

Результаты оценки потребностей целевой аудитории «Работа-і» (проект «Всё получится!»)

Оценка проводилась при поддержке
Благотворительного фонда «Вклад в будущее»



2025

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа-і

Содержание

1. «Работа-i» (проект «Всё получится!») (стр. 3-5)
2. Дизайн оценки (стр. 6-10)
3. Сбор данных (стр. 11-20)
 - i. Фокус-группы с представителями целевой аудитории (стр. 11-13)
 - ii. Интервью с представителями социальных источников (стр. 14-15)
 - iii. Анкетирование представителей целевой аудитории (стр. 16-20)
4. Результаты оценки (стр. 21-54)
 - i. Актуальная поддержка при поиске работы и адаптации на рабочем месте (стр. 21-37)
 - ii. Причины, по которым представители целевой аудитории не обращаются за поддержкой в «Работа-i» (стр. 38-54)
5. Ограничения оценки (стр. 55)
6. Авторы оценки (стр. 56-58)
7. Инструменты для проведения оценки (стр. 59)

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ!

Наша миссия – создать возможности для молодых людей из уязвимых групп, в том числе с инвалидностью, найти и сохранить работу на рынке труда при поддержке неравнодушных людей.

15

НКО-партнёров в 14 регионах России занимаются сопровождаемым трудоустройством

2024

Молодых людей получили поддержку

1297

Молодых людей получили первый опыт работы от 1 месяца

304



Проект «Всё получится!»



Миссия проекта – создать возможности для молодых людей из уязвимых групп, в том числе с инвалидностью, найти и сохранить работу на рынке труда при поддержке неравнодушных людей.

Целевая аудитория проекта:

- ➔ люди с инвалидностью, и/или с сиротским опытом, и/или выпускники адаптированных образовательных программ
- ➔ от 14 до 35 лет
- ➔ не имеют существенного опыта официальной работы на открытом рынке труда



Технология сопровождаемого трудоустройства «Всё получится!» прошла верификацию и включена в [Реестр доказательных практик](#) на платформе АСИ «Смартека».

С 2014 года «Работа-i» помогает выпускникам сиротских учреждений и коррекционных школ, молодым людям с инвалидностью от 14 до 35 лет получить первый и последующий постоянный опыт работы.

151 человек в Санкт-Петербурге получили опыт работы от 1 месяца на открытом рынке труда при поддержке «Работа-i» в 2024 году.



Обоснование необходимости в проведении оценки

В 2024 году 273 благополучателя впервые обратились за поддержкой в «Работа-i».

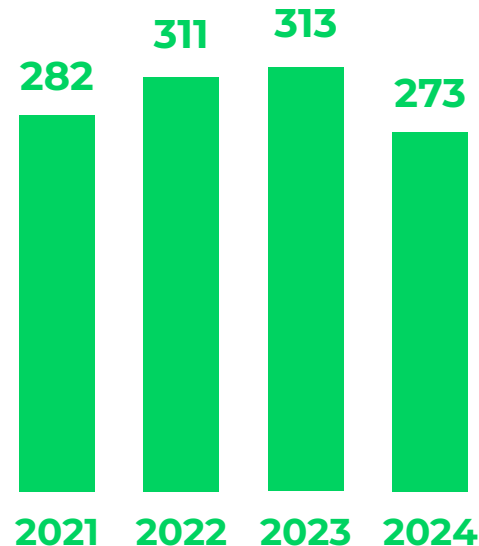
Это на 13% меньше, чем годом ранее, и наименьшее число с 2021 года.

При этом, за последние годы по ощущениям **поменялся портрет нового благополучателя «Работа-i»** – кажется, что кому-то из новых благополучателей нужно больше поддержки в поиске работы, чем исторически оказывает «Работа-i», а кому-то – меньше.

Таким образом, возникла необходимость в проведении оценки потребностей целевой аудитории «Работа-i» в Санкт-Петербурге.

Необходимо понять, какая поддержка актуальна целевой аудитории в 2025 году и почему они не обращаются за ней в «Работа-i».

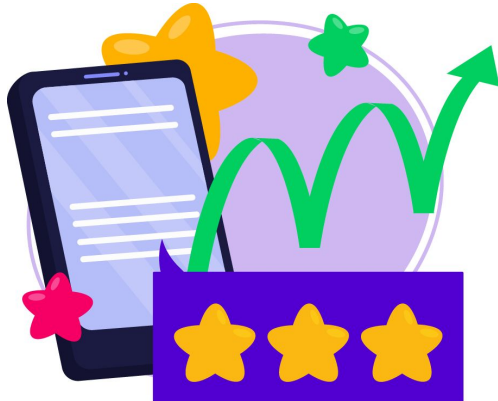
Количество благополучателей, впервые получивших поддержку «Работа-i»



Техническое задание на оценку

Оценочные вопросы:

1. Какая поддержка в поиске подходящей работы и адаптации на рабочем месте актуальна представителям целевой аудитории в Санкт-Петербурге, которым «Работа-i» не оказывала услуги в 2024 году?
2. Почему представители целевой аудитории, которым «Работа-i» не оказывала услуги в 2024 году, не обращаются к «Работа-i» за поддержкой?



