммуникаций.

Один из ключевых факторов в решении данной задачи - обеспечение максимального доступа всех групп пользователей к официальной статистике путем представления статистической информации о социальных, экономических, демографических и экологических процессах и явлениях в республике. Наряду с этим, необходимо оперативно реагировать на потребности пользователей путем построения систематической обратной связи с ними и поддержания контактов с ключевыми пользователями, в частности, с представителями масс-медиа в целях содействия правильному представлению официальной статистической информации, особенно в материалах информационных агентств и на телевидении.

Задача 2. Улучшение понимания потребностей пользователей в официальной статистической информации путем формирования системы вовлечения общественности в процесс принятия решений по ее распространению.

Важнейшим показателем деятельности Нацстаткома на современном этапе становится деятельность по изучению потребностей пользователей в статистической информации.

Для этого, Нацстаткому в своей деятельности по определению потребностей пользователей в статистической информации необходимо направить свои усилия на:

- определение приоритетов пользователей в статистической информации;
- актуальность предоставляемых данных и их надежность, деятельность, связанную с обеспечением своевременности распространения официальных статистических данных и оперативности их выхода.

Ключевыми мероприятиями в реализации данных направлений должны стать использование интерактивных инструментариев опроса пользователей и системы Google analytics, которые будут способствовать лучшему изучению их мнения и уровня удовлетворенности официальной статистической информацией. Предполагается использовать диалоговые и экспертные коммуникационные площадки, а также социальные сети и интернет-форумы для диалога с общественностью и экспертами.

Задача 3. Улучшение обратной связи с пользователями в целях повышения качества предоставляемой официальной статинформации.

В этом направлении необходимо принять ряд мер по совершенствованию обратной связи с пользователями и обеспечению гарантий качества официальной статистической информации. Для этого потребуются реализация таких ключевых мероприятий, как:

- создание специализированного раздела на официальном сайте Нацстаткома, позволяющего оперативно реагировать на потребности пользователей;
- усиление взаимодействия с представителями масс-медиа и общественности путем проведения пресс-конференций, дней открытых дверей, брифингов и круглых столов, а также организации различных коммуникативных мероприятий и медиа-тренингов для журналистов;
- нормативное закрепление во внутренних правовых актах обязанностей сотрудников по работе с запросами пользователей;
- обеспечение доступа к информации посредством использования социальных сетей. Это будет способствовать расширению аудитории пользователей, установлению диалога, а также распространению дополнительной информации с использованием видеоматериалов и инфографики.

Задача 4. Обеспечение прозрачности распространения официальной статистической информации.

Для обеспечения прозрачности процесса распространения и представления органами государственной статистики официальной статистической информации пользователям, а также повышения их доверия к статистической информации и статистической методологии необходимо гарантировать пользователям право равного и одновременного доступа не только к официальной статистической информации, но и к метаданным, содержащим пояснительные комментарии.

В этих целях, Нацстатком должен заблаговременно информировать общественность о запланированных датах публикации официальных статистических данных, используя для этого официальный сайт и размещая соответствующую информацию в соответствующих официальных изданиях.

Задача 5. Повышение потенциала маркетинговой деятельности

Одним из ключевых аспектов реализации настоящей Стратегии должно стать наращивание потенциала маркетинговой деятельности Нацстаткома через процессы планирования, проведения исследований для определения целевой аудитории, потребностей и каналов доставки статистической продукции, разработку маркетинговой продукции, построение эффективной системы продаж, а также внедрение показателей результативности работы отдела маркетинга.

Задача 6. Повышение информированности населения о целях и задачах переписи населения и жилищного фонда Кыргызской Республики на 2020 год

Основной целью информационной кампании предусматривается создание благоприятного отношения населения к государственным мероприятиям, связанным с переписью населения и жилищного фонда Кыргызской Республики, повышение осведомленности граждан республики о ее целях и задачах (Приложение 2 «План информационной кампании переписи населения и жилищного фонда Кыргызской Республики»).

