

АНАЛІТИЧНИЙ ЗВІТ
про проведення дослідження на тему
«Обізнаність громадян України щодо інновацій
в системі пенсійного забезпечення»

Відповідно до плану проведення прогностичних досліджень у першому півріччі 2018 року, погодженому Державним секретарем Кабінету Міністрів України від 20.01.2018 р. № 1464/1/1-18, Урядовим контактним центром (Центр) було здійснено дослідження на тему «Обізнаність громадян України щодо інновацій в системі пенсійного забезпечення».

Дослідження проводилося шляхом телефонного опитування заявників, які звернулися на урядову «гарячу лінію», та подальшого аналізу отриманих даних.

Мета цього дослідження – дослідити громадську думку щодо інновацій в системі соціального захисту населення, зокрема пенсійного забезпечення; проаналізувати ступінь обізнаності громадян в існуючих сервісах та можливостях отримання необхідних послуг; оцінити ефективність відповідного інформування населення та шляхів покращення зворотної комунікації з суспільством для оперативного розв'язання проблем, які виникають у процесі користування сервісами Пенсійного фонду України (Фонд).

У телефонному режимі були опитані громадяни з усіх регіонів України (усього – 790 респондентів, з них 76 респондентів були опитані колегами із Запорізького обласного контактного центру). Також 133 респонденти відповіли на запитання анкети: «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для вас?» безпосередньо на веб-сайті Центру.

Під час опитування збережено анонімність та конфіденційність відповідей усіх опитаних респондентів.

Основні результати дослідження

Серед опитаних переважали жителі великих (населення понад 250 тисяч) міст (41,7%), жінки (77,9%), особи з середньою спеціальною та незакінченою вищою або вищою освітою (58,7% та 39,6% відповідно). За соціальним станом найбільш численними групами респондентів виявилися пенсіонери (73,9%), робітники (12,5%).

Досягненню поставленої мети підпорядковано вирішення таких дослідницьких завдань:

- З'ясувати ступінь інформованості населення щодо інновацій у системі пенсійного забезпечення і потребу респондентів у такій інформації.

- Оцінити способи комунікації між Фондом і громадянами (цільовою аудиторією) та визначити найбільш ефективні з них.
- Дослідити думки опитаних щодо електронних сервісів Фонду, зокрема сайту.
- Проаналізувати, як респонденти оцінюють якість обслуговування їх працівниками Фонду.

Для реалізації поставлених завдань була розроблена анкета з урахуванням специфіки методу телефонного опитування. Статистичні розподіли отриманих відповідей, їх графічне відображення та висновки представлені нижче.

1. Як Ви вважаєте, чи достатньо Ви обізнані щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд, впродовж 2015-2018 років?

Таблиця 1

Розподіл відповідей на запитання «Як Ви вважаєте, чи достатньо Ви обізнані щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд, впродовж 2015-2018 років?», %

Варіанти відповіді	Загалом
Ні	45,8
Частково	24,6
Не цікавився даною тематикою	15,5
Так	10,9
Важко сказати / Відмова від відповіді	3,1

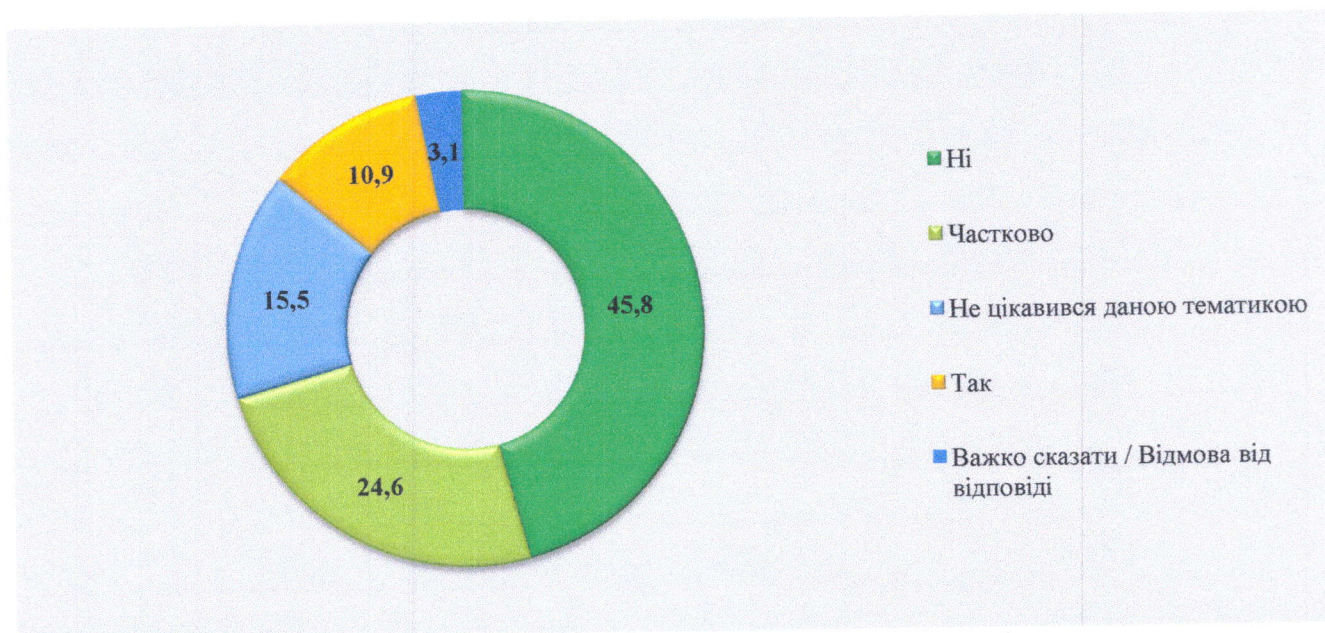


Рисунок 1. Відображення розподілу відповідей респондентів на запитання про обізнаність щодо нових сервісів, які запровадив Фонд у 2015-2018 роках, %

Дані, отримані в процесі опитування, свідчать про наявність у населення помітного запиту на інформацію щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд. Лише 15,5% громадян відповіли, що зовсім не цікавились даною тематикою.

Водночас на момент опитування задоволеність цього запиту потребує серйозної роботи з вдосконалення актуальних каналів інформування та пошуків нових шляхів комунікації з громадськістю – найбільша кількість респондентів (45,8%) визначили себе як недостатньо поінформованих. До цієї ж групи, на нашу думку, варто віднести і громадян, які не змогли дати певну відповідь на запитання (3,1%).

24,6% респондентів відповіли, що лише частково обізнані про запроваджені інновації. Впевненість у власній інформаційній компетентності у даній тематиці висловили лише 10,9% опитаних.