Как планируется использовать результаты оценки:

- При необходимости поменять набор и содержание предлагаемых услуг, поменять подход в оказании услуг.
- При необходимости развить новые и поменять имеющиеся способы привлечения новых кандидатов.

Техническое задание на оценку

Основные заказчики оценки:

- Светлана Чистякова, руководитель направления «Рекрутинг и тренинги»
- Наталья Каркавина, руководитель направления «Сопровождаемое трудоустройство»



Исполнители оценки:

- Александр Маньшин, старший специалист по мониторингу и оценке
- Мария Аванесова, специалист по мониторингу и оценке*

*Во время проведения оценки

Методы сбора данных

Фокус-группы с представителями целевой аудитории

Очные фокус-группы с представителями целевой аудитории в социальных источниках*

Интервью с представителями социальных источников

Интервью с представителями социальных источников*, с которыми велась работа в течение 2024 года

Опрос представителей целевой аудитории

- Телефонные интервью с благополучателями, которые получали поддержку в 2023 году и не получали поддержку позже
- Распространение анкеты для самостоятельного заполнения

* Социальные источники – организации, потенциально являющиеся источниками рекрутинга новых благополучателей

Этапы проведения оценки

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа-i

Выбор темы оценки

Октябрь — ноябрь 2024

Было проведено голосование среди сотрудников «Работа-i» из 13 вариантов оценочных вопросов

Составление технического задания

Ноябрь 2024 — январь 2025

Цели проведения оценки, оценочные вопросы, источники данных, методы сбора данных, требования к отчёту, план проведения оценки

Подведение итогов оценки

Сентябрь 2025

Проведение опроса целевой аудитории

Март — июнь 2025

Проведение интервью с представителями социальных источников

Март — май 2025

Анализ данных

Июнь — август 2025

Проведение фокус-групп с целевой аудиторией

Февраль — май 2025

Фокус-группы с представителями целевой аудитории

Цель фокус-групп – собрать мнения участников по следующим вопросам:

1. Какая часть представителей целевой аудитории имеет запрос на поиск работы на открытом рынке труда?
2. Какая часть представителей целевой аудитории имеет «несущественный» опыт работы*?
3. Какая поддержка в поиске подходящей работы и адаптации на рабочем месте актуальна представителям целевой аудитории?
4. Почему представители целевой аудитории не обращаются за поддержкой к «Работа-i»?

Фокус-группы проводились не только для оценки потребностей целевой аудитории «Работа-i», но и для постановки исследовательского вопроса в другом исследовании.

* «Несущественный» опыт работы – опыт работы, который, согласно Технологии «Всё получится!», не демонстрирует адаптацию на открытом рынке труда, то есть: неофициальный, и/или неоплачиваемый, и/или не на открытом рынке труда, и/или меньше 6 месяцев.

Фокус-группы с представителями целевой аудитории

Для проведения фокус-групп выбирались социальные источники разных типов, чтобы охватить разные сегменты целевой аудитории «Работа-i». В том числе были проведены фокус-группы в рамках проекта **«Магнит Life»**, значительную часть участников которого составляли воспитанники разных Центров содействия семейному воспитанию Санкт-Петербурга.

Требования к участникам фокус-групп:

- имеют сиротский опыт, и/или инвалидность, и/или ограниченные возможности здоровья;
- от 14 до 35 лет включительно;
- на момент фокус-группы нигде официально не работают.

Материалы, используемые при проведении фокус-групп:

- [Гайд проведения фокус-групп](#);
- Презентация ([пример](#));
- [Информированное согласие на участие в фокус-группе](#).

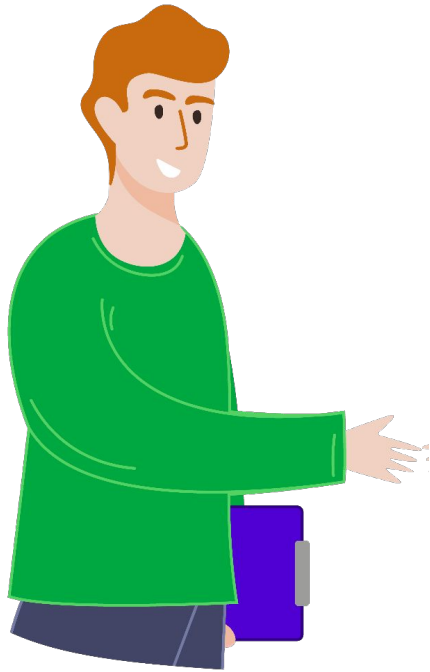


Фокус-группы с представителями целевой аудитории

65 представителей целевой аудитории приняли участие в 7 фокус-группах в 5 социальных источниках:

№	Дата	Социальный источник	Количество участников	Портрет целевой аудитории
1	26.2.25	Центр социальной реабилитации инвалидов и детей-инвалидов Красносельского района Санкт-Петербурга	6 (1 дублируется с фокус-группой 3)	Люди с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья
2	12.3.25	Морская техническая академия имени адмирала Д.Н. Сенявина	9	
3	12.3.25		10 (1 дублируется с фокус-группой 1)	
4	27.3.25	Кадровый центр Невского района Санкт-Петербурга	5	
5	29.3.25	Проект «Магнит Life»	13	Люди с сиротским опытом, также люди с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья
6	29.3.25		14	
7	15.5.25	Центр абилитации с индивидуальными формами обучения «Динамика»	9	Люди с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья

Интервью с представителями социальных источников



Принять участие в интервью приглашались представители социальных источников, которые взаимодействовали с «Работа-i» в течение 2024 года. Выбирались представители разных типов социальных источников, чтобы охватить разные сегменты целевой аудитории.

