

# СВОДНЫЙ ОТЧЕТ О ПРОВЕДЕННОМ КОЛИЧЕСТВЕННОМ И КАЧЕСТВЕННОМ ИССЛЕДОВАНИИ КАЧЕСТВА КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА В ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В 2021 ГОДУ

Исполнитель:

ООО «РОМИР Панель»

гражданско-правовой договор бюджетного учреждения  
от 09.11.2021г. №76–44/2021

Г. МОСКВА, 2021

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ</b>	<b>3-19</b>
<b>2. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 1, НАСЕЛЕНИЕ</b>	<b>20-53</b>
<b>3. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 2, СОИСКАТЕЛИ</b>	<b>54-78</b>
<b>4. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 2, РАБОТОДАТЕЛИ</b>	<b>79-96</b>
<b>5. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 3, СОИСКАТЕЛИ</b>	<b>263-317</b>
<b>6. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 3, РАБОТОДАТЕЛИ</b>	<b>318-326</b>
<b>7. ПРИЛОЖЕНИЕ: ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИССЛЕДОВАНИЯ</b>	<b>327-374</b>

# 1. МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

## Блок 1.

Цель и задача исследования - выявление осведомленности различных социально-демографических групп населения Российской Федерации об услугах и сервисах государственной службы занятости; мнения о доступности и качестве этих услуг и сервисов, оценки эффективности обращения в государственную службу занятости в сравнении с иными способами трудоустройства; ожиданий от модернизации службы занятости, в т.ч. потенциала готовности обратиться в государственную службу занятости в качестве клиента при изменениях в качестве клиентского опыта.

Генеральной исследуемой совокупностью количественного социологического исследования выступило население Российской Федерации в возрасте 18 лет и старше.

Суммарный объем выборочной совокупности составил 2000 респондентов. В выборке представлено население всех 85 субъектов Российской Федерации.

В качестве метода сбора данных выступал всероссийский телефонный опрос населения Российской Федерации по репрезентативной выборке. Выборка репрезентирует население по признакам пол, возраст, место проживания (город / село).

Выборка была осуществлена таким образом, чтобы репрезентировать сложившуюся структуру населения Российской Федерации в возрасте 18 лет и старше по основным демографическим показателям (пол, возраст).

Пол	Население в возрасте 18 лет и старше, человек (на 1 января 2021 года)	Доля, %	Выборка (количество респондентов)
Мужской	52 537 843	45.1%	903
Женский	63 840 375	54.9%	1097

Возраст	Население в возрасте 18 лет и старше, человек (на 1 января 2021 года)	Доля, %	Выборка (количество респондентов)
18 – 19 лет	2 727 849	2.3%	47
20 – 29 лет	16 316 088	14.0%	280
30 – 39 лет	24 636 377	21.2%	424
40 – 49 лет	20 603 339	17.7%	354
50 – 59 лет	19 288 528	16.5%	331
60 – 69 лет	18 445 184	15.9%	317
70 лет и старше	14 360 853	12.3%	247

Структура выборки была также построена с учетом городского и сельского населения.

Пол	Доля, %	Выборка (количество респондентов)
Городское население	72.8%	1 456
Сельское население	27.2%	544

Инструментарий количественного социологического исследования представлял собой анкету, которая состояла из трех основных частей: скрининговая (отборочная) часть, основная часть (вопросы по задачам исследования), а также социально-демографический блок. В анкете (опросном листе) присутствовала расширенная группа вопросов социально-демографического блока: пол; возраст; субъект федерации, образование, профессия/должность, статус в занятости (занятый, безработный), наличие детей дошкольного возраста.

#### **Дополнительные пояснения**

Все данные в отчете представлены в процентах, если и иное не указано.

В таблицах отчета цветом обозначены значимые отличия по сравнению с выборкой в целом.

**Красным** – значение значимо выше, чем в целом по выборке.

**Синим** – значение значимо ниже, чем в целом по выборке.

В отчете представлены основные значимости.

## Блок 2.

Целевая аудитория: **работодатели** - получатели услуг центров занятости населения, в которых реализованы проекты по модернизации государственной службы занятости; **соискатели** - получатели услуг центров занятости населения, в которых реализованы проекты по модернизации государственной службы занятости.

Суммарный объем выборочной совокупности составил 1000 человек. По согласованию с Заказчиком структура выборки разделена следующим образом: 800 соискателей, 200 работодателей.

В выборке представлены клиенты не менее чем 20ти модернизированных центров занятости населения из следующих регионов:

- Белгородская область
- Волгоградская область
- Воронежская область
- Калининградская область
- Калужская область
- Кемеровская область-Кузбасс
- Краснодарский край
- Нижегородская область
- Новгородская область
- Пермский край
- Республика Башкортостан
- Республика Мордовия
- Республика Татарстан
- Рязанская область
- Самарская область
- Саратовская область
- Свердловская область
- Ставропольский край
- Томская область
- Тульская область
- Тюменская область
- Чувашская Республика

Характеристика целевой аудитории, **соискатели:**

<b>Пол</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Мужской	38%	304
Женский	62%	496

<b>Возраст</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
15–19 лет	1%	6
20–29 лет	14%	115
30–39 лет	42%	332
40–49 лет	27%	219
50–59 лет	15%	118
60–69 лет	1%	10

<b>Семейное положение</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Не замужем / Не женат	20%	159
Женат / Замужем / Живём вместе	62%	494
Разведен(а) / Живём отдельно	14%	114
Вдовец / Вдова	3%	23
Отказ от ответа	1%	10

<b>Материальное положение</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
У нас не всегда достаточно денег даже на еду	3%	25
У нас хватает денег на еду, но купить одежду для нас серьезная проблема	14%	115
Нам хватает на еду и одежду, но купить мелкую бытовую технику нам будет сложно/придется откладывать деньги на покупку	40%	321
Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватает	29%	234
Наших средств хватит на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира или загородный дом	7%	57
У нас нет никаких финансовых затруднений. При необходимости мы можем купить квартиру или дом	2%	13
Отказ от ответа	4%	35

<b>Образование</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Среднее полное (общее) или ниже	8%	65
Среднее профессиональное, среднее специальное	33%	262
Неполное высшее	6%	45
Высшее	48%	382
2 высших или более	5%	36
Отказ от ответа	1%	5

<b>Тип населенного пункта</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Город с населением 1 млн+ человек	42%	335
Город с населением 500 тыс-1 млн. человек	29%	233
Город с населением 250-500 тыс. человек	9%	70
Город с населением 100-250 тыс. человек	7%	57
Город с населением менее 100 тыс. человек	7%	58
Поселок городского типа	2%	13
Сельский населенный пункт	4%	34

<b>Субъект Российской Федерации</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Белгородская область	2%	14
Волгоградская область	10%	80
Воронежская область	17%	132
Калининградская область	2%	19
Калужская область	1%	9
Кемеровская область	3%	23
Краснодарский край	2%	16
Нижегородская область	4%	34
Пермский край	3%	25
Республика Башкортостан	12%	95
Республика Мордовия	5%	41
Республика Татарстан	4%	35
Рязанская область	1%	7
Самарская область	2%	16
Саратовская область	1%	4
Свердловская область	4%	29
Ставропольский край	6%	51
Томская область	5%	39
Тульская область	13%	106
Тюменская область	2%	13
Чувашская Республика	1%	4

<b>Федеральный округ</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Приволжский	32%	255
Северо-Западный	2%	19
Северо-Кавказский	7%	52
Сибирский	8%	63
Уральский	5%	43
Центральный	34%	272
Южный	12%	96

Характеристика целевой аудитории, работодатели:

<b>Место нахождения организации</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Город с населением 1 млн+ человек	18%	35
Город с населением 500 тыс. - 1 млн. человек	23%	46
Город с населением 250-500 тыс. человек	28%	56
Город с населением 100-250 тыс. человек	10%	20
Город с населением менее 100 тыс. человек	22%	43

<b>Субъект Российской Федерации</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Белгородская область	2%	3
Волгоградская область	3%	6
Воронежская область	8%	15
Калининградская область	3%	5
Калужская область	10%	19
Кемеровская область	8%	15
Краснодарский край	1%	1
Нижегородская область	1%	1
Новгородская область	1%	2
Пермский край	16%	32
Республика Башкортостан	3%	5
Республика Мордовия	5%	10
Республика Татарстан	13%	26
Рязанская область	1%	1
Самарская область	1%	2
Саратовская область	1%	1
Свердловская область	1%	2
Ставропольский край	1%	2
Томская область	2%	3
Тульская область	13%	26
Тюменская область	11%	22
Чувашская Республика	1%	1

<b>Форма собственности организации представителя</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Государственная / муниципальная	51%	102
Частная российская	45%	90
Смешанная российская (государственно- частная)	3%	5

<b>Общее количество работников на предприятии</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
До 15 человек	10%	20
От 16 до 100 человек	41%	82
От 101 до 250 человек	27%	54
Более 250 человек	22%	44

<b>Основной вид экономической деятельности предприятия</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	3%	5
Добыча полезных ископаемых	2%	3
Обрабатывающие производства	3%	6
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	2%	4
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	1%	1
Строительство	4%	8
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	6%	11
Транспортировка и хранение	2%	3
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	2%	3
Деятельность финансовая и страховая	1%	2
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	2%	3
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	3%	6
Образование	21%	42
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	7%	14
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	5%	10
Предоставление прочих видов услуг	2%	4
Деятельность экстерриториальных организаций и органов	1%	2

Должность представителя компании	Доля, %	Выборка (количество респондентов)
Руководитель организации / предприятия	7%	14
Заместитель руководителя организации / предприятия	7%	13
Руководитель отдела / управления / службы управления персоналом / кадрами / человеческими ресурсами	48%	96
Специалист, занимающийся взаимодействием с органами государственной власти	14%	28

В качестве метода сбора данных по работодателям и соискателям выступали рассылка запрограммированных онлайн-анкет и последующий телефонный опрос.

#### **Дополнительные пояснения**

Все данные в отчете представлены в процентах, если и иное не указано.

В таблицах отчета цветом обозначены значимые отличия по сравнению с выборкой в целом.

**Красным** – значение значимо выше, чем в целом по выборке.

**Синим** – значение значимо ниже, чем в целом по выборке.

В отчете представлены основные значимости.

### **Блок 3. Соискатели.**

Целевая аудитория - **соискатели** - граждане РФ в возрасте 15 лет и старше, обращавшиеся в СЗН за содействием в поиске подходящей работы в последние пять лет либо состоящие в настоящее время на регистрационном учете в СЗН как ищущие работу, в том числе:

- занятые и безработные граждане предпенсионного возраста;
- пенсионеры, стремящиеся возобновить / планирующие продолжать трудовую деятельность;
- инвалиды I, II, III групп;
- лица из числа детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей;
- граждане, уволенные в связи с ликвидацией организации, либо прекращением деятельности индивидуальным предпринимателем, сокращением численности или штата работников организации, индивидуального предпринимателя;
- выпускники образовательных организаций, в т.ч. образовательных организаций высшего образования; профессиональных образовательных организаций; общеобразовательных организаций;
- женщины, имеющие детей в возрасте 0-6 лет (в т.ч. женщины, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком, а также женщины, имеющие детей дошкольного возраста, не состоящие в трудовых отношениях и обратившиеся в органы службы занятости, стремящиеся возобновить трудовую деятельность).

Суммарный объем выборочной совокупности для категории «соискатели» составил 3001 человек, при этом в выборке представлены представители всех обязательных к опросу целевых групп клиентов СЗН из 9 субъектов Российской Федерации, а именно:

- Белгородская область
- Краснодарский край
- Нижегородская область
- Республика Башкортостан
- Рязанская область
- Самарская область
- Саратовская область
- Свердловская область
- Ставропольский край

В каждом из девяти регионов опрошено не менее 300 граждан (детальное распределение дано в таблице далее), имеющих клиентский опыт с СЗН. В качестве метода сбора данных выступали рассылка запрограммированных онлайн-анкет и последующий телефонный опрос.

Характеристика целевой аудитории, **соискатели**:

<b>Категории граждан</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Граждане предпенсионного возраста	19%	558
Пенсионеры	6%	173
Инвалиды	9%	270
Дети-сироты	3%	90
Уволенные по сокращению штатов или ликвидации организации	12%	375
Выпускники школ	5%	151
Выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений	13%	404
Женщины с детьми от 0 до 6 лет	21%	640
Не работающие более года	11%	340

<b>География</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Белгородская область	11%	331
Краснодарский край	11%	329
Нижегородская область	11%	332
Республика Башкортостан	11%	324
Рязанская область	11%	330
Самарская область	11%	342
Саратовская область	11%	328
Свердловская область	12%	352
Ставропольский край	11%	333

<b>Пол</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Мужской	35%	1056
Женский	65%	1945

<b>Возраст</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
15–19 лет	6%	166
20–29 лет	20%	606
30–39 лет	30%	909
40–49 лет	18%	545
50–59 лет	19%	576
60 лет и старше	7%	199

<b>Семейное положение</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Не замужем / Не женат	24%	728
Женат / Замужем / Живём вместе	62%	1868
Разведен(а) / Живём отдельно	11%	320
Вдовец / Вдова	2%	66
Отказ от ответа	1%	19

<b>Материальное положение</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
У нас не всегда достаточно денег даже на еду	2%	63
У нас хватает денег на еду, но купить одежду для нас серьезная проблема	10%	309
Нам хватает на еду и одежду, но купить мелкую бытовую технику нам будет сложно/придется откладывать деньги на покупку	45%	1352
Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватает	34%	1018
Наших средств хватит на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира или загородный дом	6%	175
У нас нет никаких финансовых затруднений. При необходимости мы можем купить квартиру или дом	1%	26
Отказ от ответа	2%	58

<b>Образование</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Среднее полное (общее) или ниже	9%	263
Среднее профессиональное, среднее специальное	39%	1165
Неполное высшее	6%	185
Высшее	42%	1275
2 высших или более	3%	95
Отказ от ответа	1%	18

## Дополнительные пояснения

Все данные в отчете представлены в процентах, если и иное не указано.

В таблицах отчета цветом обозначены значимые отличия по сравнению с выборкой в целом.

**Красным**– значение значимо выше, чем в целом по выборке.

**Синим**– значение значимо ниже, чем в целом по выборке.

В отчете представлены основные значимости.

Регионы для опроса выбраны в соответствии с Приказом Минтруда России №751 от 26.10.2017 г. по итогам деятельности органов службы занятости в 2019 и 2020 гг. На основании рейтингов субъектов Российской Федерации по значению интегральной оценки качества и доступности государственных услуг в области содействия занятости населения были определены три группы регионов по значению интегральной оценки:

1. Регионы-лидеры рейтинга: Белгородская область, Краснодарский край, Ставропольский край.
2. Регионы со средними показателями: Свердловская область, Нижегородская область, Самарская область.
3. Регионы с показателями ниже среднего: Республика Башкортостан, Рязанская область, Саратовская область.

### **Блок 3. Работодатели.**

В рамках данного блока был реализован количественный и качественный сбор социологической информации по опросу работодателей.

В рамках количественного сбора информации в качестве целевой аудитории выступали: **работодатели** - представители кадровых служб, руководители организаций, индивидуальные предприниматели, фермеры, обращавшиеся в СЗН за содействием в подборе необходимых работников в последние пять лет (включая текущий год), в том числе

- системообразующие предприятия региона и крупные организации/предприятия/группы предприятий с наибольшей локализацией занятых;
- предприятия, представляющие малый бизнес;
- организации/предприятия, испытывающие серьезные кадровые риски и/или формирующие риски для рынка труда региона (высокая текучесть кадров, высокая сезонная потребность в персонале, тенденция к сокращению численности персонала, риск ликвидации обособленных подразделений или предприятия в целом и др.)

Суммарный объем выборочной совокупности составил 451 человек.

В выборке представлены 50-51 работодатель (в зависимости от региона, подробная информация на стр. 4), имеющих клиентский опыт с ЦЗН, из 9 регионов Российской Федерации:

- Белгородская область
- Краснодарский край
- Нижегородская область
- Республика Башкортостан
- Рязанская область
- Самарская область
- Саратовская область
- Свердловская область
- Ставропольский край

Характеристика целевой аудитории:

<b>Субъект Российской Федерации</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Белгородская область	11%	50
Краснодарский край	11%	50
Нижегородская область	11%	50
Республика Башкортостан	11%	50
Рязанская область	11%	51
Самарская область	11%	50
Саратовская область	11%	50
Свердловская область	11%	50
Ставропольский край	11%	50

<b>Форма собственности организации представителя</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Частная российская	66%	299
Государственная / муниципальная	30%	135
Смешанная российская (государственно-частная)	3%	14

<b>Общее количество работников на предприятии</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
До 15 человек	23%	105
От 16 до 100 человек	46%	207
От 101 до 250 человек	17%	75
Более 250 человек	14%	64

<b>Основной вид экономической деятельности предприятия</b>	<b>Доля, %</b>	<b>Выборка (количество респондентов)</b>
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	14%	62
Образование	11%	48
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	9%	40
Предоставление прочих видов услуг	9%	40
Обрабатывающие производства	9%	39
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	8%	34
Строительство	7%	32
Транспортировка и хранение	4%	18

Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	3%	15
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	3%	13
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	3%	13
Деятельность финансовая и страховая	2%	11
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	2%	8
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	2%	8
Деятельность в области информации и связи	1%	5
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	1%	3
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	1%	3

Должность представителя компании	Доля, %	Выборка (количество респондентов)
Руководитель организации / предприятия	23%	104
Заместитель руководителя организации / предприятия	16%	72
Руководитель отдела / управления / службы управления персоналом / кадрами / человеческими ресурсами	38%	171
Специалист, занимающийся взаимодействием с органами государственной власти	14%	65

В качестве метода сбора данных по работодателям выступали рассылка запрограммированных онлайн-анкет и последующий телефонный опрос.

В рамках качественного сбора информации в качестве целевой аудитории выступали представители ключевых для региона работодателей, имеющих клиентский опыт с СЗН.

К ключевым для региона в целях данного исследования, согласно Техническому заданию, были отнесены:

- предприятия малого бизнеса;
- системообразующие предприятия региона и крупные организации/предприятия/группы предприятий с наибольшей локализацией занятых;
- организации/предприятия, испытывающие серьезные кадровые риски и/или формирующие риски для рынка труда региона (высокая текучесть кадров, высокая

сезонная потребность в персонале, тенденция к сокращению численности персонала, риск ликвидации обособленных подразделений или предприятия в целом и др.).

Суммарный объем проведенных интервью – 27 интервью, в каждом из 8 регионов опрошено не менее 3 представителей работодателей региона. Опрос проводился методом глубинного интервью с представителями работодателя. Регионы исследования:

- Белгородская область
- Краснодарский край
- Нижегородская область
- Республика Башкортостан
- Рязанская область
- Самарская область
- Саратовская область
- Свердловская область
- Ставропольский край

#### **Дополнительные пояснения**

Все данные в отчете представлены в процентах, если и иное не указано.

В таблицах отчета цветом обозначены значимые отличия по сравнению с выборкой в целом.

**Красным** – значение значимо выше, чем в целом по выборке.

**Синим** – значение значимо ниже, чем в целом по выборке.

В отчете представлены основные значимости.

Курсивом в отчете представлены наиболее яркие обезличенные цитаты респондентов – участников опроса.

Регионы для опроса выбраны в соответствии с Приказом Минтруда России №751 от 26.10.2017 г. по итогам деятельности органов службы занятости в 2019 и 2020 гг. На основании рейтингов субъектов Российской Федерации по значению интегральной оценки качества и доступности государственных услуг в области содействия занятости населения были определены три группы регионов по значению интегральной оценки:

1. Регионы-лидеры рейтинга: Белгородская область, Краснодарский край, Ставропольский край.
2. Регионы со средними показателями: Свердловская область, Нижегородская область, Самарская область.
3. Регионы с показателями ниже среднего: Республика Башкортостан, Рязанская область, Саратовская область.

## 2. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 1, НАСЕЛЕНИЕ

### Осведомленность различных социально-демографических групп населения РФ об услугах и сервисах государственной службы

Результаты проведенного социологического исследования показали, что **большинство взрослого населения России знают о таком канале поиска работы, как Центр занятости населения** (лидер по показателю знания канала). Показатель известности находится на уровне 74% среди всех опрошенных. Следует при этом отметить, что при высоком уровне известности, **уровень пользования данным каналом один из самых низких** (9% обращались в данный канал за последние три года).

В восприятии населения РФ основная деятельность ЦЗН связана с **трудоустройством и выплатами пособия**. В представлении респондентов основные услуги и сервисы, по которым люди обращаются в ЦЗН, — это получение пособия по безработице (71%) и поиск работы (69%). О дополнительных опциях, которые предлагаются в Центре, осведомлены значительно меньше.

Среди тех респондентов, которые пользовались услугами и сервисами ЦЗН в течение последних трех лет, также уточнялся вопрос о том, с какой целью они лично обращались в Центры занятости. Подавляющее **большинство респондентов в первую очередь обращались с целью поиска работы (65% опрошенных), еще 39% получали пособие по безработице**.

### Доступность и качество услуг и сервисов государственной службы занятости

По большинству услуг и сервисов, по которым респонденты обращались в ЦЗН, **клиенты остались удовлетворены процессом получения услуги и сервиса**. При этом по большинству направлений, по которым респонденты обращались в ЦЗН, клиенты **остались довольны также и результатом**, который они получили, когда обращались в ЦЗН за определенным запросом.

### Оценка эффективности обращения в государственную службу занятости в сравнении с иными способами трудоустройства

**Большинство опрошенных респондентов удовлетворены опытом обращения в Центр занятости населения**. 55% опрошенных респондентов заявили, что полностью или скорее удовлетворены опытом обращения в ЦЗН, еще 22% удовлетворены частично (показатель на уровне или чуть ниже по сравнению с другими каналами поиска работы). При этом **готовность обратиться в ЦЗН в будущем для поиска работы также находится на достаточно высоком уровне**: 53% опрошенных респондентов заявили, что точно или скорее готовы будут обратиться в ЦЗН, еще 26% возможно обратятся.

**Основные барьеры**, которые останавливают респондентов в том, чтобы рассматривать для себя в будущем ЦЗН как канал для поиска работы, заключаются в том, что, по мнению респондентов, в ЦЗН **отсутствуют подходящие для них вакансии** (об этом сообщили 52% опрошенных), **не будет желаемого результата** (44%) и существуют **сложные бюрократические процедуры** (38%).

При этом, в качестве **драйверов**, которые могут поспособствовать тому, что респонденты будут готовы обратиться в ЦЗН в будущем, респонденты называли **подбор работы исходя из пожеланий соискателя (59%), возможность проводить все процедуры онлайн (44%), а также наличие в ЦЗН бесплатных курсов по востребованным профессиям и навыкам (39%)**.

В целом по результатам исследования был отмечен высокий интерес аудитории к онлайн-форматам получения услуг и сервисов по поиску работы (особенно у молодой аудитории).

#### Ожидания от модернизации службы занятости.

Большинство опрошенных считают, что современный государственный кадровый центр должен быть **доступен для всех граждан (12%), сотрудники центра должны быть дружелюбными и доброжелательными в отношении клиентов (12%), имея при этом высокую квалификацию и компетенцию (8%)**. Важной составляющей является также оперативность работы центра (11%) и одно из решений вопроса оперативности – **наличие онлайн-сервиса для оперативного обращения (11%)**.

Важным показателем современного государственного кадрового центра является также **разнообразие и достаточное для выбора количество предлагаемых вакансий (11%)**.

## АНАЛИЗ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ: БЛОК 1, НАСЕЛЕНИЕ

### 3.1. Осведомленность различных социально-демографических групп населения РФ об услугах и сервисах государственной службы занятости.

По данным социологического исследования, большинство взрослого населения РФ знают о таком канале поиска работы, как Центр занятости населения. При этом данный канал является одним из самых известных (с ним знакомы 74% опрошенных респондентов), наряду с сайтами для поиска работы (их знает 73% жителей).

Более половины опрошенных также знакомы и с неспециализированными каналами поиска работы – это печатные издания (газеты, журналы и объявления на улице), с ними знакомы 60% жителей, и рекомендации ближайшего окружения (известность находится на уровне 60%). Популярность набирают также социальные сети и мессенджеры: их, как канал поиска работы, знают 56% опрошенных жителей России.

Менее известными каналами оказались портал «Работа в России» (о нем знают менее трети опрошенных), частные агентства по трудоустройству (их, как канал поиска работы, знает 23% респондентов), а также узкоспециализированные тематические сайты по отдельным сферам занятости (их знает каждый шестой опрошенный).

Несмотря на то, что известность Центра занятости населения, как канала поиска работы, находится на достаточно высоком уровне, пользовались данным каналом за последние три года только 9% опрошенных респондентов.

При этом самыми популярными с точки зрения использования являются сайты для поиска работы, что может быть в первую очередь связано с широкой доступностью данного канала для аудитории и его использование не требует каких-либо дополнительных усилий, кроме использования Интернета.



БАЗА: все опрошенные (2000 респондентов).

Женщины, в отличие от мужчин, в большей степени осведомлены о Центрах занятости населения, как о каналах поиска работы. При этом о тематических, специализированных сайтах наоборот – чаще знают мужчины, а не женщины.

Пол респондента	В целом по выборке	Мужской	Женский
<b>Известность каналов поиска работы (Q1)</b>			
Центр занятости населения	74%	<b>69%</b>	<b>78%</b>
Сайты для поиска работы	73%	75%	71%
Газеты / журналы / объявления на улице	60%	58%	62%
Рекомендация родственников или знакомых	60%	58%	60%
Социальные сети / мессенджеры	56%	55%	57%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	30%	30%	30%
Частные агентства по трудоустройству	23%	24%	22%
Тематические / специализированные сайты	15%	<b>18%</b>	<b>12%</b>

Более молодая аудитория (до 49 лет) чаще в качестве известных каналов для поиска работы отмечала диджитал каналы: сайты для поиска работы, социальные сети и мессенджеры, портал «Работа в России», а также специализированный тематические сайты. Более традиционные каналы чаще были названы старшими возрастными группами.

Следует отметить, что аудитория до 29 лет в целом значимо реже отмечала известность Центра занятости населения, как канала для поиска работы, при этом аудитория предпенсионного и пенсионного возраста (50-59 лет) наоборот – отмечала данный канал значимо чаще.

Возраст респондента	В целом по выборке	18 – 19 лет	20 – 29 лет	30 – 39 лет	40 – 49 лет	50 – 59 лет	60 – 69 лет	70 лет и старше
<b>Известность каналов поиска работы (Q1)</b>								
Центр занятости населения	74%	<b>23%</b>	<b>62%</b>	76%	77%	<b>85%</b>	77%	71%
Сайты для поиска работы	73%	<b>60%</b>	<b>81%</b>	<b>86%</b>	<b>84%</b>	71%	72%	<b>34%</b>
Газеты / журналы / объявления на улице	60%	<b>40%</b>	<b>52%</b>	59%	60%	62%	64%	<b>68%</b>
Рекомендация родственников или знакомых	60%	<b>32%</b>	54%	56%	59%	64%	62%	<b>69%</b>
Социальные сети / мессенджеры	56%	<b>74%</b>	<b>70%</b>	<b>67%</b>	<b>65%</b>	<b>50%</b>	<b>49%</b>	<b>23%</b>
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	30%	17%	<b>36%</b>	<b>41%</b>	<b>40%</b>	25%	<b>23%</b>	<b>9%</b>
Частные агентства по трудоустройству	23%	11%	24%	27%	22%	26%	22%	18%
Тематические / специализированные сайты	15%	13%	<b>26%</b>	<b>20%</b>	17%	<b>10%</b>	<b>9%</b>	<b>4%</b>

Респонденты с более высоким материальным положением в семье в большей степени осведомлены о разных каналах поиска работы, чем респонденты с более низким доходом. При этом следует отметить, что максимальная известность Центра занятости населения отмечается среди респондентов со средним и выше среднего доходом (не включая высокодоходную аудиторию).

Доход респондента	В целом по выборке	У нас не всегда достаточно денег даже на еду	У нас хватает денег на еду, но купить одежду для нас серьезная проблема	Нам хватает на еду и одежду, но купить мелкую бытовую технику нам будет сложно	Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватает	Наших средств хватит на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира или загородный дом	У нас нет никаких финансовых затруднений
<b>Известность каналов поиска работы (Q1)</b>							
Центр занятости населения	74%	66%	<b>62%</b>	76%	<b>78%</b>	72%	66%
Сайты для поиска работы	73%	63%	<b>48%</b>	70%	<b>81%</b>	<b>82%</b>	71%
Газеты / журналы / объявления на улице	60%	51%	53%	60%	62%	<b>70%</b>	<b>45%</b>
Рекомендация родственников или знакомых	60%	51%	53%	61%	60%	63%	53%
Социальные сети / мессенджеры	56%	48%	<b>44%</b>	53%	58%	<b>71%</b>	58%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	30%	40%	<b>20%</b>	<b>24%</b>	33%	<b>42%</b>	<b>46%</b>
Частные агентства по трудоустройству	23%	20%	<b>14%</b>	<b>19%</b>	25%	<b>33%</b>	<b>47%</b>
Тематические / специализированные сайты	15%	22%	<b>6%</b>	<b>9%</b>	15%	<b>31%</b>	<b>40%</b>

Центрами занятости населения, как каналом для поиска работы, значительно чаще пользовались респонденты предпенсионного возраста (50-59 лет).

Для молодой аудитории в отношении ЦЗН характерны одни из самых низких показателей обращения. В случае необходимости более молодая аудитория чаще использует сайты и социальные сети.

Возраст респондента	В целом по выборке	18 – 19 лет	20 – 29 лет	30 – 39 лет	40 – 49 лет	50 – 59 лет	60 – 69 лет	70 лет и старше
<b>Пользование каналами для поиска работы за последние три года (Q3)</b>								
Сайты для поиска работы	<b>43%</b>	40%	<b>61%</b>	<b>61%</b>	<b>52%</b>	39%	<b>26%</b>	<b>8%</b>
Социальные сети / мессенджеры	<b>27%</b>	<b>49%</b>	<b>44%</b>	<b>39%</b>	30%	<b>19%</b>	<b>14%</b>	<b>2%</b>
Рекомендация родственников или знакомых	<b>26%</b>	17%	30%	28%	28%	26%	<b>18%</b>	24%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	<b>15%</b>	<b>4%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>21%</b>	13%	<b>6%</b>	<b>2%</b>
Газеты / журналы / объявления на улице	<b>15%</b>	19%	15%	<b>20%</b>	16%	13%	<b>10%</b>	11%
Центр занятости населения	<b>9%</b>	6%	9%	9%	10%	<b>16%</b>	<b>5%</b>	6%
Тематические / специализированные сайты	<b>6%</b>	6%	<b>14%</b>	<b>9%</b>	5%	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>
Частные агентства по трудоустройству	<b>4%</b>	6%	6%	<b>7%</b>	3%	3%	2%	3%
Не искал(а) работу за последние 3 года	<b>32%</b>	23%	<b>14%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	32%	<b>56%</b>	<b>57%</b>

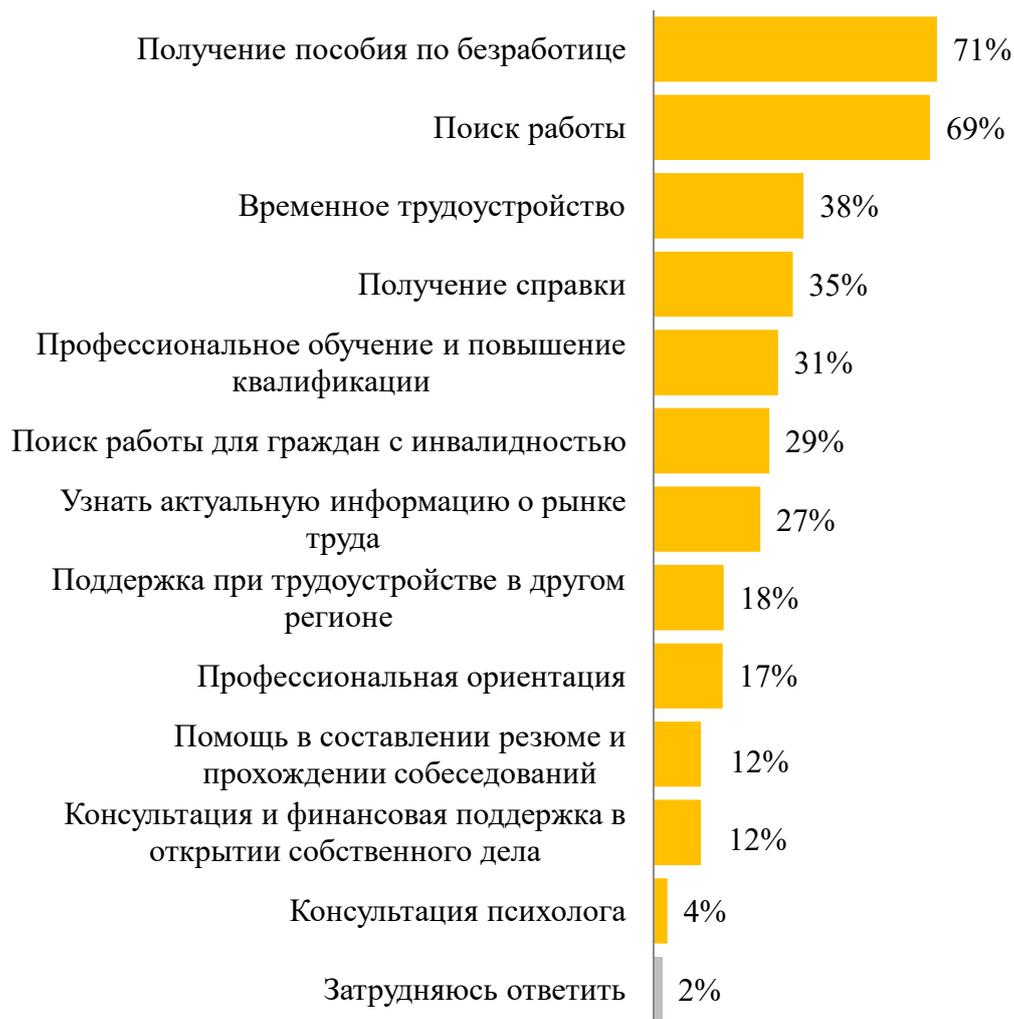
Респонденты, которые проживают в крупных городах опроса, чаще других использовали различные варианты каналов поиска работы за последние три года.

Тип населенного пункта	В целом по выборке	Город с населением 1 млн+ человек	Город с населением 500 тыс - 1 млн. человек	Город с населением 250-500 тыс. человек	Город с населением 100-250 тыс. человек	Город с населением менее 100 тыс. человек	Поселок городского типа	Сельский населенный пункт
<b>Использование каналами для поиска работы за последние три года (Q3)</b>								
Сайты для поиска работы	<b>43%</b>	<b>63%</b>	<b>62%</b>	<b>52%</b>	45%	46%	37%	<b>15%</b>
Социальные сети / мессенджеры	<b>27%</b>	<b>32%</b>	27%	30%	<b>35%</b>	<b>33%</b>	<b>39%</b>	<b>11%</b>
Рекомендация родственников или знакомых	<b>26%</b>	30%	22%	22%	20%	29%	27%	24%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	<b>15%</b>	<b>22%</b>	20%	19%	19%	16%	16%	<b>5%</b>
Газеты / журналы / объявления на улице	<b>15%</b>	18%	15%	15%	21%	17%	9%	<b>10%</b>
Центр занятости населения	<b>9%</b>	<b>6%</b>	6%	8%	7%	8%	9%	<b>15%</b>
Тематические / специализированные сайты	<b>6%</b>	<b>12%</b>	7%	8%	4%	6%	2%	<b>1%</b>
Частные агентства по трудоустройству	<b>4%</b>	<b>9%</b>	6%	4%	3%	3%	<b>0%</b>	<b>2%</b>
Не искал(а) работу за последние 3 года	<b>32%</b>	<b>22%</b>	27%	31%	32%	30%	30%	<b>45%</b>

В представлении респондентов основные услуги и сервисы, по которым люди обращаются в ЦЗН, — это получение пособия по безработице (71%) и поиск работы (69%). Чуть реже респонденты воспринимают ЦЗН как место, куда приходят за временным трудоустройством (38%), получением справки (35%), а также за профессиональным обучением и повышением квалификации (31%).

Таким образом, можно сделать вывод, что в восприятии населения РФ, основная деятельность ЦЗН связана именно с трудоустройством и выплатами пособия. О дополнительных опциях, которые предлагаются в Центре, осведомлены значительно меньше.

### С какой целью люди чаще всего обращаются в ЦЗН? (Q9)



БАЗА: все опрошенные (2000 респондентов).

Чаще о том, что люди в основном обращаются в ЦЗН за получением пособия по безработице и поиском работы, говорили респонденты старших возрастных групп (50 лет и старше).

Более молодая аудитория (18-19 лет) в целом меньше осведомлена об услугах и сервисах ЦЗН (чаще затруднялись с ответом на данный вопрос).

Возраст респондента	В целом по выборке	18 – 19 лет	20 – 29 лет	30 – 39 лет	40 – 49 лет	50 – 59 лет	60 – 69 лет	70 лет и старше
<b>С какой целью люди чаще всего обращаются в ЦЗН (Q9)</b>								
Получение пособия по безработице	<b>71%</b>	<b>38%</b>	66%	71%	72%	<b>79%</b>	<b>78%</b>	<b>61%</b>
Поиск работы	<b>69%</b>	<b>34%</b>	<b>61%</b>	<b>63%</b>	70%	<b>76%</b>	72%	<b>81%</b>
Временное трудоустройство	<b>38%</b>	32%	37%	36%	38%	40%	34%	40%
Получение справки	<b>35%</b>	26%	32%	35%	36%	<b>41%</b>	34%	30%
Профессиональное обучение и повышение квалификации	<b>31%</b>	<b>13%</b>	<b>24%</b>	35%	33%	34%	33%	28%
Поиск работы для граждан с инвалидностью	<b>29%</b>	19%	28%	27%	27%	30%	30%	<b>36%</b>
Узнать актуальную информацию о рынке труда	<b>27%</b>	19%	25%	26%	30%	28%	29%	22%
Поддержка при трудоустройстве в другом регионе	<b>18%</b>	23%	22%	19%	17%	20%	<b>9%</b>	17%
Профессиональная ориентация	<b>17%</b>	9%	21%	19%	17%	17%	15%	16%
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	<b>12%</b>	13%	<b>18%</b>	13%	10%	13%	9%	<b>7%</b>
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	<b>12%</b>	17%	15%	12%	14%	14%	10%	<b>4%</b>
Консультация психолога	<b>4%</b>	2%	5%	4%	3%	3%	3%	4%
Затрудняюсь ответить	<b>2%</b>	<b>13%</b>	3%	2%	3%	1%	1%	3%

О том, что в ЦЗН чаще всего обращаются за поиском работы, чаще говорили жители Северо-Западного, Южного, Северо-Кавказского и Дальневосточного федеральных округов.

Федеральный округ	В целом по выборке	ЦФО	СЗФО	ЮФО	СКФО	ПФО	УФО	СФО	ДВФО
<b>С какой целью люди чаще всего обращаются в ЦЗН (Q9)</b>									
Получение пособия по безработице	<b>71%</b>	69%	71%	<b>64%</b>	68%	74%	68%	77%	79%
Поиск работы	<b>69%</b>	<b>61%</b>	<b>76%</b>	<b>76%</b>	<b>78%</b>	66%	67%	72%	<b>80%</b>
Временное трудоустройство	<b>38%</b>	34%	41%	<b>29%</b>	<b>47%</b>	41%	38%	37%	39%
Получение справки	<b>35%</b>	36%	40%	31%	<b>21%</b>	36%	35%	33%	<b>48%</b>
Профессиональное обучение и повышение квалификации	<b>31%</b>	30%	37%	<b>23%</b>	<b>39%</b>	27%	30%	<b>38%</b>	38%
Поиск работы для граждан с инвалидностью	<b>29%</b>	26%	29%	28%	<b>47%</b>	25%	28%	32%	30%
Узнать актуальную информацию о рынке труда	<b>27%</b>	25%	<b>37%</b>	27%	24%	<b>22%</b>	33%	24%	30%
Поддержка при трудоустройстве в другом регионе	<b>18%</b>	16%	20%	<b>12%</b>	20%	18%	20%	19%	20%
Профессиональная ориентация	<b>17%</b>	17%	22%	15%	15%	<b>13%</b>	20%	<b>23%</b>	19%
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	<b>12%</b>	13%	14%	<b>7%</b>	10%	10%	10%	15%	18%
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	<b>12%</b>	10%	16%	11%	<b>5%</b>	10%	<b>18%</b>	16%	13%
Консультация психолога	<b>4%</b>	5%	6%	2%	1%	<b>1%</b>	4%	3%	5%
Затрудняюсь ответить	<b>2%</b>	3%	1%	<b>5%</b>	2%	2%	2%	1%	0%

Среди респондентов, которые пользовались услугами и сервисами ЦЗН в течение последних трех лет, также уточнялся вопрос о том, с какой целью они лично обращались в Центры занятости.

Подавляющее большинство респондентов в первую очередь обращались с целью поиска работы (65% опрошенных), еще 39% получали пособие по безработице. Каждый пятый опрошенный клиент ЦЗН проходил профессиональное обучение или повышение квалификации.

Выборка для предоставления мнения по данному вопросу в разрезе различных социально-демографических групп мала для анализа, данные представлены только в целом по выборке.

### С какой целью лично респонденты обращались в ЦЗН (Q10)



БАЗА: опрошенные, которые обращались в ЦЗН за последние три года (184 респондента).

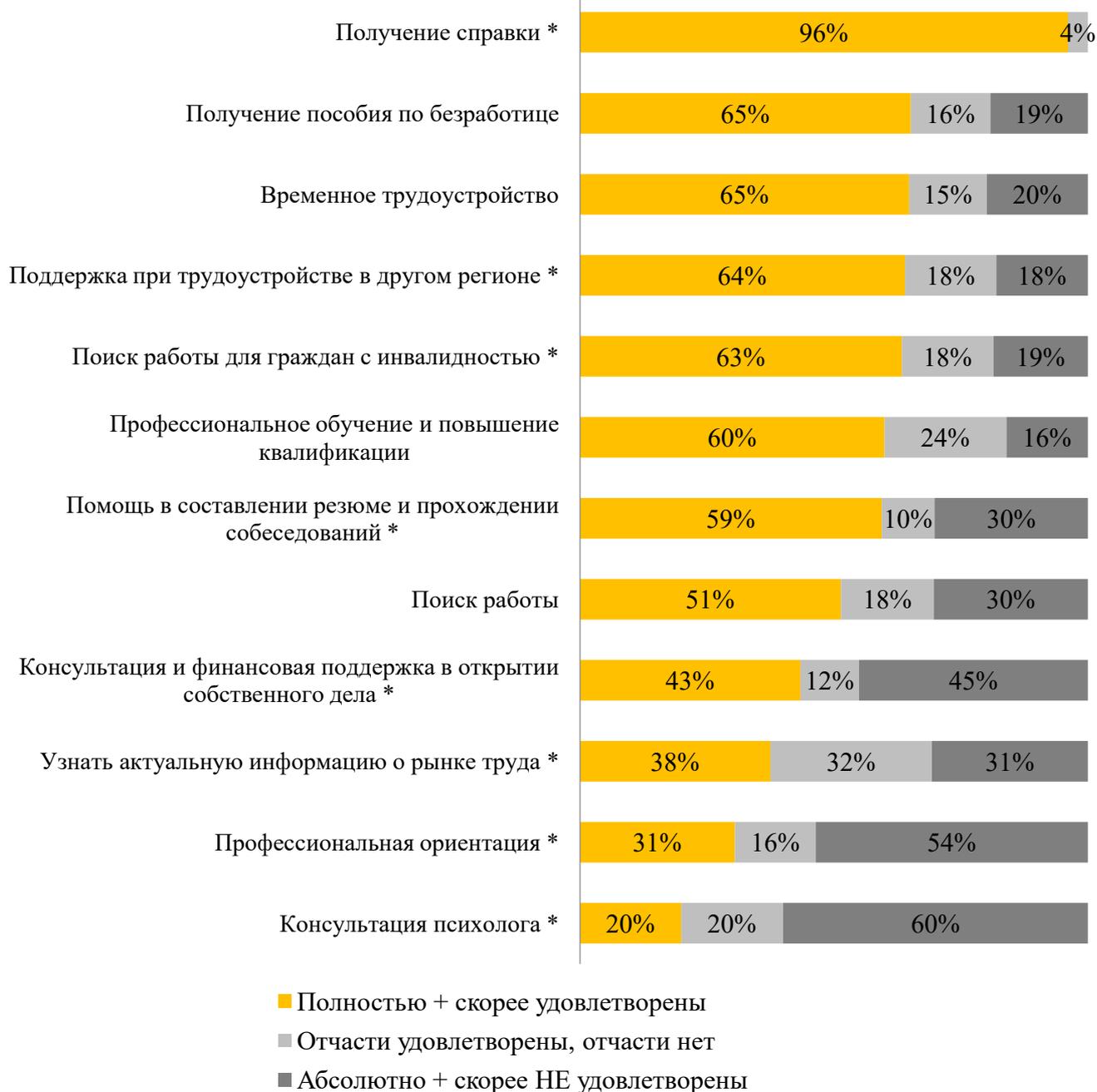
### 3.2. Доступность и качество услуг и сервисов государственной службы занятости.

По большинству услуг и сервисов, по которым респонденты обращались в ЦЗН, клиенты остались удовлетворены процессом получения услуги или сервиса.

По направлениям работы, с достаточной для анализа выборкой, наблюдается удовлетворенность более половины опрошенных пользователей.

Выборка для предоставления мнения по данному вопросу в разрезе различных социально-демографических групп мала для анализа, данные представлены только в целом по выборке.

#### Насколько в целом удовлетворены процессом получения услуги и сервиса? (Q11)



\* Выборка по данному направлению работы мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

65% получателей пособия по безработице полностью или скорее удовлетворены процессом получения пособия, 16% удовлетворены частично, еще 19% остались не удовлетворены.

В отношении временного трудоустройства 65% респондентов также оказались удовлетворены (полностью или частично) процессом получения временного трудоустройства, 15% - удовлетворены отчасти. Не удовлетворены процессом (частично или полностью) 20% пользователей.

По профессиональному обучению и повышению квалификации 60% пользователей оказались удовлетворены (полностью или частично) процессом получения обучения и повышения квалификации, 24% удовлетворены частично, 16% - не удовлетворены.

Процессом поиска работы остались удовлетворены 51% опрошенных респондентов, еще 18% удовлетворены частично. При этом практически треть осталась не удовлетворена.

По большинству услуг и сервисов, по которым респонденты обращались в ЦЗН, клиенты остались довольны результатом, который они получили, когда обращались в ЦЗН за определенной услугой и сервисом.

По направлениям работы, с достаточной для анализа выборкой, наблюдается позитивное положительное впечатление от результата у более чем половины опрошенных пользователей.

Выборка для предоставления мнения по данному вопросу в разрезе различных социально-демографических групп мала для анализа, данные представлены только в целом по выборке.

### Насколько в целом довольны полученным результатом? (Q12)



\* Выборка по данному направлению работы мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

62% получателей пособия по безработице в целом довольны (полностью или скорее довольны) результатом, 17% довольны частично, еще 21% остались не довольны.

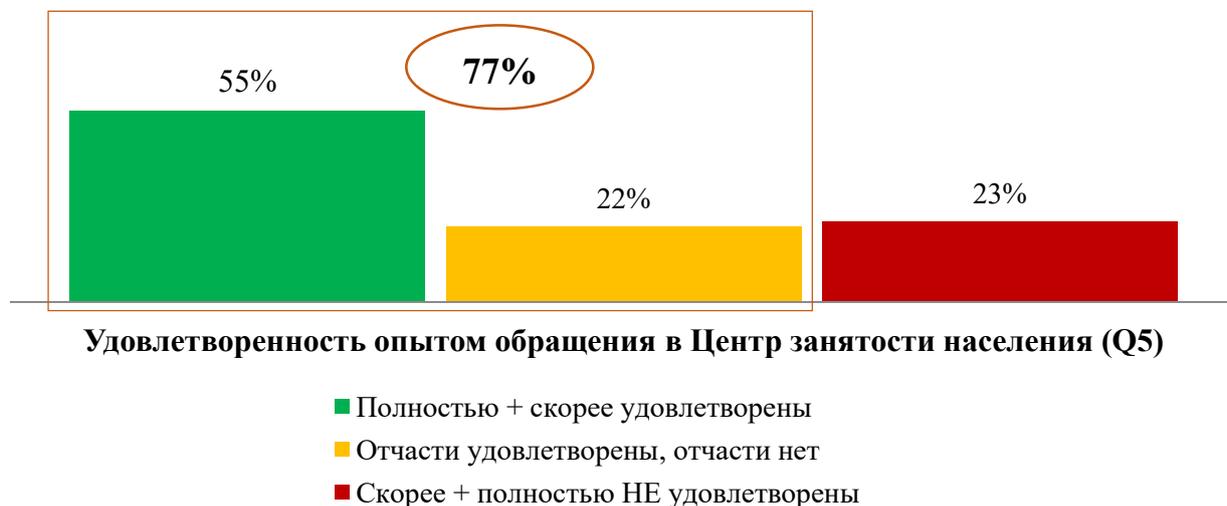
По профессиональному обучению и повышению квалификации 60% получателей оказались довольны (полностью или частично) результатом, который они получили в итоге, 19% довольны частично, 21% - не довольны.

В отношении временного трудоустройства 58% респондентов также оказались довольны (полностью или частично) полученным результатом, 26% - довольны отчасти. Не довольны результатом (частично или полностью) 16% пользователей.

Результатом по поиску работы остались довольны 53% опрошенных респондентов, еще 20% довольны частично. При этом 27% осталась недовольна (частично или полностью).

### 3.3. Оценка эффективности обращения в государственную службу занятости в сравнении с иными способами трудоустройства.

Большинство опрошенных респондентов удовлетворены опытом обращения в Центр занятости населения. 55% опрошенных респондентов заявили, что полностью или скорее удовлетворены опытом обращения в ЦЗН, еще 22% удовлетворены частично.



БАЗА: опрошенные, которые обращались в ЦЗН за последние три года (184 респондента).

При этом, сравнивая Центры занятости населения с иными способами трудоустройства, показатели удовлетворенности находятся примерно на одном уровне или чуть ниже по сравнению с остальными. В целом, следует отметить, что для всех каналов поиска работы характерен примерно равный показатель удовлетворенности по сравнению друг с другом.

#### Удовлетворенность опытом обращения по каналам поиска работы? (Q5)



Можно отметить тенденцию, что женщины в отличии от мужчин чаще высказывали удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения.

Пол респондента	В целом по выборке	Мужской	Женский
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q5)</b>			
Полностью + скорее удовлетворены	<b>55%</b>	54%	56%
Отчасти удовлетворены, отчасти нет	<b>22%</b>	20%	23%
Скорее + полностью НЕ удовлетворены	<b>23%</b>	26%	21%

Говоря в целом, можно отметить существующую тенденцию, что с увеличением возраста респондентов повышается показатель удовлетворенности опытом обращения в ЦЗН.

Возраст респондента	В целом по выборке	18 – 19 лет *	20 – 29 лет *	30 – 39 лет	40 – 49 лет	50 – 59 лет	60 – 69 лет*	70 лет и старше*
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q5)</b>								
Полностью + скорее удовлетворены	<b>55%</b>	67%	54%	50%	53%	62%	41%	67%
Отчасти удовлетворены, отчасти нет	<b>22%</b>	33%	30%	29%	21%	19%	12%	10%
Скорее + полностью НЕ удовлетворены	<b>23%</b>	0%	16%	21%	26%	19%	47%	24%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Федеральный округ	В целом по выборке	ЦФО	СЗФО	ЮФО *	СКФО *	ПФО	УФО *	СФО *	ДФФО *
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q5)</b>									
Полностью + скорее удовлетворены	<b>55%</b>	49%	72%	62%	63%	53%	31%	58%	52%
Отчасти удовлетворены, отчасти нет	<b>22%</b>	25%	13%	16%	9%	25%	38%	23%	22%
Скорее + полностью НЕ удовлетворены	<b>23%</b>	27%	15%	22%	27%	22%	31%	19%	27%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

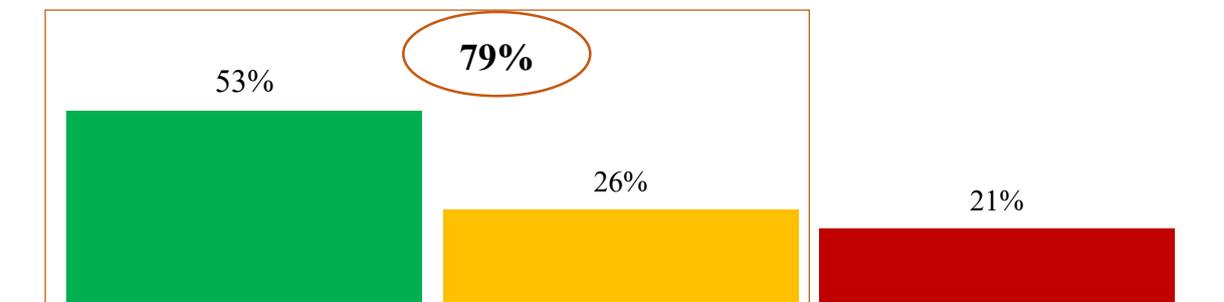
Работающие на текущий момент респонденты склонны давать более позитивные оценки опыту их обращения в ЦЗН.

Текущий статус занятости	В целом по выборке	Работают в настоящее время	Не работают в настоящее время
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q5)</b>			
Полностью + скорее удовлетворены	<b>55%</b>	66%	<b>32%</b>
Отчасти удовлетворены, отчасти нет	<b>22%</b>	19%	26%
Скорее + полностью НЕ удовлетворены	<b>23%</b>	14%	<b>41%</b>

Тип населенного пункта	В целом по выборке	Город с населением 1 млн+ человек *	Город с населением 500 тыс - 1 млн человек *	Город с населением 250-500 тыс. человек *	Город с населением 100-250 тыс. человек *	Город с населением менее 100 тыс. человек *	Поселок городского типа*	Сельский населенный пункт
		<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q5)</b>						
Полностью + скорее удовлетворены	<b>55%</b>	40%	46%	35%	29%	45%	63%	<b>71%</b>
Отчасти удовлетворены, отчасти нет	<b>22%</b>	28%	35%	10%	50%	29%	37%	13%
Скорее + полностью НЕ удовлетворены	<b>23%</b>	32%	18%	55%	21%	26%	0%	16%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Большинство опрошенных респондентов, если бы им пришлось искать работу в будущем, не отрицают для себя возможность обращения в Центры занятости населения. 53% опрошенных респондентов заявили, что точно или скорее готовы будут обратиться в ЦЗН, еще 26% возможно обратятся.



**Вероятность выбора Центра занятости населения в качестве следующего канала поиска работы (Q6)**

- Точно + скорее обратились бы
- Возможно обратились бы, возможно нет
- Точно + скорее НЕ обратились бы

*БАЗА: опрошенные, которые знакомы с таким каналом поиска работы, как ЦЗН (1480 респондентов).*

При этом, сравнивая Центры занятости населения с иными способами трудоустройства, показатели намерения пользоваться каналом в будущем находится примерно на среднем уровне по сравнению с остальными. Реже всего респонденты готовы обращаться в частные агентства по трудоустройству, а также пользоваться газетами, журналами и объявлениями на улице. Наблюдается устойчивая популярность диджитал каналов (сайты, мессенджеры), а также трудоустройство по рекомендации.

**Вероятность выбора канала в качестве следующего канала для поиска работы (Q6)**



- Точно + скорее обратились бы
- Возможно обратились бы, возможно нет
- Точно + скорее НЕ обратились бы

Можно отметить тенденцию, что женщины и мужчины примерно в равной степени высказывали намерение в будущем обратиться в Центр занятости населения в случае необходимости поиска работы.

Пол респондента	В целом по выборке	Мужской	Женский
<b>Вероятность выбора Центра занятости населения в качестве следующего канала поиска работы (Q6)</b>			
Точно + скорее обратились бы	<b>53%</b>	51%	55%
Возможно, обратились бы, возможно нет	<b>26%</b>	30%	23%
Точно + скорее НЕ обратились бы	<b>21%</b>	19%	22%

Среди молодой аудитории наблюдается больше сомневающихся в отношении готовности воспользоваться услугами и сервисами ЦЗН. Возрастная группа 50-59 лет в большей степени готова в будущем обращаться в ЦЗН для поиска работы.

Возраст респондента	В целом по выборке	18 – 19 лет *	20 – 29 лет	30 – 39 лет	40 – 49 лет	50 – 59 лет	60 – 69 лет	70 лет и старше
<b>Вероятность выбора Центра занятости населения в качестве следующего канала поиска работы (Q6)</b>								
Точно + скорее обратились бы	<b>53%</b>	67%	54%	50%	53%	62%	41%	67%
Возможно, обратились бы, возможно нет	<b>26%</b>	33%	30%	29%	21%	19%	12%	10%
Точно + скорее НЕ обратились бы	<b>21%</b>	0%	16%	21%	26%	19%	47%	24%

*\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.*

Жители Северо-Западного и Северо-Кавказского федеральных округов значительно чаще, чем в целом по выборке, высказывали готовность в дальнейшем пользоваться услугами и сервисами ЦЗН по поиску работы.

Федеральный округ	В целом по выборке	ЦФО	СЗФО	ЮФО	СКФО	ПФО	УФО	СФО	ДФО
<b>Вероятность выбора Центра занятости населения в качестве следующего канала поиска работы (Q6)</b>									
Точно + скорее обратились бы	<b>53%</b>	49%	<b>65%</b>	60%	<b>67%</b>	47%	50%	51%	54%
Возможно, обратились бы, возможно нет	<b>26%</b>	28%	19%	26%	20%	30%	24%	25%	31%
Точно + скорее НЕ обратились бы	<b>21%</b>	23%	16%	15%	<b>13%</b>	24%	26%	24%	15%

Жители городов-миллионников менее охотно готовы рассматривать в качестве канала для поиска работы Центры занятости населения (43% против 53% в целом по выборке).

Тип населенного пункта	В целом по выборке	Город с населением 1 млн+ человек	Город с населением 500 тыс - 1 млн. человек *	Город с населением 250-500 тыс. человек	Город с населением 100-250 тыс. человек *	Город с населением менее 100 тыс. человек	Поселок городского типа*	Сельский населенный пункт
<b>Вероятность выбора Центра занятости населения в качестве следующего канала поиска работы (Q6)</b>								
Точно + скорее обратились бы	<b>53%</b>	<b>43%</b>	54%	51%	52%	58%	<b>65%</b>	57%
Возможно, обратились бы, возможно нет	<b>26%</b>	30%	28%	27%	26%	22%	24%	24%
Точно + скорее НЕ обратились бы	<b>21%</b>	<b>27%</b>	18%	21%	22%	20%	<b>11%</b>	19%

Респонденты, чей семейный доход является низким, чаще говорили о готовности в будущем использовать услуги и сервисы ЦЗН по поиску работы.

Доход	В целом по выборке	У нас не всегда достаточно денег даже на еду	У нас хватает денег на еду, но купить одежду для нас серьезная проблема	Нам хватает на еду и одежду, но купить мелкую бытовую технику нам будет сложно	Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватает	Наших средств хватит на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира или загородный дом	У нас нет никаких финансовых затруднений
<b>Вероятность выбора Центра занятости населения в качестве следующего канала поиска работы (Q6)</b>							
Точно + скорее обратились бы	53%	70%	65%	54%	49%	53%	56%
Возможно, обратились бы, возможно нет	26%	21%	18%	25%	28%	30%	15%
Точно + скорее НЕ обратились бы	21%	9%	18%	21%	23%	17%	28%

Жители России, имеющие среднее и среднее профессиональное (специальное) образование чаще отмечали, что вероятно в будущем будут рассматривать Центры занятости населения в качестве канала для поиска работы.

Тип населенного пункта	В целом по выборке	Среднее полное (общее) или ниже	Среднее профессиональное, среднее специальное	Неполное высшее	Высшее	2 высших или более	Ученая степень	Не имею образования
<b>Вероятность выбора Центра занятости населения в качестве следующего канала поиска работы (Q6)</b>								
Точно + скорее обратились бы	53%	66%	59%	41%	49%	51%	34%	91%
Возможно, обратились бы, возможно нет	26%	15%	25%	34%	28%	26%	32%	9%
Точно + скорее НЕ обратились бы	21%	19%	17%	25%	23%	23%	34%	0%

Основные барьеры, которые останавливают респондентов в том, чтобы рассматривать для себя в будущем ЦЗН как канал для поиска работы, заключаются в том, что, по мнению респондентов, в ЦЗ отсутствуют подходящие для них вакансии (об этом сообщили 52% опрошенных) и, как следствие, не будет желаемого результата (44%). Еще 38% считают, что при обращении в ЦЗН существуют сложные бюрократические процедуры.

### Что останавливает обращаться в ЦЗН (Q7)



*БАЗА: опрошенные, которые сомневаются или не хотят в будущем обращаться в ЦЗН для поиска работы (1071 респондент).*

Значимо чаще, чем в целом по выборке, группа предпенсионного возраста (50-59 лет) не планирует обращаться или сомневается в том, чтобы обратиться в ЦЗН для поиска работы в будущем, объясняет это тем, что не будет желаемого результата (53% высказавшихся в данной возрастной группе против 44% в целом по выборке). Данная аудитория также чаще других высказывалась об отсутствии подробной информации о предоставляемых услугах и о негативном опыте предыдущего обращения.

Респонденты 30-39 лет чаще, чем в целом по выборке, в качестве барьера называли отсутствие индивидуального подхода к клиенту, 20-29 лет чаще отмечали некомфортное помещение.

Возраст респондента	В целом по выборке	18 – 19 лет *	20 – 29 лет	30 – 39 лет	40 – 49 лет	50 – 59 лет	60 – 69 лет	70 лет и старше
<b>Что останавливает обращаться в ЦЗН (Q7)</b>								
Нет подходящих вакансий	52%	33%	54%	52%	51%	56%	48%	50%
Нет желаемого результата	44%	100%	40%	42%	47%	53%	43%	35%
Сложные бюрократические процедуры	38%	33%	42%	40%	45%	40%	31%	27%
Длительное время реакции на ваше обращение	26%	50%	33%	28%	19%	27%	25%	26%
Отсутствие индивидуального подхода	22%	17%	27%	29%	19%	25%	15%	15%
Недружелюбные сотрудники	18%	17%	17%	22%	23%	21%	16%	6%
Отсутствие подробной информации о предоставляемых услугах	16%	17%	15%	15%	13%	23%	15%	12%
Нет дополнительных сервисов	9%	33%	11%	10%	10%	8%	10%	3%
Негативный опыт предшествующего обращения	27%	50%	22%	29%	26%	34%	27%	19%
Неудобное для посещения местоположение центра занятости	25%	33%	28%	28%	24%	26%	24%	18%
Непрестижность поиска работы через центр занятости	18%	17%	18%	22%	19%	17%	17%	13%
Неудобный график работы центра занятости	12%	50%	18%	16%	12%	11%	10%	3%
Некомфортное помещение ЦЗН	10%	50%	16%	9%	10%	12%	8%	5%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Жители городов-миллионников чаще других в качестве барьеров для обращения в ЦЗН в будущем для поиска работы называли сложные бюрократические процедуры, а также недружелюбие сотрудников (важен быстрый и позитивный сервис).

Тип населенного пункта	В целом по выборке	Город с населением 1 млн+ человек	Город с населением 500 тыс - 1 млн. человек *	Город с населением 250-500 тыс. человек	Город с населением 100-250 тыс. человек *	Город с населением менее 100 тыс. человек	Поселок городского типа*	Сельский населенный пункт
<b>Что останавливает обращаться в ЦЗН (Q7)</b>								
Нет подходящих вакансий	<b>52%</b>	48%	49%	59%	53%	53%	54%	52%
Нет желаемого результата	<b>44%</b>	47%	40%	45%	36%	50%	42%	42%
Сложные бюрократические процедуры	<b>38%</b>	<b>45%</b>	41%	40%	36%	38%	31%	<b>31%</b>
Длительное время реакции на ваше обращение	<b>26%</b>	25%	27%	24%	23%	24%	27%	29%
Отсутствие индивидуального подхода	<b>22%</b>	23%	23%	<b>30%</b>	23%	25%	15%	<b>15%</b>
Недружелюбные сотрудники	<b>18%</b>	<b>25%</b>	18%	20%	17%	22%	13%	<b>11%</b>
Отсутствие подробной информации о предоставляемых услугах	<b>16%</b>	14%	12%	17%	20%	14%	<b>29%</b>	15%
Нет дополнительных сервисов	<b>9%</b>	12%	5%	8%	9%	10%	11%	8%
Негативный опыт предшествующего обращения	<b>27%</b>	22%	31%	34%	30%	<b>36%</b>	27%	<b>20%</b>
Неудобное для посещения местоположение центра занятости	<b>25%</b>	29%	29%	26%	23%	20%	29%	22%
Непрестижность поиска работы через центр занятости	<b>18%</b>	19%	16%	24%	25%	20%	<b>32%</b>	<b>9%</b>
Неудобный график работы центра занятости	<b>12%</b>	15%	14%	13%	9%	12%	15%	9%
Некомфортное помещение ЦЗН	<b>10%</b>	13%	9%	10%	7%	11%	9%	10%

Драйвер, способствующий повышению вероятности обращения респондентов в ЦЗН в будущем, заключаются в первую очередь в подборе работы исходя из пожеланий соискателя. Об этом сообщили 59% опрошенных. Важным фактором может стать также возможность проводить все процедуры онлайн (44%), а также наличие в ЦЗН бесплатных курсов по востребованным профессиям и навыкам (39%). Также практически каждый третий опрошенный высказался о том, что мог бы в будущем обратиться в ЦЗН, в случае формирования эффективной системы обратной связи со стороны СЗН, а также возможность предварительной записи на прием, чтобы не ожидать в очереди (по 30% опрошенных выбрали данные варианты).

### Драйверы, которые могут повысить вероятность обращения в ЦЗН (Q8)



БАЗА: опрошенные, которые сомневаются или не хотят в будущем обращаться в ЦЗН для поиска работы (1071 респондент).

Респонденты 20-29 лет чаще говорили о том, что настройка большинства основных параметров может повысить вероятность обращения ЦЗН в будущем. Для респондентов 30-39 лет чаще, чем для остальных групп, важную роль играют и дополнительные параметры ЦЗН.

