

**Аналітичний звіт
про проведення дослідження на тему
«Обізнаність громадян України щодо
інновацій в системі пенсійного забезпечення»**

Відповідно до резолюції Державного секретаря Кабінету Міністрів України від 15.01.2019 р. № 884/1/1-19, Урядовим контактним центром (Центр) у тісній співпраці з Пенсійним фондом України (Фонд) було здійснено дослідження на тему «Обізнаність громадян України щодо інновацій в системі пенсійного забезпечення».

Дослідження проводилось шляхом онлайн-опитування відвідувачів веб-сайту Центру.

Мета дослідження – дослідити обізнаність громадян щодо інновацій в системі пенсійного забезпечення; виявити ефективні канали передачі корисної соціальної інформації; прослідкувати зв'язки й залежності відповідей респондентів від їх соціального становища, демографічних характеристик та регіону проживання.

Завдяки вибору методу дослідження – онлайн-опитування, в ньому взяли участь респонденти зі всіх регіонів України (це дозволило досягти бажаної репрезентативності) та отримати потрібне різноманіття у відповідях, адже дослідження передбачало деяку якісну складову, оскільки респонденти мали можливість дати власну (а не запропоновану) або розгорнуту відповідь.

У ході дослідження було збережено анонімність всіх учасників.

Основні результати дослідження

Загалом було опитано 2236 респондентів.

Серед них переважали мешканці невеликих міст (47,2%), жінки (68,8%), особи з незакінченою вищою або вищою освітою (71,5%). За соціальним становищем найбільш чисельними групами респондентів виявилися державні службовці (43,1%), робітники (15,3%), пенсіонери (13,5%) та працівники бюджетної сфери (11,6%), тобто ті категорії, які складають цільову аудиторію Фонду.

Для досягнення попередньо поставленої мети було сформовано низку завдань, серед яких:

- * З'ясувати рівень поінформованості населення та окремих його груп щодо інновацій у системі пенсійного забезпечення.
- * Дослідити думки опитаних щодо сервісів Фонду, визначити найбільш та найменш вживані.

* Оцінити ефективність різних каналів/форм комунікації між Фондом та громадянами (цільовою аудиторією).

* Проаналізувати оцінки якості обслуговування респондентів працівниками Фонду.

Для реалізації поставлених завдань була розроблена анкета, яка містила два інформаційні блоки. Перший був спрямований на збір даних, за якими можна було б оцінити рівень інформованості респондентів, другий блок був призначений охарактеризувати респондента. Результати дослідження у формі статистичних розподілів, їх графічне представлення та висновки представлені нижче.

1. Як вважаєте, чи достатньо Ви обізнані щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд впродовж останніх років?

Таблиця 1

Розподіл відповідей на запитання «Як вважаєте, чи достатньо Ви обізнані щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд впродовж останніх років?», %

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>Загалом</i>
Так	59,6
Частково	28,0
Ні	6,5
Не цікавився даною тематикою	5,2
Важко сказати	0,6

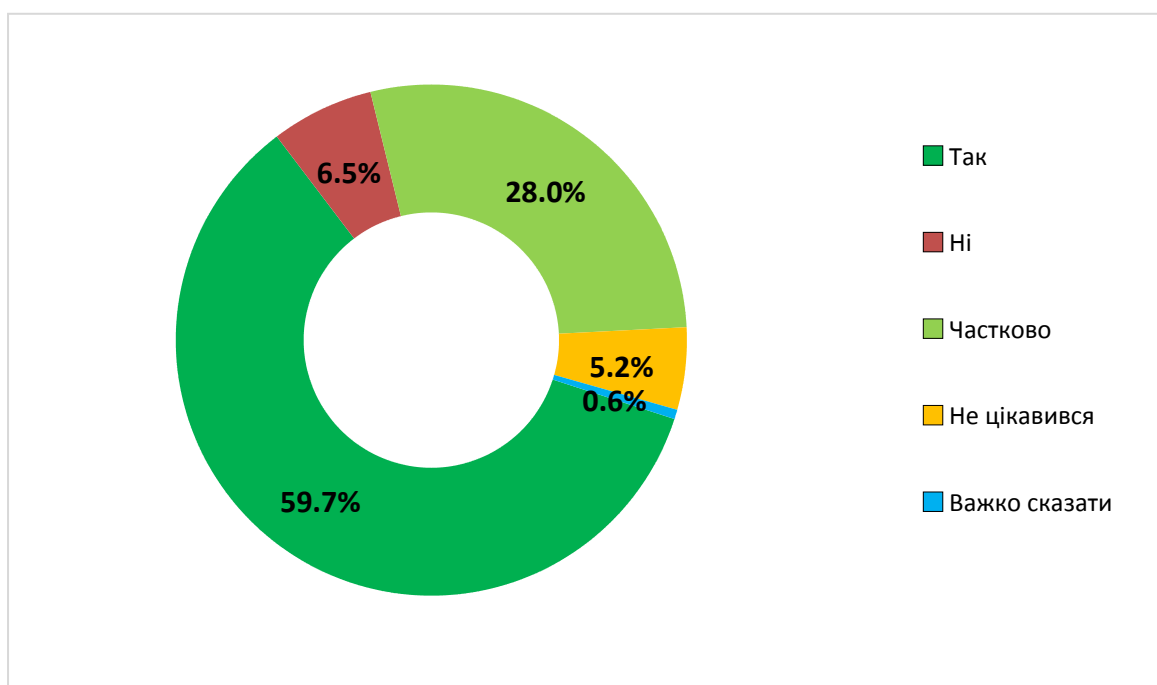


Рисунок 1. Рівень обізнаності респондентів щодо нових сервісів, які запровадив Фонд

Отримані дані свідчать про досить високий рівень обізнаності щодо нових сервісів та послуг. Так 59,6% респондентів вважають себе обізнаними та 28% частково обізнаними, що є вкрай гарним показником. Порівняно з обізнаними про нові сервіси Фонду, необізнаних та тих, хто взагалі не цікавився – вкрай мало (6,5% вважають себе необізнаними, а 5,2% повідомили про незацікавленість даною тематикою).

Таблиця 2

Розподіл відповідей респондентів на запитання «Як вважаєте, чи достатньо Ви обізнані щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд впродовж останніх років?» залежно від віку респондента, %

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>Вік респондента</i>		
	<i>18-35 років</i>	<i>36-59 років</i>	<i>60 років і більше</i>
Важко сказати	0,5	0,6	1,4
Не цікавився даною тематикою	8,7	3,3	8,0
Ні	8,4	5,0	9,7
Так	52,1	66,0	43,1
Частково	30,1	25,1	37,8

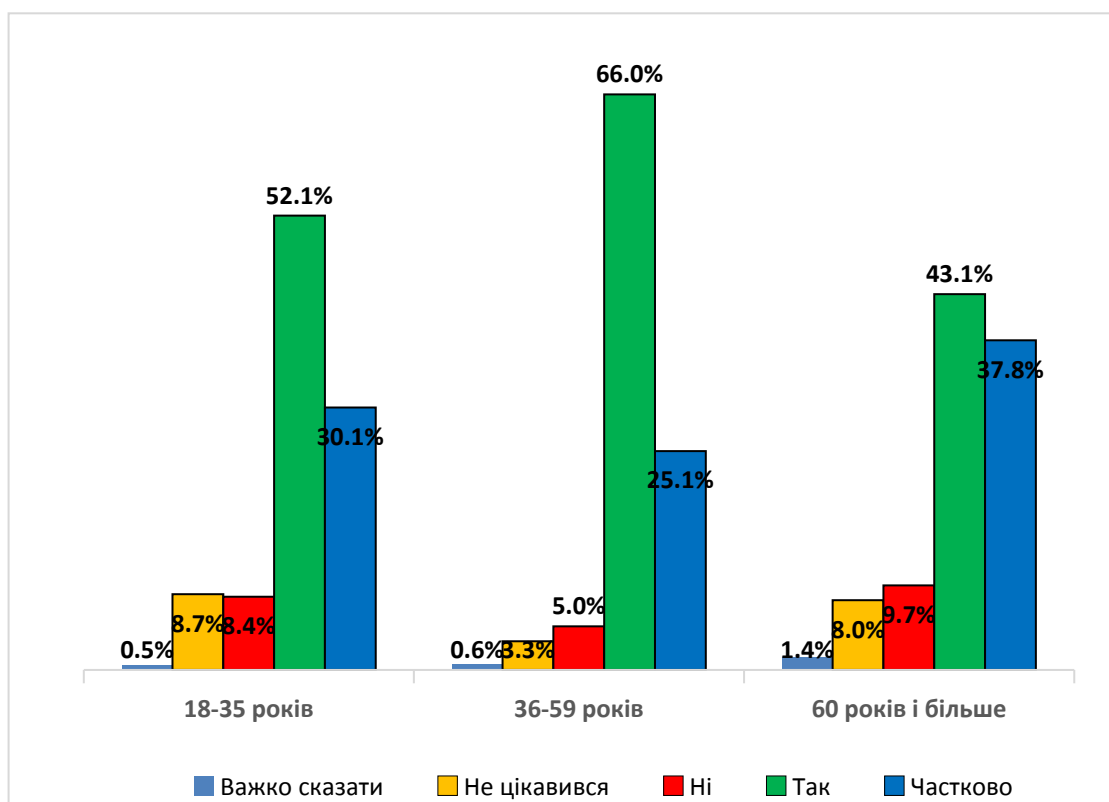


Рисунок 2. Рівень обізнаності респондентів щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд впродовж останніх років впроваджує Пенсійний фонд залежно від віку

Розподіл за віком показав, що найбільш обізнаними є респонденти середнього віку (36-59 років) – 66,0% респондентів з даної категорії дали однозначно ствердну відповідь на запитання щодо обізнаності, а 25,1% охарактеризували свою обізнаність як часткову. Це наводить на висновок про те, що саме громадяни середнього віку становлять цільову аудиторію Фонду, оскільки вони найбільш активно цікавляться послугами, які пропонує Фонд. Серед даної категорії осіб також виявлено найменшу частку незацікавлених та необізнаних респондентів: лише 3,3% взагалі не цікавляться, а 5,0% повідомили про повну необізнаність в цьому питанні. Що стосується молоді (осіб віком від 18 до 36 років), то дана категорія респондентів порівняно з попередньою помітно відрізняється в показниках обізнаності. Молоді респонденти меншою мірою обізнані щодо новацій, запроваджених Фондом – 52,1% повідомили про свою обізнаність, але 30,1% (це більше, ніж в групі респондентів середнього віку) про часткову обізнаність.