Таблиця 2

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Як Ви вважаєте, чи достатньо Ви обізнані щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд, впродовж 2015-2018 років?» залежно від віку респондента, %

Варіанти відповіді	Загалом		
	18-35 років	36-59 років	60 років і більше
Ні	26,7	42,6	49,4
Частково	28,9	31,3	20,6
Не цікавився даною тематикою	22,2	16,5	14,4
Так	20,0	8,3	11,4
Важко сказати / Відмова від відповіді	2,2	1,3	4,1

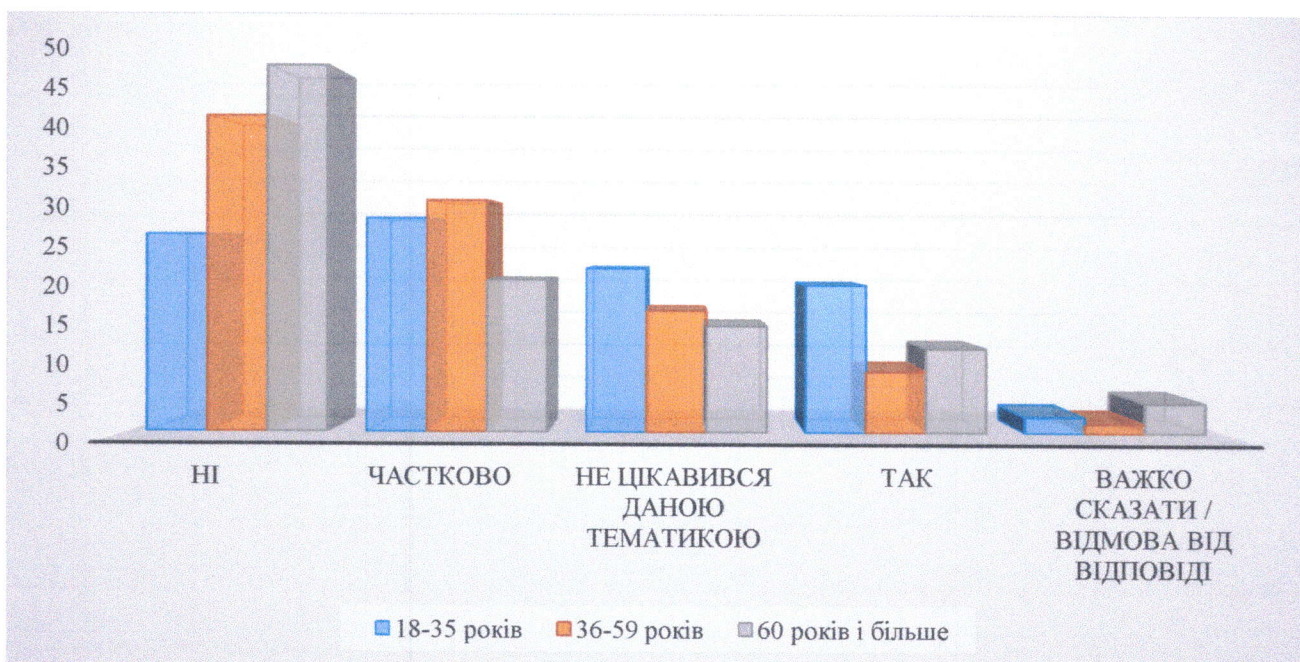


Рисунок 2. Оцінка респондентами своєї обізнаності щодо нових сервісів, які запровадив Фонд у 2015-2018 роках, залежно від віку опитаного %

Показово, що представники старших вікових груп (36-59 та 60 і більше років) демонструють схожі показники як інформованості (альтернатива «Так»), так і відсутності інтересу до даної тематики («Не цікавився»). Помітно лише, що категорія респондентів середнього віку більш схильна визначити себе як «частково обізнаних» – 31,3%, а опитані 60 років і більше як «необізнаних» – 49,4%.

Натомість, представники молодшої вікової групи (18-35 років) вважають себе більш обізнаними – частка осіб, що впевнені у своїй інформованості щодо нових сервісів, які впроваджує Фонд впродовж 2015-2018 років, становить 20% в цій віковій групі.

Також чітко відстежується, що частка осіб в групі людей середнього віку, які визначили себе принаймні частково інформованими, не поступається «молоді».

Припускаємо, що нововведення, що орієнтовані на осучаснення пенсійних сервісів, були зрозумілішими саме для молодих респондентів і меншою мірою для людей середнього та похилого віку (зрозуміло, що пояснити, навіщо потрібно електронне посвідчення, простіше людям, які добре орієнтуються у сучасних технологіях).

Дана проблема надалі має бути обов'язково врахована при плануванні інформаційного супроводу нововведень. На нашу думку, варто переглянути та спростити низку термінів у роз'ясненнях щодо нових сервісів, знаходячи їм відповідники, які могли б бути зрозумілішими для людей середнього та похилого віку.

Таблиця 3

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Як Ви вважаєте, чи достатньо Ви обізнані щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд, впродовж 2015-2018 років?» залежно від рівня освіти респондента, %

Варіанти відповіді	Загалом	
	Незакінчена вища/ вища	Середня загальна/ середня спеціальна
Ні	45,9	45,3
Частково	30,0	21,0
Не цікавився даною тематикою	8,1	20,5
Так	13,4	9,5
Важко сказати / Відмова від відповіді	2,5	3,6

Якщо взяти за критерій розподілу рівень освіти респондентів, то варто відзначити, що респонденти з вищою/незакінченою вищою освітою демонструють більшу обізнаність й більшу зацікавленість темою нововведень у пенсійній сфері порівняно з респондентами з середньою загальною/спеціальною освітою.

Таблиця 4

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Як Ви вважаєте, чи достатньо Ви обізнані щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд, впродовж 2015-2018 років?» залежно від типу населеного пункту проживання респондента, %

Варіанти відповіді	Загалом		
	Велике місто, з населенням понад 250 тис.	Невелике місто	Село (селище, смт)
Ні	43,3	50,4	44,1
Частково	24,5	24,4	24,9
Не цікавився даною тематикою	16,8	13,4	16,4
Так	12,1	8,8	11,9
Важко сказати / Відмова від відповіді	3,4	2,9	2,8

Радикальних відмінностей в самооцінках інформованості серед жителів різних типів населених пунктів в межах опитування не зафіксовано. Проте помітно, що мешканці невеликих міст вважають себе дещо менш інформованими.

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

Таблиця 5

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

Варіанти відповідей	Загалом
Можливість отримати консультацію у Контакт-центрі Фонду	39,2
Електронні пенсійні посвідчення	15,5
Можливість отримати послуги через особистий кабінет веб-порталу Фонду (подати заяву, записатися на прийом, переглянути пенсійну справу, сплату внесків роботодавцем тощо)	13,9
Електронні пенсійні справи	12,6
Консультанти Фонду при об'єднаних територіальних громадах	11,5
Важко сказати / Відмова від відповіді	40,9

*Можливо було обирати декілька варіантів відповіді (до аналізу внесені всі обрані варіанти, відсотки вираховуються відповідно до кількості тих, хто відповів на це запитання з урахуванням багатоваріантності відповідей).



Рисунок 3. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Оберіть з наведеного нижче переліку всі запроваджені Фондом сервіси, про які Ви знаєте/чули», %

Аналіз відповідей респондентів на дане запитання (як і на запитання про обізнаність щодо нових сервісів Фонду) свідчить про значний дефіцит відповідної інформації у опитаних. З рисунку №3 видно, що найбільш поширеною відповіддю на запитання про відомі громадянам пенсійні сервіси є альтернатива «важко відповісти/відмова від відповіді» – 40,9%.

Аналіз відповідей на попереднє запитання з урахуванням відповідей, які були надані у відкритій формі (абсолютна більшість таких відповідей зводилися до твердження про відсутність у опитаних необхідної інформації), дозволяє впевнено стверджувати, що саме низький ступінь інформованості населення в цій сфері є детермінантою такого розподілу відповідей.

Серед запроваджених сервісів найбільш відомим, згідно з отриманими даними, виявився сервіс, пов'язаний з «можливістю отримати консультацію у Контакт-центрі Фонду». Про наявність такого сервісу було відомо 39,2% опитаних. На загальному тлі слабкої поінформованості варто відмітити цей показник як серйозне досягнення в діяльності Фонду.

Інші інноваційні та відносно нещодавно впроваджені сервіси менш відомі пересічним громадянам. За часткою респондентів, що принаймні чули про них, можна створити наступний рейтинг:

- Електронні пенсійні посвідчення – 15,5%.
- Можливість отримати послуги через особистий кабінет веб-порталу Фонду – 13,9%.
- Електронні пенсійні справи – 12,6%.
- Консультанти Фонду при об'єднаних територіальних громадах – 11,5%.