Возраст респондента	В целом по выборке	18 – 19 лет *	20 – 29 лет	30 – 39 лет	40 – 49 лет	50 – 59 лет	60 – 69 лет	70 лет и старше
<b>Драйверы, которые могут повысить вероятность обращения в ЦЗН (Q8)</b>								
Подбор работы исходя из пожелания соискателя	<b>59%</b>	33%	<b>48%</b>	59%	60%	66%	58%	62%
Возможность оформить все процедуры онлайн	<b>44%</b>	67%	48%	51%	51%	44%	40%	<b>23%</b>
Бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыкам	<b>39%</b>	50%	<b>49%</b>	<b>48%</b>	37%	41%	32%	<b>26%</b>
Эффективная система обратной связи со стороны СЗН	<b>30%</b>	17%	31%	26%	25%	33%	32%	36%
Возможность предварительной записи на прием и минимальное время ожидания в очереди	<b>30%</b>	33%	28%	34%	25%	34%	28%	27%
Персональный карьерный консультант (индивидуальное сопровождение)	<b>21%</b>	17%	22%	22%	18%	22%	19%	19%
Составление резюме	<b>18%</b>	33%	<b>28%</b>	22%	18%	19%	<b>12%</b>	<b>9%</b>
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	<b>15%</b>	0%	<b>23%</b>	20%	12%	18%	<b>9%</b>	<b>6%</b>
Индивидуальная психологическая помощь	<b>11%</b>	17%	<b>18%</b>	12%	<b>6%</b>	14%	<b>6%</b>	7%
Тренинги по прохождению собеседований	<b>10%</b>	17%	15%	12%	9%	8%	<b>4%</b>	11%
Транспортная доступность	<b>23%</b>	50%	26%	21%	17%	26%	22%	26%
Рекомендация хорошего знакомого/друга/родственника, удовлетворенного качеством полученной в ЦЗН услуги	<b>20%</b>	0%	26%	21%	16%	24%	17%	17%
Комфортное помещение	<b>18%</b>	33%	24%	<b>24%</b>	14%	17%	16%	14%
Активные аккаунты в социальных сетях	<b>16%</b>	33%	22%	<b>22%</b>	19%	13%	12%	<b>6%</b>
Парковочные места	<b>8%</b>	0%	11%	9%	6%	11%	4%	4%
Возможность прийти с ребенком	<b>6%</b>	0%	9%	<b>14%</b>	3%	3%	<b>2%</b>	2%
Комната матери и ребенка	<b>3%</b>	0%	5%	<b>7%</b>	1%	3%	1%	1%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Жители Северо-Кавказского ФО чаще, чем в целом по выборке, отмечали, что подбор работы исходя из пожеланий соискателя, эффективная система обратной связи со стороны СЗН, а также индивидуальный консультант могут стать теми факторами, который повысят вероятность обращения в ЦЗН в будущем.

Жители ЦФО чаще, чем в целом по выборке, отмечали необходимость наличия парковочных мест, жителям СЗФО важно комфортное помещение.

Жители ДВФО чаще других отмечали важность такого показателя, как наличие бесплатных обучающих курсов по востребованным профессиям и навыкам, тренинги по прохождению собеседований, а также транспортная доступность ЦЗН.

Федеральный округ	В целом по выборке	ЦФО	СЗФО	ЮФО	СКФО	ПФО	УФО	СФО	ДВФО
<b>Драйверы, которые могут повысить вероятность обращения в ЦЗН (Q8)</b>									
Подбор работы исходя из пожелания соискателя	<b>59%</b>	58%	56%	58%	<b>81%</b>	59%	55%	50%	69%
Возможность оформить все процедуры онлайн	<b>44%</b>	47%	53%	44%	38%	42%	41%	40%	46%
Бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыкам	<b>39%</b>	40%	41%	41%	35%	36%	39%	37%	<b>57%</b>
Эффективная система обратной связи со стороны СЗН	<b>30%</b>	26%	30%	31%	<b>59%</b>	28%	34%	24%	21%
Возможность предварительной записи на прием и минимальное время ожидания в очереди	<b>30%</b>	30%	31%	32%	38%	24%	36%	28%	24%
Персональный карьерный консультант (индивидуальное сопровождение)	<b>21%</b>	22%	23%	16%	<b>32%</b>	18%	27%	17%	13%
Составление резюме	<b>18%</b>	21%	19%	17%	15%	18%	17%	16%	20%
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	<b>15%</b>	15%	11%	14%	12%	14%	<b>27%</b>	18%	<b>6%</b>
Индивидуальная психологическая помощь	<b>11%</b>	12%	12%	11%	10%	7%	11%	15%	8%
Тренинги по прохождению собеседований	<b>10%</b>	13%	9%	10%	9%	6%	6%	9%	<b>19%</b>
Транспортная доступность	<b>23%</b>	23%	27%	<b>14%</b>	27%	<b>16%</b>	20%	25%	<b>49%</b>
Рекомендация хорошего знакомого/друга/родственника, удовлетворенного качеством полученной в ЦЗН услуги	<b>20%</b>	21%	18%	25%	<b>11%</b>	20%	19%	17%	27%
Комфортное помещение	<b>18%</b>	22%	<b>27%</b>	<b>8%</b>	17%	17%	23%	16%	18%
Активные аккаунты в социальных сетях	<b>16%</b>	19%	19%	16%	8%	15%	20%	16%	12%
Парковочные места	<b>8%</b>	<b>12%</b>	7%	4%	5%	5%	10%	8%	5%
Возможность прийти с ребенком	<b>6%</b>	9%	7%	8%	2%	3%	6%	6%	2%
Комната матери и ребенка	<b>3%</b>	5%	5%	3%	0%	2%	3%	3%	0%

Основной параметр, каким респонденты характеризуют ЦЗН, — это место, куда можно прийти лично и пообщаться с консультантом. Об этом сообщили 68% респондентов.

Также практически каждый третий опрошенный, кто за последние три года пользовался услугами и сервисами ЦЗН, охарактеризовал его, как место, где предлагают новые востребованные сервисы и доступную и понятную информацию (33% и 31% соответственно).

Выборка для предоставления мнения по данному вопросу в разрезе различных социально-демографических групп мала для анализа, данные представлены только в целом по выборке.

#### Характеристика ЦЗН как канала поиска работы (Q4)



БАЗА: опрошенные, которые обращались в ЦЗН за последние три года (184 респондента).

Сравнивая ЦЗН с основными каналами по поиску работы, следует отметить, что ЦЗН в отличие от большинства других каналов, не ассоциируется у респондентов с онлайн сервисом, а также с простым в использовании каналом.

	Центр занятости населения	Портал «Работа в России»	Сайты для поиска работы	Частные агентства по трудоустройству	Социальные сети / мессенджеры	Тематические / специализированные сайты	Рекомендации знакомых	Газеты / журналы / объявления на улице
<b>Характеристики каналов по поиску работы (Q8)</b>								
Данный канал функционирует как онлайн сервис	21%	<b>73%</b>	<b>73%</b>	<b>35%</b>	<b>69%</b>	<b>59%</b>	15%	28%
Можно прийти в офис / к консультанту пообщаться	<b>68%</b>	-	-	<b>54%</b>	-	-	-	-
Быстрое решение вопроса	20%	20%	19%	32%	21%	24%	31%	17%
Быстрое получение любой информации	24%	29%	36%	22%	<b>36%</b>	<b>35%</b>	32%	19%
Возможность предварительно найти информацию перед обращением	25%	25%	34%	29%	27%	34%	24%	20%
Предлагает индивидуальный подход для клиента	28%	17%	17%	34%	17%	34%	27%	10%
Простой в использовании	24%	<b>45%</b>	<b>53%</b>	24%	<b>47%</b>	30%	<b>44%</b>	<b>43%</b>
Предлагает доступную и понятную информацию	<b>31%</b>	<b>41%</b>	<b>48%</b>	26%	34%	29%	35%	<b>30%</b>
Дает желаемый результат	30%	31%	35%	<b>38%</b>	29%	<b>36%</b>	<b>41%</b>	26%
Предлагает новые востребованные сервисы	<b>33%</b>	32%	29%	32%	34%	30%	13%	23%
Затрудняюсь ответить	18%	13%	11%	8%	13%	7%	16%	19%

### 3.4. Ожидания от модернизации службы занятости.

Подавляющее большинство респондентов высказались о том, каким они хотели бы видеть современный, модернизированный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом только 17% опрошенных респондентов.

Большинство опрошенных считают, что современный государственный кадровый центр должен быть доступен для всех граждан (12%), сотрудники центра должны быть дружелюбными и доброжелательными в отношении клиентов (12%), имея при этом высокую квалификацию и компетенцию (8%). Важной составляющей является также оперативность работы центра (11%) и одно из решений вопроса оперативности – наличие онлайн-сервиса для оперативного обращения (11%).

Не стоит забывать также об основной составляющей – вакансиях и предложениях о работе: они должны быть разнообразны и в достаточном для выбора количестве (так считает 11% опрошенных).

#### Каким должен быть современный модернизированный государственный кадровый центр? (Q13)



В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более

БАЗА: все опрошенные (2000 респондентов).

Более молодая аудитория опрошенных чаще других отмечала, что современный государственный кадровый центр должен быть удобным и комфортным. Для аудитории 60-69 более важно, чтобы в центре был представлен большой выбор вакансий, и они были разнообразны.

Возраст респондента	В целом по выборке	18 – 19 лет	20 – 29 лет	30 – 39 лет	40 – 49 лет	50 – 59 лет	60 – 69 лет	70 лет и старше
<b>Каким должен быть современный государственный кадровый центр (Q13)</b>								
Доступный для всех	<b>12%</b>	21%	13%	15%	14%	13%	10%	<b>6%</b>
Дружелюбные / доброжелательные сотрудники	<b>12%</b>	9%	15%	14%	12%	12%	10%	<b>6%</b>
Быстрый / оперативный	<b>11%</b>	15%	14%	13%	11%	11%	<b>6%</b>	12%
Наличие онлайн услуг / наличие своего онлайн-сервиса	<b>11%</b>	<b>2%</b>	<b>15%</b>	11%	14%	10%	10%	<b>4%</b>
Большой выбор вакансий / разнообразие профессий	<b>11%</b>	6%	9%	8%	10%	11%	<b>15%</b>	11%
Удобный / комфортный	<b>8%</b>	<b>23%</b>	<b>12%</b>	10%	7%	5%	5%	5%
Высококвалифицированные / компетентные сотрудники	<b>8%</b>	2%	10%	6%	8%	10%	8%	<b>4%</b>
Современный / инновационный	<b>7%</b>	4%	9%	<b>11%</b>	7%	6%	<b>4%</b>	6%
Предоставление бесплатного обучения, курсов переквалификации	<b>7%</b>	0%	6%	6%	9%	8%	7%	<b>2%</b>
Ориентация на клиента (отзывчивость, ответственность, понимание, внимательность)	<b>6%</b>	11%	7%	4%	7%	6%	7%	4%
Отсутствие очередей	<b>5%</b>	2%	4%	6%	5%	7%	5%	4%
Актуальность базы с вакансиями	<b>5%</b>	0%	4%	4%	6%	5%	7%	6%
Индивидуальный подход	<b>5%</b>	0%	6%	5%	6%	6%	4%	<b>2%</b>
Помощь каждому (в трудоустройстве, сопровождении, написании резюме и т.д.)	<b>5%</b>	6%	5%	5%	4%	5%	4%	4%
Затрудняюсь ответить	<b>17%</b>	26%	16%	16%	17%	14%	17%	<b>25%</b>

Женщины чаще, чем в целом по выборке, отмечали, что в современном государственном кадровом центре должны отсутствовать очереди.

Пол респондента	В целом по выборке	Мужской	Женский
<b>Каким должен быть современный государственный кадровый центр (Q13)</b>			
Доступный для всех	<b>12%</b>	12%	12%
Дружелюбные / доброжелательные сотрудники	<b>12%</b>	<b>9%</b>	13%
Быстрый / оперативный	<b>11%</b>	12%	11%
Наличие онлайн услуг / наличие своего онлайн-сервиса	<b>11%</b>	10%	11%
Большой выбор вакансий / разнообразие профессий	<b>11%</b>	10%	11%
Удобный / комфортный	<b>8%</b>	8%	8%
Высококвалифицированные / компетентные сотрудники	<b>8%</b>	6%	8%
Современный / инновационный	<b>7%</b>	7%	8%
Предоставление бесплатного обучения, курсов переквалификации	<b>7%</b>	<b>5%</b>	8%
Ориентация на клиента (отзывчивость, ответственность, понимание, внимательность)	<b>6%</b>	6%	6%
Отсутствие очередей	<b>5%</b>	4%	<b>7%</b>
Актуальность базы с вакансиями	<b>5%</b>	4%	5%
Индивидуальный подход	<b>5%</b>	4%	5%
Помощь каждому (в трудоустройстве, сопровождении, написании резюме и т.д.)	<b>5%</b>	<b>3%</b>	6%
Затрудняюсь ответить	<b>17%</b>	20%	15%

Респонденты, проживающие в Северо-Кавказском Федеральном округе, чаще других отмечали, что современный государственный кадровый центр должен работать быстро и оперативно (21%). Жители Приволжского федерального округа чаще других характеризовали современный центр с точки зрения инновационности (10%), жителям ДВФО важным оказалось предоставление бесплатного обучения и курсов переквалификации. На Северо-Западе чаще говорили о том, что в современном государственном кадровом центре не должно быть очередей.

Федеральный округ	В целом по выборке	ЦФО	СЗФО	ЮФО	СКФО	ПФО	УФО	СФО	ДВФО
<b>Каким должен быть современный государственный кадровый центр (Q13)</b>									
Доступный для всех	<b>12%</b>	14%	14%	12%	12%	14%	9%	10%	<b>6%</b>
Дружелюбные / доброжелательные сотрудники	<b>12%</b>	14%	13%	12%	<b>6%</b>	11%	11%	11%	7%
Быстрый / оперативный	<b>11%</b>	11%	12%	10%	<b>21%</b>	11%	11%	9%	11%
Наличие онлайн услуг / наличие своего онлайн-сервиса	<b>11%</b>	12%	15%	11%	9%	10%	11%	9%	10%
Большой выбор вакансий / разнообразие профессий	<b>11%</b>	14%	10%	11%	10%	<b>7%</b>	<b>6%</b>	12%	12%
Удобный / комфортный	<b>8%</b>	9%	12%	8%	6%	6%	10%	6%	5%
Высококвалифицированные / компетентные сотрудники	<b>8%</b>	9%	6%	6%	<b>3%</b>	8%	9%	11%	5%
Современный / инновационный	<b>7%</b>	8%	5%	4%	3%	<b>10%</b>	11%	6%	7%
Предоставление бесплатного обучения, курсов переквалификации	<b>7%</b>	7%	8%	4%	6%	7%	5%	5%	<b>14%</b>
Ориентация на клиента (отзывчивость, ответственность, понимание, внимательность)	<b>6%</b>	6%	5%	5%	8%	6%	6%	9%	3%
Отсутствие очередей	<b>5%</b>	5%	<b>9%</b>	4%	4%	7%	6%	3%	5%
Актуальность базы с вакансиями	<b>5%</b>	5%	4%	<b>2%</b>	4%	7%	5%	5%	5%
Индивидуальный подход	<b>5%</b>	6%	7%	5%	2%	3%	4%	4%	7%
Помощь каждому (в трудоустройстве, сопровождении, написании резюме и т.д.)	<b>5%</b>	4%	3%	7%	6%	5%	3%	3%	7%
Затрудняюсь ответить	<b>17%</b>	16%	15%	22%	22%	16%	16%	17%	23%

### 3. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 2, СОИСКАТЕЛИ

#### Опыт взаимодействия соискателей с Центром занятости населения

Наиболее частой целью обращения в Центры занятости населения является поиск работы. В городах с численностью населения до 500 тысяч человек, обращения по поводу поиска работы встречаются чаще, чем в крупных городах, а за пособием по безработице, напротив, чаще всего обращаются в городах-миллионерах.

При оценке изменений в качестве решения вопросов по сравнению с предыдущим опытом, большинство респондентов отмечают положительные изменения.

#### Оценка удовлетворенности опытом обращения в Центр занятости населения

**В целом большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в модернизированные Центры занятости населения.** Высокие оценки удовлетворенности отмечены у 77% опрошенных: максимально высокие оценки выставила половина опрошенных (51%), еще 26% выставили оценки 7 и 8 баллов по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры, как комфортность помещения, профессионализм сотрудников, доступная/ понятная информация и транспортная доступность. Другие параметры, также, имеют высокие оценки. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности оказался у такого параметра, как получение желаемого результата.

В целом можно отметить, что качество процедуры и решение вопроса получили высокие оценки, однако следует обратить внимание на финальный результат, который получают клиенты.

По степени важности параметров, на первые места были вынесены наличие желаемого результата, профессионализм сотрудников и индивидуальный подход. Наименее важные параметры: наличие дополнительных сервисов и транспортная доступность ЦЗН.

#### Лояльность к Центрам занятости населения

Уровень лояльности к модернизированным Центрам занятости оценивался с помощью показателя NPS – показателя готовности рекомендовать своему социальному окружению сотрудничество с ЦЗН. Данный индекс показывает разницу между промоутерами (готовыми рекомендовать) и критиками (имеющие низкую готовность рекомендовать). **Индекс NPS оказался на уровне 34**, что является достаточно хорошим показателем уровня лояльности.

Также, 70% опрошенных отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова.

Наиболее частый ответ на вопрос о том, что могло бы поднять привлекательность Центра занятости населения – это подбор работы исходя из пожелания соискателя. Второй по популярности ответ – бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям (обучение и повышение квалификации составляют 15% от всех обращений в Центры занятости населения).

В сравнении большинства показателей удовлетворенности и лояльности, отмечается, что женщины чаще ставят более высокие оценки, чем мужчины.

## АНАЛИЗ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ: БЛОК 2, СОИСКАТЕЛИ

### 3.1. Опыт взаимодействия соискателей с Центром занятости населения

Наиболее частой целью обращения в ЦЗН является поиск работы – 71%. 31% обращений связан с получением пособий по безработице. Еще 15% и 11% - с профессиональным обучением/повышением квалификации и получением актуальной информации о рынке труда, соответственно. Доля других целей обращений составляет менее 10%.

#### Скажите, пожалуйста, с какой целью Вы обращались в ЦЗН? (Q1)



БАЗА: все опрошенные (800 респондентов).

В городах с численностью населения до 500 тысяч человек, обращения в ЦЗН по поводу поиска работы встречаются чаще, чем в крупных городах. А за пособием по безработице, напротив, чаще всего обращаются в городах-миллионерах.

Пол респондента	В целом по выборке	Мужской	Женский
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Вы обращались в ЦЗН? (Q1)</b>			
Поиск работы	<b>71%</b>	71%	71%
Получение пособия по безработице	<b>31%</b>	29%	33%
Профессиональное обучение и повышение квалификации	<b>15%</b>	12%	17%
Узнать актуальную информацию о рынке труда	<b>11%</b>	12%	10%
Получение справки	<b>8%</b>	9%	7%
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	<b>8%</b>	8%	7%
Профессиональная ориентация	<b>7%</b>	8%	6%
Временное трудоустройство	<b>6%</b>	6%	6%
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	<b>5%</b>	6%	5%
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	<b>3%</b>	3%	3%
Поиск работы для граждан с инвалидностью	<b>3%</b>	3%	3%
Консультация психолога	<b>3%</b>	3%	2%

Возраст респондента	В целом по выборке	15–19 лет *	20–29 лет	30–39 лет	40–49 лет	50–59 лет	60–69 лет *
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Вы обращались в ЦЗН? (Q1)</b>							
Поиск работы	<b>71%</b>	83%	67%	73%	72%	64%	80%
Получение пособия по безработице	<b>31%</b>	67%	32%	33%	27%	28%	40%
Профессиональное обучение и повышение квалификации	<b>15%</b>	50%	13%	16%	16%	11%	-
Узнать актуальную информацию о рынке труда	<b>11%</b>	17%	11%	10%	11%	13%	-
Получение справки	<b>8%</b>	33%	5%	9%	6%	9%	-
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	<b>8%</b>	-	7%	6%	9%	10%	10%
Профессиональная ориентация	<b>7%</b>	-	9%	7%	7%	<b>3%</b>	10%
Временное трудоустройство	<b>6%</b>	33%	8%	5%	4%	8%	20%
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	<b>5%</b>	-	10%	5%	5%	3%	-
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	<b>3%</b>	-	2%	4%	4%	<b>1%</b>	-
Поиск работы для граждан с инвалидностью	<b>3%</b>	17%	-	<b>1%</b>	5%	8%	-
Консультация психолога	<b>3%</b>	17%	4%	2%	2%	3%	-

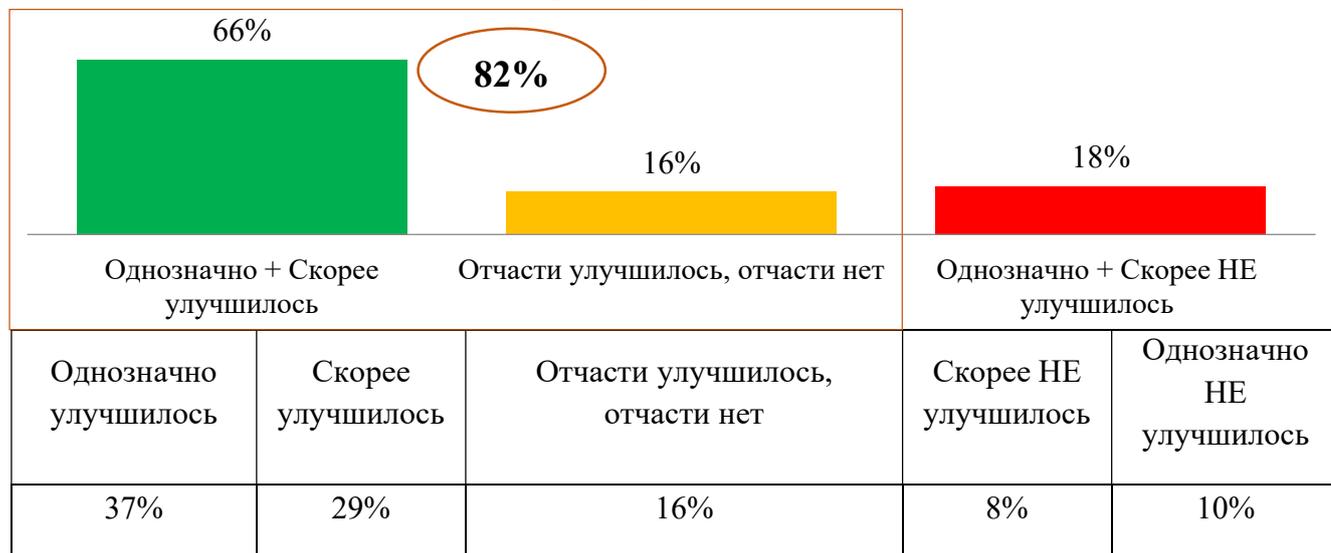
\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Тип населенного пункта	В целом по выборке	Город 1 млн+ человек	Город 500 тыс-1 млн. человек	Город 250-500 тыс. человек	Город 100-250 тыс. человек	Город менее 100 тыс. человек	Поселок городского типа*	Сельский населенный пункт*
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Вы обращались в ЦЗН? (Q1)</b>								
Поиск работы	<b>71%</b>	68%	64%	<b>89%</b>	<b>89%</b>	<b>86%</b>	77%	<b>41%</b>
Получение пособия по безработице	<b>31%</b>	<b>38%</b>	<b>20%</b>	36%	28%	38%	38%	<b>18%</b>
Профессиональное обучение и повышение квалификации	<b>15%</b>	17%	17%	10%	11%	9%	23%	<b>6%</b>
Узнать актуальную информацию о рынке труда	<b>11%</b>	13%	10%	<b>3%</b>	16%	<b>2%</b>	8%	9%
Получение справки	<b>8%</b>	9%	9%	6%	4%	5%	8%	6%
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	<b>8%</b>	7%	11%	-	9%	5%	8%	-
Профессиональная ориентация	<b>7%</b>	9%	6%	4%	4%	<b>2%</b>	8%	3%
Временное трудоустройство	<b>6%</b>	7%	4%	4%	4%	12%	-	6%
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	<b>5%</b>	5%	6%	3%	5%	3%	-	9%
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	<b>3%</b>	5%	1%	1%	2%	-	-	9%
Поиск работы для граждан с инвалидностью	<b>3%</b>	2%	5%	4%	-	2%	8%	6%
Консультация психолога	<b>3%</b>	3%	3%	1%	4%	-	-	-

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Большинство соискателей, которые ранее имели опыт обращения в ЦЗН, отмечают, что качество решения вопросов по сравнению с их предыдущим опытом улучшилось. О том, что произошли положительные изменения, сообщили 66% респондентов (из них 37% отметили, что решение вопросов в Центрах занятости однозначно улучшилось и 29% - что скорее улучшилось).

**Улучшилось ли качество решения данного вопроса по сравнению с Вашим предыдущим опытом? (Q4)**



*БАЗА: респонденты, у которых был ранее опыт обращения по данному вопросу в ЦЗН (307 респондентов).*

Среди мужчин чаще встречались ответы, что качество решения вопросов не улучшилось, чем среди женщин.

Пол респондента	В целом по выборке	Мужской	Женский
<b>Улучшилось ли качество решения данного вопроса по сравнению с Вашим предыдущим опытом? (Q4)</b>			
Однозначно улучшилось	37%	34%	38%
Скорее улучшилось	29%	31%	28%
Отчасти улучшилось, отчасти нет	16%	11%	19%
Скорее НЕ улучшилось	8%	8%	8%
Однозначно НЕ улучшилось	10%	16%	7%

Федеральный округ	В целом по выборке	ПФО	СЗФО*	СКФО*	СФО*	УФО*	ЦФО	ЮФО*
<b>Улучшилось ли качество решения данного вопроса по сравнению с Вашим предыдущим опытом? (Q4)</b>								
Однозначно улучшилось	<b>37%</b>	40%	56%	35%	40%	48%	33%	26%
Скорее улучшилось	<b>29%</b>	30%	33%	35%	23%	22%	30%	29%
Отчасти улучшилось, отчасти нет	<b>16%</b>	11%	-	15%	20%	13%	20%	21%
Скорее НЕ улучшилось	<b>8%</b>	8%	11%	4%	7%	9%	7%	13%
Однозначно НЕ улучшилось	<b>10%</b>	10%	-	12%	10%	9%	11%	11%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Тип населенного пункта	В целом по выборке	Город 1 млн+ человек	Город 500 тыс-1 млн. человек	Город 250-500 тыс. человек*	Город 100-250 тыс. человек*	Город менее 100 тыс. человек*	Поселок городского типа*	Сельский населенный пункт*
<b>Улучшилось ли качество решения данного вопроса по сравнению с Вашим предыдущим опытом? (Q4)</b>								
Однозначно улучшилось	<b>37%</b>	28%	45%	45%	52%	32%	50%	<b>14%</b>
Скорее улучшилось	<b>29%</b>	32%	29%	21%	<b>12%</b>	41%	38%	43%
Отчасти улучшилось, отчасти нет	<b>16%</b>	19%	12%	15%	18%	9%	13%	14%
Скорее НЕ улучшилось	<b>8%</b>	11%	8%	3%	6%	-	-	7%
Однозначно НЕ улучшилось	<b>10%</b>	9%	5%	15%	12%	18%	-	21%

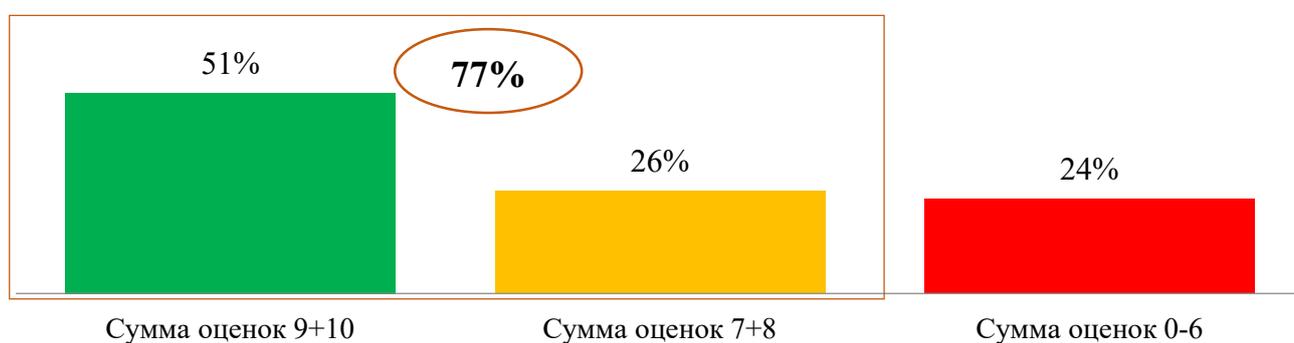
\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

### 3.2. Оценка удовлетворенности опытом обращения в Центр занятости населения

Оценивая свой опыт обращения в модернизированные Центры занятости населения, большинство опрошенных дали позитивную оценку. Высокие оценки удовлетворенности отмечены у 77% опрошенных: максимально высокие оценки поставила половина опрошенных (51%), еще 26% выставили оценки 7 и 8 баллов по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

#### Удовлетворенность опытом обращения в модернизированный Центр занятости населения (Q6)



БАЗА: все опрошенные (800 респондентов).

Респонденты возраста 20-40 лет ставили более высокие оценки удовлетворенности, чем представители старшего возраста, 40-60 лет.

Существуют отличия в оценках удовлетворенности опытом обращения в модернизированные Центры занятости населения в зависимости от Федерального округа. Жители Северо-Кавказского и Уральского федеральных округов чаще ставили более позитивные оценки.

Пол респондента	В целом по выборке	Мужской	Женский
<b>Удовлетворенность опытом обращения в модернизированный Центр занятости населения (Q6)</b>			
Сумма оценок 9+10	51%	48%	53%
Сумма оценок 7+8	26%	27%	25%
Сумма оценок 0-6	24%	25%	22%

Возраст респондента	В целом по выборке	15–19 лет *	20–29 лет	30–39 лет	40–49 лет	50–59 лет	60–69 лет *
<b>Удовлетворенность опытом обращения в модернизированный Центр занятости населения (Q6)</b>							
Сумма оценок 9+10	<b>51%</b>	67%	52%	53%	48%	47%	50%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	-	28%	25%	24%	32%	-
Сумма оценок 0-6	<b>24%</b>	33%	20%	22%	28%	20%	50%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Федеральный округ	В целом по выборке	ПФО	СЗФО *	СКФО	СФО	УФО*	ЦФО	ЮФО
<b>Удовлетворенность опытом обращения в модернизированный Центр занятости населения (Q6)</b>								
Сумма оценок 9+10	<b>51%</b>	47%	47%	60%	56%	60%	49%	53%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	26%	37%	23%	<b>16%</b>	<b>12%</b>	32%	19%
Сумма оценок 0-6	<b>24%</b>	26%	16%	17%	29%	28%	19%	28%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Помимо общей оценки удовлетворенности, респондентам предлагалось оценить отдельные параметры работы модернизированных ЦЗН.

Следует отметить, что по всем изучаемым в исследовании отдельным параметрам работы ЦЗН был зафиксирован высокий показатель удовлетворенности.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры, как комфортность помещения, профессионализм сотрудников, доступная/ понятная информация и транспортная доступность. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности у параметра-получение желаемого результата.

В целом можно отметить, что качество процедуры и решения вопроса получили высокие оценки, при этом следует обратить внимание на финальный результат, который получают клиенты.

### Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)

На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).



Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: все опрошенные (800 респондентов).

Среди мужчин и женщин оценки удовлетворенности имеют распределение схожее с оценками в целом, при этом, в среднем, женщины ставят более высокие оценки, чем мужчины.

В Северо-Кавказском федеральном округе более высокие оценки (в сравнении с оценками по выборке в целом) по параметрам: профессионализм сотрудников, доступная/ понятная информация, необходимое количество документов, сроки предоставления услуг и простота процедур, в Центральном- по параметрам: комфортность помещения и профессионализм сотрудников. В Южном федеральном округе более низкие оценки за время ожидания в очереди и индивидуальный подход с учетом жизненной ситуации.

Пол респондента	В целом по выборке	Мужской	Женский
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен(a)</i>			
Комфортность помещения	<b>86%</b>	87%	86%
Профессионализм сотрудников	<b>85%</b>	84%	85%
Доступная и понятная информация	<b>84%</b>	83%	85%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>83%</b>	81%	84%
Необходимое количество документов	<b>79%</b>	75%	81%
Срок предоставления услуги	<b>78%</b>	74%	79%
Простота процедур	<b>77%</b>	73%	79%
Время ожидания в очереди	<b>73%</b>	74%	72%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	<b>71%</b>	69%	72%
Наличие дополнительных сервисов	<b>68%</b>	<b>61%</b>	72%
Получение желаемого результата	<b>66%</b>	62%	69%

Возраст респондента	В целом по выборке	15–19 лет *	20–29 лет	30–39 лет	40–49 лет	50–59 лет	60–69 лет *
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен(a)</i>							
Комфортность помещения	<b>86%</b>	67%	82%	89%	84%	85%	90%
Профессионализм сотрудников	<b>85%</b>	83%	85%	84%	87%	83%	<b>100%</b>

Возраст респондента	В целом по выборке	15–19 лет *	20–29 лет	30–39 лет	40–49 лет	50–59 лет	60–69 лет *
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен(a)</i>							
Доступная и понятная информация	84%	100%	85%	86%	82%	81%	100%
Транспортная доступность ЦЗН	83%	67%	83%	86%	83%	75%	80%
Необходимое количество документов	79%	83%	77%	83%	79%	71%	90%
Срок предоставления услуги	78%	67%	77%	81%	77%	71%	70%
Простота процедур	77%	33%	77%	78%	78%	74%	80%
Время ожидания в очереди	73%	50%	63%	80%	69%	69%	90%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	71%	67%	68%	75%	71%	64%	70%
Наличие дополнительных сервисов	68%	50%	70%	73%	63%	60%	50%
Получение желаемого результата	66%	67%	71%	69%	61%	65%	40%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Федеральный округ	В целом по выборке	ПФО	СЗФО *	СКФО	СФО	УФО *	ЦФО	ЮФО
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен(a)</i>								
Комфортность помещения	86%	81%	100%	90%	84%	84%	91%	83%
Профессионализм сотрудников	85%	80%	89%	98%	79%	77%	89%	83%
Доступная и понятная информация	84%	84%	95%	92%	78%	84%	85%	80%
Транспортная доступность ЦЗН	83%	84%	79%	90%	83%	72%	83%	83%

Федеральный округ	В целом по выборке	ПФО	СЗФО*	СКФО	СФО	УФО*	ЦФО	ЮФО
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен(a)</i>								
Необходимое количество документов	<b>79%</b>	78%	84%	<b>94%</b>	73%	81%	78%	78%
Срок предоставления услуги	<b>78%</b>	75%	84%	<b>90%</b>	73%	81%	79%	74%
Простота процедур	<b>77%</b>	73%	89%	<b>96%</b>	68%	77%	78%	77%
Время ожидания в очереди	<b>73%</b>	73%	68%	75%	75%	81%	76%	<b>60%</b>
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	<b>71%</b>	70%	<b>89%</b>	81%	70%	72%	74%	<b>58%</b>
Наличие дополнительных сервисов	<b>68%</b>	69%	<b>89%</b>	67%	60%	67%	68%	64%
Получение желаемого результата	<b>66%</b>	64%	79%	73%	67%	65%	69%	56%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата, профессионализм сотрудников и индивидуальный подход. Чаще других респонденты ставили на первое место наличие желаемого результата (31%). Последние места заняли наличие дополнительных сервисов и транспортная доступность ЦЗН – это наименее важные параметры.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем целом по выборке*	Доля выбора данного параметра на 1 место
Наличие желаемого результата	4,0	31%
Профессионализм сотрудников	4,5	14%
Индивидуальный подход	4,8	12%
Простота процедур	5,0	12%
Срок предоставления услуги	5,4	6%
Количество документов, которое необходимо предоставить	5,6	7%
Время ожидания в очереди	6,2	7%
График работы с клиентами	7,0	4%
Комфортность помещения	7,6	2%
Наличие дополнительных сервисов	7,9	2%
Транспортная доступность ЦЗН	7,9	4%

\* Здесь и далее в таблицах показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру. Ниже представлена формула для расчета среднего значения.

$$\text{Среднее взвешенное арифметическое} = \frac{\sum X_i \times K_i}{n}, \text{ где}$$

$X_i$  – количество ответов по каждому присвоенному для параметра месту,

$K_i$  – место, присвоенное параметру,

$n$  – выборка для вопроса.

#### Пример расчета

Для параметра – Наличие желаемого результата			
	$X_i$	$K_i$	$\sum X_i \times K_i$
1 место	244	1	244
2 место	109	2	218
3 место	98	3	294
4 место	71	4	284
5 место	60	5	300
6 место	45	6	270
7 место	29	7	203
8 место	37	8	296
9 место	44	9	396
10 место	38	10	380
11 место	25	11	275
Итого			3160

$$\text{Среднее взвешенное арифметическое} = \frac{3160}{800} = 3,95 \text{ (с учетом округления 4,0)}$$

Пол респондента	Присваиваемое место в среднем целом по выборке*	Мужской	Женский
<b>Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)</b>			
Наличие желаемого результата	<b>4,0</b>	3,9	4,0
Профессионализм сотрудников	<b>4,5</b>	4,7	4,4
Индивидуальный подход	<b>4,8</b>	4,8	4,9
Простота процедур	<b>5,0</b>	4,8	5,2
Срок предоставления услуги	<b>5,4</b>	5,3	5,5
Количество документов, которое необходимо предоставить	<b>5,6</b>	5,7	5,6
Время ожидания в очереди	<b>6,2</b>	6,1	6,2
График работы с клиентами	<b>7,0</b>	7,0	7,1
Комфортность помещения	<b>7,6</b>	7,8	7,5
Наличие дополнительных сервисов	<b>7,9</b>	7,9	7,9
Транспортная доступность ЦЗН	<b>7,9</b>	8,0	7,9

*\*Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.*

Возраст респондента	Присваиваемое место в среднем целом по выборке	15–19 лет *	20–29 лет	30–39 лет	40–49 лет	50–59 лет	60–69 лет *
<b>Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)</b>							
Наличие желаемого результата	<b>4,0</b>	4,2	4,1	4,2	3,6	3,9	3,6
Профессионализм сотрудников	<b>4,5</b>	3,3	4,3	4,5	4,5	4,8	5,2
Индивидуальный подход	<b>4,8</b>	5,0	5,1	5,0	4,5	4,8	4,2
Простота процедур	<b>5,0</b>	5,5	5,2	5,0	5,1	4,6	5,0
Срок предоставления услуги	<b>5,4</b>	5,3	5,8	5,1	5,7	5,4	4,7
Количество документов, которое необходимо предоставить	<b>5,6</b>	6,3	5,5	5,8	5,6	4,9	7,3
Время ожидания в очереди	<b>6,2</b>	6,2	6,3	6,0	6,5	6,2	6,6
График работы с клиентами	<b>7,0</b>	6,3	6,7	7,1	7,0	7,2	7,1
Комфортность помещения	<b>7,6</b>	8,0	7,4	7,6	7,6	7,8	8,1
Наличие дополнительных сервисов	<b>7,9</b>	8,8	8,0	7,8	7,8	8,3	8,0
Транспортная доступность ЦЗН	<b>7,9</b>	7,0	7,5	8,1	8,0	8,0	6,2

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Федеральный округ	Присваиваемое место в среднем целом по выборке	ПФО	СЗФО*	СКФО	СФО	УФО*	ЦФО	ЮФО
<b>Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)</b>								
Наличие желаемого результата	<b>4,0</b>	4,6	3,3	3,7	4,4	4,0	3,4	3,7
Профессионализм сотрудников	<b>4,5</b>	4,7	4,8	3,9	5,0	4,0	4,4	4,5
Индивидуальный подход	<b>4,8</b>	4,9	5,8	4,9	5,5	5,4	4,6	4,4
Простота процедур	<b>5,0</b>	5,2	5,7	6,2	5,3	4,7	4,3	5,5
Срок предоставления услуги	<b>5,4</b>	5,5	5,1	4,8	4,8	5,4	5,4	6,1
Количество документов, которое необходимо предоставить	<b>5,6</b>	5,7	5,4	6,0	6,1	5,5	5,6	4,8
Время ожидания в очереди	<b>6,2</b>	6,4	5,5	6,0	5,6	7,1	6,2	5,9
График работы с клиентами	<b>7,0</b>	6,2	8,1	6,8	6,8	7,1	7,7	7,6
Комфортность помещения	<b>7,6</b>	7,1	7,2	7,7	6,7	7,7	8,1	8,1
Наличие дополнительных сервисов	<b>7,9</b>	8,1	7,6	7,5	8,0	7,6	7,9	8,0
Транспортная доступность ЦЗН	<b>7,9</b>	7,6	7,6	8,5	7,8	7,6	8,5	7,4

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Рассуждая о том, что необходимо улучшить/ изменить в работе Центра занятости населения, наиболее популярным ответом стал больший выбор вакансий и разнообразие профессий.

**Что, по Вашему мнению, необходимо улучшить / изменить в работе данного Центра занятости населения? (Q7)**

*На диаграмме представлены ответы, набравшие более 5%*



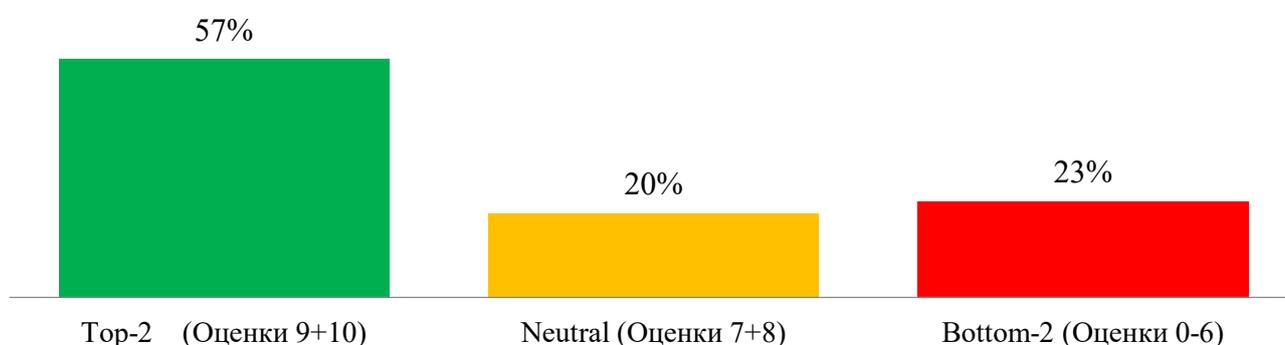
*БАЗА: респонденты, которые в вопросе об оценке удовлетворенности В ЦЕЛОМ опытом обращения в модернизированный ЦЗН поставили оценки от 0 до 8 (393 респондента).*

### 3.3. Лояльность к Центрам занятости населения

Уровень лояльности к модернизированным Центрам занятости оценивался с помощью индекса NPS – показателя готовности рекомендовать своему социальному окружению сотрудничество с ЦЗН. Данный индекс показывает разницу между промоутерами (готовыми рекомендовать) и критиками (имеющие низкую готовность рекомендовать). **Индекс NPS оказался на уровне 34.** Это достаточно хороший показатель уровня лояльности.

Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 57%. Доля нейтралов – 20%, доля критиков – 23%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН Вашим друзьям/родственникам/знакомым? (Q8)**



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: все опрошенные (800 респондентов).

Готовность к рекомендации своим друзьям/ родным ЦЗН у женщин более высокая, чем у мужчин.

Наиболее высокая готовность к рекомендации среди респондентов 30-39 лет, низкая - среди респондентов 40-49 лет.

Самый высокий уровень NPS для ЦЗН в Северо-Кавказском федеральном округе, самый низкий в Южном- 5%.

Пол респондента	В целом по выборке	Мужской	Женский
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН Вашим друзьям/родственникам/знакомым? (Q8)</b>			
<b>Индекс NPS</b>	<b>34%</b>	<b>29%</b>	<b>38%</b>

Возраст респондента	В целом по выборке	15–19 лет *	20–29 лет	30–39 лет	40–49 лет	50–59 лет	60–69 лет *
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН Вашим друзьям/родственникам/знакомым? (Q8)</b>							
Индекс NPS	34%	-	34%	41%	22%	39%	30%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Федеральный округ	В целом по выборке	ПФО	СЗФО *	СКФО	СФО	УФО *	ЦФО	ЮФО
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН Вашим друзьям/родственникам/знакомым? (Q8)</b>								
Индекс NPS	34%	26%	37%	54%	32%	40%	48%	5%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

70% опрошенных отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. Наиболее высокая вероятность будущего обращения в Северо-Кавказском федеральном округе (82% точно или скорее обратятся снова), наиболее низкая в Южном (52%).

### Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q9)



Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
40%	30%	22%	5%	3%

БАЗА: все опрошенные (800 респондентов).

Пол респондента	В целом по выборке	Мужской	Женский
<b>Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q9)</b>			
Точно обратился(лась) бы	<b>40%</b>	38%	41%
Скорее обратился(лась) бы	<b>30%</b>	30%	30%
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>22%</b>	22%	22%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>5%</b>	6%	5%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>3%</b>	5%	2%

Возраст респондента	В целом по выборке	15–19 лет *	20–29 лет	30–39 лет	40–49 лет	50–59 лет	60–69 лет *
<b>Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q9)</b>							
Точно обратился(лась) бы	<b>40%</b>	17%	33%	45%	37%	36%	<b>70%</b>
Скорее обратился(лась) бы	<b>30%</b>	-	33%	28%	28%	36%	<b>10%</b>
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>22%</b>	50%	24%	20%	28%	16%	-
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>5%</b>	33%	8%	4%	4%	5%	20%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>3%</b>	-	2%	3%	3%	6%	-

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

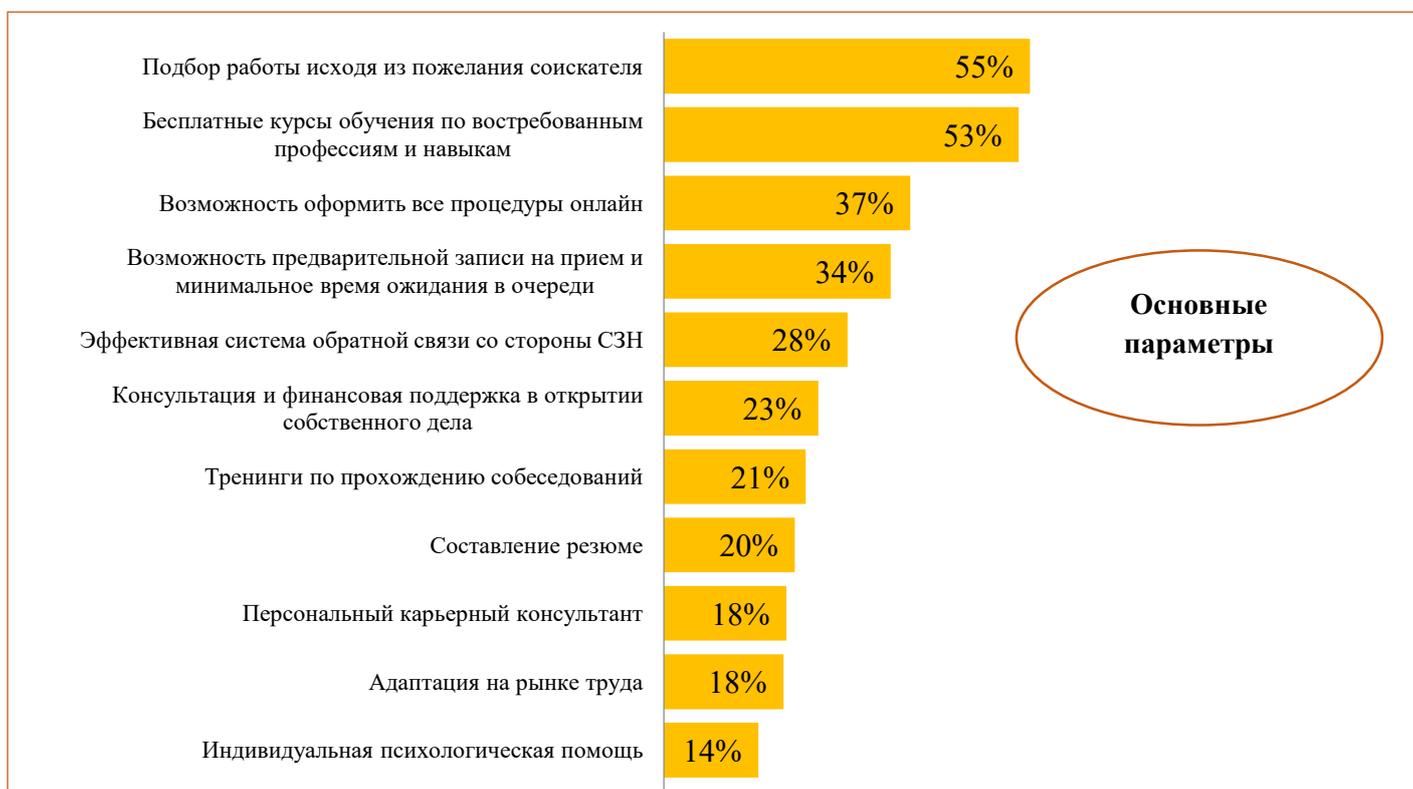
Федеральный округ	В целом по выборке	ПФО	СЗФО *	СКФО	СФО	УФО *	ЦФО	ЮФО
<b>Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q9)</b>								
Точно обратился(лась) бы	<b>40%</b>	39%	53%	<b>65%</b>	44%	47%	37%	<b>29%</b>

Федеральный округ	В целом по выборке	ПФО	СЗФО*	СКФО	СФО	УФО*	ЦФО	ЮФО
<b>Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q9)</b>								
Скорее обратился(лась) бы	<b>30%</b>	29%	26%	<b>17%</b>	24%	21%	<b>38%</b>	23%
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>22%</b>	22%	11%	15%	19%	21%	19%	<b>41%</b>
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>5%</b>	7%	11%	-	6%	2%	4%	5%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>3%</b>	3%	-	2%	6%	9%	3%	2%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Наиболее частый ответ на вопрос о том, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН – это подбор работы исходя из пожелания соискателя. Второй по популярности ответ – бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям (обучение и повышение квалификации составляют 15% от всех обращений в ЦЗН).

**Скажите, пожалуйста, что могло бы Вас убедить точно обратиться в ЦЗН?  
(Q10)**



*БАЗА: те, кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН?» (480 респондентов).*

### 3. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 2, РАБОТАТЕЛИ

#### Опыт взаимодействия организаций с Центром занятости населения

Наиболее частой причиной обращения организаций в ЦЗН является подбор необходимых работников на постоянную или срочную работу. При оценке изменений качества решения вопроса Центром занятости в сравнении с предыдущим опытом, 56% представителей организаций отметили улучшение работы и 28% - частично отметили изменения.

#### Оценка удовлетворенности опытом обращения в Центр занятости населения

В целом большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в модернизированные ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили более половины опрошенных (55%), еще 20% выставили оценки 7 и 8 баллов по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как график работы с клиентами, необходимое количество документов, доступность и понятность информации, скорость реагирования на обращение и профессионализм сотрудников. Другие параметры, также, имеют высокие оценки. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности оказался у такого параметра, как наличие желаемого результата.

В целом можно отметить, что качество процедуры и решение вопроса получили высокие оценки, однако следует обратить внимание на финальный результат, который получают клиенты.

По степени важности параметров, на первые места были вынесены наличие желаемого результата и скорость реагирования на обращение. Наименее важные параметры описывают комфортность условий обращения: транспортная доступность ЦЗН и комфортность помещения.

#### Лояльность организаций к Центрам занятости населения

Уровень лояльности к модернизированным Центрам занятости оценивался с помощью показателя NPS – показателя готовности рекомендовать своему социальному окружению сотрудничество с ЦЗН. Данный индекс показывает разницу между промоутерами (готовыми рекомендовать) и критиками (имеющие низкую готовность рекомендовать). **Индекс NPS оказался на уровне 43.** Это достаточно хороший показатель уровня лояльности.

Также 90% опрошенных представителей организаций отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова.

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность Центра занятости населения – это широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными. Возможно, заниженный уровень удовлетворенностью и высокая важность наличия желаемого результата связан с

неудовлетворенностью подбором соискателей на вакантные должности, так как это является самой частой причиной обращения организаций к Центру занятости.

В сравнении показателей удовлетворенности и лояльности государственных/ муниципальных и частных компаний, отмечается, что государственные компании оставляют более высокие оценки Центрам занятости, чем частные. При этом разница не является статистически значимой.

## АНАЛИЗ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ: РАБОТОДАТЕЛИ

### 3.1. Опыт взаимодействия организаций с Центром занятости населения

Наиболее частой целью обращения предприятий и организаций в ЦЗН является подбор необходимых работников на постоянную или срочную работу – 93%. Еще 17% обращений были связаны с трудоустройством инвалидов на квотируемые рабочие места и 11% - с подачей сведений о высвобождаемых работниках. Доля других целей обращений составляет менее 10%.

#### Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН? (Q1)



БАЗА: все опрошенные (200 респондентов).

Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная) *	Частная российская
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН? (Q1)</b>				
Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу	<b>93%</b>	91%	100%	93%
Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места	<b>17%</b>	23%	-	11%
Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)	<b>11%</b>	14%	20%	7%
Организация временного трудоустройства безработных	<b>6%</b>	7%	-	4%
Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время	<b>5%</b>	6%	-	4%
Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;	<b>4%</b>	6%	-	1%
С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации и сотрудников	<b>4%</b>	2%	-	6%
Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности	<b>3%</b>	2%	-	4%
Организация проведения оплачиваемых общественных работ	<b>2%</b>	2%	-	2%
Получить помощь в составлении профиля вакансии	<b>2%</b>	3%	-	1%
Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов	<b>1%</b>	1%	-	1%
Получить помощь в проведении собеседований	<b>1%</b>	1%	-	-

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Представители организаций, которые ранее имели опыт обращения в ЦЗН, в большинстве своем отмечали, что качество решения вопросов по сравнению с предыдущим опытом улучшилось. О том, что произошли положительные изменения, сообщили 56% представителей организаций (из них 33% отметили, что решение вопросов в модернизированных Центрах занятости однозначно улучшилось), еще 28% сообщили, что качество решения вопросов частично улучшилось.

**Улучшилось ли качество решения данного вопроса по сравнению с  
Вашим предыдущим опытом? (Q4)**



*БАЗА: организации, у которых был ранее опыт обращения по данному вопросу в ЦЗН (177 респондентов).*

Среди респондентов, которые представляли государственные и муниципальные организации, наблюдается большая доля положительных оценок, по сравнению с респондентами, представляющими частные российские компании.

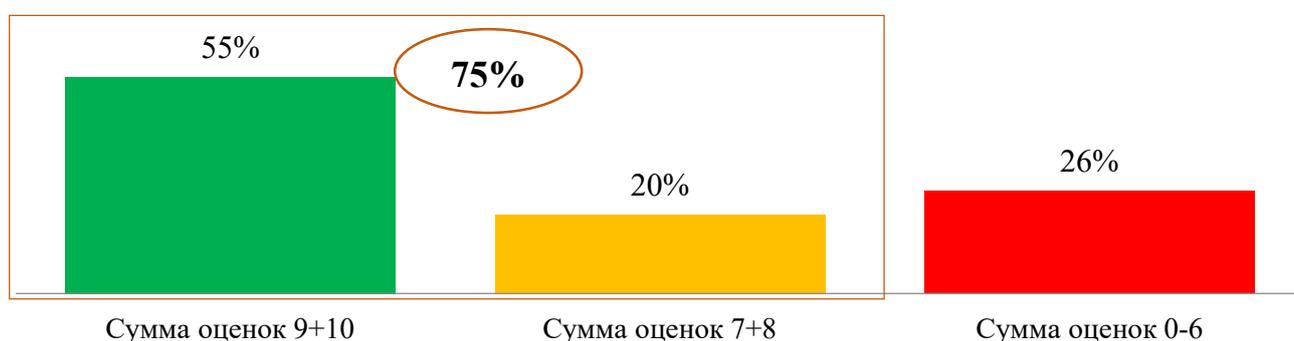
Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная)*	Частная российская
<b>Улучшилось ли качество решения данного вопроса по сравнению с Вашим предыдущим опытом? (Q4)</b>				
Однозначно улучшилось	<b>33%</b>	38%	-	30%
Скорее улучшилось	<b>23%</b>	24%	60%	20%
Отчасти улучшилось, отчасти нет	<b>28%</b>	23%	20%	34%
Скорее НЕ улучшилось	<b>10%</b>	8%	20%	11%
Однозначно НЕ улучшилось	<b>6%</b>	6%	-	5%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

### 3.2. Оценка удовлетворенности опытом обращения в Центр занятости населения

Оценивая свой опыт обращения в модернизированные Центры занятости населения, представители работодателей регионов отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. По результатам исследования, в целом большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в модернизированные ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили более половины опрошенных (55%), еще 20% выставили оценки 7 и 8 баллов по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

#### Удовлетворенность опытом обращения в модернизированный Центр занятости населения (Q6)



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: все опрошенные (200 респондентов).

Представители государственных/ муниципальных компаний ставили более высокие оценки удовлетворенности, чем представители частных компаний.

Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная)*	Частная российская
<b>Удовлетворенность опытом обращения в модернизированный Центр занятости населения (Q6)</b>				
Сумма оценок 9+10	55%	61%	80%	48%
Сумма оценок 7+8	20%	19%	0%	22%
Сумма оценок 0-6	26%	21%	20%	30%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

В зависимости от численности компании / предприятия существуют отличия в оценках удовлетворенности опытом обращения в модернизированные Центры занятости населения.

Представители компания со средней численностью состава компании чаще высказывали более позитивные оценки.

Численность предприятия	В целом по выборке	До 15 человек*	От 16 до 100 человек	От 101 до 250 человек	Более 250 человек
<b>Удовлетворенность опытом обращения в модернизированный Центр занятости населения (Q6)</b>					
Сумма оценок 9+10	55%	60%	59%	54%	48%
Сумма оценок 7+8	20%	0%	13%	28%	30%
Сумма оценок 0-6	26%	40%	28%	19%	23%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Федеральный округ	В целом по выборке	ПФО	СЗФО*	СКФО*	СФО*	УФО*	ЦФО	ЮФО*
<b>Удовлетворенность опытом обращения в модернизированный Центр занятости населения (Q6)</b>								
Сумма оценок 9+10	55%	55%	57%	50%	44%	75%	48%	71%
Сумма оценок 7+8	20%	18%	14%	50%	17%	17%	23%	14%
Сумма оценок 0-6	26%	27%	29%	0%	39%	8%	28%	14%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Помимо общей оценки удовлетворенности, представителям работодателей предлагалось оценить отдельные параметры работы модернизированных ЦЗН.

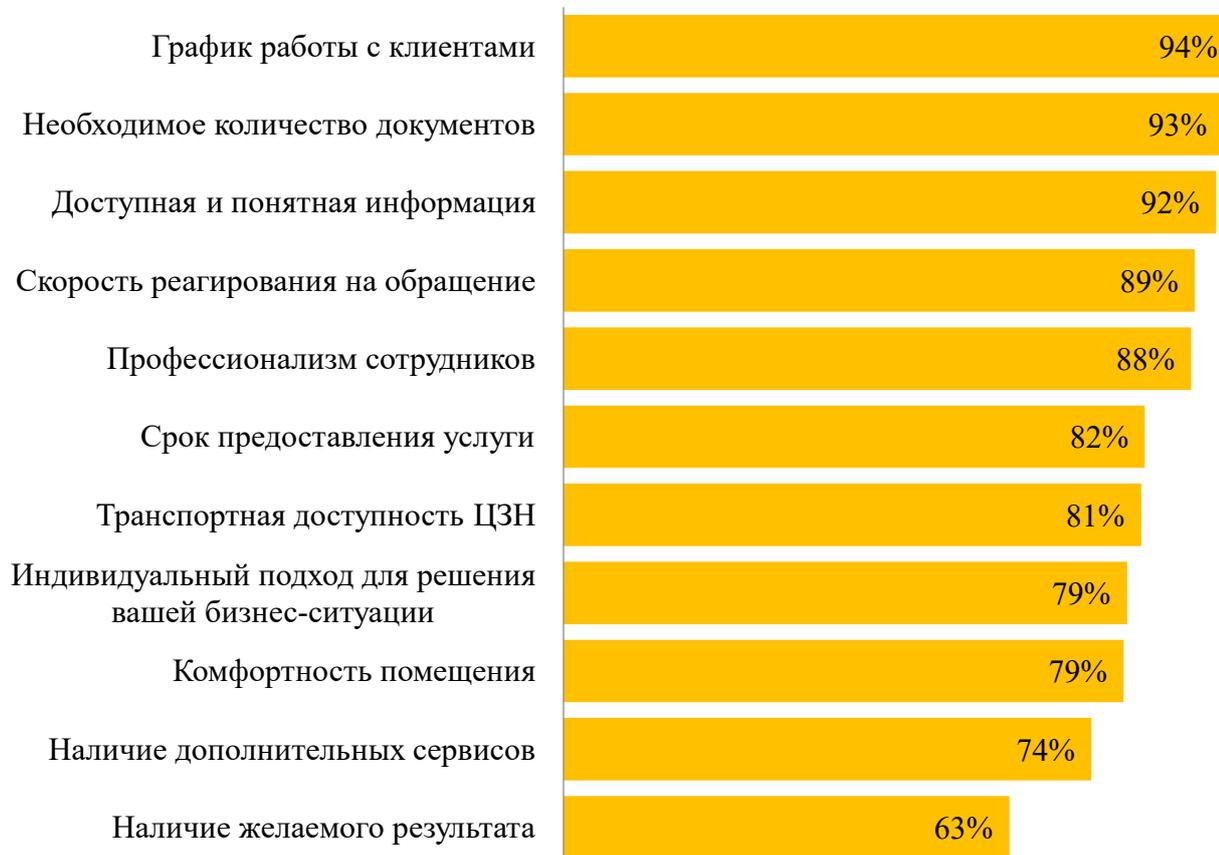
Следует отметить, что по всем изучаемым в исследовании отдельным параметрам работы ЦЗН был зафиксирован высокий показатель удовлетворенности

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как график работы с клиентами, необходимое количество документов, доступность и понятность информации, скорость реагирования на обращение и профессионализм сотрудников. Другие параметры, также, имеют высокие оценки. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности оказался у такого параметра, как наличие желаемого результата.

В целом можно отметить, что качество процедуры и решение вопроса получили высокие оценки, однако следует обратить внимание на финальный результат, который получают клиенты.

### Удовлетворенность отдельными параметрами работы модернизированных ЦЗН (Q5)

На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).



Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: все опрошенные (200 респондентов).

В зависимости от формы собственности компании, оценки удовлетворенности имеют распределение схожее с оценками в целом. Различия не имеют статистически значимой разницы. График работы с клиентами оценивается организациями выше всего, ниже всего - наличие желаемого результата. Частные компании, также, чаще ставили заниженные оценки и параметру - наличие дополнительных сервисов.

Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная) *	Частная российская
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы модернизированных ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен (a)</i>				
График работы с клиентами	<b>94%</b>	94%	100%	93%
Необходимое количество документов	<b>93%</b>	93%	80%	92%
Доступная и понятная информация	<b>92%</b>	91%	80%	92%
Скорость реагирования на обращение	<b>89%</b>	91%	80%	86%
Профессионализм сотрудников	<b>88%</b>	90%	80%	86%
Срок предоставления услуги	<b>82%</b>	86%	60%	79%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>81%</b>	80%	100%	80%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>79%</b>	79%	60%	79%
Комфортность помещения	<b>79%</b>	81%	80%	77%
Наличие дополнительных сервисов	<b>74%</b>	82%	80%	66%
Наличие желаемого результата	<b>63%</b>	70%	40%	57%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Федеральный округ	В целом по выборке	ПФО	СЗФО*	СКФО*	СФО*	УФО*	ЦФО	ЮФО*
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы модернизированных ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен (a)</i>								
График работы с клиентами	<b>94%</b>	95%	86%	100%	100%	96%	91%	100%
Необходимое количество документов	<b>93%</b>	92%	86%	100%	94%	100%	91%	86%
Доступная и понятная информация	<b>92%</b>	92%	86%	100%	89%	100%	88%	100%
Скорость реагирования на обращение	<b>89%</b>	88%	86%	100%	89%	100%	83%	100%
Профессионализм сотрудников	<b>88%</b>	86%	86%	100%	89%	96%	86%	100%
Срок предоставления услуги	<b>82%</b>	85%	71%	100%	89%	88%	73%	86%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>81%</b>	88%	86%	100%	83%	92%	64%	100%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>79%</b>	76%	86%	100%	78%	88%	77%	100%
Комфортность помещения	<b>79%</b>	82%	86%	100%	89%	96%	63%	86%
Наличие дополнительных сервисов	<b>74%</b>	78%	71%	100%	83%	100%	56%	71%
Наличие желаемого результата	<b>63%</b>	71%	57%	50%	33%	75%	55%	86%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата, скорость реагирования на обращение и профессионализм сотрудников. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. Последние места заняли транспортная доступность ЦЗН и комфортность помещения – это наименее важные параметры.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем целом по выборке**	Доля выбора данного параметра на 1 место
Наличие желаемого результата	3,2	41%
Скорость реагирования на обращение	3,7	14%
Профессионализм сотрудников	4,5	17%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	4,7	12%
Срок предоставления услуги	4,9	6%
Доступная и понятная информация	5,9	5%
Необходимое количество документов	7,1	1%
Наличие дополнительных сервисов	7,1	1%
График работы с клиентами	7,6	3%
Транспортная доступность ЦЗН	8,4	1%
Комфортность помещения	9,0	1%

*\*\* Здесь и далее в таблицах показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру. Ниже представлена формула для расчета среднего значения.*

$$\text{Среднее взвешенное арифметическое} = \frac{\sum X_i \times K_i}{n}, \text{ где}$$

$X_i$  – количество ответов по каждому присвоенному для параметра месту,

$K_i$  – место, присвоенное параметру,

$n$  – выборка для вопроса.