Такі результати скоріш за все можна пояснити різницею часової перспективи в актуалізації такої інформації для цих двох вікових груп респондентів, тобто природною відмінністю в тривалості часових проміжків до настання моменту, коли виникає необхідність у послугах Фонду. Також треба зважувати на те, що молодь, перебуваючи в пошуках своєї майбутньої професії, задовільного місця роботи і роботодавця, може працювати й неофіційно. Отже, за відсутності гарантій в соціальному захисті, відсутній як інтерес, так і обізнаність щодо послуг Фонду. 8,4% молодих респондентів, що брали участь в опитуванні, оцінили себе як повністю необізнаних по цьому питанню та ще 8,7% вказали на свою незацікавленість.

Третя група респондентів за віковим розподілом – це особи безпосередньо передпенсійного і пенсійного віку. Вони виявили порівняно з двома попередніми віковими групами ще нижчий рівень обізнаності: 43,1% дали ствердну відповідь; 37,8% охарактеризували свою обізнаність як часткову; 9,7% респондентів з категорії «60 років і більше» декларували свою необізнаність та ще 8,0% – незацікавленість в інформації щодо нових сервісів Фонду. Аналізуючи вікові розподіли, помітно, що зацікавленість і рівень обізнаності зростає з віком, а потім знижується (у респондентів «60 років і більше»). Отже, можемо припустити, що чим ближче респондент знаходиться до моменту виходу на пенсію, тим вища його зацікавленість, а відповідно й обізнаність в послугах та сервісах Фонду. З виходом на пенсію обізнаність знижується, що можна пов'язати з падінням інтересу. Проте, загалом оцінка обізнаності респондентів – відвідувачів сайту з цих питань досить висока.

Таблиця 3

Розподіл відповідей респондентів на запитання «Як вважаєте, чи достатньо Ви обізнані щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд впродовж останніх років?» залежно від типу населеного пункту проживання респондента, %

Варіанти відповіді	Населений пункт проживання респондента			
	Велике місто, з населенням понад 250 тис.	Невелике місто	Селище міського типу	Село
Не цікавився даною тематикою	6,0	3,8	3,2	11,5
Ні	10,5	5,6	4,2	5,1
Так	55,9	66,3	59,1	43,8
Частково	26,6	24,0	32,4	38,7

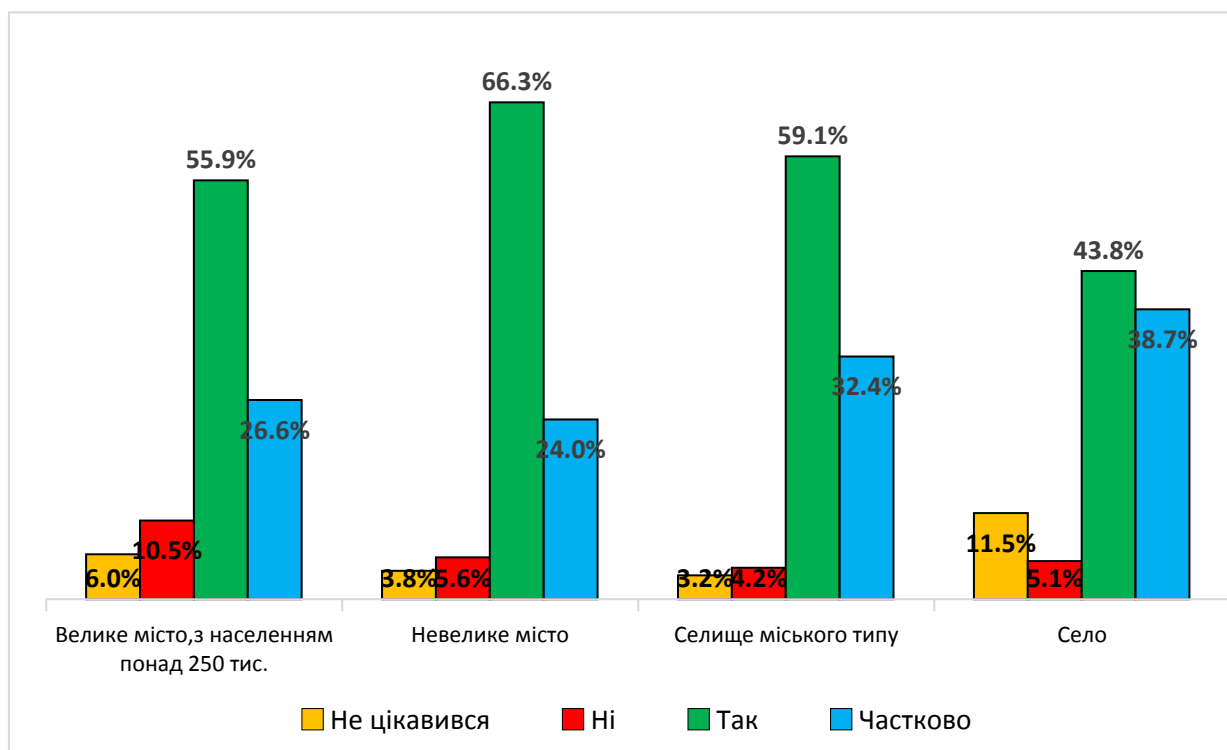


Рисунок 3. Рівень обізнаності респондентів щодо нових сервісів, які впродовж останніх років впроваджує Пенсійний фонд, залежно від місця проживання

На основі даного розподілу відповідей видно, що мешканці невеликих міст та селищ міського типу вище оцінюють рівень своєї обізнаності, ніж мешканці великих міст. Варто зазначити, що, зважаючи на поширення діджиталізації, засоби пошуку даних за допомогою Інтернет стають доступні всім незалежно від території проживання. Можливо, така ситуація свідчить про вузький, порівняно з великими містами, спектр можливостей для жителів невеликих міст та селищ міського типу працевлаштуватися неофіційно.

2. Оберіть з наведеного нижче переліку всі запроваджені Фондом сервіси, про які Ви знаєте/чули.

Таблиця 4

Розподіл відповідей респондентів на запитання: «Оберіть з наведеного нижче переліку всі запроваджені Фондом сервіси, про які Ви знаєте/чули», %

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>Загалом</i>
Особистий кабінет веб-порталу	87,2
Електронні пенсійні посвідчення	79,0
Консультація у контакт центрі	75,1
Консультанти при громадах	68,1
Не знаю/Не чув	8,5
Інше	3,8
Важко відповісти	2,2

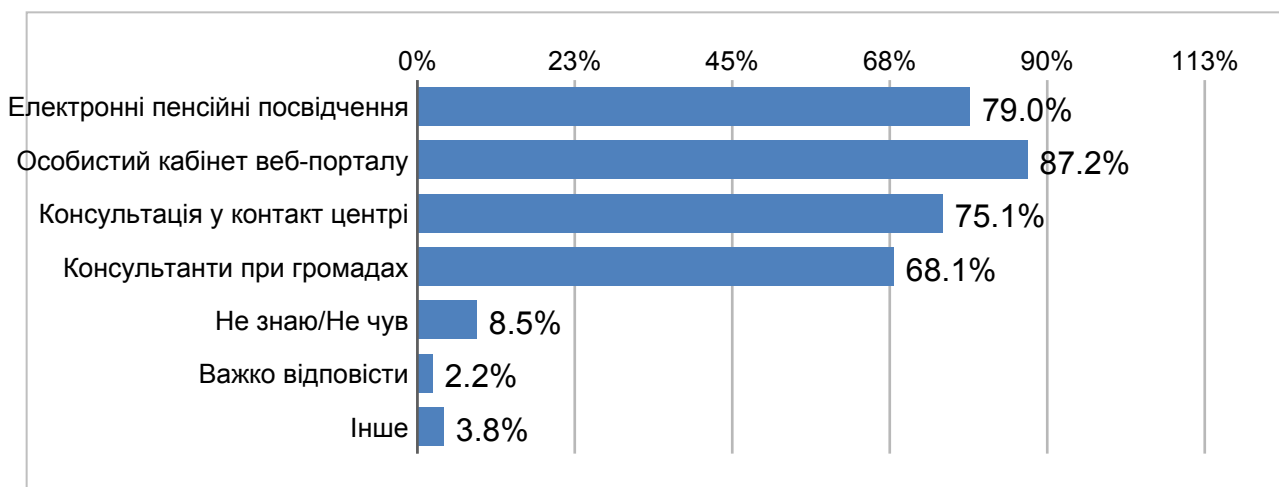


Рисунок 4. Рівень обізнаності респондентів щодо конкретних сервісів Фонду

3. Якщо Ви знаєте/чули про наступні сервіси в особистому кабінеті веб-порталу Фонду, оберіть їх з наведеного переліку.