4. Управление реализацией Стратегии

Механизмы реализации Стратегии определяют комплекс мер, осуществляемых Нацстаткомом для повышения эффективности реализации мероприятий по обеспечению устойчивой реализации Стратегии и достижения планируемых результатов при стабильном выполнении задач.

Отдел сводных работ и распространения статинформации Нацстаткома, как координатор Стратегии, будет осуществлять:

- планирование реализации мероприятий Стратегии, в том числе контроль соответствия отдельных мероприятий требованиям и содержанию Стратегии, обеспечение согласованности их выполнения, анализ представленного перечня программных мероприятий, составление и представление в установленном порядке отчетности по выполнению Коммуникационного Плана;

- общую координацию мероприятий Стратегии;

- мониторинг эффективности реализации мероприятий Стратегии;

- внесение предложений о корректировке мероприятий Стратегии или отдельных подразделов в соответствии с основными принципами политики по распространению официальной статистической информации;

- анализ и обобщение результатов выполненных работ по реализации мероприятий Коммуникационного плана, подготовка и предоставление информации руководству Нацстаткома.

Реализация Стратегии будет осуществляться совместно с территориальными и подведомственными подразделениями Нацстаткома, партнерами по развитию в сфере статистики (международными организациями), а также с представителями СМИ.

5. Финансирование Стратегии

Реализация мероприятий Коммуникационной стратегии будет осуществляться в рамках средств республиканского бюджета при активном финансовом содействии и вкладе партнеров по развитию.

В рамках Стратегии финансовые средства международных организаций будут акцентированы на укреплении институционального потенциала процесса коммуникаций, проведении широкомасштабных информационных кампаний для продвижения статистической продукции, а также на проведении других мероприятий, способствующих достижению поставленных задач по реализации Коммуникационного плана.

6. Мониторинг и оценка

Система мониторинга и оценки реализации Стратегии будет построена на базе индикаторов коммуникационного плана. Фактические значения индикаторов на регулярной основе будут представляться руководству Нацстаткома в соответствии с нижеследующим форматом на годовой основе.

Формат представления фактических данных индикаторов

№	Индикаторы	Единица измерения	Ответственный исполнитель	Фактические данные					
				2018 Базис	2019	2020	2021	2022	2023
№	Задачи								

Коммуникационный план Национального статистического комитета Кыргызской Республики на 2019-2023 годы

№	Мероприятие	Исполнитель	Форма реализации	Срок реализации	Источник финансирования	Ожидаемый результат
Задача 1. Повышение доверия пользователей к официальной статистической информации						
1.1.	Систематизация отношений с представителями СМИ					
1.1.1	Создание и регулярное обновление базы данных журналистов, блогеров, гражданских активистов	Пресс-секретарь	Обновленная база данных СМИ, блогеров и др.	Февраль 2019	РБ	Увеличение числа журналистов, блогеров, гражданских активистов (ежегодно на 20%)
1.1.2	Совершенствование формата проведения пресс-конференций с учетом потребностей СМИ и широкой целевой аудитории	Пресс-секретарь	Пресс-конференция	В течение года	РБ	Проведение пресс-конференций
1.1.3.	Разработка Плана работ по освещению деятельности Нацстаткома в СМИ	Пресс-секретарь	План работ	Ежегодно	РБ	Ежегодный План работ
1.1.4.	Проведение медиа-тренингов для повышения потенциала журналистов по вопросам методики сбора и расчетов статистических показателей	Пресс-секретарь	Медиа-тренинги	Один раз в полугодие	РБ	- создание медиа-школы - увеличение числа участников и тренингов медиа-школы