#### Пример расчета

Для параметра - Наличие желаемого результата			
	$X_i$	$K_i$	$\sum X_i \times K_i$
1 место	82	1	82
2 место	24	2	48
3 место	28	3	84
4 место	19	4	76
5 место	10	5	50
6 место	11	6	66
7 место	5	7	35
8 место	8	8	64
9 место	8	9	72
10 место	2	10	20
11 место	3	11	33
Итого			630

$$\text{Среднее взвешенное арифметическое} = \frac{630}{200} = 3,15 \text{ (с учетом округления 3,2)}$$

Форма собственности организации	Присваиваемое место в среднем целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная)*	Частная российская
<b>Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)</b>				
Наличие желаемого результата	<b>3,2</b>	3,3	3,0	3,1
Скорость реагирования на обращение	<b>3,7</b>	3,3	3,4	4,2
Профессионализм сотрудников	<b>4,5</b>	4,8	4,0	4,0
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>4,7</b>	5,0	6,0	4,3
Срок предоставления услуги	<b>4,9</b>	4,9	3,8	4,9
Доступная и понятная информация	<b>5,9</b>	5,6	4,6	6,4
Необходимое количество документов	<b>7,1</b>	7,0	8,4	7,1
Наличие дополнительных сервисов	<b>7,1</b>	7,2	6,8	7,0
График работы с клиентами	<b>7,6</b>	7,5	6,4	7,8
Транспортная доступность ЦЗН	<b>8,4</b>	8,3	9,0	8,4
Комфортность помещения	<b>9,0</b>	9,1	10,6	8,8

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Рассуждая о том, что необходимо улучшить/ изменить в работе Центра занятости населения, работодатели чаще отмечали, что хотели бы больше видеть соискателей с реальным желанием работать (13%), а также более точечный подбор кандидатов (10%).

**Что, по Вашему мнению, необходимо улучшить / изменить в работе данного Центра занятости населения? (Q7)**

*На диаграмме представлены ответы, набравшие более 4%*



*БАЗА: респонденты, которые в вопросе об оценке удовлетворенности В ЦЕЛОМ опытом обращения в модернизированный ЦЗН поставили оценки от 0 до 8 (90 респондентов).*

### 3.3. Лояльность работодателей к Центрам занятости населения

Уровень лояльности к модернизированным Центрам занятости оценивался с помощью показателя NPS – показателя готовности рекомендовать своему социальному окружению сотрудничество с ЦЗН. Данный индекс показывает разницу между промоутерами (готовыми рекомендовать) и критиками (имеющие низкую готовность рекомендовать). **Индекс NPS оказался на уровне 43.** Это достаточно хороший показатель уровня лояльности.

Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 65%. Доля нейтралов – 14%, доля критиков – 22%.

Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)**



БАЗА: все опрошенные (200 респондентов).

Готовность к рекомендации своим коллегам и партнерам ЦЗН от государственных/муниципальных компаний более высокая, чем от частных компаний.

	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная)*	Частная российская
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>				
<b>Индекс NPS</b>	<b>43%</b>	51%	60%	32%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Численность предприятия	В целом по выборке	До 15 человек*	От 16 до 100 человек	От 101 до 250 человек	Более 250 человек
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>					
<b>Индекс NPS</b>	<b>43%</b>	25%	45%	44%	43%

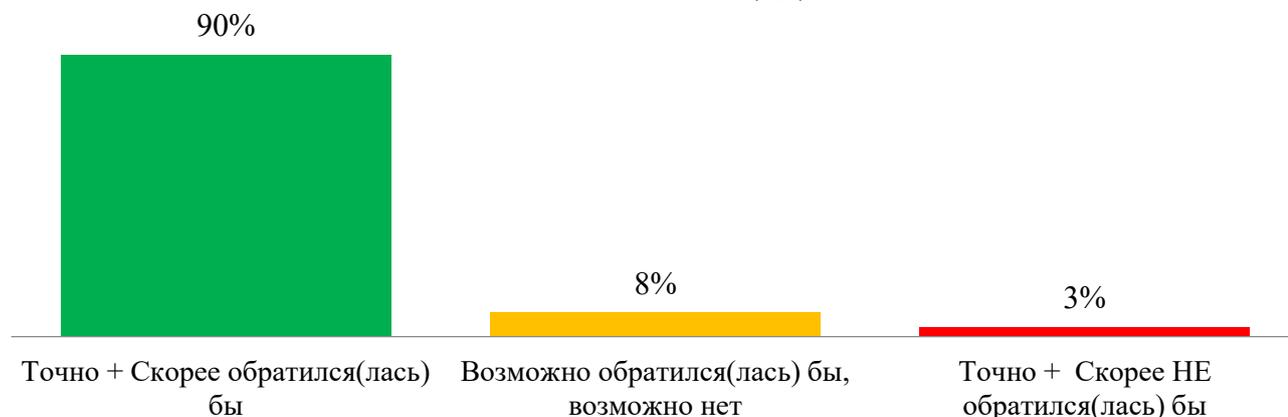
\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Федеральный округ	В целом по выборке	ПФО	СЗФО*	СКФО*	СФО*	УФО*	ЦФО	ЮФО*
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>								
<b>Индекс NPS</b>	<b>43%</b>	41%	43%	100%	6%	75%	38%	71%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

90% опрошенных представителей организаций отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. Вероятность будущего обращения у государственных/ муниципальных компаний не значительно выше, чем у частных. Высокая вероятность отмечается по всем видам компаний.

**Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q9)**



Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
79%	11%	8%	1%	2%

БАЗА: все опрошенные (200 респондентов).

Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная)*	Частная российская
<b>Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q9)</b>				
Точно обратился(лась) бы	79%	81%	80%	76%
Скорее обратился(лась) бы	11%	11%	20%	10%
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	8%	6%	-	10%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	1%	1%	-	1%
Точно НЕ обратился(лась) бы	2%	1%	-	3%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно без анализа.

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН – это широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными. Второй по популярности ответ – профессионализм сотрудников, который имеет высокую долю удовлетворенности (от всех опрошенных).

**Что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? (Q10)**



*БАЗА: те, кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН?» (43 респондента).*

#### **4. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 3, СОИСКАТЕЛИ (КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ ЭТАП ОПРОСА)**

##### Опыт взаимодействия с Центром занятости населения

Наиболее частой целью обращения соискателей в ЦЗН является поиск работы. Еще 34% обращений были связаны с получением пособия по безработице и 18% для того, чтобы узнать актуальную информацию о рынке труда. 14% опрошенных также обращались, чтобы получить справку, практически столько же (13%) – чтобы пройти профессиональное обучение и повышение квалификации, еще 11% - чтобы оформить временное трудоустройство.

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение.

##### Оценка удовлетворенности опытом обращения в Центр занятости населения

В целом большинство опрошенных категорий граждан позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 41% опрошенных, еще 28% выставили оценки 7 и 8 баллов по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Практически каждый десятый опрошенный высказался о том, что хотел бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН (12%), а также стараться работать более оперативно (11%).

В качестве рекомендаций часто звучали пожелания относительно сотрудников Центра: они должны быть высококвалифицированными (7%) и ориентированными на клиента и его потребности (6%).

Аналогично с работодателями, соискатели также хотели бы видеть онлайн-сервис, в рамках которого бы функционировал Центр занятости.

В рамках исследования соискателям также предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН. По всем изучаемым в исследовании отдельным параметрам работы ЦЗН был зафиксирован достаточно высокий показатель удовлетворенности.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как график работы, транспортная доступность ЦЗН, а также комфорт в помещениях. Следует отметить, что одна из самых высоких оценок удовлетворенности оказалась также отдана такому параметру, как профессионализм сотрудников.

В целом можно отметить, что качество процедуры и решение вопроса получили высокие оценки, однако следует обратить внимание на финальный результат, который получают клиенты.

### Лояльность к Центрам занятости населения

Уровень лояльности к Центрам занятости оценивался с помощью показателя NPS – показателя готовности рекомендовать своему социальному окружению сотрудничество с ЦЗН. **Индекс NPS оказался на уровне 11.** Показатель находится на среднем уровне. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 43%. Доля нейтралов – 25%, доля критиков – 32%.

При этом большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 62% респондентов высказались о том, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, еще практически треть (29%) возможно обратится.

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей – это подбор работы исходя из пожеланий соискателя (57%), а также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыкам (41%).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения может также возможность оформить все процедуры онлайн (34%), эта возможность особенно востребована среди выпускников школ, и эффективная обратная связь со стороны ЦЗН (30%).

### Ожидания от модернизации службы занятости

Большинство опрошенных считают, что современный государственный кадровый центр должен предлагать широкий выбор вакансий (24%). Максимальное внимание также направлено на сотрудников центра: они должны оказывать оперативную помощь соискателям (23%), быть профессиональными и грамотными специалистами в своей области (18%), а также быть вежливыми и доброжелательными (12%). Отмечалась также важность комфортной обстановки в центре (16%), особенно этот пункт актуален для респондентов с инвалидностью (22%).

Важной составляющей является также наличие онлайн-сервиса для оперативного обращения (12%).

В отношении современного государственного кадрового центра отдельные категории граждан-соискателей ЦЗН высказали в целом единые пожелания, однако у каждой группы можно выделить свои особенности.

Граждане предпенсионного возраста чаще других отмечали необходимость наличия широкого выбора вакансий.

Пенсионеры чаще уделяли внимание месторасположению и персоналу (по их мнению, в современном кадровом центре должен быть вежливый и доброжелательный персонал). При этом значимо реже им требуется онлайн-формат общения и быстрота реакции (оперативная помощь).

Инвалиды чаще, чем в целом по выборке, отмечали также необходимость широкого выбора вакансий, а также реальную помощь в трудоустройстве. Для данной категории граждан важна также комфортная обстановка в ЦЗН и удобство расположения центра.

Для группы дети-сироты также наиболее важен широкий выбор вакансий. Одновременно с этим значимо более важными оказались индивидуальный подход к соискателю и реальная помощь в трудоустройстве.

Выпускники различного уровня ждут от ЦЗН понятного и простого подхода в работе, а также то, чтобы ЦЗН был современным и инновационным.

Женщины с детьми до 6 лет чаще других отмечали возможность построения онлайн-коммуникации. Если же им придется посещать ЦЗН лично, важно, чтобы обстановка была комфортной, а также была комната матери и ребенка.

## АНАЛИЗ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ: БЛОК 3, СОИСКАТЕЛИ

### 3.1. Опыт взаимодействия соискателей с Центром занятости населения

Наиболее частой целью обращения соискателей в ЦЗН является поиск работы. Еще 34% обращений были связаны с получением пособия по безработице и 18% для того, чтобы узнать актуальную информацию о рынке труда. 14% опрошенных также обращались, чтобы получить справку, практически столько же (13%) – чтобы пройти профессиональное обучение и повышение квалификации, еще 11% - чтобы оформить временное трудоустройство. Другие цели посещения набрали менее 10%.

#### С какой целью обращались в ЦЗН за последние пять лет (Q1)



БАЗА: все опрошенные (3001 респондент).

В разрезе различных категорий граждан, которые обратились в ЦЗН можно отметить некоторые различия. Граждане, уволенные по сокращению или ликвидации организации, чаще остальных обращались в ЦЗН с целью получения пособия по безработице и получению справок.

Категория граждан	В целом по выборке	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Вы обращались в ЦЗН? (Q1)</b> НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ						
Поиск работы	<b>100%</b>	100%	100%	100%	100%	100%
Получение пособия по безработице	<b>34%</b>	34%	<b>14%</b>	34%	30%	<b>48%</b>
Узнать актуальную информацию о рынке труда	<b>18%</b>	16%	21%	20%	20%	18%
Получение справки	<b>14%</b>	13%	10%	17%	12%	<b>18%</b>
Профессиональное обучение и повышение квалификации	<b>13%</b>	11%	9%	9%	12%	12%
Временное трудоустройство	<b>11%</b>	<b>7%</b>	14%	12%	11%	8%
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	<b>9%</b>	10%	6%	10%	4%	10%
Профессиональная ориентация	<b>9%</b>	<b>6%</b>	6%	<b>14%</b>	11%	9%
Консультация психолога	<b>4%</b>	4%	3%	5%	4%	5%
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	<b>3%</b>	2%	3%	1%	4%	2%
Поиск работы для граждан с инвалидностью	<b>2%</b>	2%	3%	3%	3%	2%
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	<b>2%</b>	1%	3%	<b>16%</b>	0%	<b>0%</b>

Выпускников интересовало временное трудоустройство и получение актуальной информации о рынке труда. Для женщин с детьми чаще, чем по выборке в целом, были актуальны профессиональное обучение и повышение квалификации.

Категория граждан	В целом по выборке	Выпускники школ	Выпускники средних-специальных / высших учебных заведений	Женщины с детьми от 0 до 6 лет	Не работающие более года
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Вы обращались в ЦЗН? (Q1)</b> <b>ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ</b>					
Поиск работы	<b>100%</b>	100%	100%	100%	100%
Получение пособия по безработице	<b>34%</b>	<b>7%</b>	<b>26%</b>	38%	<b>40%</b>
Узнать актуальную информацию о рынке труда	<b>18%</b>	13%	<b>25%</b>	19%	<b>13%</b>
Получение справки	<b>14%</b>	<b>4%</b>	16%	16%	<b>10%</b>
Профессиональное обучение и повышение квалификации	<b>13%</b>	<b>7%</b>	15%	<b>20%</b>	13%
Временное трудоустройство	<b>11%</b>	<b>29%</b>	12%	12%	<b>7%</b>
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	<b>9%</b>	9%	11%	11%	7%
Профессиональная ориентация	<b>9%</b>	12%	<b>14%</b>	10%	6%
Консультация психолога	<b>4%</b>	1%	3%	5%	2%
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	<b>3%</b>	1%	<b>5%</b>	3%	3%
Поиск работы для граждан с инвалидностью	<b>2%</b>	1%	<b>4%</b>	3%	1%
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	<b>2%</b>	0%	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Вы обращались в ЦЗН? (Q1)</b>				
Поиск работы	<b>100%</b>	100%	100%	100%
Получение пособия по безработице	<b>34%</b>	<b>27%</b>	<b>39%</b>	35%
Узнать актуальную информацию о рынке труда	<b>18%</b>	<b>15%</b>	20%	20%
Получение справки	<b>14%</b>	13%	14%	16%
Профессиональное обучение и повышение квалификации	<b>13%</b>	<b>10%</b>	15%	14%
Временное трудоустройство	<b>11%</b>	11%	12%	10%
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	<b>9%</b>	8%	10%	10%
Профессиональная ориентация	<b>9%</b>	9%	10%	10%
Консультация психолога	<b>4%</b>	<b>2%</b>	5%	4%
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	<b>3%</b>	3%	2%	3%
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	<b>2%</b>	3%	2%	2%
Поиск работы для граждан с инвалидностью	<b>2%</b>	3%	2%	<b>1%</b>

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение. Данный канал использовали 85% опрошенных. Остальные каналы взаимодействия значительно менее популярны.

### Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)



БАЗА: все опрошенные (3001 респондент).

Граждане предпенсионного возраста, пенсионеры и инвалиды чаще остальных лично посещают ЦЗН. Выпускники школ и женщины с детьми значимо чаще взаимодействуют с ЦЗН через различные дистанционные сервисы.

Категория граждан	В целом по выборке	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
<b>Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)</b>						
НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ						
Личное посещение	85%	94%	97%	90%	88%	88%
Региональный портал СЗН	18%	12%	7%	13%	17%	21%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	16%	7%	2%	11%	10%	15%
Электронная почта	13%	9%	4%	15%	13%	16%
Колл-центр	10%	8%	6%	14%	12%	14%
SMS-сообщения	5%	5%	2%	8%	7%	7%
Мессенджер	4%	2%	2%	4%	2%	5%
Социальные сети	3%	3%	-	3%	3%	5%

Категория граждан	В целом по выборке	Выпускники школ	Выпускники средних-специальных / высших учебных заведений	Женщины с детьми от 0 до 6 лет	Не работающие более года
<b>Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ					
Личное посещение	<b>85%</b>	<b>61%</b>	85%	<b>81%</b>	<b>77%</b>
Региональный портал СЗН	<b>18%</b>	<b>32%</b>	21%	<b>22%</b>	19%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	<b>16%</b>	22%	17%	<b>25%</b>	20%
Электронная почта	<b>13%</b>	16%	14%	13%	16%
Колл-центр	<b>10%</b>	7%	<b>16%</b>	10%	<b>6%</b>
SMS-сообщения	<b>5%</b>	3%	6%	5%	<b>2%</b>
Мессенджер	<b>4%</b>	3%	4%	5%	4%
Социальные сети	<b>3%</b>	4%	<b>5%</b>	3%	<b>1%</b>

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)</b>				
Личное посещение	<b>85%</b>	83%	85%	<b>88%</b>
Региональный портал СЗН	<b>18%</b>	20%	17%	17%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	<b>16%</b>	16%	18%	<b>13%</b>
Электронная почта	<b>13%</b>	11%	13%	15%
Колл-центр	<b>10%</b>	9%	11%	12%
SMS-сообщения	<b>5%</b>	4%	6%	5%
Мессенджер	<b>4%</b>	3%	4%	5%
Социальные сети	<b>3%</b>	2%	<b>5%</b>	3%

Более высокая частота обращения в ЦЗН характерна для вопросов, связанных с получением информации о рынке труда и поиском работы в целом. По данным направлениям деятельности количество систематических обращений (2 и более раз) превышает разовые.

Вопросы, по которым преобладают разовые обращения, - поддержка при трудоустройстве в связи с переездом в другой регион / внутри региона, профессиональное обучение и повышение квалификации, а также консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела.

### Частота обращения в ЦЗН по различным вопросам (А1)



<b>Направления деятельности ЦЗН</b>	<b>Среднее количество обращений *</b>
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	1.2
Консультация психолога	1.3
Профессиональное обучение и повышение квалификации	1.4
Регистрация в качестве безработного	1.4
Профессиональная ориентация	1.4
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	1.5
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	1.7
Временное трудоустройство	1.8
Прохождение перерегистрации в качестве безработного	1.9
Получение справки	2.0
Получение пособия по безработице	2.1
Поиск работы	2.3
Узнать актуальную информацию о рынке труда	2.7
Поиск работы для граждан с инвалидностью	3.6

*\* Среднее количество обращений было рассчитано по каждому направлению деятельности ЦЗН. Показатель рассчитан как среднее значение между всеми обращениями, которые совершили респонденты.*

Респонденты, которые имели опыт обращения в колл-центр ЦЗН, чаще всего по горячей линии решали вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы (58%), а также уточняли необходимый пакет документов для регистрации в качестве безработного (47%). Еще 39% уточняли статус своего заявления.

### С какой целью обращались в колл-центр (Q9)



*БАЗА: респонденты, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (313 респондентов).*

Подавляющее большинство опрошенных респондентов, которые пользовались услугами колл-центров, остались удовлетворены опытом обращения в колл-центры ЦЗН. 74% опрошенных полностью или скорее удовлетворены, еще 19% удовлетворены частично.

### Удовлетворенность опытом обращения в колл-центр ЦЗН (Q10)



*Для ответа использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: респонденты, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (313 респондентов).*

Среди респондентов, которые обращались в колл-центры ЦЗН и выставили не максимальный балл в оценке удовлетворенности опытом обращения, чаще всего говоря о том, чем они остались недовольны, сообщали, что в колл-центр бывает трудно дозвониться (48%), а также то, что оператор не отвечает на дополнительные вопросы и общается только по сценарию (44%).

#### **Чем остались недовольны после обращения в колл-центр ЦЗН (Q11)**



*БАЗА: респонденты, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр и выставили оценку от 1 до 3 в оценке удовлетворенности (81 респондент).*

### 3.2. Оценка удовлетворенности опытом обращения в Центр занятости населения

Оценивая свой опыт обращения в Центры занятости населения, соискатели отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. По результатам исследования, в целом большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 41% опрошенных, еще 28% выставили оценки 7 и 8 баллов по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

#### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: все опрошенные (3001 респондент).

В разрезе различных категорий граждан существуют различия. Значимо выше удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН у категорий пенсионеров, инвалидов и детей-сирот, а значимо ниже – у не работающих более года. У выпускников школ значимо чаще удовлетворенность находится на среднем уровне.

Категория граждан	В целом по выборке	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b>						
НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ						
Сумма оценок 9+10	41%	41%	45%	47%	48%	39%
Сумма оценок 7+8	28%	28%	25%	26%	20%	30%
Сумма оценок 0-6	31%	30%	31%	27%	32%	31%

Категория граждан	В целом по выборке	Выпускники школ	Выпускники средних-специальных / высших учебных заведений	Женщины с детьми от 0 до 6 лет	Не работающие более года
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ					
Сумма оценок 9+10	<b>41%</b>	<b>33%</b>	40%	44%	35%
Сумма оценок 7+8	<b>28%</b>	<b>49%</b>	31%	26%	24%
Сумма оценок 0-6	<b>31%</b>	<b>18%</b>	29%	30%	<b>40%</b>

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b>				
Сумма оценок 9+10	<b>41%</b>	42%	40%	42%
Сумма оценок 7+8	<b>28%</b>	28%	28%	28%
Сумма оценок 0-6	<b>31%</b>	29%	32%	30%

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Практически каждый десятый опрошенный высказался о том, что хотел бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН (12%), – особенно актуально для респондентов из Башкортостана и Ставропольского края – а также стараться работать более оперативно (11%).

В качестве пожеланий часто звучали пожелания относительно сотрудников Центра: они должны быть высококвалифицированными (7%), что особенно важно для респондентов Краснодар, и ориентированными на клиента и его потребности (6%).

Аналогично с работодателями, соискатели также хотели бы видеть онлайн-сервис, в рамках которого бы функционировал Центр занятости.

### Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7)



*БАЗА: соискатели, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше (1763 респондент).*

Область / край / республика	В целом по выборке	Белгородская	Краснодарский край	Нижегородская	Башкортостан	Рязанская	Самарская	Саратовская	Свердловская	Ставропольский край
<b>Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7) ТОП-5 ПАРАМЕТРОВ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ РАБОТЫ</b>										
Большой выбор вакансий / разнообразие профессий	12%	13%	8%	13%	19%	8%	12%	11%	7%	17%
Быстрый / оперативный	11%	14%	8%	11%	9%	12%	13%	11%	10%	8%
Высококвалифицированные / компетентные сотрудники	7%	5%	12%	10%	5%	8%	5%	8%	7%	4%
Ориентация на клиента	6%	6%	6%	5%	7%	5%	4%	8%	7%	4%
Отсутствие очередей	6%	4%	7%	4%	2%	5%	10%	5%	8%	6%

Категория населения	В целом по выборке	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
<b>Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7) ТОП-5 ПАРАМЕТРОВ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ РАБОТЫ НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ</b>						
Большой выбор вакансий / разнообразие профессий	12%	13%	16%	18%	19%	10%
Быстрый / оперативный	11%	12%	8%	12%	19%	13%
Высококвалифицированные / компетентные сотрудники	7%	6%	10%	4%	4%	7%
Ориентация на клиента	6%	4%	2%	4%	4%	7%
Отсутствие очередей	6%	5%	4%	4%	6%	6%

Категория граждан	В целом по выборке	Выпускники школ	Выпускники средних-специальных / высших учебных заведений	Женщины с детьми от 0 до 6 лет	Не работающие более года
<b>Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7) ТОП-5 ПАРАМЕТРОВ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ РАБОТЫ ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ</b>					
Большой выбор вакансий / разнообразие профессий	<b>12%</b>	8%	8%	11%	13%
Быстрый / оперативный	<b>11%</b>	9%	11%	11%	7%
Высококвалифицированные / компетентные сотрудники	<b>7%</b>	3%	10%	7%	9%
Ориентация на клиента	<b>6%</b>	6%	7%	7%	7%
Отсутствие очередей	<b>6%</b>	7%	7%	<b>9%</b>	<b>1%</b>

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7) ТОП-5 ПАРАМЕТРОВ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ РАБОТЫ</b>				
Большой выбор вакансий / разнообразие профессий	<b>12%</b>	13%	10%	13%
Быстрый / оперативный	<b>11%</b>	10%	11%	11%
Высококвалифицированные / компетентные сотрудники	<b>7%</b>	7%	7%	7%
Ориентация на клиента	<b>6%</b>	5%	6%	7%
Отсутствие очередей	<b>6%</b>	6%	7%	4%

Помимо общей оценки удовлетворенности, соискателям предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

Следует отметить, что по всем изучаемым в исследовании отдельным параметрам работы ЦЗН был зафиксирован достаточно высокий показатель удовлетворенности.

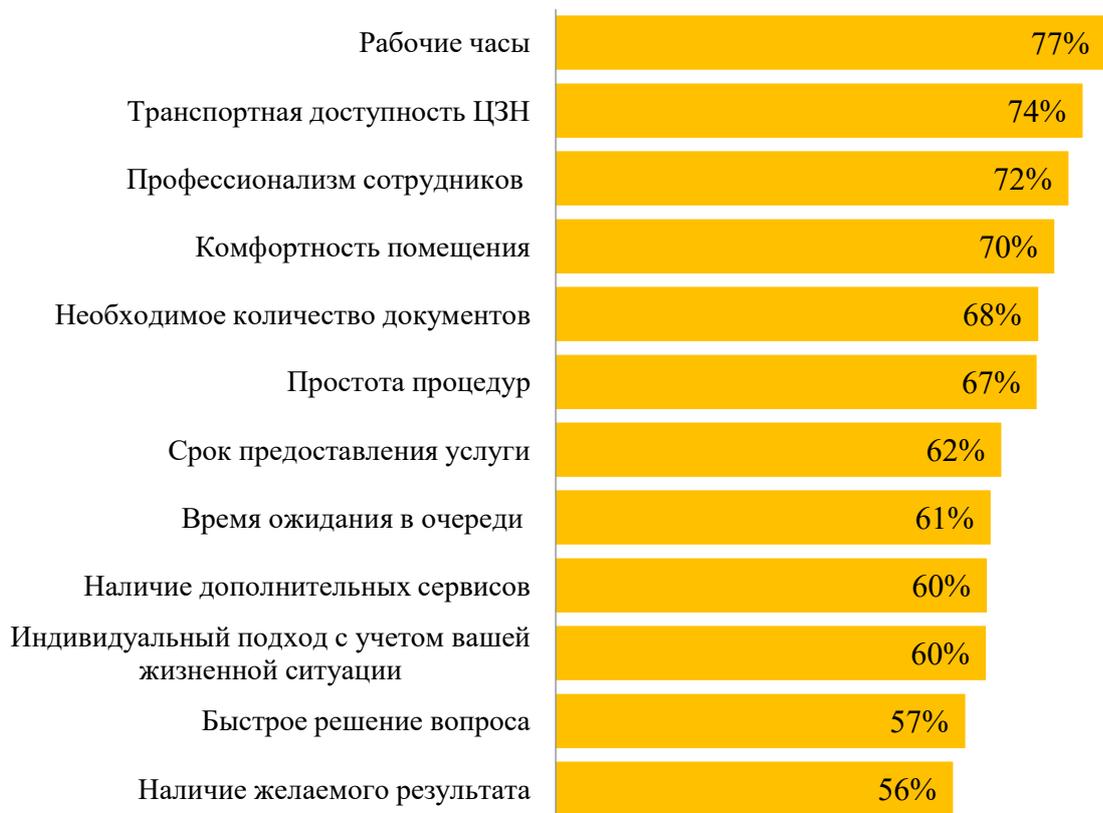
Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как график работы, транспортная доступность ЦЗН (этот показатель значимо высоко оценили опрошенные из Ставропольского края), а также комфорт в помещениях (что особенно важно для респондентов из Ставропольского края и Нижегородской области). Следует отметить, что одна из самых высоких оценок удовлетворенности оказалась также отдана такому параметру, как профессионализм сотрудников.

Другие параметры, также имеют высокие оценки. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности оказался у такого параметра, как наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса.

В целом можно отметить, что качество процедуры и решение вопроса получили высокие оценки, однако следует обратить внимание на финальный результат, который получают клиенты.

#### **Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)**

*На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).*



*Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: все опрошенные (3001 респондентов).*

Область / край / республика	<b>В целом по выборке</b>	Белгородская	Краснодарский край	Нижегородская	Башкортостан	Рязанская	Самарская	Саратовская	Свердловская	Ставропольский край
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>Представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).</i>										
Рабочие часы	<b>77%</b>	75%	76%	81%	78%	77%	78%	77%	74%	79%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>74%</b>	76%	74%	75%	78%	72%	73%	71%	<b>66%</b>	<b>80%</b>
Профессионализм сотрудников	<b>72%</b>	75%	72%	72%	74%	70%	71%	70%	<b>66%</b>	77%
Комфортность помещения	<b>70%</b>	<b>63%</b>	71%	<b>76%</b>	71%	75%	67%	66%	<b>63%</b>	<b>76%</b>
Необходимое количество документов	<b>68%</b>	67%	69%	70%	72%	64%	66%	69%	67%	66%
Простота процедур	<b>67%</b>	70%	68%	71%	69%	67%	67%	65%	62%	68%
Срок предоставления услуги	<b>62%</b>	63%	66%	<b>68%</b>	63%	59%	63%	59%	59%	63%
Время ожидания в очереди	<b>61%</b>	66%	62%	<b>67%</b>	63%	63%	58%	61%	<b>55%</b>	<b>53%</b>
Наличие дополнительных сервисов	<b>60%</b>	60%	62%	63%	57%	62%	59%	59%	56%	<b>66%</b>
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	<b>60%</b>	63%	62%	61%	62%	61%	56%	<b>54%</b>	56%	<b>67%</b>
Быстрое решение вопроса	<b>58%</b>	<b>66%</b>	<b>52%</b>	53%	56%	58%	58%	<b>64%</b>	<b>52%</b>	<b>65%</b>
Наличие желаемого результата	<b>56%</b>	55%	61%	55%	58%	54%	52%	56%	51%	60%

Анализируя ответы различных категорий граждан, которые обращались в ЦЗН, следует отметить, что значимо ниже удовлетворенность отдельными параметрами наблюдается у пенсионеров и инвалидов.

Категория населения	В целом по выборке	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>Представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).</i>						
Рабочие часы	77%	77%	72%	73%	84%	75%
Транспортная доступность ЦЗН	74%	77%	66%	68%	80%	73%
Профессионализм сотрудников	72%	73%	58%	73%	76%	70%
Комфортность помещения	70%	73%	63%	61%	80%	70%
Необходимое количество документов	68%	68%	61%	60%	70%	68%
Простота процедур	67%	69%	60%	63%	66%	65%
Срок предоставления услуги	62%	63%	53%	59%	66%	61%
Время ожидания в очереди	61%	62%	57%	64%	66%	60%
Наличие дополнительных сервисов	60%	61%	51%	56%	69%	63%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	60%	59%	55%	58%	57%	60%
Быстрое решение вопроса	58%	61%	65%	63%	58%	58%
Наличие желаемого результата	56%	54%	46%	53%	57%	53%

Выпускники, в отличие от остальных категорий граждан, чаще других отмечали высокий уровень удовлетворенности по отдельным параметрам работы ЦЗН.

Категория граждан	В целом по выборке	Выпускники школ	Выпускники средних-специальных / высших учебных заведений	Женщины с детьми от 0 до 6 лет	Не работающие более года
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>Представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).</i>					
Рабочие часы	<b>77%</b>	82%	79%	78%	78%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>74%</b>	80%	78%	75%	<b>69%</b>
Профессионализм сотрудников	<b>72%</b>	<b>83%</b>	73%	<b>76%</b>	<b>64%</b>
Комфортность помещения	<b>70%</b>	<b>78%</b>	72%	71%	65%
Необходимое количество документов	<b>68%</b>	72%	70%	71%	65%
Простота процедур	<b>67%</b>	74%	71%	70%	62%
Срок предоставления услуги	<b>62%</b>	68%	<b>68%</b>	66%	<b>55%</b>
Время ожидания в очереди	<b>61%</b>	<b>50%</b>	62%	61%	61%
Наличие дополнительных сервисов	<b>60%</b>	<b>68%</b>	62%	63%	<b>53%</b>
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	<b>60%</b>	<b>70%</b>	64%	63%	<b>53%</b>
Быстрое решение вопроса	<b>58%</b>	<b>69%</b>	55%	55%	54%
Наличие желаемого результата	<b>56%</b>	<b>71%</b>	<b>62%</b>	59%	<b>48%</b>

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>Представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).</i>				
Рабочие часы	<b>77%</b>	76%	78%	77%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>74%</b>	77%	71%	73%
Профессионализм сотрудников	<b>72%</b>	75%	70%	71%
Комфортность помещения	<b>70%</b>	70%	69%	71%
Необходимое количество документов	<b>68%</b>	67%	68%	68%
Простота процедур	<b>67%</b>	69%	66%	67%
Срок предоставления услуги	<b>62%</b>	64%	63%	60%
Время ожидания в очереди	<b>61%</b>	60%	60%	62%
Наличие дополнительных сервисов	<b>60%</b>	62%	59%	60%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	<b>60%</b>	<b>64%</b>	58%	59%
Быстрое решение вопроса	<b>58%</b>	59%	56%	57%
Наличие желаемого результата	<b>56%</b>	59%	53%	56%

При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. Последние места заняли транспортная доступность ЦЗН, наличие дополнительных сервисов и комфортность помещения – это наименее важные параметры.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем по выборке *	Доля выбора данного параметра на 1 место
Наличие желаемого результата	4.8	22%
Быстрое решение вопроса	4.8	16%
Профессионализм сотрудников	5.7	9%
Срок предоставления услуги	5.8	8%
Простота процедур	5.8	10%
Индивидуальный подход	5.9	9%
Количество документов, которое необходимо предоставить	6.3	6%
Время ожидания в очереди	7.1	5%
График работы с клиентами	7.5	5%
Комфортность помещения	8.0	3%
Наличие дополнительных сервисов	8.1	3%
Транспортная доступность ЦЗН	8.1	5%

\* Здесь и далее в таблицах показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру. Ниже представлена формула для расчета среднего значения.

$$\text{Среднее взвешенное арифметическое} = \frac{\sum X_i \times K_i}{n}, \text{ где}$$

$X_i$  – количество ответов по каждому присвоенному для параметра месту,

$K_i$  – место, присвоенное параметру,

$n$  – выборка для вопроса.

#### Пример расчета

Для параметра - Наличие желаемого результата			
	$X_i$	$K_i$	$\sum X_i \times K_i$
1 место	658	1	658
2 место	416	2	832
3 место	296	3	888
4 место	274	4	1096
5 место	236	5	1180
6 место	187	6	1122
7 место	213	7	1491
8 место	169	8	1352
9 место	147	9	1323
10 место	141	10	1410
11 место	132	11	1452
12 место	132	12	1584
Итого			14388

$$\text{Среднее взвешенное арифметическое} = \frac{14388}{3001} = 4,79 \text{ (с учетом округления 4,8)}$$

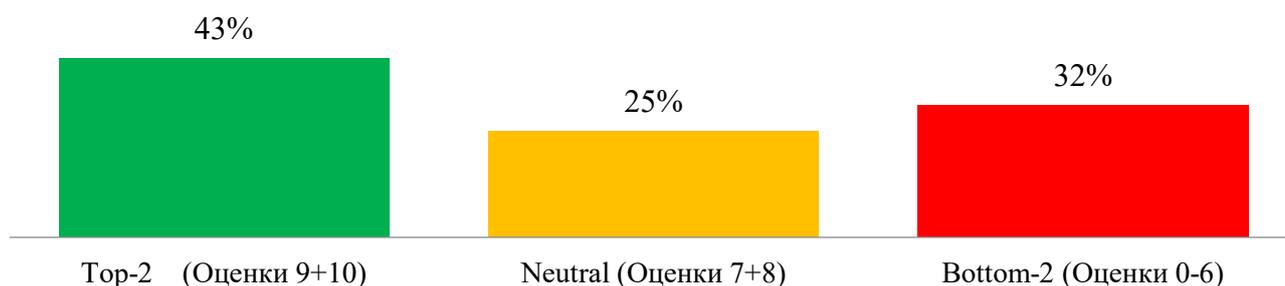
### 3.3. Лояльность соискателей к Центрам занятости населения

Уровень лояльности к Центрам занятости оценивался с помощью показателя NPS – показателя готовности рекомендовать своему социальному окружению сотрудничество с ЦЗН. Данный индекс показывает разницу между промоутерами (готовыми рекомендовать) и критиками (имеющие низкую готовность рекомендовать).

**Индекс NPS оказался на уровне 11.** Более высокий уровень индекса наблюдается в Белгородской области, Краснодарском крае, а также республике Башкортостан – 17, 20, 15 соответственно. Значимо низкий уровень индекса наблюдается среди группы населения, неработающей более 1 года, он составляет -1.

Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 43%. Доля нейтралов – 25%, доля критиков – 32%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)**



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: все опрошенные (3001 респондент).

Область / край / республика	<b>В целом по выборке</b>	Белгородская	Краснодарский край	Нижегородская	Башкортостан	Рязанская	Самарская	Саратовская	Свердловская	Ставропольский край
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)</b>										
<b>Индекс NPS</b>	<b>11%</b>	17%	20%	13%	15%	11%	8%	9%	4%	5%

Более высокий показатель индекса NPS наблюдается среди таких категорий граждан, как пенсионеры, инвалиды, дети-сироты и женщины с детьми до 6 лет. Наиболее низкий – у уволенных по сокращению и не работающих более года.

Категория населения	<b>В целом по выборке</b>	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН Вашим друзьям/родственникам/знакомым? (Q8)</b>						
<b>Индекс NPS</b>	<b>11%</b>	13%	19%	15%	32%	7%

Категория граждан	<b>В целом по выборке</b>	Выпускники школ	Выпускники средних-специальных / высших учебных заведений	Женщины с детьми от 0 до 6 лет	Не работающие более года
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН Вашим друзьям/родственникам/знакомым? (Q8)</b>					
<b>Индекс NPS</b>	<b>11%</b>	10%	10%	14%	-1%

Тип региона	<b>В целом по выборке</b>	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН Вашим друзьям/родственникам/знакомым? (Q8)</b>				
<b>Индекс NPS</b>	<b>11%</b>	14%	8%	12%

Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 62% респондентов высказались о том, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, еще практически треть (29%) возможно обратится. Следует отметить, что доля тех, кто точно или скорее не будет в будущем обращаться в ЦЗН, не превышает 10%.

### Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)



Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
28%	34%	29%	6%	3%

БАЗА: все опрошенные (3001 респондентов).

Область / край / республика	В целом по выборке	Белгородская	Краснодарский край	Нижегородская	Башкортостан	Рязанская	Самарская	Саратовская	Свердловская	Ставропольский край
<b>Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)</b>										
Точно обратился(лась) бы	<b>28%</b>	30%	29%	32%	33%	28%	28%	26%	27%	<b>20%</b>
Скорее обратился(лась) бы	<b>34%</b>	33%	34%	34%	32%	32%	34%	34%	31%	<b>41%</b>
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>29%</b>	27%	29%	25%	27%	32%	29%	30%	31%	30%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>6%</b>	8%	5%	5%	5%	6%	7%	5%	8%	8%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>3%</b>	3%	4%	4%	2%	2%	2%	5%	3%	2%

Пенсионеры чаще других категорий соискателей сомневаются в том, что в дальнейшем снова обратятся в ЦЗН, при этом выпускники чаще не исключают для себя такой возможности. Не работающие более года чаще сомневаются в отношении своего будущего намерения обратиться в ЦЗН.

Категория населения	В целом по выборке	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
<b>Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)</b> НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ						
Точно обратился(лась) бы	<b>28%</b>	26%	25%	29%	34%	32%
Скорее обратился(лась) бы	<b>34%</b>	34%	35%	<b>40%</b>	42%	<b>28%</b>
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>29%</b>	32%	24%	24%	20%	30%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>6%</b>	5%	<b>10%</b>	6%	2%	6%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>3%</b>	3%	<b>7%</b>	1%	1%	3%

Категория граждан	В целом по выборке	Выпускники школ	Выпускники средних-специальных / высших учебных заведений	Женщины с детьми от 0 до 6 лет	Не работающие более года
<b>Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ					
Точно обратился(лась) бы	<b>28%</b>	<b>15%</b>	31%	30%	25%
Скорее обратился(лась) бы	<b>34%</b>	<b>48%</b>	35%	35%	<b>25%</b>
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>29%</b>	33%	<b>24%</b>	28%	<b>36%</b>
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>6%</b>	3%	7%	5%	<b>11%</b>
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>3%</b>	1%	3%	2%	4%

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)</b>				
Точно обратился(лась) бы	<b>28%</b>	26%	29%	29%
Скорее обратился(лась) бы	<b>34%</b>	36%	33%	33%
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>29%</b>	28%	28%	30%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>6%</b>	7%	7%	5%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>3%</b>	3%	3%	3%

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей – это подбор работы исходя из пожеланий соискателя (57%), что особенно актуально для респондентов из Рязанской области (66%), а также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыкам (41%).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения может также возможность оформить все процедуры онлайн (34%), эта возможность особенно востребована среди выпускников школ (46%) и эффективная обратная связь со стороны СЗН (30%).

#### Что могло бы убедить Вас точно обратиться в ЦЗН? (Q10)



*БАЗА: те, кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем обратятся в ЦЗН?» (2 159 респондентов).*

Категория населения	В целом по выборке	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
<b>Что могло бы убедить Вас точно обратиться в ЦЗН? (Q10)</b> <b>ТОП-5 ПРИЧИН ОБРАТИТЬСЯ В ЦЗН</b> <b>НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ</b>						
Подбор работы исходя из пожелания соискателя	<b>57%</b>	59%	61%	59%	63%	63%
Бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыка	<b>41%</b>	37%	33%	34%	37%	<b>33%</b>
Возможность предварительной записи на прием и минимальное время	<b>38%</b>	33%	36%	32%	34%	35%
Возможность оформить все процедуры онлайн	<b>34%</b>	<b>24%</b>	<b>19%</b>	<b>27%</b>	36%	40%
Эффективная система обратной связи со стороны СЗН	<b>30%</b>	30%	23%	34%	29%	32%

Категория граждан	В целом по выборке	Выпускники школ	Выпускники средних-специальных / высших учебных заведений	Женщины с детьми от 0 до 6 лет	Не работающие более года
<b>Что могло бы убедить Вас точно обратиться в ЦЗН? (Q10)</b> <b>ТОП-5 ПРИЧИН ОБРАТИТЬСЯ В ЦЗН</b> <b>ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ</b>					
Подбор работы исходя из пожелания соискателя	<b>57%</b>	<b>46%</b>	<b>50%</b>	57%	55%
Бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыка	<b>41%</b>	<b>32%</b>	44%	<b>51%</b>	45%
Возможность предварительной записи на прием и минимальное время	<b>38%</b>	39%	40%	<b>47%</b>	40%
Возможность оформить все процедуры онлайн	<b>34%</b>	<b>46%</b>	38%	<b>42%</b>	33%
Эффективная система обратной связи со стороны СЗН	<b>30%</b>	<b>41%</b>	28%	28%	27%

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Что могло бы убедить Вас точно обратиться в ЦЗН? (Q10)</b> <b>ТОП-5 ПРИЧИН ОБРАТИТЬСЯ В ЦЗН</b>				
Подбор работы исходя из пожелания соискателя	<b>57%</b>	58%	55%	58%
Бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыка	<b>41%</b>	40%	41%	41%
Возможность предварительной записи на прием и минимальное время	<b>38%</b>	35%	40%	39%
Возможность оформить все процедуры онлайн	<b>34%</b>	35%	34%	34%
Эффективная система обратной связи со стороны СЗН	<b>30%</b>	33%	<b>26%</b>	30%

### 3.4. Ожидания от модернизации службы занятости.

Подавляющее большинство респондентов высказались о том, каким они хотели бы видеть современный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом только 7% опрошенных респондентов.

Большинство опрошенных считают, что современный государственный кадровый центр должен предлагать широкий выбор вакансий (24%). Максимальное внимание также направлено к сотрудникам центра: они должны оказывать оперативную помощь соискателям (23%), быть профессиональными и грамотными специалистами в своей области (18%) а также быть вежливыми и доброжелательными (12%). Отмечалась также важность комфортной обстановки в центре (16%), особенно этот пункт актуален для респондентов с инвалидностью (22%).

Важной составляющей является также наличие онлайн-сервиса для оперативного обращения (12%).

#### Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)



В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более

БАЗА: все опрошенные (3001 респондентов).

В отношении современного государственного кадрового центра отдельные категории граждан-соискателей ЦЗН высказали в целом единые пожелания, однако у каждой группы можно выделить свои особенности.

Граждане предпенсионного возраста чаще других отмечали необходимость наличия широкого выбора вакансий.

Пенсионеры чаще уделяли внимание месторасположению и персоналу (по их мнению, в современном кадровом центре должен быть вежливый и доброжелательный персонал). При этом значимо реже им требуется онлайн-формат общения и быстрота реакции (оперативная помощь).

Инвалиды чаще, чем в целом по выборке, отмечали также необходимость широкого выбора вакансий, а также реальная помощь в трудоустройстве. Для данной категории граждан важна также комфортная обстановка в ЦЗН и удобство расположения центра.

Для группы дети-сироты также наиболее важен широкий выбор вакансий. Одновременно с этим значимо более важными оказались также индивидуальный подход к соискателю, а также реальная помощь в трудоустройстве.

Категория граждан	В целом по выборке	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
<b>Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)</b>						
Широкий выбор вакансий	24%	28%	24%	30%	36%	21%
Оперативная помощь	23%	22%	14%	26%	29%	23%
Профессионализм / грамотные специалисты	18%	18%	21%	22%	24%	21%
Комфортабельная обстановка	16%	14%	13%	22%	14%	13%
Вежливый / доброжелательный персонал	12%	10%	18%	14%	7%	10%
Онлайн-формат	12%	9%	5%	10%	14%	12%
Доступный / открытый	11%	9%	12%	10%	9%	10%
Индивидуальный подход	9%	8%	9%	11%	16%	9%
Реальная помощь в трудоустройстве	9%	11%	8%	13%	17%	9%
Отсутствие очередей	9%	10%	10%	9%	6%	6%
Возможность переобучения / курсы	8%	9%	8%	8%	7%	10%
Современный, инновационный	8%	7%	13%	5%	3%	7%
Удобный (без уточнения)	8%	6%	8%	7%	9%	5%

Категория граждан	В целом по выборке	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
Простой / понятный	7%	6%	6%	6%	8%	7%
Удобно расположен	6%	7%	10%	11%	4%	4%
Комната матери и ребенка	6%	1%	0%	1%	4%	1%
Без бюрократии	5%	7%	7%	6%	4%	6%
Актуальная информация	5%	4%	5%	6%	8%	7%
Затрудняюсь ответить	7%	7%	4%	4%	2%	6%

Выпускники различного уровня ждут от ЦЗН понятного и простого подхода в работе, а также того, чтобы ЦЗН был современным и инновационным.

Женщины с детьми до 6 лет чаще других отмечали возможность построения онлайн-коммуникации. Если же им придется посещать ЦЗН лично, важно, чтобы обстановка была комфортной, а также была комната матери и ребенка.

Категория граждан	В целом по выборке	Выпускники школ	Выпускники средних-специальных / высших учебных заведений	Женщины с детьми от 0 до 6 лет	Не работающие более года
<b>Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)</b>					
Широкий выбор вакансий	24%	34%	18%	20%	20%
Оперативная помощь	23%	25%	25%	26%	14%
Профессионализм / грамотные специалисты	18%	13%	23%	15%	14%
Комфортабельная обстановка	16%	11%	16%	22%	11%
Вежливый / доброжелательный персонал	12%	11%	12%	13%	11%
Онлайн-формат	12%	17%	9%	15%	14%
Доступный / открытый	11%	7%	13%	12%	14%
Индивидуальный подход	9%	5%	13%	7%	9%
Реальная помощь в трудоустройстве	9%	8%	8%	6%	8%
Отсутствие очередей	9%	5%	8%	12%	4%
Возможность переобучения / курсы	8%	8%	10%	6%	10%

Современный, инновационный	8%	15%	12%	6%	6%
Удобный (без уточнения)	8%	13%	8%	10%	5%
Простой / понятный	7%	13%	10%	6%	6%
Удобно расположен	6%	5%	5%	8%	4%
Комната матери и ребенка	6%	0%	2%	22%	1%
Без бюрократии	5%	7%	1%	5%	6%
Актуальная информация	5%	2%	5%	2%	6%
Затрудняюсь ответить	7%	9%	6%	4%	18%

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)</b>				
Широкий выбор вакансий	24%	28%	20%	23%
Оперативная помощь	23%	23%	21%	24%
Профессионализм / грамотные специалисты	18%	19%	19%	18%
Комфортабельная обстановка	16%	13%	18%	18%
Вежливый / доброжелательный персонал	12%	11%	15%	10%
Онлайн-формат	12%	12%	11%	12%
Доступный / открытый	11%	9%	14%	10%
Индивидуальный подход	9%	8%	9%	11%
Реальная помощь в трудоустройстве	9%	10%	8%	9%
Отсутствие очередей	9%	8%	8%	9%
Возможность переобучения / курсы	8%	9%	7%	10%
Современный, инновационный	8%	10%	7%	7%
Удобный (без уточнения)	8%	8%	8%	6%
Простой / понятный	7%	8%	7%	6%

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)</b>				
Удобно расположен	<b>6%</b>	6%	7%	7%
Комната матери и ребенка	<b>6%</b>	5%	5%	7%
Без бюрократии	<b>5%</b>	5%	4%	6%
Актуальная информация	<b>5%</b>	<b>3%</b>	6%	4%
Затрудняюсь ответить	<b>7%</b>	6%	7%	7%

### 3.5. Оценка состояния здоровья.

Более половины опрошенных оценили состояние своего здоровья, как очень или скорее хорошее. Только 5% опрошенных граждан отметили, что состояние их здоровья в той или иной степени плохое.

Чаще о плохом самочувствии сообщали инвалиды, пенсионеры и граждане предпенсионного возраста. Выпускники школ и СПО и ВУЗов чаще сообщали о том, что их здоровье очень хорошее.

#### Состояние здоровья (D8)



Категория граждан	В целом по выборке	Предпенсионный возраст	Пенсионеры	Инвалиды	Дети-сироты	Уволенные по сокращению
<b>Состояние здоровья (D8)</b>						
Очень хорошее	14%	5%	2%	1%	27%	12%
Скорее хорошее	46%	30%	42%	48%	51%	46%
Удовлетворительное	36%	52%	50%	39%	22%	40%
Скорее плохое	5%	11%	5%	10%	0%	2%
Очень плохое	0%	1%	1%	2%	0%	0%

Категория граждан	В целом по выборке	Выпускники школ	Выпускники средних-специальных / высших учебных заведений	Женщины с детьми от 0 до 6 лет	Не работающие более года
<b>Состояние здоровья (D8)</b>					
Очень хорошее	14%	46%	30%	11%	12%
Скорее хорошее	46%	48%	46%	58%	44%
Удовлетворительное	36%	5%	22%	30%	39%
Скорее плохое	5%	1%	1%	1%	5%
Очень плохое	0%	0%	1%	0%	0%

## АНАЛИЗ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ ПО ОТДЕЛЬНЫМ КЛИЕНТСКИМ ГРУППАМ

### 4.1. Граждане предпенсионного возраста

**Резюме:** Все клиенты предпенсионного возраста обращались в ЦЗН с целью поиска работы. Треть обращений также были связаны с получением пособия по безработице. Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение.

В целом большинство опрошенных позитивно оценило удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 41% опрошенных. Респонденты, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН не на максимальный балл, чаще всего высказывались о том, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН, а также улучшить быстроту и оперативность в работе центров. Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы и транспортная доступность ЦЗН (77% по параметрам). Другие параметры также имеют высокие оценки.

При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Менее важные: наличие дополнительных сервисов, комфортность помещения и транспортная доступность ЦЗН.

Для клиентов из категории граждан предпенсионного возраста индекс NPS находится на уровне 13. Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 60% респондентов отметили, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей предпенсионного возраста – это подбор работы исходя из пожеланий соискателя (59%). Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям/ навыкам и возможность предварительной записи на прием.

Наиболее частой целью обращения клиентов предпенсионного возраста в ЦЗН является поиск работы. Еще 34% обращений были связаны с получением пособия по безработице и 16% для того, чтобы узнать актуальную информацию о рынке труда. 13% опрошенных также обращались, чтобы получить справку, 11% – чтобы пройти профессиональное обучение и повышение квалификации. Другие цели посещения набрали не более 10%.

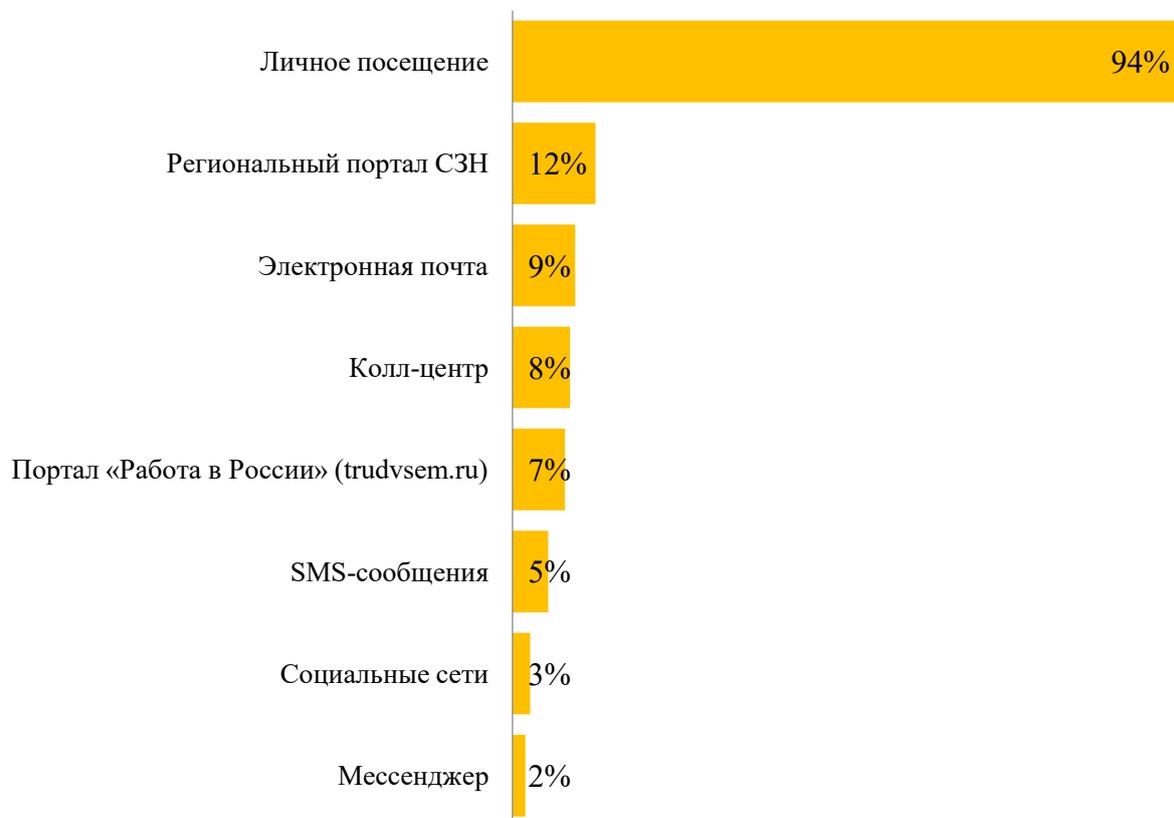
### С какой целью обращались в ЦЗН за последние пять лет (Q1)



БАЗА: граждане предпенсионного возраста (558 респондентов).

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение. Данный канал использовали 94% клиентов предпенсионного возраста. Остальные каналы взаимодействия значительно менее популярны.

### Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)



*БАЗА: граждане предпенсионного возраста (558 респондентов).*

Для вопросов, связанных с получением информации о рынке труда и поиском работы, количество систематических обращений превышает разовые. По остальным вопросам преобладают разовые обращения.

### Частота обращения в ЦЗН по различным вопросам (А1)



Направления деятельности ЦЗН	Среднее количество обращений *
Поиск работы для граждан с инвалидностью	1.2
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	1.2
Консультация психолога	1.2
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	1.3
Временное трудоустройство	1.3
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	1.4
Регистрация в качестве безработного	1.5
Профессиональное обучение и повышение квалификации	1.5
Профессиональная ориентация	1.6
Прохождение перерегистрации в качестве безработного	2.1
Получение пособия по безработице	2.2
Поиск работы	2.3
Получение справки	2.4
Узнать актуальную информацию о рынке труда	3.1

*\* Среднее количество обращений было рассчитано по каждому направлению деятельности ЦЗН. Показатель рассчитан как среднее значение между всеми обращениями, которые совершили респонденты.*

Респонденты, которые имели опыт обращения в колл-центр ЦЗН, чаще всего по горячей линии уточняли, что входит в пакет документов для регистрации в качестве безработного (51%), а также решали вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы (51%).

### С какой целью обращались в колл-центр (Q9)



*БАЗА: респонденты из категории граждан предпенсионного возраста, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (45 респондентов).*

Подавляющее большинство опрошенных респондентов предпенсионного возраста, которые пользовались услугами колл-центров, остались удовлетворены опытом обращения в колл-центры ЦЗН. 71% опрошенных полностью или скорее удовлетворены, еще 18% остались частично удовлетворены.

### Удовлетворенность опытом обращения в колл-центр ЦЗН (Q10)



*Для ответа использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: респонденты из категории граждан предпенсионного возраста, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (45 респондентов).*

Среди респондентов, которые обращались в колл-центры ЦЗН и выставили не максимальный балл в оценке удовлетворенности опытом обращения, чаще всего говоря о том, чем они остались недовольны, сообщали что оператор не отвечает на дополнительные вопросы и общается только по сценарию (77%).

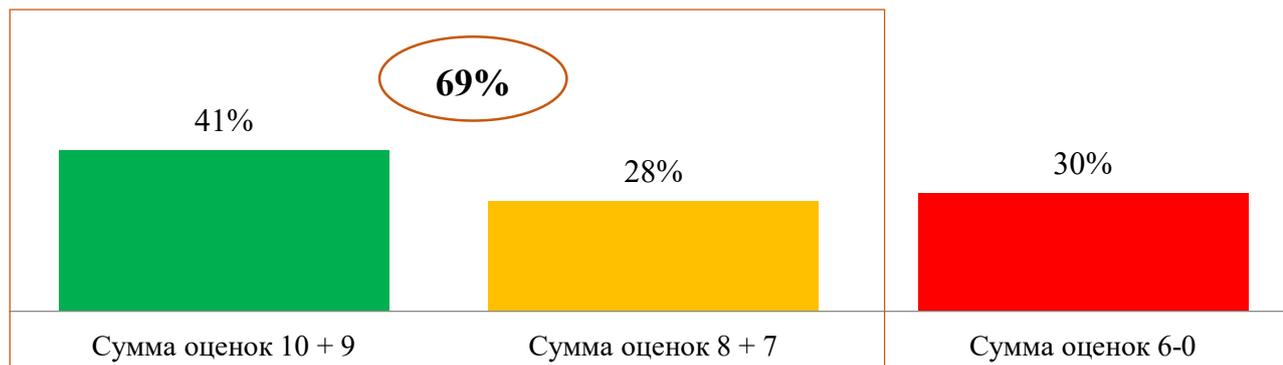
#### **Чем остались недовольны после обращения в колл-центр ЦЗН (Q11)**



*БАЗА: респонденты из категории граждан предпенсионного возраста, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр и выставили оценку от 1 до 3 в оценке удовлетворенности (13 респондентов).*

Оценивая свой опыт обращения в Центры занятости населения, соискатели отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. По результатам исследования, в целом большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 41% опрошенных, еще 28% выставили оценки 7 и 8 баллов, по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



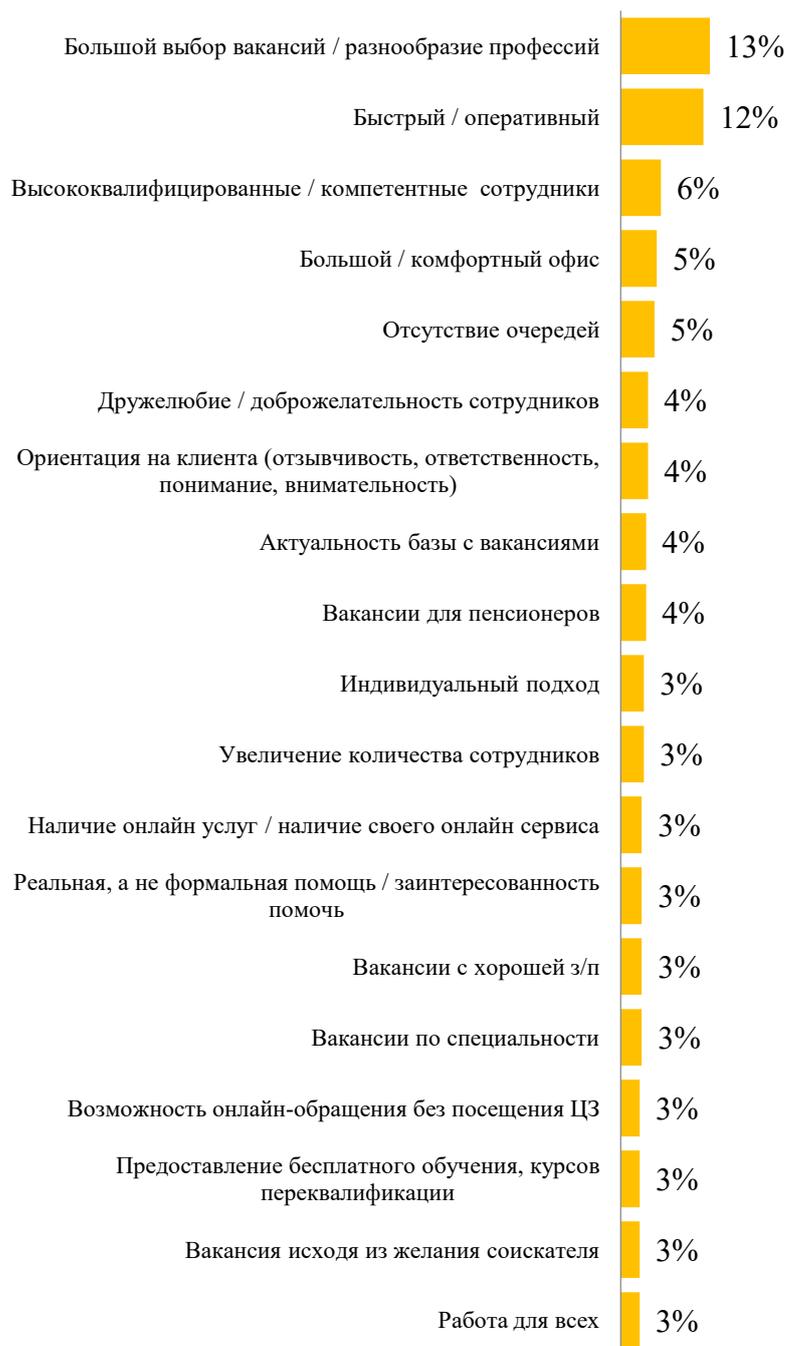
Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: граждане предпенсионного возраста (558 респондентов).

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Чаще всего опрошенные высказывались о том, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН (13%), а также о нехватке скорости и оперативности в работе центров (12%).

## Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7)



*БАЗА: респонденты из категории граждан предпенсионного возраста, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше (328 респондентов).*

Помимо общей оценки удовлетворенности, соискателям предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

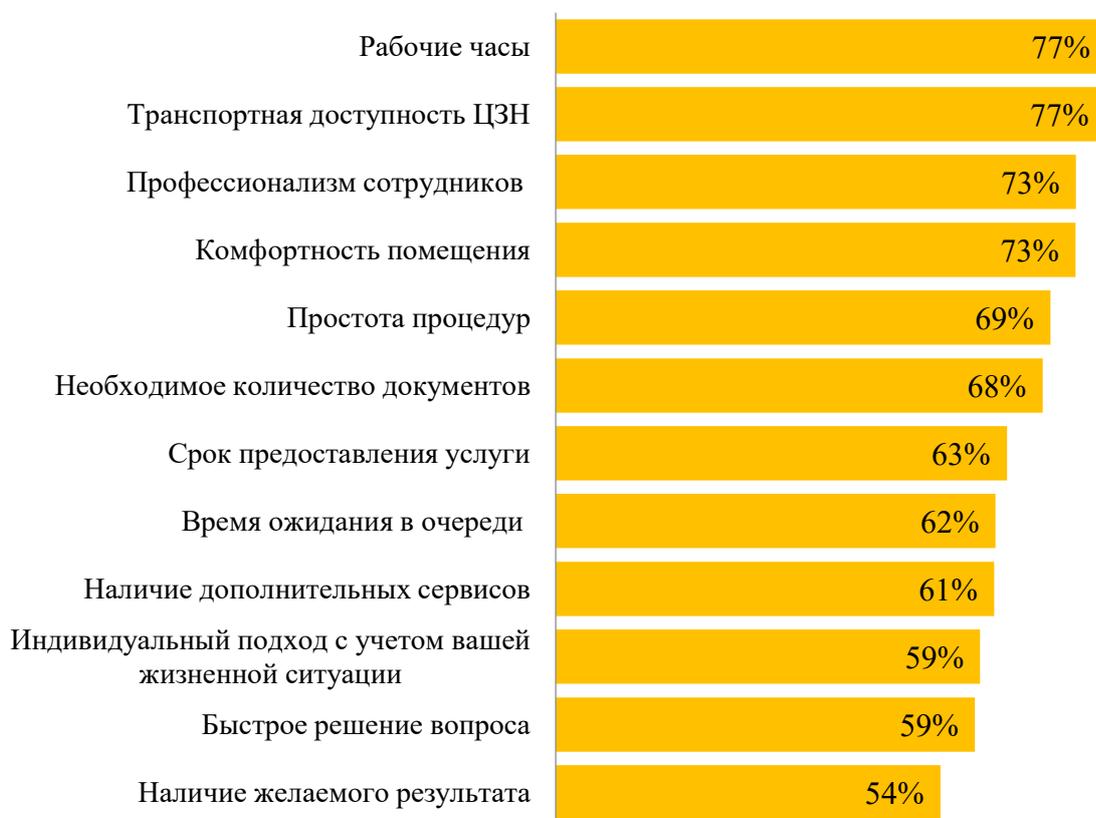
Следует отметить, что по всем изучаемым в исследовании отдельным параметрам работы ЦЗН был зафиксирован достаточно высокий показатель удовлетворенности.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы и транспортная доступность ЦЗН (77% по параметрам), а также профессионализм сотрудников и комфорт в помещениях (73% по параметрам).

