

Держстат

**КОМУНІКАЦІЙНА
СТРАТЕГІЯ ДЕРЖСТАТУ 2024-2028**



Ключові напрями комунікаційної активності Держстату



Лідерство

Держстат – лідер у виробництві та поширенні статистичної інформації в країні.

Лідерство Держстату – результат постійної праці та високої відповідальності перед державою та суспільством.



Інновації

Держстат – це інноваційна прогресивна державна установа, яка надає сучасні послуги.

Держстат активно застосовує інновації, удосконалює системи, комунікує зі стейкхолдерами в кожній точці дотику.



Продукти та послуги

Продукти та сервіси Держстату орієнтовані на кінцевого користувача та враховують потреби всіх цільових аудиторій.

Держстат забезпечує легкий та зручний доступ до статистичних продуктів для різних груп користувачів за допомогою сучасних цифрових інструментів, засобів, каналів комунікації.



Умови праці

Команда Держстату – це професіонали, які несуть нові цінності у сфері статистики.

Держстат створює комфортні умови та можливості для достойної праці та професійного розвитку.

Під час розроблення Стратегії використовувалася міжнародна система для вимірювання та відстеження репутації організації в суспільстві або на ринку – стратегія RepTrack (або Reputation Tracker): <http://surl.li/mfley>



Аналіз ситуації

S

W

O

T



Сильні сторони

- ✓ прийняття Закону України "Про офіційну статистику";
- ✓ професійна команда, готова до якісних змін;
- ✓ цифрова трансформація Держстату на всіх етапах статистичного виробництва та поширення інформації;
- ✓ створення нового сучасного вебпорталу Держстату з урахуванням запитів користувачів;
- ✓ безкоштовний сервіс подання статистичної звітності "Кабінет респондента";
- ✓ тісна співпраця з іншими державними органами та установами, міжнародними організаціями



Слабкі сторони

- ✓ поверхневе розуміння широким загалом функцій органу та його суспільного внеску, як наслідок – певна недовіра до офіційної державної статистичної інформації;
- ✓ низька комунікаційна активність керівництва;
- ✓ брак технічних ресурсів, їх застарілість для збирання, оброблення та поширення інформації;
- ✓ недостатнє фінансове забезпечення;
- ✓ фізична та моральна застарілість офіційного вебсайту



Можливості

- ✓ високий запит держави та суспільства на офіційну державну статистичну інформацію;
- ✓ впровадження інноваційних технологій;
- ✓ впровадження продуктового підходу;
- ✓ осучаснення каналів комунікації, посилення PR-можливостей, проактивна робота з медіа;
- ✓ ребрендинг, брендбук



Загрози

- ✓ маніпуляції даними, спотворення інформації, зокрема й через низький рівень статистичної грамотності суспільства;
- ✓ обмеження виробництва та поширення офіційної державної статистичної інформації через воєнний стан і післявоєнний період;
- ✓ конкуренція даних;
- ✓ кіберзагрози системам виробництва офіційної державної статистичної інформації та каналам і засобам поширення інформації



Аналіз ситуації



У 2022 році порівняно із 2021 роком **суттєво скоротилася** кількість відвідувачів вебсайту та згадувань у медіа.
Основні причини: повномасштабна військова агресія рф проти України та введення в Україні воєнного стану, право респондентів не подавати звітність, призупинення виробництва актуальної офіційної державної статистичної інформації та брак даних для інфоприводів.

Аналіз ситуації



Збільшення кількості відвідувань вебсайту **на рівні 20-30%** та зростання кількості реєстрацій "Кабінету респондента" **на 10-15%** щорічно.



Основний фокус на такі соціальні мережі як Facebook та LinkedIn, а також канал на YouTube. Повернення до охоплень початку 2022 року з очікуваним зростанням **до 150 тис. і більше** у Facebook та **3 тис. і більше** переглядів відео на YouTube.



Ріст охоплень у медіа **до 2,5-3 млн і більше.** Зростання частки **ПОЗИТИВНИХ** публікацій у великих медіа, де Держстат виступає нюзмейкером. Ключова тема – інфопривід, з якою Держстат вийде до медіа, – цифрова трансформація.