№	Мероприятие	Исполнитель	Форма реализации	Срок реализации	Источник финансирования	Ожидаемый результат
1.2.	Создание и продвижение продуктов нового формата (мультимедийные технологии, открытые данные)					
1.2.1.	Разработка формата инфографики по ключевым продуктам	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	Разработка инфографики	Постоянно	РБ, внебюджетные средства	Инфографика
1.2.2.	Расширение системы показателей открытых данных	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	2019-2023	Постоянно	РБ, внебюджетные средства	Ежегодное увеличение количества набора данных на 5 процентов
1.2.3	Разработка статистического банка данных на официальном сайте Нацстаткома	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	2019-2023	2019-2023	внебюджетные средства	Представление официальной статистической информации в удобной для пользователей форме
1.3.	Расширение методов прямой коммуникации					
1.3.1.	Проведение выездных публичных мероприятий в регионах (в рамках поездок руководства Нацстаткома с региональными подразделениями, проведение встреч с НПО, СМИ,	Пресс-секретарь Отдел сводных работ и распростра-	Проведение встреч/круглых столов	Периодически	Командировочные спикеров и пресс-секретаря или использование видео-конференц	Число встреч, мероприятий, Число/качество публикаций после проведения

№	Мероприятие	Исполнитель	Форма реализации	Срок реализации	Источник финансирования	Ожидаемый результат
	экспертами, активом регионов)	нения статистической информации			связи	мероприятий
1.3.2.	Проведение Дня открытых дверей (для представителей госорганов, НПО, научных кругов, ВУЗов)	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	День открытых дверей	Один раз в год	Международные организации	Увеличение числа участников мероприятия на 5%
1.3.3	Проведение тренингов для повышения потенциала различных групп пользователей официальной статистики по вопросам методики сбора и расчетов статистических показателей	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	Проведение тренингов	В соответствии с потребностями	РБ, внебюджетные средства	Тренинги для пользователей официальной статистики
1.4.	4. Внедрение единого визуального стандарта при подготовке информационных материалов					
1.4.1.	Разработка бренд-бука (единого формата Нацстаткома для подготовки информационных материалов и повышения узнаваемости официальной статистики)	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	Бренд бук, форматы	2019-2023	Международные организации	Утвержденный бренд-бук, форматы
1.4.2.	Разработка формата электронной переписки (структура письма,	Отдел сводных работ и	Формат электронного	2019	РБ	Формат электронного письма и подписи

№	Мероприятие	Исполнитель	Форма реализации	Срок реализации	Источник финансирования	Ожидаемый результат
	электронная подпись)	распространения статистической информации	письма и подписи			
1.5.	Модернизация цифровых каналов коммуникаций (улучшение архитектуры и навигации, системы просмотра/загрузки файлов, разработка формата продуктов и их унификация)					
1.5.1.	Диверсификация каналов распространения официальной статистической информации для пользователей	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	Подписка на ММ-инструменты, такие как Infogram (17 долларов в месяц); Pictochart (22 доллара в месяц); Canva (10 долларов в месяц).	2019-2020	Внебюджетные средства	Обновление официального сайта
1.5.2.	Присутствие на площадках социальных медиа (разработка системы продвижения Social Media Marketing (SMM), формата представления официальной статинформации, формата взаимодействия с аудиторией и др.)	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	Улучшение контента, применение современных инструментов системы продвижения (SMM)	Постоянно	РБ, внебюджетные средства	Увеличение числа подписчиков в социальных сетях

№	Мероприятие	Исполнитель	Форма реализации	Срок реализации	Источник финансирования	Ожидаемый результат
1.5.3.	Разработка Руководства по работе в социальных сетях (страница Нацстаткома на Facebook)	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	Руководство по работе в социальных сетях	2019	РБ	Руководство по работе в социальных сетях
1.5.4.	Мобильное приложение (доработка на основе изучения эффективности с точки зрения удовлетворенности потребностей целевой аудитории)	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	Обновление и улучшение мобильного приложения	На постоянной основе	Внебюджетные средства	Расширение системы показателей
Задача 2. Улучшение понимания потребностей пользователей в официальной статистической информации путем формирования системы вовлечения общественности в процесс принятия решений по ее распространению.						
2.1.	Определение приоритетов пользователей в статинформации					
2.1.1.	Проведение интерактивного опроса пользователей	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	Анкета по удовлетворенности пользователей статинформацией путем проведения интерактивного опроса пользователей	Один раз в полгода	РБ	Индекс удовлетворенности пользователей