Другие параметры также имеют высокие оценки. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности оказался у такого параметра, как наличие желаемого результата.

### **Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)**

*На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).*



*Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: граждане предпенсионного возраста (558 респондентов).*

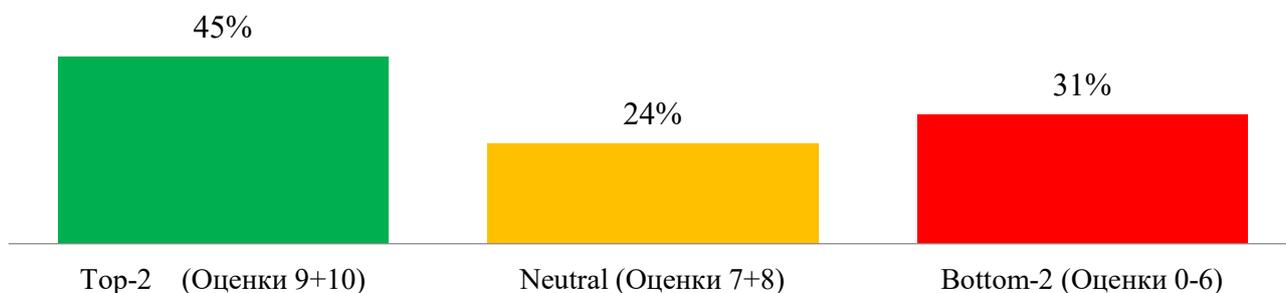
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. Последние места заняли наличие дополнительных сервисов, комфортность помещения и транспортная доступность ЦЗН – это наименее важные параметры.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем по выборке *	Доля выбора данного параметра на 1 место
Рабочие часы	7,7	5%
Транспортная доступность ЦЗН	8,0	6%
Профессионализм сотрудников	5,7	9%
Комфортность помещения	8,1	4%
Простота процедур	6,0	8%
Необходимое количество документов	6,2	6%
Срок предоставления услуги	5,9	8%
Время ожидания в очереди	7,2	4%
Наличие дополнительных сервисов	8,2	3%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	5,6	10%
Быстрое решение вопроса	4,9	13%
Наличие желаемого результата	4,5	25%

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Для клиентов из категории граждан предпенсионного возраста индекс NPS оказался на уровне 13. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 45%. Доля нейтралов – 24%, доля критиков – 31%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)**



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: граждане предпенсионного возраста (558 респондентов).

Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 60% респондентов предпенсионного возраста высказались о том, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, еще треть (32%) возможно обратится.

**Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)**

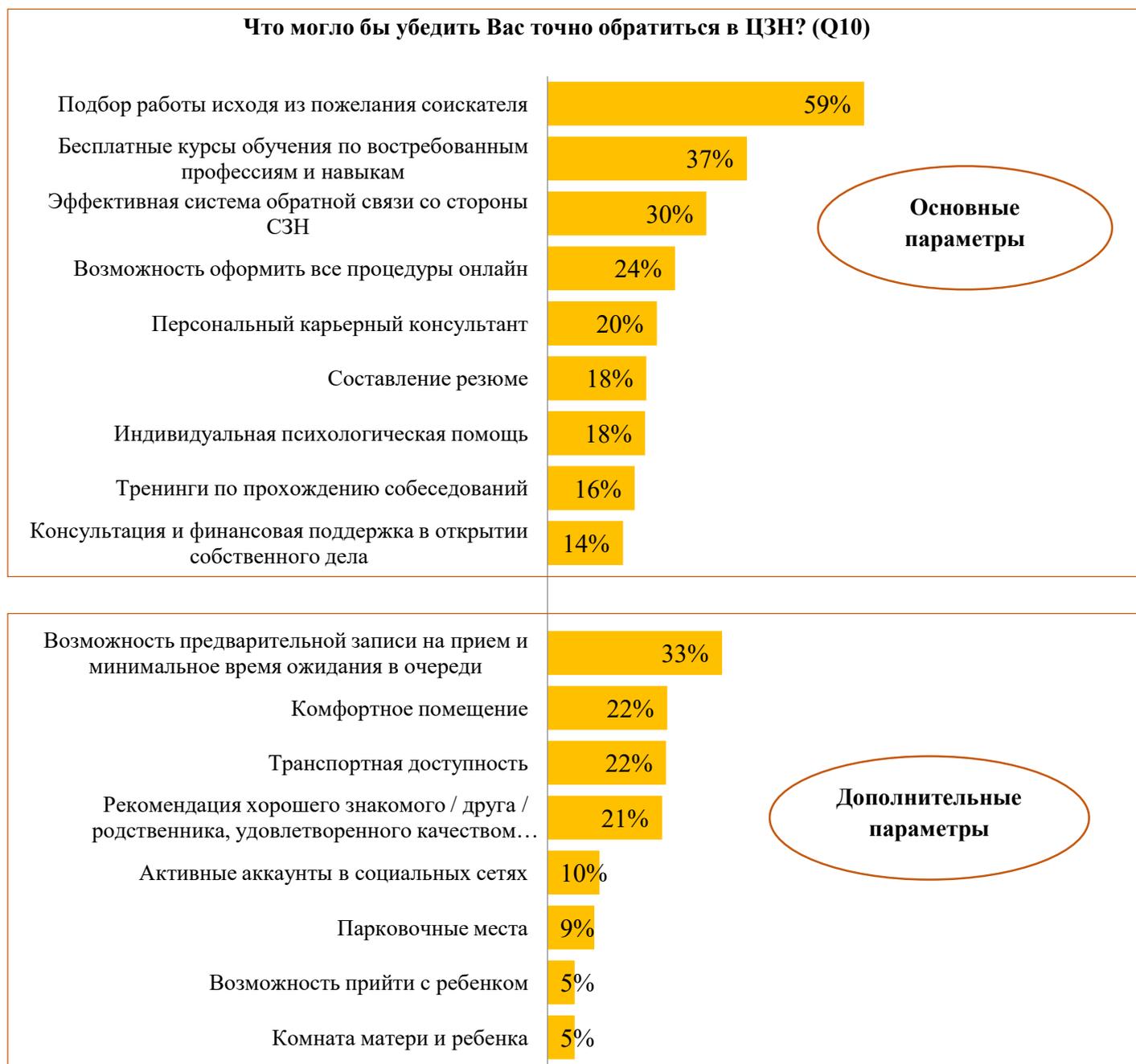


Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
26%	34%	32%	5%	3%

БАЗА: граждане предпенсионного возраста (558 респондентов).

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей предпенсионного возраста – это подбор работы исходя из пожеланий соискателя (59%).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям/ навыкам и возможность предварительной записи на прием.

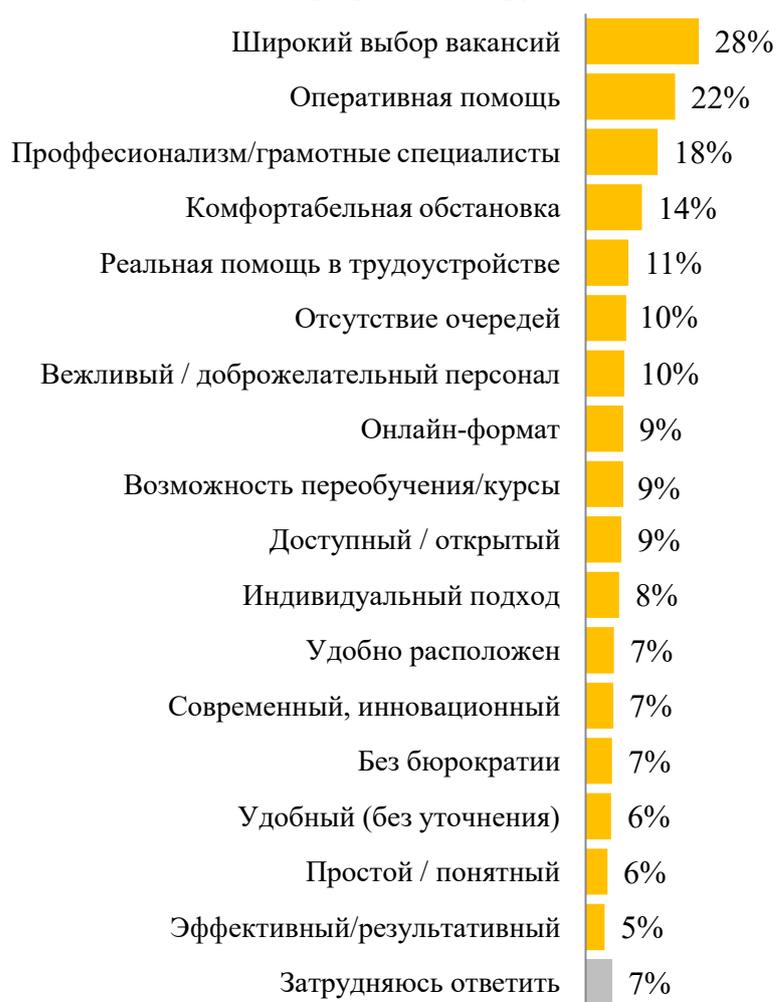


*БАЗА: те, из категории граждан предпенсионного возраста, кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем обратятся в ЦЗН?» (412 респондентов).*

Подавляющее большинство респондентов высказались о том, каким они хотели бы видеть современный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом только 7% опрошенных респондентов.

Опрошенные чаще отмечают, что современный государственный кадровый центр должен предлагать широкий выбор вакансий (28%). Отмечалась также важность оперативной помощи (22%) и профессионализм сотрудников (18%).

#### Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)



*В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более*

*БАЗА: граждане предпенсионного возраста (558 респондентов).*

## 4.2. Пенсионеры

**Резюме:** Все респонденты из категории «пенсионеры» отметили своей целью обращения в ЦЗН - поиск работы. Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение.

В целом большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки поставили 45% опрошенных. Респонденты, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, указывают, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН, а также больше вакансий, подходящих для пенсионеров. Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы ЦЗН, как рабочие часы (72%) и транспортная доступность ЦЗН (66%). Самые низкие (по сравнению с остальными) оценки удовлетворенности у параметров: быстрое решение вопроса и наличие желаемого результата (46% по параметрам).

При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Наличие дополнительных сервисов и комфортность помещения – наименее важные параметры.

Для клиентов из категории «пенсионеры» индекс NPS находится на уровне 19. Большинство опрошенных отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 60% респондентов отметили, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения.

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей-пенсионеров – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя. Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также и бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыкам.

Все респонденты из категории «пенсионеры» отметили своей целью обращения в ЦЗН - поиск работы. Еще 21% обращений был связан с получением актуальной информации о рынке труда. 14% опрошенных также обращались для временного трудоустройства и получения пособия по безработице. Другие цели посещения составляют не более 10%.

### С какой целью обращались в ЦЗН за последние пять лет (Q1)



БАЗА: пенсионеры (173 респондента).

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение. Данный канал использовали 97% клиентов категории «пенсионеры». Остальные каналы взаимодействия менее популярны.

### Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)



*БАЗА: пенсионеры (173 респондента).*

Для вопросов, связанных с поиском работы, количество систематических обращений превышает разовые. Частота разовых обращений в вопросах получения справки, актуальной информации о рынке труда и временном трудоустройстве, близка к частоте систематических обращений. По остальным вопросам преобладают разовые обращения.

## Частота обращения в ЦЗН по различным вопросам (А1)



<b>Направления деятельности ЦЗН</b>	<b>Среднее количество обращений *</b>
Консультация психолога	1.0
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	1.1
Поиск работы для граждан с инвалидностью	1.2
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	1.2
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	1.2
Прохождение перерегистрации в качестве безработного	1.2
Регистрация в качестве безработного	1.3
Профессиональное обучение и повышение квалификации	1.3
Профессиональная ориентация	1.8
Получение справки	2.1
Временное трудоустройство	2.2
Поиск работы	2.5
Получение пособия по безработице	2.8
Узнать актуальную информацию о рынке труда	3.7

*\* Среднее количество обращений было рассчитано по каждому направлению деятельности ЦЗН. Показатель рассчитан как среднее значение между всеми обращениями, которые совершили респонденты.*

Респонденты, которые имели опыт обращения в колл-центр ЦЗН, чаще всего по горячей линии уточняли вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы (64%).

### С какой целью обращались в колл-центр (Q9)



*БАЗА: респонденты из категории «пенсионеры», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (11 респондентов).*

Подавляющее большинство опрошенных пенсионеров, которые пользовались услугами колл-центров, остались удовлетворены опытом обращения в колл-центры ЦЗН. 73% полностью или скорее удовлетворены, еще 9% остались частично удовлетворены.

### Удовлетворенность опытом обращения в колл-центр ЦЗН (Q10)



*Для ответа использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: респонденты из категории «пенсионеры», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (11 респондентов).*

Среди респондентов, которые обращались в колл-центры ЦЗН и выставили не максимальный балл в оценке удовлетворенности опытом обращения, говоря о том, чем они остались недовольны, отмечали, что оператор не отвечает на дополнительные вопросы и общается только по сценарию, не получили ответа на вопрос и частое переключение с одного специалиста на другого.

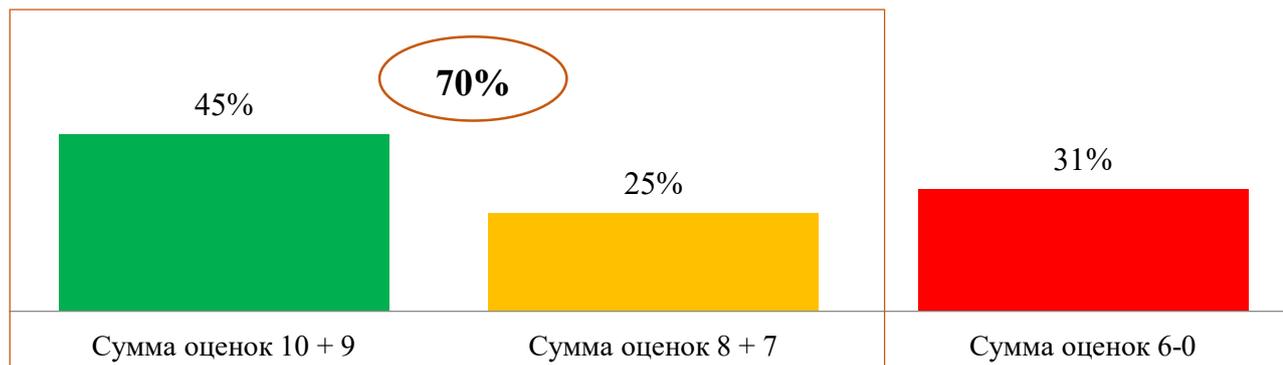
#### **Чем остались недовольны после обращения в колл-центр ЦЗН (Q11)**



*БАЗА: респонденты из категории «пенсионеры», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр и выставили оценку от 1 до 3 в оценке удовлетворенности (3 респондента).*

Оценивая свой опыт обращения в Центры занятости населения, соискатели отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. В целом большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 45% опрошенных, еще 25% выставили оценки 7 и 8 баллов, по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: пенсионеры (173 респондента).

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Чаще всего опрошенные высказывались о том, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН (16%), а также больше вакансий, подходящих для пенсионеров (14%).

#### Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7)



*БАЗА: респонденты из категории «пенсионеры», которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше (96 респондентов).*

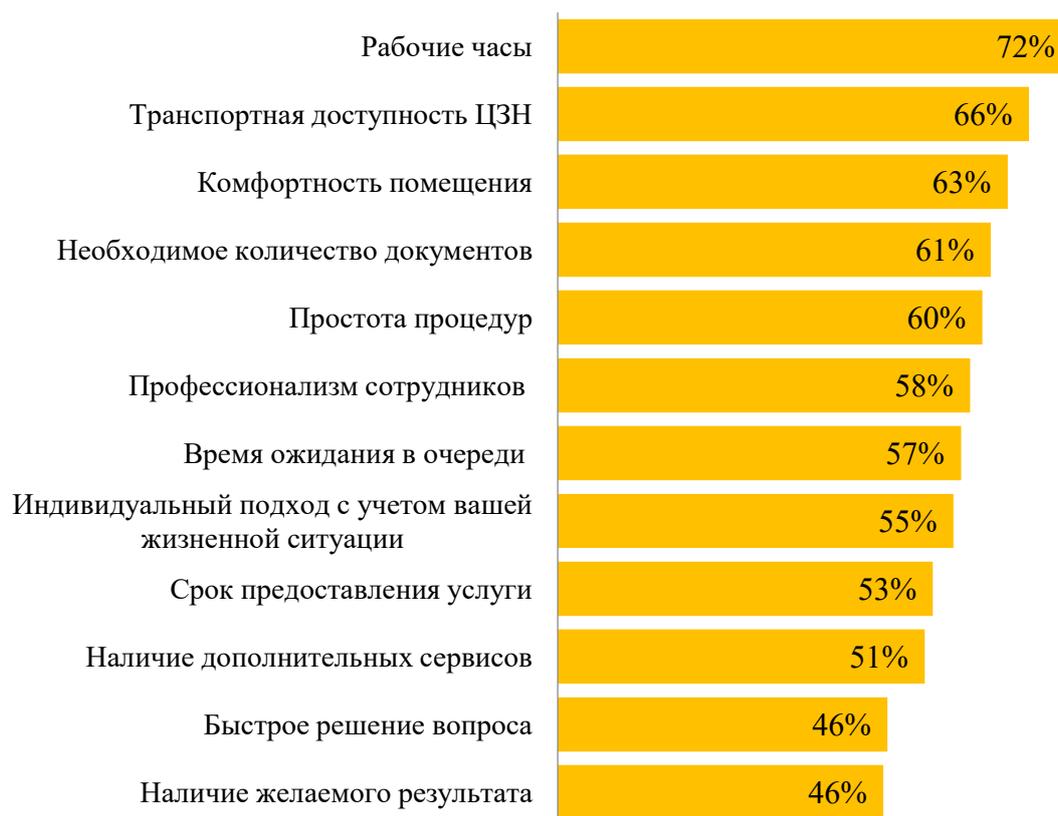
Помимо общей оценки удовлетворенности, соискателям предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы (72%) и транспортная доступность ЦЗН (66%), а также комфортность помещения (63%) и необходимое количество документов (61%).

Самые низкие (по сравнению с остальными) оценки удовлетворенности у параметров: быстрое решение вопроса и наличие желаемого результата (46% по параметрам).

### **Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)**

*На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).*



*Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: пенсионеры (173 респондента).*

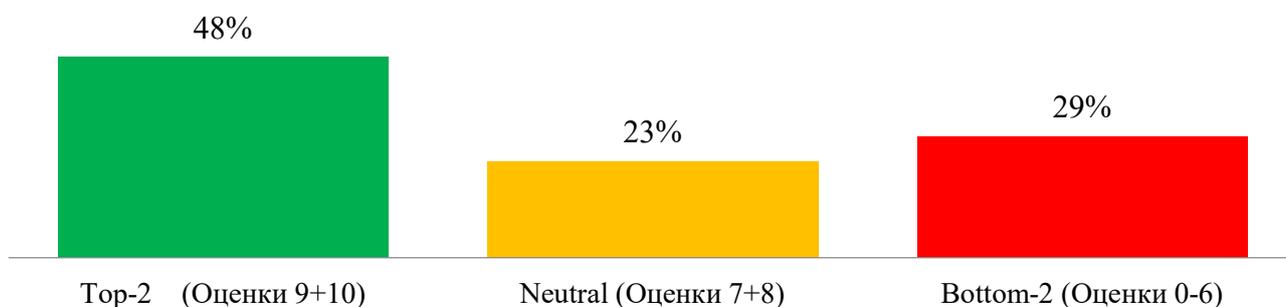
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. Последние места заняли наличие дополнительных сервисов и комфортность помещения – наименее важные параметры.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем по выборке *	Доля выбора данного параметра на 1 место
Рабочие часы	7,5	3%
Транспортная доступность ЦЗН	7,4	7%
Комфортность помещения	7,6	5%
Необходимое количество документов	6,0	10%
Простота процедур	6,4	10%
Профессионализм сотрудников	6,0	8%
Время ожидания в очереди	7,0	5%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	6,1	7%
Срок предоставления услуги	6,1	5%
Наличие дополнительных сервисов	8,0	5%
Быстрое решение вопроса	4,8	16%
Наличие желаемого результата	5,3	18%

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Для клиентов из категории «пенсионеры» индекс NPS оказался на уровне 19. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 48%. Доля нейтралов – 23%, критиков – 29%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)**

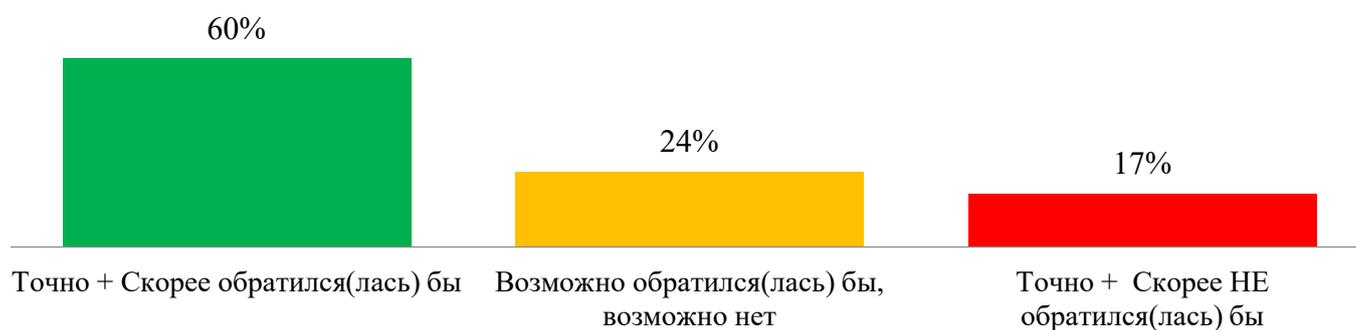


Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: пенсионеры (173 респондента).

Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 60% респондентов отметили, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, и еще четверть (24%) возможно обратится.

**Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)**



Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
25%	35%	24%	10%	7%

БАЗА: пенсионеры (173 респондента).

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей-пенсионеров – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя (61%).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыкам (33%).



*БАЗА: те, из категории «пенсионеры», кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем обратятся в ЦЗН?» (130 респондентов).*

Подавляющее большинство респондентов высказались о том, каким они хотели бы видеть современный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом только 4% опрошенных.

Чаще всего респонденты из категории «пенсионеры» отмечают, что современный государственный кадровый центр должен предлагать широкий выбор вакансий (24%). Отмечалась также важность профессионализма (21%) и вежливости сотрудников (18%).

#### Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)



В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более

БАЗА: пенсионеры (173 респондента).

### 4.3. Инвалиды

**Резюме:** Все клиенты категории «инвалиды» обращались в ЦЗН с целью поиска работы. Треть обращений также связаны с получением пособия по безработице. Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение

Большинство опрошенных позитивно оценили опыт обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 47% опрошенных. Респонденты, которые оценили опыт обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, чаще всего отмечали, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН, а также нехватку быстроты и оперативности в работе центров. Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры, как рабочие часы и профессионализм сотрудников. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности у параметра – быстрота решения вопроса.

При ранжировании параметров по степени важности, на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Наличие дополнительных сервисов и транспортная доступность ЦЗН – наименее важные параметры.

Для клиентов из категории «инвалиды» индекс NPS находится на уровне 14. Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 69% респондентов отметили, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения

Наиболее частый ответ на вопрос о том, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей из категории «инвалиды» – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя. Повысить привлекательность для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям/ навыкам и эффективная система обратной связи.

Наиболее частой целью обращения клиентов категории «инвалиды» в ЦЗН является поиск работы. Еще 34% обращений были связаны с получением пособия по безработице и 20% - с получением актуальной информации о рынке труда. 17% опрошенных также обращались, чтобы получить справку, 16% – чтобы найти работу именно для граждан с инвалидностью.

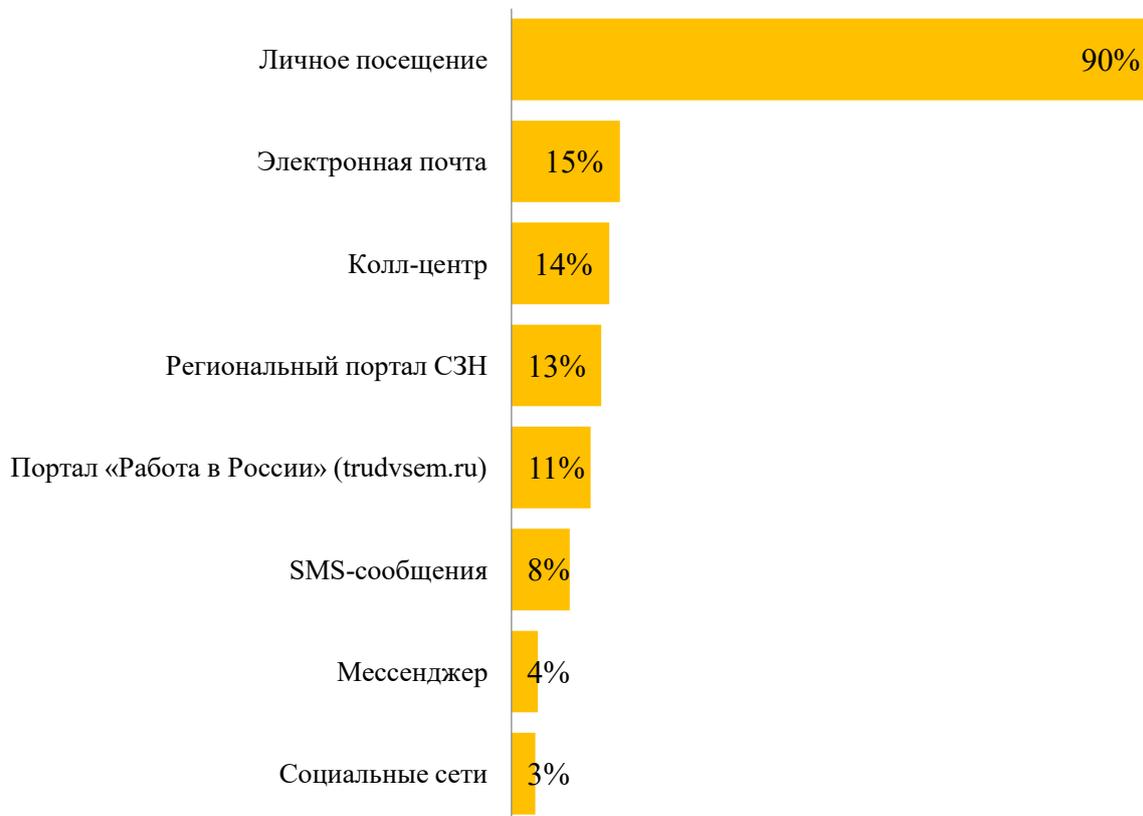
### С какой целью обращались в ЦЗН за последние пять лет (Q1)



БАЗА: инвалиды (270 респондентов).

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение. Данный канал использовали 90% клиентов категории «инвалиды». Остальные каналы взаимодействия значительно менее популярны.

### Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)



*БАЗА: инвалиды (270 респондентов).*

Для вопросов, связанных с поиском работы, количество систематических обращений превышает разовые. Для вопросов, касающихся актуальной информации о рынке труда и получения пособий по безработице, количество систематических обращений приблизительно равно разовым. По остальным вопросам преобладают разовые обращения.

### Частота обращения в ЦЗН по различным вопросам (А1)



Направления деятельности ЦЗН	Среднее количество обращений *
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	1.0
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	1.1
Консультация психолога	1.2
Профессиональное обучение и повышение квалификации	1.4
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	1.4
Временное трудоустройство	1.5
Регистрация в качестве безработного	1.7
Прохождение перерегистрации в качестве безработного	1.8
Профессиональная ориентация	2.0
Получение справки	2.1
Получение пособия по безработице	2.4
Узнать актуальную информацию о рынке труда	2.7
Поиск работы	3.4
Поиск работы для граждан с инвалидностью	4.3

\* Среднее количество обращений было рассчитано по каждому направлению деятельности ЦЗН. Показатель рассчитан как среднее значение между всеми обращениями, которые совершили респонденты.

Респонденты, которые имели опыт обращения в колл-центр ЦЗН, чаще всего по горячей линии решали вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы (54%), а также уточняли по пакету документов для регистрации в качестве безработного (49%).

### С какой целью обращались в колл-центр (Q9)



БАЗА: респонденты из категории «инвалиды», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (37 респондентов).

Подавляющее большинство опрошенных респондентов из категории «инвалиды», которые пользовались услугами колл-центров, остались удовлетворены опытом обращения в колл-центры ЦЗН. 68% опрошенных полностью или скорее удовлетворены, еще 22% остались частично удовлетворены.

### Удовлетворенность опытом обращения в колл-центр ЦЗН (Q10)



Для ответа использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: респонденты из категории «инвалиды», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (37 респондентов).

Среди респондентов, которые обращались в колл-центры ЦЗН и выставили не максимальный балл в оценке удовлетворенности опытом обращения, чаще всего говоря о том, чем они остались недовольны, сообщали что решение вопроса заняло много времени и было трудно дозвониться.

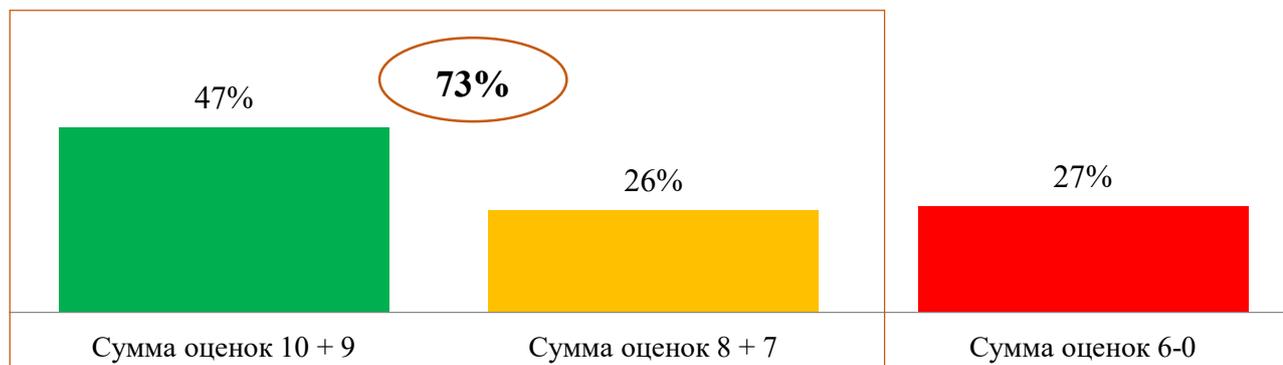
#### Чем остались недовольны после обращения в колл-центр ЦЗН (Q11)



*БАЗА: респонденты из категории «инвалиды», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр и выставили оценку от 1 до 3 в оценке удовлетворенности (12 респондентов).*

По результатам исследования, в целом большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 47% опрошенных, еще 26% выставили оценки 7 и 8 баллов, по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



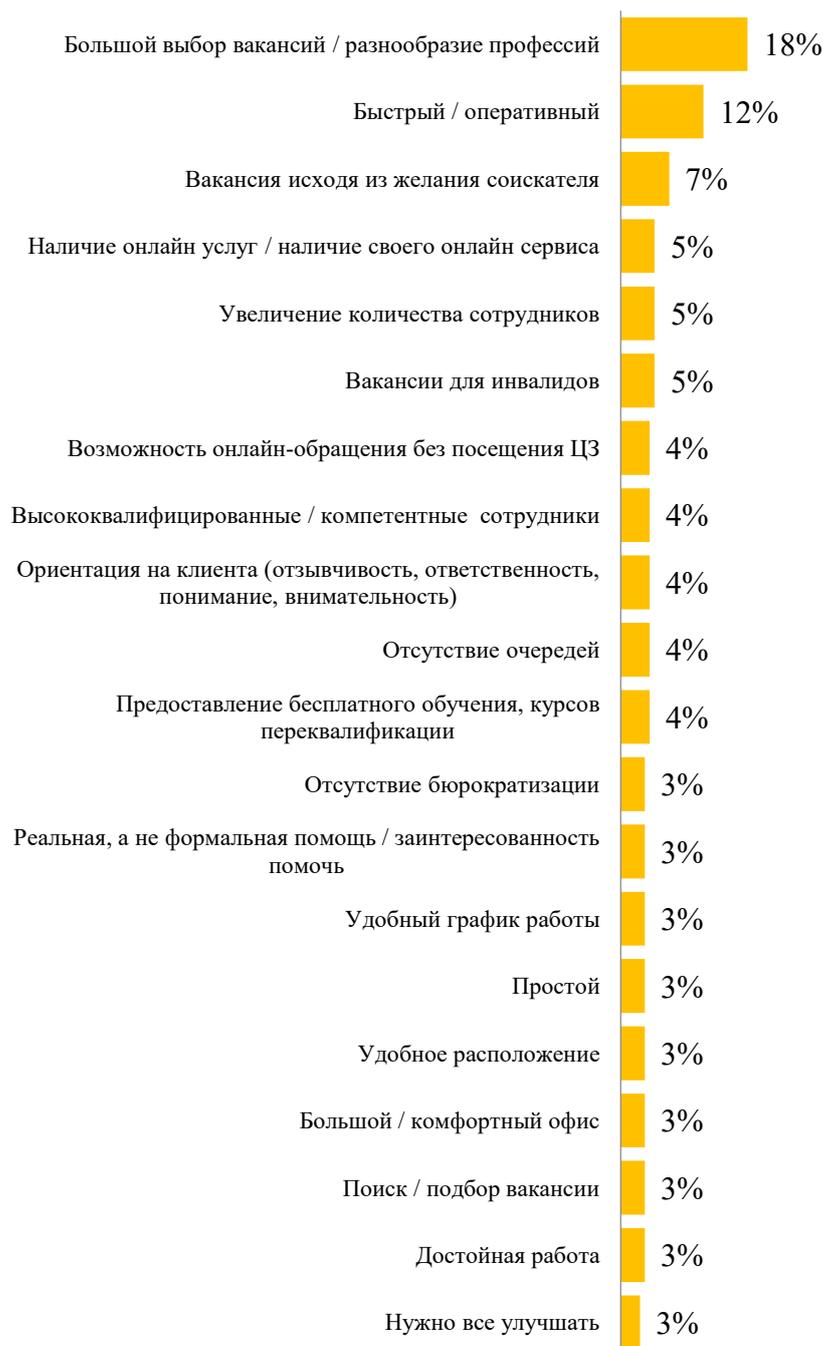
Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: инвалиды (270 респондентов).

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Чаще всего опрошенные высказывались о том, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН (18%), а также о нехватке скорости и оперативности в работе центров (12%).

## Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7)



*БАЗА: респонденты из категории «инвалиды», которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше (143 респондента).*

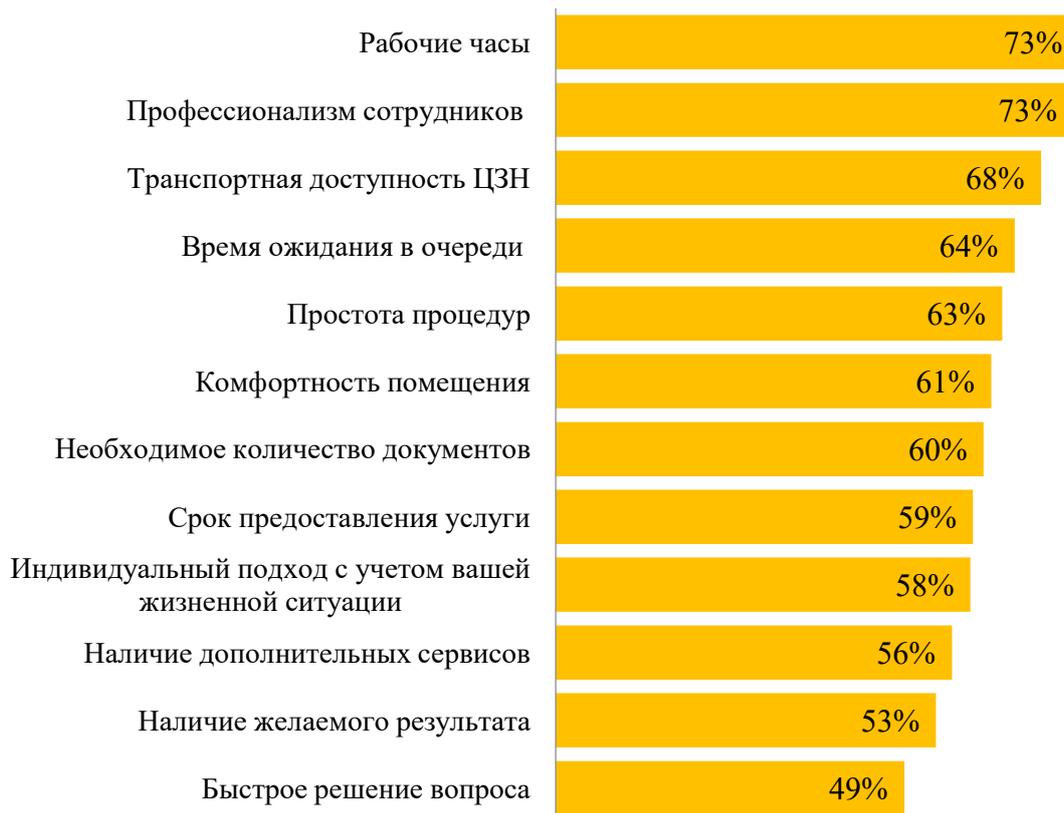
Помимо общей оценки удовлетворенности, соискателям предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры, как рабочие часы и профессионализм сотрудников (73% по параметрам), а также транспортная доступность ЦЗН (68%).

Другие параметры также имеют высокие оценки. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности у параметра «быстрота решения вопроса» - (49%).

### Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)

На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).



Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: инвалиды (270 респондентов).

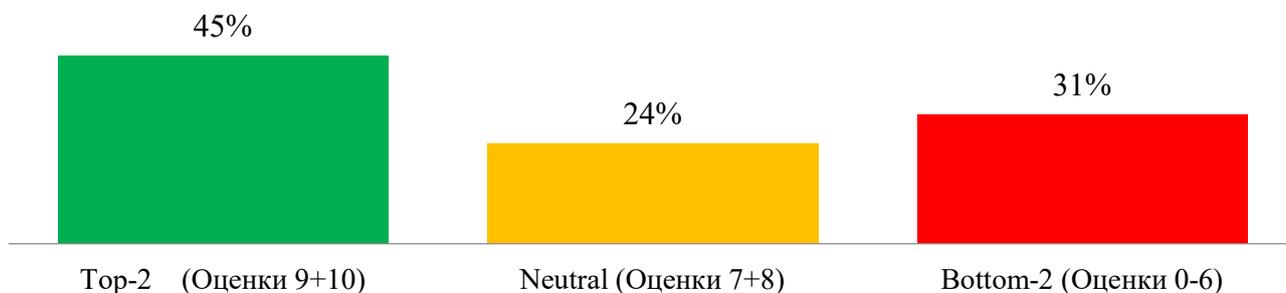
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. Последние места заняли наличие дополнительных сервисов и транспортная доступность ЦЗН – это наименее важные параметры.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем по выборке *	Доля выбора данного параметра на 1 место
Рабочие часы	7,3	6%
Профессионализм сотрудников	6,1	9%
Транспортная доступность ЦЗН	7,7	6%
Время ожидания в очереди	7,3	6%
Простота процедур	5,8	9%
Комфортность помещения	7,5	3%
Необходимое количество документов	6,7	6%
Срок предоставления услуги	5,8	9%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	5,7	10%
Наличие дополнительных сервисов	8,0	2%
Наличие желаемого результата	5,0	19%
Быстрое решение вопроса	5,0	15%

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Для клиентов из категории «инвалиды» индекс NPS оказался на уровне 14. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 45%. Доля нейтралов – 24%, доля критиков – 31%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)**



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: инвалиды (270 респондентов).

Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 69% респондентов из категории «инвалиды» отметили, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, еще четверть (24%) возможно обратится.

**Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)**



Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
29%	40%	24%	6%	1%

БАЗА: инвалиды (270 респондентов).

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей из категории «инвалиды» – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя (59%).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям/ навыкам и эффективная система обратной связи (34% по параметрам).

Среди дополнительных параметров чаще других отмечались комфортность помещения и возможность предварительной записи на прием (32% по параметрам).

### Что могло бы убедить Вас точно обратиться в ЦЗН? (Q10)

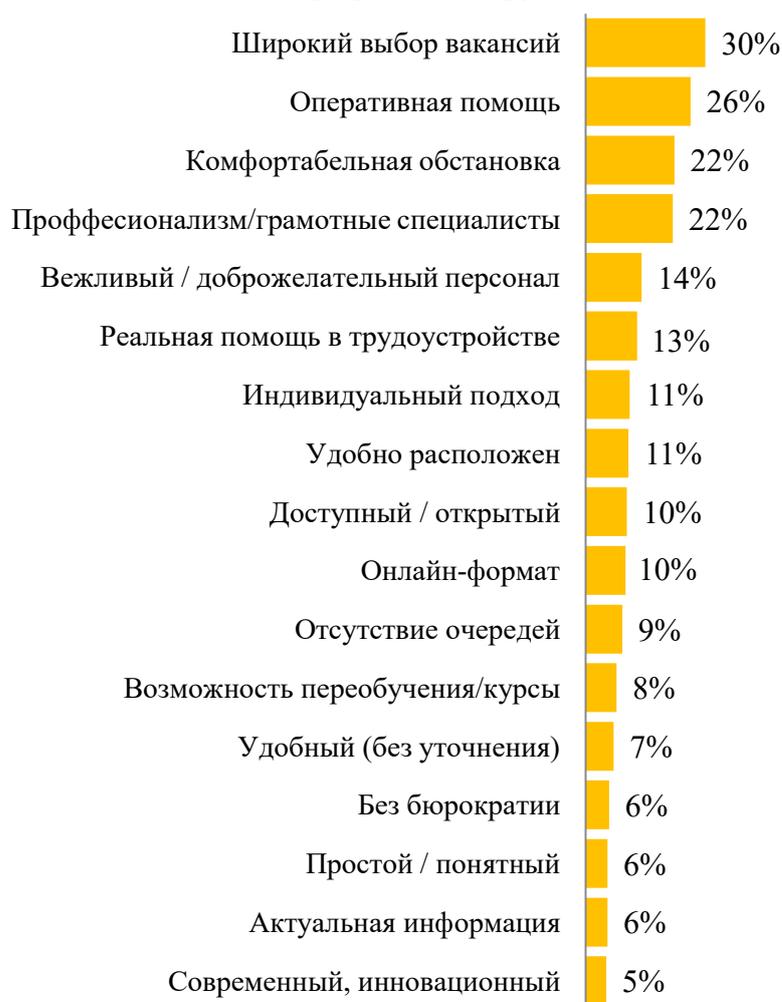


БАЗА: те, из категории «инвалиды», кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем обратятся в ЦЗН?» (193 респондента).

Подавляющее большинство респондентов высказались о том, каким они хотели бы видеть современный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом только 4% опрошенных респондентов.

Чаще всего отмечается, что современный государственный кадровый центр должен предлагать широкий выбор вакансий (30%). Отмечается также важность оперативной помощи (26%), комфортабельность обстановки и профессионализм сотрудников (по 22%).

#### Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)



*В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более*

*БАЗА: инвалиды (270 респондентов).*

**Оценка состояния здоровья.** Подавляющее большинство респондентов-инвалидов оценивают состояние своего здоровья, как удовлетворительное или хорошее (в той или иной степени). О плохом состоянии здоровья заявили только 12% опрошенных.

### Состояние здоровья



*БАЗА: инвалиды (270 респондентов).*

#### 4.4. Дети-сироты

**Резюме:** Наиболее частой целью обращения клиентов из категории «дети-сироты» в ЦЗН является поиск работы. 30% обращений были связаны с получением пособия по безработице и 20% - чтобы узнать актуальную информацию о рынке труда. Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение.

Большинство опрошенных позитивно оценили опыт обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 48% опрошенных. Респонденты, которые оценили опыт обращения на 8 баллов и меньше, отмечали, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН. Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы, транспортная доступность ЦЗН и комфортность помещения. Другие параметры также имеют высокие оценки.

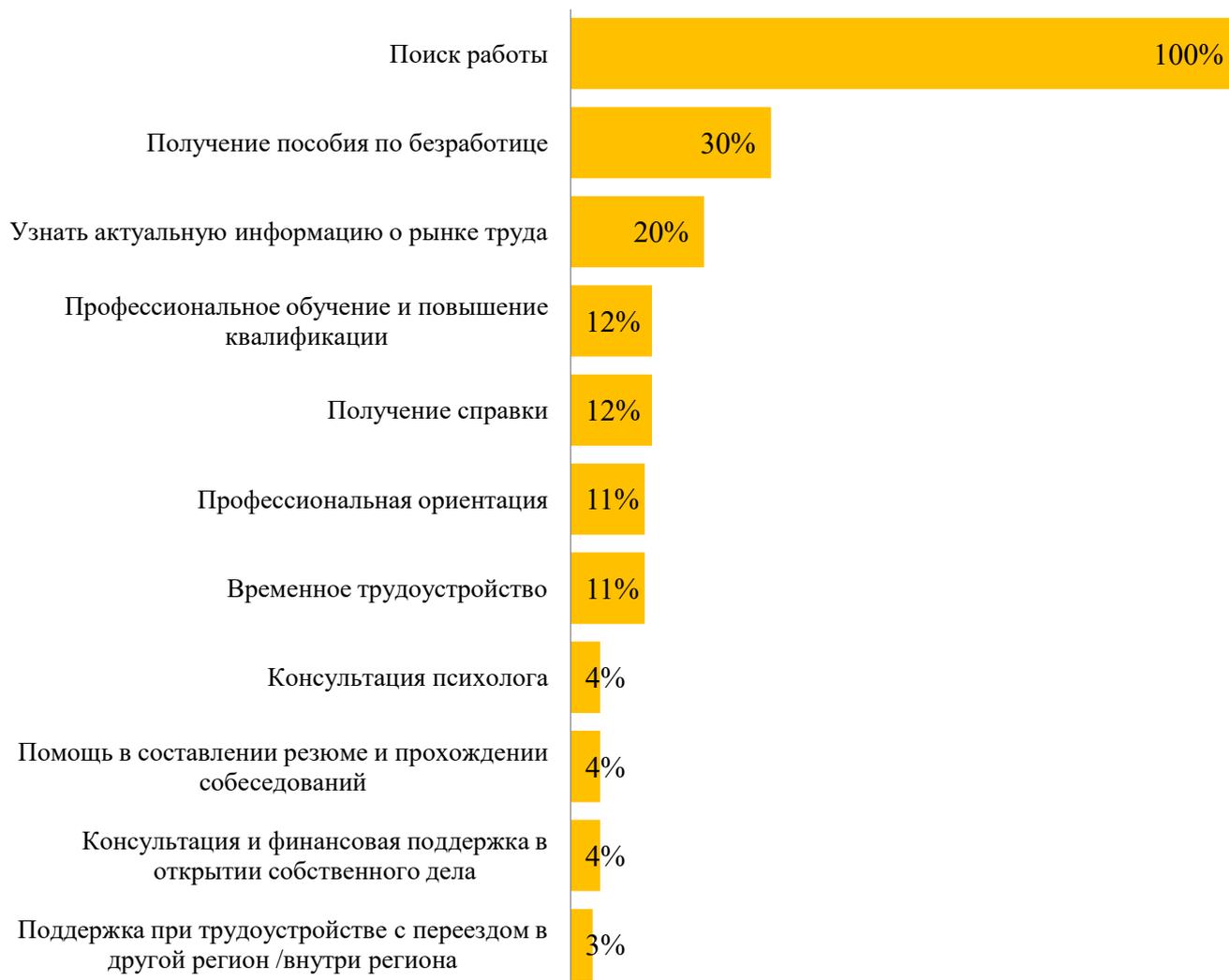
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Комфортность помещения и транспортная доступность ЦЗН – наименее важные параметры.

Для клиентов из категории «дети-сироты» индекс NPS оказался на уровне 31. Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 77% отметили, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения.

Наиболее частый ответ на вопрос о том, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей категории «дети-сироты» – это подбор работы исходя из пожеланий соискателя (63%). Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям/ навыкам и возможность оформления процедуры онлайн.

Наиболее частой целью обращения клиентов из категории «дети-сироты» в ЦЗН является поиск работы. 30% обращений также были связаны с получением пособия по безработице и 20%, чтобы узнать актуальную информацию о рынке труда.

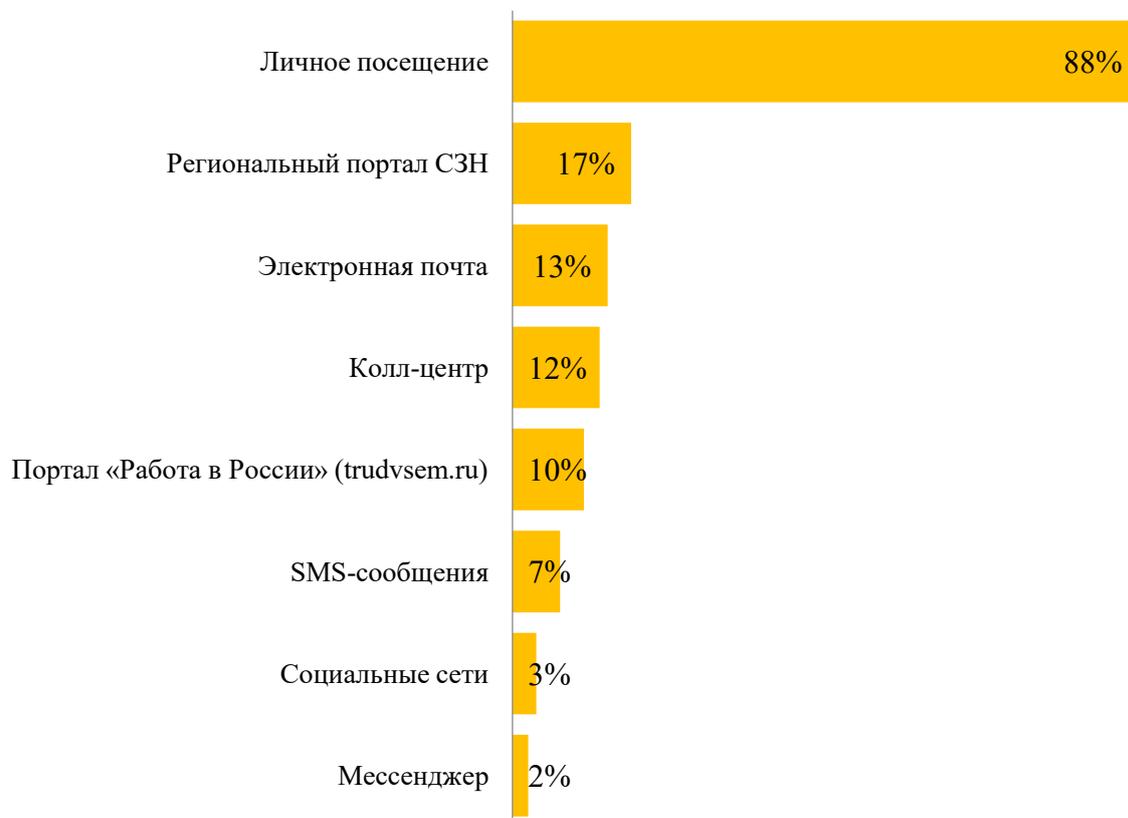
### С какой целью обращались в ЦЗН за последние пять лет (Q1)



БАЗА: дети-сироты (90 респондентов).

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение. Данный канал использовали 88% клиентов. Остальные каналы взаимодействия значительно менее популярны.

### Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)



*БАЗА: дети-сироты (90 респондентов).*

Для вопросов, связанных с консультацией психолога и поиском работы, количество систематических обращений превышает разовые. По вопросам, связанным с получением актуальной информации о рынке труда и получением пособия по безработице, количество систематических обращений приблизительно равно/ равно разовым. По остальным вопросам преобладают разовые обращения.

### Частота обращения в ЦЗН по различным вопросам (А1)



<b>Направления деятельности ЦЗН</b>	<b>Среднее количество обращений *</b>
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	1.5
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	1.7
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	1.2
Прохождение перерегистрации в качестве безработного	1.9
Временное трудоустройство	1.8
Регистрация в качестве безработного	1.4
Профессиональная ориентация	1.4
Консультация психолога	1.3
Получение пособия по безработице	2.1
Профессиональное обучение и повышение квалификации	1.4
Узнать актуальную информацию о рынке труда	2.7
Поиск работы	2.3
Получение справки	2.0

*\* Среднее количество обращений было рассчитано по каждому направлению деятельности ЦЗН. Показатель рассчитан как среднее значение между всеми обращениями, которые совершили респонденты.*

Респонденты из категории «дети-сироты», которые имели опыт обращения в колл-центр ЦЗН, чаще всего по горячей линии решали вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы и уточняли по пакету документов для регистрации в качестве безработного.

### С какой целью обращались в колл-центр (Q9)



*БАЗА: респонденты из категории «дети-сироты», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (11 респондентов).*

Все респонденты из категории «дети-сироты», которые пользовались услугами колл-центров, остались удовлетворены опытом обращения. 64% опрошенных полностью или скорее удовлетворены, и еще 36% остались частично удовлетворены.

### Удовлетворенность опытом обращения в колл-центр ЦЗН (Q10)



*Для ответа использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: респонденты из категории «дети-сироты», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (11 респондентов).*

Среди респондентов, которые обращались в колл-центры ЦЗН и выставили не максимальный балл в оценке удовлетворенности опытом обращения, говоря о том, чем они остались недовольны, сообщали что трудно дозвониться, оператор общается только по сценарию, не получили ответа на вопрос, о том, что решение вопроса заняло много времени и о частом переключении специалистов.

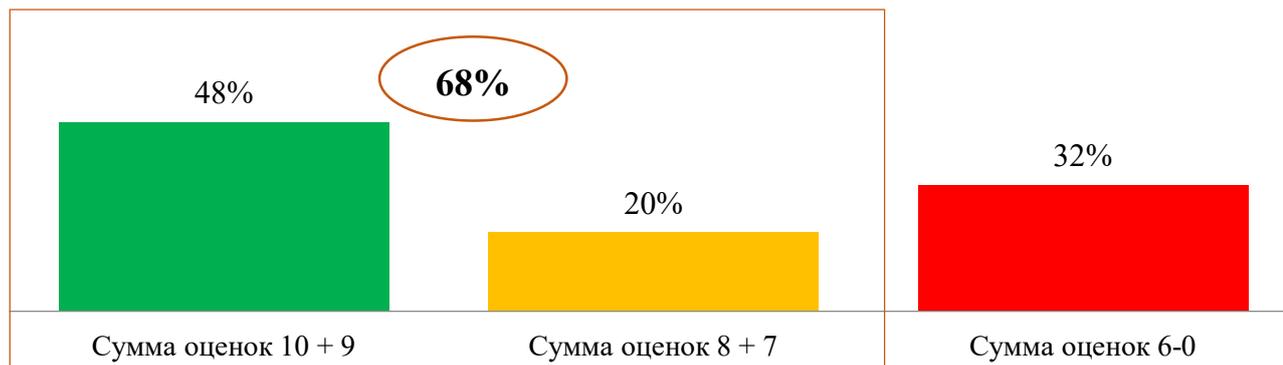
#### Чем остались недовольны после обращения в колл-центр ЦЗН (Q11)



*БАЗА: респонденты из категории «дети-сироты», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр и выставили оценку от 1 до 3 в оценке удовлетворенности (4 респондента).*

Оценивая свой опыт обращения в Центры занятости населения, соискатели среди детей-сирот отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. В целом, большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 48% опрошенных, еще 20% выставили оценки 7 и 8 баллов, по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



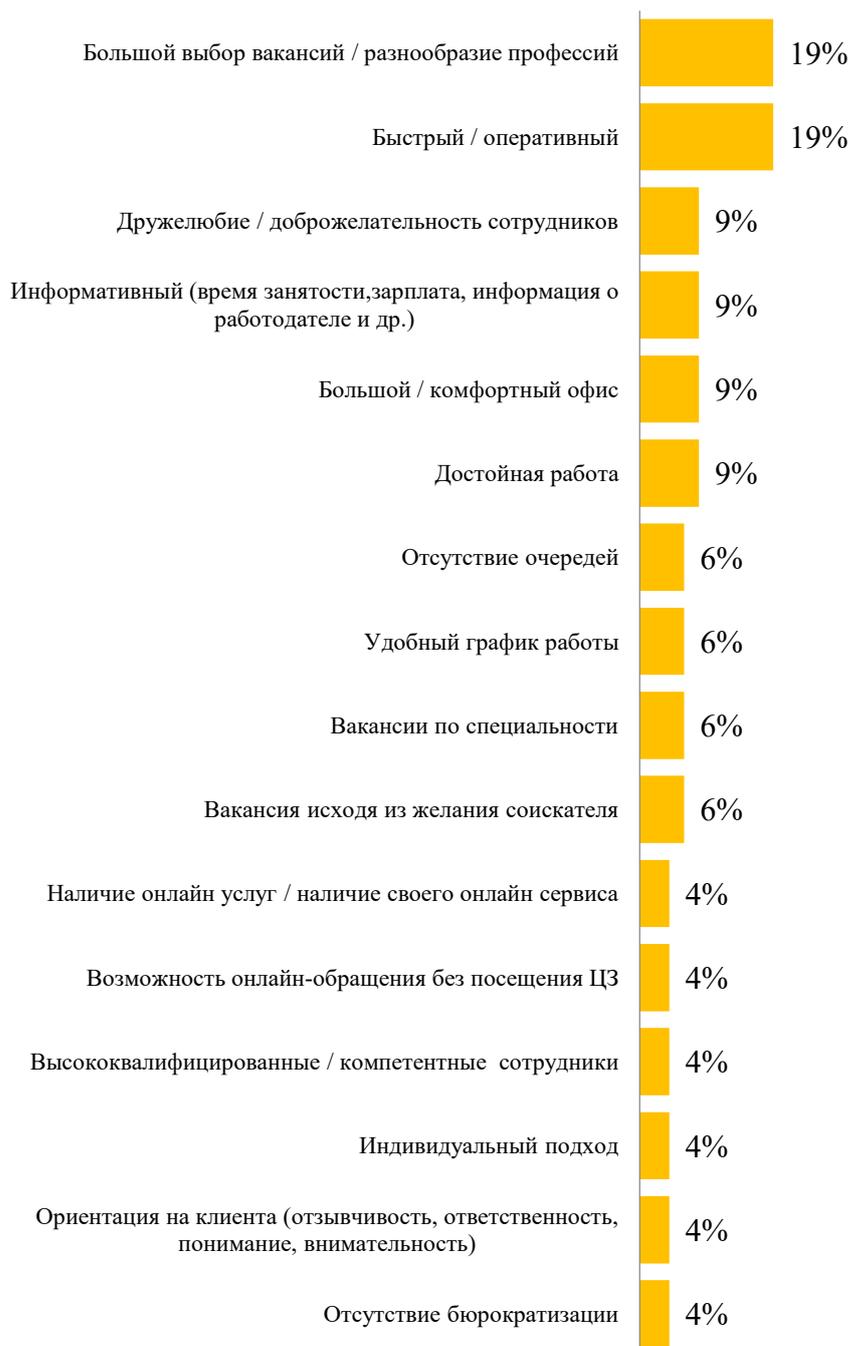
Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: дети-сироты (90 респондентов).

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Чаще всего опрошенные высказывались о том, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН, а также о недостаточной скорости и оперативности в работе центров (19% по параметрам).

## Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7)



*БАЗА: респонденты из категории «дети-сироты», которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше (47 респондентов).*

Помимо общей оценки удовлетворенности, соискателям предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

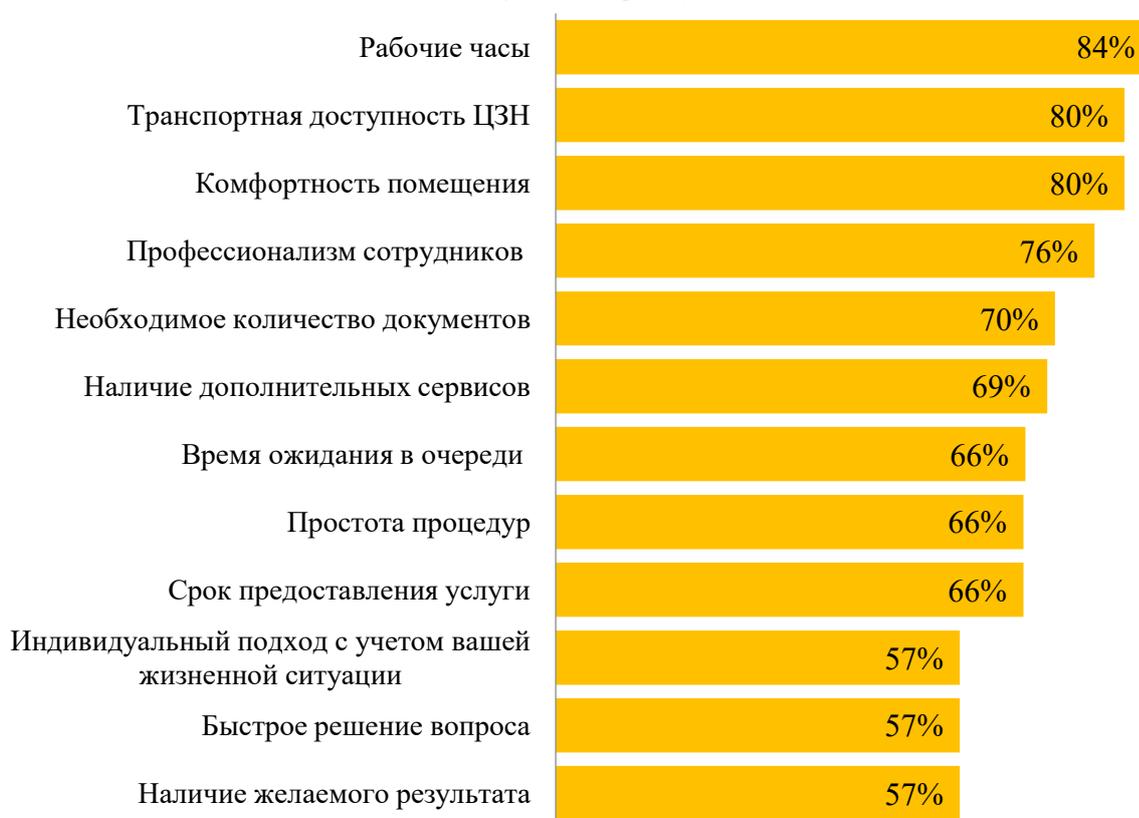
Следует отметить, что по всем изучаемым в исследовании отдельным параметрам работы ЦЗН был зафиксирован достаточно высокий показатель удовлетворенности.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы (84%), транспортная доступность ЦЗН и комфортность помещения (80% по параметрам).

Другие параметры также имеют высокие оценки. Самые низкие (по сравнению с остальными) оценки удовлетворенности у таких параметров, как индивидуальный подход, быстрота решения вопроса и наличие желаемого результата (57% по параметрам).

### **Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)**

*На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).*



*Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: дети-сироты (90 респондентов).*

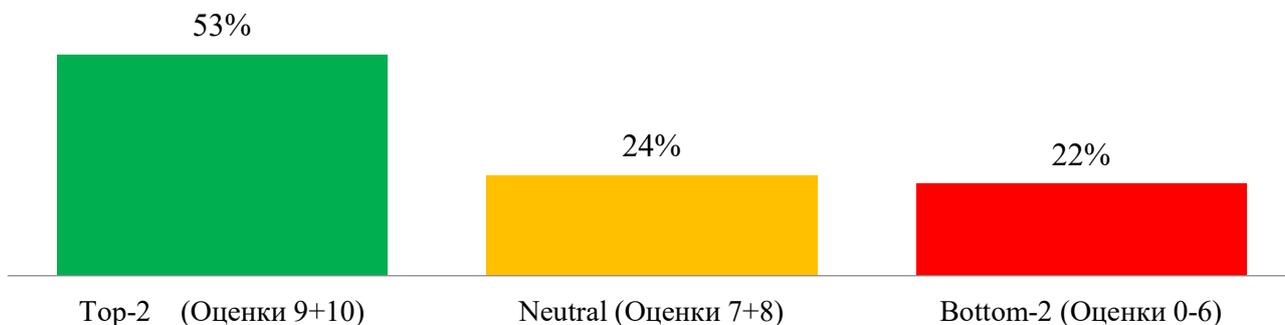
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. Последние места заняли комфортность помещения и транспортная доступность ЦЗН – это наименее важные параметры.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем по выборке *	Доля выбора данного параметра на 1 место
Рабочие часы	7,3	3%
Транспортная доступность ЦЗН	8,3	1%
Комфортность помещения	8,3	3%
Профессионализм сотрудников	5,6	10%
Необходимое количество документов	6,3	6%
Наличие дополнительных сервисов	7,7	2%
Время ожидания в очереди	7,2	4%
Простота процедур	6,0	11%
Срок предоставления услуги	5,8	13%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	5,6	11%
Быстрое решение вопроса	5,1	14%
Наличие желаемого результата	4,9	20%

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Для клиентов из категории «дети-сироты» индекс NPS оказался на уровне 31. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 53%. Доля нейтралов – 24%, доля критиков – 22%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)**

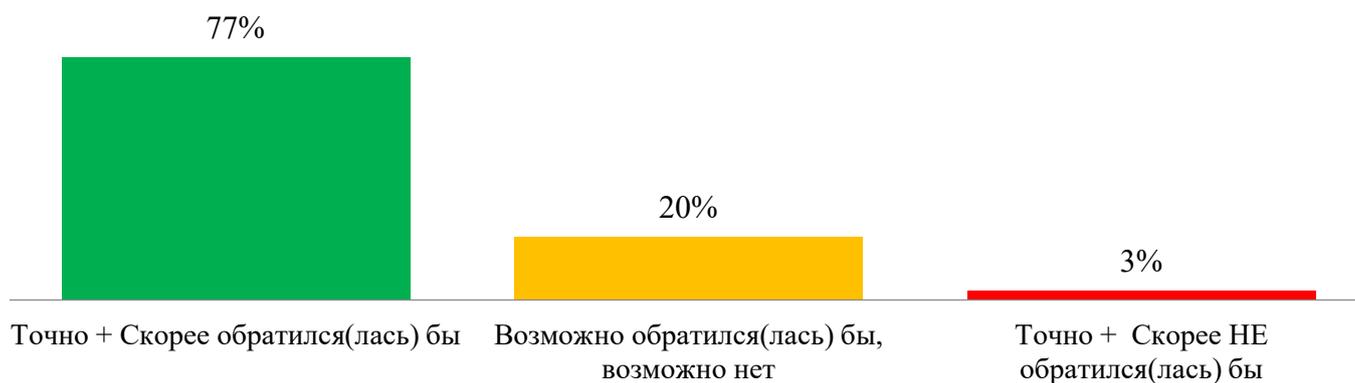


Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: дети-сироты (90 респондентов).

Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 77% респондентов из категории «дети-сироты» отметили, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, еще 20%- возможно обратятся.

**Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)**

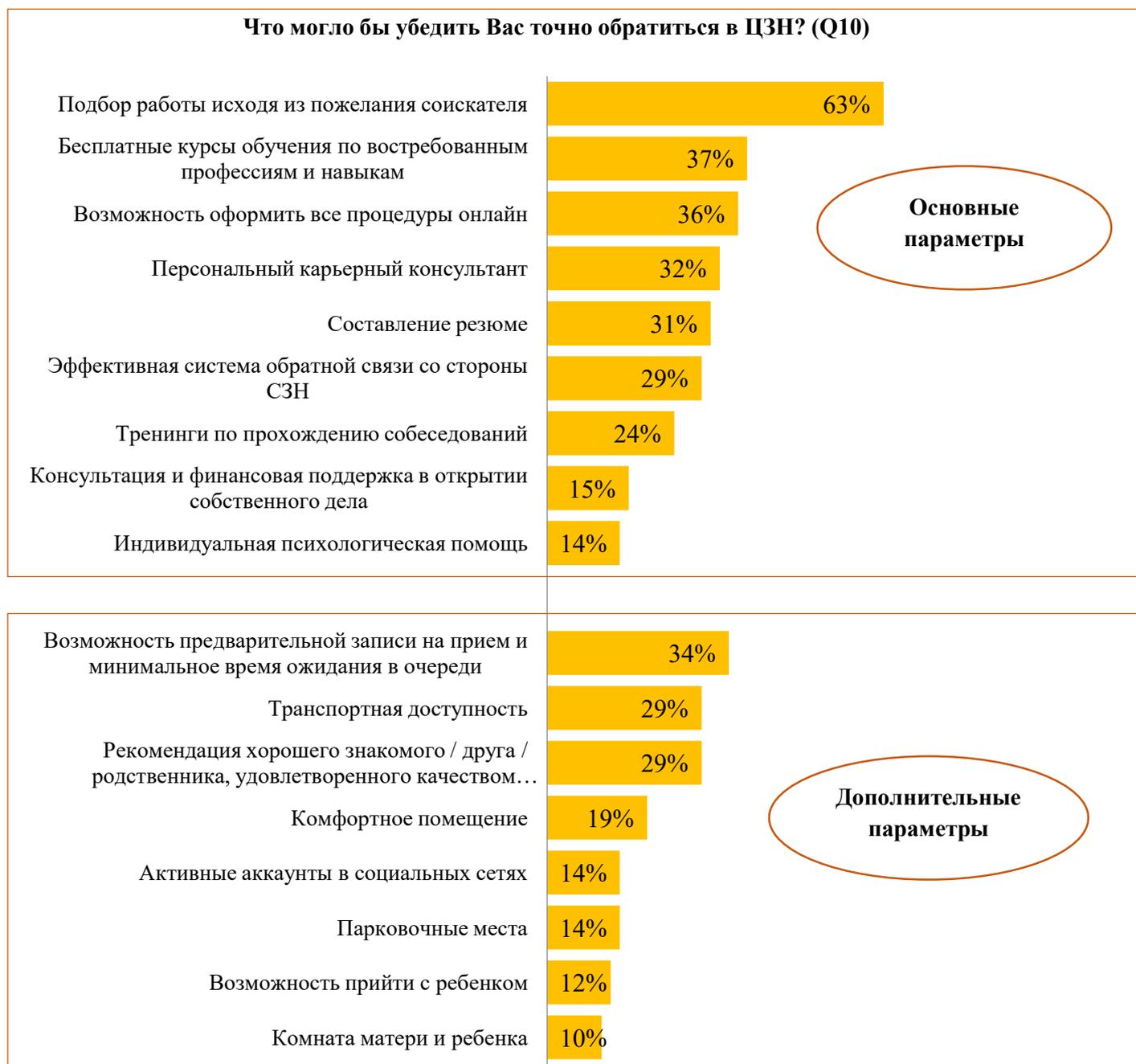


Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
34%	42%	20%	2%	1%

БАЗА: дети-сироты (90 респондентов).

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей категории «дети-сироты» – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя (63%).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям/ навыкам и возможность оформления процедуры онлайн.



*БАЗА: те, из категории «дети-сироты», кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем обратятся в ЦЗН?» (59 респондентов).*

Подавляющее большинство респондентов высказались о том, каким они хотели бы видеть современный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом только 2% опрошенных респондентов.

Соискатели категории «дети-сироты» чаще отмечают, что современный государственный кадровый центр должен предлагать широкий выбор вакансий (36%). Отмечалась также важность оперативной помощи (29%) и профессионализм сотрудников (24%).

#### Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)



*В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более*

*БАЗА: дети-сироты (90 респондентов).*

#### 4.5. Уволенные по сокращению штатов или ликвидации организации

**Резюме:** Все обращения клиентов, уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации, в ЦЗН связаны с поиском работы. Также среди них 48% обращений были связаны с получением пособия по безработице. Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение.

В целом, большинство опрошенных позитивно оценили опыт обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 39% опрошенных. Респонденты, которые оценили опыт обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше отмечали, что ЦЗН не хватает оперативности в решении вопросов (13%) и, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН (10%). Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы (75%) и транспортная доступность ЦЗН (73%). Другие параметры также имеют высокие оценки.

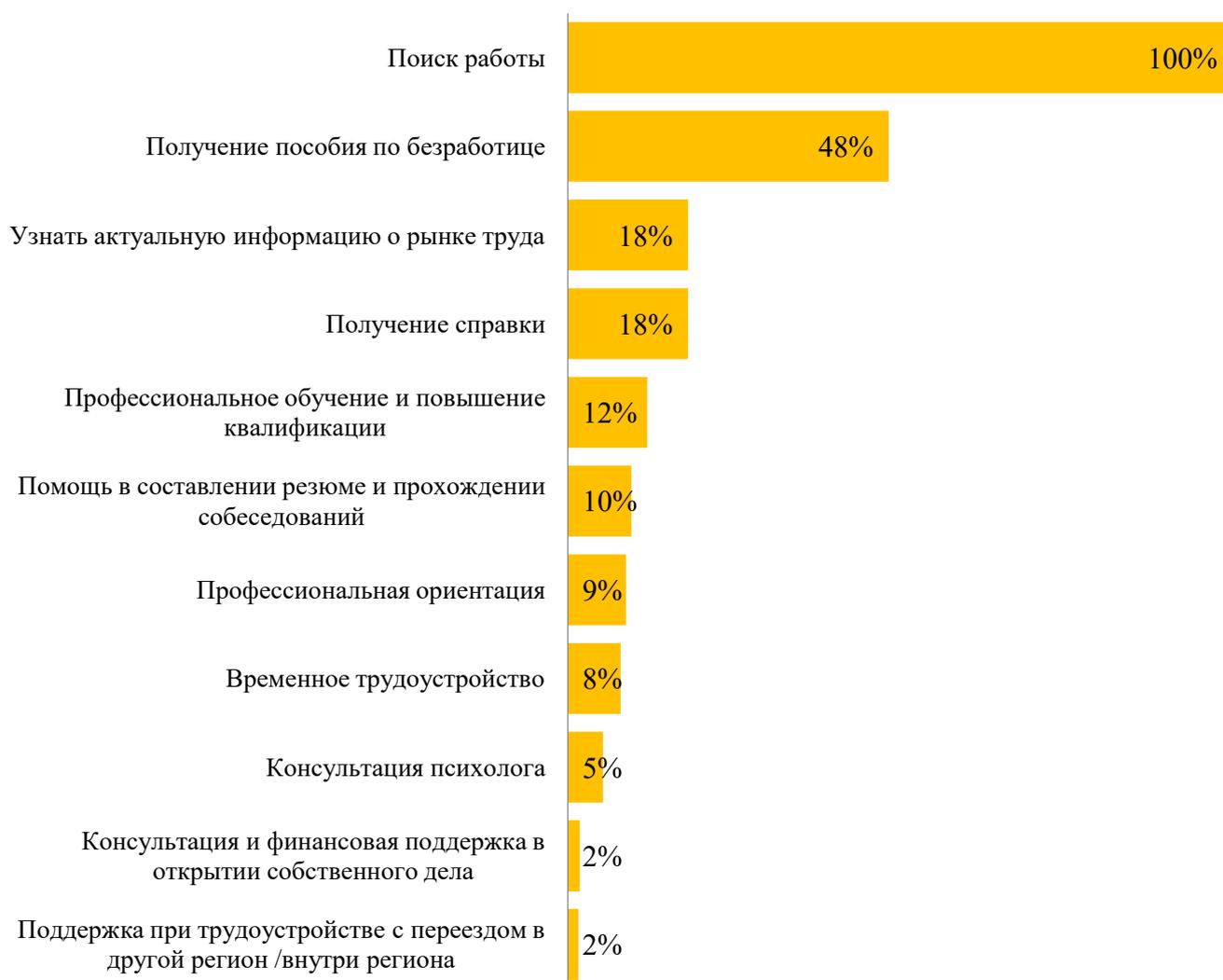
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса.

Для клиентов из категории уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации индекс NPS находится на уровне 8. Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова - 60%.

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя (63%).

Наиболее частой целью обращения клиентов уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации в ЦЗН является поиск работы. 48% обращений также были связаны с получением пособия по безработице. 18% опрошенных также обращались, чтобы узнать актуальную информацию о рынке труда и получить справку.

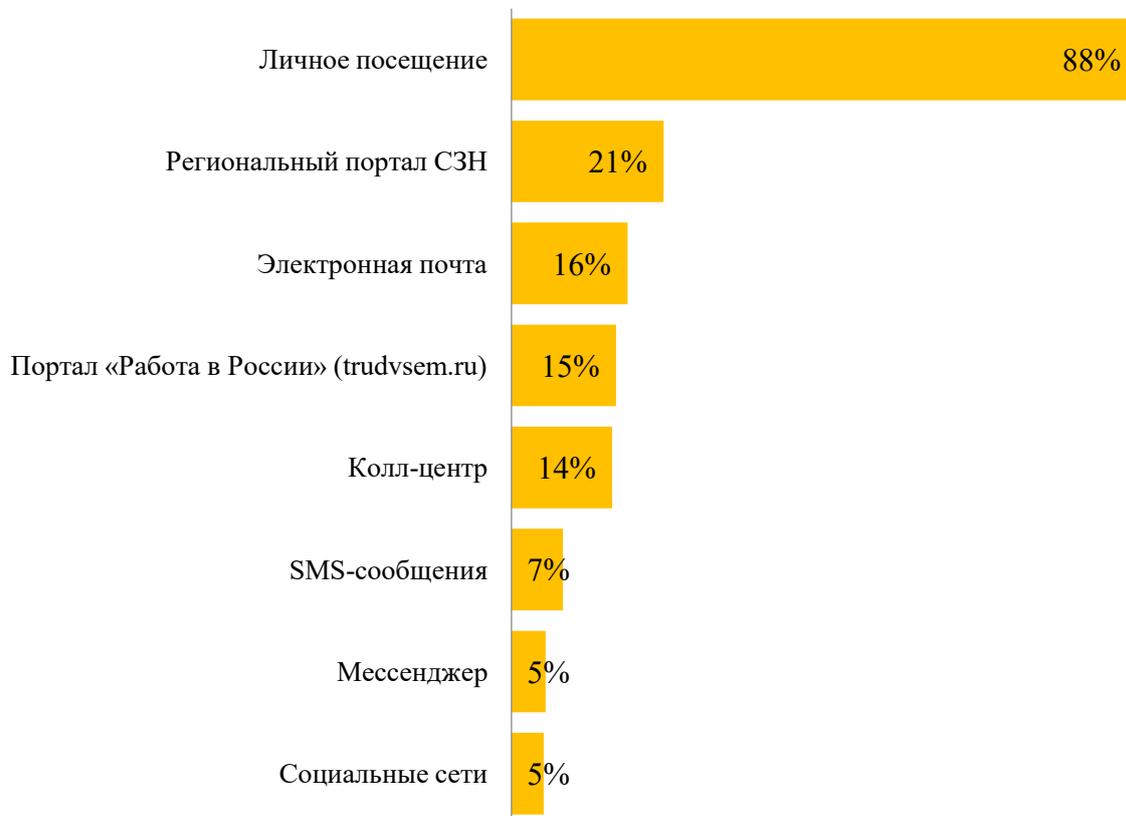
### С какой целью обращались в ЦЗН за последние пять лет (Q1)



БАЗА: уволенные по сокращению штатов или ликвидации организации (375 респондентов).

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение. Данный канал использовали 88% клиентов уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации. Остальные каналы взаимодействия значительно менее популярны.

### Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)



*БАЗА: уволенные по сокращению штатов или ликвидации организации (375 респондентов).*

Для вопросов, связанных с поиском работы, получением информации о рынке труда и поддержкой при трудоустройстве с переездом, количество систематических обращений близко или равно разовым. По остальным вопросам преобладают разовые обращения.

### Частота обращения в ЦЗН по различным вопросам (А1)



<b>Направления деятельности ЦЗН</b>	<b>Среднее количество обращений *</b>
Регистрация в качестве безработного	1.2
Профессиональная ориентация	1.2
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	1.3
Консультация психолога	1.3
Временное трудоустройство	1.4
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	1.5
Профессиональное обучение и повышение квалификации	1.5
Получение справки	1.7
Прохождение перерегистрации в качестве безработного	1.9
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	1.9
Получение пособия по безработице	1.9
Узнать актуальную информацию о рынке труда	2.3
Поиск работы	2.3

*\* Среднее количество обращений было рассчитано по каждому направлению деятельности ЦЗН. Показатель рассчитан как среднее значение между всеми обращениями, которые совершили респонденты.*

Респонденты, которые имели опыт обращения в колл-центр ЦЗН, чаще всего по горячей линии решали вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы (66%) и уточняли по пакету документов для регистрации в качестве безработного (47%).

### С какой целью обращались в колл-центр (Q9)



*БАЗА: респонденты из категории граждан уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (53 респондента).*

Подавляющее большинство опрошенных респондентов уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации, которые пользовались услугами колл-центров, остались удовлетворены опытом обращения в колл-центры ЦЗН. 77% опрошенных полностью или скорее удовлетворены, еще 19% остались частично удовлетворены.

### Удовлетворенность опытом обращения в колл-центр ЦЗН (Q10)



*Для ответа использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: респонденты из категории уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (53 респондента).*

Среди респондентов, которые обращались в колл-центры ЦЗН и выставили не максимальный балл в оценке удовлетворенности опытом обращения, чаще всего говоря о том, чем они остались недовольны, сообщали, что оператор не отвечает на дополнительные вопросы и общается только по сценарию.

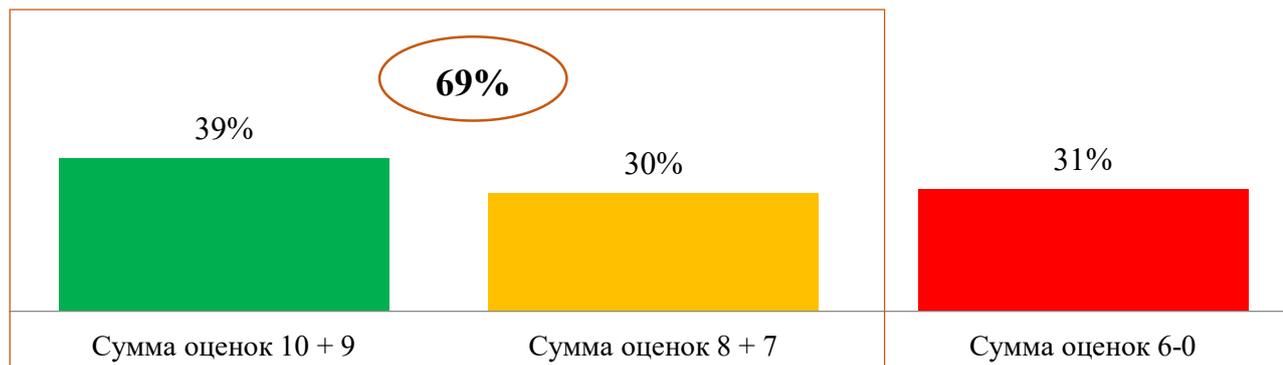
#### Чем остались недовольны после обращения в колл-центр ЦЗН (Q11)



*БАЗА: респонденты из категории уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр и выставили оценку от 1 до 3 в оценке удовлетворенности (12 респондентов).*

Оценивая свой опыт обращения в Центры занятости населения, соискатели отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. По результатам исследования, в целом большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 39% опрошенных, еще 30% выставили оценки 7 и 8 баллов, по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



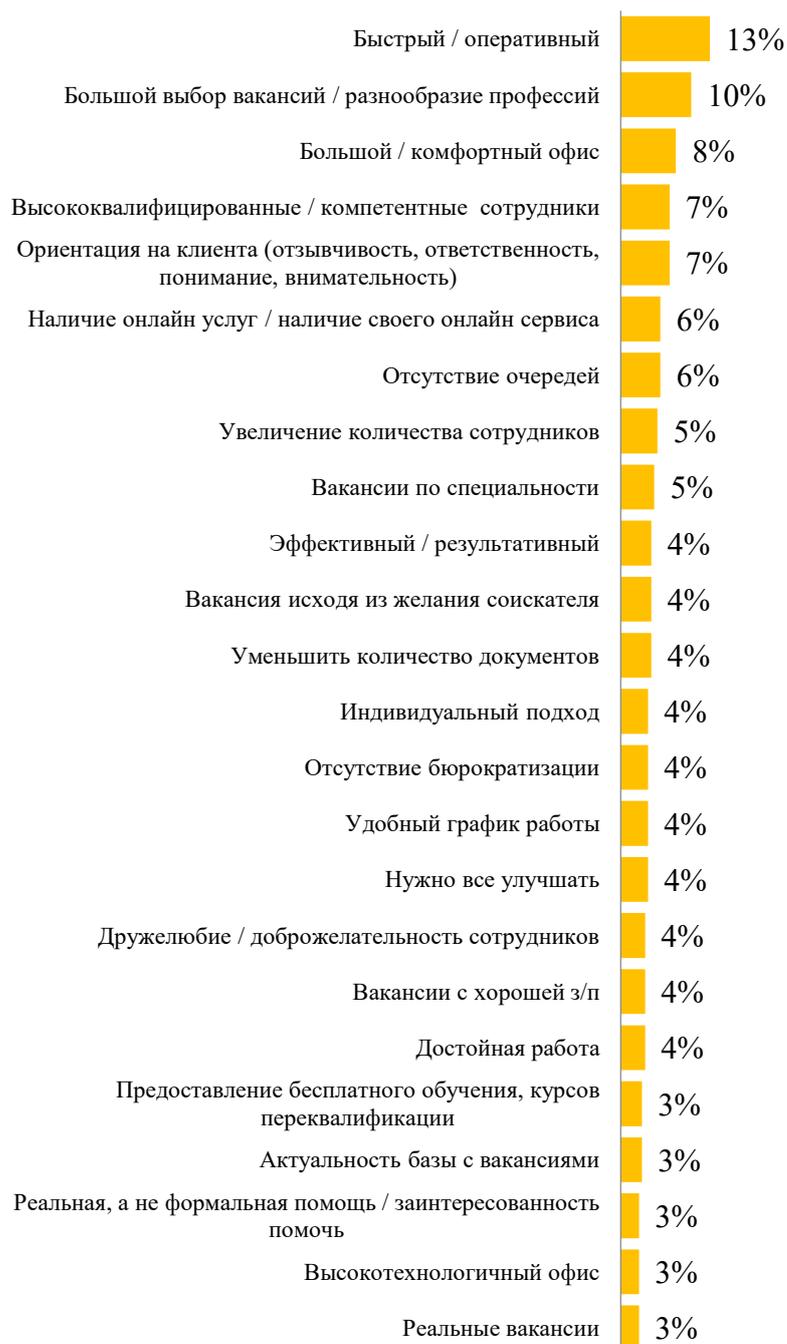
Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: уволенные по сокращению штатов или ликвидации организации (375 респондентов).

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Чаще всего опрошенные высказывались о том, что ЦЗН не хватает оперативности в решении вопросов (13%) и, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН (10%). Другие ответы составляют менее 10%.

## Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7)



*БАЗА: респонденты из категории уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше (227 респондентов).*

Помимо общей оценки удовлетворенности, соискателям предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

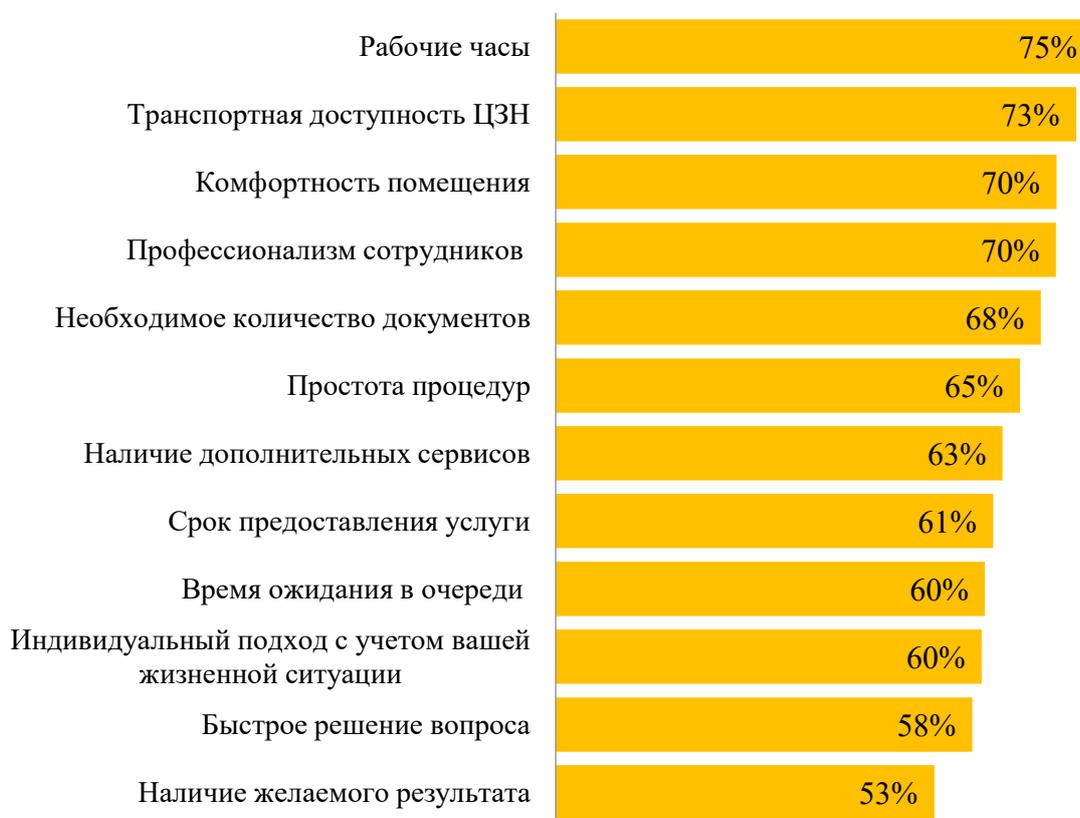
Следует отметить, что по всем изучаемым в исследовании отдельным параметрам работы ЦЗН был зафиксирован достаточно высокий показатель удовлетворенности.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы (75%) и транспортная доступность ЦЗН (73%), а также комфорт в помещениях и профессионализм сотрудников (70% по параметрам).

Другие параметры также имеют высокие оценки. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности оказался у такого параметра, как наличие желаемого результата.

### **Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)**

*На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).*



*Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: уволенные по сокращению штатов или ликвидации организации (375 респондентов).*

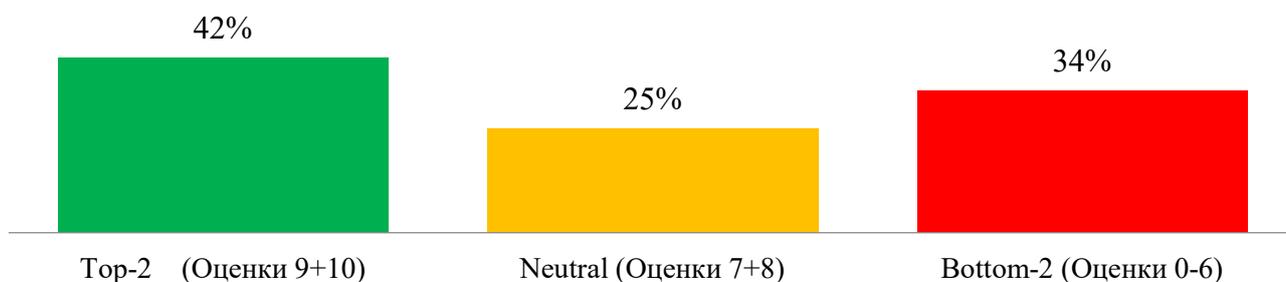
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. Ближе к последнему месту относятся транспортная доступность ЦЗН и комфортность помещения – это наименее важные параметры.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем по выборке *	Доля выбора данного параметра на 1 место
Рабочие часы	7,9	3%
Транспортная доступность ЦЗН	8,7	5%
Комфортность помещения	8,4	2%
Профессионализм сотрудников	5,5	9%
Необходимое количество документов	6,2	7%
Простота процедур	5,4	11%
Наличие дополнительных сервисов	8,1	3%
Срок предоставления услуги	5,8	6%
Время ожидания в очереди	7,1	5%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	5,9	9%
Быстрое решение вопроса	4,7	16%
Наличие желаемого результата	4,4	24%

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Для клиентов из категории уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации индекс NPS оказался на уровне 8. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 42%. Доля нейтралов – 25%, доля критиков – 34%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)**



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: уволенные по сокращению штатов или ликвидации организации (375 респондентов).

Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 60% респондентов уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации высказались о том, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, еще 30% возможно обратятся.

**Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)**



Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
32%	28%	30%	6%	3%

БАЗА: уволенные по сокращению штатов или ликвидации организации (375 респондентов).

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей, уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации, – это подбор работы исходя из пожеланий соискателя (63%).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также возможность оформления процедуры онлайн (40%) и предварительной записи на прием (35%).



*БАЗА: те, из категории уволенных по сокращению штатов или ликвидации организации, кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем обратятся в ЦЗН?» (254 респондента).*

Подавляющее большинство респондентов высказались о том, каким они хотели бы видеть современный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом только 6% опрошенных респондентов.

Опрошенные чаще отмечают, что современный государственный кадровый центр должен предлагать оперативную помощь (23%). А также, отмечается важность профессионализма сотрудников и широкого выбора вакансий (21% по параметрам).

### Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)



*В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более*

*БАЗА: уволенные по сокращению штатов или ликвидации организации (375 респондентов).*

#### 4.6. Выпускники школ

**Резюме:** Все представители данной группы граждан обращались в ЦЗН по поводу поиска работы. 29% обращений также были связаны с временным трудоустройством. Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение.

Большинство опрошенных позитивно оценили опыт обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили только 33%. Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как профессионализм сотрудников (83%), рабочие часы (82%), а также транспортная доступность ЦЗН (80%). Другие параметры также имеют высокие оценки.

При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены профессионализм сотрудников, наличие желаемого результата и быстрота решения вопроса. К последнему месту чаще относили транспортную доступность ЦЗН.

Для клиентов из категории «выпускники школ» индекс NPS находится на уровне 11. Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова - 63%.

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей категории «выпускники школ» – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя, и возможность оформить все процедуры онлайн (46% по параметрам). Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также эффективная система обратной связи и возможность предварительной записи на прием.

Наиболее частой целью обращения клиентов среди выпускников школ в ЦЗН является поиск работы. 29% также обращений были связаны с временным трудоустройством. 13% опрошенных также обращались, чтобы узнать актуальную информацию о рынке труда, 12%– чтобы пройти профессиональную ориентацию. Другие цели посещения набрали не более 10%.

### С какой целью обращались в ЦЗН за последние пять лет (Q1)



БАЗА: выпускники школ (151 респондент).

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение. Данный канал использовали 61% клиентов среди выпускников школ. 32% воспользовались региональным порталом СЗН. Остальные каналы взаимодействия значительно менее популярны.

#### Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)



*БАЗА: выпускники школ (151 респондент).*

Для вопросов, связанных с консультацией и финансовой поддержкой в открытии собственного дела, количество систематических обращений равно разовым. По остальным вопросам преобладают разовые обращения.

### Частота обращения в ЦЗН по различным вопросам (А1)

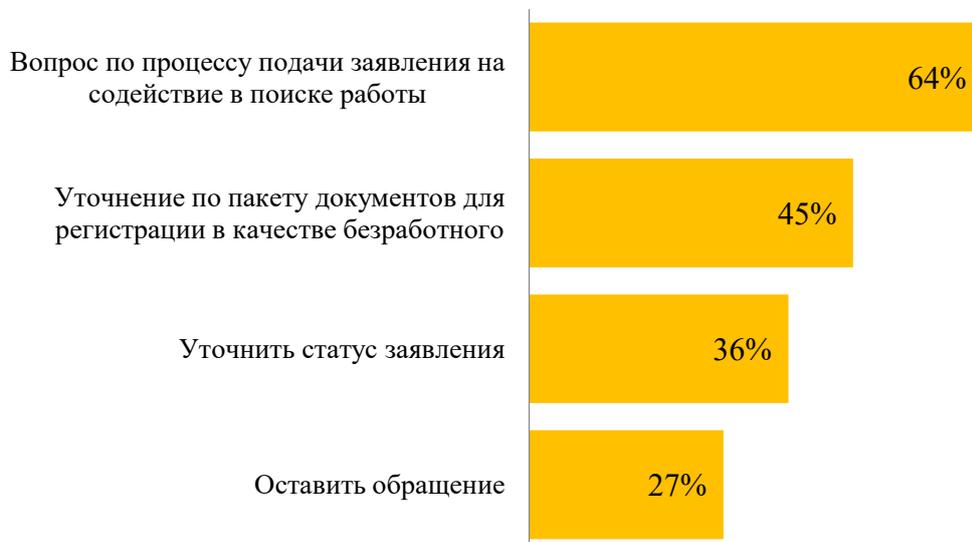


Направления деятельности ЦЗН	Среднее количество обращений *
Консультация психолога	1.0
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	1.0
Профессиональное обучение и повышение квалификации	1.0
Регистрация в качестве безработного	1.1
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	1.2
Профессиональная ориентация	1.2
Прохождение перерегистрации в качестве безработного	1.3
Получение пособия по безработице	1.5
Получение справки	1.5
Поиск работы	1.8
Временное трудоустройство	2.5
Узнать актуальную информацию о рынке труда	4.3
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	13.0

\* Среднее количество обращений было рассчитано по каждому направлению деятельности ЦЗН. Показатель рассчитан как среднее значение между всеми обращениями, которые совершили респонденты.

Респонденты, которые имели опыт обращения в колл-центр ЦЗН, чаще всего по горячей линии решали вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы и уточняли по пакету документов для регистрации в качестве безработного.

### С какой целью обращались в колл-центр (Q9)



БАЗА: респонденты из категории «выпускники школ», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (11 респондентов).

Подавляющее большинство опрошенных респондентов категории «выпускники школ», которые пользовались услугами колл-центров, остались удовлетворены опытом обращения в колл-центры ЦЗН.

### Удовлетворенность опытом обращения в колл-центр ЦЗН (Q10)

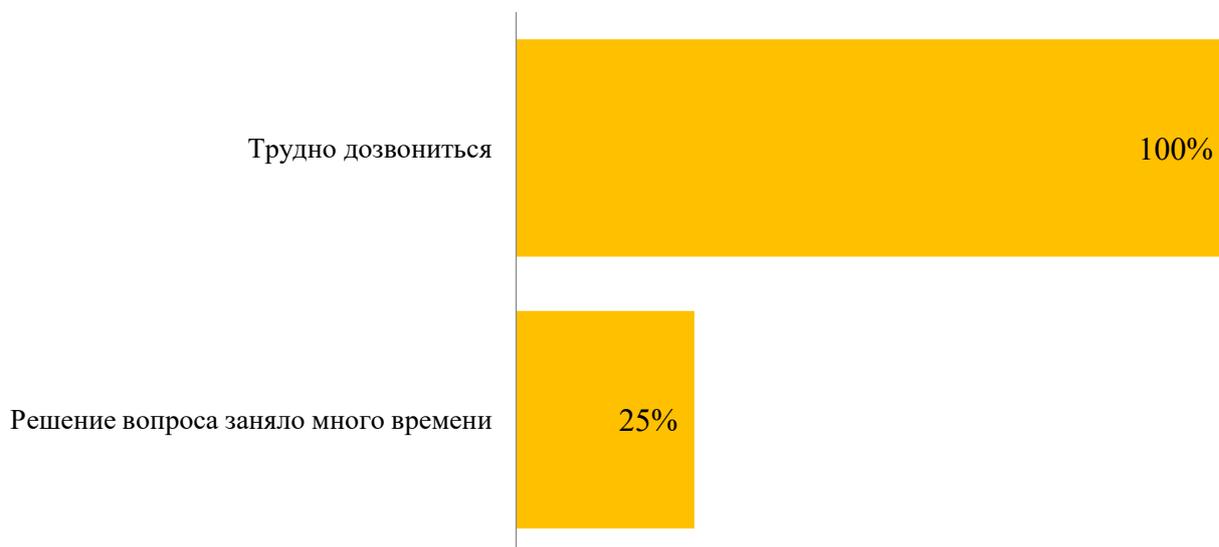


Для ответа использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: респонденты из категории «выпускники школ», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (11 респондентов).

Респонденты, которые обращались в колл-центры ЦЗН и выставили не максимальный балл в оценке удовлетворенности опытом обращения, говоря о том, чем они остались недовольны, сообщали что было трудно дозвониться и решение вопроса заняло много времени.

### Чем остались недовольны после обращения в колл-центр ЦЗН (Q11)



*БАЗА: респонденты из категории «выпускники школ», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр и выставили оценку от 1 до 3 в оценке удовлетворенности (4 респондента).*

Оценивая свой опыт обращения в Центры занятости населения, соискатели отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. По результатам исследования, большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. При этом, максимально высокие оценки выставили 33% опрошенных, и 49% выставили оценки 7 и 8 баллов, по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



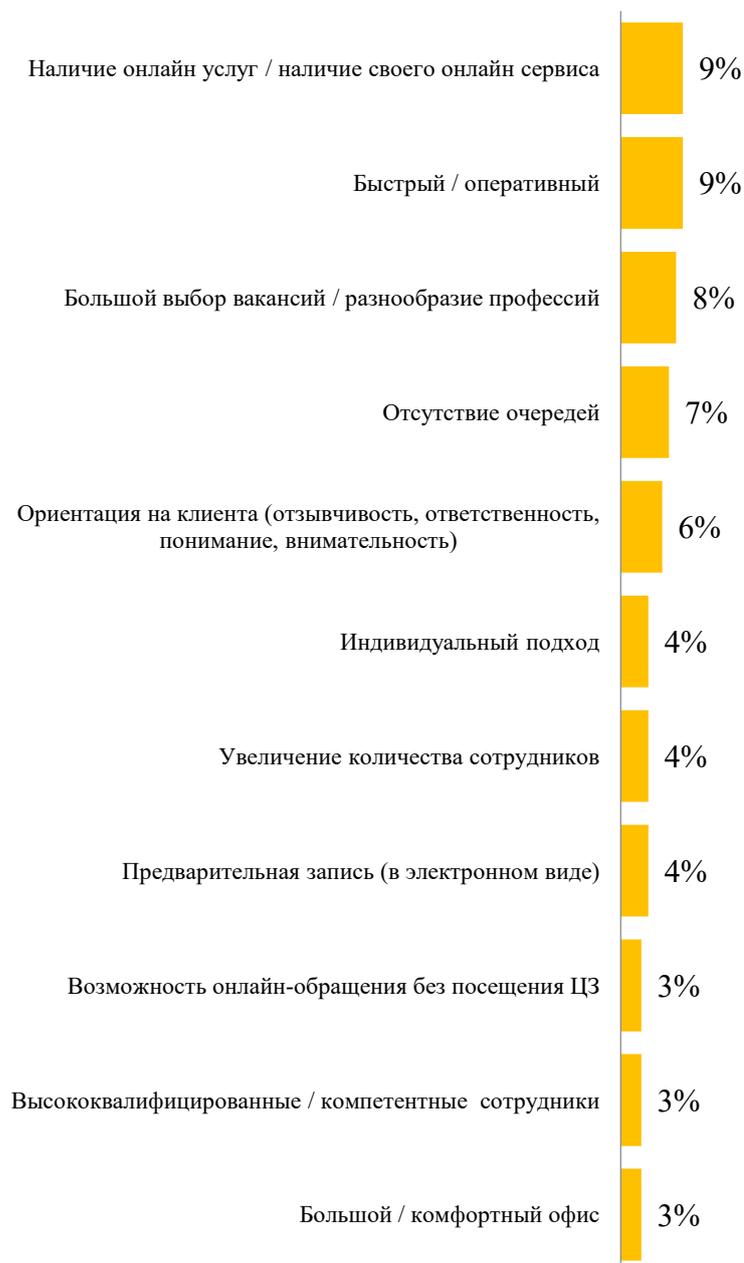
Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: выпускники школ (151 респондент).

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Чаще всего опрошенные высказывались о том, что хотели бы видеть наличие онлайн услуг и оперативность в работе ЦЗН. Все высказывания составляют менее 10%.

### Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7)



*БАЗА: респонденты из категории «выпускники школ», которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше (101 респондент).*

Помимо общей оценки удовлетворенности, соискателям предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как профессионализм сотрудников (83%), рабочие часы (82%), а также транспортная доступность ЦЗН (80%).

Другие параметры также имеют высокие оценки. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности оказался у такого параметра, как время ожидания в очереди.

#### **Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)**

*На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).*



*Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: выпускники школ (151 респондент).*

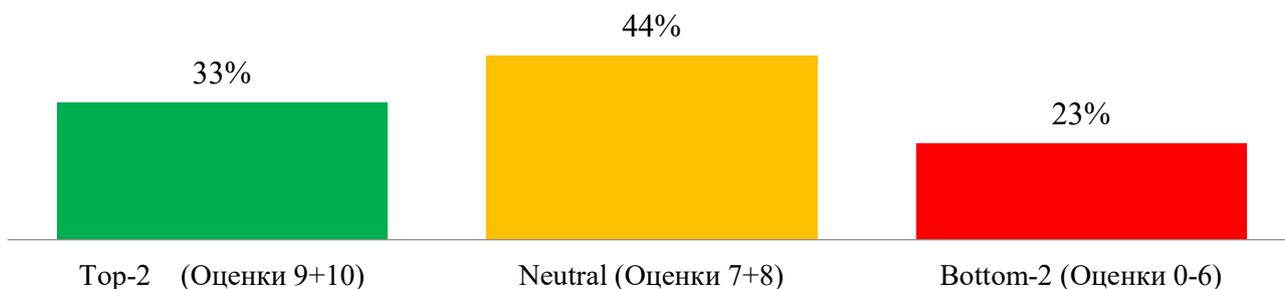
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены профессионализм сотрудников, наличие желаемого результата и быстрота решения вопроса. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. К последнему месту чаще относили транспортную доступность ЦЗН.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем по выборке *	Доля выбора данного параметра на 1 место
Профессионализм сотрудников	5,1	17%
Рабочие часы	7,7	3%
Транспортная доступность ЦЗН	8,6	5%
Комфортность помещения	7,5	5%
Простота процедур	5,8	11%
Необходимое количество документов	5,9	6%
Наличие желаемого результата	5,2	14%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	6,4	5%
Срок предоставления услуги	6,0	6%
Наличие дополнительных сервисов	7,9	2%
Быстрое решение вопроса	5,2	19%
Время ожидания в очереди	6,8	7%

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Для клиентов из категории «выпускники школ» индекс NPS оказался на уровне 11. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 33%. Доля нейтралов – 44%, доля критиков – 23%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)**



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: выпускники школ (151 респондент).

Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 63% респондентов категории «выпускники школ» высказались о том, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, еще треть (33%) возможно обратится.

**Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)**

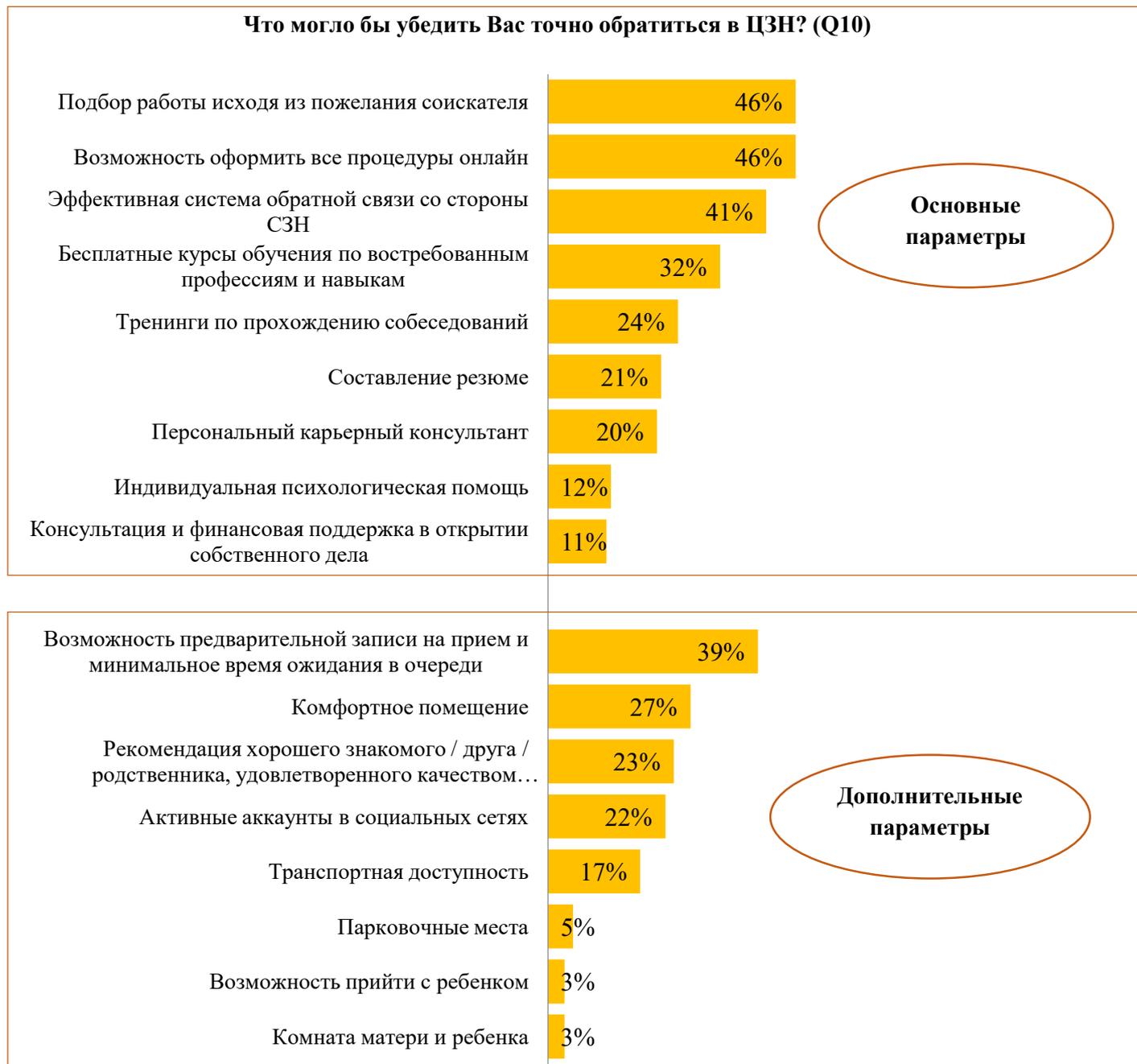


Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
15%	48%	33%	3%	1%

БАЗА: выпускники школ (151 респондент).

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей категории «выпускники школ» – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя, и возможность оформить все процедуры онлайн (46% по параметрам).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также эффективная система обратной связи и возможность предварительной записи на прием.

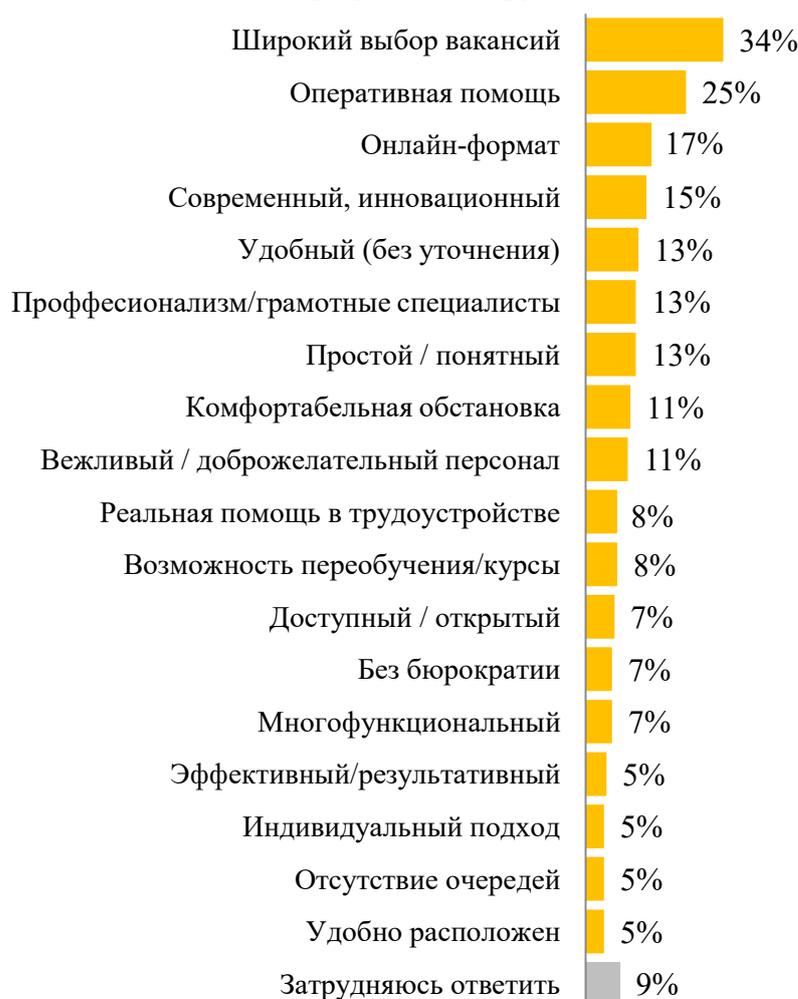


*БАЗА: те, из категории «выпускники школ», кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем обратятся в ЦЗН?» (128 респондентов).*

Подавляющее большинство респондентов высказалось о том, каким они хотели бы видеть современный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом только 9% опрошенных респондентов.

Опрошенные чаще отмечают, что современный государственный кадровый центр должен предлагать широкий выбор вакансий (34%). Отмечалась также важность оперативной помощи (25%) и онлайн-формат работы (17%).

#### Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)



*В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более*

*БАЗА: выпускники школ (151 респондент).*

#### 4.7. Выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений

**Резюме:** Наиболее частой целью обращения клиентов среди выпускников средне-профессиональных и высших учебных заведений в ЦЗН является поиск работы. 26% обращений были связаны с получением пособия по безработице, 25% - получение актуальной информации о рынке труда. Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение.

Большинство опрошенных позитивно оценили опыт обращения в ЦЗН. При этом, максимально высокие оценки выставили 40% опрошенных. Респонденты, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, отметили, что хотели бы видеть оперативность в работе ЦЗН и компетентных сотрудников. Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы (79%) и транспортная доступность ЦЗН (78%). Другие параметры также имеют высокие оценки.

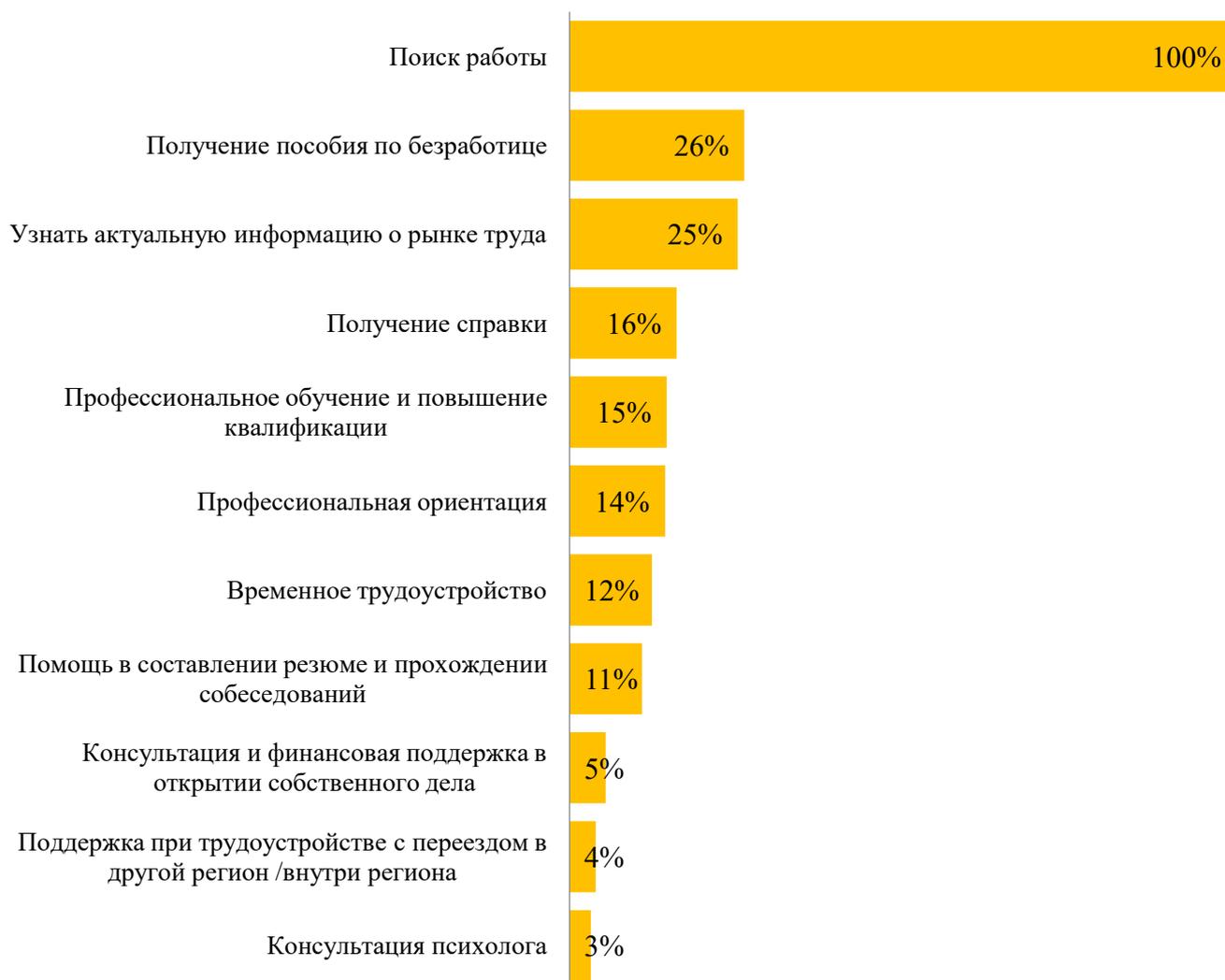
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены быстрое решение вопроса и наличие желаемого результата. К последнему месту чаще относили транспортную доступность ЦЗН.

Для клиентов из категории «выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений» индекс NPS оказался на уровне 10. Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова - 66%.

Наиболее частый ответ на вопрос о том, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей – это подбор работы исходя из пожеланий соискателя (50%). Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и возможность предварительной записи на прием.

Наиболее частой целью обращения клиентов среди выпускников средне-профессиональных и высших учебных заведений в ЦЗН является поиск работы. Еще 26% обращений были связаны с получением пособия по безработице и 25%, чтобы узнать актуальную информацию о рынке труда.

### С какой целью обращались в ЦЗН за последние пять лет (Q1)



*БАЗА: выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений (404 респондента).*

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение. Данный канал использовали 85% клиентов среди выпускников средне-профессиональных и высших учебных заведений. Остальные каналы взаимодействия значительно менее популярны.

#### Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)



*БАЗА: выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений (404 респондента).*

Для вопросов, связанных с информированием об актуальной информации по рынку труда, количество систематических обращений близко к разовым. По остальным вопросам преобладают разовые обращения.

### Частота обращения в ЦЗН по различным вопросам (А1)



<b>Направления деятельности ЦЗН</b>	<b>Среднее количество обращений *</b>
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	1.1
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	1.3
Профессиональная ориентация	1.3
Регистрация в качестве безработного	1.3
Профессиональное обучение и повышение квалификации	1.5
Временное трудоустройство	1.6
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	1.7
Прохождение перерегистрации в качестве безработного	1.7
Консультация психолога	1.7
Поиск работы	1.8
Получение справки	1.9
Получение пособия по безработице	1.9
Узнать актуальную информацию о рынке труда	2.1

*\* Среднее количество обращений было рассчитано по каждому направлению деятельности ЦЗН. Показатель рассчитан как среднее значение между всеми обращениями, которые совершили респонденты.*

Респонденты, которые имели опыт обращения в колл-центр ЦЗН, чаще всего по горячей линии решали вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы и уточняли по пакету документов для регистрации в качестве безработного.

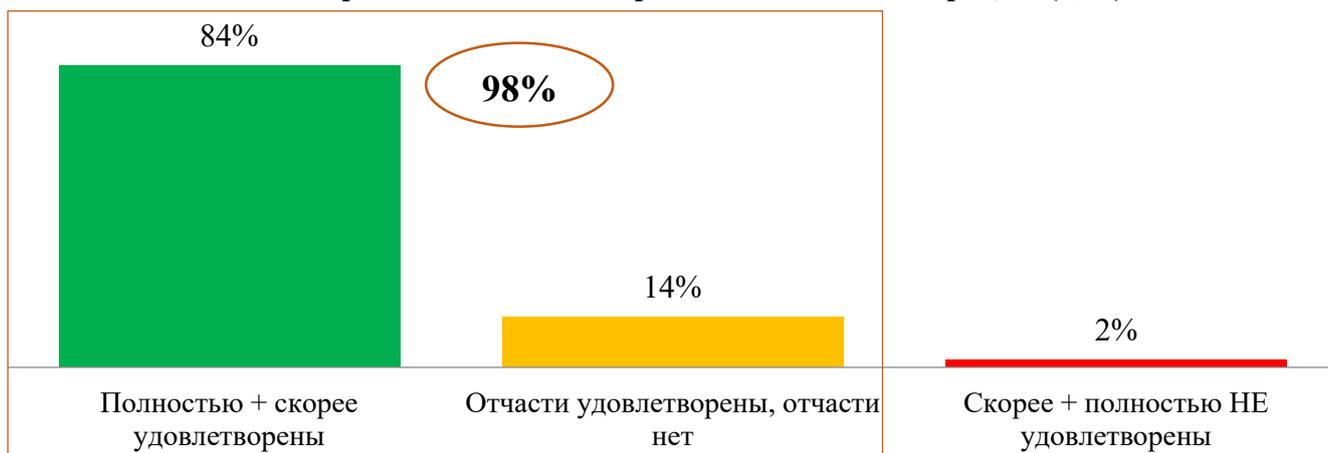
### С какой целью обращались в колл-центр (Q9)



*БАЗА: респонденты из категории «выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (63 респондента).*

Подавляющее большинство опрошенных респондентов категории «выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений», которые пользовались услугами колл-центров, остались удовлетворены опытом обращения в колл-центры ЦЗН. 84% отметили, что были полностью или скорее удовлетворены и еще 14% отчасти удовлетворены.

### Удовлетворенность опытом обращения в колл-центр ЦЗН (Q10)



*Для ответа использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: респонденты из категории «выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (63 респондента).*

Респонденты, которые обращались в колл-центры ЦЗН и выставили не максимальный балл в оценке удовлетворенности опытом обращения, говоря о том, чем они остались недовольны, чаще сообщали что было трудно дозвониться, и оператор не отвечал на дополнительные вопросы, общался только по сценарию.

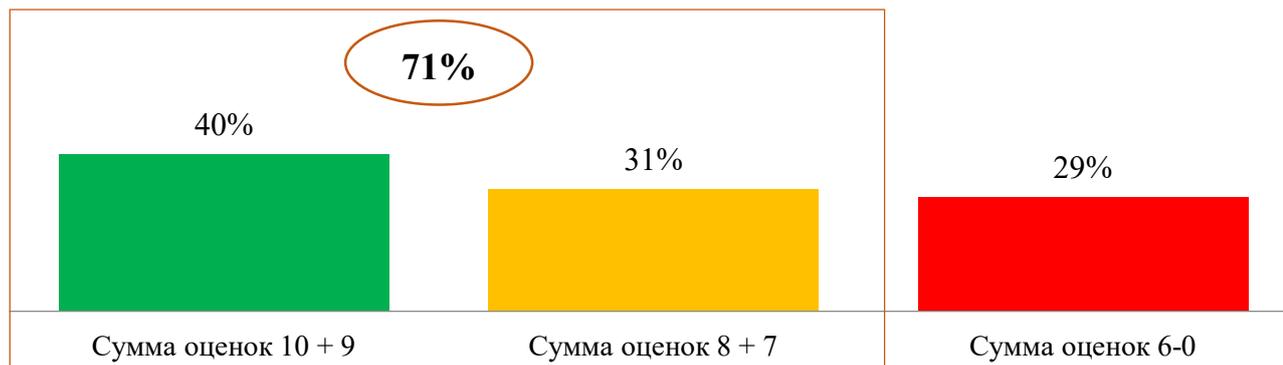
#### Чем остались недовольны после обращения в колл-центр ЦЗН (Q11)



*БАЗА: респонденты из категории «выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр и выставили оценку от 1 до 3 в оценке удовлетворенности (10 респондентов).*

Оценивая свой опыт обращения в Центры занятости населения, соискатели отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. По результатам исследования, большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. При этом, максимально высокие оценки выставили 40% опрошенных, и 31% выставили оценки 7 и 8 баллов, по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений (404 респондента).

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Чаще всего опрошенные высказывались о том, что хотели бы видеть оперативность в работе ЦЗН и компетентных сотрудников. Все остальные высказывания составляют менее 10%.

### Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7)



*БАЗА: респонденты из категории «выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений», которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше (242 респондента).*

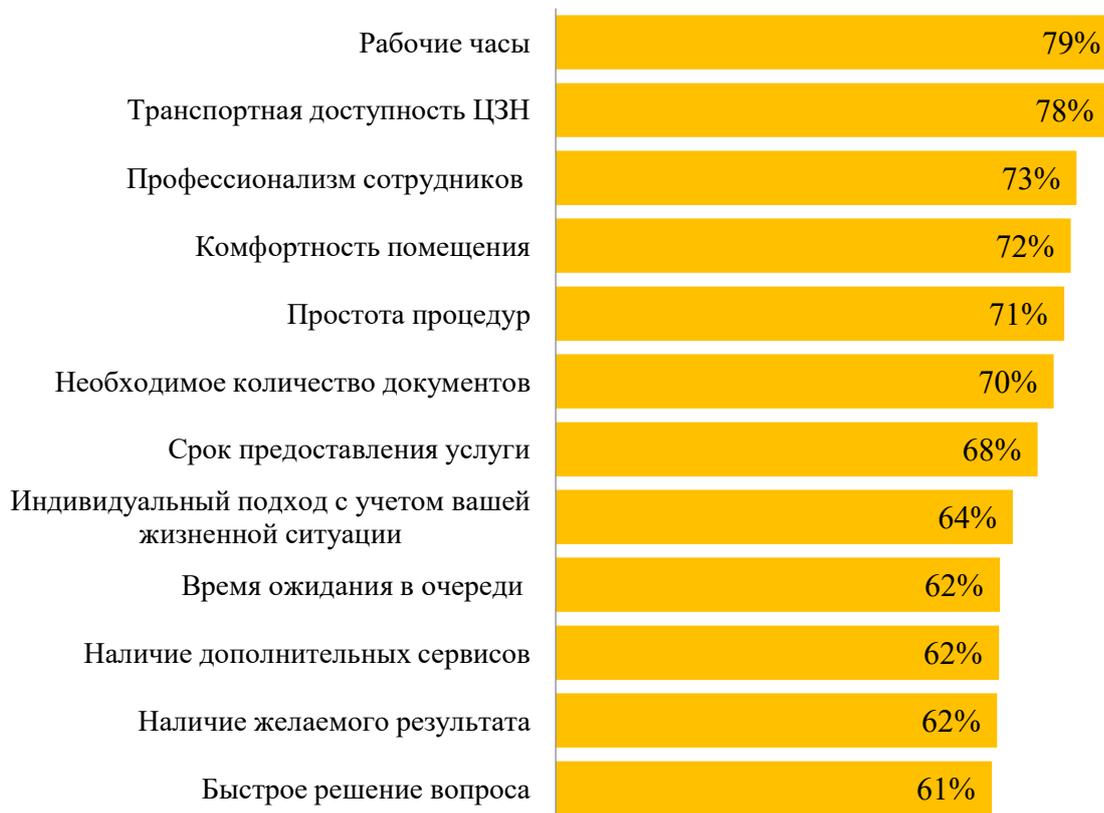
Помимо общей оценки удовлетворенности, соискателям предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы (79%) и транспортная доступность ЦЗН (78%).

Другие параметры также имеют высокие оценки.

### **Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)**

*На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).*



*Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений (404 респондента).*

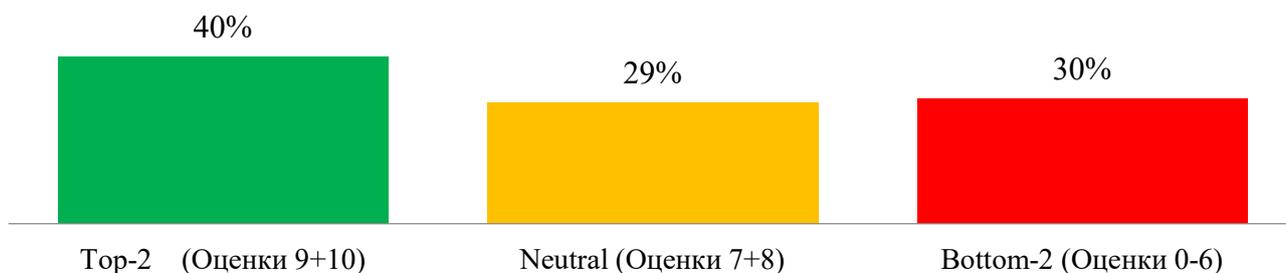
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены быстрое решение вопроса и наличие желаемого результата. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. К последнему месту чаще относили транспортную доступность ЦЗН.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем по выборке *	Доля выбора данного параметра на 1 место
Рабочие часы	7,5	3%
Транспортная доступность ЦЗН	8,3	3%
Профессионализм сотрудников	5,6	10%
Комфортность помещения	7,9	3%
Простота процедур	5,6	11%
Необходимое количество документов	6,5	3%
Срок предоставления услуги	5,9	7%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	5,7	10%
Время ожидания в очереди	7,1	6%
Наличие дополнительных сервисов	8,1	3%
Наличие желаемого результата	5,0	19%
Быстрое решение вопроса	4,8	21%

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Для клиентов из категории «выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений» индекс NPS оказался на уровне 10. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 40%. Доля нейтралов – 29%, доля критиков – 30%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)**



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений (404 респондента).

Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 66% респондентов категории «выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений» высказались о том, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, еще четверть (24%) возможно обратится.

**Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)**

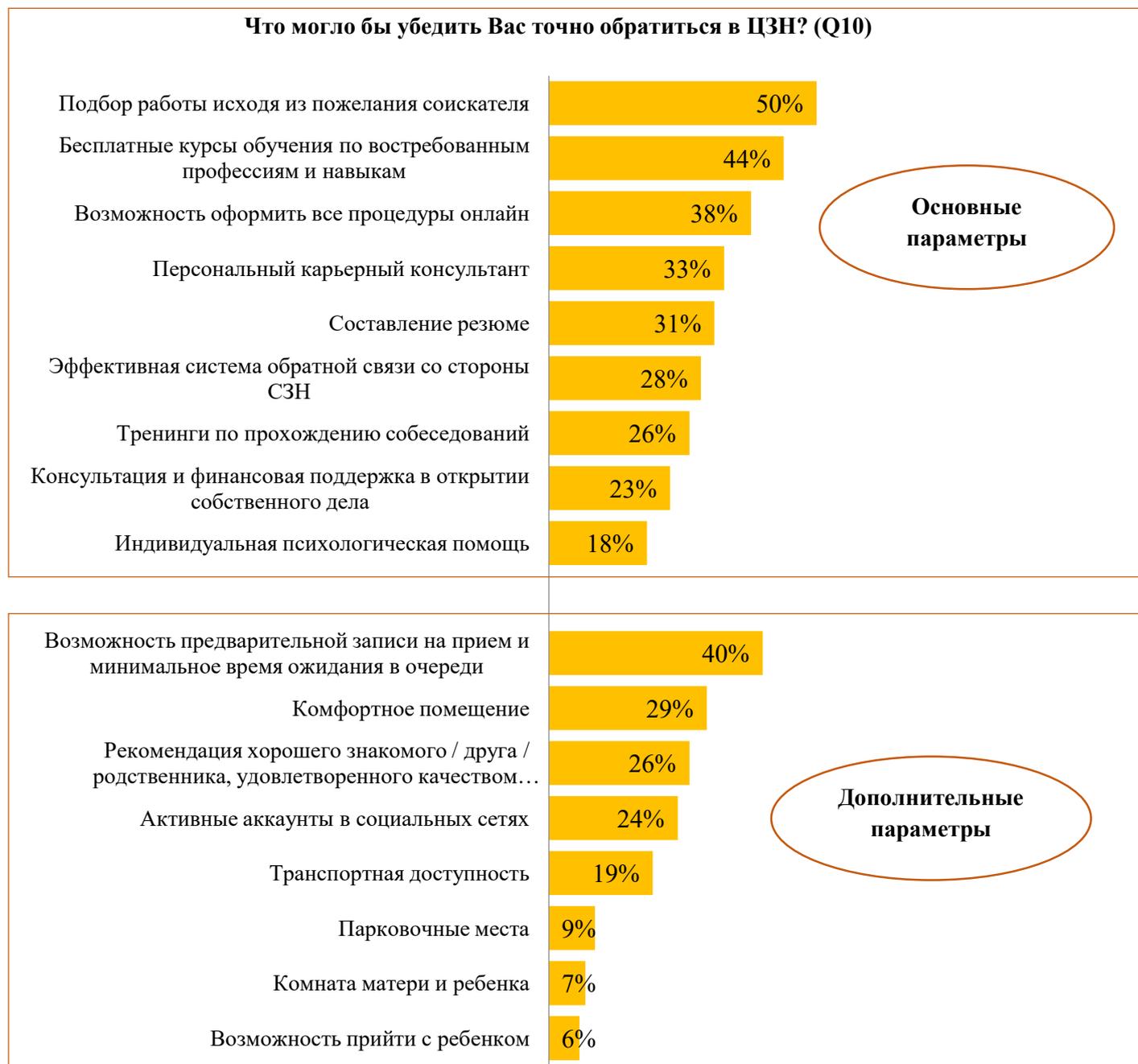


Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
31%	35%	24%	7%	3%

БАЗА: выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений (404 респондента)

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей категории «выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений» – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя (50%).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и возможность предварительной записи на прием.