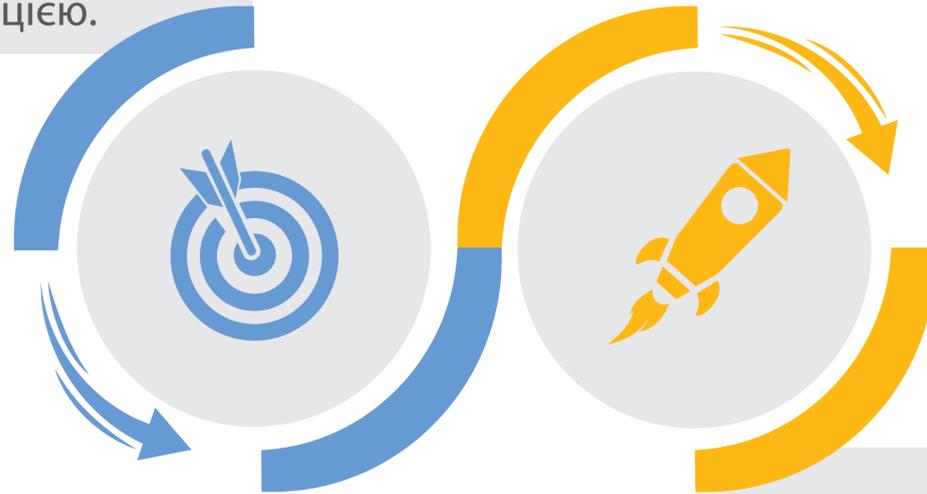
Прогнози медіаприсутності Держстату

Основна ціль комунікації та показник вимірювання ефективності



Ціль

Сформувати сприйняття Держстату як лідера та надійного партнера в забезпеченні держави та суспільства якісною статистичною інформацією.



Ключовий показник ефективності

Держстат – джерело №1 статистичної інформації для державних органів, медіа, науково-дослідних установ.



Завдання комунікації та показники вимірювання їх результативності

ЗАВДАННЯ

Лідерство

Формування іміджу Держстату як провідного інформаційного сервісу для держави та суспільства

Інновації

Активізація зовнішніх комунікацій, налагодження ефективної співпраці між Держстатом та цільовими групами

КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ

● Індекс медіапомітності

● Оцінка кількості та якості взаємодій з партнерами-стейкхолдерами

● Вебаналітика нового порталу

● Кількість проведених інформаційних заходів для медіа, користувачів, громадськості

ОЧІКУВАНІ ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

- ✔ Зростання кількості публікацій у великих медіа, де Держстат – ньюзмейкер
- ✔ Не менше 5 на рік
- ✔ Рівень задоволеності учасників не менше 70% або за оцінкою не менше 8
- ✔ Зниження кількості користувачів "старого" вебсайту
- ✔ Забезпечення відвідуваності на рівні 100 тис. / місяць
- ✔ Не менше двох на квартал
- ✔ Рівень задоволеності учасників не менше 70% або за оцінкою не менше 8



Завдання комунікації та показники вимірювання їх результативності

ЗАВДАННЯ

Продукти та послуги

Виробництво та поширення статистичних продуктів відповідно до потреб різних цільових груп за допомогою сучасних цифрових інструментів, засобів, каналів комунікації

Умови праці

Розвиток внутрішніх комунікацій для вибудови довіри та формування пулу амбасадорів бренду Держстату всередині колективу

КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ

- Регулярність публікації статистичних продуктів

- Рівень задоволення запитувачів публічної інформації та звернень

- Індекс задоволеності працівників

- Сформований пул амбасадорів

ОЧІКУВАНІ ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

- ✔ Поширення на щомісячній, щоквартальній та щорічній основі відповідно до Плану діяльності Державної служби статистики України та календаря оприлюднення інформації
- ✔ Відсоток задоволених запитів – 85-90% і більше
- ✔ Швидкість відповіді на запит – до трьох робочих днів
- ✔ ІЗП на рівні 80-90% і більше
- ✔ Пул амбасадорів – 10-15% від кількості працівників Держстату

Цільові аудиторії та їх індивідуальні потреби



Канали комунікації



- | | | | |
|--|--|--|---|
| Вебпортал/
вебсайт | | | Телефонні консультації |
| Соцмережі | | | Система електронного документообігу |
| Особистий прийом | | | Пресконференції, брифінги, круглі столи, наради |
| Електронне листування
e-mail-розсилка | | | Рада респондентів, зокрема сервіс "Кабінет респондента" |
| мобільний додаток "Статистика в смартфоні" | | | інформаційна система статистичного виробництва (ІССВ ОДС) |

Участь фахівців Держстату в зовнішніх комунікаційних заходах



Основний фокус

Поступова відмова

Інструменти комунікації





Очікування та оцінка реалізації Стратегії

Загальні очікувані результати:

Підвищено авторитет та сформовано імідж Держстату як провідного інформаційного сервісу для держави та суспільства



Задоволено потреби кожної цільової аудиторії в отриманні статистичних продуктів за допомогою визначених каналів та інструментів комунікацій



Побудовано потужну систему зовнішніх комунікацій Держстату, налагоджено ефективну співпрацю з партнерами



Сформовано проактивний пул амбасадорів бренду (об'єднання лідерів, лідерів думок) Держстату всередині колективу, налагоджено систему внутрішніх комунікацій



Ефективність реалізації Стратегії відслідковується через:



Набір ключових показників ефективності, розроблених для кожного окремого завдання



Результати виконання щорічного комунікаційного плану