

APSTIPRINU  
Centrālās statistikas  
pārvaldes priekšniece  
A. Žīgure

Šis dokuments ir parakstīts ar drošu elektronisko parakstu un satur laika zīmogu. Informatīvā materiāla parakstīšanas datums ir pievienotā droša elektroniskā paraksta un tā laika zīmoga datums.

Informatīvais materiāls

Nr. 249–IM/2019

CENTRĀLĀS STATISTIKAS PĀRVALDES  
KOMUNIKĀCIJAS STRATĒGIJA  
2019-2020

Centrālās statistikas pārvaldes (turpmāk – Pārvalde) darbības stratēģijā 2017.–2019. gadam noteikts, ka:

- **Pārvaldes darbības misija ir nodrošināt statistiskās informācijas lietotājus ar neatkarīgu augstas kvalitātes oficiālo statistiku lēmumu pieņemšanai, pētniecībai un diskusijām.**
- **vīzija – Pārvalde ir moderna, inovatīva statistikas iestāde, kas ir līdere kvalitatīvas statistikas nodrošināšanas jomā valstī.**

Komunikācijas stratēģija nosaka komunikācijas mērķus un principus, kas jāievēro, kā arī aktivitātes, kas veicamas, lai šos mērķus sasniegtu. Komunikācijas stratēģijā arī definētas svarīgākās lietotāju grupas un to pamatvajadzības.

## KOMUNIKĀCIJAS MĒRĶI

### 1. Oficiālās statistikas un Pārvaldes “zīmola” stiprināšana

Mēs strādājam tā, lai atsauce uz “Centrālās statistikas pārvaldes” un “oficiālās statistikas” datiem vienmēr un visur tiktu uztverta kā kvalitātes zīme. Publicējot oficiālo statistiku, stingri rīkojamies saskaņā ar Eiropas un starptautiskajos kvalitātes dokumentos noteiktajiem principiem, jo to ievērošana atšķir oficiālo statistiku no cita veida datiem.

Veidot un nostiprināt Pārvaldes tēlu – pieejams, atvērts, uzticams datu avots.

- **Neitralitāte un profesionālā neatkarība;**  
Preses relīzēs un analītiskajos aprakstos nav nekādu politisku paziņojumu vai ietekmes. Virsraksti un tendenču un struktūras izmaiņu analīze ir informatīva, tomēr pietiekami neitrāla un objektīva jeb pierādāmos faktos balstīta.
- **Pieejamība un skaidrība;**  
Dati ir ērti atrodamā un izmantojami ikvienam, kam tie nepieciešami.  
Datus publicē kopā ar vispārējo tendenču un struktūras izmaiņu analīzi un metadatiem, kas veicina pareizu datu interpretāciju un jēgpilnu salīdzinājumu izdarīšanu.  
Metadati satur informāciju par rādītāju definīcijām, datu avotiem, aprēķina metodēm.  
Dati tiek publicēti iespējami detalizēti un iespējami garā laikrindā, kas nodrošina datu analītisko potenciālu.
- **Savlaicīgums un punktualitāte;**  
Datus par jauniem periodiem publicē saskaņā ar iepriekš noteiktu un publiski pieejamu datu izplatīšanas kalendāru, kurā noteikts datu publicēšanas datums.

## 2. Komunikācijas atbilstība datu lietotāju mainīgajām vajadzībām

Pārvalde tika dibināta 1919. gadā, lai nodrošinātu valsti un sabiedrību ar kvalitatīvu un starptautiski salīdzināmu statistiku lēmumu pieņemšanai, demokrātiskām diskusijām sabiedrībā. Šī pamatvajadzība nav mainījies, un šobrīd, kad pasaulē ir daudz dažādu (arī apšaubāmu) datu avotu, tā ir jo sevišķi aktuāla. Toties sabiedrībai aktuālie jautājumi, komunikācijas kanāli un ātrums, datu lietotāju paradumi un tiem atbilstošākie datu publicēšanas formāti nemitīgi mainās, tāpēc komunikācijai vienmēr jāpielāgojas datu lietotāju mainīgajām vajadzībām.