№	Мероприятие	Исполнитель	Форма реализации	Срок реализации	Источник финансирования	Ожидаемый результат
			на официальном сайте Нацстаткома			
2.1.2.	Проведение анализа для определения потребностей пользователей путем: - использования системы Google analytics; - других инструментов	Отдел сводных работ и распространения статистической информации	Статистика посещений официального сайта Нацстаткома	На постоянной основе	РБ	- Выявление категорий пользователей; - потребностей пользователей; - времени для распространения статинформации.
Задача 3. Улучшение обратной связи с пользователями в целях повышения качества предоставляемой официальной статинформации.						
3.1.	Совершенствование системы обратной связи					
3.1.1.	Внесение дополнений и изменений в Положение по рассмотрению электронных обращений граждан в части определения обязанностей сотрудников Нацстаткома по запросам граждан в электронном формате в рамках коммуникационной деятельности.	Пресс-секретарь	Внесение дополнений в существующее Положение о порядке рассмотрения электронных обращений граждан	2019	РБ	Утвержденное Положение Нацстаткома о порядке рассмотрения электронных обращений граждан
Задача 4. Обеспечение прозрачности распространения официальной статистической информации						
4.1	Равный и одновременный доступ к официальной статистической информации					
4.1.2	Разработка Календаря пользователя по предоставлению официальной	Отдел сводных работ и	Календарь с разбивкой по	В течение года	РБ	Календарь пользователя

№	Мероприятие	Исполнитель	Форма реализации	Срок реализации	Источник финансирования	Ожидаемый результат
	статинформации	распростра- нения статисти- ческой информации	кварталам			
4.2.2	Разработка и распространение Словаря статистических терминов	Институт статистических исследований и повышения квалификации Нацстаткома	Разработка Словаря статистических терминов	2019-2020	РБ	Распространение Словаря статисти- ческих терминов и размещение его на официальном сайте Нацстаткома
Задача 5. Повышение потенциала маркетинговой деятельности						
5.1.	Усиление процессов планирования по продвижению статистической продукции Нацстаткома	Отдел маркетинга	Разработка Плана маркетинговой деятельности	На постоянной основе	РБ	- Утвержденный формат Плана; - План маркетинговой деятельности
5.2.	Проведение исследований для определения целевой аудитории Нацстаткома, ее потребностей и каналов доставки статистической продукции	Отдел маркетинга	Методология исследования	2019-2023	РБ, внебюджетные средства	Аналитическая записка по результатам исследования
5.3.	Выстраивание системы продаж с учетом использования оффлайн и онлайн площадок	Отдел маркетинга	Внедрение формы продаж	2019-2020	РБ внебюджетные средства	Число заказов на стат. продукцию посредством: - оффлайн - онлайн

№	Мероприятие	Исполнитель	Форма реализации	Срок реализации	Источник финансирования	Ожидаемый результат
5.5.	Введение показателя эффективности деятельности отдела маркетинга и внедрение показателей результативности его работы.	Отдел маркетинга	Утвержденные количественные и качественные показатели деятельности отдела маркетинга	2019	РБ	- Количество новых заключенных договоров - Доля объема продаж от общего запланированного объема продаж статпродукции

План информационной кампании переписи населения и жилищного фонда Кыргызской Республик на 2019-2020 годы

№	Мероприятия	Исполнитель	Форма реализации	Срок реализации	Источник финансирования	Ожидаемые результаты
1.	Проведение конкурса логотипа переписи населения КР	Отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики	Проведение конкурса на логотип переписи населения и жилищного фонда	Январь-Февраль 2019 года	Внебюджетные средства	Логотип переписи населения и жилищного фонда Кыргызской Республики 2020 года
2.	Создание брендбука/айдентики для переписи населения (лого, шрифты, цвета, оформление, фото и графика)	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики	Создание и утверждение брендбука	Февраль-Апрель 2019 года	Внебюджетные средства	Брендбук и айдентика
3.	Создание и апробация слогана переписи населения (на государственном и официальном языках)	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики, привлеченные	Утверждение и апробация лозунга переписи населения и жилищного фонда КР	Март-Апрель 2019 года	Внебюджетные средства	Слоганы переписи населения и жилищного фонда Кыргызской Республики 2020 года