В некоторых интервью принимали участие несколько представителей социальных источников. Интервью проводились в условиях анонимности и конфиденциальности.

Гайд проведения интервью с представителями социальных источников доступен [по ссылке](#).

Интервью с представителями социальных источников

16 представителей 11 социальных источников приняли участие в 11 интервью:

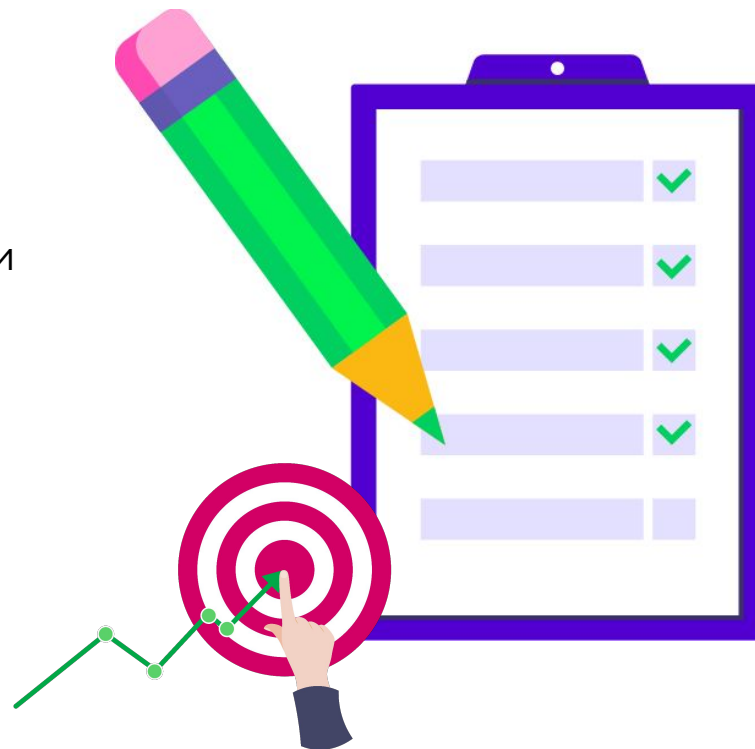
- ➔ 2 Центра социальной помощи семье и детям
- ➔ 2 Кадровых центра
- ➔ Центр содействия семейному воспитанию
- ➔ Центр социальной реабилитации инвалидов и детей-инвалидов
- ➔ Бюджетное образовательное учреждение среднего профессионального образования с адаптированными программами
- ➔ Местная религиозная организация
- ➔ Психоневрологический диспансер
- ➔ Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение
- ➔ Благотворительная общественная организация

Опрос представителей целевой аудитории

Методы опроса представителей целевой аудитории:

- ✓ Телефонное интервьюирование кандидатов, которые получали услуги в 2023 году и с тех пор не получали услуги
- ✓ Самостоятельное заполнение анкеты «Google Forms» потенциальными представителями целевой аудитории.

Сбор данных проходил с 6 по 30 июня 2025 года. Анкета для представителей целевой аудитории доступна [по ссылке](#).



Опрос представителей целевой аудитории

Телефонное интервью бывших благополучателей «Работа-i» проводили 13 интервьюеров – сотрудников проекта «Всё получится!».

- ➔ 324 благополучателя получили услуги в 2023 году, после этого не получали услуги и таким образом подходили для обзвона.
- ➔ С 263 бывшими благополучателями предприняли попытки связаться сотрудники проекта «Всё получится!» При распределении благополучателей по интервьюерам учитывалось, чтобы интервьюер не был знаком с благополучателем.
- ➔ **От 52 бывших благополучателей удалось получить ответ для опроса** (response rate – 20%). Часть из них приняли участие в телефонном интервью, часть заполнили анкету, которую им прислал интервьюер.

Опрос представителей целевой аудитории

Анкета для самостоятельного заполнения представителями целевой аудитории распространялась следующими способами:

✓ 3 поста со ссылкой на анкету в группе «Работа-i» в ВК ([пример](#))

✓ Отправка анкеты бывшим благополучателям, с которыми не получилось провести телефонное интервью

✓ Размещение постера со ссылкой на анкету в 14 социальных источниках ([постер](#))



Опрос представителей целевой аудитории

Для стимулирования участия представителей целевой аудитории в опросе проводился **розыгрыш 11 сертификатов Ozon**. Регистрация на розыгрыш происходила как во время интервью, так и после самостоятельного заполнения анкеты.