Таблиця 6

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Оберіть з наведеного нижче переліку всі запроваджені Фондом сервіси, про які Ви знаєте/чули» залежно від обізнаності респондента щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд, впродовж 2015-2018 років, %

Оберіть з наведеного нижче переліку всі запроваджені Фондом сервіси, про які Ви знаєте/чули	Як Ви вважаєте, чи достатньо Ви обізнані щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд, впродовж 2015-2018 років				
	Важко сказати / Відмова від відповіді	Не цікавився даною тематикою	Ні	Так	Частково
Можливість отримати консультацію у Контакт-центрі Фонду	9,1	19,8	37,3	60,3	49,4
Можливість отримати послуги через особистий кабінет веб-порталу Фонду	9,1	8,1	8,0	28,2	22,7
Консультанти Фонду при об'єднаних територіальних громадах	0	7,2	8,6	19,2	17,6
Електронні пенсійні посвідчення	0	10,8	11,6	26,9	22,7
Електронні пенсійні справи	4,5	4,5	8,6	24,4	21,0
Важко сказати / Відмова від відповіді	77,3	62,2	45,6	26,9	20,5

Варто відзначити, що зафіксована в першому запитанні оцінка респондентами власної обізнаності, насамперед є суб'єктивною думкою самих респондентів і не повністю відбиває реальність. Це добре видно з даних, що наведені в таблиці 6. Як бачимо, подекуди респонденти, які декларували власну непоінформованість і навіть незацікавленість в цій тематиці, насправді знають або щось чули про ту чи іншу інновацію. З іншого боку, опитані які вважали, що знають тему достатньо добре, демонструють далеко не повну інформованість.

Таблиця 7

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Оберіть з наведеного нижче переліку всі запроваджені Фондом сервіси, про які Ви знаєте/чули» залежно від типу населеного пункту проживання респондента, %

Варіанти відповіді	Загалом		
	Велике місто, з населенням понад 250 тис.	Невелике місто	Село (селище, смт)
Можливість отримати консультацію у Контакт-центрі Фонду	40,6	41,6	33,9
Можливість отримати послуги через особистий кабінет веб-порталу Фонду	12,8	15,5	13,6
Консультанти Фонду при об'єднаних територіальних громадах	9,4	11,3	15,3
Електронні пенсійні посвідчення	14,1	16,8	16,4
Електронні пенсійні справи	11,4	12,6	14,7

Розподіл відповідей на дане запитання з урахуванням типу населеного пункту, де проживає респондент, дає підстави стверджувати, що здебільшого цей фактор не був детермінуючим для розподілу. Інформація про можливість телефонних консультацій менш розповсюджена в сільській місцевості, проте тут трохи частіше чули про розміщення консультантів Фонду при об'єднаних територіальних громадах. Скоріш за все, такий розподіл відповідає внутрішнім потребам, що пояснюється специфікою місцевості проживання.

Таблиця 8

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Оберіть з наведеного нижче переліку всі запроваджені Фондом сервіси, про які Ви знаєте/чули» залежно від рівня освіти респондента, %

Варіанти відповіді	Загалом	
	Незакінчена вища/вища	Середня загальна/середня спеціальна
Можливість отримати консультацію у Контакт-центрі Фонду	50,5	32,0
Можливість отримати послуги через особистий кабінет веб-порталу Фонду	19,1	10,7

Консультанти Фонду при об'єднаних територіальних громадах	11,7	11,7
Електронні пенсійні посвідчення	16,6	15,3
Електронні пенсійні справи	13,4	12,2

Дані, які наведені в таблиці 8, демонструють, що респонденти із вищою освітою більш обізнані щодо можливостей використання особистого кабінету на веб-порталі та телефонних консультацій через Контакт-центр Фонду. Як бачимо, і в першому, і в другому запитанні даного дослідження, опитані з вищою/неповною вищою освітою виявляють кращу обізнаність. Можливо припустити, що інформація Фонду щодо нових сервісів була легшою для сприйняття людьми із більшим досвідом роботи із складними текстами. Таким чином, знов актуалізується питання необхідного спрощення термінології при роз'ясненні, пошуку інших ефективних шляхів комунікації.

Таблиця 9

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Оберіть з наведеного нижче переліку всі запроваджені Фондом сервіси, про які Ви знаєте/чули» залежно від регіону проживання респондента, %

Оберіть з наведеного нижче переліку всі запроваджені Фондом сервіси, про які Ви знаєте/чули.						
Регіон проживання:	Можливість отримати консультацію у Контакт-центрі Фонду	Можливість отримати послуги через особистий кабінет веб-порталу Фонду	Консультанти Фонду при об'єднаних територіальних громадах	Електронні пенсійні посвідчення	Електронні пенсійні справи	Важко сказати / Відмова від відповіді
Вінницька область	12,5	18,8	25,0	18,8	18,8	50,0
Волинська область	40,0	40,0	0	0	0	40,0
Дніпропетровська область	42,0	12,6	12,6	14,3	12,6	34,5
Донецька область	28,8	9,6	11,0	20,5	15,1	47,9
Житомирська область	42,9	14,3	23,8	23,8	23,8	33,3
Закарпатська область	25,0	25,0	0	25,0	25,0	25,0
Запорізька область	25,0	8,3	12,5	16,7	4,2	50,0
Івано-Франківська область	47,4	15,8	5,3	31,6	21,1	31,6
Київська область	44,7	23,7	13,2	21,1	18,4	34,2
Кіровоградська область	45,0	10,0	0	0	5,0	50,0
Луганська область	28,6	21,4	14,3	21,4	7,1	50,0
Львівська область	48,8	9,3	16,3	11,6	0	30,2
м. Київ	48,6	15,2	8,6	14,3	14,3	41,9
Миколаївська область	57,1	10,7	10,7	14,3	14,3	21,4
Одеська область	44,0	12,0	12,0	16,0	8,0	36,0
Полтавська область	39,1	17,4	8,7	13,0	8,7	43,5
Рівненська область	20,0	0	20,0	0	0	60,0
Сумська область	41,2	5,9	11,8	5,9	0	47,1

Тернопільська область	62,5	25,0	0	12,5	12,5	37,5
Харківська область	28,1	12,3	12,3	17,5	15,8	47,4
Херсонська область	18,8	12,5	18,8	18,8	25,0	56,2
Хмельницька область	22,2	0	11,1	0	0	66,7
Черкаська область	33,3	16,7	0	33,3	33,3	50,0
Чернівецька область	28,6	0	0	0	0	71,4
Чернігівська область	33,3	50,0	8,3	8,3	16,7	33,3

3. Чи задоволені Ви якістю обслуговування працівниками Фонду у Вашому районі/відділенні?