Таблиця 5

Розподіл відповідей на запитання «Якщо Ви знаєте/чули про наступні сервіси в особистому кабінеті веб-порталу Фонду, оберіть їх з наведеного переліку», %

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>Загалом</i>
Записатись на прийом	83,7

Внески роботодавця	82,1
Подати заяву	81,8
СМС інформування	78,0
Ознайомлення з власною справою	71,4
Видача довідок	67,8
Не знаю/не чув	15,4
Важко сказати	1,9
Інше	0,9

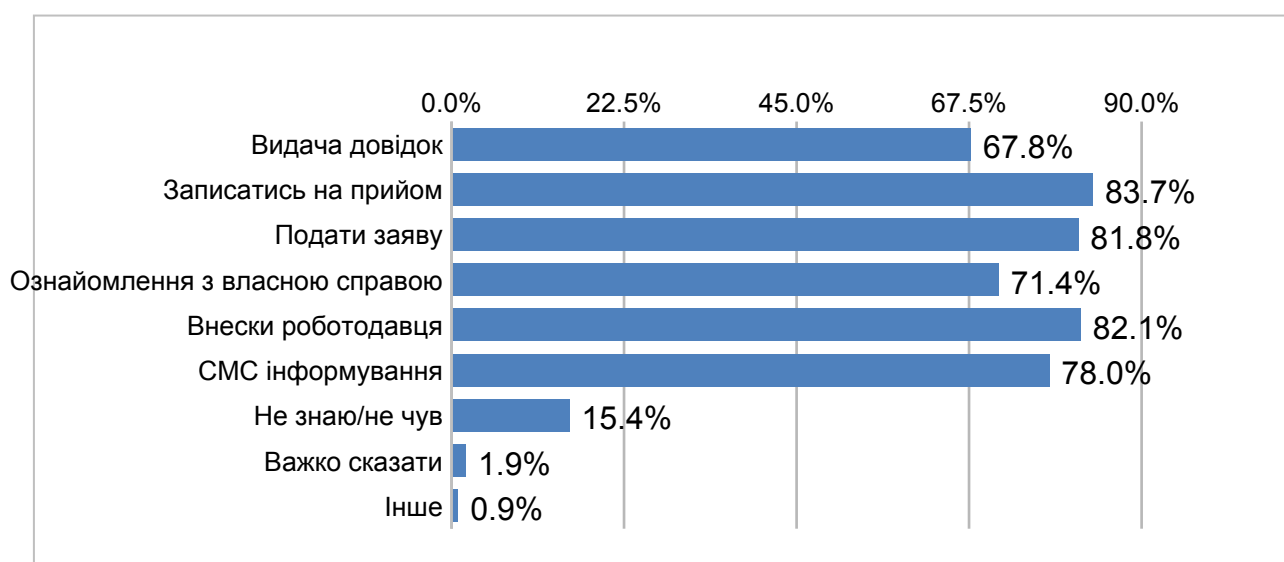


Рисунок 5. Рівень обізнаності респондентів щодо конкретних сервісів в особистому кабінеті веб-порталу Фонду

Зважаючи на отримані результати, можна оцінювати обізнаність респондентів – відвідувачів веб-сайту як дуже високу. В першому розподілі (*Таблиця 4*), лише 8,5% респондентів не знають, чи не чули про жоден із сервісів Фонду; 2,2% обрали варіант «Важко відповісти»; 3,8% респондентів дали свій варіант відповіді, зокрема:

- видача довідок формату ОК-5, ОК-7, ОК-9;
- оформлення допомоги на поховання;
- додаток до смартфона;
- пенсійний калькулятор (респонденти скаржаться, що його прибрали).

Наступний розподіл (*Таблиця 5*) теж дозволяє оцінити обізнаність респондентів щодо нових сервісів та послуг в особистому кабінеті веб-порталу Фонду як досить високу, лише 15,4% респондентів не знайомі з даними послугами, сервісами.

4. Чи задоволені Ви якістю обслуговування працівниками Фонду у вашому районі/відділенні?

Таблиця 6

Розподіл відповідей на запитання «Чи задоволені Ви якістю обслуговування працівниками Фонду у вашому районі/відділенні?», %

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>Загалом</i>
Так	71,1
Скоріше так	15,3
Ніколи там не був	7,3
Скоріше ні	2,5
Ні	2,0
Важко сказати	1,6

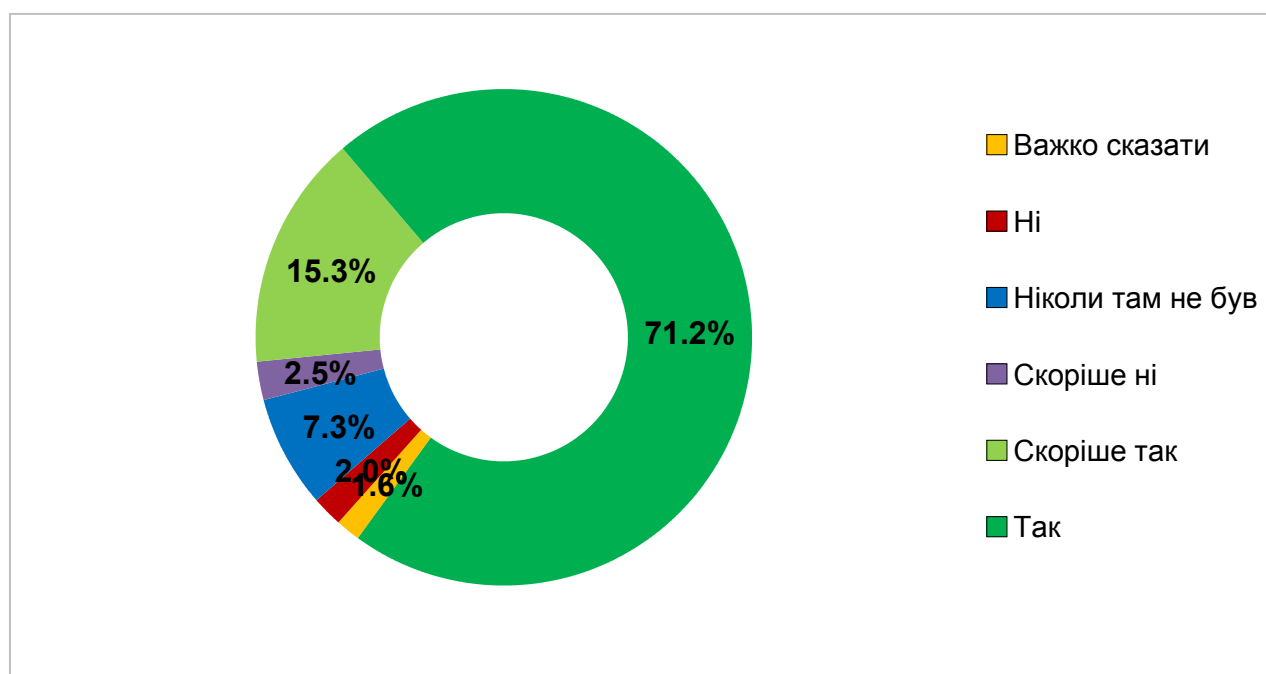


Рисунок 6. Рівень задоволеності роботою працівників Фонду

Відповідно до даних опитування, які наведені в таблиці вище, більшість респондентів дають позитивну та високу оцінку якості обслуговування 71,1%, а 15,3% розцінюють свій досвід як скоріше позитивний. Негативну оцінку якості обслуговування працівниками Фонду дають лише 2,0% опитаних та 2,5% скоріше негативну; 7,3% респондентів не відвідували установ Фонду. Деякі респонденти все ж відмітили, що їм доводилося стояти по декілька годин і більше у великих чергах та вказували на велике навантаження на працівників Фонду. Роботу ж самих працівників Фонду в цілому оцінювали на досить високому рівні, а черги називали основною проблемою відвідувачів установ Фонду.

5. Чи маєте Ви електронний цифровий підпис (ЕЦП), який необхідний для користування електронними сервісами Фонду (веб-портал електронних послуг)?

Таблиця 7

Розподіл відповідей на запитання «Чи маєте Ви електронний цифровий підпис (ЕЦП), який необхідний для користування електронними сервісами Фонду (веб-портал електронних послуг)?», %

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>Загалом</i>
Так	57,7
Ні	41,1
Важко сказати	0,9

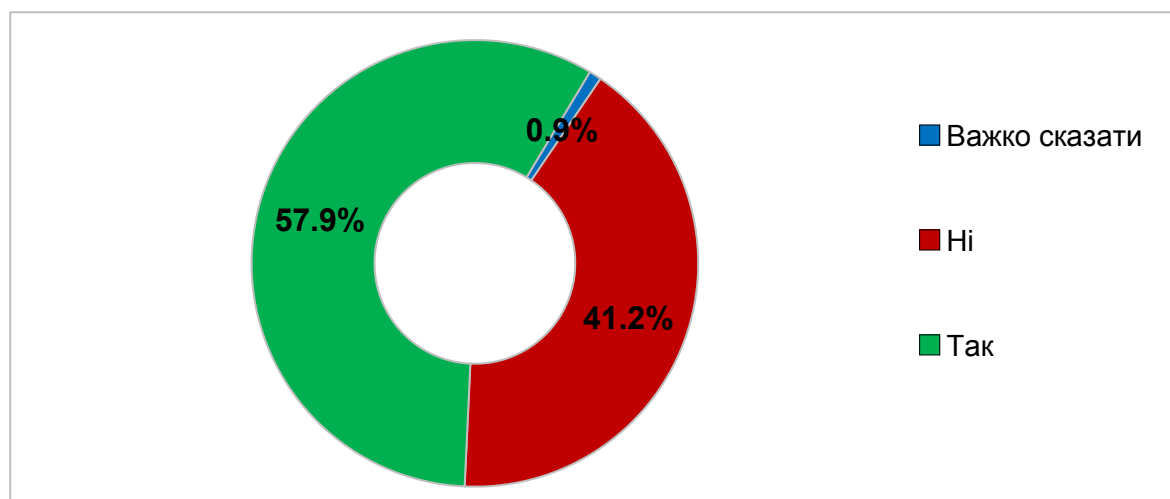


Рисунок 7. Наявність у респондентів ЕЦП

Відповіді на дане питання свідчать, що 57,7% респондентів мають ЕЦП, а 41,1% – ні. Отже, більше половини респондентів мають реальний доступ до широкого спектру послуг Фонду, а інша частка респондентів, що також досить значна, такого доступу не має попри обізнаність в послугах Фонду. Більш докладне уявлення про власників ЕЦП дає аналіз наступних розподілів.