Материалы для проведения розыгрыша:

- [Положение о проведении розыгрыша среди участников опроса](#) (в разделе «Учредительные документы, отчеты и положения фонда»)
- [Форма регистрации на розыгрыш после самостоятельного заполнения анкеты](#)
- Протокол проведения розыгрыша призов среди участников опроса (внутренний документ, содержит персональные данные)

В розыгрыше приняли участие 44 участника опроса, из которых случайным образом были определены **11 победителей**. Результаты проведения розыгрыша [опубликованы](#) в группе «Работа-i» ВК.

Опрос представителей целевой аудитории

76 человек приняли участие в опросе. Из них под строгое определение целевой аудитории «Работа-i» подходили лишь **17 человек**. Результаты опроса будут приводиться как для целевой аудитории, так и для всех участников опроса.

Как собраны данные



■ Интервью ■ Заполнение анкеты

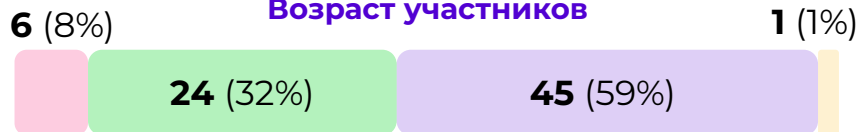
69 человек с инвалидностью и/или ОВЗ (91%)



8 человек с сиротским опытом (11%)

1 человек дал противоречащую информацию (1%)

Возраст участников



■ Младше 14 ■ 14-18 ■ 19-23 ■ 24-35 ■ 36-39
■ Старше 39

Территория проживания



■ Москва ■ Ленинградская область
■ Санкт-Петербург



Результаты оценки

Какая поддержка в поиске подходящей работы и адаптации на рабочем месте актуальна представителям целевой аудитории «Работа-і»?

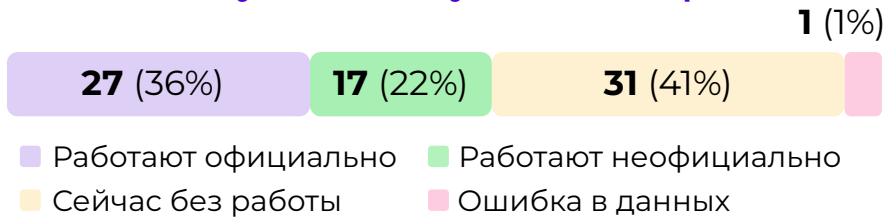
ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа-і

Поиск официальной работы на открытом рынке труда актуален для значительной части целевой аудитории

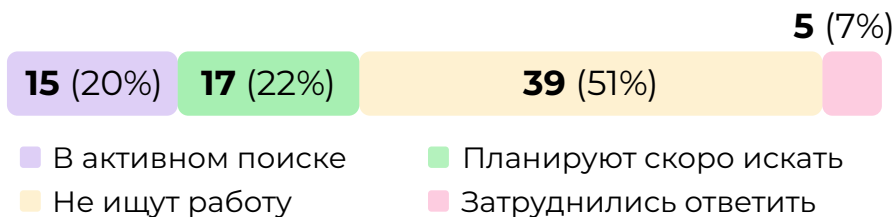
63% участников опроса были **без работы или работали неофициально.**

Статус занятости участников опроса



42% участников опроса **активно искали работу или планировали скоро это сделать.**

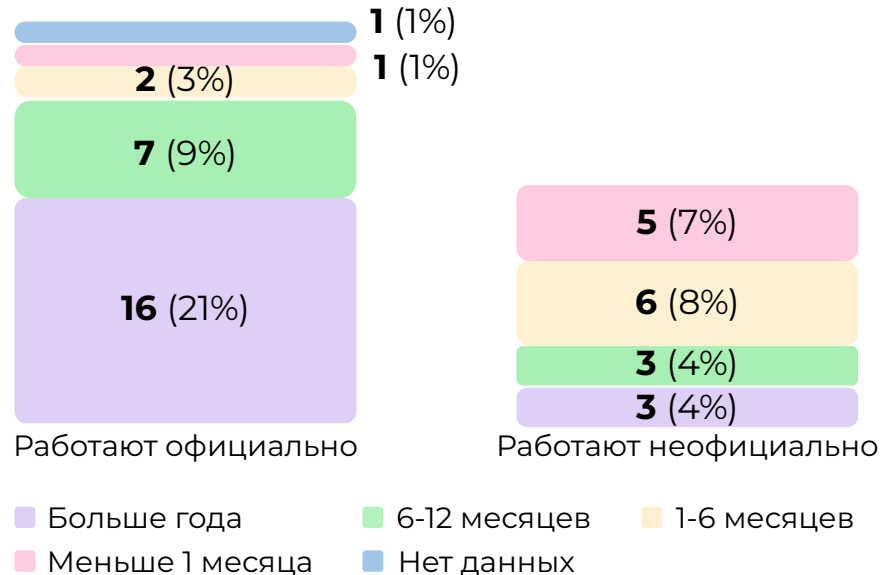
Статус поиска работы участников опроса



Из 76 участников опроса

Только 30% участников на момент проведения опроса **работали официально больше 6 месяцев.**

Те, кто работает – как долго?



Поиск официальной работы на открытом рынке труда актуален для значительной части целевой аудитории

Примерно у половины участников фокус-групп с инвалидностью был предыдущий опыт работы. **В двух случаях из трёх это «незначительный» опыт работы.** Самые распространённые причины – неофициальная работа и опыт работы меньше 6 месяцев.