Таблиця 10

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

Варіанти відповідей	Загалом
Так	29,6
Скоріше так	19,6
Ні	16,5
Ніколи там не був	15,7
Скоріше ні	14,1
Інше	0,3
Важко сказати / Відмова від відповіді	4,2

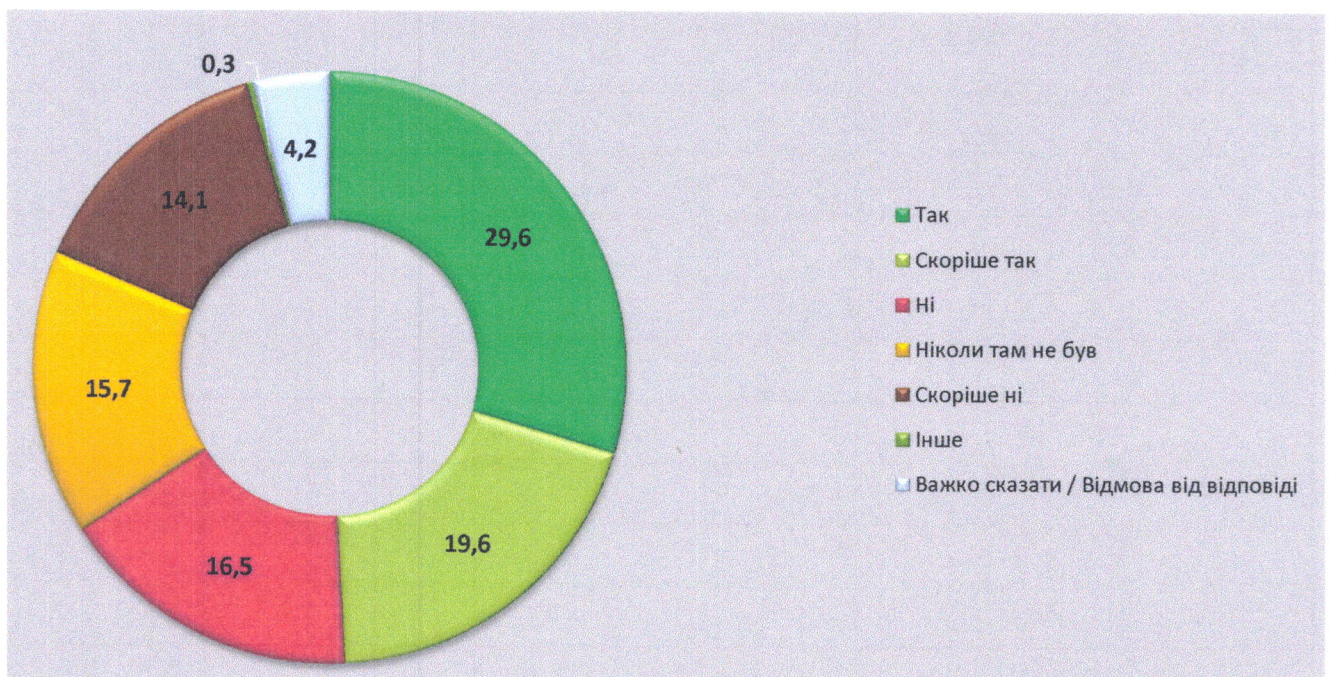


Рисунок 4. Чи задоволені Ви якістю обслуговування працівниками Фонду у Вашому районі/відділенні?, %

Відповідно до даних опитування (таблиця 10), більшість громадян позитивно оцінює якість обслуговування в установах Фонду, що свідчить про професійний підхід його працівників до своїх обов'язків. Натомість, наявність значного відсотку критичних оцінок підкреслює необхідність подальшого розвитку алгоритмів діяльності організації. Зокрема, більшість наданих у відкритій формі відповідей акцентували увагу на проблемі великих черг, а не на якості роботи персоналу. Можливо, із зростанням популярності запропонованих Фондом сервісів цей виклик буде успішно подолано.

4. Чи користуєтесь Ви електронними сервісами Фонду (веб-портал електронних послуг, електронні посвідчення)?

Таблиця 11

Розподіл відповідей на запитання «Чи користуєтесь Ви електронними сервісами Фонду (веб-портал електронних послуг, електронні посвідчення)?», %

Варіанти відповідей	Загалом
Ні	91,0
Так	7,6
Важко сказати / Відмова від відповіді	1,4

На момент опитування маємо, на жаль, констатувати слабку задіяність такого сучасного і корисного інструменту, як запропоновані Фондом електронні сервіси (ними користувалися лише 7,6% опитаних). Хоча з огляду на притаманну нашим співгромадянам значну інертність та певну недовіру до інновацій, а також враховуючи, що більшість сервісів запрацювало відносно нещодавно, то такий результат цілком прийнятний.

Таблиця 12

Порівняння відповідей на запитання «Чи користуєтесь Ви електронними сервісами Фонду (веб-портал електронних послуг, електронні посвідчення)?» залежно від віку опитуваних, %

Варіанти відповідей	Загалом		
	18-35 років	36-59 років	60 років і більше
Ні	91,1	88,7	92,7
Так	8,9	10	5,9
Важко сказати / Відмова від відповіді	0	1,3	1,4

Очікувано, що більш активними у користуванні електронними сервісами Фонду є громадяни середнього та молодшого віку. Натомість, літнім людям, вочевидь, не завжди зручно користуватись сучасними технологіями (логічно

припустити, що у ряді випадків ці функції перекладені якраз на дві інші вікові групи).

Таблиця 13

Порівняння відповідей на запитання «Чи користуєтесь Ви електронними сервісами Фонду (веб-портал електронних послуг, електронні посвідчення)?» залежно від типу населеного пункту проживання респондентів, %

Варіанти відповідей	Загалом		
	Велике місто	Невелике місто	Село (селище, смт)
Ні	90,3	89,1	95,5
Так	8,4	8,8	4,5
Важко сказати / Відмова від відповіді	1,3	2,1	0

При розподілі залежно від типу населеного пункту проживання респондента, більш відкритими до інновацій виявилися жителі великих та малих міст. Мешканці сіл помітно меншою мірою використовують запропоновані сервіси. Така ситуація, скоріш за все, детермінується слабшою комп'ютеризацією сільської місцевості та її демографічною специфікою, яка характерна для України (серед сільського населення через виїзд молоді підвищена, порівняно з містами, частка людей похилого віку, які менш схильні до використання запропонованих інновацій).

Таблиця 14

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Чи користуєтесь Ви електронними сервісами Фонду (веб-портал електронних послуг, електронні посвідчення)?» залежно від освіти респондента, %

Варіанти відповідей	Загалом	
	Незакінчена вища/ вища	Середня загальна/ середня спеціальна
Ні	87,6	93,3
Так	11,0	5,5
Важко сказати / Відмова від відповіді	1,4	1,2

Як вже відзначалось в процесі аналізу попередніх запитань, респонденти із вищою освітою показують відносно кращі результати в контексті залученості до дискурсу щодо інновацій у пенсійній системі. Частка опитаних з вищою освітою, яка вже скористалась новими електронними сервісами, вдвічі більша за громадян із «середньою загальною/середньою спеціальною» освітою.

Таблиця 15

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Чи користуєтесь Ви електронними сервісами Фонду (веб-портал електронних послуг, електронні посвідчення)?» залежно від регіону проживання респондента¹

Регіон проживання	Чи користуєтесь Ви електронними сервісами Фонду					
	Важко сказати / Відмова від відповіді		Ні		Так	
	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%
Вінницька область	2	12,5	14	87,5	0	0
Волинська область	0	0	5	100,0	0	0
Дніпропетровська область	0	0	109	91,6	10	8,4
Донецька область	0	0	65	89,0	8	11,0
Житомирська область	0	0	18	85,7	3	14,3
Закарпатська область	0	0	4	100,0	0	0
Запорізька область	0	0	92	92	8	8
Івано-Франківська область	0	0	17	89,5	2	10,5
Київська область	0	0	35	92,1	3	7,9
Кіровоградська область	0	0	19	95,0	1	5,0
Луганська область	2	14,3	11	78,6	1	7,1
Львівська область	0	0	42	97,7	1	2,3
м. Київ	2	1,9	95	90,5	8	7,6
Миколаївська область	0	0	27	96,4	1	3,6
Одеська область	0	0	24	96,0	1	4,0
Полтавська область	0	0	18	78,3	5	21,7
Рівненська область	1	20,0	4	80,0	0	0
Сумська область	0	0	17	100,0	0	0
Тернопільська область	0	0	7	87,5	1	12,5
Харківська область	2	3,5	50	87,7	5	8,8

¹ Завдання та технічні умови дослідження не передбачали побудови багатоступеневої репрезентативної вибірки за регіоном проживання. Тому дані в цьому випадку наводяться як у кількісному так і відсотковому значенні, в якості ілюстративного матеріалу.