- **Atbalsts medijiem un žurnālistiem;**  
Komunikācija ar medijiem un žurnālistiem veicina statistikas izmantošanu demokrātiskas valsts mērķiem: objektīvai un patiesos faktos balstītai diskusijai. Atbildes uz žurnālistu jautājumiem tiek sniegtas bez maksas un iespējami ātrā termiņā, lai atbalstītu kvalitatīvu un ticamu datu izmantošanu sabiedrības informēšanā.
- **Pamatinformācija politikas plānotājiem;**  
Kvalitatīvas, atbilstošas, mērķorientētas statistikas un analītisko skaidrojumu nodrošināšana valsts politikas plānotājiem, pašvaldībām un citām valsts pārvaldes institūcijām.
- **Ātras un lietotājam saprotamas atbildes;**  
Visi datu lietotāju jautājumi tiek atbildēti, lietojot statistikā pieņemtu terminoloģiju, tomēr vienkāršā un skaidrā valodā, kas saprotama ikvienam. Mēs cenšamies palīdzēt iespējami ātri atrast nepieciešamos statistikas datus, izskaidrot metadatus, lai lietotājs spētu tos pareizi interpretēt un veikt jēgpilnus salīdzinājumus.
- **Dažādi komunikācijas kanāli;**  
Mēs izmantojam dažādus komunikācijas kanālus, lai statistikas dati sasniegtu iespējami plašu auditoriju. Katram komunikācijas kanālam nodrošinām atbilstošu valodu, izteiksmes stilu un statistikas vizualizēšanas paņēmienus.
- **Lietotāju iesaiste, koprade;**  
Veidojot jaunus statistikas produktus un pakalpojumus, to izstrādē tiek iesaistīti lietotāji. Dialogu ar lietotājiem uzturam konferencēs, klātienes tikšanās reizēs, sociālajos medijos un veicot mērķorientētas aptaujas par konkrētu produktu vai pakalpojumu.
- **Lietotāju paradumu novērošana, analīze;**  
Izmantojam mediju monitoringu, Google analytics un pēc vajadzības citus rīkus, lai izdarītu secinājumus par nepieciešamajām izmaiņām komunikācijā un datu izplatīšanā. Izmantojam sociālos tīklus ne tikai sava vēstījuma nodošanai, bet arī lai ieklausītos lietotāju viedoklī.
- **Atgriezeniskā saite;**  
Lietotāju vēstījums nepaliek tikai komunikācijas struktūrvienībā, tas tiek nodots statistikas ražotājiem un izmantots statistikas pilnveidošanā.

### 3. Komunikācija un datu izplatīšana ir moderna un inovatīva

Mūsu komunikācija liecina, ka Pārvalde ir moderna un inovatīva iestāde.

- **Reakcija uz sabiedrībā notiekošo;**  
Papildu plānotajām oficiālās statistikas relīzēm aktīvi sekojam līdzi sabiedrībā notiekošajam un, kad iespējams, ar atbilstošiem rīkiem aktualizējam atbilstošos statistikas rādītājus, kas varētu papildināt sabiedriskās diskusijas ar faktos balstītiem argumentiem. Pārvaldes reakcija uz publiskajā telpā pausto:
  - ja izteikts subjektīvs viedoklis, Pārvalde uz to nereaģē;
  - ja tiek nepareizi interpretēti dati vai metodoloģija, Pārvalde sniedz skaidrojumu;
  - ja tiek apšaubīti oficiālās statistikas pamatprincipi, Pārvalde sniedz komentāru.
- **Atvērtība un dažādi formāti;**  
Oficiālās statistikas dati var tikt publicēti dažādos formātos (datu stāstos, publikācijās, infografikās, interaktīvos vizualizācijas rīkos u. c.). Statistika vienmēr tiek publicēta atvērto un atkalizmantošanu atbalstošos formātos, tādējādi veicinot statistikas izmantošanu un uz tiem balstītu inovatīvu produktu veidošanu.
- **Inovatīvi produkti;**  
Veidojam jaunus, inovatīvus datu analīzi veicinošus produktus, kas ļauj ar statistikas palīdzību viegli saskatīt kopīgo, atšķirīgo, kā arī novērtēt attīstības tendences dažādās sabiedrībai aktuālās un interesantās tēmās.
- **Eksperimentālā statistika;**  
Popularizējam eksperimentālo statistiku, kuras aprēķināšanā izmanto jaunus datu avotus un metodes, cenšoties paplašināt statistikas klāstu vai detalizācijas līmeni atbilstoši lietotāju vajadzībām.