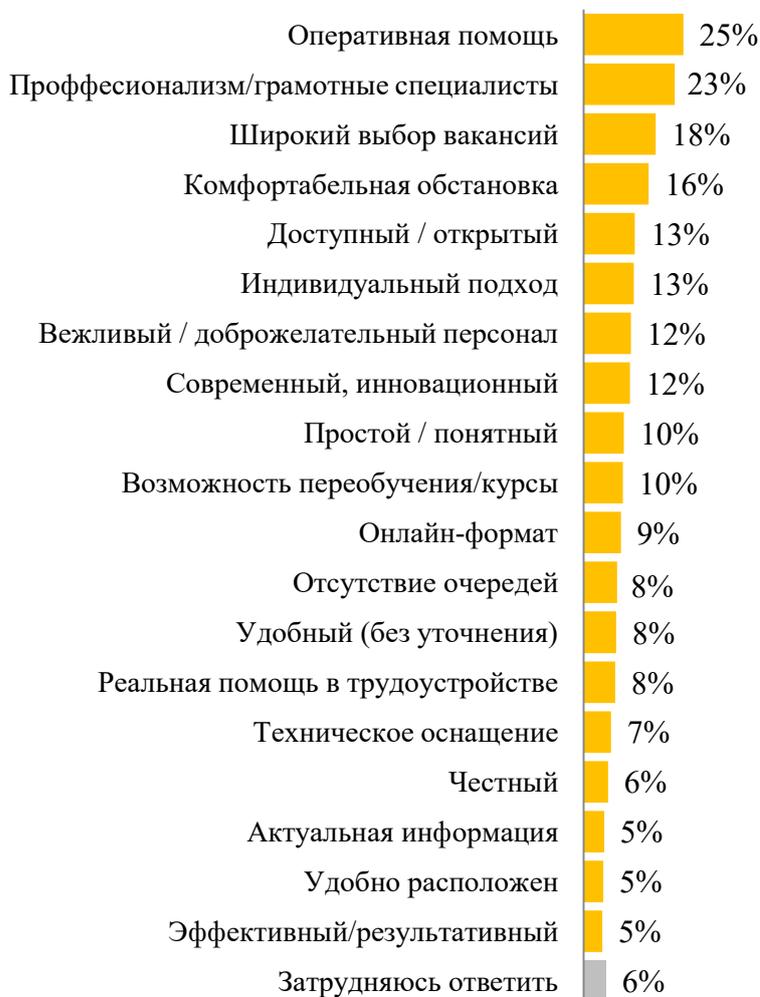


*БАЗА: те, из категории «выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений», кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем обратятся в ЦЗН?» (279 респондентов).*

Подавляющее большинство респондентов высказались о том, каким они хотели бы видеть современный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом только 6% опрошенных респондентов.

Опрошенные чаще отмечают, что современный государственный кадровый центр должен предлагать оперативную помощь (25%), а также профессионализм, грамотность специалистов (23%).

### Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)



*В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более*

*БАЗА: выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений (404 респондента).*

#### 4.8. Женщины с детьми от 0 до 6 лет

**Резюме:** Наиболее частой целью обращения клиентов из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет» в ЦЗН является поиск работы. Еще 38% обращений были связаны с получением пособия по безработице, и 20% обращалось, чтобы пройти профессиональное обучение и повышение квалификации.

Большинство опрошенных позитивно оценили опыт обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 44% опрошенных. Респонденты, которые оценили опыт обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, отмечают, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН. Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы (78%), профессионализм сотрудников (76%) и транспортная доступность ЦЗН (75%).

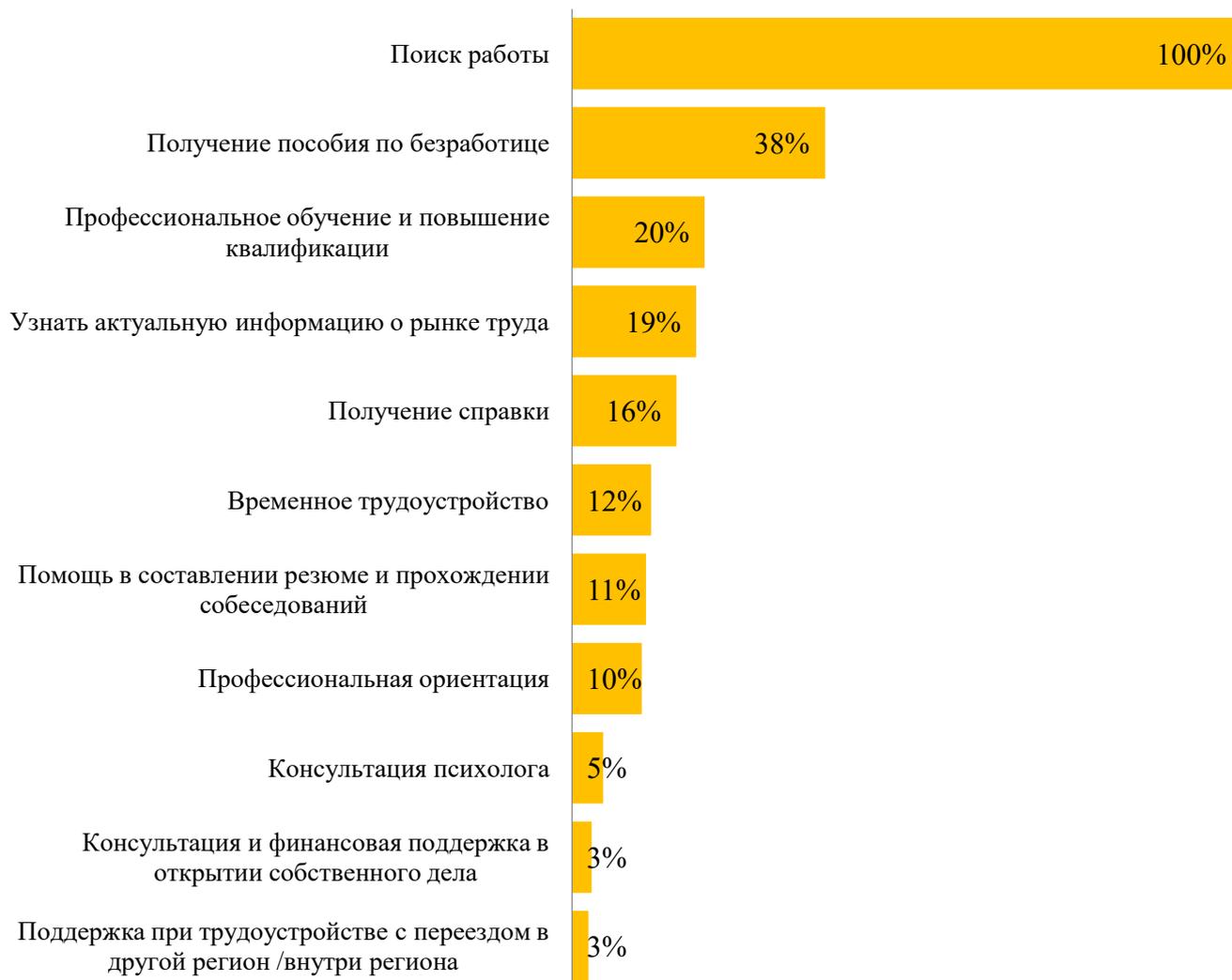
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Комфортность помещения и транспортная доступность ЦЗН – это наименее важные параметры

Для клиентов из данной категории индекс NPS оказался на уровне 13. Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова - 65%.

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей – это подбор работы исходя из пожеланий соискателя (57%). Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям/навыкам и возможность предварительной записи на прием.

Наиболее частой целью обращения клиентов из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет» в ЦЗН является поиск работы. 38% обращений также были связаны с получением пособия по безработице, и 20% обращалось, чтобы пройти профессиональное обучение и повышение квалификации.

### С какой целью обращались в ЦЗН за последние пять лет (Q1)



БАЗА: женщины с детьми от 0 до 6 лет (640 респондентов).

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение. Данный канал использовали 81% клиентов. Остальные каналы взаимодействия значительно менее популярны.

### Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)



*БАЗА: женщины с детьми от 0 до 6 лет (640 респондентов).*

По всем вопросам разовые обращения преобладают над систематическими в категории граждан «женщины с детьми от 0 до 6 лет».

### Частота обращения в ЦЗН по различным вопросам (А1)



Направления деятельности ЦЗН	Среднее количество обращений *
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	1.2
Консультация психолога	1.3
Профессиональное обучение и повышение квалификации	1.3
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	1.4
Профессиональная ориентация	1.4
Регистрация в качестве безработного	1.4
Временное трудоустройство	1.6
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	1.6
Получение справки	1.8
Прохождение перерегистрации в качестве безработного	1.9
Поиск работы	2.0
Получение пособия по безработице	2.0
Узнать актуальную информацию о рынке труда	2.5

*\* Среднее количество обращений было рассчитано по каждому направлению деятельности ЦЗН. Показатель рассчитан как среднее значение между всеми обращениями, которые совершили респонденты.*

Респонденты из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет», которые имели опыт обращения в колл-центр ЦЗН, чаще всего по горячей линии уточняли по пакету документов для регистрации в качестве безработного, решали вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы и уточняли статус заявления.

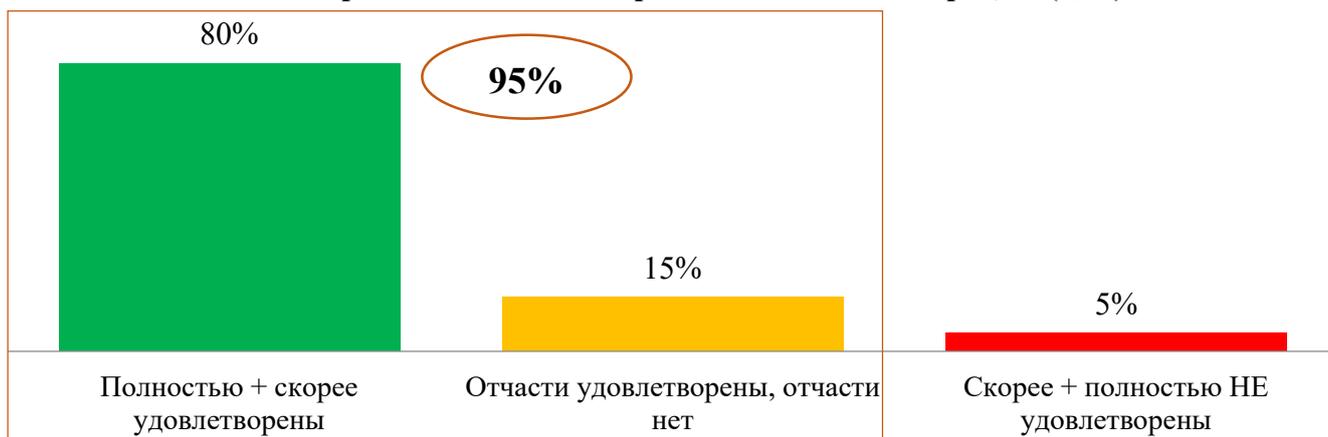
### С какой целью обращались в колл-центр (Q9)



*БАЗА: респонденты из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (61 респондент).*

Большинство респондентов из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет», которые пользовались услугами колл-центров, остались удовлетворены опытом обращения. 80% опрошенных полностью или скорее удовлетворены, и еще 15% остались частично удовлетворены.

### Удовлетворенность опытом обращения в колл-центр ЦЗН (Q10)



*Для ответа использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: респонденты из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (61 респондент).*

Респонденты, которые обращались в колл-центры ЦЗН и выставили не максимальный балл в оценке удовлетворенности опытом обращения, говоря о том, чем они остались недовольны, чаще всего сообщали о частом переключении специалистов и том, что было трудно дозвониться.

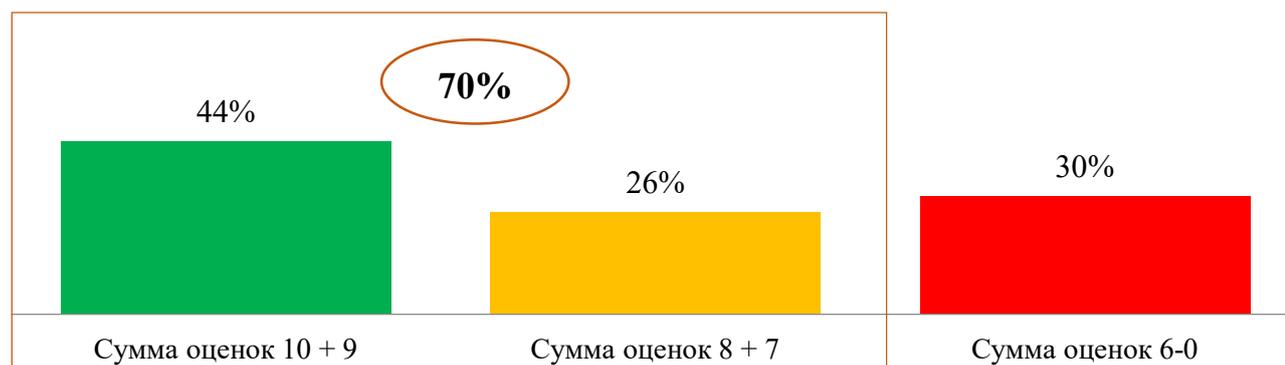
#### Чем остались недовольны после обращения в колл-центр ЦЗН (Q11)



*БАЗА: респонденты из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет», которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр и выставили оценку от 1 до 3 в оценке удовлетворенности (12 респондентов).*

Оценивая свой опыт обращения в Центры занятости населения, соискатели среди женщин с детьми от 0 до 6 лет отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. Большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 44% опрошенных, еще 26% выставили оценки 7 и 8 баллов, по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: женщины с детьми от 0 до 6 лет (640 респондентов).

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Чаще всего опрошенные высказывались о том, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН, а также о нехватке скорости и оперативности в работе центров (11% по параметрам).

## Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7)



*БАЗА: респонденты из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет», которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше (359 респондентов).*

Помимо общей оценки удовлетворенности, соискателям предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

Следует отметить, что по всем изучаемым в исследовании отдельным параметрам работы ЦЗН был зафиксирован достаточно высокий показатель удовлетворенности.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы (78%), профессионализм сотрудников (76%) и транспортная доступность ЦЗН (75%).

Другие параметры также имеют высокие оценки. Самая низкая (по сравнению с остальными) оценка удовлетворенности у параметра «наличие желаемого результата» (59%).

*Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 -*

#### **Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)**

*На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).*



*Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: женщины с детьми от 0 до 6 лет (640 респондентов).*

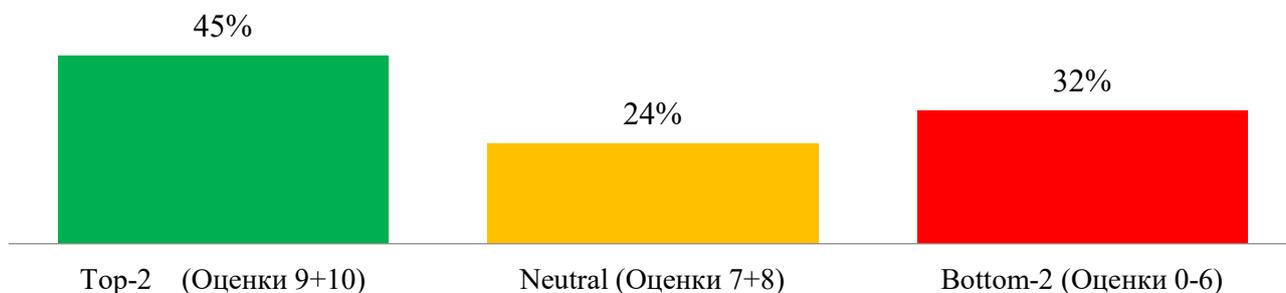
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. Последние места заняли комфортность помещения и транспортная доступность ЦЗН – это наименее важные параметры.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем по выборке *	Доля выбора данного параметра на 1 место
Рабочие часы	7,1	5%
Профессионализм сотрудников	5,8	9%
Транспортная доступность ЦЗН	8,1	4%
Комфортность помещения	8,1	2%
Необходимое количество документов	6,1	8%
Простота процедур	5,9	8%
Срок предоставления услуги	5,8	9%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	6,1	8%
Наличие дополнительных сервисов	8,2	3%
Время ожидания в очереди	7,2	4%
Быстрое решение вопроса	4,8	16%
Наличие желаемого результата	4,8	24%

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Для клиентов из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет» индекс NPS оказался на уровне 13. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 45%. Доля нейтралов – 24%, доля критиков – 32%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)**



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: женщины с детьми от 0 до 6 лет (640 респондентов).

Большинство опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. 65% респондентов из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет» отметили, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, еще 28% возможно обратятся.

**Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)**



Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
30%	35%	28%	5%	2%

БАЗА: женщины с детьми от 0 до 6 лет (640 респондентов).

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет» – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя (57%).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям/ навыкам и возможность предварительной записи на прием.

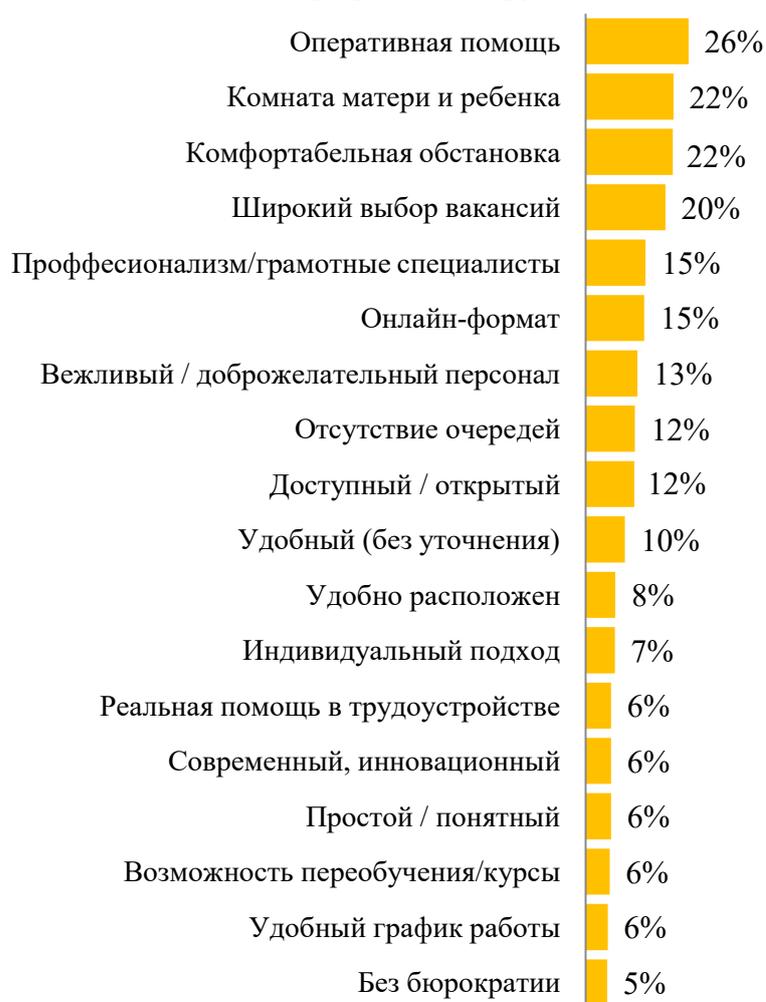


*БАЗА: те, из категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет», кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем обратятся в ЦЗН?» (449 респондентов).*

Подавляющее большинство респондентов высказались о том, каким они хотели бы видеть современный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом только 4% опрошенных респондентов.

Соискатели категории «женщины с детьми от 0 до 6 лет» чаще отмечают, что современный государственный кадровый центр должен предлагать оперативную помощь (26%). Отмечалась также важность наличия комнаты матери и ребенка и комфортабельной обстановки (22% по параметрам).

### Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)



*В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более*

*БАЗА: женщины с детьми от 0 до 6 лет (640 респондентов).*

#### 4.9. Не работающие более года

**Резюме:** Для всех клиентов из категории «не работающих более года» целью обращения в ЦЗН был поиск работы. 40% обращений также были связаны с получением пособия по безработице. Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение.

Опрошенные в целом позитивно оценили опыт обращения в ЦЗН. При этом, максимально высокие оценки выставили 35% опрошенных. Респонденты, которые оценили опыт обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, отмечают, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН. Наиболее высокие оценки удовлетворенности получил параметр «рабочие часы» (78%). Самые низкие (по сравнению с остальными) оценки удовлетворенности у параметра «наличие желаемого результата» (48%).

При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Комфортность помещения и транспортная доступность ЦЗН – наименее важные параметры.

Для клиентов, не работающих более года, индекс NPS оказался на уровне -1. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) меньше доли критиков. Половина опрошенных соискателей отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова - 50%.

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей категории «не работающих более года» – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя (55%) Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям/ навыкам и возможность предварительной записи на прием.

Наиболее частой целью обращения клиентов из категории не работающих более года в ЦЗН является поиск работы. Еще 40% обращений были связаны с получением пособия по безработице.

### С какой целью обращались в ЦЗН за последние пять лет (Q1)



БАЗА: не работающие более года (340 респондентов).

Самый популярный канал коммуникации и взаимодействия с ЦЗН – личное посещение. Данный канал использовали 77% клиентов. Остальные каналы взаимодействия значительно менее популярны.

### Каналы взаимодействия с ЦЗН (S5)



*БАЗА: не работающие более года (340 респондентов).*

Для вопросов, связанных получением актуальной информации о рынке труда, поиском работы и получением пособия по безработице, количество систематических обращений близко к разовым. По остальным вопросам преобладают разовые обращения.

### Частота обращения в ЦЗН по различным вопросам (А1)



<b>Направления деятельности ЦЗН</b>	<b>Среднее количество обращений *</b>
Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	1.2
Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	1.7
Профессиональная ориентация	1.4
Профессиональное обучение и повышение квалификации	1.4
Консультация психолога	1.3
Регистрация в качестве безработного	1.4
Получение справки	2.0
Получение пособия по безработице	2.1
Прохождение перерегистрации в качестве безработного	1.9
Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	1.5
Поиск работы	2.3
Узнать актуальную информацию о рынке труда	2.7
Временное трудоустройство	1.8

*\* Среднее количество обращений было рассчитано по каждому направлению деятельности ЦЗН. Показатель рассчитан как среднее значение между всеми обращениями, которые совершили респонденты.*

Респонденты из категории не работающих более года, которые имели опыт обращения в колл-центр ЦЗН, чаще всего по горячей линии решали вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы и уточняли статус заявления.

### С какой целью обращались в колл-центр (Q9)



*БАЗА: респонденты, не работающие более года, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (21 респондентов).*

Все респонденты из категории не работающих более года, которые пользовались услугами колл-центров, остались удовлетворены опытом обращения. 48% опрошенных полностью или скорее удовлетворены, и еще 43% остались частично удовлетворены.

### Удовлетворенность опытом обращения в колл-центр ЦЗН (Q10)



*Для ответа использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: респонденты, не работающие более года, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр (21 респондент).*

Среди респондентов, которые обращались в колл-центры ЦЗН и выставили не максимальный балл в оценке удовлетворенности опытом обращения, говоря о том, чем они остались недовольны, чаще сообщали о частом переключении специалистов и о том, что было трудно дозвониться.

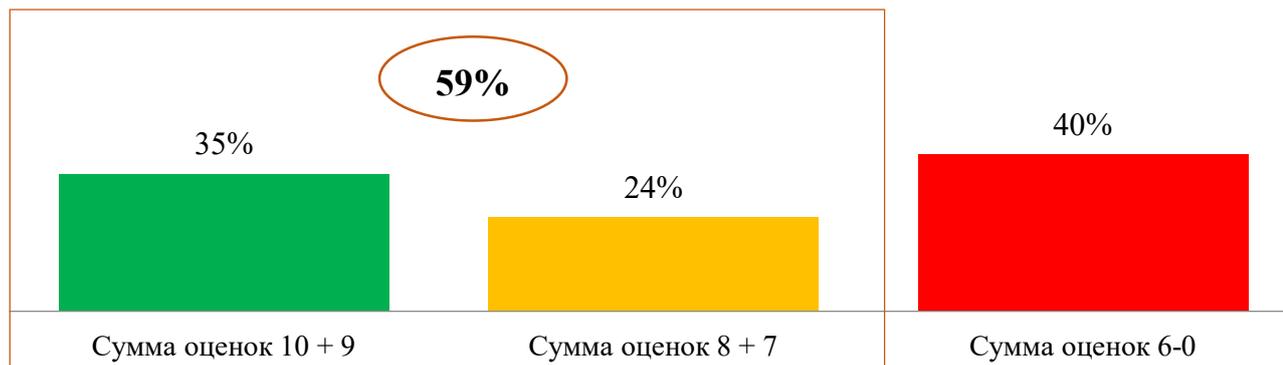
### Чем остались недовольны после обращения в колл-центр ЦЗН (Q11)



*БАЗА: респонденты, не работающие более года, которые обращались в ЦЗН через обращение в колл-центр и выставили оценку от 1 до 3 в оценке удовлетворенности (11 респондентов).*

Оценивая свой опыт обращения в Центры занятости населения, соискатели среди не работающих более года отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. В целом, большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН. Максимально высокие оценки выставили 35% опрошенных, еще 24% выставили оценки 7 и 8 баллов, по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



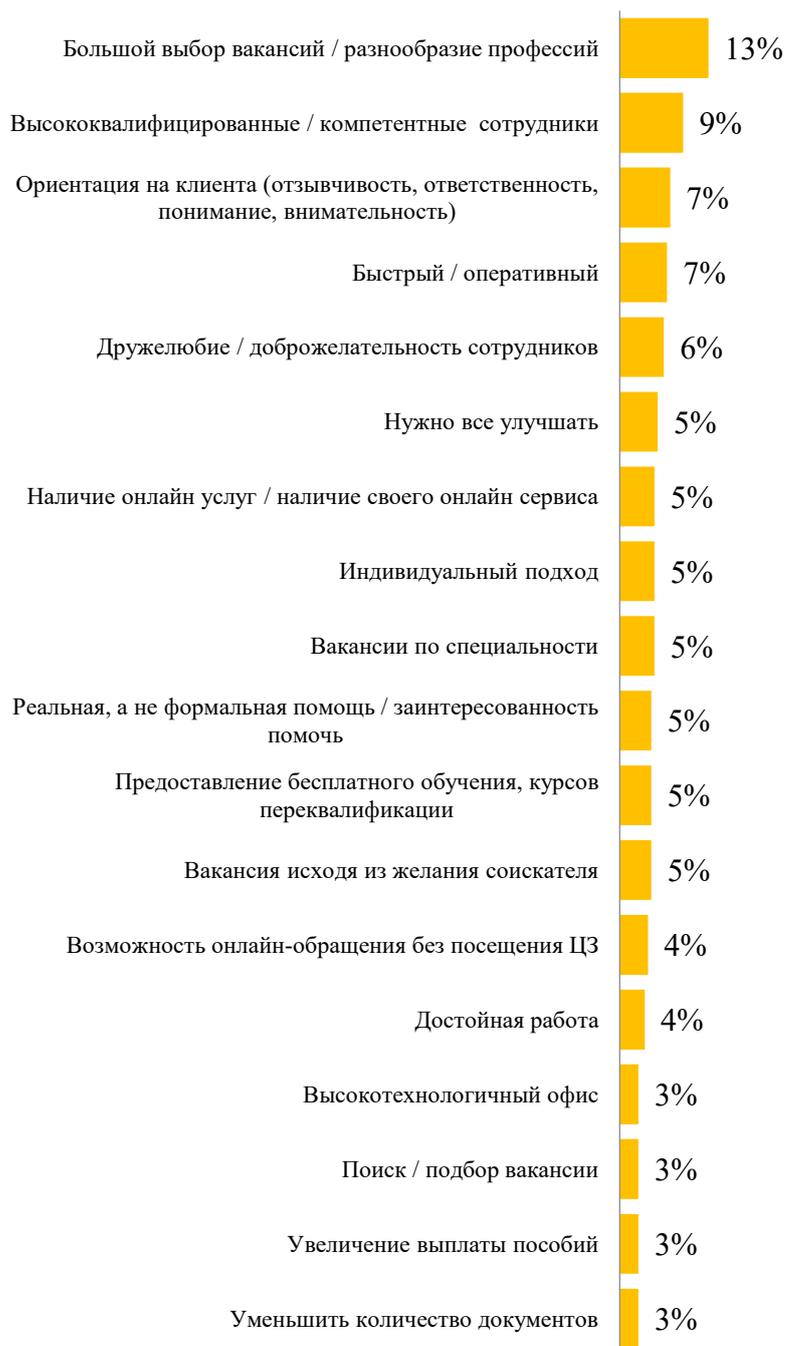
Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: не работающие более года (340 респондентов).

Респондентам, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше, был задан дополнительный вопрос относительно того, что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН.

Чаще всего опрошенные высказывались о том, что хотели бы видеть более широкий выбор вакансий и разнообразие профессий, предлагаемых в ЦЗН.

## Что необходимо улучшить / изменить в работе ЦЗН (Q7)



*БАЗА: респонденты, не работающие более года, которые оценили общую удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН на 8 баллов и меньше (220 респондентов).*

Помимо общей оценки удовлетворенности, соискателям предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

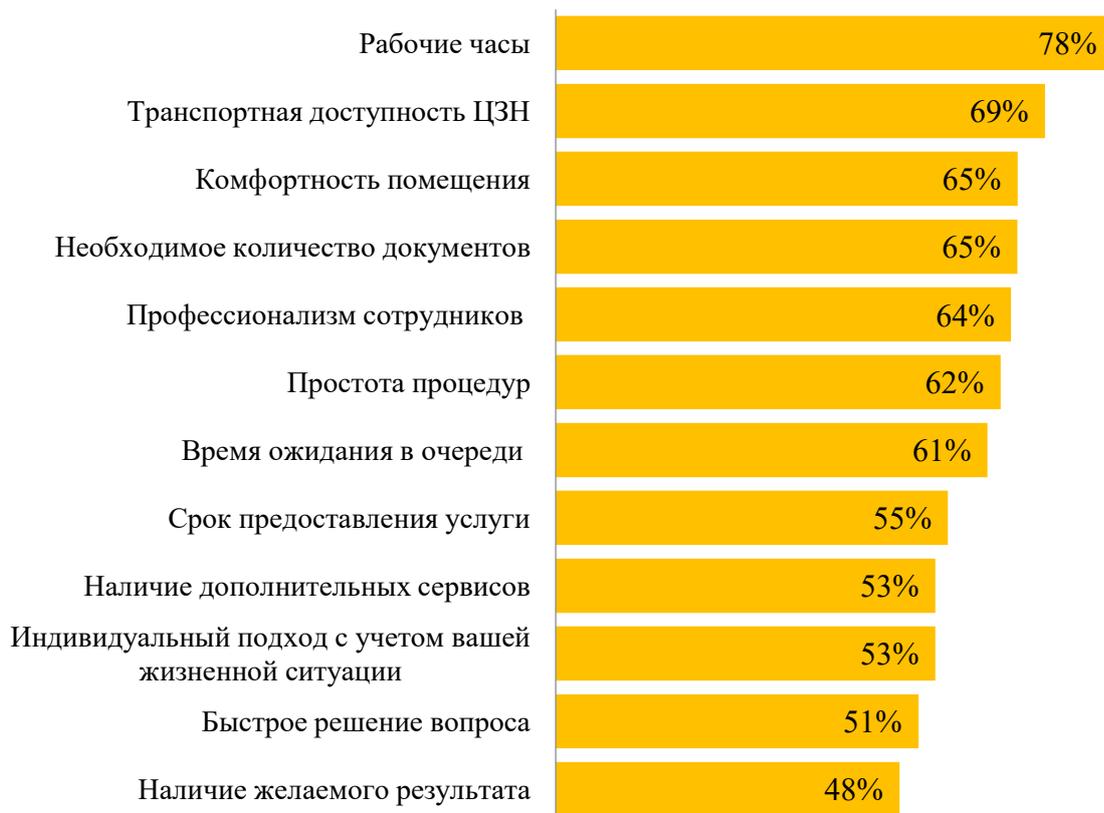
Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как рабочие часы (78%), транспортная доступность ЦЗН (69%), комфортность помещения и необходимое количество документов (65% по параметрам).

Самые низкие (по сравнению с остальными) оценки удовлетворенности у параметра - наличие желаемого результата (48%).

*Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 -*

### **Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)**

*На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).*



*Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: не работающие более года (340 респондентов).*

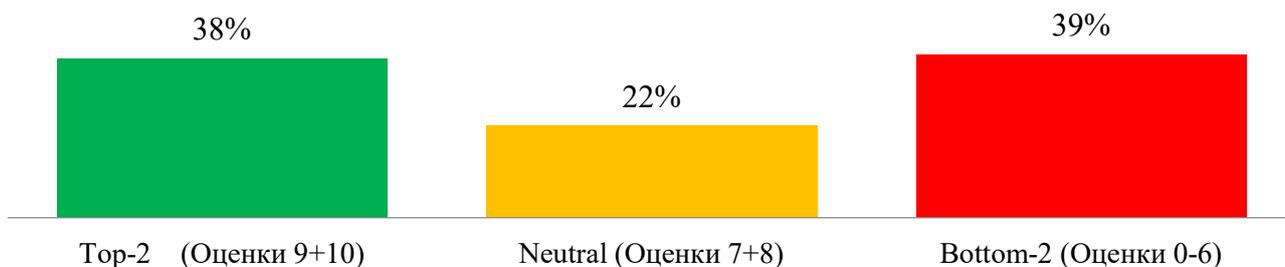
При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата и быстрое решение вопроса. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место. Последние места заняли комфортность помещения и транспортная доступность ЦЗН – это наименее важные параметры.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем по выборке *	Доля выбора данного параметра на 1 место
Рабочие часы	7,4	6%
Транспортная доступность ЦЗН	8,1	3%
Комфортность помещения	8,1	4%
Необходимое количество документов	6,2	4%
Профессионализм сотрудников	6,1	6%
Простота процедур	5,8	11%
Время ожидания в очереди	7,2	4%
Срок предоставления услуги	5,3	11%
Наличие дополнительных сервисов	8,1	3%
Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	6,1	7%
Быстрое решение вопроса	4,7	18%
Наличие желаемого результата	4,8	23%

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Для клиентов, не работающих более года индекс NPS оказался на уровне -1. Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) меньше доли критиков, и составила 38%. Доля нейтралов – 22%, доля критиков – 39%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим друзьям / родственникам / знакомым? (Q8)**



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: не работающие более года (340 респондентов).

Большинство опрошенных соискателей отмечают, что обратятся в ЦЗН снова. 50% респондентов из категории не работающих более года отметили, что точно или скорее обратятся в будущем в Центр занятости населения, еще 36% возможно обратятся.

**Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН? (Q12)**



Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
25%	25%	36%	11%	4%

БАЗА: не работающие более года (340 респондентов).

Наиболее частый ответ, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН в глазах соискателей категории не работающих более года – это подбор работы, исходя из пожеланий соискателя (55%).

Повысить привлекательность ЦЗН для будущего обращения могут также бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям/ навыкам и возможность предварительной записи на прием.



*БАЗА: те, из не работающих более года, кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем обратятся в ЦЗН?» (255 респондентов).*

Большинство респондентов высказались о том, каким они хотели бы видеть современный государственный кадровый центр. Затруднились с ответом 18% опрошенных респондентов.

Соискатели категории не работающих более года чаще отмечают, что современный государственный кадровый центр должен предлагать широкий выбор вакансий (20%). Отмечалась также важность онлайн-формата, оперативной помощи, грамотных специалистов и открытости в работе ЦЗН.

### Каким должен быть современный кадровый государственный центр (профильные группы)? (Q14)



*В диаграмме представлены варианты ответов, набравшие 5% и более*

*БАЗА: не работающие более года (340 респондентов).*

## 5. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 3, РАБОТОДАТЕЛИ (КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ ЭТАП ОПРОСА)

### Опыт взаимодействия организаций с Центром занятости населения

Наиболее частой причиной обращения организаций в ЦЗН является подбор необходимых работников на постоянную или срочную работу. Работодатели взаимодействуют с ЦЗН преимущественно путем личного посещения или по электронной почте.

### Оценка удовлетворенности опытом обращения в Центр занятости населения

**В целом большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН.** Максимально высокие оценки выставили более половины опрошенных (53%), еще 26% выставили оценки 7 и 8 баллов по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как профессионализм сотрудников, доступная и понятная информация, график работы с клиентами и транспортная доступность ЦЗН. Другие параметры также имеют высокие оценки. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности оказался у такого параметра, как наличие дополнительных сервисов.

Оценивая степень важности параметров работы ЦЗН, на первые места респондентами были вынесены наличие желаемого результата, быстрое решение вопроса и скорость реагирования на обращение. Таким образом, респондентам в первую очередь важна оперативность работы и скорость реагирования и решения вопросов. Наименее важные параметры описывают второстепенные параметры, относящиеся к комфорту и условиям обращения: транспортная доступность ЦЗН и комфортность помещения.

### Лояльность организаций к Центрам занятости населения

Уровень лояльности к Центрам занятости оценивался с помощью индекса NPS – показателя готовности рекомендовать своему социальному окружению сотрудничество с ЦЗН. Данный индекс показывает разницу между промоутерами (готовыми рекомендовать) и критиками (имеющие низкую готовность рекомендовать). **Индекс NPS находится на уровне 38.** Это достаточно хороший показатель уровня лояльности.

Также подавляющее большинство опрошенных представителей организаций отмечают, что с высокой вероятностью в будущем обратятся в ЦЗН снова.

Поднять привлекательность Центра занятости населения как организации, в которую респонденты будут точно готовы обратиться для решения проблем кадрового обеспечения, поможет, по мнению респондентов, широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными.

## АНАЛИЗ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ: РАБОТОДАТЕЛИ (КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ ЭТАП ОПРОСА, АНКЕТИРОВАНИЕ)

### 3.1. Опыт взаимодействия организаций с Центром занятости населения

Наиболее частой целью обращения предприятий и организаций в ЦЗН является подбор необходимых работников на постоянную или срочную работу – 88%. Еще 11% обращений были связаны с трудоустройством инвалидов на квотируемые рабочие места и 10% - с организацией временного трудоустройства безработных. Доля других целей обращений составляет менее 10%.

#### Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН? (Q1)



БАЗА: все опрошенные (451 респондент).

Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная) *	Частная российская
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН? (Q1)</b>				
Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу	<b>88%</b>	87%	64%	90%
Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места	<b>11%</b>	14%	7%	10%
Организация временного трудоустройства безработных	<b>10%</b>	10%	29%	10%
Получить помощь в составлении профиля вакансии	<b>6%</b>	7%	0%	6%
С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации и сотрудников	<b>6%</b>	10%	14%	3%
Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)	<b>5%</b>	<b>10%</b>	7%	3%
Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время	<b>5%</b>	5%	7%	5%
Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;	<b>3%</b>	<b>7%</b>	7%	1%
Получить помощь в проведении собеседований	<b>3%</b>	2%	7%	3%
Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов	<b>3%</b>	2%	7%	3%
Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности	<b>3%</b>	4%	0%	2%
Организация проведения оплачиваемых общественных работ	<b>2%</b>	<b>6%</b>	0%	1%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН? (Q1)</b>				
Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу	<b>88%</b>	87%	88%	89%
Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места	<b>11%</b>	6%	16%	11%
Организация временного трудоустройства безработных	<b>10%</b>	5%	14%	11%
Получить помощь в составлении профиля вакансии	<b>6%</b>	7%	9%	3%
С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации и сотрудников	<b>6%</b>	3%	6%	9%
Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)	<b>5%</b>	3%	8%	4%
Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время	<b>5%</b>	5%	5%	5%
Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;	<b>3%</b>	2%	5%	2%
Получить помощь в проведении собеседований	<b>3%</b>	3%	3%	3%
Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов	<b>3%</b>	1%	1%	<b>7%</b>
Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности	<b>3%</b>	2%	3%	3%
Организация проведения оплачиваемых общественных работ	<b>2%</b>	1%	4%	1%

Размер организации	В целом по выборке	До 15 человек	От 16 до 100 человек	От 101 до 250 человек	Более 250 человек
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН? (Q1)</b>					
Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу	<b>88%</b>	85%	87%	89%	95%
Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места	<b>11%</b>	<b>4%</b>	11%	<b>19%</b>	13%
Организация временного трудоустройства безработных	<b>10%</b>	11%	11%	9%	8%
Получить помощь в составлении профиля вакансии	<b>6%</b>	6%	7%	7%	5%
С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации сотрудников	<b>6%</b>	<b>1%</b>	7%	4%	11%
Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)	<b>5%</b>	<b>0%</b>	4%	<b>12%</b>	9%
Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время	<b>5%</b>	6%	5%	5%	2%
Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;	<b>3%</b>	1%	2%	<b>8%</b>	3%
Получить помощь в проведении собеседований	<b>3%</b>	3%	4%	3%	2%
Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов	<b>3%</b>	5%	3%	3%	0%
Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности	<b>3%</b>	0%	3%	4%	3%
Организация проведения оплачиваемых общественных работ	<b>2%</b>	0%	2%	3%	6%

Отрасль	В целом по выборке	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	Добыча полезных ископаемых*	Обрабатывающие производства	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха*	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений*
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН? (Q1)</b> <b>НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ</b>						
Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу	<b>88%</b>	88%	100%	95%	67%	88%
Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места	<b>11%</b>	9%	0%	13%	67%	0%
Организация временного трудоустройства безработных	<b>10%</b>	<b>32%</b>	0%	8%	0%	25%
Получить помощь в составлении профиля вакансии	<b>6%</b>	6%	0%	8%	0%	0%
С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации сотрудников	<b>6%</b>	3%	0%	5%	0%	0%
Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)	<b>5%</b>	0%	0%	8%	0%	0%
Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время	<b>5%</b>	6%	0%	8%	0%	0%
Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;	<b>3%</b>	0%	0%	<b>10%</b>	0%	13%
Получить помощь в проведении собеседований	<b>3%</b>	0%	0%	3%	0%	0%
Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов	<b>3%</b>	3%	0%	5%	0%	0%
Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности	<b>3%</b>	0%	0%	3%	0%	13%
Организация проведения оплачиваемых общественных работ	<b>2%</b>	0%	2%	3%	6%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Строительство	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	Транспортировка и хранение*	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания*	Деятельность в области информации и связи*
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН? (Q1)</b> <b>ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ</b>						
Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу	<b>88%</b>	88%	90%	89%	80%	80%
Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места	<b>11%</b>	9%	8%	11%	7%	20%
Организация временного трудоустройства безработных	<b>10%</b>	19%	<b>2%</b>	6%	13%	0%
Получить помощь в составлении профиля вакансии	<b>6%</b>	6%	6%	11%	13%	20%
С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации сотрудников	<b>6%</b>	9%	3%	11%	7%	0%
Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)	<b>5%</b>	6%	0%	6%	0%	0%
Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время	<b>5%</b>	6%	5%	6%	7%	0%
Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;	<b>3%</b>	3%	0%	0%	0%	0%
Получить помощь в проведении собеседований	<b>3%</b>	6%	2%	6%	7%	20%
Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов	<b>3%</b>	3%	6%	0%	0%	0%
Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности	<b>3%</b>	6%	2%	6%	0%	0%
Организация проведения оплачиваемых общественных работ	<b>2%</b>	0%	0%	0%	0%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Деятельность финансовая и страховая*	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом*	Деятельность профессиональная, научная и техническая*	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги*	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение*
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН? (Q1)</b> <b>ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ</b>						
Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу	<b>88%</b>	91%	77%	50%	75%	100%
Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места	<b>11%</b>	0%	0%	0%	13%	67%
Организация временного трудоустройства безработных	<b>10%</b>	0%	8%	0%	25%	0%
Получить помощь в составлении профиля вакансии	<b>6%</b>	0%	8%	0%	0%	0%
С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации сотрудников	<b>6%</b>	9%	8%	50%	13%	33%
Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)	<b>5%</b>	0%	8%	50%	0%	0%
Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время	<b>5%</b>	0%	0%	0%	0%	0%
Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;	<b>3%</b>	9%	8%	0%	0%	0%
Получить помощь в проведении собеседований	<b>3%</b>	0%	8%	0%	0%	0%
Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов	<b>3%</b>	9%	0%	0%	13%	0%
Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности	<b>3%</b>	0%	0%	0%	0%	33%
Организация проведения оплачиваемых общественных работ	<b>2%</b>	0%	8%	0%	0%	0%

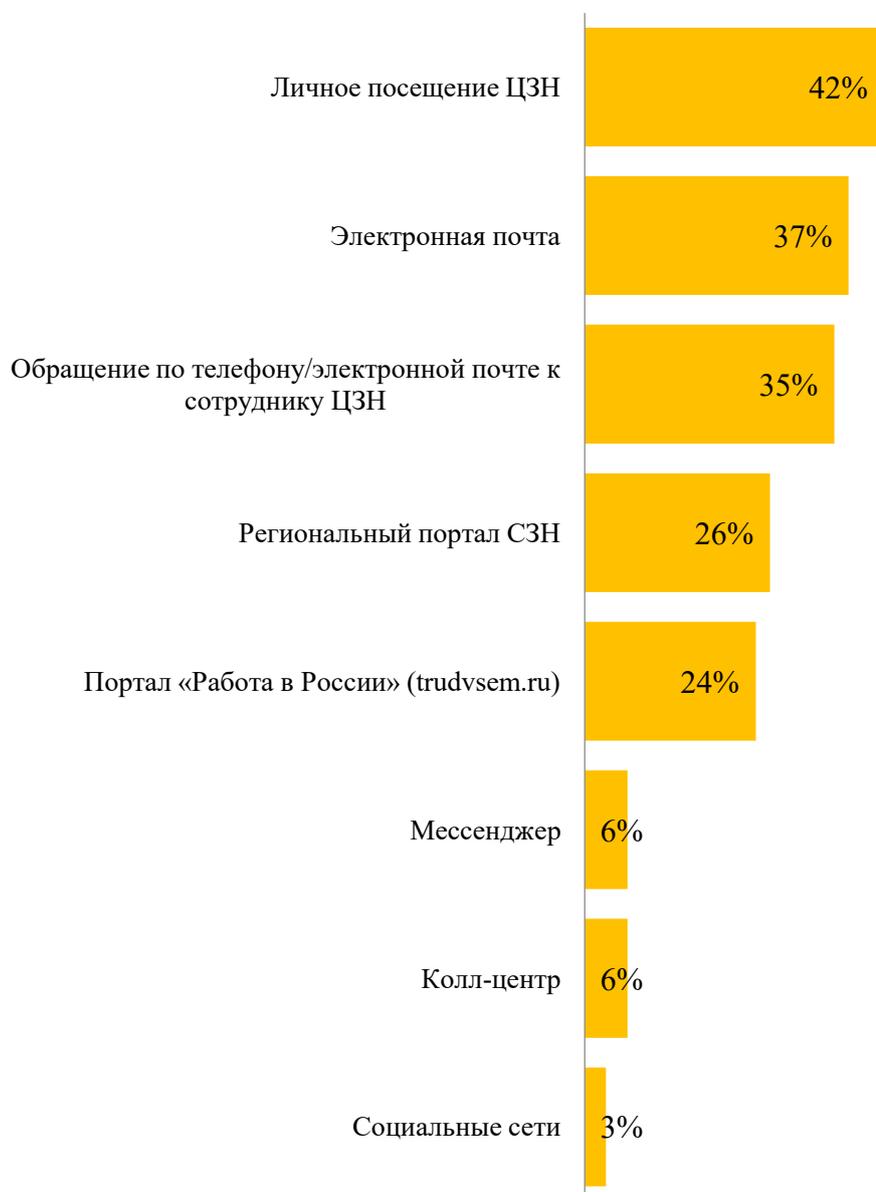
\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Образование	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений*	Предоставление прочих видов услуг	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству*
<b>Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН? (Q1)</b> <b>ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ</b>						
Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу	<b>88%</b>	90%	90%	85%	90%	0%
Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места	<b>11%</b>	<b>21%</b>	13%	8%	5%	0%
Организация временного трудоустройства безработных	<b>10%</b>	10%	10%	0%	15%	50%
Получить помощь в составлении профиля вакансии	<b>6%</b>	10%	13%	0%	5%	0%
С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации сотрудников	<b>6%</b>	8%	13%	0%	0%	0%
Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)	<b>5%</b>	<b>15%</b>	<b>13%</b>	8%	3%	0%
Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время	<b>5%</b>	4%	5%	0%	10%	0%
Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;	<b>3%</b>	8%	3%	0%	0%	0%
Получить помощь в проведении собеседований	<b>3%</b>	8%	3%	0%	3%	0%
Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов	<b>3%</b>	2%	0%	0%	3%	0%
Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности	<b>3%</b>	2%	3%	8%	3%	50%
Организация проведения оплачиваемых общественных работ	<b>2%</b>	2%	3%	0%	3%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Работодатели, которые взаимодействовали с ЦЗН, делали это преимущественно путем личного посещения центра (42%). 37% работодателей взаимодействовали с Центром занятости по электронной почте и 35% взаимодействовали конкретно с сотрудником ЦЗН по телефону или электронной почте.

### Каким образом Вы взаимодействовали с Центром занятости населения? (S5)



БАЗА: все опрошенные (451 респондент).

Среди респондентов, которые представляли государственные и муниципальные организации, наблюдается большая доля тех, кто взаимодействовал с ЦЗН по электронной почте, а представители частных организаций в большей степени - личным посещением центра.

Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная) *	Частная российская
<b>Каким образом Вы взаимодействовали с ЦЗН? (S5)</b>				
Личное посещение ЦЗН	42%	24%	50%	50%
Электронная почта	37%	48%	21%	32%
Обращение по телефону/электронной почте к сотруднику ЦЗН	35%	31%	64%	35%
Региональный портал СЗН	26%	28%	21%	25%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	24%	27%	7%	23%
Мессенджер	6%	6%	7%	6%
Колл-центр	6%	6%	7%	5%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Форма собственности организации	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Каким образом Вы взаимодействовали с ЦЗН? (S5)</b>				
Личное посещение ЦЗН	42%	32%	42%	51%
Электронная почта	37%	40%	33%	36%
Обращение по телефону/электронной почте к сотруднику ЦЗН	35%	26%	39%	39%
Региональный портал СЗН	26%	25%	28%	25%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	24%	30%	15%	27%
Мессенджер	6%	6%	3%	9%
Колл-центр	6%	4%	3%	10%

В организациях размером до 15 человек, основным способом взаимодействия с ЦЗН является личное посещение, в то время как у более крупных организаций значимо более высокие проценты получило взаимодействие по электронной почте.

Размер организации	В целом по выборке	До 15 человек	От 16 до 100 человек	От 101 до 250 человек	Более 250 человек
<b>Каким образом Вы взаимодействовали с ЦЗН? (S5)</b>					
Личное посещение ЦЗН	<b>42%</b>	<b>57%</b>	38%	41%	<b>28%</b>
Электронная почта	<b>37%</b>	<b>17%</b>	37%	<b>51%</b>	<b>52%</b>
Обращение по телефону/электронной почте к сотруднику ЦЗН	<b>35%</b>	34%	37%	31%	33%
Региональный портал СЗН	<b>26%</b>	<b>13%</b>	31%	25%	30%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	<b>24%</b>	27%	23%	20%	30%
Мессенджер	<b>6%</b>	7%	5%	9%	6%
Колл-центр	<b>6%</b>	2%	8%	7%	2%

Отрасль	В целом по выборке	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	Добыча полезных ископаемых*	Обрабатывающие производства	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха*	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений*
<b>Каким образом Вы взаимодействовали с ЦЗН? (S5)</b>						
НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ						
Личное посещение ЦЗН	<b>42%</b>	<b>62%</b>	0%	<b>67%</b>	0%	38%
Электронная почта	<b>37%</b>	<b>15%</b>	0%	41%	67%	25%
Обращение по телефону/электронной почте к сотруднику ЦЗН	<b>35%</b>	44%	100%	31%	0%	38%
Региональный портал СЗН	<b>26%</b>	18%	0%	<b>51%</b>	33%	50%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	<b>24%</b>	<b>9%</b>	100%	18%	0%	38%
Мессенджер	<b>6%</b>	0%	0%	5%	0%	25%
Колл-центр	<b>6%</b>	0%	0%	5%	0%	13%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Строительство	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	Транспортировка и хранение*	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания*	Деятельность в области информации и связи*
<b>Каким образом Вы взаимодействовали с ЦЗН? (S5)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Личное посещение ЦЗН	<b>42%</b>	31%	<b>58%</b>	56%	60%	60%
Электронная почта	<b>37%</b>	31%	32%	44%	33%	40%
Обращение по телефону/электронной почте к сотруднику ЦЗН	<b>35%</b>	34%	32%	28%	20%	60%
Региональный портал СЗН	<b>26%</b>	19%	18%	17%	40%	20%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	<b>24%</b>	25%	18%	22%	20%	0%
Мессенджер	<b>6%</b>	<b>25%</b>	5%	11%	0%	20%
Колл-центр	<b>6%</b>	<b>22%</b>	<b>0%</b>	11%	0%	20%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Деятельность финансовая и страховая*	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом*	Деятельность профессиональная, научная и техническая*	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги*	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение*
<b>Каким образом Вы взаимодействовали с ЦЗН? (S5)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Личное посещение ЦЗН	<b>42%</b>	36%	54%	50%	38%	33%
Электронная почта	<b>37%</b>	27%	0%	0%	50%	67%
Обращение по телефону/электронной почте к сотруднику ЦЗН	<b>35%</b>	27%	46%	50%	13%	0%
Региональный портал СЗН	<b>26%</b>	18%	31%	0%	38%	0%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	<b>24%</b>	36%	31%	0%	25%	33%
Мессенджер	<b>6%</b>	0%	0%	0%	0%	33%
Колл-центр	<b>6%</b>	9%	0%	0%	0%	33%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Образование	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений*	Предоставление прочих видов услуг	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству*
<b>Каким образом Вы взаимодействовали с ЦЗН? (S5)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Личное посещение ЦЗН	<b>42%</b>	<b>21%</b>	30%	15%	48%	50%
Электронная почта	<b>37%</b>	35%	33%	85%	38%	50%
Обращение по телефону/электронной почте к сотруднику ЦЗН	<b>35%</b>	38%	30%	54%	43%	0%
Региональный портал СЗН	<b>26%</b>	25%	40%	8%	28%	0%
Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	<b>24%</b>	27%	23%	23%	33%	0%
Мессенджер	<b>6%</b>	4%	5%	0%	10%	0%
Колл-центр	<b>6%</b>	8%	8%	8%	3%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Помимо общих целей обращения в центр занятости изучались цели обращения в колл-центр ЦЗН. Наиболее частыми причинами обращения предприятий и организаций в колл-центр ЦЗН являются уточнение по пакету документов для получения услуг (44%) и вопросы по процессу подачи заявления на содействие в поиске сотрудников (40%).

Данные представлены только в целом по выборке, так как выборка в отдельных группах предельно мала для анализа.

**Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в колл-центр ЦЗН? (Q9)\***



\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

БАЗА: респонденты, обратившиеся в ЦЗН через колл-центр (25 респондентов).

### 3.2. Оценка удовлетворенности опытом обращения в Центр занятости населения

Оценивая свой опыт обращения в Центры занятости населения, представители работодателей регионов отвечали на вопрос, касающийся удовлетворенности в целом. По результатам исследования, в целом **большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН**. Максимально высокие оценки выставили более половины опрошенных (53%), еще 26% выставили оценки 7 и 8 баллов по шкале от 0 до 10 в оценке удовлетворенности.

#### Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

БАЗА: все опрошенные (451 респондент).

Представители государственных / муниципальных и смешанных компаний ставили более высокие оценки удовлетворенности, чем представители частных компаний.

Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная)*	Частная российская
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b>				
Сумма оценок 9+10	<b>53%</b>	61%	64%	48%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	26%	21%	27%
Сумма оценок 0-6	<b>21%</b>	<b>13%</b>	14%	25%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Предприятия региона, испытывающие определенные кадровые риски, чаще остальных выставляли более низкие оценки по показателю удовлетворенности опытом обращения в Центры занятости населения.

Тип предприятия	В целом по выборке	Предприятия малого бизнеса	Системообразующие предприятия / крупный бизнес*	Предприятия, испытывающие кадровые риски
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b>				
Сумма оценок 9+10	<b>53%</b>	53%	46%	46%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	26%	23%	26%
Сумма оценок 0-6	<b>21%</b>	21%	31%	<b>28%</b>

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b>				
Сумма оценок 9+10	<b>53%</b>	56%	55%	47%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	22%	27%	30%
Сумма оценок 0-6	<b>21%</b>	22%	19%	23%

В зависимости от численности компании / предприятия существуют отличия в оценках удовлетворенности опытом обращения в Центры занятости населения. Представители крупных компаний чаще высказывали позитивные оценки.

Численность предприятия	В целом по выборке	До 15 человек	От 16 до 100 человек	От 101 до 250 человек	Более 250 человек
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b>					
Сумма оценок 9+10	<b>53%</b>	46%	52%	<b>61%</b>	55%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	30%	29%	23%	<b>16%</b>
Сумма оценок 0-6	<b>21%</b>	25%	18%	<b>16%</b>	30%

Отрасль	В целом по выборке	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	Добыча полезных ископаемых*	Обрабатывающие производства	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха*	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений*
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b> <b>НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ</b>						
Сумма оценок 9+10	<b>53%</b>	53%	100%	51%	67%	13%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	18%	0%	31%	0%	75%
Сумма оценок 0-6	<b>21%</b>	29%	0%	18%	33%	13%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Строительство	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	Транспортировка и хранение*	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания*	Деятельность в области информации и связи*
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b> <b>ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ</b>						
Сумма оценок 9+10	<b>53%</b>	38%	48%	50%	33%	60%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	25%	31%	39%	27%	20%
Сумма оценок 0-6	<b>21%</b>	<b>38%</b>	21%	11%	40%	20%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Деятельность финансовая и страховая*	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом*	Деятельность профессиональная, научная и техническая*	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги*	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение*
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b> <b>ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ</b>						
Сумма оценок 9+10	<b>53%</b>	36%	46%	50%	63%	33%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	27%	46%	50%	25%	33%
Сумма оценок 0-6	<b>21%</b>	36%	8%	0%	13%	33%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Образование	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений*	Предоставление прочих видов услуг	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству*
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b> <b>ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ</b>						
Сумма оценок 9+10	<b>53%</b>	<b>73%</b>	55%	69%	50%	100%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	19%	25%	15%	25%	0%
Сумма оценок 0-6	<b>21%</b>	<b>8%</b>	20%	15%	25%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Наиболее высокая оценка наблюдается среди работодателей Свердловской области, где нет низких оценок (0-6), а наименее положительные оценки – в Рязанской области.

Область / край / республика	В целом по выборке	Белгородская	Краснодарский край	Нижегородская	Башкортостан	Рязанская	Самарская	Саратовская	Свердловская	Ставропольский край
<b>Удовлетворенность опытом обращения в Центр занятости населения (Q6)</b>										
Сумма оценок 9+10	<b>53%</b>	58%	58%	46%	46%	35%	44%	60%	<b>74%</b>	58%
Сумма оценок 7+8	<b>26%</b>	20%	24%	30%	32%	<b>35%</b>	24%	24%	26%	20%
Сумма оценок 0-6	<b>21%</b>	22%	18%	24%	22%	29%	32%	<b>16%</b>	-	22%

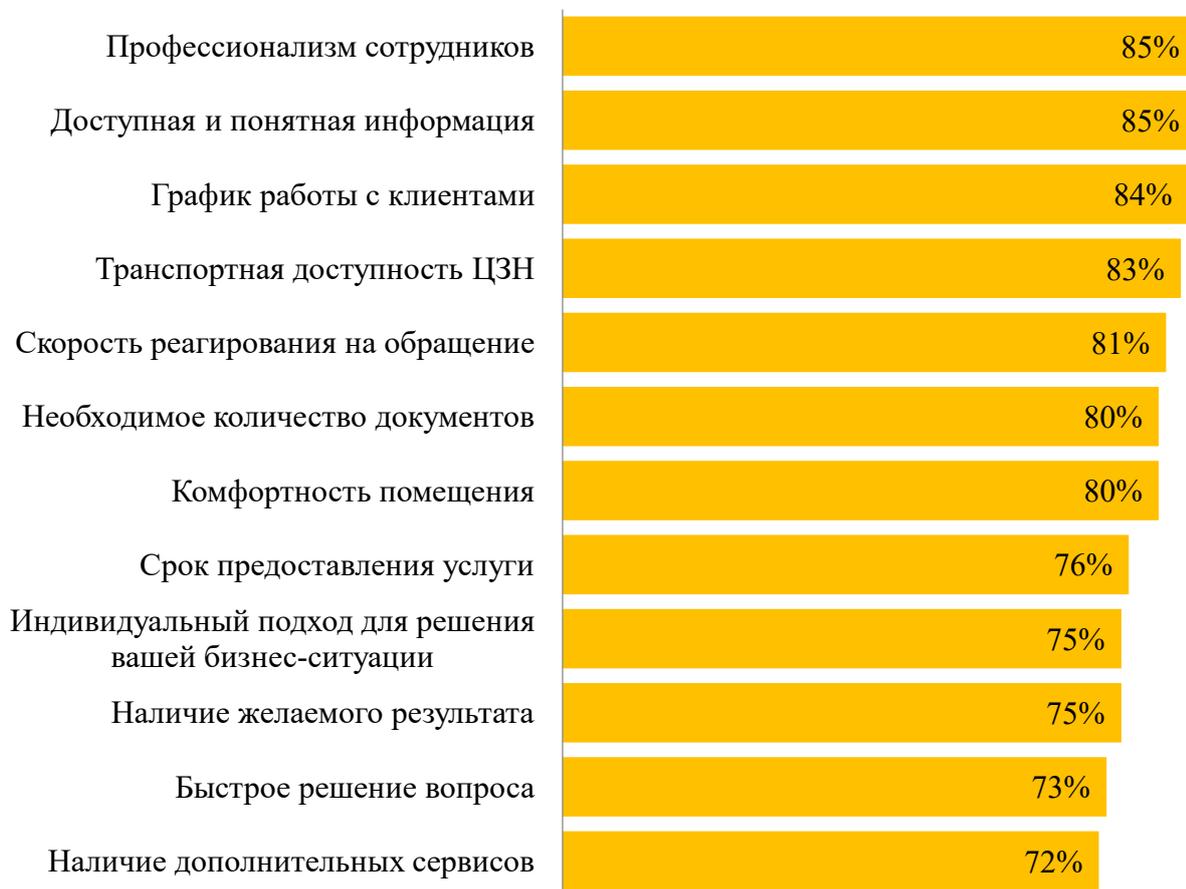
Помимо общей оценки удовлетворенности, представителям работодателей предлагалось оценить отдельные параметры работы ЦЗН.

Следует отметить, что по всем изучаемым в исследовании отдельным параметрам работы ЦЗН был зафиксирован высокий показатель удовлетворенности.

Наиболее высокие оценки удовлетворенности получили такие параметры работы, как профессионализм сотрудников (85%), доступная и понятная информация (85%), график работы с клиентами (84%) и транспортная доступность ЦЗН (83%). Другие параметры также имеют высокие оценки. Самый низкий (по сравнению с остальными) уровень удовлетворенности оказался у такого параметра, как наличие дополнительных сервисов (72%).

### **Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)**

*На диаграмме представлено распределение оценок Полностью удовлетворен(а) + Скорее удовлетворен(а).*



*Для оценки параметров использовалась 5-балльная шкала, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

*БАЗА: все опрошенные (451 респондент).*

В зависимости от формы собственности компании, оценки удовлетворенности имеют распределение, схожее с оценками в целом. Однако среди государственных / муниципальных организаций наблюдаются более высокие показатели по всем параметрам, в отличие от частных организаций, оценки удовлетворенности которых в целом более низкие по большинству параметров.

Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная) *	Частная российская
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен (a)</i>				
Профессионализм сотрудников	85%	93%	86%	82%
Доступная и понятная информация	85%	96%	100%	79%
График работы с клиентами	84%	92%	93%	80%
Транспортная доступность ЦЗН	83%	91%	86%	79%
Скорость реагирования на обращение	81%	87%	79%	79%
Необходимое количество документов	80%	90%	86%	75%
Комфортность помещения	80%	85%	79%	77%
Срок предоставления услуги	76%	84%	79%	73%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	75%	84%	79%	71%
Наличие желаемого результата	75%	79%	79%	73%
Быстрое решение вопроса	73%	81%	71%	70%
Наличие дополнительных сервисов	72%	83%	64%	67%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

В зависимости от типа опрашиваемого предприятия, оценки удовлетворенности имеют распределение схожее с оценками в целом.