Таблиця 8

Розподіл відповідей на запитання «Чи маєте Ви електронний цифровий підпис (ЕЦП), який необхідний для користування електронними сервісами Фонду (веб-портал електронних послуг)?» залежно від віку респондентів, %

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>Вік респондентів</i>		
	18-35	36-59	60+

Так	59,6	64,1	23,0
Ні	39,0	35,1	75,6
Важко сказати	1,2	0,7	1,1

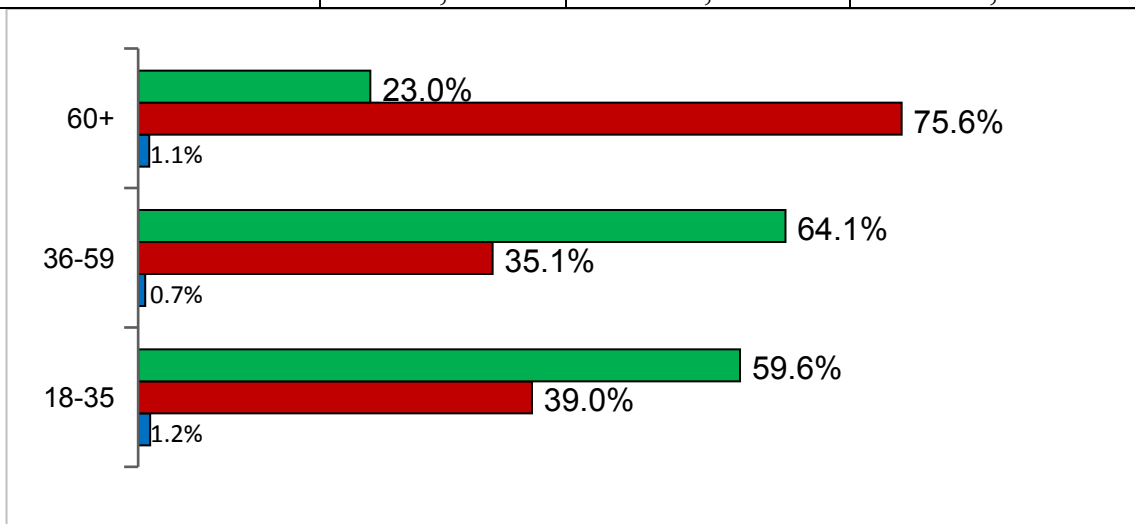


Рисунок 8. Взаємозв'язок наявності у респондентів ЕЦП і віку

З розподілу видно, що найчисленнішими власниками ЕЦП (64,1%), а, відповідно, і користувачами більшості послуг Фонду, є категорія респондентів 35-59 років. Це підтверджує припущення, що саме в середньому віці настає пік зацікавленості в послугах Фонду, в інформації щодо соціального захисту і отриманні ЕЦП, як одного з елементів доступу до користування послугами і сервісами Фонду. Молодь не сильно відстає в показниках – 59,6% молодих респондентів вказали, що мають ЕЦП. Це можна пояснити (враховуючи рівень обізнаності молодих респондентів-відвідувачів сайту) не лише їхньою зацікавленістю в отриманні доступу до ширшого кола сервісів Фонду, а й потягом до всього нового, сучасного, цифрового. Категорія респондентів віку 60+ вирізняється на тлі інших двох груп кількістю негативних відповідей. Так три чверті (75,6%) респондентів з цієї категорії респондентів, дали негативну відповідь на це запитання і лише 23,0% – позитивну. Здебільшого в 60 років особа вже перебуває на пенсії, отримує виплати і не переймається нововведеннями.

Таблиця 9

Розподіл відповідей на запитання «Чи маєте Ви електронний цифровий підпис (ЕЦП), який необхідний для користування електронними сервісами Фонду (веб-портал електронних послуг)?» залежно від соціального становища респондентів, %

Соціальне становище	Варіанти відповіді щодо наявності ЕЦП		
	Так	Ні	Важко відповісти
Державний службовець	88,7	10,9	0,3
Працівник бюджетної сфери	46,8	52,1	1,1
Підприємець	45,5	53,7	0,8
Робітник	36,8	61,2	1,7
Пенсіонер	24,2	75,2	0,3

Учень, студент	26,2	70,5	3,3
Безробітний	18,6	78,8	2,7
Селянин	12,2	85,4	2,4

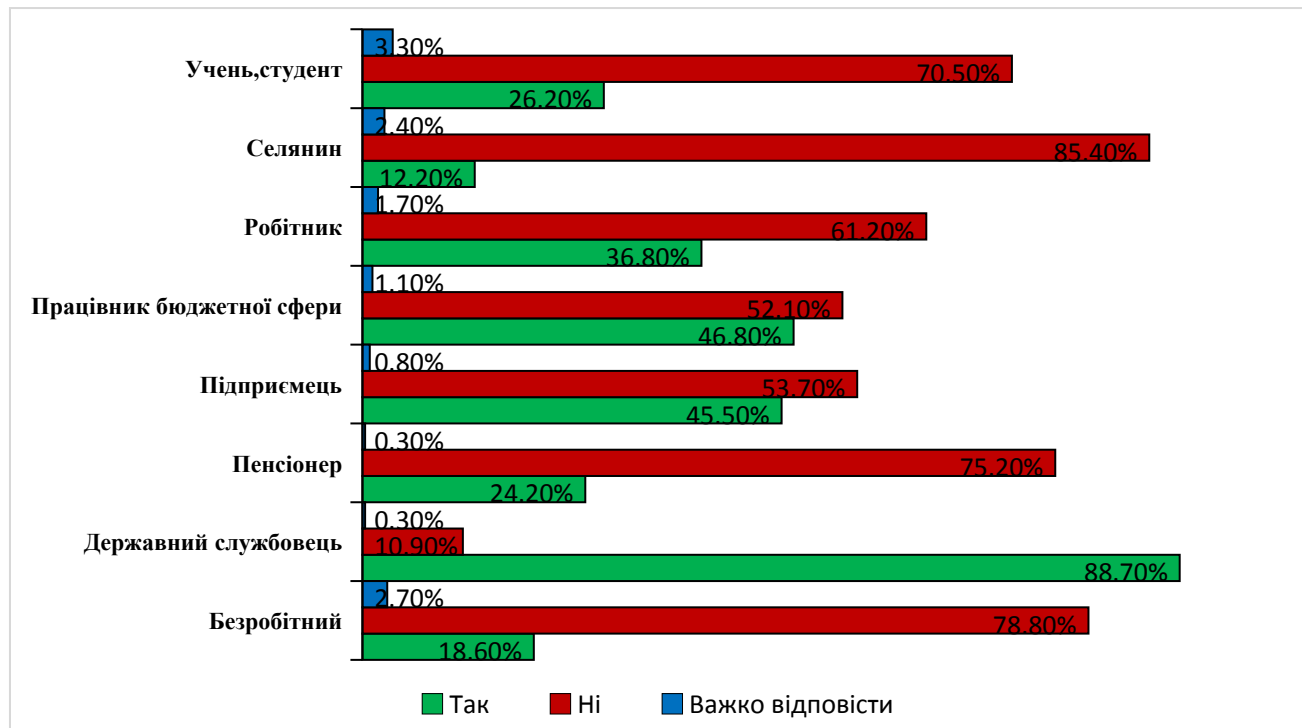


Рисунок 9. Взаємозв'язок наявності у респондентів ЕЦП і соціального становища

Результати даного розподілу показують, що наявність ЕЦП властива переважно державним службовцям. Саме респонденти цієї категорії складають групу, в якій більше всього тих, хто мають ЕЦП (88,7%). Це пояснюється, на нашу думку, не стільки їх власною зацікавленістю в соціальному страхуванні, й, зокрема, в послугах Фонду, а, скоріше, «за службовим обов'язком» та завдяки наявності численних робочих тренінгів, інформаційних розсилок тощо.

Близько половини працівників бюджетної сфери (46,8%) і підприємців (45,5%) дали ствердну відповідь щодо наявності у них ЕЦП. Серед опитаних робітників власників ЕЦП виявилось більше третини (36,8%). Серед учнів та студентів і пенсіонерів – тільки чверть респондентів повідомили, що мають ЕЦП (26,2% і 24,2% відповідно), адже навчання здебільшого не передбачає обов'язкового використання ЕЦП, а для пенсіонерів це вже практично не актуально. Але найгірші справи з цим у селян. На запитання щодо наявності в них ЕЦП респонденти, які належать до цієї групи, переважно дали негативну відповідь. Навіть серед безробітних частка власників ЕЦП становить 18,6%, водночас, серед селян – тільки 12,2%.

Отже, зрозуміло, що ЕЦП є необхідним інструментом для користування низкою послуг, які пропонують державні структури, і потрібним переважно для офіційно працевлаштованих. Проте, наразі йде поступова діджиталізація всіх державних сервісів, тож практична потреба в ЕЦП з'явиться не лише у державних службовців, а й у інших соціально-професійних груп – це справа належного інформування і часу.

6. Чи зацікавила би Вас, при необхідності оформити пенсію, можливість отримання такої послуги через особистий кабінет веб-порталу Фонду («в один дотик»)?