Херсонська область	1	6,2	15	93,8	0	0
Хмельницька область	0	0	9	100,0	0	0
Черкаська область	0	0	5	83,3	1	16,7
Чернівецька область	0	0	7	100,0	0	0
Чернігівська область	0	0	11	91,7	1	8,3

5. Чи задоволені Ви оновленим сайтом Фонду (зручністю користування, інформаційним наповненням тощо)?*

*Запитання задавалося тільки тим респондентам, які повідомили, що користуються електронними сервісами Фонду

Таблиця 16

Розподіл відповідей на запитання «Чи задоволені Ви оновленим сайтом Фонду (зручністю користування, інформаційним наповненням тощо)?», %

Варіанти відповідей	Загалом
Так	26,9
Скоріше так	26,9
Скоріше ні	17,3
Ні	9,6
Інше	1,9
Важко сказати / Відмова від відповіді	17,3

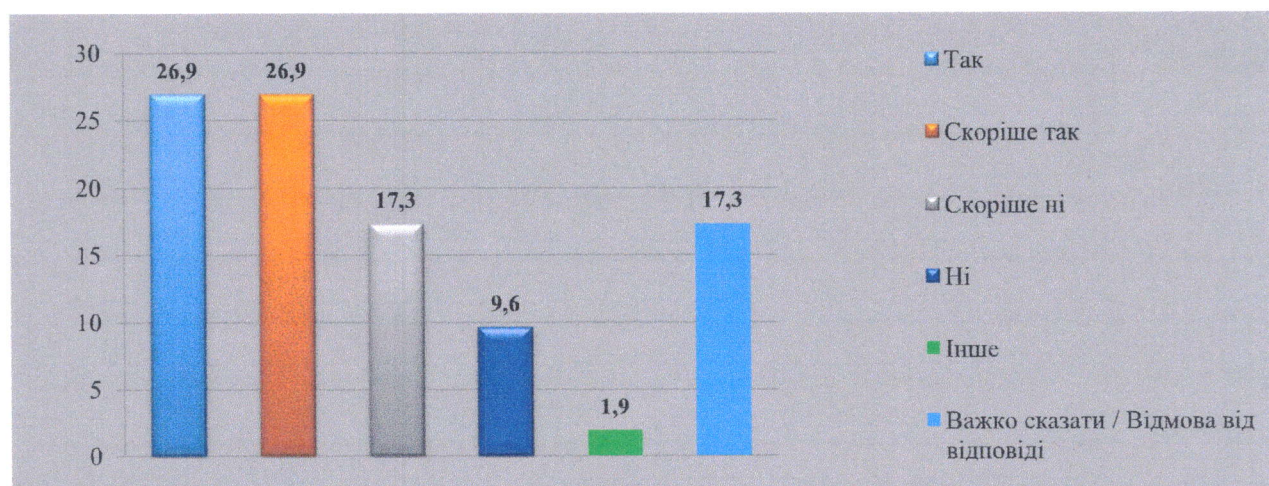


Рисунок 5. Оцінка респондентами оновленого сайту Фонду, %

Як і у випадку із обслуговуванням в установах Фонду, більшість опитаних дають схвальні відгуки про його оновлений сайт (53,8% – альтернативи «так» та «скоріше так» набрали по 26,9% кожна). Певна частка негативних відгуків, швидше за все пов'язана із складнощами, що традиційно виникають у невідготовлених користувачів із будь-яким пошуком в інтернеті та незавершеністю деяких функцій.

На користь такого твердження свідчить і наявність помітної частки (17,3%) респондентів, що не змогли визначитись із своїм ставленням до зручності та наповнення сайту – важко оцінити інновації без досвіду або професійних критеріїв. При невідповідності веб-сайту потребам клієнтів, ця категорія респондентів вдалася б переважно до негативних відгуків.

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

Таблиця 17

Розподіл відповідей на запитання «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім'ї?», %*

*анкетування проводилося шляхом телефонного опитування заявників, які звернулися на урядову «гарячу лінію»

Варіанти відповідей	Загалом
Теле- та радіоновини	45,8
Статті у пресі	14,4
Рідні, знайомі, колеги	8,8
Виступи політиків, громадських діячів, авторитетних чи впливових осіб	8,0
Соціальні мережі (Фейсбук, Твіттер тощо), блоги	5,3
Сайт Фонду (Pfu.gov.ua)	4,9
Інформаційні портали (Ukr.net тощо)	3,2
Ток-шоу	2,4
Інше	2,2
Важко сказати / відмова від відповіді	5,0

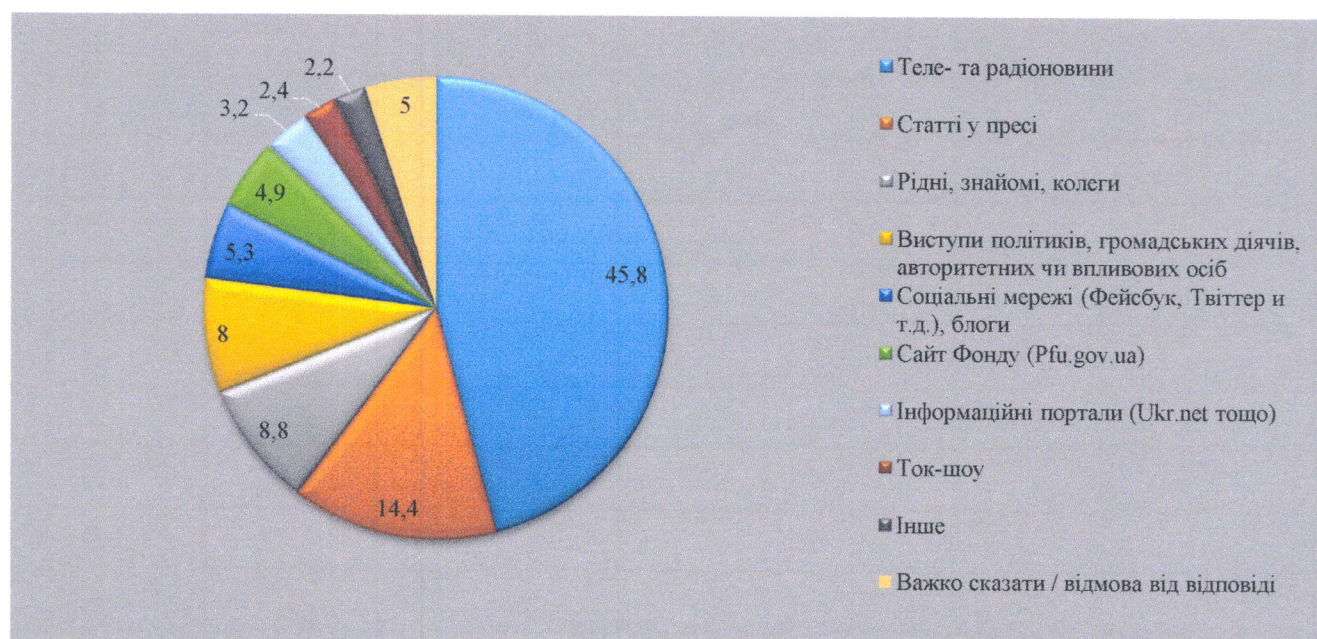


Рисунок 6. Спосіб (канал) інформування про пенсійні питання, якому віддали перевагу респонденти, %

Дані дослідження дають підстави для аналізу ефективності способів комунікації з цільовою аудиторією. Відповідаючи на запитання анкети «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім'ї» опитані, які звернулися на урядову «гарячу лінію», особливо відмітили корисність теле- та радіоновин. 45,8% респондентів відповіли, що такий канал інформування був для них найкориснішим.