		организации				
Инструмент коммуникации: онлайн ресурсы смс оповещения						
4.	Создание веб-сайта для переписи населения, включая ППН (на официальных языках)	Пресс-секретарь совместно отделом статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики	Утвержден дизайн страницы, страница функционирует и систематически обновляется	Сентябрь 2019	Внебюджетные средства	Веб-сайт переписи населения и жилищного фонда Кыргызской Республики 2020 года
5.	Создание и размещение электронных баннеров на namba.kg, ts.kg и др.	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики	Разработан дизайн баннерной рекламы и размещен на популярных интернет ресурсах	Октябрь 2019 – март 2020	Внебюджетные средства	Электронные баннеры
6.	Организация SMS-информирования о переписи населения 2020	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической	Общественность осведомлена о целях переписи: Для чего нужна перепись? - Каким образом будет проводиться	Январь – март 2020	РБ	SMS еженедельно 2 раза в месяц

		й статистики, Государственный комитет ИТ и связи	перепись населения? - Как принять участие в переписи населения? - Сохранность и конфиденциальность данных			
7.	Организация интервью по ТВ и Радио	Пресс-секретарь совместно с отделом статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики		2019-2020	РБ	Интервью по ТВ и радио
8.	Подготовка материалов для интервью, статей и информации	Пресс-секретарь совместно с отделом статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики		2019-2020	РБ	Материалы для интервью
9.	Подготовка роликов для ТВ и радио	Пресс-секретарь совместно с отделом статистических переписей		2019-2020	Внебюджетные средства	Ролики для ТВ и радио

		управления статистических переписей и демографическо й статистики				
10.	Публикация интервью, статей и информации	Пресс-секретарь совместно с отделом статистических переписей управления статистических переписей и демографическо й статистики		2019-2020	РБ	Статьи и информации
11.	Запуск видеороликов и аудиороликов в электронных СМИ	пресс-служба совместно с отделом статистических переписей управления статистических переписей и демографическо й статистики		Январь-март 2020	Внебюджетны е средства	Видеоролики и аудиоролики для СМИ
Инструмент коммуникации: печатная продукция						
12.	Разработка содержания, дизайна и форматов и тиражей печатных материалов по переписи населения и жилищного фонда и их рассылка (листовки, буклеты,	отдел статистических переписей управления статистических	Общественность осведомлена о целях переписи: Для чего нужна перепись?	2019-2020	РБ, Внебюджетны е средства	материалы по переписи населения и жилищного фонда и их рассылка (листовки, буклеты,

	плакаты и т.п.)	переписей и демографической статистики	- Каким образом будет проводиться перепись населения? - Как принять участие в переписи населения? - Сохранность и конфиденциальность данных			плакаты и т.п.)
13.	Подготовка различных брендированных промо-материалов по переписи населения (отличительные жилетки для переписчиков, значки, ручки, магниты на холодильники, браслеты, сумки и другие материалы для активно участвующих в переписи)	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики	Переписчики узнаваемы благодаря значкам или др. промо-материалам, активисты используют брендированную продукцию	2020	Внебюджетные средства	Брендированные промо-материалы по переписи населения (отличительные жилетки для переписчиков, значки, ручки, магниты на холодильники, браслеты, сумки и другие материалы для активно участвующих в переписи)
Инструмент коммуникации: прямые мероприятия						
14.	Проведение круглых столов с партнерами по развитию (донорами), основными заинтересованными сторонами оценить	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической	Доноры осведомлены о цели, задачах и программе переписи населения и жилищного фонда Кыргызской	2019-2020	РБ, Внебюджетные средства	круглые столы с партнерами по развитию (донорами), основными заинтересованными сторонами оценить