Таблиця 10

Розподіл відповідей на запитання «Чи зацікавила би Вас, при необхідності оформити пенсію, можливість отримання такої послуги через особистий кабінет веб-порталу Фонду («в один дотик»)?», %

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>Загалом</i>
Так	56,2
Скоріше так	21,8
Скоріше ні	10,6
Ні	8,2
Важко сказати	2,7

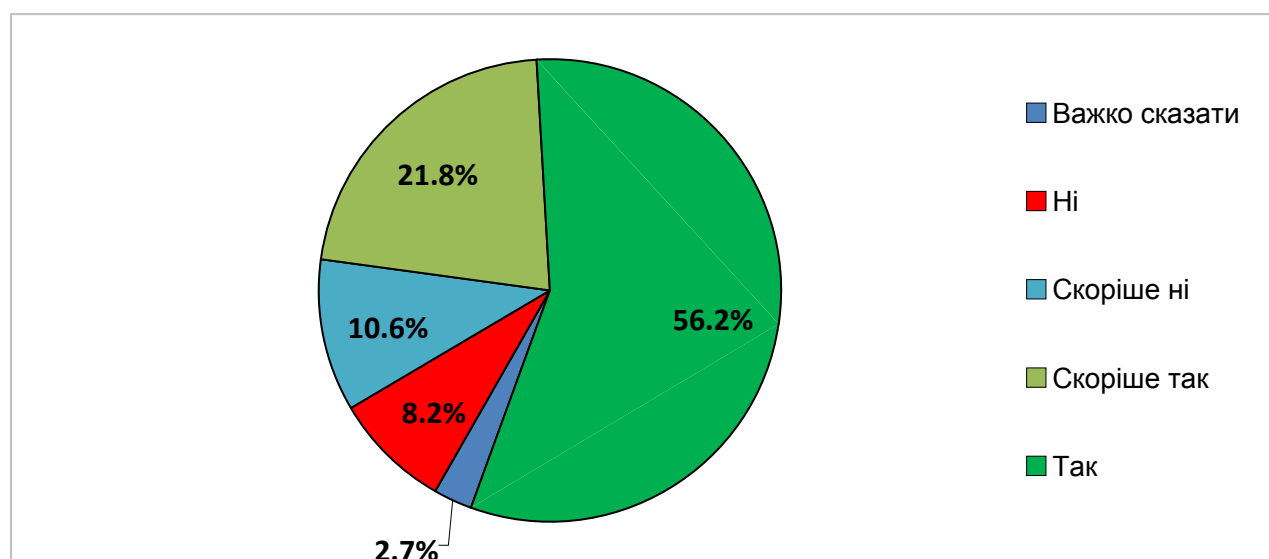


Рисунок 10. Рівень зацікавленості респондентів у можливості оформити пенсію «в один дотик»

Бажання оформити пенсію «в один дотик» виявили 56,2 % респондентів, які дали ствердну відповідь на це запитання; ще 21,8% респондентів схильні дати позитивну відповідь. Як бачимо, відсоток негативних відповідей досить низький, що характеризує готовність громадян до переходу на прості, зручні та швидкі он-лайн процедури та сервіси.

Таблиця 11

Розподіл відповідей на запитання «Чи зацікавила би Вас, при необхідності оформити пенсію, можливість отримання такої послуги через особистий кабінет веб-порталу Фонду («в один дотик»)?» залежно від віку респондентів, %

<i>Варіант відповіді</i>	<i>Вік респондентів</i>		
	18-35	36-59	60+

Важко сказати	3,3	2,2	4,2
Ні	6,2	6,4	21,2
Скоріше ні	8,4	9,3	21,2
Скоріше так	23,4	21,1	22,3
Так	58,5	60,4	30,0

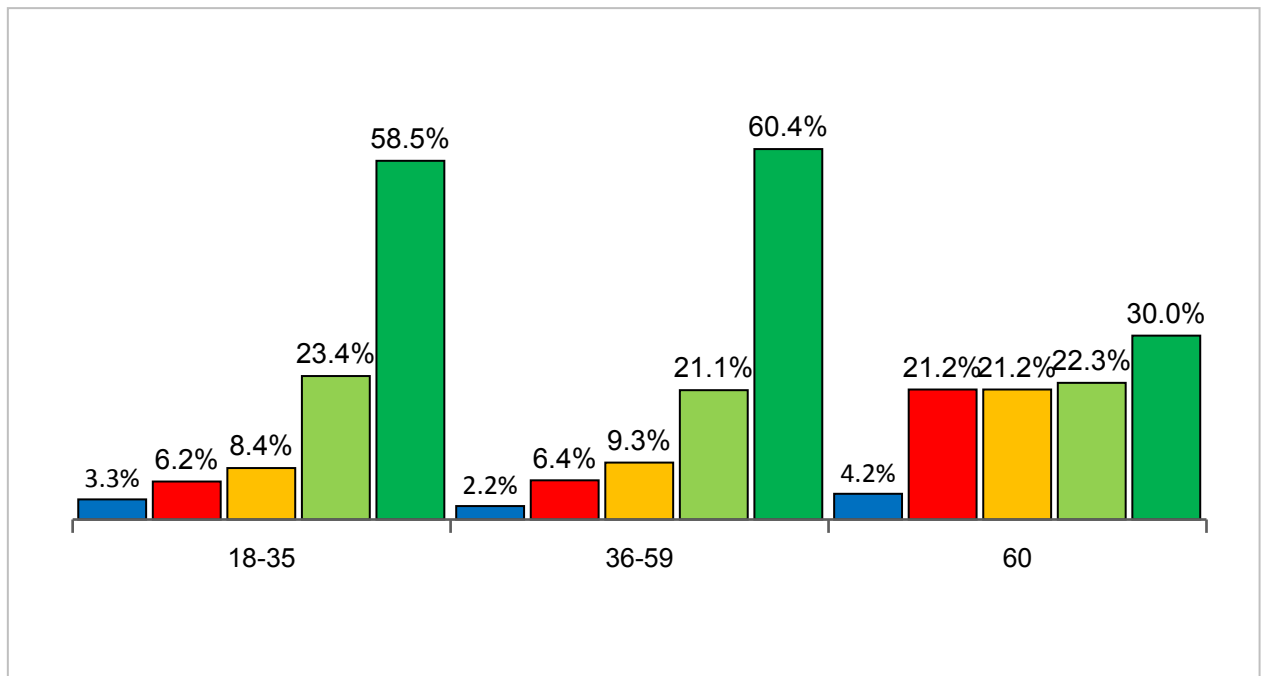


Рисунок 11. Рівень зацікавленості оформити пенсію «в один дотик» залежно від віку респондентів

Аналізуючи отриманий розподіл, маємо підтвердження попередніх припущень про те, що люди віком 60 років і старше, які в більшості випадків є пенсіонерами, здебільшого не зацікавлені в послугах Фонду. Серед розгорнутих відповідей на це запитання, найчастіше зустрічались різні варіації відповіді на кшталт «вже пенсіонер, не потребую». Проте частка позитивних відповідей в групі респондентів «60+» більше ніж негативних – 30,0% відповідей «Так» та 22,3% відповідей «Скоріше так».

Переважання позитивних відповідей спостерігаємо і в інших двох вікових групах. Закономірно запитати, чому взагалі, попри очевидну користь, є негативні відповіді на можливість відповідної пропозиції? З респондентами старшої вікової групи все більш-менш зрозуміло (ми запропонували пояснення вище). Стосовно респондентів середнього віку, які дали негативну відповідь, можна припустити вплив такого фактору як скептицизм, викликаний високим рівнем соціальної напруженості в нашому суспільстві, тотальною недовірою до державних установ, сервісів та послуг, що вони пропонують. Для молоді перспектива настання пенсійного віку є досить віддаленою, ставлення до державної системи соціального захисту – індіферентним, а, процедури оформлення пенсії зокрема не є актуальними. Ймовірна також причина недостатньої поінформованості, відсутність досвіду й розуміння різниці між оформленням «в один дотик» та «в багато дотиків» в умовах збереження наявного рівня бюрократизації відповідних держустанов.

Таблиця 12

Розподіл відповідей на запитання «Чи зацікавила би Вас, при необхідності оформити пенсію, можливість отримання такої послуги через особистий кабінет веб-порталу Фонду («в один дотик»)?» залежно від соціального становища респондентів, %

<i>Соціальне становище</i>	<i>Варіанти відповідей</i>				
	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
Державний службовець	70,8	17,8	6,1	3,5	1,4
Підприємець	55,3	26,0	9,8	8,1	0,8
Працівник бюджетної сфери	53,2	28,3	9,8	6,0	2,3
Робітник	49,9	23,8	13,0	9,1	4,0
Учень, студент	39,3	34,4	8,2	11,5	4,9
Безробітний	37,2	29,2	14,2	14,2	5,3
Пенсіонер	33,9	19,7	21,6	18,7	4,8
Селянин	19,5	22,0	22,0	29,3	7,3