Друга за численністю категорія опитаних (14,4%) найефективнішим джерелом інформації вважають статті у пресі. Рідні, знайомі та колеги виступили агентами інформування для 8,8%.

Інші варіанти розподілились наступним чином:

- Виступи політиків, громадських діячів, авторитетних чи впливових осіб – 8,0%
- Важко сказати – 5,0%
- Соціальні мережі – 5,3%
- Відмовились від відповіді – 5,0%
- Сайт Пенсійного фонду України – 4,9%
- Інформаційні портали – 3,2%
- Ток-шоу – 2,4%

Відповіді, надані у відкритій формі (2,2%), здебільшого зводились до трьох різновидів – «звернулись до ПФУ за телефоном», «зателефонували на урядову «гарячу лінію» або взагалі не отримували ніякої інформації з цієї тематики.

Таблиця 18

Розподіл відповідей на запитання «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім'ї?», %*

**анкетування проводилося шляхом розміщення запитання на сайті Центру*

Варіанти відповідей	Загалом
Теле- та радіоновини	16,4
Статті у пресі	4,5
Рідні, знайомі, колеги	7,5
Виступи політиків, громадських діячів, авторитетних чи впливових осіб	0,7
Соціальні мережі (Фейсбук, Твіттер тощо), блоги	15,6
Сайт Фонду (Pfu.gov.ua)	5,2
Інформаційні портали (Ukr.net тощо)	13,4
Ток-шоу	1,5
Інше	2,2
Важко сказати / відмова від відповіді	33

Таблиця 19

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім'ї?» залежно від способу опитування, %

Варіанти відповідей	Загалом	
	Опитування на сайті	Телефонне опитування
Теле- та радіоновини	16,4	45,8
Статті у пресі	4,5	14,4
Рідні, знайомі, колеги	7,5	8,8
Виступи політиків, громадських діячів, авторитетних чи впливових осіб	0,7	8
Соціальні мережі (Фейсбук, Твіттер и т.д.), блоги	15,6	5,3
Сайт Фонду (Pfu.gov.ua)	5,2	4,9
Інформаційні портали (Ukr.net тощо)	13,4	3,2
Ток-шоу	1,5	2,4
Інше	2,2	2,2
Важко сказати / відмова від відповіді	33	5

Порівнюючи дані (таблиця №19), можна побачити певні відмінності між оцінками громадян, опитаних по телефону і через сайт Центру.

Помітно, що популярність деяких типів інформування майже однакова у обох груп (виділене зеленим кольором).

Натомість, для респондентів, які були опитані на сайті, характерною є порівняно рівномірна дисперсія між засобами масового інформування: теле- та радіоновини 16,4%, соціальні мережі 15,6%, інформаційні портали 13,4%. Також ця категорія опитаних вирізняється великим відсотком респондентів, які не визначились із відповіддю (припускаємо, що вони обрали цей варіант аби переглянути результати голосування).

Таким чином, при плануванні подальшої інформаційної кампанії варто враховувати специфіки цільової аудиторії та використовувати способи (канали) інформування таргетно.

Таблиця 20

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім'ї?» залежно від регіону проживання респондента, %

У даній таблиці кольорове забарвлення означає:

- зелений колір наповненість 40+ опитаних;
- жовтий колір 20-40 опитаних.

Регіон проживання	Важко сказати / Відмова від відповіді	Виступи політиків, громадських діячів, авторитетних чи впливових осіб	Інше	Інформаційні портали (укр.нет тощо)	Рідні, знайомі, колеги	Сайт Фонду	Соціальні мережі (Фейсбук, Твіттер тощо), блоги	Статті у пресі	Теле- та радіонови	Ток-шоу
Вінницька область	0,0	6,2	0,0	6,2	0,0	6,2	0,0	18,8	62,5	0,0
Волинська область	20,0	20,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	20,0	20,0
Дніпропетровська область	6,7	5,9	0,0	0,8	5,9	4,2	4,2	20,2	47,9	4,2
Донецька область	5,5	5,5	4,1	9,6	17,8	4,1	1,4	4,1	45,2	2,7
Житомирська область	9,5	14,3	4,8	4,8	4,8	4,8	14,3	9,5	33,3	0,0
Закарпатська область	25,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	25,0	25,0	0,0
Запорізька область	4,2	0,0	4,2	0,0	0,0	12,5	4,2	20,8	50,0	4,2
Івано-Франківська область	5,3	10,5	5,3	0,0	10,5	5,3	10,5	5,3	47,4	0,0
Київська область	7,9	10,5	2,6	5,3	15,8	5,3	0,0	10,5	39,5	2,6
Кіровоградська область	5,0	5,0	0,0	0,0	5,0	0,0	15,0	25,0	45,0	0,0
Луганська область	14,3	7,1	0,0	7,1	14,3	14,3	0,0	0,0	42,9	0,0
Львівська область	0,0	9,3	0,0	4,7	7,0	2,3	4,7	32,6	39,5	0,0
м. Київ	4,8	9,5	1,9	2,9	7,6	6,7%	6,7	12,4	43,8	3,8
Миколаївська область	0,0	10,7	7,1	0,0%	7,1	7,1	7,1	14,3	46,4	0,0
Одеська область	4,0	0,0	0,0	0,0	24,0	4,0	0,0	36,0	32,0	0,0
Полтавська область	4,3	13,0	0,0	0,0	8,7	13,0	13,0%	26,1	21,7	0,0
Рівненська область	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
Сумська область	0,0	17,6	0,0	0,0	11,8	0,0	5,9	5,9	52,9	5,9
Тернопільська область	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	12,5	62,5	0,0
Харківська область	3,5	10,5	3,5	5,3	7,0	1,8	5,3	8,8	54,4	0,0

Херсонська область	6,2	12,5	6,2	0,0	0,0	0,0	25,0	0,0	43,8	6,2
Хмельницька область	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	77,8	11,1
Черкаська область	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	16,7	66,7	0,0
Чернівецька область	14,3	0,0	0,0	0,0	28,6	0,0	14,3	0,0	42,9	0,0
Чернігівська область	0,0	16,7	0,0	8,3	0,0	8,3	0,0	8,3	58,3	0,0

Таблиця 21

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім'ї?» залежно від статі респондента, %

Стать респондента	Важко сказати / Відмова від відповіді	Виступи політиків, громадських діячів, авторитетних чи впливових осіб	Інше	Інформаційні портали (укр.нет тощо)	Рідні, знайомі, колеги	Сайт Фонду	Соціальні мережі (Фейсбук, Твіттер тощо), блоги	Статті у пресі	Теле- та радіонови	Ток-шоу
Жіноча	5,6	9,0	1,5	2,9	8,8	4,9	5,6	12,2	46,8	2,7
Чоловіча	3,2	4,4	3,7	4,4	8,9	5,1	4,4	22,2	42,4	1,3

Таблиця 22

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім'ї?» залежно від віку респондента, %