У некоторых участников с инвалидностью был «значительный» опыт работы – официальный и больше 6 месяцев. **Но часто участники характеризуют его как отрицательный** – то есть он не привёл к их адаптации на открытом рынке труда, и даже несмотря на него им всё равно требуется поддержка.

«В Росгвардии сидела на пропускном пункте. <...> 9 месяцев. <...> Мне плохо стало на работе. Меня чуть на скорой не забрали, и мне пришлось уволиться.»

Фокус-группа 1

У значительной части участников фокус-групп с сиротским опытом тоже есть предыдущий опыт работы. **Примерно во всех случаях это «незначительный» опыт работы,** как правило – неофициальная работа.

«Я листовки раздавала. <...> Там насчёт денег наврали. То есть сказали 1 сумму, в итоге заплатили в 2 раза меньше. <...> [Работала] ну, наверное, месяц. Ну, вот прям каждый день. <...> Просто по договорённости».

Фокус-группа 6

Поиск официальной работы на открытом рынке труда актуален для значительной части целевой аудитории

По распространённому мнению участников фокус-групп **абсолютное большинство людей с инвалидностью хотят работать на открытом рынке труда.** Важные мотиваторы: необходимость заработка, желание быть полезными и социализация.

Главным барьером при трудоустройстве людей с инвалидностью участники фокус-групп считают состояние здоровья. А выплаты по инвалидности, по их мнению, не влияют на желание людей с инвалидностью работать.

«Люди с инвалидностью тоже хотят жить, как обычные люди, и работать, конечно. Будем по-своему работать, будем искать себе подходящие места, потому что не везде, к сожалению,.. <...> есть доступность для людей».

Фокус-группа 7

Также по мнению участников фокус-групп **большинство людей с сиротским опытом хотят работать на открытом рынке труда,** главным образом из-за недостатка пособий, необходимости самостоятельной жизни.

Запрос на работу актуален для людей с сиротским опытом не только после выпуска из учреждения, но и до этого.

Среди участников ярче мнение, что желание людей с сиротским опытом работать сильно зависит от размера и условий выплаты пособий.

«Даже если есть пособие, порой всё равно хочется заработать больше. Потому что, ну, 900 рублей - как по мне, это вообще ни о чём».

Фокус-группа 6

Поиск официальной работы на открытом рынке труда актуален для значительной части целевой аудитории

Большинство участников опроса, открытых к поиску работы, **готовы работать в условиях открытого рынка труда.**

В каких условиях готовы работать участники опроса?



Из 37 участников опроса, которые искали работу или планировали искать

Среди участников фокус-групп с инвалидностью **работа в «защищённых» условиях показалась скорее непопулярной.**

Часть участников мало про них знала, часть посчитала их непривлекательными, а часть отнеслась к ним положительно.

«По поводу всех этих прикладных, глины и всё такое... Детсадовская фигия, оно того не стоит.

Фокус-группа 4

«Если честно, я не знаю почему, но либо я об этом мало знаю, я этого не видела, но я думаю, что они, конечно, есть, но в более малых количествах. Потому что, ну, у нас чаще здоровых людей, чем больных».

Фокус-группа 3

Для большей части целевой аудитории актуальна поддержка в поиске работы и адаптации на рабочем месте

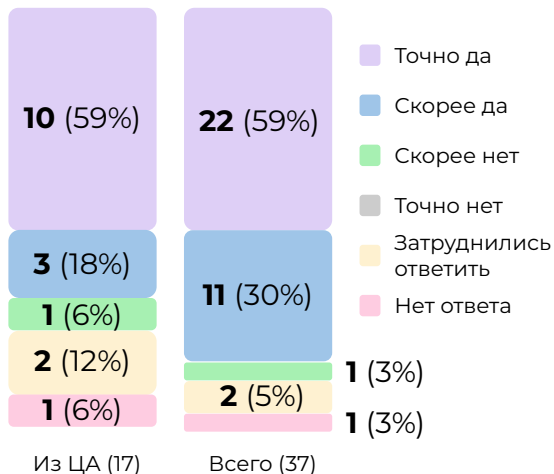
78-89% участников опроса согласны, что **многим людям с инвалидностью нужна поддержка** в поиске работы.

С тем, что **многим людям с сиротским опытом нужна поддержка** в поиске работы, согласны меньше - **53-67%**.

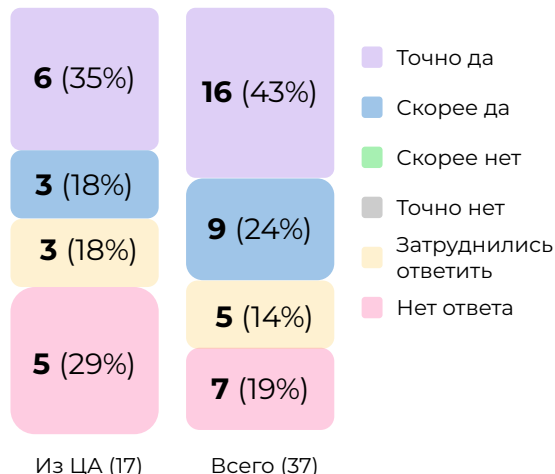
В обеих фокус-группах с участниками с сиротским опытом прозвучала мысль о том, что **людям с сиротским опытом нужно предоставлять больше самостоятельности при поиске работы.**

Были участники, которые с этим не согласились.