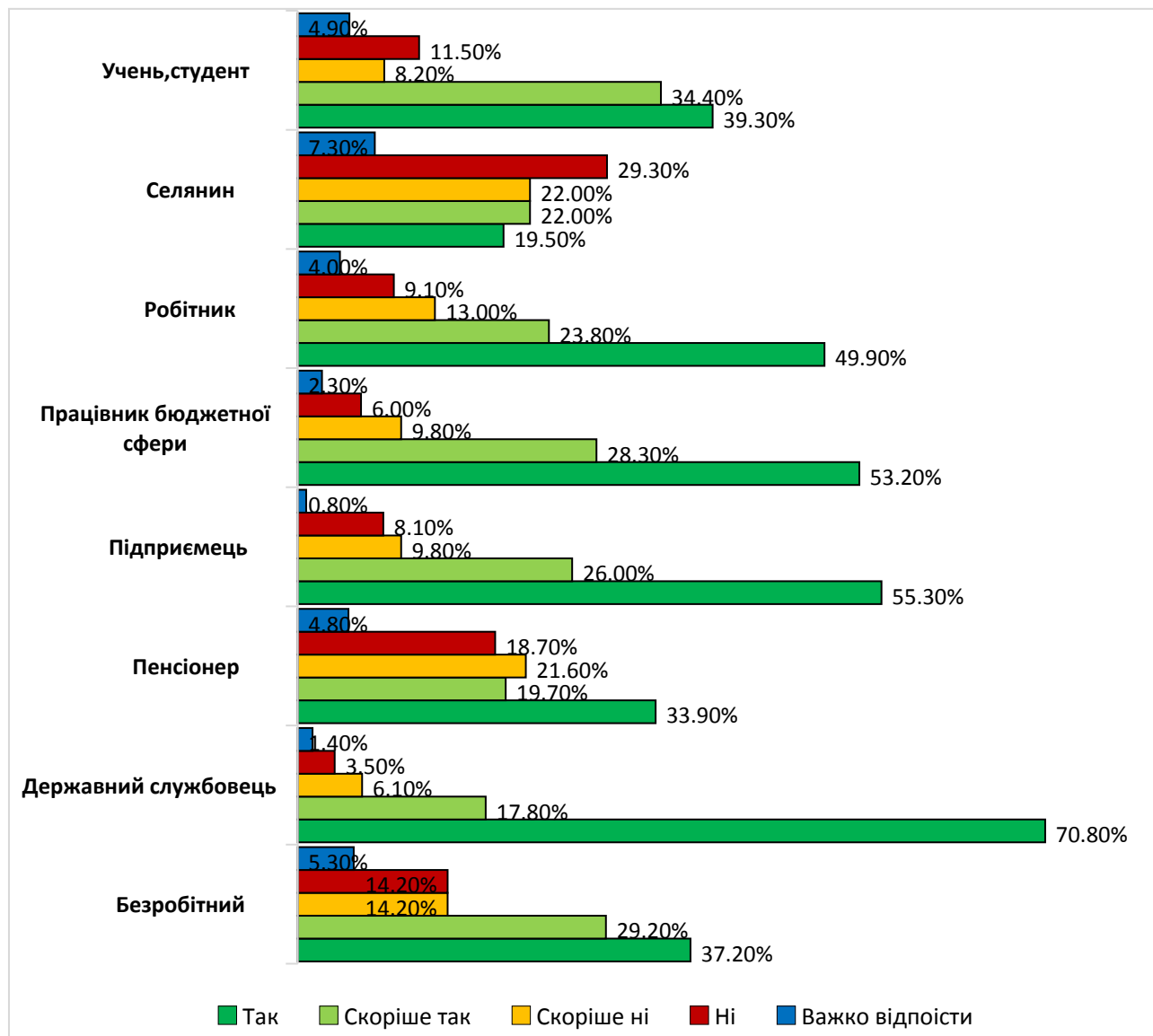


Рисунок 12. Рівень зацікавленості в можливості оформити пенсію «в один дотик» залежно від соціального становища респондентів

За соціальним становищем найсильнішу зацікавленість в оформленні пенсії «в один дотик» і можливості скористатися відповідною послугою виявили державні службовці (70,8% респондентів-держслужбовців відповіли «Так» та ще 17,8% респондентів з цієї групи дали відповідь «Скоріше так»). Державні службовці – соціальна група, яка у дослідженні Центру виявилася найбільш орієнтованою на отримання зазначеної послуги від Фонду. Респонденти-селяни дали найбільше негативних відповідей (29,3% – «Ні» та 22,0% – «Скоріше ні»), що можна трактувати як те, що вони не розраховують в повній мірі на допомогу від держави, а роблять ставку на продукти власного виробництва, господарство (скоріш за все через малий розмір пенсії).

7. Визначення найбільш ефективних каналів передачі соціальної інформації.

Таблиця 13

Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім'ї?, %

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>Загалом</i>
Сайт Фонду	86,7
Соціальні мережі	61,0
Теле- та радіоновини	52,4
Статті у пресі	39,1
Рідні, знайомі, колеги	23,6
Інформаційні портали (ukr .net)	23,1
Виступи політиків	13,4
Ток-шоу	5,7
Важко сказати	4,4
Інше	7,9

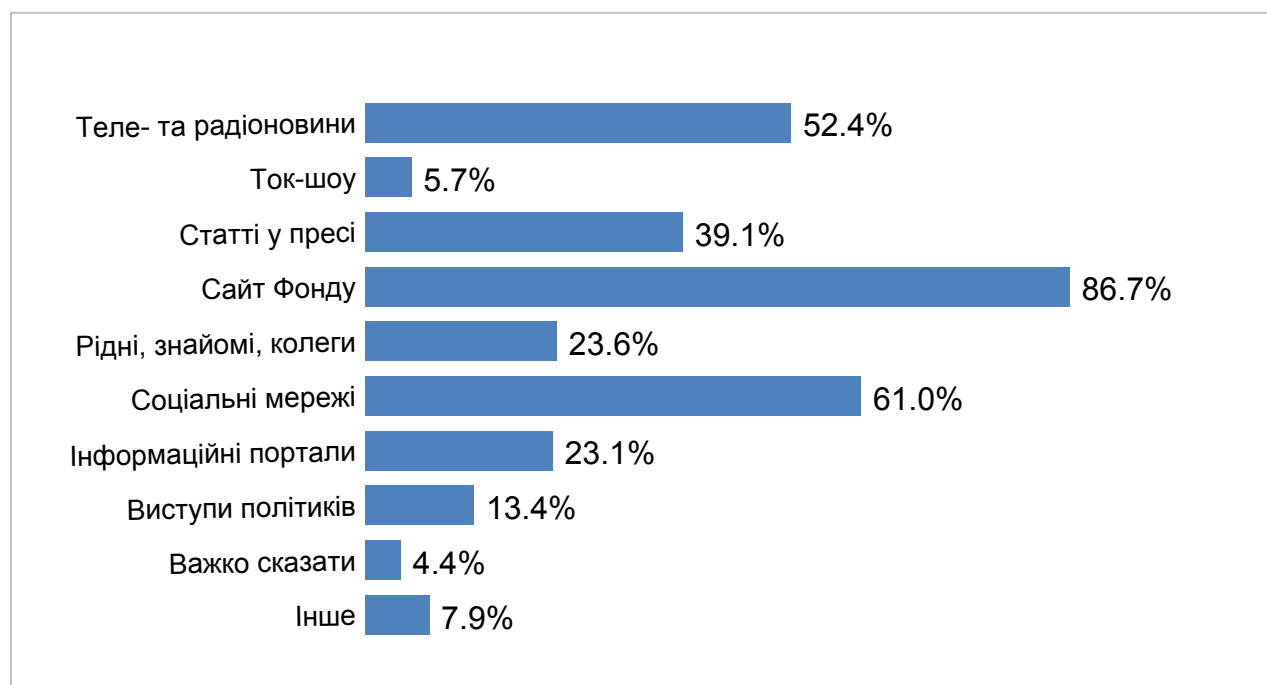


Рисунок 13. Рівень корисності (ефективності) каналів передачі соціальної інформації в оцінках респондентів

Найкориснішими каналами передачі соціальної інформації в цілому виявилися веб-сайт Фонду (86,7%), соціальні мережі (61,0%), а також теле- та радіоновини (52,4%). Зважаючи на загальносвітову тенденцію на віртуалізацію, що реалізується зокрема і через соціальні мережі, спостерігаємо відповідний

результат – високий рівень їх популярності в якості джерела відповідної інформації серед респондентів. Теле- та радіоновини теж відзначаються респондентами як потужний інформаційний ресурс, який є актуальним для різних соціальних груп. Варте уточнення, що саме новини, як програмний елемент, а не телебачення та радіо як такі, відіграють важливу інформаційну роль. Статті у пресі також мають попит у значної частки опитаних (39,1%), оскільки існують профільні видання, які концентрують корисну соціальну інформацію. Респонденти відзначили у відповідях на відкриті запитання такі видання, як «Урядовий кур’єр» та «Пенсійний кур’єр». Рідні, знайомі, колеги (23,6% відповідей) включені в щоденне міжособистісне спілкування, де також, судячи з коментарів респондентів, наявна і популярна тематика соціального захисту. Інформаційні портали (ukr.net), попри легкий доступ, в загальному розподілі не виявились надто популярними, адже є рубрикаторами, в які включені новини з усіх доступних медіа-ресурсів.

Таблиця 14

Розподіл відповідей «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім’ї?» залежно від соціального становища респондентів, %

<i>Варіанти відповідей</i>	<i>Соціальне становище респондента (найбільш представлені групи)</i>		
	Державний службовець	Пенсіонер	Робітник
Теле- та радіоновини	42,6	89,4	47,9
Ток-шоу	13,0	14,2	8,0
Статті у пресі	34,1	69,7	41,5
Сайт Фонду	83,2	67,1	87,5
Рідні, знайомі, колеги	26,3	50,2	31,3
Соціальні мережі	66,7	34,1	61,7
Інформаційні портали	49,2	22,3	39,1
Виступи політиків	38,1	26,9	20,0