Вік респондента	Важко сказати / Відмова від відповіді	Виступи політиків, громадських діячів, авторитетних чи впливових осіб	Інше	Інформаційні портали (укр.нет тощо)	Рідні, знайомі, колеги	Сайт Фонду	Соціальні мережі (Фейсбук, Твіттер тощо), блоги	Статті у пресі	Теле- та радіонови	Ток-шоу
18-35 років	11,1	4,4	0,0	2,2	8,9	4,4	22,2	2,2	42,2	2,2
36-59 років	3,9	4,3	2,2	5,7	11,7	8,3	8,3	17,0	36,1	2,6
60 років і більше	4,8	10,3	2,3	2,1	7,3	3,2	2,1	14,2	51,5	2,3
Важко сказати / відмова від відповіді	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0

Таблиця 23

Порівняння відповідей респондентів на запитання «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім'ї?» залежно від типу населеного пункту проживання респондента, %

Тип населеного пункту проживання респондента	Важко сказати / Відмова від відповіді	Виступи політиків, громадських діячів, авторитетних чи впливових осіб	Інше	Інформаційні портали (укр.нет тощо)	Рідні, знайомі, колеги	Сайт Фонду	Соціальні мережі (Фейсбук, Твіттер тощо), блоги	Статті у пресі	Теле- та радіонови	Ток-шоу
Велике місто, з населенням понад 250 тис.	5,0	9,4	1,7	5,0	6,0	4,4	5,0	13,4	47,3	2,7
Невелике місто	2,9	7,6	1,7	1,7	13,4	8,0	5,0	19,3	37,8	2,5
Село (селище, смт)	7,3	6,2	3,4	2,3	7,3	1,7	6,2	9,6	54,2	1,7
Важко сказати / відмова від відповіді	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Таблиця 24

Відповіді респондентів, які мали досвід користування електронними сервісами Фонду на запитання «Який з каналів та способів інформування про пенсійні питання виявився найбільш корисним для Вас або Вашої сім'ї?», %

Варіанти відповідей	%
Теле- та радіонови	28,3
Сайт Фонду (Pfu.gov.ua)	26,4
Соціальні мережі (Фейсбук, Твіттер и т.д.), блоги	17
Рідні, знайомі, колеги	13,2
Статті у пресі	11,3
Виступи політиків, громадських діячів, авторитетних чи впливових осіб	1,9
Інформаційні портали (Ukr.net тощо)	1,9

Очікувано, що ті респонденти, які скористались електронними сервісами на сайті Фонду, схильні вважати його більш цінним джерелом інформації. Це свідчить про корисність даного функціоналу. З іншого боку, про наявність на сайті відповідних сервісів громадяни зазвичай дізнавались із інших джерел інформації (про це свідчать дані по загальній вибірці). Тому при інформуванні населення краще зробити основний акцент саме на них. Як бачимо, для найактивніших

громадян найавторитетнішими джерелами виступили теле- та радіоновини і соціальні мережі.

Додаток до звіту

Соціально-демографічні характеристики респондентів

Таблиця 25. Освіта респондентів, %

Варіанти відповідей	Загалом
Початкова/неповна середня	1,1
Середня загальна/середня спеціальна	58,7
Незакінчена вища/вища	39,6
Відмова від відповіді	0,6

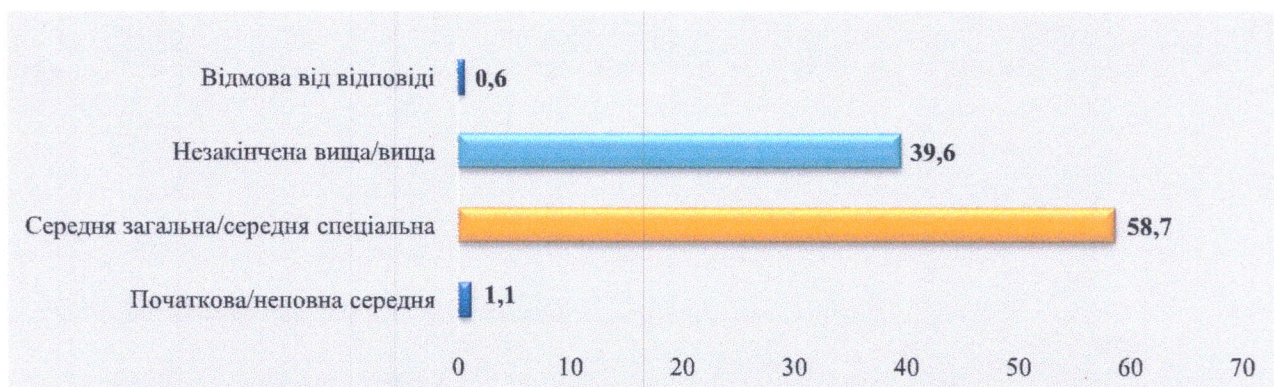


Рисунок 7. Розподіл даних за параметром «освіта респондентів», %

Таблиця 26. Віковий розподіл, %

Вікові групи	Загалом
18-35	6,3
36-59	32,2
більше 60	61,2
Відмова від відповіді	0,3

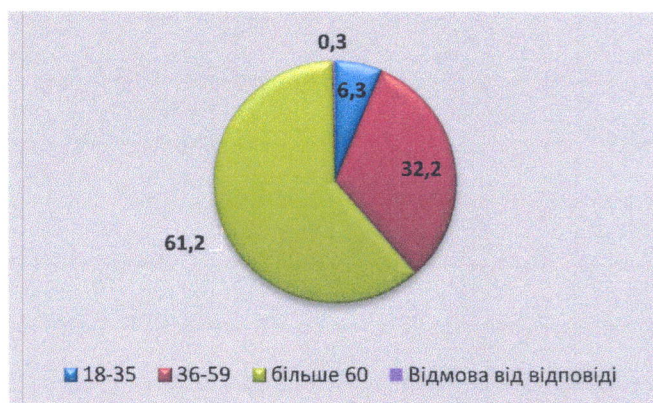


Рисунок 8. Відсоток звернень за віковим розподілом, %

Таблиця 27. Статевий розподіл, %

Стать	Загалом
Чоловіча	22,1
Жіноча	77,9

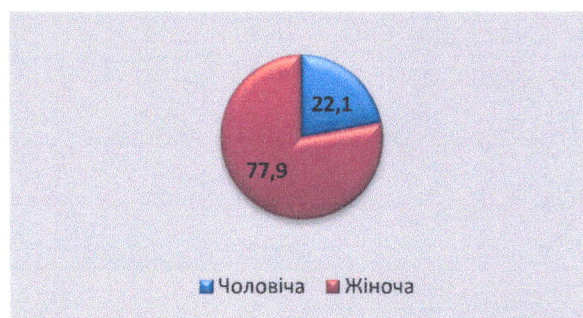


Рисунок 9. Відсоток звернень за статевим розподілом, %

Таблиця 28. Розподіл за місцем проживання, %

Варіанти відповідей	Загалом
Велике місто (населення понад 250 тис.)	41,8
Невелике місто	33,3
Село	24,8

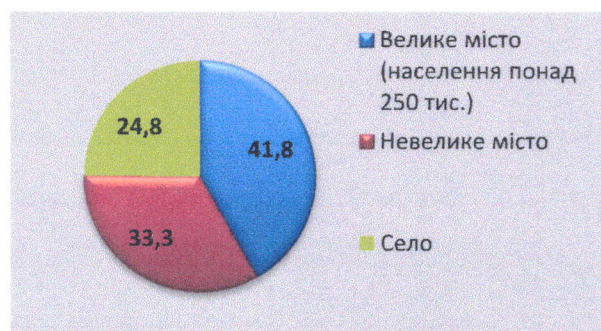


Рисунок 10. Розподіл респондентів за місцем проживання, %

Таблиця 29. Соціальний стан, %

Варіанти відповідей	Загалом
Пенсіонер	73,9
Робітник	12,5
Безробітний	3,2
Працівник бюджетної сфери	2,9
Підприємець	1,0
Державний службовець	0,6
Селянин	0,4
Учень, студент	0,4
Військовослужбовець	0,3
Інші	4,5
Важко сказати / відмова від відповіді	0,3