Согласны ли утверждением: «Многим людям с инвалидностью нужна поддержка в поиске работы?»



Согласны ли утверждением: «Многим людям с сиротским опытом нужна поддержка в поиске работы?»



«Я считаю, что сиротам не обязательно так сильно помогать, потому что нам всю жизнь помогают постоянно, а потом мы выходим, как слепые котята. <...> Поэтому я думаю, что, наверное, нужно нам ответственность передать за наше выживание без денег.»

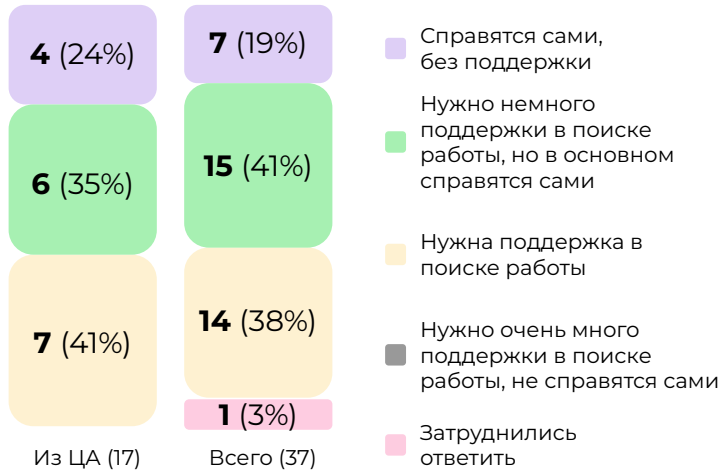
Фокус-группа 5

Для большей части целевой аудитории актуальна поддержка в поиске работы и адаптации на рабочем месте

76-79% участников опроса считают, что им **нужна поддержка в поиске работы.**

Половине нужно немного поддержки.

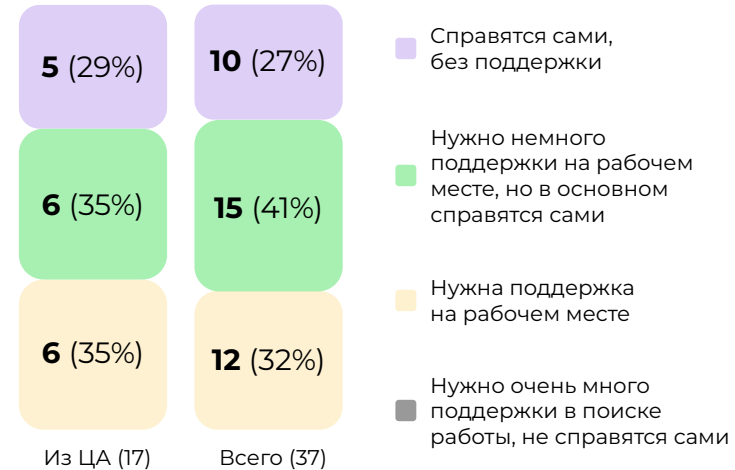
Как много поддержки нужно в поиске работы?



70-73% считают, что им **нужна поддержка при адаптации на рабочем месте.**

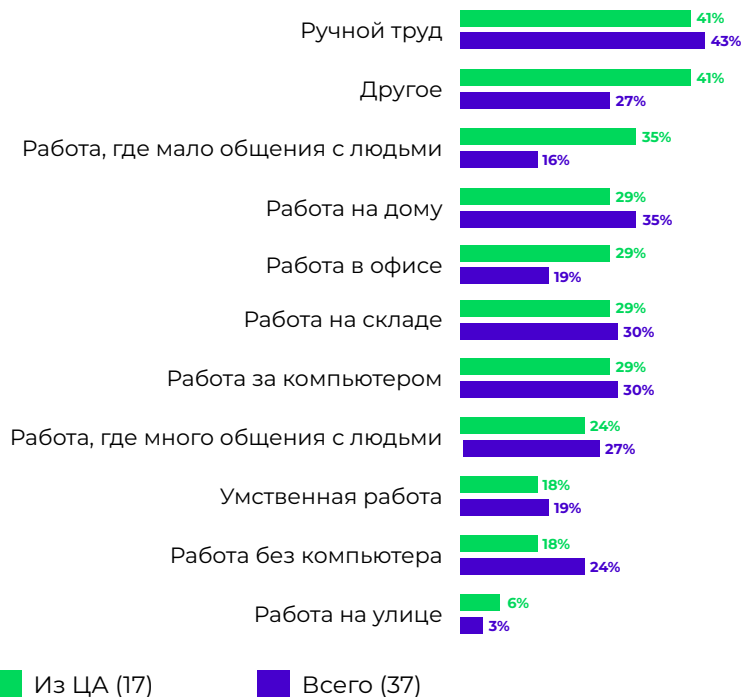
Половине нужно немного поддержки.

Как много поддержки нужно на рабочем месте после начала работы?