Важко сказати	14,8	6,9	9,7
Інше	0,9	0,8	1,1

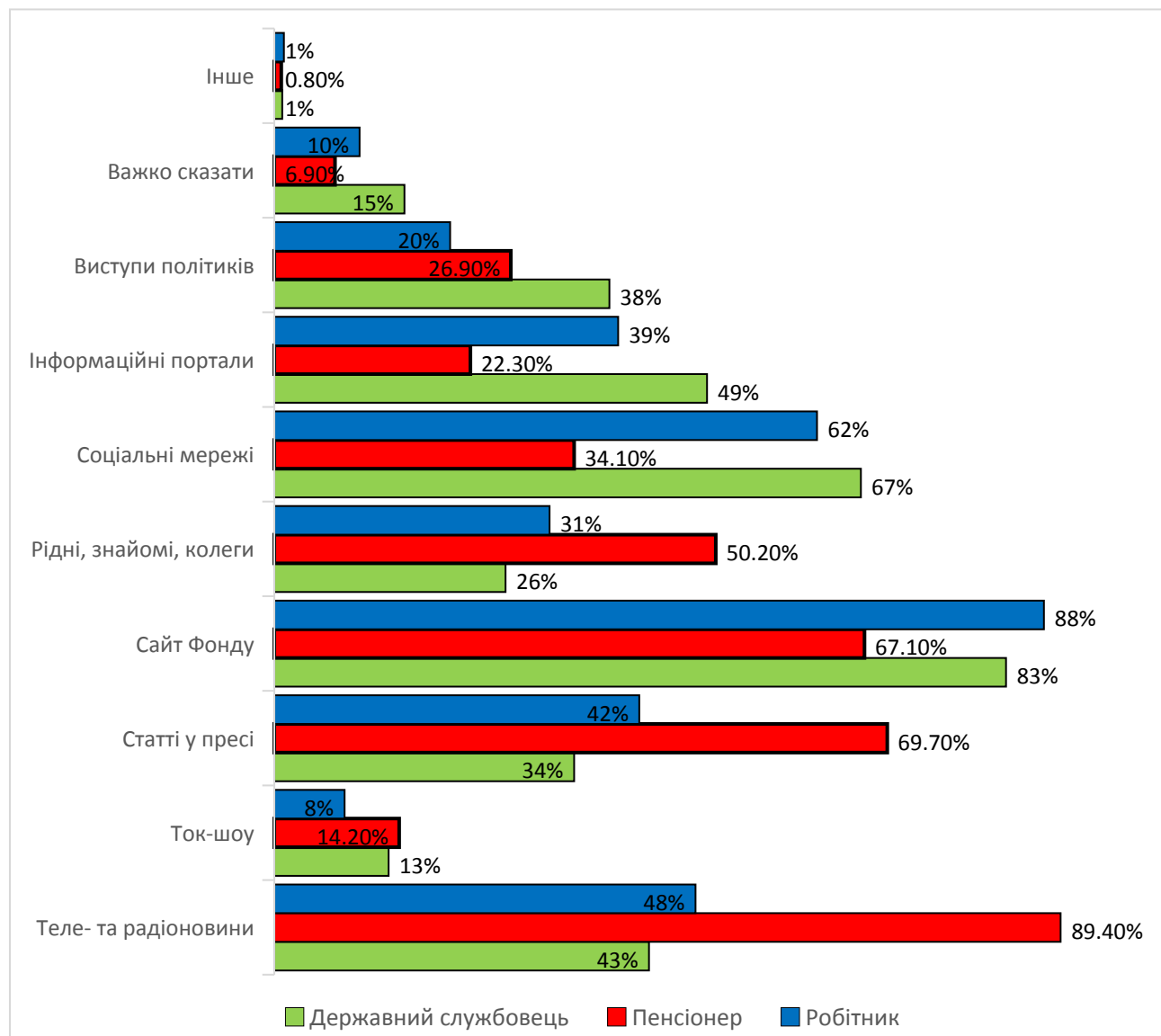


Рисунок 14. Вибір респондентами найбільш корисних інформаційних каналів залежно від соціального становища

З отриманих даних видно, що для представників різних соціальних груп найбільш ефективними та корисними виступають різні інформаційні джерела. Так, для працюючих респондентів більш корисними є безпосередньо сайт Фонду та соціальні мережі, а, наприклад, пенсіонери віддають перевагу звичним теле- та радіоновинам, статтям у пресі чи міжособистісному спілкуванню. Така різниця більшою мірою зумовлена відмінністю в доступі до інформаційних технологій та наявністю навичок щодо їх використання. Проте популярність сайту та інших цифрових засобів інформування є високою. Це робить сайт основним засобом комунікації Фонду зі своєю цільовою аудиторією, що здатна користуватись гаджетами та має доступ до мережі.

Соціально-демографічні характеристики респондентів

Таблиця 15. Розподіл респондентів за віком, %

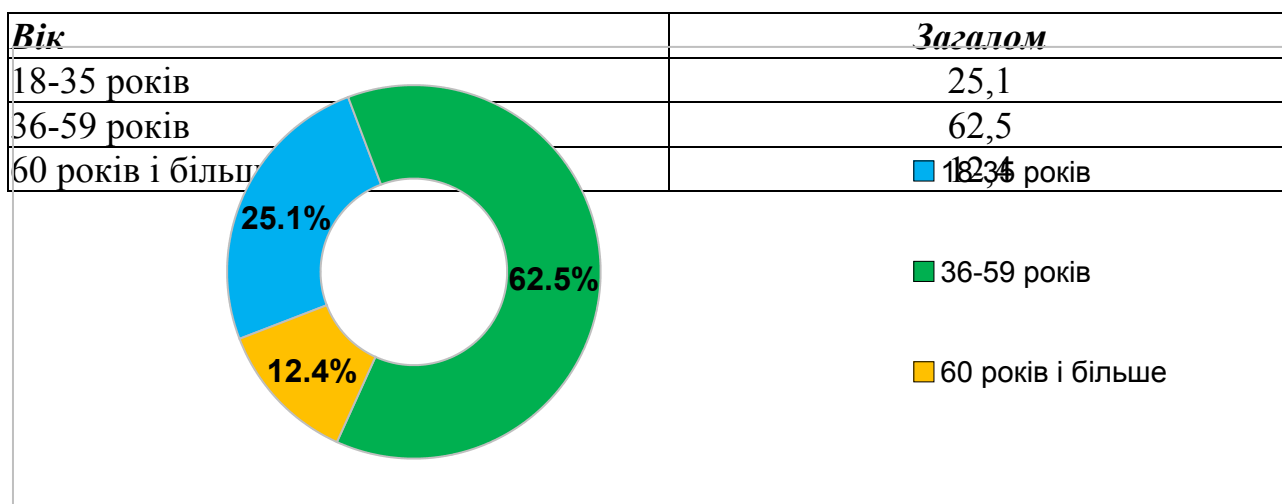


Рисунок 15. Вік респондентів

Таблиця 16. Розподіл респондентів за статтю, %

<i>Стать</i>	<i>Відсоток</i>
Жінки	68,8%
Чоловіки	31,2%

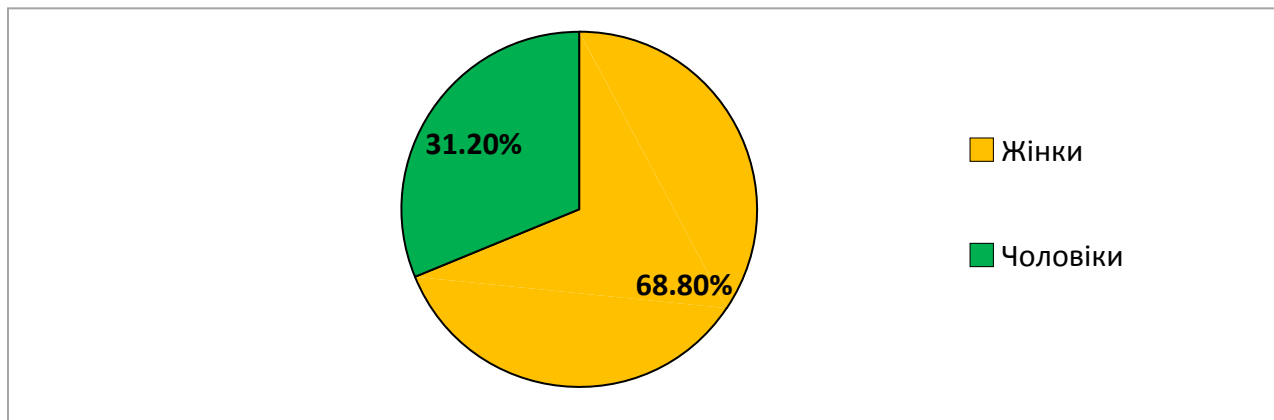


Рисунок 16. Стать респондентів

Таблиця 17. Розподіл респондентів за освітою, %

<i>Варіанти відповідей</i>	<i>Загалом</i>
Вища	71,5%
Незакінчена вища	7,2%
Початкова	1,8%
Середня загальна	6,0%
Середня спеціальна	13,4%

<i>Варіанти відповідей</i>	<i>Загалом</i>
Державний службовець	43,1
Робітник	15,3
Пенсіонер	13,5
Працівник бюджетної сфери	11,6
Підприємець	5,3
Безробітний	4,9
Учень, студент	2,7
Селянин	1,8

Таблиця 18. Розподіл респондентів за соціальним становищем, %

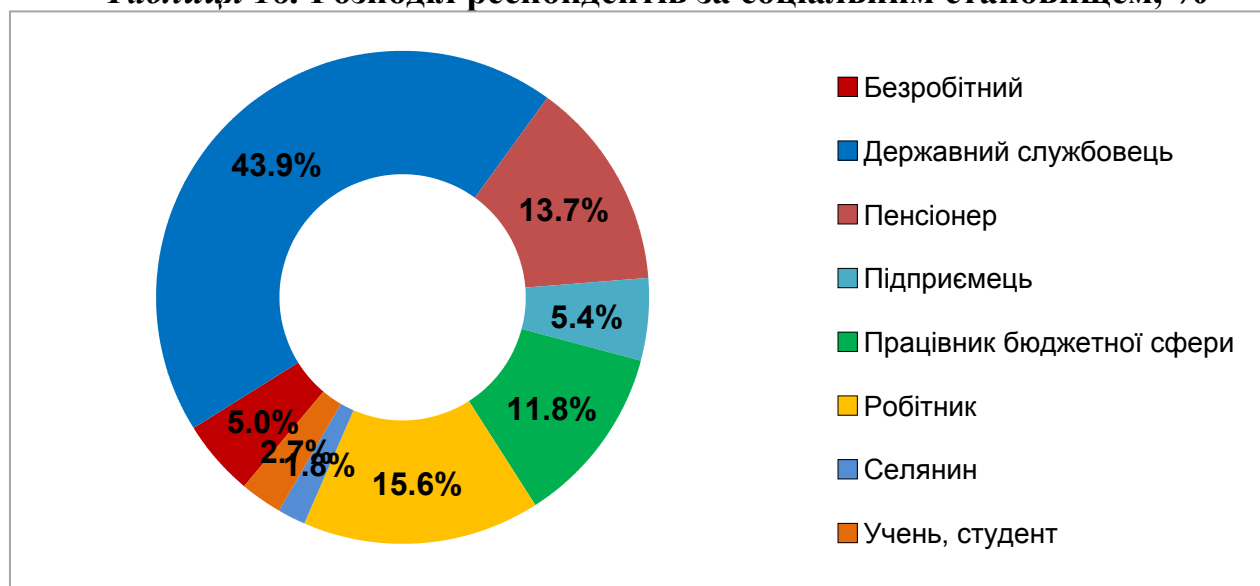


Рисунок 18. Соціальне становище респондентів

Таблиця 19. Розподіл респондентів за типом населеного пункту проживання респондентів, %