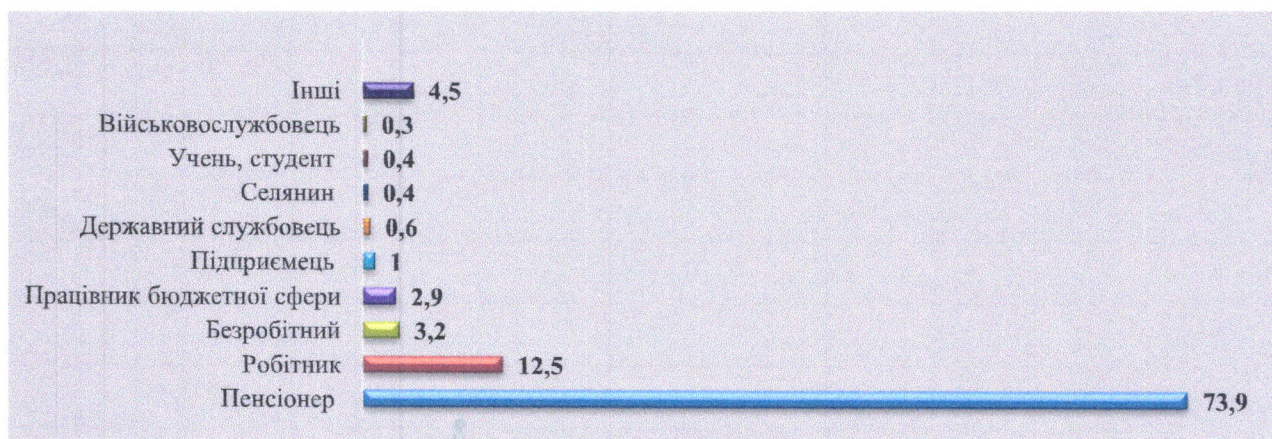


Рисунок 11. Соціальний стан опитаних

Таблиця 30. Розподіл кількості опитуваних залежно від регіону проживання опитаних, %

Регіон проживання	Загалом
Автономна Республіка Крим	0
Вінницька область	2,0
Волинська область	0,6
Дніпропетровська область	15,1
Донецька область	9,2
Житомирська область	2,7
Закарпатська область	0,5
Запорізька область	12,7
Івано-Франківська область	2,4
Київська область	4,8
Кіровоградська область	2,5
Луганська область	1,8
Львівська область	5,4
Миколаївська область	3,5
Одеська область	3,2
Полтавська область	2,9
Рівненська область	0,6
Сумська область	2,2
Тернопільська область	1,0
Харківська область	7,2
Херсонська область	2,0
Хмельницька область	1,1
Черкаська область	0,8
Чернівецька область	0,9
Чернігівська область	1,5
м. Київ	13,3
м. Севастополь	0

Висновки

Дослідження Урядового контактного центру на тему «Обізнаність громадян України щодо інновацій в системі пенсійного забезпечення» дозволило оцінити інформованість населення щодо інновацій, впроваджуваних Пенсійним фондом України впродовж 2015-2018 років, виявити ряд закономірностей у розповсюдженні відповідного інформаційного контенту, порівняти ефективність різних засобів інформування для певних категорій та груп населення, отримати дані щодо успішності інформаційного просування ряду нововведень та дізнатись думку населення щодо роботи працівників територіальних управлінь Фонду і нового функціоналу та наповнення веб-сайту ПФУ.

Аналіз даних, які були отримані у результаті опитування, дозволяє зробити декілька основних висновків.

По-перше, інформація щодо нових сервісів, які впроваджує Пенсійний фонд, має помітний попит у населення. Лише 15,5% громадян відповіли, що зовсім не цікавились даною тематикою. Характерно, що навіть громадяни, які декларували повну необізнаність або незацікавленість в цій проблематиці, в процесі опитування долучилися до цього інформаційного пласту через спілкування з фахівцями урядової «гарячої лінії».

По-друге, інформаційний супровід запроваджених та анонсованих нововведень має певні й достатньо серйозні успіхи, враховуючи часовий аспект – «молодість» інформаційних приводів та зважаючи на інформаційне відлуння/шум від інших значних реформ і соціальних подій в країні. Про найвідоміше (на момент опитування) нововведення – можливість отримати консультацію через Контакт-центр Фонду знали 39,2% респондентів. Проте, вочевидь, потреба в інформації у населення не задоволена належним/достатнім чином. До того ж дані дослідження дають підстави вважати доцільним введення таргетного способу інформування населення (з урахуванням ступеню ефективності різних інформаційних каналів для різних груп населення та вікових особливостей цільової аудиторії). Так, наприклад, діючий «посил» був краще засвоєний молодими громадянами віком до 35 років ніж старшими віковими групами, а опитані із вищою освітою виявились краще інформовані порівняно з респондентами із середньою тощо. В підсумку це дозволяє припустити, що для деяких категорій громадян було б варто сформувати альтернативну форму подачі основних меседжів (менш орієтовану на сучасну мову, яка насичена часто незрозумілими для літніх людей словами та термінами) і давати більш деталізовані роз'яснення до основних посилів інформаційної кампанії. Було б доцільно провести ряд фокус-груп або інших цільових соціальних досліджень, спрямованих на з'ясування специфіки наявної ситуації, що була зафіксована.

По-третє, населення в цілому схвально сприймає як роботу фахівців у територіальних управліннях Фонду, так і саме функціонал та наповнення оновленого веб-сайту. Що свідчить про високий рівень професійності й сучасний підхід працівників Фонду до виконання своїх обов'язків. Проте, є й певна кількість критичних відгуків, зокрема, стосовно великих черг у територіальних управліннях. Цю проблему як раз і покликані вирішити впроваджені Фондом дистанційні

електронні сервіси, однак, на момент опитування порівняно невисока (7,6%) частка респондентів скористалися наданими можливостями, що свідчить про необхідність нарощування зусиль щодо їх популяризації. В цьому контексті варто відзначити, що найефективнішими каналами інформування для опитаних, які скористалися згаданими сервісами, виявилися теле- та радіоновини та безпосередньо веб-портал Фонду. Третє місце посідають соціальні мережі. По вибірці в цілому в якості найефективніших способів інформування з великим відривом від інших альтернатив лідирують саме теле- та радіоновини, а на другому місці статті у пресі.

Порівняльний аналіз даних опитування, яке було проведено на сайті Центру, із результатами, що були отримані в процесі телефонного опитування, виявив певні відмінності в ефективності інформаційних каналів для різних вибірок. Так, для опитаних на сайті респондентів характерною є порівняно рівномірна дисперсія між засобами масового інформування: теле- та радіо новини – 16,4%, соціальні мережі – 15,6%, інформаційні портали – 13,4%. Натомість, респонденти, які звертались на урядову «гарячу лінію» і взяли участь в телефонному опитуванні, більшою мірою зарекомендували себе як телеглядачі (45,8%) та читачі преси (14,4%). Виявилось також, що респонденти другої категорії за специфікою вибірки частіше відносяться саме до літніх людей.

Таким чином, при плануванні подальшої інформаційної кампанії варто враховувати специфіки цільових аудиторій та використовувати різні способи (канали) інформування населення з їх урахуванням.

Управління взаємодії з громадськістю Урядового контактного центру