Желаемые параметры работы значительно разнятся среди целевой аудитории. Более популярные параметры – ручной труд, мало общения с людьми, работа на дому

Какую работу готовы рассматривать участники опроса?



Из 37 участников опроса, которые искали работу или планировали искать

В опросе наиболее популярным параметром желаемой работы оказался **ручной труд**.

Среди целевой аудитории также популярна работа, где **мало общения с людьми**, в то время как среди всех участников опроса также популярна **работа на дому**.

Представителям социальных источников в интервью показалось важным **разнообразие в организации труда**, адаптированное под особенности целевой аудитории.

«Для них практически невозможно с понедельника по пятницу даже по дня заниматься одной и той же работой. Это очень сложно для них сконцентрироваться, сориентироваться... То есть им какое-то нужно разнообразие».

Интервью 4

При поиске работы наиболее актуальны поддержка в поиске подходящей вакансии, профориентация, психологическая поддержка

Среди участников опроса наиболее популярные варианты поддержки в поиске работы – это **найти подходящую работу и понять, какая работа подходит**.

Помимо этого, для целевой аудитории актуальна поддержка **обрести уверенность в себе**, в то время как среди всех участников популярна **поддержка в поиске хорошего работодателя**.

Какая нужна поддержка в поиске работы?



При поиске работы наиболее актуальны поддержка в поиске подходящей вакансии, профориентация, психологическая поддержка.

По результатам фокус-групп наиболее актуальной поддержкой при поиске работы и для людей с инвалидностью, и для людей с сиротским опытом оказалась **помощь в поиске подходящих вакансий**.

«Во-первых, нужна поддержка по поиску работы, потому что... Ну, многие, на самом деле, детдомовские, как бы они ни отрицали, они выходят в мир, во взрослую жизнь, как слепые котята. Поэтому, когда им помогают искать работу, это как минимум улучшает их навык социализации. Потому что трудно брать на себя полную ответственность, когда тебе большую часть жизни, детства, постоянно помогали. А это как будто бы первый шаг, чтобы стать более самостоятельным».

Фокус-группа 5

В фокус-группах с участниками с инвалидностью **психологическая и моральная поддержка** оказалась очень актуальной. Говорили, что люди с инвалидностью чаще не уверены в себе и нуждаются в поддержке.

В том числе говорили, что поддержка нужна и со стороны родителей.

«Таким людям, не всем, но большинству нужна поддержка, если не поддержка, одобрение, одобрение от близких людей. Когда они приходят домой, кто-то им говорит: «Не сдавайся»».

Фокус-группа 7

При поиске работы наиболее актуальны поддержка в поиске подходящей вакансии, профориентация, психологическая поддержка.

Представители социальных источников считают, что целевой аудитории нужны **профориентация и коррекция нереалистичных ожиданий**.

По их мнению, представители целевой аудитории зачастую не имеют представления о реалистичных карьерных траекториях, имеют завышенные ожидания, не осознают ограничений.

«Иногда свои силы они переоценивают. Начинают работать, месяца не проходит – ко мне возвращаются, потому что понимают, что не справляются совсем».

Интервью 1

Среди участников фокус-групп **профориентация и помощь с определением профессии тоже звучали, но оказались не так популярны**.

В том числе прозвучало мнение, что профориентация бесполезна.

«Вот, я также придерживаюсь мнения, что все-таки профориентация тоже важна. Потому что, ну, я, как думаю, многие из этого круга не знают, куда идти. Вот я лично точно. Поэтому, думаю, профориентация также».

Фокус-группа 6

При поиске работы наиболее актуальны поддержка в поиске подходящей вакансии, профориентация, психологическая поддержка.

Участники фокус-групп соглашались с тем, что при поиске работы нужна поддержка **в подготовке к собеседованиям, в подготовке к резюме.**

Правда, обычно участники скорее соглашались с тем, что это нужно, когда этот вариант называл модератор фокус-группы. Самостоятельно об этом говорили реже. В том числе прозвучало мнение, что с современными технологиями помощь в подготовке резюме не нужна.

Среди участников опроса помощь в подготовке к собеседованию показалась актуальной **18-30% участников**, а в подготовке резюме – **всего 6-11%***.

«Сопровождение, когда ты идешь на собеседование к кому-то, тоже, я думаю, нужно. Потому что люди, когда идут на собеседование, они, во-первых, волнуются, а во-вторых, они переживают за то, что им там может не понравиться.

Фокус-группа 7

«Мне нужно с резюме, его как следует оформить.

Фокус-группа 6

При адаптации на рабочем месте наиболее актуальна поддержка с тем, чтобы разобраться с рабочими задачами, наладить коммуникацию с руководителем и коллегами.

Наиболее популярные варианты поддержки при адаптации на рабочем месте среди участников опроса:

- **разобраться с рабочими задачами,**
- **найти общий язык с руководителем,**
- **влиться в коллектив.**

Какая нужна поддержка на рабочем месте?



При адаптации на рабочем месте наиболее актуальна поддержка с тем, чтобы разобраться с рабочими задачами, наладить коммуникацию с руководителем и коллегами.

Участникам фокус-групп показалась очень востребованной **помощь с пониманием рабочих задач и процессов**.