		статистики, органы МСУ, другие принимающие участие в переписи гос.органы	Республики			
15.	Обучающие мероприятия, классные часы, конкурсы эссе и детских рисунков в учебных заведениях (школы, ВУЗы и др. образовательные учреждения	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики, министерство образования	Школьники и студенты осведомлены о целях переписи: Для чего нужна перепись? - Каким образом будет проводиться перепись населения? - Как принять участие в переписи населения?	Январь-март 2020	РБ, внебюджетные средства	классные часы, конкурсы эссе и детских рисунков в учебных заведениях (школы, ВУЗы и др. образовательные учреждения
16.	Сотрудничество и обращение, адресованное местным властям, Муфтиятам и др. для получения поддержки и активного участия в переписи населения	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики, ДУМК, ГКДР	Для чего нужна перепись? - Каким образом будет проводиться перепись населения? - Как принять участие в переписи населения?	Октябрь 2019 –март 2020	РБ, Внебюджет ные средства	Сотрудничество с местными властями, Муфтията
17.	Пресс-конференции по вопросам подготовки и проведения ППН- 2019 и процесса переписи	отдел статистических переписей	Общественность осведомлена о процессе	2019	РБ	Пресс-конференции

	населения (на официальных языках)	управления статистических переписей и демографической статистики, Чуйоблстат, Чуй-Токмокский отдел госстатистики	подготовки к ППН, количество публикаций в СМИ			
Инструмент коммуникаций: наружная реклама						
18.	Установка информационных баннеров на рекламных билбордах (на официальных языках)	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики, мэрии городов	Более 3 млн. жителей и гостей КР информированы о переписи	2019-2020	Внебюджетные средства	информационные баннеры на рекламных билбордах
19.	Реклама на LED экранах в г. Бишкек	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики	Более 1 млн. жителей и гостей КР информированы о переписи	2020	Внебюджетные средства	Реклама на 26 самых больших LED экранах г. Бишкек
20.	Разработка и размещение плакатов на информационных стендах городов	отдел статистических переписей управления	Более 1 млн. жителей осведомлены	2020	РБ, Внебюджетные средства	

		статистических переписей и демографической статистики, мэрии городов				
21.	Размещение информации на городском транспорте	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики, мэрии городов	Более 1 млн. жителей осведомлены	2020	РБ, Внебюджетные средства	информации на городском транспорте
Инструмент коммуникаций: ТВ и радиоканалы						
22.	Подготовка инфографики, касающейся переписи населения для размещения на всех цифровых ТВ каналах	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики	Утверждены и произведена серия графиков для размещения на ТВ и соцсетей	2019-2020	РБ, Внебюджетные средства	инфографика, касающейся переписи населения для размещения на всех цифровых ТВ каналах
23.	Производство и размещение аудио роликов на всех радио каналах	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики	Утверждены и произведена серия аудио роликов для размещения на ТВ и соцсетей	2019-2020	Внебюджетные средства	аудио роликов на всех радио каналах

Инструмент коммуникаций: печатные и он-лайн СМИ

24.	Подготовка и рассылка пресс-релизов о ходе проведения переписи согласно разработанного медиа-плана	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики и пресс-служба НСК	Составлен медиа-план	2019-2020	РБ	пресс-релизы о ходе проведения переписи согласно разработанного медиа-плана
25.	Организация конкурса СМИ, включая интернет-СМИ, на лучшую публикацию, посвященную подготовке и проведению переписи населения 2020 года	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики и пресс-служба НСК	Разработаны положение и объявление конкурса	2019-2020	Внебюджетные средства	Лучшая публикация, посвященной подготовке и проведению переписи населения 2020 года
26.	Выпуск специализированных тематических изданий, буклетов (или газеты-вкладки) о подготовке и проведении переписи населения 2020 года	отдел статистических переписей управления статистических переписей и демографической статистики и пресс-служба НСК	Составлен медиа-план	2019-2020	РБ, Внебюджетные средства	специализированные тематические издания, буклетов (или газеты-вкладки) о подготовке и проведении переписи населения 2020 года