Варіанти відповіді	Загалом
Невелике місто	47,2
Велике місто, з населенням понад 250 тис.	21,6
Селище міського типу	17,3
Село	13,5
Важко сказати	0,4

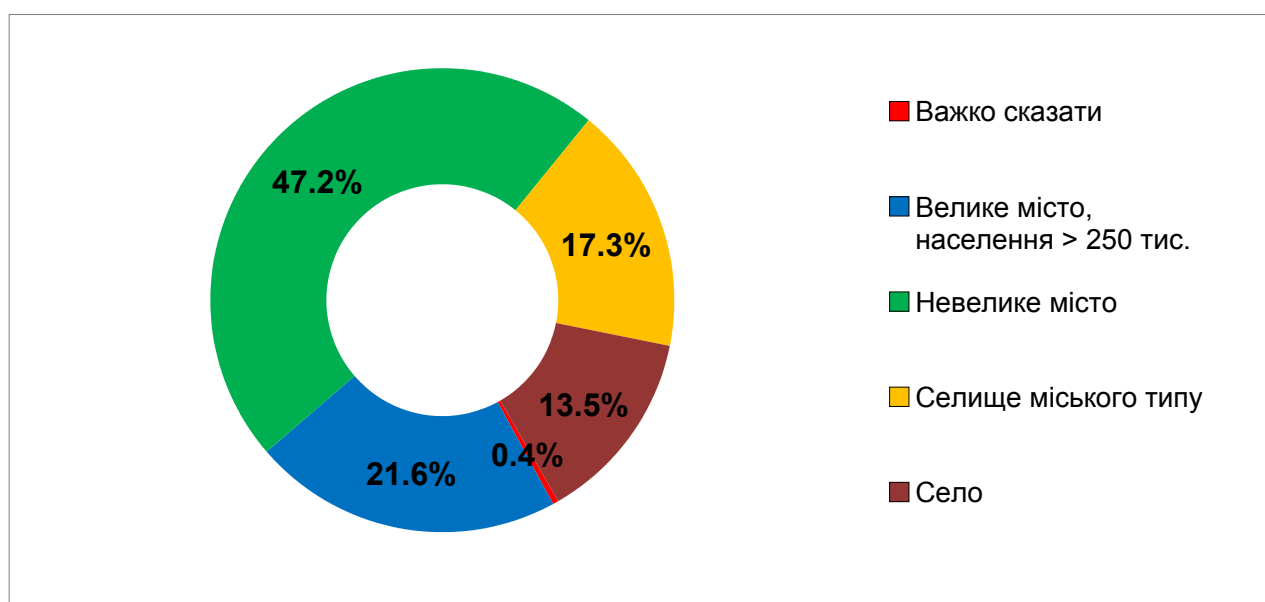


Рисунок 19. Тип населеного пункту проживання респондента

Таблиця 20. Розподіл респондентів залежно від регіону проживання, %

Регіон	Загалом
АР Крим	0,3
Вінницька область	5,2
Волинська область	4,7
Дніпропетровська область	4,5
Донецька область (крім тимчасово окупованих територій)	2,1
Житомирська область	7,6
Закарпатська область	4,1
Запорізька область	1,6
Івано-Франківська область	1,5
Київська область	2,2
Кіровоградська область	4,0
Луганська область (крім тимчасово окупованих територій)	5,3
Львівська область	1,7
м. Київ	2,5
м. Севастополь	0,1
Миколаївська область	4,4
Одеська область	4,6
Полтавська область	4,7
Рівненська область	3,9
Сумська область	3,1
Тернопільська область	3,7
Харківська область	4,1
Херсонська область	4,0
Хмельницька область	4,3
Черкаська область	4,3
Чернівецька область	7,7
Чернігівська область	3,7

Висновки

По-перше, респонденти-відвідувачі веб-сайту Центру продемонстрували досить високий рівень обізнаності щодо послуг та сервісів Фонду (розподіли відповідей за статтю та освітою не показали істотних розбіжностей між обізнаністю). Лише незначна частка опитаних вказала на свою необізнаність (6,5%). Проте, необхідно зважати на те, що обраний метод збору соціальної інформації передбачає залучення аудиторії веб-користувачів, які з високою вірогідністю позитивно оцінюватимуть всі цифрові нововведення та демонструватимуть високу обізнаність та зацікавленість на відміну від тих, хто не є впевненими користувачами інтернету. Минулорічне дослідження Центру з даної тематики («Обізнаність громадян України щодо інновацій в системі пенсійного забезпечення», 2018 р.), яке проводилося в основному методом телефонного опитування, навпаки, показало низький рівень обізнаності, близько 10-11% обізнаних. Також слід враховувати, що різні методи – телефонне та онлайн опитування – залучають різні аудиторії. Телефонне опитування охоплювало переважно респондентів пенсійного віку, які не виявили високого рівня обізнаності попри свою пряму залежність від послуг Фонду. Онлайн-опитування привертає увагу переважно активних людей передпенсійного віку та молоді, які демонструють доволі високий рівень обізнаності та інтересу. Варто зазначити, що, як у цьогорічному онлайн-дослідженні, так і в минулорічному дослідженні, що здійснювалось переважно за допомогою методу телефонного опитування, група респондентів 60+ також показала низький рівень обізнаності в порівнянні з молодшими користувачами. Також зберігається абсолютно логічна тенденція щодо схильності респондентами 60+ використовувати класичні методи комунікації з Фондом: телефонувати або спілкуватись у відділеннях Фонду з консультантами напрямку.

Тому паралельно з онлайн-дослідженням в подальшому варто було б використовувати й інші методи: роздаткове анкетування, телефонне опитування, фокус – групи тощо. Поєднуючи різні стратегії та комбінуючи методи соціальних досліджень, дослідники змогли б підвищити точність отриманої інформації, розширити її смислове наповнення.

По-друге, дослідження дозволило виявити найбільш та найменш вживані сервіси Фонду. Варте уваги, що обізнаність респондентів – онлайн-користувачів стосовно всіх перелічених сервісів досить висока. Помітно «відстають» ті послуги Фонду, які пов'язані не із самообслуговуванням, а із залученням інших осіб (консультантів) чи додаткових функцій, що потребують використання сторонніх пристроїв: мобільних телефонів, принтерів тощо. Існує також складність через наявність чи відсутність ЕЦП. Користувачі, які не мають цифрового підпису, не можуть в повному обсязі використовувати сервіси, що пропонує Фонд. Більше половини опитаних з вікової групи 60+ повідомили, що не мають ЕЦП, а третина респондентів, які мають ЕЦП, незважаючи на те, що декларують свою обізнаність в онлайн-сервісах, все одно виявляють більший інтерес до традиційних методів комунікації з Фондом.

У порівняно невеликій категорії осіб віку 45+, які вже є пенсіонерами, більшість або має ЕЦП, або розуміє про таку потребу та займається його отриманням. Якщо оцінювати рівень обізнаності респондентів, виходячи з наявності чи відсутності ЕЦП, то ті, хто його мають (57% опитаних), є більш обізнаними в онлайн-сервісах Фонду, а ті, хто його не має, але декларує свою обізнаність, відмічали ті сервіси фонду, які потребують прямого контакту з працівниками (консультації у контакт центрі, консультанти про громадах).

Як бачимо, існує потреба в проведенні інформаційних кампаній щодо популяризації ЕЦП та спрощення і вдосконалення процедур його отримання.

По-третє, на основі відповідей респондентів, можна зробити висновок, що саме онлайн-методи інформування для них мають найбільшу користь, проте від інформування за допомогою теле- та радіоновин теж не варто відмовлятися, зважаючи на те, що вони також здійснюють значний інформаційний вплив на цільову аудиторію Фонду. Стосовно самої аудиторії можна зазначити наступне:

- * відповіді щодо інформаційної ефективності веб-ресурсів дали переважно представники молоді та респонденти середнього віку;
- * представники аудиторії 60+, віддавали перевагу теле- та радіоновинам, а також пресі: «Урядовий кур'єр» та «Пенсійний кур'єр».

Отримані дані щодо затребуваності каналів передачі корисної соціальної інформації, обізнаності щодо сервісів і послуг Фонду ілюструють високий інтерес, значний попит на відповідну інформацію серед респондентів.

Проте, окрім Інтернет- та медіа-інформування, вдається доречним розробити та впровадити інформаційну рекламну кампанію в громадському транспорті.

По-четверте, респонденти позитивно характеризують діяльність працівників Фонду, відзначають їх професіоналізм та сучасний підхід, але скаржаться на черги у відділеннях Фонду.

Це вочевидь вказує на недостатнє матеріальне забезпечення структур Фонду. Хотілося б вірити, що анонсоване зменшення обігу паперових документів і поступовий перехід до електронного документообігу з часом зменшать проблему черг. На втішні перспективи майбутнього нівелювання цієї проблеми зокрема вказує широка обізнаність в онлайн послугах та сервісах Фонду громадян передпенсійного віку.

**Управління взаємодії з громадськістю
Урядового контактного центру**