## MĒRĶA GRUPAS

Mūsu lietotāji ir visa sabiedrība, tomēr, lai efektīvi komunicētu un izvēlētos piemērotākos komunikācijas kanālus, un veidotu dažādām vajadzībām pielāgotu saturu, nepieciešams izdalīt dažādas lietotāju grupas, kurām ir līdzīgas prioritātes un vajadzības.

Sabiedrības informēšanai plašsaziņas līdzekļi ir visefektīvākie, tie aptver visas saziņas formas (radio, TV, prese, interneta portāli) ar masu auditoriju, tāpēc plašsaziņas līdzekļiem tiek piešķirta augsta prioritāte.

Mediji, žurnālisti, citas valsts institūcijas un sabiedriskās organizācijas ir sabiedrotie, ar kuriem kopā sabiedrībai sniegt objektīvu un faktos balstītu informāciju kā pretsvaru interneta resursos cirkulējošām viltus ziņām.

### **1. Plašsaziņas līdzekļi – informācijas starpnieki**

- ziņu aģentūras;
- mediji (radio, TV, prese, interneta portāli);
- žurnālisti.

### **2. Datu lietotāju grupas**

- Saeima, ministrijas, Latvijas Banka, valsts institūcijas un pašvaldības;
- starptautiskās organizācijas, Eurostat, citu valstu statistikas iestādes;
- uzņēmumi;
- pētnieciskās un zinātniskās iestādes, pētnieki, zinātnieki, ekonomisti;
- vēstniecības;
- sabiedriskās organizācijas;
- izglītības iestādes, skolēni, studenti.

### **3. Sociāli un ekonomiski aktīvie iedzīvotāji (sabiedrība kopumā)**

## LIETOTĀJU PROFILI

Statistikas produktu un pakalpojumu pilnveidē Pārvalde ievēro lietotāju intereses, vajadzības un paradumus. Datu lietotājus iespējams segmentēt pēc dažādām pazīmēm, tomēr līdzšinējā lietotāju pieredzes izpētē ir konstatēts, ka statistikas vai produkta izmantošanas biežums ir kritērijs, kas lielā mērā ietekmē lietotāju paradumus un vajadzības.

Veicot padziļinātu lietotāju izpēti, sākumpunkts ir lietotāju prioritātes attiecībā uz produktu un pakalpojumu veidiem (lietotājs ar vispārējām zināšanām primāri saņem informāciju caur medijiem (preses relīzes), bet produktu radītājs primāri lieto datubāzes API – mašīnsaskarne, *Application Programming Interface*).

	<b>Vispārējās zināšanas</b>	<b>Eksperts, specifiskas zināšanas kādā jomā</b>	<b>Datu analītiķis, pētnieks</b>	<b>Produktu radītājs (programmētājs)</b>
	Par statistikas datiem pārsvarā uzzina ar starpnieku palīdzību. Nelieto statistiku regulāri – nejauša interese vai reta lietošanas vajadzība.	Labi pārzina kādu statistikas tēmu, bieži lieto statistiku.	Veic pētījumus izmantojot statistiku, to detalizēti analizējot ar dažādiem statistikas apstrādes rīkiem	Lieto statistiku, radot IT balstītus pakalpojumus, produktus, ko izmanto trešās puses
Preses relīzes	Bieži/primārs	Bieži/primārs	Reti/sekundārs	Reti/sekundārs
Saturs sociālajos medijos, infografikas, video	Bieži/primārs	Bieži/sekundārs	Reti/sekundārs	Reti/sekundārs
Interaktīvi datu vizualizācijas rīki	Reti/primārs	Bieži/sekundārs	Reti/sekundārs	Reti/primārs
Tīmekļa vietne – publikācijas, kartes. Datubāze – datu atlase, lejupielāde, aprakstošie metadati	Reti/primārs	Bieži/primārs	Bieži/primārs	Reti/sekundārs
Datubāzes API, strukturālie metadati			Reti/primārs	Bieži/primārs
Piekluve individuāliem datiem zinātniskiem mērķiem			Bieži/primārs	