Тип предприятия	В целом по выборке	Предприятия малого бизнеса	Системообразующие предприятия / крупный бизнес*	Предприятия, испытывающие кадровые риски
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b>				
<i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен (a)</i>				
Профессионализм сотрудников	<b>85%</b>	86%	77%	81%
Доступная и понятная информация	<b>85%</b>	84%	92%	81%
График работы с клиентами	<b>84%</b>	84%	77%	78%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>83%</b>	82%	92%	84%
Скорость реагирования на обращение	<b>81%</b>	82%	77%	75%
Необходимое количество документов	<b>80%</b>	80%	77%	76%
Комфортность помещения	<b>80%</b>	79%	77%	<b>72%</b>
Срок предоставления услуги	<b>76%</b>	77%	69%	71%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>75%</b>	76%	85%	71%
Наличие желаемого результата	<b>75%</b>	75%	69%	68%
Быстрое решение вопроса	<b>73%</b>	73%	77%	69%
Наличие дополнительных сервисов	<b>72%</b>	72%	85%	<b>64%</b>

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен (a)</i>				
Профессионализм сотрудников	<b>85%</b>	85%	89%	82%
Доступная и понятная информация	<b>85%</b>	85%	89%	81%
График работы с клиентами	<b>84%</b>	87%	90%	<b>75%</b>
Транспортная доступность ЦЗН	<b>83%</b>	81%	89%	79%
Скорость реагирования на обращение	<b>81%</b>	81%	85%	77%
Необходимое количество документов	<b>80%</b>	79%	86%	74%
Комфортность помещения	<b>80%</b>	86%	78%	75%
Срок предоставления услуги	<b>76%</b>	79%	78%	72%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>75%</b>	77%	<b>84%</b>	<b>65%</b>
Наличие желаемого результата	<b>75%</b>	79%	73%	72%
Быстрое решение вопроса	<b>73%</b>	74%	80%	65%
Наличие дополнительных сервисов	<b>72%</b>	75%	75%	65%

Размер организации	В целом по выборке	До 15 человек	От 16 до 100 человек	От 101 до 250 человек	Более 250 человек
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен (a)</i>					
Профессионализм сотрудников	<b>85%</b>	<b>76%</b>	89%	87%	86%
Доступная и понятная информация	<b>85%</b>	<b>73%</b>	87%	91%	91%
График работы с клиентами	<b>84%</b>	76%	85%	89%	91%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>83%</b>	78%	83%	85%	89%
Скорость реагирования на обращение	<b>81%</b>	76%	85%	81%	80%
Необходимое количество документов	<b>80%</b>	76%	80%	81%	83%
Комфортность помещения	<b>80%</b>	<b>64%</b>	83%	87%	86%
Срок предоставления услуги	<b>76%</b>	72%	79%	77%	73%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>75%</b>	72%	77%	75%	75%
Наличие желаемого результата	<b>75%</b>	71%	79%	73%	69%
Быстрое решение вопроса	<b>73%</b>	70%	77%	71%	67%
Наличие дополнительных сервисов	<b>72%</b>	64%	71%	75%	<b>84%</b>

Отрасль	В целом по выборке	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	Добыча полезных ископаемых*	Обрабатывающие производства	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха*	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений*
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b>						
<i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен (a)</i>						
НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ						
Профессионализм сотрудников	<b>85%</b>	82%	100%	87%	100%	75%
Доступная и понятная информация	<b>85%</b>	88%	100%	82%	100%	88%
График работы с клиентами	<b>84%</b>	79%	100%	87%	100%	75%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>83%</b>	85%	100%	79%	67%	75%
Скорость реагирования на обращение	<b>81%</b>	79%	100%	82%	100%	50%
Необходимое количество документов	<b>80%</b>	85%	100%	74%	100%	88%
Комфортность помещения	<b>80%</b>	79%	100%	87%	100%	88%
Срок предоставления услуги	<b>76%</b>	74%	100%	69%	67%	63%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>75%</b>	79%	100%	77%	67%	50%
Наличие желаемого результата	<b>75%</b>	76%	100%	79%	67%	50%
Быстрое решение вопроса	<b>73%</b>	74%	100%	72%	67%	38%
Наличие дополнительных сервисов	<b>72%</b>	71%	100%	69%	67%	75%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Строительство	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	Транспортировка и хранение*	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания*	Деятельность в области информации и связи*
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен (a)</i> <b>ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ</b>						
Профессионализм сотрудников	<b>85%</b>	78%	79%	94%	73%	80%
Доступная и понятная информация	<b>85%</b>	72%	<b>74%</b>	100%	67%	80%
График работы с клиентами	<b>84%</b>	78%	81%	89%	73%	80%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>83%</b>	88%	82%	94%	53%	60%
Скорость реагирования на обращение	<b>81%</b>	69%	79%	83%	60%	60%
Необходимое количество документов	<b>80%</b>	69%	<b>68%</b>	83%	60%	80%
Комфортность помещения	<b>80%</b>	69%	71%	94%	60%	80%
Срок предоставления услуги	<b>76%</b>	66%	74%	67%	60%	80%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>75%</b>	<b>56%</b>	74%	72%	53%	60%
Наличие желаемого результата	<b>75%</b>	<b>59%</b>	71%	83%	53%	80%
Быстрое решение вопроса	<b>73%</b>	59%	69%	83%	60%	60%
Наличие дополнительных сервисов	<b>72%</b>	59%	63%	72%	40%	60%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Деятельность финансовая и страховая*	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом*	Деятельность профессиональная, научная и техническая*	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги*	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение*
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (a) + Скорее удовлетворен (a)</i>						
ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Профессионализм сотрудников	<b>85%</b>	73%	85%	100%	100%	67%
Доступная и понятная информация	<b>85%</b>	73%	77%	100%	88%	100%
График работы с клиентами	<b>84%</b>	55%	69%	50%	100%	33%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>83%</b>	82%	62%	100%	100%	67%
Скорость реагирования на обращение	<b>81%</b>	73%	85%	100%	88%	67%
Необходимое количество документов	<b>80%</b>	64%	62%	100%	88%	33%
Комфортность помещения	<b>80%</b>	64%	62%	50%	75%	33%
Срок предоставления услуги	<b>76%</b>	73%	77%	100%	75%	67%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>75%</b>	64%	77%	50%	88%	100%
Наличие желаемого результата	<b>75%</b>	73%	85%	100%	88%	67%
Быстрое решение вопроса	<b>73%</b>	64%	77%	100%	88%	67%
Наличие дополнительных сервисов	<b>72%</b>	73%	62%	100%	75%	100%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Среди различных отраслей, наиболее высокие оценки различным параметрам работы ЦЗН поставили представители отрасли образования.

Отрасль	В целом по выборке	Образование	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений*	Предоставление прочих видов услуг	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству*
<b>Удовлетворенность отдельными параметрами работы ЦЗН (Q5)</b> <i>В таблице представлено распределение оценок Полностью удовлетворен (а) + Скорее удовлетворен (а)</i> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Профессионализм сотрудников	<b>85%</b>	<b>96%</b>	90%	100%	78%	100%
Доступная и понятная информация	<b>85%</b>	<b>98%</b>	83%	100%	78%	100%
График работы с клиентами	<b>84%</b>	94%	93%	100%	75%	100%
Транспортная доступность ЦЗН	<b>83%</b>	90%	85%	92%	<b>70%</b>	100%
Скорость реагирования на обращение	<b>81%</b>	92%	83%	92%	83%	100%
Необходимое количество документов	<b>80%</b>	<b>94%</b>	80%	92%	80%	100%
Комфортность помещения	<b>80%</b>	88%	88%	100%	75%	50%
Срок предоставления услуги	<b>76%</b>	88%	80%	100%	85%	100%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>75%</b>	<b>90%</b>	75%	92%	75%	100%
Наличие желаемого результата	<b>75%</b>	83%	73%	92%	88%	100%
Быстрое решение вопроса	<b>73%</b>	<b>88%</b>	78%	85%	70%	100%
Наличие дополнительных сервисов	<b>72%</b>	81%	78%	85%	70%	100%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

При ранжировании параметров по степени важности на первые места были вынесены наличие желаемого результата, быстрое решение вопроса и скорость реагирования на обращение. Данные параметры чаще других респонденты ставили на первое место, определяя их самыми важными для себя. Последние места заняли транспортная доступность ЦЗН и комфортность помещения – это наименее важные параметры в работе ЦЗН.

Параметры работы ЦЗН, отранжированные по степени важности	Присваиваемое место в среднем целом по выборке*	Доля выбора данного параметра на 1 место
Наличие желаемого результата	4,5	22%
Быстрое решение вопроса	4,9	16%
Скорость реагирования на обращение	5,0	14%
Профессионализм сотрудников	5,3	12%
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	5,4	12%
Срок предоставления услуги	5,8	6%
Доступная и понятная информация	6,6	6%
Необходимое количество документов	7,2	4%
Наличие дополнительных сервисов	7,8	1%
График работы с клиентами	7,8	2%
Транспортная доступность ЦЗН	8,8	2%
Комфортность помещения	9,0	2%

\* Здесь и далее в таблицах показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру. Ниже представлена формула для расчета среднего значения.

$$\text{Среднее взвешенное арифметическое} = \frac{\sum X_i \times K_i}{n}, \text{ где}$$

$X_i$  – количество ответов по каждому присвоенному для параметра месту,

$K_i$  – место, присвоенное параметру,

$n$  – выборка для вопроса.

#### Пример расчета

Для параметра - Наличие желаемого результата			
	$X_i$	$K_i$	$\sum X_i \times K_i$
1 место	101	1	101
2 место	62	2	124
3 место	52	3	156
4 место	49	4	196
5 место	40	5	200
6 место	30	6	180
7 место	26	7	182
8 место	24	8	192
9 место	23	9	207
10 место	16	10	160
11 место	12	11	132
12 место	16	12	192
		Итого	2022

$$\text{Среднее взвешенное арифметическое} = \frac{2022}{451} = 4,48 \text{ (с учетом округления 4,5)}$$

Форма собственности организации	Присваиваемое место в среднем целом по выборке*	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная)**	Частная российская
<b>Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)</b>				
Наличие желаемого результата	<b>4,5</b>	4,6	5,2	4,4
Быстрое решение вопроса	<b>4,9</b>	4,5	4,9	5,1
Скорость реагирования на обращение	<b>5,0</b>	5,0	5,6	5,0
Профессионализм сотрудников	<b>5,3</b>	5,4	4,7	5,3
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>5,4</b>	5,5	4,6	5,5
Срок предоставления услуги	<b>5,8</b>	5,7	6,8	5,7
Доступная и понятная информация	<b>6,6</b>	6,5	6,4	6,6
Необходимое количество документов	<b>7,2</b>	7,3	6,8	7,2
Наличие дополнительных сервисов	<b>7,8</b>	7,7	6,9	7,9
График работы с клиентами	<b>7,8</b>	7,6	8,6	7,8
Транспортная доступность ЦЗН	<b>8,8</b>	8,9	8,6	8,8
Комфортность помещения	<b>9,0</b>	9,3	8,9	8,9

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

\*\*Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Тип региона	Присваиваемое место в среднем целом по выборке*	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)</b>				
Наличие желаемого результата	4,5	5,1	3,6	4,8
Быстрое решение вопроса	4,9	4,9	4,6	5,2
Скорость реагирования на обращение	5,0	5,1	4,9	5,0
Профессионализм сотрудников	5,3	5,4	5,4	5,1
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	5,4	5,4	5,6	5,3
Срок предоставления услуги	5,8	5,7	6,0	5,8
Доступная и понятная информация	6,6	6,7	6,6	6,5
Необходимое количество документов	7,2	7,2	6,9	7,4
Наличие дополнительных сервисов	7,8	7,3	8,2	7,9
График работы с клиентами	7,8	7,7	8,2	7,4
Транспортная доступность ЦЗН	8,8	8,7	9,0	8,7
Комфортность помещения	9,0	8,8	9,1	8,9

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Размер организации	Присваиваемое место в среднем целом по выборке*	Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)			
		До 15 человек	От 16 до 100 человек	От 101 до 250 человек	Более 250 человек
Наличие желаемого результата	4,5	5,0	4,3	4,3	4,4
Быстрое решение вопроса	4,9	5,4	4,6	5,0	5,0
Скорость реагирования на обращение	5,0	5,0	5,1	5,2	4,6
Профессионализм сотрудников	5,3	5,8	5,0	5,4	5,3
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	5,4	4,5	6,1	5,1	5,1
Срок предоставления услуги	5,8	6,0	6,0	5,6	5,1
Доступная и понятная информация	6,6	6,6	6,6	6,4	6,5
Необходимое количество документов	7,2	6,6	7,3	7,5	7,3
Наличие дополнительных сервисов	7,8	8,2	7,6	7,5	8,1
График работы с клиентами	7,8	7,9	7,4	8,2	8,0
Транспортная доступность ЦЗН	8,8	8,5	8,9	9,0	8,9
Комфортность помещения	9,0	8,6	9,0	8,8	9,7

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

Отрасль	Присваиваемое место в среднем целом по выборке*	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	Добыча полезных ископаемых**	Обрабатывающие производства	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха**	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений**
<b>Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)</b> НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ						
Наличие желаемого результата	<b>4,5</b>	<b>5,1</b>	10,0	<b>3,6</b>	2,0	5,9
Быстрое решение вопроса	<b>4,9</b>	<b>6,0</b>	7,0	4,9	4,7	4,3
Скорость реагирования на обращение	<b>5,0</b>	<b>4,3</b>	9,0	<b>5,3</b>	8,3	5,0
Профессионализм сотрудников	<b>5,3</b>	<b>4,9</b>	1,0	<b>5,9</b>	6,0	6,5
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>5,4</b>	<b>3,9</b>	5,0	<b>6,4</b>	7,3	5,6
Срок предоставления услуги	<b>5,8</b>	<b>7,5</b>	3,0	<b>5,5</b>	6,3	5,6
Доступная и понятная информация	<b>6,6</b>	<b>6,3</b>	4,0	<b>6,5</b>	5,0	5,4
Необходимое количество документов	<b>7,2</b>	7,2	11,0	<b>7,0</b>	6,7	7,6
Наличие дополнительных сервисов	<b>7,8</b>	<b>8,1</b>	2,0	<b>7,5</b>	8,0	6,5
График работы с клиентами	<b>7,8</b>	<b>6,8</b>	6,0	<b>8,6</b>	7,3	8,5
Транспортная доступность ЦЗН	<b>8,8</b>	8,8	8,0	<b>8,6</b>	6,3	9,1
Комфортность помещения	<b>9,0</b>	9,0	12,0	<b>8,4</b>	10,0	8,0

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

\*\*Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	Присваиваемое место в среднем целом по выборке*	Строительство	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	Транспортировка и хранение**	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания**	Деятельность в области информации и связи**
<b>Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Наличие желаемого результата	4,5	5,3	4,6	5,2	5,3	3,2
Быстрое решение вопроса	4,9	4,3	5,3	7,3	5,6	2,6
Скорость реагирования на обращение	5,0	5,1	5,5	4,7	4,4	5,6
Профессионализм сотрудников	5,3	5,4	5,7	4,6	5,8	5,4
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	5,4	5,7	5,0	5,8	5,0	7,8
Срок предоставления услуги	5,8	6,6	5,4	5,2	6,5	6,0
Доступная и понятная информация	6,6	6,4	6,3	6,0	5,2	4,6
Необходимое количество документов	7,2	7,4	7,2	7,1	5,7	7,6
Наличие дополнительных сервисов	7,8	7,8	7,7	6,8	7,9	10,0
График работы с клиентами	7,8	6,8	7,6	7,5	8,3	7,0
Транспортная доступность ЦЗН	8,8	8,1	9,0	9,6	9,9	9,6
Комфортность помещения	9,0	9,1	8,6	8,3	8,4	8,6

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

\*\*Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	Присваиваемое место в среднем целом по выборке*	Деятельность финансовая и страховая**	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом**	Деятельность профессиональная, научная и техническая**	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги**	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение**
<b>Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Наличие желаемого результата	<b>4,5</b>	4,0	4,6	2,5	6,8	4,3
Быстрое решение вопроса	<b>4,9</b>	3,5	5,0	6,0	4,8	2,7
Скорость реагирования на обращение	<b>5,0</b>	5,1	4,9	5,5	5,4	5,3
Профессионализм сотрудников	<b>5,3</b>	5,0	6,5	9,5	4,1	3,7
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>5,4</b>	5,7	5,3	5,5	4,8	4,7
Срок предоставления услуги	<b>5,8</b>	4,8	5,1	5,0	6,5	5,3
Доступная и понятная информация	<b>6,6</b>	8,2	6,1	3,5	6,6	6,0
Необходимое количество документов	<b>7,2</b>	7,5	7,2	8,0	6,6	8,7
Наличие дополнительных сервисов	<b>7,8</b>	9,4	7,7	7,5	7,5	10,0
График работы с клиентами	<b>7,8</b>	9,0	7,4	7,5	7,3	6,3
Транспортная доступность ЦЗН	<b>8,8</b>	7,7	9,3	6,0	8,4	10,7
Комфортность помещения	<b>9,0</b>	8,2	8,9	11,5	9,4	10,3

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

\*\*Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	Присваиваемое место в среднем целом по выборке*	Образование	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений**	Предоставление прочих видов услуг	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству**
<b>Ранжирование параметров работы ЦЗН по степени важности (Q5_1)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Наличие желаемого результата	<b>4,5</b>	<b>3,9</b>	<b>4,2</b>	5,2	4,5	2,5
Быстрое решение вопроса	<b>4,9</b>	<b>4,7</b>	<b>4,1</b>	5,2	<b>4,7</b>	4,5
Скорость реагирования на обращение	<b>5,0</b>	5,0	<b>4,5</b>	5,1	<b>5,6</b>	9,5
Профессионализм сотрудников	<b>5,3</b>	5,3	<b>5,0</b>	5,5	<b>4,9</b>	5,0
Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	<b>5,4</b>	<b>4,9</b>	<b>5,5</b>	6,8	<b>5,6</b>	7,0
Срок предоставления услуги	<b>5,8</b>	<b>5,6</b>	<b>5,7</b>	6,6	<b>5,5</b>	9,5
Доступная и понятная информация	<b>6,6</b>	<b>6,5</b>	<b>7,6</b>	7,7	<b>7,2</b>	5,5
Необходимое количество документов	<b>7,2</b>	<b>7,4</b>	<b>7,0</b>	6,8	<b>7,0</b>	7,0
Наличие дополнительных сервисов	<b>7,8</b>	<b>8,5</b>	<b>8,0</b>	6,8	<b>8,0</b>	5,5
График работы с клиентами	<b>7,8</b>	<b>8,0</b>	<b>8,3</b>	6,5	<b>7,3</b>	7,5
Транспортная доступность ЦЗН	<b>8,8</b>	<b>9,0</b>	<b>8,9</b>	7,1	<b>9,0</b>	9,0
Комфортность помещения	<b>9,0</b>	<b>9,1</b>	<b>9,3</b>	8,5	9,0	5,5

\* Показатель рассчитан, как среднее значение среди всех мест, которые были присвоены данному параметру.

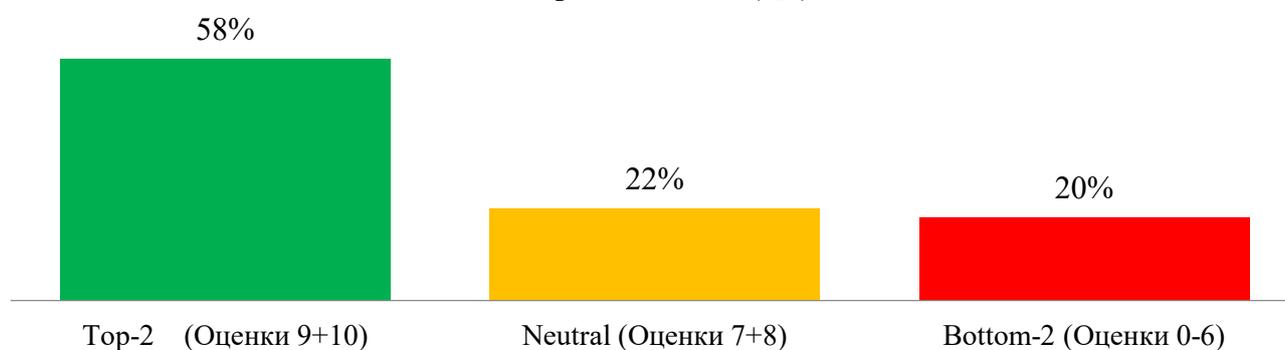
\*\*Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

### 3.3. Лояльность работодателей к Центрам занятости населения

Уровень лояльности к Центрам занятости оценивался с помощью индекса NPS – показателя готовности рекомендовать своему социальному окружению сотрудничество с ЦЗН. Данный индекс показывает разницу между промоутерами (готовыми рекомендовать) и критиками (имеющие низкую готовность рекомендовать). **Индекс NPS находится на уровне 38.** Это достаточно хороший показатель уровня лояльности.

Доля промоутеров (выставивших оценки 9 и 10 по 10-балльной шкале) составила 58%. Доля нейтралов – 22%, доля критиков – 20%.

**Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)**



Для ответа использовалась 11-балльная шкала, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.

БАЗА: все опрошенные (451 респондент).

Готовность к рекомендации своим коллегам и партнерам ЦЗН у государственных/муниципальных компаний более высокая, чем у частных компаний.

	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная)*	Частная российская
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>				
<b>Индекс NPS</b>	<b>38%</b>	55%	50%	31%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Область / край / республика	<b>В целом по выборке</b>	Белгородская	Краснодарский край	Нижегородская	Башкортостан	Рязанская	Самарская	Саратовская	Свердловская	Ставропольский край
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>										
<b>Индекс NPS</b>	<b>38%</b>	52%	40%	48%	36%	8%	6%	50%	72%	32%

Тип предприятия	<b>В целом по выборке</b>	Предприятия малого бизнеса	Системообразующие предприятия / крупный бизнес*	Предприятия, испытывающие кадровые риски
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>				
<b>Индекс NPS</b>	<b>38%</b>	40%	38%	24%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Тип региона	<b>В целом по выборке</b>	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>				
<b>Индекс NPS</b>	<b>38%</b>	41%	42%	31%

Численность предприятия	<b>В целом по выборке</b>	До 15 человек	От 16 до 100 человек	От 101 до 250 человек	Более 250 человек
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>					
<b>Индекс NPS</b>	<b>38%</b>	30%	39%	42%	46%

Отрасль	<b>В целом по выборке</b>	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	Добыча полезных ископаемых*	Обработывающие производства	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха*	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений*
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>						
НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ						
<b>Индекс NPS</b>	<b>38%</b>	38%	100%	38%	33%	-50%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	<b>В целом по выборке</b>	Строительство	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	Транспортировка и хранение*	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания*	Деятельность в области информации и связи*
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>						
ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
<b>Индекс NPS</b>	<b>38%</b>	3%	35%	44%	-7%	40%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	<b>В целом по выборке</b>	Деятельность финансовая и страховая*	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом*	Деятельность профессиональная, научная и техническая*	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги*	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение*
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>						
ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
<b>Индекс NPS</b>	<b>38%</b>	-9%	31%	0%	63%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	<b>В целом по выборке</b>	Образование	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений*	Предоставление прочих видов услуг	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству*
<b>Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций? (Q8)</b>						
ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
<b>Индекс NPS</b>	<b>38%</b>	65%	48%	92%	25%	100%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

81% опрошенных представителей организаций отмечают, что с высокой вероятностью обратятся в ЦЗН снова. Вероятность будущих обращений в ЦЗН в государственных компаниях значимо выше, чем по выборке в целом, а также значимо выше, чем у частных компаний.

**Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q12)**



Точно обратился (лась) бы	Скорее обратился (лась) бы	Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	Скорее НЕ обратился (лась) бы	Точно НЕ обратился (лась) бы
55%	26%	17%	2%	0%

БАЗА: все опрошенные (451 респондент).

Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная)*	Частная российская
<b>Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q9)</b>				
Точно обратился(лась) бы	55%	81%	57%	42%
Скорее обратился(лась) бы	26%	13%	29%	32%
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	17%	4%	14%	22%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	2%	1%	0%	2%
Точно НЕ обратился(лась) бы	0%	0%	0%	1%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Сравнение с показателями государственной организации.

Тип предприятия	В целом по выборке	Предприятия малого бизнеса	Системообразующие предприятия / крупный бизнес*	Предприятия, испытывающие кадровые риски
<b>Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q9)</b>				
Точно обратился(лась) бы	<b>55%</b>	55%	69%	47%
Скорее обратился(лась) бы	<b>26%</b>	25%	15%	30%
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>17%</b>	17%	15%	20%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>2%</b>	2%	0%	2%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>0%</b>	<b>1%</b>	0%	<b>1%</b>

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q9)</b>				
Точно обратился(лась) бы	<b>55%</b>	63%	63%	<b>39%</b>
Скорее обратился(лась) бы	<b>26%</b>	19%	23%	<b>38%</b>
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>17%</b>	17%	13%	21%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>2%</b>	1%	2%	2%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>0%</b>	<b>1%</b>	0%	<b>1%</b>

Размер организации	В целом по выборке	До 15 человек	От 16 до 100 человек	От 101 до 250 человек	Более 250 человек
<b>Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q9)</b>					
Точно обратился(лась) бы	<b>55%</b>	<b>33%</b>	51%	<b>71%</b>	<b>84%</b>
Скорее обратился(лась) бы	<b>26%</b>	34%	32%	<b>15%</b>	<b>9%</b>
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>17%</b>	<b>30%</b>	16%	13%	<b>2%</b>
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>2%</b>	3%	1%	0%	3%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>0%</b>	0%	0%	<b>1%</b>	<b>2%</b>

Отрасль	В целом по выборке	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	Добыча полезных ископаемых*	Обрабатывающие производства	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха*	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений*
<b>Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q9)</b>						
НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ						
Точно обратился(лась) бы	<b>55%</b>	<b>35%</b>	100%	49%	100%	38%
Скорее обратился(лась) бы	<b>26%</b>	35%	0%	31%	0%	38%
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>17%</b>	26%	0%	13%	0%	25%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>2%</b>	3%	0%	5%	0%	0%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>0%</b>	0%	0%	<b>3%</b>	0%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Строительство	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	Транспортировка и хранение*	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания*	Деятельность в области информации и связи*
<b>Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q9)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Точно обратился(лась) бы	<b>55%</b>	<b>31%</b>	<b>37%</b>	50%	40%	60%
Скорее обратился(лась) бы	<b>26%</b>	28%	32%	44%	20%	40%
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>17%</b>	<b>38%</b>	24%	6%	33%	0%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>2%</b>	0%	6%	0%	7%	0%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>0%</b>	<b>3%</b>	0%	0%	0%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Деятельность финансовая и страховая*	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом*	Деятельность профессиональная, научная и техническая*	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги*	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение*
<b>Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q9)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Точно обратился(лась) бы	<b>55%</b>	27%	38%	0%	75%	33%
Скорее обратился(лась) бы	<b>26%</b>	45%	31%	100%	25%	67%
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>17%</b>	27%	31%	0%	0%	0%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>2%</b>	0%	0%	0%	0%	0%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>0%</b>	0%	0%	0%	0%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Образование	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений*	Предоставление прочих видов услуг	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству*
<b>Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН? (Q9)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ						
Точно обратился(лась) бы	<b>55%</b>	<b>90%</b>	<b>73%</b>	100%	<b>38%</b>	50%
Скорее обратился(лась) бы	<b>26%</b>	<b>4%</b>	20%	0%	<b>43%</b>	50%
Возможно обратился(лась) бы, возможно нет	<b>17%</b>	<b>6%</b>	8%	0%	20%	0%
Скорее НЕ обратился(лась) бы	<b>2%</b>	0%	0%	0%	0%	0%
Точно НЕ обратился(лась) бы	<b>0%</b>	0%	0%	0%	0%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Наиболее частый ответ на вопрос о том, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН – это широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными. Второй по популярности ответ – профессионализм сотрудников.

Важным для представителей работодателей оказались также оперативность коммуникации с ЦЗН: для них важна возможность оформления процедур онлайн, а также быстрая обратная связь от ЦЗН.

**Что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? (Q13)**



*БАЗА: те, кто НЕ отметил вариант «Точно обратился(лась) бы» в вопросе «Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН?» (204 респондента).*

Тип предприятия	В целом по выборке	Предприятия малого бизнеса	Системообразующие предприятия / крупный бизнес*	Предприятия, испытывающие кадровые риски
<b>Что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? (Q13)</b>				
Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными	<b>48%</b>	48%	50%	43%
Профессионализм сотрудников ЦЗН	<b>40%</b>	38%	50%	46%
Возможность оформить все процедуры онлайн	<b>38%</b>	36%	50%	29%
Быстрая обратная связь	<b>37%</b>	36%	50%	28%
Персональный кадровый консультант	<b>30%</b>	29%	25%	23%
Составление привлекательного профиля вакансии	<b>29%</b>	27%	25%	<b>15%</b>
Бесплатные курсы для моих сотрудников	<b>28%</b>	27%	25%	22%
Подбор и обучение потенциальных сотрудников под мои вакансии	<b>26%</b>	24%	50%	21%
Массовые открытые отборы под мои вакансии	<b>22%</b>	23%	0%	19%
Минимальное время ожидания в очереди	<b>32%</b>	31%	25%	32%
Парковочные места	<b>13%</b>	13%	0%	12%
Комфортное помещение	<b>13%</b>	12%	0%	11%
Предоставление помещения для проведения собеседований	<b>12%</b>	13%	0%	15%
Транспортная доступность	<b>10%</b>	11%	0%	10%
Тренинги по проведению собеседований	<b>9%</b>	11%	0%	6%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Форма собственности организации	В целом по выборке	Государственная / муниципальная	Смешанная российская (государственно-частная)*	Частная российская
<b>Что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? (Q13)</b>				
Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными	48%	32%	50%	50%
Профессионализм сотрудников ЦЗН	40%	40%	17%	40%
Возможность оформить все процедуры онлайн	38%	52%	50%	35%
Быстрая обратная связь	37%	36%	17%	38%
Персональный кадровый консультант	30%	36%	50%	29%
Составление привлекательного профиля вакансии	29%	36%	17%	28%
Бесплатные курсы для моих сотрудников	28%	24%	50%	28%
Подбор и обучение потенциальных сотрудников под мои вакансии	26%	32%	33%	25%
Массовые открытые отборы под мои вакансии	22%	28%	33%	21%
Минимальное время ожидания в очереди	32%	36%	67%	30%
Парковочные места	13%	12%	0%	13%
Комфортное помещение	13%	8%	17%	13%
Предоставление помещения для проведения собеседований	12%	16%	33%	11%
Транспортная доступность	10%	12%	33%	9%
Тренинги по проведению собеседований	9%	12%	0%	9%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Тип региона	В целом по выборке	Регионы-лидеры рейтинга	Регионы со средними показателями	Регионы с показателями ниже среднего
<b>Что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? (Q13)</b>				
Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными	48%	57%	50%	41%
Профессионализм сотрудников ЦЗН	40%	29%	50%	40%
Возможность оформить все процедуры онлайн	38%	34%	34%	42%
Быстрая обратная связь	37%	43%	20%	43%
Персональный кадровый консультант	32%	20%	39%	35%
Составление привлекательного профиля вакансии	30%	29%	27%	34%
Бесплатные курсы для моих сотрудников	29%	27%	30%	29%
Подбор и обучение потенциальных сотрудников под мои вакансии	28%	39%	23%	25%
Массовые открытые отборы под мои вакансии	26%	25%	29%	26%
Минимальное время ожидания в очереди	22%	23%	20%	23%
Парковочные места	13%	9%	13%	15%
Комфортное помещение	13%	11%	9%	16%
Предоставление помещения для проведения собеседований	12%	13%	9%	14%
Транспортная доступность	10%	11%	13%	9%
Тренинги по проведению собеседований	9%	13%	7%	9%

Размер организации	В целом по выборке	До 15 человек	От 16 до 100 человек	От 101 до 250 человек	Более 250 человек
<b>Что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? (Q13)</b>					
Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными	48%	47%	50%	36%	60%
Профессионализм сотрудников ЦЗН	40%	40%	41%	36%	30%
Возможность оформить все процедуры онлайн	38%	29%	40%	41%	70%
Быстрая обратная связь	37%	33%	39%	27%	60%
Персональный кадровый консультант	32%	30%	34%	23%	40%
Составление привлекательного профиля вакансии	30%	21%	35%	32%	40%
Бесплатные курсы для моих сотрудников	29%	19%	34%	41%	20%
Подбор и обучение потенциальных сотрудников под мои вакансии	28%	27%	30%	23%	30%
Массовые открытые отборы под мои вакансии	26%	19%	29%	27%	50%
Минимальное время ожидания в очереди	22%	21%	25%	9%	20%
Парковочные места	13%	19%	8%	18%	10%
Комфортное помещение	13%	14%	12%	9%	20%
Предоставление помещения для проведения собеседований	12%	10%	14%	9%	20%
Транспортная доступность	10%	11%	10%	5%	20%
Тренинги по проведению собеседований	9%	7%	11%	9%	10%

Отрасль	В целом по выборке	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	Обрабатывающие производства	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений*	Строительство	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов
<b>Что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? (Q13)</b>						
НАЧАЛО ТАБЛИЦЫ						
Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными	48%	41%	55%	20%	36%	64%
Профессионализм сотрудников ЦЗН	40%	41%	40%	60%	41%	33%
Возможность оформить все процедуры онлайн	38%	23%	50%	20%	41%	36%
Быстрая обратная связь	37%	18%	35%	20%	45%	26%
Персональный кадровый консультант	32%	50%	35%	20%	23%	33%
Составление привлекательного профиля вакансии	30%	18%	35%	20%	36%	23%
Бесплатные курсы для моих сотрудников	29%	9%	40%	40%	14%	33%
Подбор и обучение потенциальных сотрудников под мои вакансии	28%	18%	10%	20%	27%	31%
Массовые открытые отборы под мои вакансии	26%	9%	15%	0%	23%	36%
Минимальное время ожидания в очереди	22%	32%	15%	0%	27%	21%
Парковочные места	13%	18%	15%	0%	5%	13%
Комфортное помещение	13%	9%	10%	0%	18%	18%
Предоставление помещения для проведения собеседований	12%	14%	5%	20%	9%	18%
Транспортная доступность	10%	14%	0%	0%	5%	8%
Тренинги по проведению собеседований	9%	0%	5%	0%	14%	5%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Транспортировка и хранение*	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания*	Деятельность в области информации и связи*	Деятельность финансовая и страховая*
<b>Что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? (Q13)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ					
Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными	<b>48%</b>	56%	56%	0%	38%
Профессионализм сотрудников ЦЗН	<b>40%</b>	56%	44%	50%	63%
Возможность оформить все процедуры онлайн	<b>38%</b>	22%	33%	50%	63%
Быстрая обратная связь	<b>37%</b>	33%	56%	50%	75%
Персональный кадровый консультант	<b>32%</b>	33%	67%	50%	13%
Составление привлекательного профиля вакансии	<b>30%</b>	44%	22%	100%	50%
Бесплатные курсы для моих сотрудников	<b>29%</b>	33%	22%	0%	25%
Подбор и обучение потенциальных сотрудников под мои вакансии	<b>28%</b>	22%	0%	50%	50%
Массовые открытые отборы под мои вакансии	<b>26%</b>	33%	22%	0%	50%
Минимальное время ожидания в очереди	<b>22%</b>	0%	22%	0%	25%
Парковочные места	<b>13%</b>	11%	22%	0%	13%
Комфортное помещение	<b>13%</b>	44%	11%	0%	25%
Предоставление помещения для проведения собеседований	<b>12%</b>	22%	11%	0%	13%
Транспортная доступность	<b>10%</b>	33%	11%	50%	13%
Тренинги по проведению собеседований	<b>9%</b>	0%	11%	0%	25%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом*	Деятельность профессиональная, научная и техническая*	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги*	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение*
<b>Что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? (Q13)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ					
Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными	<b>48%</b>	13%	0%	100%	50%
Профессионализм сотрудников ЦЗН	<b>40%</b>	50%	0%	50%	0%
Возможность оформить все процедуры онлайн	<b>38%</b>	38%	100%	0%	50%
Быстрая обратная связь	<b>37%</b>	50%	50%	0%	50%
Персональный кадровый консультант	<b>32%</b>	38%	0%	0%	50%
Составление привлекательного профиля вакансии	<b>30%</b>	25%	50%	100%	50%
Бесплатные курсы для моих сотрудников	<b>29%</b>	25%	0%	50%	50%
Подбор и обучение потенциальных сотрудников под мои вакансии	<b>28%</b>	13%	0%	50%	0%
Массовые открытые отборы под мои вакансии	<b>26%</b>	25%	50%	50%	0%
Минимальное время ожидания в очереди	<b>22%</b>	13%	50%	50%	0%
Парковочные места	<b>13%</b>	50%	50%	0%	0%
Комфортное помещение	<b>13%</b>	13%	0%	0%	0%
Предоставление помещения для проведения собеседований	<b>12%</b>	38%	0%	50%	0%
Транспортная доступность	<b>10%</b>	13%	0%	0%	0%
Тренинги по проведению собеседований	<b>9%</b>	25%	0%	0%	0%

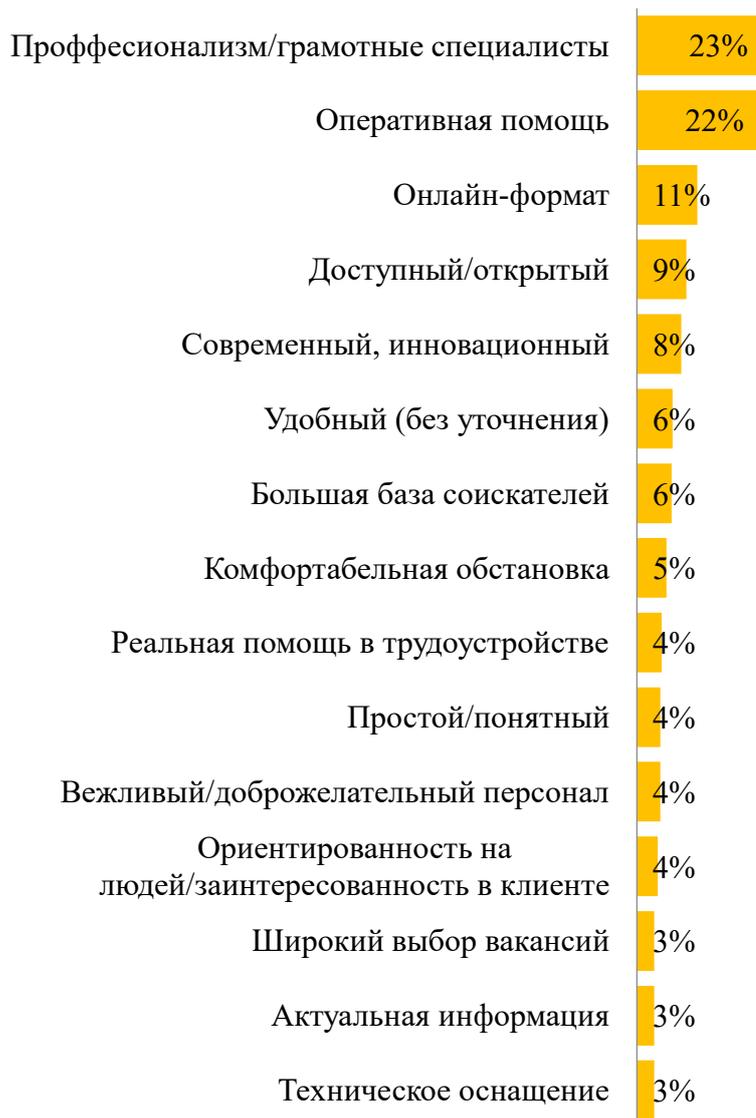
\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

Отрасль	В целом по выборке	Образование	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	Предоставление прочих видов услуг	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству*
<b>Что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? (Q13)</b> ПРОДОЛЖЕНИЕ ТАБЛИЦЫ					
Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными	<b>48%</b>	40%	45%	56%	0%
Профессионализм сотрудников ЦЗН	<b>40%</b>	40%	27%	40%	0%
Возможность оформить все процедуры онлайн	<b>38%</b>	40%	27%	40%	100%
Быстрая обратная связь	<b>37%</b>	20%	64%	40%	0%
Персональный кадровый консультант	<b>32%</b>	0%	55%	16%	0%
Составление привлекательного профиля вакансии	<b>30%</b>	20%	55%	20%	0%
Бесплатные курсы для моих сотрудников	<b>29%</b>	0%	64%	40%	0%
Подбор и обучение потенциальных сотрудников под мои вакансии	<b>28%</b>	40%	45%	44%	0%
Массовые открытые отборы под мои вакансии	<b>26%</b>	0%	45%	32%	0%
Минимальное время ожидания в очереди	<b>22%</b>	20%	27%	24%	100%
Парковочные места	<b>13%</b>	0%	9%	8%	0%
Комфортное помещение	<b>13%</b>	0%	0%	8%	0%
Предоставление помещения для проведения собеседований	<b>12%</b>	20%	9%	4%	0%
Транспортная доступность	<b>10%</b>	60%	0%	12%	0%
Тренинги по проведению собеседований	<b>9%</b>	20%	9%	8%	0%

\* Выборка по данной группе мала для анализа, данные приведены справочно.

В качестве основных характеристик, которыми должен обладать современный кадровый государственный центр, отвечающий требованиям предприятий и организаций, опрошенными были выделены, в первую очередь, ключевые компетенции специалистов, а именно профессионализм сотрудников, а также оперативная помощь в решении вопросов. Важным респонденты также отметили онлайн формат коммуникации и получения услуг и сервисов.

### Характеристики современного государственного кадрового центра (Q14)



БАЗА: все опрошенные (451 респондент).

## 6. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: БЛОК 3, РАБОТОДАТЕЛИ (КАЧЕСТВЕННЫЙ ЭТАП ОПРОСА, ГЛУБИННЫЕ ИНТЕРВЬЮ)

Наиболее частой причиной обращения организаций в ЦЗН является подбор необходимых работников на постоянную или срочную работу. Работодатели взаимодействуют с ЦЗН преимущественно путем личного посещения или по электронной почте.

В качестве основных характеристик, которыми должен обладать современный кадровый государственный центр, отвечающий требованиям предприятий и организаций, опрошенными были выделены, в первую очередь, ключевые компетенции специалистов, а именно профессионализм сотрудников, а также оперативная помощь в решении вопросов. Важным респонденты также отметили онлайн формат коммуникации и получения услуг и сервисов.

### Системообразующие предприятия региона и крупные предприятия

- В большинстве случаев представители системообразующих и крупных компаний предпочитают наиболее быстрый перевод взаимодействия с ЦЗН в онлайн-формат либо, при идеальных условиях, и начинать взаимодействие в онлайн-режиме: по телефону, электронной почте, через личный кабинет на сайте. Практически все респонденты отмечают повышение качества работы ЦЗН с течением времени.

- Компании данного сектора в целом довольны работой ЦЗН, отмечают высокий уровень компетенции сотрудников, оперативность их работы и общую эффективность сотрудничества. В качестве возможных улучшений отмечают популяризацию данной организации среди населения.

- Крупные компании считают, что привлекательность ЦЗН могли бы повысить следующие факторы: повышение компетенции сотрудников (несмотря на то, что она и на данный момент достаточно высоко оценивается, необходимо поддерживать и улучшать данный уровень); составление широкой базы резюме соискателей, которая включала бы не только безработных; персональный кадровый консультант, массовые открытые отборы под вакансии компании (ярмарками вакансий представители крупных компаний пользуются и на данный момент, считают этот сервис весьма успешным), возможность оформления всех процедур онлайн как экономия времени, быстрая обратная связь.

- Представители крупных компаний отмечают необходимость популяризации ЦЗН как сервиса по поиску работы среди соискателей разных специальностей, так как на данный момент с его помощью не всегда получается найти специалистов с высокой квалификацией. Также, для более удобного взаимодействия, стоит большинство услуг перевести в онлайн-формат там, где это еще не сделано. Важным моментом для работодателей стало устранение излишней бюрократии, которая присутствует в ЦЗН на данный момент.

## **Малый бизнес**

- Что касается малого бизнеса – чем дольше на рынке присутствует компания (соответственно, чем дольше она находится в базе ЦЗН), тем больше было личных визитов в начале сотрудничества. Компании, которые на рынке находятся меньше 10 лет начинали взаимодействие с ЦЗН через онлайн-формат.

- Компании, представляющие малый бизнес, также чаще довольны результатами взаимодействия. Однако следует обратить внимание на то, что некоторые компании сталкивались с тем, что некоторые соискатели из ЦЗН приходили на собеседования только для получения отметки с целью дальнейшего получения пособия, а не для действительного поиска работы.

- Представители малого бизнеса отмечали, что привлекательность ЦЗН могли бы повысить более компетентные сотрудники, составление более широкой базы резюме, возможность оформления максимального числа процедур в онлайн-формате, быстрая обратная связь, составление привлекательного профиля вакансии (так как часто не имеют сотрудников, занимающихся кадровыми вопросами), отсутствие очередей и комфортное помещение.

- Представители малого бизнеса также отмечают необходимость популяризации Центров занятости среди населения. Помимо этого, важным шагом в модернизации стало бы введение бесплатного обучения (курсов переквалификации) по всем специальностям (на данный момент они существуют, но по ограниченному кругу специальностей).

## **Предприятия, испытывающие кадровые риски**

- Представители компаний, испытывающих кадровые риски, отмечали, что начинали взаимодействие с личных визитов при подаче документов, в дальнейшем уже переходили в онлайн-режим: общение по телефону, электронной почте, размещение вакансий в личном кабинете.

- Компании, испытывающие кадровые риски, в целом довольны взаимодействием с ЦЗН.

- Компании с кадровыми рисками отмечают наиболее важными факторами возможность оформления всех процедур онлайн, комфортное помещение ЦЗН и отсутствие очередей, быструю обратную связь. Профессионализм сотрудников уже достаточен, нет серьезной необходимости в его повышении.

- Представители компаний с кадровыми рисками отмечали необходимость увеличения числа сотрудников самих ЦЗН, а также более внимательное отношение к интернет ресурсам. Также, как и представители малого бизнеса, выделяли бесплатную переквалификацию по всем специальностям как большой вклад в модернизацию ЦЗН.

## АНАЛИЗ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ: РАБОТОДАТЕЛИ (КАЧЕСТВЕННЫЙ ЭТАП ОПРОСА, ГЛУБИННЫЕ ИНТЕРВЬЮ)

В исследовании рассматривались 3 группы предприятий в каждом из регионов – системообразующие предприятия региона и крупные предприятия, малый бизнес и предприятия, имеющие кадровые риски или сезонную потребность в персонале.

### 4.1. Системообразующие предприятия региона и крупные предприятия

#### Профиль предприятия и мотивы сотрудничества с ЦЗН

Говоря о крупных предприятиях, стоит отметить, что они предпочитают размещать объявления об открытых вакансиях на различных порталах по поиску работы – Head Hunter, Superjob и других. Так как размещение вакансий в центре занятости населения является обязательным условием работы организации, к данному источнику поиска возможных сотрудников также прибегают, но не считают его приоритетным. Подбором персонала чаще занимаются кадровые специалисты.

*«Нам требуются разные отрасли рабочих, разнообразные рабочие, также руководящие должности. Поиском занимается наш отдел».*

#### Начало взаимодействия с ЦЗН

Информацию о ЦЗН не искали – необходимость подавать документы для введения организации в базу ЦЗН прописана на законодательном уровне.

*«Да. По закону о занятости мы обязаны предоставлять ежемесячно, обновлять информацию. Сейчас у них есть интерактивный портал, можно уже не направлять как раньше, письменно возили с подписью. А просто отправляем на электронный портал эти вакансии. Они там обновляются в их формах. Соответственно, мы можем снять, добавить в любое время».*

В большинстве случаев представители крупных компаний предпочитают наиболее быстрый перевод взаимодействия с ЦЗН в онлайн-формат, либо начинать взаимодействие в онлайн-режиме: по телефону, электронной почте, через личный кабинет на сайте.

*«Чтобы можно было дистанционно предоставлять документы и все, и вообще все сведения, всю информацию».*

#### Диалог с модератором:

**М. (модератор):** *Что было, каким способом вы направляли информацию, были ли личные визиты?*

**Р. (респондент):** *Раньше личную информацию привозили и все эти вакансии, которые размещаются, для ярмарки готовились, мы это лично приезжали.*

**М.:** *Туда прямо?*

**Р.:** *Конечно. Сейчас они сделали... В связи с тем, что нагнали страха, сделали удаленно, что люди закрылись, ушли на дистанционную работу и соответственно сделали электронный документооборот. На самом деле, я приветствую.*

**М.:** *Удобно?*

*Р.: Конечно. Представьте, это надо взять либо машину, либо на своих двоих поехать туда, отвезти им какую-то информацию, кого-то поймать в это время, в которое надо. Зачем? А так можно все это делать электронно.*

Общие впечатления от начала работы с ЦЗН варьируются, часто оно зависит от времени начала сотрудничества компании и ЦЗН – чем более долгий срок сотрудничества, тем ниже оценка начала работы, практически все респонденты отмечают повышение качества работы ЦЗН с течением времени. О дополнительных направлениях работы, предоставляемых ЦЗН, работодатели знают, в большинстве своем пользуются только ярмаркой вакансий.

*«Ярмарку вакансий они проводили, это, наверное, в 2019 году, мы участвовали, так как у нас одно из крупнейших предприятий района».*

### **Процесс сотрудничества и эффективность работы**

После обращения в ЦЗН общение происходит преимущественно онлайн – через личный кабинет или по почте. В среднем через 5 дней приходит первый соискатель на собеседование – данную тенденцию отмечали работодатели в большинстве городов (Екатеринбург, Белгород, Нижний Новгород, Рязань). Самая быстрая реакция ЦЗН наблюдается в Краснодаре, также отмечалась быстрая обратная связь в Самаре.

Обратная связь, по сравнению с альтернативными каналами поиска соискателей, у ЦЗН недостаточно быстрая во всех регионах за исключением Краснодара, где отмечается высокий уровень реагирования сотрудников ЦЗН.

Крупные компании в целом довольны работой ЦЗН, отмечают высокий уровень компетенции сотрудников, оперативность их работы и общую эффективность сотрудничества. В качестве возможных улучшений отмечают популяризацию данной организации среди населения.

### **Оценка отдельных параметров**

Крупные компании считают, что привлекательность ЦЗН могли бы повысить следующие факторы:

- Повышение компетенции сотрудников несмотря на то, что она и на данный момент достаточно высоко оценивается (поддержание текущего уровня),
- Составление широкой базы резюме соискателей, которая включала бы не только безработных (*«Это то, о чем я говорила, чтобы были резюме не только «профессиональных безработных», но и людей, которые хотят работать. Сейчас в ЦЗ люди обращаются за статусом безработного, но есть же соискатели, которые не могут претендовать на этот статус, но при этом ищут работу. Те же выпускники без опыта. Это автоматически повысит и качество соискателей»*),
- Персональный кадровый консультант,

- Массовые открытые отборы под вакансии компании (ярмарками вакансий представители крупных компаний пользуются и на данный момент, считают этот сервис весьма успешным),

- Возможность оформления всех процедур онлайн (*«Это да, это очень важно, потому что, еще раз говорю, мы территориально удалены, есть желание полностью исключить бумажный документооборот. В частности, мы до сих пор не можем документы по тому контракту с ЦЗ получить, потому что он на бумаге. Так бы мы подписали просто с ЭЦП и проблем нет. А так, получается, что отношения не завершены по тому контракту, договору»*),

- Быстрая обратная связь (*«Это очень важно. Это одно из основных направлений, по которым нужно работать, я считаю»*).

Важными, но не самыми приоритетными считают также опции составление привлекательного профиля вакансии и тренингах по проведению собеседований (так как в основном есть сотрудники, которые профессионально занимаются кадровыми вопросами); бесплатные курсы для сотрудников предприятия; предоставления помещений для собеседования (обладают достаточной площадью, чтобы провести собеседование на своей территории), а также не так много внимания уделяют комфортному помещению ЦЗН и очередям, так как в основном взаимодействуют онлайн.

### **Ожидания от модернизированных ЦЗН**

Представители крупных компаний отмечают необходимость популяризации ЦЗН как сервиса по поиску работы среди соискателей разных специальностей, так как на данный момент с его помощью не всегда получается найти специалистов с высокой квалификацией. Также, для более удобного взаимодействия, стоит большинство услуг перевести в онлайн-формат там, где это еще не сделано. Важным моментом для работодателей стало устранение излишней бюрократии, которая существует в ЦЗН на данный момент.

*«Не должно быть медлительной работы сотрудников, ни в коем случае не должно быть лишней бюрократии».*

*«Мне кажется, что надо все-таки как-то больше афишировать их деятельность, может быть, какую-то массовую рассылку делать. Может быть, больше рекламы по телевизору, не знаю, насколько это целесообразно. Вот какую-то рассылку массовую, может быть, приходить на предприятия, рассказывать о своей деятельности».*

## **4.2. Малый бизнес**

### **Профиль предприятия и мотивы сотрудничества с ЦЗН**

Предприятия малого бизнеса также работают с различными сервисами по подбору персонала, но не в такой высокой степени, так как предпочитают менее затратные варианты поиска сотрудников. По сравнению с крупными предприятиями, чаще пользуются личными контактами, размещением рекламы в газетах, на различных площадках для объявлений на улицах и услугами центров занятости.

*«Где-то кто-то, ...знакомых, сами водители, бывает, иногда предлагают своих друзей, товарищей. Или в прошлом году вставали на учет в Фонд занятости, оттуда нам присылали работников.», «Либо это знакомые наших сотрудников, либо это центр занятости. Если вы имеете в виду такие ресурсы как Head Hunter, Авито, то на этих сайтах я не размещаю объявления. Потому что я считаю это не рентабельным. Я должен ежемесячно платить за свое объявление, а будет ли от него польза - предсказать невозможно».*

Подбором персонала занимаются кадровые специалисты, если такие есть в компании, либо руководство.

### **Начало взаимодействия с ЦЗН**

Что касается малого бизнеса – чем дольше на рынке присутствует компания (соответственно, чем дольше она находится в базе ЦЗН), тем больше было личных визитов в начале сотрудничества. Компании, которые на рынке находятся меньше 10 лет, начинали взаимодействие с ЦЗН через онлайн-формат. Общие впечатления от начала совместной работы варьируются от нейтральных (оценка «3») до положительных (оценка «5»). Работодатели знают о дополнительных сервисах, которые предоставляет ЦЗН, но в них не нуждаются.

*«Я попыталась. Мне очень понравилось, что в этом году государство очень много субсидий предоставляло для малого бизнеса. И там была субсидия в размере 50 000 на одного человека, которого мы примем, который стоит в Фонде занятости. Но мы от нее сразу, когда выяснили, что они в первую очередь присылали работников, которые освобожденные из зон лишения, предпенсионного возраста, отказались. То есть, этим мы не воспользовались, хотя это было интересное предложение. Бывают ярмарки вакансий, на которые можно было, но мы тоже не посещали».*

### **Процесс сотрудничества и эффективность работы**

Компании, представляющие малый бизнес, довольны результатами взаимодействия чуть в меньшей степени (по сравнению с крупным бизнесом): они иногда сталкиваются с проблемой некомпетентности сотрудников ЦЗН, а также с особенностями некоторых соискателей (некоторые соискатели из ЦЗН приходили на собеседования только для получения отметки с целью дальнейшего получения пособия, а не для действительного поиска работы).

*«Квалификация. Я задаю вопрос, на который специалист затрудняется ответить. Говорит, нужно обращаться туда, нужно обращаться к руководству по этому вопросу. Два раза мы выходили на замдиректора».*

### **Оценка отдельных параметров**

Представители малого бизнеса отмечали, что привлекательность ЦЗН могли бы повысить:

- Более высокий уровень компетентности сотрудников,
- Составление более широкой базы резюме,
- Возможность оформления максимального числа процедур в онлайн-формате

*(«Экономит очень много времени. Почему на сайтах дают много объявлений о работе. Потому что это не занимает много времени».)*

- Быстрая обратная связь,
- Составление привлекательного профиля вакансии (так как часто не имеют сотрудников,

занимающихся кадровыми вопросами),

- Отсутствие очередей,
- Комфортное помещение.

По их мнению, тренинги по проведению собеседований, бесплатные курсы для сотрудников предприятия, а также предоставление помещений для собеседования также могут, но чуть в меньшей степени, повысить привлекательность ЦЗН в глазах работодателей.

### **Ожидания от модернизированных ЦЗН**

Представители малого бизнеса также отмечают необходимость популяризации центров занятости среди населения. Помимо этого, важным шагом в модернизации стало бы введение бесплатного обучения (курсов переквалификации) по всем специальностям (на данный момент они существуют, но по ограниченному кругу специальностей).

### **4.3.Предприятия, испытывающие кадровые риски**

#### **Профиль предприятия и мотивы сотрудничества с ЦЗН**

Компании, имеющие серьезную текучку кадров, чаще всего связанную с сезонностью деятельности, предпочитают использовать ЦЗН, так как в основном вакансии предполагают физический труд.

*«Чаще всего мы ищем сотрудников, тут разная специфика. Если более квалифицированный персонал, мы ищем через Head Hunter. Даем платные объявления, ищем там. Если нам нужны строители, разнорабочие, это все мы делаем через Центр занятости, либо в газетные издания даем».*

Представители всех предприятий, участвовавших в исследовании, отметили, что обращались в ЦЗН для поиска сотрудников.

#### **Начало взаимодействия с ЦЗН**

Представители компаний, испытывающих кадровые риски, отмечали, что начинали взаимодействие с личных визитов при подаче документов, в дальнейшем уже переходили в онлайн-режим: общение по телефону, электронной почте, размещение вакансий в личном кабинете. Начало сотрудничества с ЦЗН оценивают как нейтральное или положительное (оценки варьируются от «3» до «4»). Дополнительными сервисами ЦЗН не пользуются.

*«Вначале было не айс, 3. Это 2012-2010 года, не активно шли на сотрудничество. Хотя и можно было также зарегистрировать, привезти все вручную, кататься туда».*

*«Я бы все-таки, конечно, поставила 4. Вот первая консультация она была такая, не очень информативная, скажем так. Я считаю, что все-таки мало времени мне уделил специалист, потому что мы тогда первый раз в центр занятости обратились, еще были не в курсе. Поэтому здесь вот все-таки 4.»*

#### **Процесс сотрудничества и эффективность работы**

Компании, испытывающие кадровые риски, в целом довольны взаимодействием.

Значимые различия в работе персонала ЦЗН наблюдались в Краснодаре, где отмечают наиболее высокий уровень компетентности, оценивая работу на 5 из 5 в отличие от других регионов. Также высокий уровень оценки работы сотрудников ЦЗН в Самаре.

*«Они очень квалифицированные. Пятерка. Это наверно единственное гос. учреждение, где все на 5. Очень компетентные сотрудники» (Краснодар).*

#### **Оценка отдельных параметров**

Ниже представлена оценка работодателями различных факторов повышения привлекательности ЦЗН.

Компании с кадровыми рисками отмечают наиболее важными факторами:

- Составление широкой базы резюме,
- Возможность оформления всех процедур онлайн,
- Комфортное помещение ЦЗН (в случае невозможности онлайн-обращения),

- Отсутствие очередей,
- Бесплатные курсы для сотрудников предприятия,
- Быструю обратную связь.

Профессионализм сотрудников уже достаточен, нет серьезной необходимости в его повышении (следует поддерживать его на текущем уровне), массовые отборы на вакансии компании чаще всего не подходят по специфике этих вакансий, а предоставление помещений для собеседований, тренинги по их проведению влияют, но в меньшей степени на привлекательность ЦЗН, по мнению работодателей данной категории.

### **Ожидания от модернизированных ЦЗН**

Представители компаний с кадровыми рисками отмечали необходимость увеличения числа сотрудников самих ЦЗН, а также более внимательное отношение к интернет ресурсам. Также, как и представители малого бизнеса, выделяли бесплатную переквалификацию по всем специальностям как большой вклад в модернизацию ЦЗН.

## 7. ПРИЛОЖЕНИЕ

### БЛОК 1: АНКЕТА ОПРОСА (НАСЕЛЕНИЕ)

#### СКРИНЕР (отбор респондентов)

**S0. Отметьте, пожалуйста, где Вы проживаете в настоящее время? ОДИН ОТВЕТ**

1	Город с населением 1 млн+ человек
2	Город с населением 500 тыс - 1 млн. человек
3	Город с населением 250-500 тыс. человек
4	Город с населением 100-250 тыс. человек
5	Город с населением менее 100 тыс. человек
6	Поселок городского типа
7	Сельский населенный пункт

**S1. Отметьте, пожалуйста, субъект Российской Федерации, в котором Вы проживаете в настоящее время? ОДИН ОТВЕТ**

1	ОТОБРАЗИТЬ ТАБЛИЦУ СУБЪЕКТОВ ИЗ ФАЙЛА «Субъекты РФ»	Не менее 2000 интервью
---	---	------------------------

**S2. Отметьте Ваш пол. ОДИН ОТВЕТ.**

1	Мужчина	45% интервью
2	Женщина	55% интервью

**S3. Сколько Вам полных лет? Запишите возраст**

**ЗАКОДИРОВАТЬ.**

1	Младше 18 лет	ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2	18 – 19 лет	ПРОДОЛЖИТЬ
3	20 – 29 лет	
4	30 – 39 лет	
5	40 – 49 лет	
6	50 – 59 лет	
7	60 – 69 лет	
8	70 лет и старше	

#### ОСНОВНАЯ АНКЕТА

**Q1. С какими каналами поиска работы Вы знакомы?**

**ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**

**РОТАЦИЯ КРОМЕ 96-98**

1	Центр занятости населения
2	Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)
3	Сайты для поиска работы (hh.ru / superjob.ru итд)
4	Частные агентства по трудоустройству
5	Социальные сети / мессенджеры
6	Тематические / специализированные сайты (например, только для IT / digital / финансов / недвижимости и т.д.)
7	Рекомендация родственников или знакомых
8	Газеты / журналы / объявления на улице
96	Другое (укажите, пожалуйста)
97	Другое (укажите, пожалуйста)
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**Q3. Какие каналы поиска работы Вы лично использовали за последние 3 года?**

ПОКАЗАТЬ ВАРИАНТЫ, ВЫБРАННЫЕ В Q1 + 99

ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

РОТАЦИЯ КРОМЕ 99

99 - ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ

1	Центр занятости населения
2	Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)
3	Сайты для поиска работы (hh.ru / superjob.ru итд)
4	Частные агентства по трудоустройству
5	Социальные сети / мессенджеры
6	Тематические / специализированные сайты (например, только для IT / digital / финансов / недвижимости и т.д.)
7	Рекомендация знакомых
8	Газеты / журналы / объявления на улице
96	Другое (укажите, пожалуйста)
97	Другое (укажите, пожалуйста)
98	Другое (укажите, пожалуйста)
99	Не искал(а) работу за последние 3 года

**ЕСЛИ Q3=99 – ПЕРЕХОД НА ВОПРОС Q6****Q5. Отметьте, пожалуйста, насколько Вы в целом удовлетворены последним опытом обращения к следующим каналам поиска работы:**

СПРОСИТЬ ПО КАНАЛАМ, ВЫБРАННЫМ В Q3

РОТИРОВАТЬ СТРОКИ

		5 – Полностью удовлетвор ен(а)	4 – Скорее удовлетвор ен(а)	3 – Отчасти удовлетвор ен(а), отчасти нет	2 – Скорее НЕ удовлетвор ен(а)	1 – Абсолютно НЕ удовлетвор ен(а)
1	Центр занятости населения	5	4	3	2	1
2	Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	5	4	3	2	1
3	Сайты для поиска работы (hh.ru / superjob.ru итд)	5	4	3	2	1
4	Частные агентства по трудоустройству	5	4	3	2	1
5	Социальные сети / мессенджеры	5	4	3	2	1
6	Тематические / специализированные сайты (например, только для IT / digital / финансов / недвижимости и т.д.)	5	4	3	2	1
7	Рекомендация знакомых	5	4	3	2	1
8	Газеты / журналы / объявления на улице	5	4	3	2	1
96	Другое (укажите, пожалуйста)	5	4	3	2	1
97	Другое (укажите, пожалуйста)	5	4	3	2	1
98	Другое (укажите, пожалуйста)	5	4	3	2	1

**Q4. Отметьте, пожалуйста, какие высказывания соответствуют данным каналам поиска работы?**

**Вы можете выбрать как одно, так и несколько высказываний.**

**СПРОСИТЬ ПО КАНАЛАМ, ВЫБРАННЫМ В Q3  
ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ ПО СТРОКЕ  
РОТИРОВАТЬ ВЫСКАЗЫВАНИЯ**

		Центр занятости и населения	Портал «Работа в России» (trudvsen.ru)	Сайты для поиска работы (hh.ru / superjob.ru итд)	.....	Газеты / журналы / объявления на улице	Затрудняюсь ответить
<b>Функционал</b>							
1	Данный канал функционирует как онлайн сервис	1	2	3	.....	7	99
2	Можно прийти в офис / к консультанту пообщаться	1	2	3	.....	7	99
<b>Удобство канала</b>							
3	Быстрое решение вопроса	1	2	3	.....	7	99
4	Быстрое получение любой информации	1	2	3	.....	7	99
5	Возможность предварительно найти информацию перед обращением	1	2	3	.....	7	99
6	Предлагает индивидуальный подход для клиента	1	2	3	.....	7	99
7	Простой в использовании						
8	Предлагает доступную и понятную информацию						
<b>Предлагаемый набор услуг и результат</b>							
9	Дает желаемый результат						
10	Предлагает новые востребованные сервисы						

**Q6. Если бы Вам пришлось искать работу в ближайшем будущем, насколько вероятно, что Вы бы обратились к следующим каналам поиска работы?**

**СПРОСИТЬ ПО КАНАЛАМ, ВЫБРАННЫМ В Q1**

**ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**

**РОТАЦИЯ КРОМЕ 96-98**

**ОБРАБОТКА: ЗАКОДИРОВАТЬ ГРУППЫ «Готовы идти» (ДЛЯ ЦЗН ВЫБРАНО 5), «Сомневающиеся» (ДЛЯ ЦЗН ВЫБРАНО 4/3/2), «НЕ готовы идти» (ДЛЯ ЦЗН ВЫБРАНО 1)**

		5 – Точно обратился (лась) бы	4 – Скорее обратился (лась) бы	3 – Возможно обратился (лась) бы, возможно нет	2 – Скорее НЕ обратился (лась) бы	1 – Точно НЕ обратился (лась) бы
1	Центр занятости населения	5	4	3	2	1
2	Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	5	4	3	2	1
3	Сайты для поиска работы (hh.ru / superjob.ru итд)	5	4	3	2	1
4	Частные агентства по трудоустройству	5	4	3	2	1
5	Социальные сети / мессенджеры	5	4	3	2	1
6	Тематические / специализированные сайты (например, только для IT / digital / финансов / недвижимости и т.д.)	5	4	3	2	1
7	Рекомендация знакомых	5	4	3	2	1
8	Газеты / журналы / объявления на улице					
96	Другое (укажите, пожалуйста)	5	4	3	2	1
97	Другое (укажите, пожалуйста)	5	4	3	2	1
98	Другое (укажите, пожалуйста)	5	4	3	2	1

**ЗАДАВАТЬ ГРУППЕ «НЕ готовы идти» и «Сомневающиеся»**

**Q7. Вы указали, что «ПОКАЗАТЬ ОТВЕТ ИЗ Q6 ПО СТРОКЕ ЦЗН» в ЦЗН для поиска работы. Скажите, пожалуйста, что Вас останавливает обратиться в «ЦЗН»?**

**ВЫВЕСТИ ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ. ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**

**РОТАЦИЯ КРОМЕ 98**

**А есть ли что-то еще, что останавливает Вас обратиться в «ЦЗН»? ВЫВЕСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ.**

Основные параметры	
1	Нет подходящих вакансий
2	Нет желаемого результата
3	Отсутствие индивидуального подхода
4	Нет дополнительных сервисов
5	Длительное время реакции на ваше обращение
6	Сложные бюрократические процедуры
7	Отсутствие подробной информации о предоставляемых услугах
8	Недружелюбные сотрудники
Дополнительные параметры	
9	Некомфортное помещение ЦЗН
10	Непрестижность поиска работы через центр занятости
11	Неудобное для посещения местоположение центра занятости
12	Неудобный график работы центра занятости
13	Негативный опыт предшествующего обращения
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**ЗАДАВАТЬ ГРУППЕ «НЕ готовы идти» и «Сомневающиеся»****Q8. Скажите, пожалуйста, что могло бы Вас убедить точно обратиться в «ЦЗН»?****ВЫВЕСТИ ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ. ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ****РОТАЦИЯ КРОМЕ 98****А что еще могло бы Вас убедить точно обратиться в «ЦЗН»? ВЫВЕСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ.**

Основные параметры	
1	Персональный карьерный консультант (индивидуальное сопровождение)
2	Составление резюме
3	Бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыкам
4	Тренинги по прохождению собеседований
5	Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела
6	Индивидуальная психологическая помощь
7	Подбор работы исходя из пожелания соискателя
8	Возможность предварительной записи на прием и минимальное время ожидания в очереди
9	Эффективная система обратной связи со стороны СЗН
10	Возможность оформить все процедуры онлайн
Дополнительные параметры	
11	Транспортная доступность
12	Возможность прийти с ребенком
13	Парковочные места
14	Комната матери и ребенка
15	Активные аккаунты в социальных сетях
16	Комфортное помещение
17	Рекомендация хорошего знакомого/друга/родственника, удовлетворенного качеством полученной в ЦЗН услуги
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**Q9. Как Вы считаете, с какой целью люди обращаются в Центр занятости населения «ЦЗН»?****ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ****РОТАЦИЯ КРОМЕ 98, 99**

1	Поиск работы
2	Узнать актуальную информацию о рынке труда
3	Получение пособия по безработице
4	Профессиональная ориентация
5	Консультация психолога
6	Профессиональное обучение и повышение квалификации
7	Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований
8	Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела
9	Поддержка при трудоустройстве в другом регионе
10	Поиск работы для граждан с инвалидностью
11	Временное трудоустройство
12	Получение справки
98	Другое (укажите, пожалуйста)
99	Затрудняюсь ответить

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q3=1****Q10. С какой целью Вы обращались в ЦЗН?****ПОКАЗАТЬ ОТВЕТЫ ИЗ Q9. ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ. РОТАЦИЯ**

1	Поиск работы
2	Узнать актуальную информацию о рынке труда
3	Получение пособия по безработице
4	Профессиональная ориентация
5	Консультация психолога
6	Профессиональное обучение и повышение квалификации
7	Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований
8	Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела
9	Поддержка при трудоустройстве в другом регионе
10	Поиск работы для граждан с инвалидностью
11	Временное трудоустройство
12	Получение справки
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q3=1****Q11. Скажите, пожалуйста, насколько в целом Вы остались удовлетворены процессом получения услуги и сервиса после обращения в ЦЗН по следующим ситуациям?****Если Вы имеете опыт неоднократного обращения за данной услугой, ответьте по последнему обращению. ПОКАЗАТЬ ОТВЕТЫ ИЗ Q10.ОДИН ОТВЕТ ПО СТРОКЕ.РОТАЦИЯ**

		5 – Полностью удовлетворен(а)	4 – Скорее удовлетворен(а)	3 – Отчасти удовлетворен(а), отчасти нет	2 – Скорее НЕ удовлетворен(а)	1 – Абсолютно НЕ удовлетворен(а)
1	Поиск работы	5	4	3	2	1
2	Узнать актуальную информацию о рынке труда	5	4	3	2	1
3	Получение пособия по безработице	5	4	3	2	1
4	Профессиональная ориентация	5	4	3	2	1
5	Консультация психолога	5	4	3	2	1
6	Профессиональное обучение и повышение квалификации	5	4	3	2	1
7	Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	5	4	3	2	1
8	Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	5	4	3	2	1
9	Поддержка при трудоустройстве в другом регионе	5	4	3	2	1
10	Поиск работы для граждан с инвалидностью	5	4	3	2	1
11	Временное трудоустройство	5	4	3	2	1
12	Получение справки	5	4	3	2	1
98	Другое (укажите, пожалуйста)	5	4	3	2	1

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q3=1**

**Q12. Скажите, пожалуйста, насколько Вы довольны или нет результатом той услуги и сервиса, которую Вы получили, когда обращались в ЦЗН по следующим ситуациям?**

*Если Вы имеете опыт неоднократного обращения за данной услугой, ответьте по последнему обращению.*

**ПОКАЗАТЬ ОТВЕТЫ ИЗ Q10**

**ОДИН ОТВЕТ ПО СТРОКЕ**

**РОТАЦИЯ**

		5 – Однозначно доволен результатом	4 – Скорее доволен (а) результатом	3 – Отчасти доволен(а) , отчасти нет	2 – Скорее НЕ доволен (а) результатом	1 – Однозначно НЕ доволен (а) результатом
1	Поиск работы	5	4	3	2	1
2	Узнать актуальную информацию о рынке труда	5	4	3	2	1
3	Получение пособия по безработице	5	4	3	2	1
4	Профессиональная ориентация	5	4	3	2	1
5	Консультация психолога	5	4	3	2	1
6	Профессиональное обучение и повышение квалификации	5	4	3	2	1
7	Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	5	4	3	2	1
8	Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	5	4	3	2	1
9	Поддержка при трудоустройстве в другом регионе	5	4	3	2	1
10	Поиск работы для граждан с инвалидностью	5	4	3	2	1
11	Временное трудоустройство	5	4	3	2	1
12	Получение справки	5	4	3	2	1
98	Другое (укажите, пожалуйста)	5	4	3	2	1

**ЗАДАВАТЬ ВСЕМ**

**Q13. В настоящий момент происходит модернизация Центров занятости населения. На Ваш взгляд, каким должен быть современный государственный кадровый центр? Впишите, пожалуйста, 3-5 характеристик, которые посчитаете нужным.**

**ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС**

--

## **СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ БЛОК**

**И, в заключение, несколько вопросов о Вас.**

**D1. Каково Ваше семейное положение? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Не замужем / Не женат
2	Женат / Замужем / Живём вместе
3	Разведен(а) / Живём отдельно
4	Вдовец / Вдова
99	Отказ от ответа

**D2. Сколько человек проживает в Вашей семье, включая Вас? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Один
2	Двое
3	Трое
4	Четверо
5	Пять
6	Более пяти человек
99	Отказ от ответа

**D3. Как бы Вы описали материальное положение Вашей семьи? ОДИН ОТВЕТ.**

1	У нас не всегда достаточно денег даже на еду
2	У нас хватает денег на еду, но купить одежду для нас серьезная проблема
3	Нам хватает на еду и одежду, но купить мелкую бытовую технику (чайник, утюг и т.п.) нам будет сложно/придется откладывать деньги на покупку
4	Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватает
5	Наших средств хватит на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира или загородный дом
6	У нас нет никаких финансовых затруднений. При необходимости мы можем купить квартиру или дом
99	Отказ от ответа

**D4. Какое у Вас образование? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Среднее полное (общее) или ниже
2	Среднее профессиональное, среднее специальное
3	Неполное высшее
4	Высшее
5	2 высших или более
6	Ученая степень
7	Не имею образования
99	Отказ от ответа

**D5 1. Работаете ли Вы в настоящее время? ОДИН ОТВЕТ**

1	Да	ЗАДАТЬ D5_3, D5_4
2	Нет	ЗАДАТЬ D5_2

**ЗАДАВАТЬ D5\_2, ЕСЛИ D5\_1=2.**

**D5 2. К какой группе неработающих Вы относитесь? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Пенсионер по возрасту
2	Пенсионер по инвалидности
3	Домохозяйка
4	Временно неработающий
5	Зарегистрированный безработный
6	Учащийся, студент
8	Другое

**ЗАДАВАТЬ D5\_3, D5\_4, ЕСЛИ D5\_1=1.****D5\_3. Кем Вы работаете? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Руководитель высшего звена (генеральный директор, президент)
2	Заместитель руководителя, главный специалист
3	Руководитель среднего звена (руководитель отдела, подразделения, цеха, смены, или сектора)
4	Военнослужащий/сотрудник правоохранительных органов (полиция, суд, прокуратура и т.д.)
5	Квалифицированный специалист с высшим образованием (врач, юрист, бухгалтер, инженер...)
6	Служащий без высшего образования (секретарь, кассир, машинистка, продавец и т.д)

**D5\_4. Уточните, пожалуйста, в какой сфере Вы работаете? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство
2	Добыча полезных ископаемых
3	Обрабатывающие производства
4	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха
5	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, деятельность по ликвидации загрязнений
6	Строительство
7	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов
8	Транспортировка и хранение
9	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания
10	Деятельность в области информации и связи
11	Деятельность финансовая и страховая
12	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом
13	Деятельность профессиональная, научная и техническая; деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги
14	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение
15	Образование
16	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг
17	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений
18	Предоставление прочих видов услуг
19	Другие виды экономической деятельности

**D6. Есть ли у вас дети до 16 лет, проживающие вместе с Вами? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Да
2	Нет

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ D6=1****D7. Сколько им лет? ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ.**

1	0-2
2	3-5
3	6-8
4	9-11
5	12-14
6	15-16

**Благодарим за участие в исследовании!**

**БЛОК 2: АНКЕТА ОПРОСА (СОИСКАТЕЛИ)****СКРИНЕР (отбор респондентов)****S4. Вы обращались в государственный Центр занятости населения (ЦЗН) в 2021 году?****ОДИН ОТВЕТ**

1	Да	ПРОДОЛЖИТЬ
2	Нет	ЗАВЕРШИТЬ
3	Не помню / Затрудняюсь ответить	ЗАВЕРШИТЬ

**S5. Каким образом Вы взаимодействовали с Центром занятости населения?****Укажите все варианты, которые Вы использовали при подаче обращения.****ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ****РОТАЦИЯ КРОМЕ 98**

1	Личное посещение	ПРОДОЛЖИТЬ
2	Региональный портал СЗН	ЗАВЕРШИТЬ, ЕСЛИ НЕ ВЫБРАН В/О 1
3	Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	
4	Колл-центр	
5	SMS-сообщения	
6	Электронная почта	
7	Мессенджер	
8	Социальные сети	
98	Другое (укажите)	

**S6. Уточните, пожалуйста, в каком городе Вы лично посещали Центр занятости населения (ЦЗН) в 2021?****ОДИН ОТВЕТ**

1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
99	Другой ЦЗН	ЗАВЕРШИТЬ

## ОСНОВНАЯ АНКЕТА

---

**Q1. Скажите, пожалуйста, с какой целью Вы обращались в ЦЗН?**

**ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**

**РОТАЦИЯ КРОМЕ 98**

1	Поиск работы
2	Узнать актуальную информацию о рынке труда
3	Получение пособия по безработице
4	Профессиональная ориентация
5	Консультация психолога
6	Профессиональное обучение и повышение квалификации
7	Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований
8	Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела
9	Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона
10	Поиск работы для граждан с инвалидностью
11	Временное трудоустройство
12	Получение справки
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ В Q1 ВЫБРАНО БОЛЕЕ 1 В/О**

**Q2. Вы указали, что обращались в ЦЗН по нескольким вопросам, о каком Вы готовы рассказать нам подробнее?**

**ОДИН ОТВЕТ**

**ПОКАЗАТЬ ВАРИАНТЫ, ВЫБРАННЫЕ В Q1**

**ЕСЛИ В Q1 БЫЛ ВЫБРАН ОДИН ВАРИАНТ, ТО ЗАПИСАТЬ ЕГО АВТОМАТИЧЕСКИ И ВОПРОС НЕ ПОКАЗЫВАТЬ**

**РОТАЦИЯ**

1	Поиск работы
2	Узнать актуальную информацию о рынке труда
3	Получение пособия по безработице
4	Профессиональная ориентация
5	Консультация психолога
6	Профессиональное обучение и повышение квалификации
7	Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований
8	Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела
9	Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона
10	Поиск работы для граждан с инвалидностью
11	Временное трудоустройство
12	Получение справки
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**Q3. Был ли у Вас ранее опыт обращения по данному вопросу в ЦЗН?**

**ОДИН ОТВЕТ**

1	Да
2	Нет

**ЗАДАВАТЬ, ТОЛЬКО ЕСЛИ Q3=1****Q4. Улучшилось ли качество решения данного вопроса по сравнению с Вашим предыдущим опытом?***Для ответа используйте 5-балльную шкалу, где 5 - Однозначно улучшилось, а 1 - Однозначно НЕ улучшилось.***ОДИН ОТВЕТ**

5	Однозначно улучшилось
4	Скорее улучшилось
3	Отчасти улучшилось, отчасти нет
2	Скорее НЕ улучшилось
1	Однозначно НЕ улучшилось

**Q5. Вспомните, пожалуйста, Ваш опыт обращения по вопросу <ПОКАЗАТЬ ВАРИАНТ, ВЫБРАННЫЙ В Q2> и скажите, насколько Вы остались удовлетворены следующими параметрами:***Для ответа используйте 5-балльную шкалу, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).***ОДИН ОТВЕТ ПО СТРОКЕ****РОТАЦИЯ СТРОК**

		5 – Полностью удовлетво рен(а)	4 – Скорее удовлетво рен(а)	3 – Отчасти удовлетво рен(а), отчасти нет	2 – Скорее НЕ удовлетво рен(а)	1 – Абсолютн о НЕ удовлетво рен(а)
1	Получение желаемого результата	5	4	3	2	1
2	Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	5	4	3	2	1
3	Наличие дополнительных сервисов	5	4	3	2	1
4	Простота процедур	5	4	3	2	1
5	Комфортность помещения	5	4	3	2	1
6	Срок предоставления услуги	5	4	3	2	1
7	Необходимое количество документов	5	4	3	2	1
8	Время ожидания в очереди	5	4	3	2	1
9	Доступная и понятная информация	5	4	3	2	1
10	Транспортная доступность ЦЗН	5	4	3	2	1
11	Профессионализм сотрудников	5	4	3	2	1

**Q5\_1. Проранжируйте данные параметры в порядке важности лично для Вас. На первое место необходимо поставить наиболее важный для Вас параметр, а на последнее – наименее важный.**

**ДОБАВИТЬ РАНЖИРОВАНИЕ**

**РОТАЦИЯ СТРОК**

1	Наличие желаемого результата
2	Наличие дополнительных сервисов
3	Индивидуальный подход
4	Простота процедур
5	Комфортность помещения
6	Срок предоставления услуги
7	Количество документов, которое необходимо предоставить
8	Время ожидания в очереди
9	График работы с клиентами
10	Транспортная доступность ЦЗН
11	Профессионализм сотрудников

**Q6. А теперь скажите, пожалуйста, насколько Вы В ЦЕЛОМ удовлетворены Вашим опытом обращения в модернизированный Центр занятости населения?**

*Для ответа используйте 11-балльную шкалу, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

**ОДИН ОТВЕТ**

10	10 - Полностью удовлетворен(а)
9	9
8	8
7	7
6	6
5	5
4	4
3	3
2	2
1	1
0	0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а)

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q6=0-8**

**Q7. Скажите, пожалуйста, что, по Вашему мнению, необходимо улучшить / изменить в работе данного Центра занятости населения?**

**ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС**

/ЗАПИШИТЕ \_\_\_\_\_ /

**Q8. Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН Вашим друзьям/родственникам/знакомым?**

*Для ответа используйте 11-балльную шкалу, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.*

**ОДИН ОТВЕТ**

10	10 - Точно порекомендовал(а) бы
9	9
8	8
7	7
6	6
5	5
4	4
3	3
2	2
1	1
0	0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать

**Q9. Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН?**

*Для ответа используйте 5-балльную шкалу, где 5 – Точно обратился(лась) бы, а 1 – Точно НЕ обратился(лась) бы.*

**ОДИН ОТВЕТ**

5	Точно обратился(лась) бы
4	Скорее обратился(лась) бы
3	Возможно обратился(лась) бы, возможно нет
2	Скорее НЕ обратился(лась) бы
1	Точно НЕ обратился(лась) бы

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q9=1-4****Q10. Скажите, пожалуйста, что могло бы Вас убедить точно обратиться в «ЦЗН»??****ВЫВЕСТИ ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ. ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ****РОТАЦИЯ КРОМЕ 98****А что еще могло бы Вас убедить точно обратиться в «ЦЗН»? ВЫВЕСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ.**

Основные параметры	
1	Персональный карьерный консультант
3	Составление резюме
4	Бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыкам
5	Тренинги по прохождению собеседований
6	Адаптация на рынке труда
7	Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела
8	Индивидуальная психологическая помощь
9	Подбор работы исходя из пожелания соискателя
10	Эффективная система обратной связи со стороны СЗН
11	Возможность оформить все процедуры онлайн
Дополнительные параметры	
12	Транспортная доступность
13	Возможность прийти с ребенком
14	Парковочные места
15	Комната матери и ребенка
16	Возможность предварительной записи на прием и минимальное время ожидания в очереди
17	Активные аккаунты в социальных сетях
18	Комфортное помещение
19	Рекомендация хорошего знакомого/друга/родственника, удовлетворенного качеством полученной в ЦЗН услуги
98	Другое (укажите, пожалуйста)

## **СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ БЛОК**

**И, в заключение, несколько вопросов о Вас.**

**S0. Отметьте, пожалуйста, где Вы проживаете в настоящее время? ОДИН ОТВЕТ**

1	Город с населением 1 млн+ человек
2	Город с населением 500 тыс - 1 млн. человек
3	Город с населением 250-500 тыс. человек
4	Город с населением 100-250 тыс. человек
5	Город с населением менее 100 тыс. человек
6	Поселок городского типа
7	Сельский населенный пункт

**S1. Отметьте, пожалуйста, субъект Российской Федерации, в котором Вы проживаете в настоящее время? ОДИН ОТВЕТ**

1	ОТОБРАЗИТЬ ТАБЛИЦУ СУБЪЕКТОВ ИЗ ФАЙЛА «Субъекты РФ»
---	---

**S2. Отметьте Ваш пол. ОДИН ОТВЕТ.**

1	Мужчина
2	Женщина

**S3. Сколько Вам полных лет? Запишите возраст**

**ЗАКОДИРОВАТЬ.**

1	15 – 19 лет
2	20 – 29 лет
3	30 – 39 лет
4	40 – 49 лет
5	50 – 59 лет
6	60 – 69 лет
7	70 лет и старше

**D1. Каково Ваше семейное положение? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Не замужем / Не женат
2	Женат / Замужем / Живём вместе
3	Разведен(а) / Живём отдельно
4	Вдовец / Вдова
99	Отказ от ответа

**D2. Сколько человек проживает в Вашей семье, включая Вас? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Один
2	Двое
3	Трое
4	Четверо
5	Пять
6	Более пяти человек
99	Отказ от ответа

**D3. Как бы Вы описали материальное положение Вашей семьи? ОДИН ОТВЕТ.**

1	У нас не всегда достаточно денег даже на еду
2	У нас хватает денег на еду, но купить одежду для нас серьезная проблема
3	Нам хватает на еду и одежду, но купить мелкую бытовую технику (чайник, утюг и т.п.) нам будет сложно/придется откладывать деньги на покупку
4	Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватает
5	Наших средств хватит на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира или загородный дом
6	У нас нет никаких финансовых затруднений. При необходимости мы можем купить квартиру или дом
99	Отказ от ответа

**D4. Какое у Вас образование? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Среднее полное (общее) или ниже
2	Среднее профессиональное, среднее специальное
3	Неполное высшее
4	Высшее
5	2 высших или более
6	Ученая степень
7	Не имею образования
99	Отказ от ответа

**D5 1. Работаете ли Вы в настоящее время? ОДИН ОТВЕТ**

1	Да	ЗАДАТЬ D5_3, D5_4
2	Нет	ЗАДАТЬ D5_2

**ЗАДАВАТЬ D5\_2, ЕСЛИ D5\_1=2.****D5\_2. К какой группе неработающих Вы относитесь? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Пенсионер по возрасту
2	Пенсионер по инвалидности
3	Домохозяйка
4	Временно неработающий
5	Зарегистрированный безработный
6	Учащийся, студент
8	Другое

**ЗАДАВАТЬ D5\_3, D5\_4, ЕСЛИ D5\_1=1.****D5\_3. Кем Вы работаете? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Руководитель высшего звена (генеральный директор, президент)
2	Заместитель руководителя, главный специалист
3	Руководитель среднего звена (руководитель отдела, подразделения, цеха, смены, или сектора)
4	Военнослужащий/сотрудник правоохранительных органов (полиция, суд, прокуратура и т.д.)
5	Квалифицированный специалист с высшим образованием (врач, юрист, бухгалтер, инженер...)
6	Служащий без высшего образования (секретарь, кассир, машинистка, продавец и т.д.)

**D5\_4. Уточните, пожалуйста, в какой сфере Вы работаете? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство
2	Добыча полезных ископаемых
3	Обрабатывающие производства
4	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха
5	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, деятельность по ликвидации загрязнений
6	Строительство
7	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов
8	Транспортировка и хранение
9	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания
10	Деятельность в области информации и связи
11	Деятельность финансовая и страховая
12	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом
13	Деятельность профессиональная, научная и техническая; деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги
14	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение
15	Образование
16	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг
17	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений
18	Предоставление прочих видов услуг
19	Другие виды экономической деятельности

**D6. Есть ли у вас дети до 16 лет, проживающие вместе с Вами? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Да
2	Нет

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ D6=1****D7. Сколько им лет? ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ.**

1	0-2
2	3-5
3	6-8
4	9-11
5	12-14
6	15-16

**БЛОК 2: АНКЕТА ОПРОСА (РАБОТОДАТЕЛИ)****СКРИНЕР (отбор респондентов)****S3. Как бы Вы охарактеризовали опыт взаимодействия вашей организации с Центром занятости населения?**

ОДИН ОТВЕТ

1	Регулярно обращаемся в ЦЗН	ПРОДОЛЖИТЬ
2	Обращались несколько раз	ПРОДОЛЖИТЬ
3	Обращались 1 раз	ПРОДОЛЖИТЬ
4	Ни разу не обращались	ЗАВЕРШИТЬ
5	Затрудняюсь ответить	ЗАВЕРШИТЬ

**S4. Был ли у вашей организации опыт взаимодействия с ЦЗН в 2021 году?**

ОДИН ОТВЕТ

1	Да	ПРОДОЛЖИТЬ
2	Нет	ЗАВЕРШИТЬ
3	Не помню / Затрудняюсь ответить	ЗАВЕРШИТЬ

**S5. Какими каналами Вы предпочитаете пользоваться при обращении в ЦЗН?**

ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

РОТАЦИЯ КРОМЕ 98

1	Личное посещение ЦЗН	ПРОДОЛЖИТЬ
2	Региональный портал СЗН	
3	Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)	
4	Колл-центр	
5	SMS-сообщения	
6	Электронная почта	
7	Мессенджер	
8	Социальные сети	
9	Обращение по телефону/электронной почте к сотруднику ЦЗН, курирующему организацию	
98	Другое (укажите)	ЗАВЕРШИТЬ, ЕСЛИ НЕ ВЫБРАН В/О 1

**S6. Уточните, пожалуйста, в каком городе и Вы лично посещали Центр занятости населения (ЦЗН) в 2021?**

ОДИН ОТВЕТ

1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
99	Другой ЦЗН	ЗАВЕРШИТЬ

## ОСНОВНАЯ АНКЕТА

**Q1. Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН?**

**ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**

**РОТАЦИЯ КРОМЕ 98**

1	Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу
2	Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;
3	Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время
4	Организация временного трудоустройства безработных
5	Организация проведения оплачиваемых общественных работ
6	Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места
7	Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности
8	Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов
9	Получить помощь в составлении профиля вакансии
10	Получить помощь в проведении собеседований
11	Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)
12	С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации сотрудников
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ В Q1 ВЫБРАНО БОЛЕЕ 1 В/О**

**Q2. Вы указали, что Ваша организация обращалась в ЦЗН по нескольким вопросам, о каком Вы готовы рассказать нам подробнее?**

**ОДИН ОТВЕТ. ПОКАЗАТЬ ВАРИАНТЫ, ВЫБРАННЫЕ В Q1. ЕСЛИ В Q1 БЫЛ ВЫБРАН ОДИН ВАРИАНТ, ТО ЗАПИСАТЬ ЕГО АВТОМАТИЧЕСКИ И ВОПРОС НЕ ПОКАЗЫВАТЬ. РОТАЦИЯ**

1	Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу
2	Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;
3	Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время
4	Организация временного трудоустройства безработных
5	Организация проведения оплачиваемых общественных работ
6	Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места
7	Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности
8	Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов
9	Получить помощь в составлении профиля вакансии
10	Получить помощь в проведении собеседований
11	Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)
12	С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации сотрудников
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**Q3. Был ли у Вашей организации ранее опыт обращения по данному вопросу в ЦЗН?**

**ОДИН ОТВЕТ**

1	Да
2	Нет

**ЗАДАВАТЬ, ТОЛЬКО ЕСЛИ Q3=1**

**Q4. Улучшилось ли качество решения данного вопроса по сравнению с Вашим предыдущим опытом? Для ответа используйте 5-балльную шкалу, где 5 - Однозначно улучшилось, а 1 - Однозначно ухудшилось. ОДИН ОТВЕТ**

5	Однозначно улучшилось
4	Скорее улучшилось
3	Отчасти улучшилось, отчасти нет
2	Скорее НЕ улучшилось
1	Однозначно НЕ улучшилось

**Q5. Вспомните, пожалуйста, опыт обращения Вашей организации по вопросу <ПОКАЗАТЬ ВАРИАНТ, ВЫБРАННЫЙ В Q2> и скажите, насколько Вы остались удовлетворены следующими параметрами:**

Для ответа используйте 5-балльную шкалу, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а). ОДИН ОТВЕТ ПО СТРОКЕ. РОТАЦИЯ СТРОК

		5 – Полностью удовлетворен(а)	4 – Скорее удовлетворен(а)	3 – Отчасти удовлетворен (а), отчасти нет	2 – Скорее НЕ удовлетворен(а)	1 – Абсолютно НЕ удовлетворен(а)
1	Наличие желаемого результата	5	4	3	2	1
2	Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	5	4	3	2	1
3	Наличие дополнительных сервисов	5	4	3	2	1
4	Скорость реагирования на обращение	5	4	3	2	1
5	Доступная и понятная информация					
6	Комфортность помещения	5	4	3	2	1
7	Срок предоставления услуги	5	4	3	2	1
8	Необходимое количество документов	5	4	3	2	1
9	График работы с клиентами	5	4	3	2	1
10	Транспортная доступность ЦЗН	5	4	3	2	1
11	Профессионализм сотрудников	5	4	3	2	1

**Q5\_1. Расставьте данные параметры в порядке важности лично для Вас. На первое место необходимо поставить наиболее важный для Вас параметр, а на последнее – наименее важный.**

**ДОБАВИТЬ РАНЖИРОВАНИЕ**

**РОТАЦИЯ СТРОК**

1	Наличие желаемого результата
2	Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации
3	Наличие дополнительных сервисов
4	Скорость реагирования на обращение
5	Доступная и понятная информация
6	Комфортность помещения
7	Срок предоставления услуги
8	Необходимое количество документов
9	График работы с клиентами
10	Транспортная доступность ЦЗН
11	Профессионализм сотрудников

**Q6. А теперь скажите, пожалуйста, насколько Вы В ЦЕЛОМ удовлетворены Вашим опытом обращения в модернизированный Центр занятости населения?**

*Для ответа используйте 11-балльную шкалу, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

**ОДИН ОТВЕТ**

10	10 - Полностью удовлетворен(а)
9	9
8	8
7	7
6	6
5	5
4	4
3	3
2	2
1	1
0	0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а)

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q6=0-8**

**Q7. Скажите, пожалуйста, что, по Вашему мнению, необходимо улучшить / изменить в работе данного Центра занятости населения?**

**ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС**

/ЗАПИШИТЕ \_\_\_\_\_ /

**Q8. Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций?**

*Для ответа используйте 11-балльную шкалу, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.*

**ОДИН ОТВЕТ**

10	10 - Точно порекомендовал(а) бы
9	9
8	8
7	7
6	6
5	5
4	4
3	3
2	2
1	1
0	0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать

**Q9. Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН?**

*Для ответа используйте 5-балльную шкалу, где 5 – Точно обратился(лась) бы, а 1 – Точно НЕ обратился(лась) бы.*

**ОДИН ОТВЕТ**

5	Точно обратился(лась) бы
4	Скорее обратился(лась) бы
3	Возможно обратился(лась) бы, возможно нет
2	Скорее НЕ обратился(лась) бы
1	Точно НЕ обратился(лась) бы

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q9=1-4**

**Q10. Скажите, пожалуйста, что из нижеперечисленного могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения?**

**ВЫВЕСТИ ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ. ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**

**РОТАЦИЯ КРОМЕ 98**

**А есть ли что-то еще, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую Вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? ВЫВЕСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ.**

Основные показатели	
1	Профессионализм сотрудников ЦЗН
3	Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными
4	Персональный кадровый консультант
5	Составление привлекательного профиля вакансии
6	Бесплатные курсы для моих сотрудников
7	Подбор и обучение потенциальных сотрудников под мои вакансии
8	Массовые открытые отборы под мои вакансии
9	Возможность оформить все процедуры онлайн
10	Быстрая обратная связь
11	Тренинги по проведению собеседований
Дополнительные параметры	
12	Транспортная доступность
13	Предоставление помещения для проведения собеседований
14	Парковочные места
15	Минимальное время ожидания в очереди
16	Комфортное помещение
98	Другое (укажите, пожалуйста)

## **СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ БЛОК**

**И, в заключение, несколько вопросов о Вас.**

**S0. Отметьте, пожалуйста, где находится ваша организация? ОДИН ОТВЕТ**

1	Город с населением 1 млн+ человек
2	Город с населением 500 тыс - 1 млн. человек
3	Город с населением 250-500 тыс. человек
4	Город с населением 100-250 тыс. человек
5	Город с населением менее 100 тыс. человек
6	Поселок городского типа
7	Сельский населенный пункт

**S1. Отметьте, пожалуйста, субъект Российской Федерации, в котором находится ваша организация (осуществляется деятельность и созданы рабочие места)? ОДИН ОТВЕТ**

1	ОТОБРАЗИТЬ ТАБЛИЦУ СУБЪЕКТОВ ИЗ ФАЙЛА «Субъекты РФ»
---	---

**D1. Форма собственности организации, в которой Вы работаете? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Государственная / муниципальная
2	Смешанная российская (государственно-частная)
3	Частная российская
4	Совместная российская и иностранная
5	Иностранная
98	Другая (укажите)

**D2. Общее количество работников на Вашем предприятии? ОДИН ОТВЕТ.**

1	До 15 человек
2	От 16 до 100 человек
3	От 101 до 250 человек
4	Более 250 человек

**D3. Какой основной вид экономической деятельности у Вашего предприятия? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство
2	Добыча полезных ископаемых
3	Обрабатывающие производства
4	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха
5	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений
6	Строительство
7	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов
8	Транспортировка и хранение
9	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания
10	Деятельность в области информации и связи
11	Деятельность финансовая и страховая
12	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом
13	Деятельность профессиональная, научная и техническая
14	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги
15	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение
16	Образование
17	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг
18	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений
19	Предоставление прочих видов услуг
20	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству товаров и оказанию услуг для собственного потребления
21	Деятельность экстерриториальных организаций и органов
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**D4. Кем Вы являетесь в компании? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Руководитель организации/предприятия
2	Заместитель руководителя организации/предприятия
3	Руководитель отдела/управления/службы управления персоналом/кадрами/человеческими ресурсами
4	Специалист, занимающийся взаимодействием с органами государственной власти
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**БЛОК 3: АНКЕТА ОПРОСА (СОИСКАТЕЛИ)****СКРИНЕР (отбор респондентов)****S0. Отметьте, пожалуйста, где Вы проживаете в настоящее время? ОДИН ОТВЕТ**

1	Город с населением 1 млн+ человек
2	Город с населением 500 тыс - 1 млн. человек
3	Город с населением 250-500 тыс. человек
4	Город с населением 100-250 тыс. человек
5	Город с населением менее 100 тыс. человек
6	Поселок городского типа
7	Сельский населенный пункт

**S1. Отметьте, пожалуйста, субъект Российской Федерации, в котором Вы проживаете в настоящее время? ОДИН ОТВЕТ**

1	ОТОБРАЗИТЬ ТАБЛИЦУ СУБЪЕКТОВ ИЗ ФАЙЛА «Субъекты РФ»
---	---

**S2. Отметьте Ваш пол. ОДИН ОТВЕТ.**

1	Мужчина
2	Женщина

**S3. Сколько Вам полных лет? Запишите возраст** **ЗАКОДИРОВАТЬ.**

1	Младше 15 лет	ЗАВЕРШИТЬ
2	15 – 19 лет	ПРОДОЛЖИТЬ
3	20 – 29 лет	
4	30 – 39 лет	
5	40 – 49 лет	
6	50 – 59 лет	
7	60 – 69 лет	
8	70 лет и старше	

**S4. Вы обращались в государственный Центр занятости населения (ЦЗН) за последние 5 лет?****ОДИН ОТВЕТ**

1	Да	ПРОДОЛЖИТЬ
2	Нет	ЗАВЕРШИТЬ
3	Не помню / Затрудняюсь ответить	ЗАВЕРШИТЬ

**S4\_1. Состоите ли Вы в настоящее время на регистрационном учете в СЗН как безработный или ищущий работу гражданин?****ОДИН ОТВЕТ**

1	Да
2	Нет
3	Не помню / Затрудняюсь ответить



**S6. Уточните, пожалуйста, в каком городе Вы лично посещали Центр занятости населения (ЦЗН) в 2021?**

ОДИН ОТВЕТ

1		ЗАКОДИРОВАТЬ КАК «МОДЕРНИЗИРОВАННЫЕ ЦЗН»
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
99	Другой ЦЗН	«ЦЗН, НЕ ВХОДЯЩИЙ В ПИЛОТНЫЙ ПРОЕКТ МОДЕРНИЗАЦИИ СЗН»

**S7. Относите ли Вы себя к одной из следующих категорий граждан?**

ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

99 - ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ

1	Граждане предпенсионного возраста
2	Пенсионеры
3	Инвалиды
4	Дети-сироты
5	Уволенные по сокращению штатов или ликвидации организации
6	Выпускники школ
7	Выпускники средне-профессиональных и высших учебных заведений
8	Женщины с детьми от 0 до 6 лет
9	Не работающие более года
99	Не отношусь ни к одной из перечисленных категорий граждан – ЗАВЕРШИТЬ ИНТЕРВЬЮ

**КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ**

**S5. Каким образом Вы взаимодействовали с Центром занятости населения?**

Укажите все варианты, которые Вы использовали при подаче обращения.

ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

ЗАДАТЬ ПО УСЛУГЕ ИЗ Q2

1	Личное посещение
2	Региональный портал СЗН
3	Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)
4	Колл-центр
5	SMS-сообщения
6	Электронная почта
7	Мессенджер
8	Социальные сети
98	Другое (укажите)

**A1. Сколько раз Вы обращались в ЦЗН по следующим вопросам?**

ОДИН ОТВЕТ ПО СТРОКЕ

РОТАЦИЯ СТРОК

ПОКАЗАТЬ ОТВЕТЫ, ВЫБРАННЫЕ В Q1

В ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА ВОЗМОЖНО УКАЗАТЬ ТОЛЬКО ЦИФРЫ. ОГРАНИЧИТЬ 2 СИМФОЛАМИ

		Укажите кол-во раз	ЗАКОДИРОВАТЬ КАК	
			Разовое посещение	Систематические обращения
1	Поиск работы	/_____ /	1	>1
2	Узнать актуальную информацию о рынке труда	/_____ /	1	>1
3	Регистрация в качестве безработного			
4	Прохождение перерегистрации в качестве безработного			
5	Получение пособия по безработице	/_____ /	1	>1
6	Профессиональная ориентация	/_____ /	1	>1
7	Консультация психолога	/_____ /	1	>1
8	Профессиональное обучение и повышение квалификации	/_____ /	1	>1
9	Помощь в составлении резюме и прохождении собеседований	/_____ /	1	>1
10	Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела	/_____ /	1	>1
11	Поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион /внутри региона	/_____ /	1	>1
12	Поиск работы для граждан с инвалидностью	/_____ /	1	>1
13	Временное трудоустройство	/_____ /	1	>1
14	Получение справки	/_____ /	1	>1
98	Другое (укажите, пожалуйста)	/_____ /	1	>1

## ОСНОВНАЯ АНКЕТА

**Q5. Вспомните, пожалуйста, Ваш опыт обращения по вопросу <ПОКАЗАТЬ ВАРИАНТ, ВЫБРАННЫЙ В Q2> и скажите, насколько Вы остались удовлетворены следующими параметрами:**

*Для ответа используйте 5-балльную шкалу, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

ОДИН ОТВЕТ ПО СТРОКЕ

РОТАЦИЯ СТРОК

ВАРИАНТЫ 5, 8-10 ПОКАЗАТЬ ТОЛЬКО ТЕМ, У КОГО S5=1 ПО ДАННОЙ УСЛУГЕ

		5 – Полностью удовлетво рен(а)	4 – Скорее удовлетво рен(а)	3 – Отчасти удовлетво рен(а), отчасти нет	2 – Скорее НЕ удовлетво рен(а)	1 – Абсолютн о НЕ удовлетво рен(а)
1	Наличие желаемого результата	5	4	3	2	1
2	Индивидуальный подход с учетом вашей жизненной ситуации	5	4	3	2	1
3	Наличие дополнительных сервисов	5	4	3	2	1
4	Простота процедур	5	4	3	2	1
5	Комфортность помещения	5	4	3	2	1
6	Срок предоставления услуги	5	4	3	2	1
7	Необходимое количество документов	5	4	3	2	1
8	Время ожидания в очереди	5	4	3	2	1
9	Рабочие часы	5	4	3	2	1
10	Транспортная доступность ЦЗН	5	4	3	2	1
11	Профессионализм сотрудников	5	4	3	2	1
12	Быстрое решение вопроса	5	4	3	2	1

**Q5\_1. Проранжируйте данные параметры в порядке важности лично для Вас. На первое место необходимо поставить наиболее важный для Вас параметр, а на последнее – наименее важный.**

ДОБАВИТЬ РАНЖИРОВАНИЕ

РОТАЦИЯ СТРОК

1	Наличие желаемого результата
2	Наличие дополнительных сервисов
3	Индивидуальный подход
4	Простота процедур
5	Комфортность помещения
6	Срок предоставления услуги
7	Количество документов, которое необходимо предоставить
8	Время ожидания в очереди
9	График работы с клиентами
10	Транспортная доступность ЦЗН
11	Профессионализм сотрудников
12	Быстрое решение вопроса

**ЗАДАТЬ ВОПРОС, ЕСЛИ S5=4 ПО ЛЮБОЙ УСЛУГЕ (ОБРАЩАЛИСЬ В КОЛЛ-ЦЕНТР)**

**Q9. Ранее Вы указали, что обращались в колл-центр ЦЗН. Скажите, пожалуйста, с какой целью / вопросом?**

**ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**

**РОТАЦИЯ КРОМЕ 98**

1	Уточнение по пакету документов для регистрации в качестве безработного
2	Вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске работы
3	Оставить обращение
4	Уточнить статус заявления
5	Не приняли заявление на содействие в поиске работы
98	Другое (укажите)

**ЗАДАТЬ ВОПРОС, ЕСЛИ S5=4 ПО ЛЮБОЙ УСЛУГЕ (ОБРАЩАЛИСЬ В КОЛЛ-ЦЕНТР)**

**Q10. Остались ли Вы удовлетворены работой колл-центра ЦЗН?**

**ОДИН ОТВЕТ**

5	Полностью удовлетворен(а)
4	Скорее удовлетворен(а)
3	Отчасти удовлетворен(а), отчасти нет
2	Скорее НЕ удовлетворен(а)
1	Абсолютно НЕ удовлетворен(а)l

**ЗАДАТЬ ВОПРОС, ЕСЛИ Q10=1-3**

**Q11. Чем именно Вы остались недовольны в работе колл-центра ЦЗН?**

**ОДИН ОТВЕТ**

1	Трудно дозвониться
2	Не получил(а) ответа на вопрос
3	Грубое отношение оператора
4	Решение вопроса заняло много времени
5	Оператор общается только по сценарию, не отвечает на дополнительные вопросы
6	Плохое качество связи
7	Частое переключение с одного специалиста на другого
98	Другое (укажите)

**Q6. А теперь скажите, пожалуйста, насколько Вы В ЦЕЛОМ удовлетворены Вашим общим опытом обращения в Центр занятости населения?**

*Для ответа используйте 11-балльную шкалу, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

**ОДИН ОТВЕТ**

10	10 - Полностью удовлетворен(а)
9	9
8	8
7	7
6	6
5	5
4	4
3	3
2	2
1	1
0	0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а)

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q6=0-8**

**Q7. Скажите, пожалуйста, что, по Вашему мнению, необходимо улучшить / изменить в работе данного Центра занятости населения?**

**ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС**

/ЗАПИШИТЕ \_\_\_\_\_ /

**Q8. Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН Вашим друзьям/родственникам/знакомым?**

*Для ответа используйте 11-балльную шкалу, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать.*

**ОДИН ОТВЕТ**

10	10 - Точно порекомендовал(а) бы
9	9
8	8
7	7
6	6
5	5
4	4
3	3
2	2
1	1
0	0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать

**Q12. Насколько вероятно, что в будущем Вы бы снова обратились в ЦЗН?**

*Для ответа используйте 5-балльную шкалу, где 5 – Точно обратился(лась) бы, а 1 – Точно НЕ обратился(лась) бы.*

**ОДИН ОТВЕТ**

5	Точно обратился(лась) бы
4	Скорее обратился(лась) бы
3	Возможно обратился(лась) бы, возможно нет
2	Скорее НЕ обратился(лась) бы
1	Точно НЕ обратился(лась) бы

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q12=1-4****Q13. Скажите, пожалуйста, что могло бы Вас убедить точно обратиться в «ЦЗН»??****ВЫВЕСТИ ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ. ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ****РОТАЦИЯ КРОМЕ 98****А что еще могло бы Вас убедить точно обратиться в «ЦЗН»? ВЫВЕСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ.**

1	Персональный карьерный консультант
2	Составление резюме
3	Бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыкам
4	Тренинги по прохождению собеседований
5	Консультация и финансовая поддержка в открытии собственного дела
6	Индивидуальная психологическая помощь
7	Подбор работы исходя из пожелания соискателя
8	Эффективная система обратной связи со стороны СЗН
9	Возможность оформить все процедуры онлайн
Дополнительные параметры	
10	Транспортная доступность
11	Возможность прийти с ребенком
12	Парковочные места
13	Комната матери и ребенка
14	Возможность предварительной записи на прием и минимальное время ожидания в очереди
15	Активные аккаунты в социальных сетях
16	Комфортное помещение
17	Рекомендация хорошего знакомого/друга/родственника, удовлетворенного качеством полученной в ЦЗН услуги
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**ЗАДАВАТЬ ВСЕМ****Q14. На Ваш взгляд, каким должен быть современный кадровый государственный центр, который отвечает потребностям /ВСТАВИТЬ ВАРИАНТ ОТВЕТА ИЗ ВОПРОСА S7\_ ПРОФИЛЬНУЮ ГРУППУ КЛИЕНТОВ/? Впишите, пожалуйста, 3-5 характеристик, которые считаете нужным.****ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС**

--

## **СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ БЛОК**

**И, в заключение, несколько вопросов о Вас.**

**D1. Каково Ваше семейное положение? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Не замужем / Не женат
2	Женат / Замужем / Живём вместе
3	Разведен(а) / Живём отдельно
4	Вдовец / Вдова
99	Отказ от ответа

**D2. Сколько человек проживает в Вашей семье, включая Вас? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Один
2	Двое
3	Трое
4	Четверо
5	Пять
6	Более пяти человек
99	Отказ от ответа

**D3. Как бы Вы описали материальное положение Вашей семьи? ОДИН ОТВЕТ.**

1	У нас не всегда достаточно денег даже на еду
2	У нас хватает денег на еду, но купить одежду для нас серьезная проблема
3	Нам хватает на еду и одежду, но купить мелкую бытовую технику (чайник, утюг и т.п.) нам будет сложно/придется откладывать деньги на покупку
4	Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватает
5	Наших средств хватит на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира или загородный дом
6	У нас нет никаких финансовых затруднений. При необходимости мы можем купить квартиру или дом
99	Отказ от ответа

**D4. Какое у Вас образование? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Среднее полное (общее) или ниже
2	Среднее профессиональное, среднее специальное
3	Неполное высшее
4	Высшее
5	2 высших или более
6	Ученая степень
7	Не имею образования
99	Отказ от ответа

**D5 1. Работаете ли Вы в настоящее время? ОДИН ОТВЕТ**

1	Да	ЗАДАТЬ D5_3, D5_4
2	Нет	ЗАДАТЬ D5_2

**ЗАДАВАТЬ D5\_2, ЕСЛИ D5\_1=2.**

**D5\_2. К какой группе неработающих Вы относитесь? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Пенсионер по возрасту
2	Пенсионер по инвалидности
3	Домохозяйка
4	Временно неработающий
5	Зарегистрированный безработный
6	Учащийся, студент
8	Другое

**ЗАДАВАТЬ D5\_3, D5\_4, ЕСЛИ D5\_1=1.**

**D5\_3. Кем Вы работаете? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Руководитель высшего звена (генеральный директор, президент)
2	Заместитель руководителя, главный специалист
3	Руководитель среднего звена (руководитель отдела, подразделения, цеха, смены, или сектора)
4	Военнослужащий/сотрудник правоохранительных органов (полиция, суд, прокуратура и т.д.)
5	Квалифицированный специалист с высшим образованием (врач, юрист, бухгалтер, инженер...)
6	Служащий без высшего образования (секретарь, кассир, машинистка, продавец и т.д)

**D5\_4. Уточните, пожалуйста, в какой сфере Вы работаете? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство
2	Добыча полезных ископаемых
3	Обрабатывающие производства
4	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха
5	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, деятельность по ликвидации загрязнений
6	Строительство
7	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов
8	Транспортировка и хранение
9	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания
10	Деятельность в области информации и связи
11	Деятельность финансовая и страховая
12	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом
13	Деятельность профессиональная, научная и техническая; деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги
14	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение
15	Образование
16	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг
17	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений
18	Предоставление прочих видов услуг
19	Другие виды экономической деятельности

**D6. Есть ли у вас дети до 16 лет, проживающие вместе с Вами? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Да
2	Нет

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ D6=1**

**D7. Сколько им лет? ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ.**

1	0-2
2	3-5
3	6-8
4	9-11
5	12-14
6	15-16

**D8. Как бы Вы оценили состояние Вашего здоровья? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Очень хорошее
2	Скорее хорошее
3	Удовлетворительное
4	Скорее плохое
5	Очень плохое

**БЛОК 3: АНКЕТА ОПРОСА (РАБОТОДАТЕЛИ)****СКРИНЕР (отбор респондентов)****S4. Обращалась ли Ваша организация в государственный Центр занятости населения (ЦЗН) в 2021 году?**

ОДИН ОТВЕТ

1	Да	ПРОДОЛЖИТЬ
2	Нет	ЗАВЕРШИТЬ
3	Не помню / Затрудняюсь ответить	ЗАВЕРШИТЬ

**S6. Уточните, пожалуйста, в каком городе Вы лично посещали Центр занятости населения (ЦЗН) в 2021?**

ОДИН ОТВЕТ

1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
99	Другой ЦЗН	ЗАВЕРШИТЬ

**D1. Форма собственности организации, в которой Вы работаете?**

ОДИН ОТВЕТ.

1	Государственная / муниципальная
2	Смешанная российская (государственно-частная)
3	Частная российская
4	Совместная российская и иностранная
5	Иностранная
98	Другая (укажите)

**D2. Общее количество работников на Вашем предприятии?**

ОДИН ОТВЕТ.

1	До 15 человек
2	От 16 до 100 человек
3	От 101 до 250 человек
4	Более 250 человек

**D2\_1. Годовой оборот Вашего предприятия?**

ОДИН ОТВЕТ.

1	До 800 млн рублей
2	Не меньше 801 млн рублей и не более 2-х миллиардов
3	Более 2-х млрд рублей

**D3. Какой основной вид экономической деятельности у Вашего предприятия?**

ОДИН ОТВЕТ.

1	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство
2	Добыча полезных ископаемых
3	Обрабатывающие производства
4	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха
5	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, деятельность по ликвидации загрязнений
6	Строительство
7	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов
8	Транспортировка и хранение
9	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания
10	Деятельность в области информации и связи
11	Деятельность финансовая и страховая
12	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом
13	Деятельность профессиональная, научная и техническая; деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги
14	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение
15	Образование
16	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг
17	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений
18	Предоставление прочих видов услуг
19	Другие виды экономической деятельности

**D5. Относится ли что-то из нижеперечисленного к вашей компании?**

ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

1	Высокая текучесть кадров
2	Высокая сезонная потребность в персонале
3	Тенденция к сокращению численности персонала
4	Риск ликвидации обособленных подразделений или предприятия в целом
99	Ничего из перечисленного

## ОСНОВНАЯ АНКЕТА

---

**Q1. Скажите, пожалуйста, с какой целью Ваша организация обращалась в ЦЗН?**

**ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**

**РОТАЦИЯ КРОМЕ 98**

1	Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу
2	Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;
3	Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время
4	Организация временного трудоустройства безработных
5	Организация проведения оплачиваемых общественных работ
6	Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места
7	Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности
8	Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов
9	Получить помощь в составлении профиля вакансии
10	Получить помощь в проведении собеседований
11	Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)
12	С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации сотрудников
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ В Q1 ВЫБРАНО БОЛЕЕ 1 В/О**

**Q2. Вы указали, что Ваша организация обращалась в ЦЗН по нескольким вопросам, о каком Вы готовы рассказать нам подробнее?**

**ОДИН ОТВЕТ**

**ПОКАЗАТЬ ВАРИАНТЫ, ВЫБРАННЫЕ В Q1**

**ЕСЛИ В Q1 БЫЛ ВЫБРАН ОДИН ВАРИАНТ, ТО ЗАПИСАТЬ ЕГО АВТОМАТИЧЕСКИ И ВОПРОС НЕ ПОКАЗЫВАТЬ**

**РОТАЦИЯ**

1	Подбор необходимых работников на постоянную (срочную) работу
2	Организация временного трудоустройства выпускников образовательных организаций ВО и СПО;
3	Организация временного трудоустройства студентов в свободное от учебы время
4	Организация временного трудоустройства безработных
5	Организация проведения оплачиваемых общественных работ
6	Трудоустройство инвалидов на квотируемые рабочие места
7	Подбор работников из других регионов в рамках программ территориальной мобильности
8	Кадровое обеспечение реализуемых инвестиционных проектов
9	Получить помощь в составлении профиля вакансии
10	Получить помощь в проведении собеседований
11	Подача сведений о высвобождаемых работниках (сокращении штата)
12	С целью организации профессионального обучения/повышения квалификации/переквалификации сотрудников
98	Другое (укажите, пожалуйста)

**S5. Каким образом Вы взаимодействовали с Центром занятости населения по вопросу <ПОКАЗАТЬ УСЛУГУ ИЗ Q2>?**

ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ

РОТАЦИЯ КРОМЕ 98

1	Личное посещение
2	Региональный портал ЦЗН
3	Портал «Работа в России» (trudvsem.ru)
4	Колл-центр
5	SMS-сообщения
6	Электронная почта
7	Мессенджер
8	Социальные сети
98	Другое (укажите)

**Q5. Вспомните, пожалуйста, опыт обращения Вашей организации по вопросу <ПОКАЗАТЬ ВАРИАНТ, ВЫБРАННЫЙ В Q2> и скажите, насколько Вы остались удовлетворены следующими параметрами:**

Для ответа используйте 5-балльную шкалу, где 5 - Полностью удовлетворен(а), а 1 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).

ОДИН ОТВЕТ ПО СТРОКЕ

РОТАЦИЯ СТРОК

		5 – Полностью удовлетво рен(а)	4 – Скорее удовлетво рен(а)	3 – Отчасти удовлетво рен(а), отчасти нет	2 – Скорее НЕ удовлетво рен(а)	1 – Абсолютн о НЕ удовлетво рен(а)
1	Наличие желаемого результата	5	4	3	2	1
2	Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации	5	4	3	2	1
3	Наличие дополнительных сервисов	5	4	3	2	1
4	Скорость реагирования на обращение	5	4	3	2	1
5	Доступная и понятная информация	5	4	3	2	1
6	Комфортность помещения	5	4	3	2	1
7	Срок предоставления услуги	5	4	3	2	1
8	Необходимое количество документов	5	4	3	2	1
9	График работы с клиентами	5	4	3	2	1
10	Транспортная доступность ЦЗН	5	4	3	2	1
11	Профессионализм сотрудников	5	4	3	2	1
12	Быстрое решение вопроса					

**Q5\_1. Проранжируйте данные параметры в порядке важности лично для Вас. На первое место необходимо поставить наиболее важный для Вас параметр, а на последнее – наименее важный.**

**ДОБАВИТЬ РАНЖИРОВАНИЕ**

**РОТАЦИЯ СТРОК**

1	Наличие желаемого результата
2	Индивидуальный подход для решения вашей бизнес-ситуации
3	Наличие дополнительных сервисов
4	Скорость реагирования на обращение
5	Доступная и понятная информация
6	Комфортность помещения
7	Срок предоставления услуги
8	Необходимое количество документов
9	График работы с клиентами
10	Транспортная доступность ЦЗН
11	Профессионализм сотрудников
12	Быстрое решение вопроса

**ЗАДАТЬ ВОПРОС, ЕСЛИ S5=4 (ОБРАЩАЛИСЬ В КОЛЛ-ЦЕНТР)**

**Q9. Ранее Вы указали, что обращались в колл-центр ЦЗН. Скажите, пожалуйста, с какой целью / вопросом?**

**ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ**

**РОТАЦИЯ КРОМЕ 98**

1	Уточнение по пакету документов для получения услуг
2	Вопрос по процессу подачи заявления на содействие в поиске сотрудников
3	Оставить обращение
4	Уточнить статус заявления
5	Не приняли заявление на содействие в поиске сотрудников
6	Уточнение по работе личного электронного кабинета работодателя
7	Уточнение по графику работы (часам приема) нужного сотрудника ЦЗН
8	Уточнение информации по участию в ярмарке вакансий и других мероприятиях, организуемых ЦЗН
98	Другое (укажите)

**ЗАДАТЬ ВОПРОС, ЕСЛИ S5=4 (ОБРАЩАЛИСЬ В КОЛЛ-ЦЕНТР)**

**Q10. Остались ли Вы удовлетворены работой колл-центра ЦЗН?**

**ОДИН ОТВЕТ**

5	Полностью удовлетворен(а)
4	Скорее удовлетворен(а)
3	Отчасти удовлетворен(а), отчасти нет
2	Скорее НЕ удовлетворен(а)
1	Абсолютно НЕ удовлетворен(а)

**ЗАДАТЬ ВОПРОС, ЕСЛИ Q10=1-3****Q11. Чем именно Вы остались недовольны в работе колл-центра ЦЗН?**

ОДИН ОТВЕТ

1	Трудно дозвониться
2	Не получил(а) ответа на вопрос
3	Грубое отношение оператора
4	Решение вопроса заняло много времени
5	Оператор общается только по сценарию, не отвечает на дополнительные вопросы
6	Плохое качество связи
7	Неоднократное переключение на разных специалистов
98	Другое (укажите)

**Q6. А теперь скажите, пожалуйста, насколько Вы В ЦЕЛОМ удовлетворены Вашим общим опытом обращения в Центр занятости населения?***Для ответа используйте 11-балльную шкалу, где 10 - Полностью удовлетворен(а), а 0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а).*

ОДИН ОТВЕТ

10	10 - Полностью удовлетворен(а)
9	9
8	8
7	7
6	6
5	5
4	4
3	3
2	2
1	1
0	0 - Абсолютно НЕ удовлетворен(а)

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q6=0-8****Q7. Скажите, пожалуйста, что, по Вашему мнению, необходимо улучшить / изменить / модернизировать в работе данного Центра занятости населения?**

ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС

/ЗАПИШИТЕ \_\_\_\_\_ /

**Q8. Основываясь на Вашем опыте посещения ЦЗН в 2021 году, скажите, пожалуйста, насколько Вы готовы порекомендовать данный ЦЗН вашим коллегам, руководителям или представителям других организаций?**

Для ответа используйте 11-балльную шкалу, где 10 - Точно порекомендовал(а) бы, а 0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать. ОДИН ОТВЕТ

10	10 - Точно порекомендовал(а) бы
9	9
8	8
7	7
6	6
5	5
4	4
3	3
2	2
1	1
0	0 - Точно не стал(а) бы рекомендовать

**Q12. Насколько вероятно, что в будущем ваша организация останется клиентом ЦЗН?**

Для ответа используйте 5-балльную шкалу, где 5 – Точно обратился(лась) бы, а 1 – Точно НЕ обратился(лась) бы. ОДИН ОТВЕТ

5	Точно обратился(лась) бы
4	Скорее обратился(лась) бы
3	Возможно обратился(лась) бы, возможно нет
2	Скорее НЕ обратился(лась) бы
1	Точно НЕ обратился(лась) бы

**ЗАДАВАТЬ, ЕСЛИ Q9=1-4**

**Q13. Скажите, пожалуйста, что из нижеперечисленного могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения?**

ВЫВЕСТИ ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ. ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ  
РОТАЦИЯ КРОМЕ 98

**А есть ли что-то еще, что могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую Вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? ВЫВЕСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПАРАМЕТРЫ.**

Основные параметры	
1	Профессионализм сотрудников ЦЗН
2	Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными
3	Персональный кадровый консультант
4	Составление привлекательного профиля вакансии
5	Бесплатные курсы для моих сотрудников
6	Подбор и обучение потенциальных сотрудников под мои вакансии
7	Предоставление помещения для проведения собеседований
8	Массовые открытые отборы под мои вакансии
9	Возможность оформить все процедуры онлайн
10	Быстрая обратная связь
11	Тренинги по проведению собеседований
Дополнительные параметры	
12	Транспортная доступность
13	Парковочные места
14	Минимальное время ожидания в очереди
15	Комфортное помещение
98	Другое (укажите, пожалуйста)

## ЗАДАВАТЬ ВСЕМ

Q14. На Ваш взгляд, каким должен быть современный кадровый государственный центр, который отвечает потребностям организации Вашего сектора? Впишите, пожалуйста, 3-5 характеристик, которые посчитаете нужным.

ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС

--

## СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ БЛОК

**И, в заключение, несколько вопросов о Вас.**

**S0. Отметьте, пожалуйста, где находится ваша организация? ОДИН ОТВЕТ**

1	Город с населением 1 млн+ человек
2	Город с населением 500 тыс - 1 млн. человек
3	Город с населением 250-500 тыс. человек
4	Город с населением 100-250 тыс. человек
5	Город с населением менее 100 тыс. человек
6	Поселок городского типа
7	Сельский населенный пункт

**S1. Отметьте, пожалуйста, субъект Российской Федерации, в котором находится ваша организация (осуществляется деятельность и созданы рабочие места)? ОДИН ОТВЕТ**

1	ОТОБРАЗИТЬ ТАБЛИЦУ СУБЪЕКТОВ ИЗ ФАЙЛА «Субъекты РФ»
---	---

**D4. Кем Вы являетесь в компании? ОДИН ОТВЕТ.**

1	Руководитель организации/предприятия
2	Заместитель руководителя организации/предприятия
3	Руководитель отдела/управления/службы управления персоналом/кадрами/человеческими ресурсами
4	Специалист, занимающийся взаимодействием с органами государственной власти
98	Другое (укажите, пожалуйста)

## БЛОК 3: ГАЙД ГЛУБИННОГО ИНТЕРВЬЮ

### ИЗУЧЕНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ С ЦЗН ПРИ ПОИСКЕ КАНДИДАТОВ НА РАБОТУ

#### 0. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ МОДЕРАТОРА; ЦЕЛИ И ТЕМА БЕСЕДЫ

- Объяснение цели беседы: Исследование проводится для улучшения сервиса и понимания потребностей клиентов, обращающихся в ЦЗН. Ваше мнение очень важно, потому что позволит улучшить работу ЦЗН и понимать, как меняться в лучшую сторону и развиваться в дальнейшем.
- Объяснение правил беседы: нет правильных и неправильных мнений, не преувеличивать и не приукрашивать текущее восприятие обсуждаемой темы, стараться быть максимально конструктивным и приводить примеры.
- Указание на длительность беседы (*записываем на диктофон*).

#### 1. ПРОФИЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И МОТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА С ЦЗН

- Расскажите, пожалуйста, о Вашем предприятии: размер бизнеса, филиалы, какая отрасль, давно ли на рынке и проч.
- Расскажите про специфику найма сотрудников на Вашем предприятии, как именно и кто этим у Вас занимается? Какой профиль сотрудников, который Вы ищете (назовите крупные группы – рабочие, вахтовики и проч.)
- Какие способы поиска работников/ сотрудников Вы используете? На каких ресурсах размещаете объявления?
- Обращались ли когда-либо в ЦЗН для поиска сотрудников для своего предприятия?
- По каким вопросам можно обратиться в ЦЗН? По каким вопросам сотрудничали Вы?
- Как давно это было? Какие впечатления остались после взаимодействия с ними (положительное, нейтральное, отрицательное и проч., почему?). Если попробуем придумать прилагательные, то как бы Вы охарактеризовали свое взаимодействие с ЦЗН? Каким оно было?

#### 2. ОЦЕНКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ПОТРЕБНОСТИ КЛИЕНТОВ

##### НАЧАЛО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЦЗН

- Как Вы пришли к мысли или откуда узнали, что можно обратиться в ЦЗН? Как это происходило? Каким способом Вы обратились в первый раз?
- Обращались ли в колл-центр? Что скажете о его работе, если обращались?
- Расскажите, что именно было потом, каким способом Вы направляли информацию / были ли личные визиты? Как все происходило, расскажите подробно.
- Если оценить начало взаимодействия с ЦЗН, то какую оценку Вы бы поставили по 5 бальной шкале? Почему такую оценку вы поставили?
- Какие зоны улучшения при начале взаимодействия с ЦЗН Вы видите?
- С помощью каких каналов / способов коммуникации Вы предпочли бы взаимодействовать с ЦЗН в начале коммуникации?

## ПРОЦЕСС СОТРУДНИЧЕСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ

- Как далее развивалось Ваше общение далее? Расскажите, подробно.
- Каким способом взаимодействовали (почта, личные визиты и проч.)?
- Как быстро была обратная связь среди сотрудников? Вы остались довольны быстротой обратной связи? Почему, объясните.
- Что Вы сказали бы о компетенции сотрудников ЦЗН? Оцените их компетенцию по 5 балльной шкале. Чего не хватает сотрудникам ЦЗН при взаимодействии с клиентами, какие зоны развития Вы бы назвали?
- Пользовались ли Вы какими-то дополнительными сервисами от ЦЗН? Знаете ли о них?
- Были ли решены Ваши вопросы, с которыми Вы обращались в ЦЗН? Расскажите подробно.
- В какие сроки они были решены? Обозначьте сроки.
- Если оценить эффективность работы с ЦЗН, то какую оценку Вы бы поставили по 5 балльной шкале? Почему такую оценку вы поставили?
- Какие зоны улучшения для эффективного взаимодействия с ЦЗН Вы видите?

### 3. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

- Скажите, что именно могло бы поднять привлекательность ЦЗН как организации, в которую вы готовы обращаться для решения проблем кадрового обеспечения? После ответа респондента, уточнить по пунктам дополнительных сервисов ниже.
- *К каждой опции задается дополнительный вопрос с объяснением ответа.*
  - Профессионализм сотрудников ЦЗН
  - Широкая база резюме соискателей, не ограниченная безработными
  - Персональный кадровый консультант
  - Составление привлекательного профиля вакансии
  - Бесплатные курсы для сотрудников нашего предприятия; Подбор и обучение потенциальных сотрудников под наши вакансии
  - Предоставление помещения для проведения собеседований
  - Массовые открытые отборы под наши вакансии
  - Возможность оформить все процедуры онлайн
  - Минимальное время ожидания в очереди
  - Комфортное помещение
  - Быстрая обратная связь
  - Тренинги по проведению собеседований

#### **4. МОДЕРНИЗИРОВАННЫЕ ЦЕНТРЫ**

- В настоящий момент происходит модернизация Центров занятости населения. Как Вы считаете, каким должен быть современный кадровый государственный центр, который отвечает потребностям организации Вашего сектора?
- Что обязательно должно быть представлено в центре? Чего, как Вы считаете, быть не должно?
- Что Вы могли бы порекомендовать для улучшения Центров занятости населения?

**СПАСИБО ЗА УЧАСТИЕ, ВАШЕ МНЕНИЕ ОЧЕНЬ ВАЖНО ДЛЯ НАС!!!**