В том числе прозвучала важность того, чтобы на рабочем месте был кто-то, кто помогал со всем разобраться. При этом в том числе были участники, которым было непонятно, зачем нужен наставник.

«Показать, где как работает, то есть объяснить. Ну и давать шанс, как, чтобы человек сам этот, ну, попробовал, проследить за этим».

Фокус-группа 3

Представители социальных источников считают, что **представители целевой аудитории нуждаются в устойчивой, поэтапной поддержке** - от первичной мотивации до адаптации на рабочем месте.

Важна роль сопровождающего, наставника, помощника, так как самостоятельность у многих недостаточна.

«Также есть такой момент, что для наших ребят важно, чтобы на рабочем месте какое-то было сопровождение. Для них важно, чтобы кто-то был рядом с ними в качестве помощника, сопровождающего, который бы их как-то направлял в этом росте».

Интервью 4

При адаптации на рабочем месте наиболее актуальна поддержка с тем, чтобы разобраться с рабочими задачами, наладить коммуникацию с руководителем и коллегами.

Представители социальных источников считают, что многим представителям целевой аудитории нужна **поддержка в формировании коммуникативных навыков и социализации**, так как многие из них испытывают трудности в межличностной коммуникации, боятся собеседований, затрудняются в самопрезентации.

«Пообщаться некоторым непросто. Один на один, допустим, с работодателем тоже не каждый может пообщаться, какие-то сложности в общении. Преподнести себя, рассказать там о себе».

Интервью 6

«Это трудности у них именно в общении. В каких-то межличностных взаимоотношениях».

Интервью 7

При адаптации на рабочем месте наиболее актуальна поддержка с тем, чтобы разобраться с рабочими задачами, наладить коммуникацию с руководителем и коллегами.

В фокус-группах самой актуальной поддержкой для людей с инвалидностью оказалась **помощь с передвижением по городу**.

«Очень важно и помочь подготовиться, и чтобы был человек, который поможет подняться и спуститься».

Фокус-группа 7

В то же время, среди участников опроса помощь с передвижением оказалась **наименее популярным вариантом** – его отметили только **6-11%** участников*.

Возможно, в выборку опроса не попали люди, которым это актуально. Возможно, имеет место быть стереотипное представление о людях с инвалидностью как о людях преимущественно с ограничениями опорно-двигательного аппарата.

Помощь в преодолении транспортных и логистических барьеров показалась актуальной и представителям социальных источников. Они считают ограниченную мобильность, страх перед городом и транспортом одними из самых актуальных проблем.

«Может быть, в силах своих особенностей кто-то просто не может доехать, может быть, кто-то плохо ориентируется в городе, в транспорте и так далее, бояться ехать к месту работы».

Интервью 6

* Из 37 участников опроса, которые искали работу или планировали искать.

Какая поддержка в поиске подходящей работы и адаптации на рабочем месте актуальна представителям целевой аудитории «Работа-i» в Санкт-Петербурге?

Поиск официальной работы на открытом рынке труда актуален для значительной части целевой аудитории

Кто-то не работает и ищет работу. Кто-то работает неофициально. Кто-то работает официально и даже давно, но ищет работу и всё равно нуждается в поддержке.

При поиске работы наиболее актуальны поддержка в поиске подходящей вакансии, профориентация, психологическая поддержка

Хоть представители целевой аудитории реже говорят о том, что им нужна поддержка в подготовке к собеседованиям и в подготовке резюме, они соглашаются с её актуальностью.

Для значительной части целевой аудитории актуальна поддержка в поиске работы и адаптации на рабочем месте.

Поддержка актуальна как для людей с инвалидностью, так и для людей с сиротским опытом. Но, видимо, для людей с инвалидностью поддержка более актуальна.

При адаптации на рабочем месте наиболее актуальна поддержка с тем, чтобы разобраться с рабочими задачами, наладить коммуникацию с руководителем и коллегами.

Для части целевой аудитории очень актуальна поддержка с передвижением по городу.

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа-і

Результаты оценки

Почему представители целевой аудитории не обращаются к «Работа-і» за поддержкой?

Значительная часть представителей целевой аудитории не знает про «Работа-i» или знает недостаточно, чтобы обратиться за поддержкой.

Во всех фокус-группах были участники, которые не знали про «Работа-i».

Модератор: «Кто-то впервые слышит про «Работа-i»?»

Участник 1: «Я».

Модератор: «А вы не слышали тоже?»

Участник 5: «И я – нет».

Фокус-группа 1

В профессиональной среде «Работа-i» довольно известен, однако, по мнению представителей социальных источников, **конечные получатели услуг часто не проинформированы о проекте и его возможностях.**

«Ну, кто-то, наверное, не знает просто о том, что есть какие-то организации, что к ним можно обратиться для поиска».

Интервью 8

Значительная часть представителей целевой аудитории не знает про «Работа-i» или знает недостаточно, чтобы обратиться за поддержкой.

Во многих фокус-группах были участники, которые **плохо помнили про «Работа-i» или знали недостаточно, чтобы обратиться.**

Участник: «Да, в колледже какие-то листовки давали». <...>

Модератор: «Ну, то есть, презентация может и была, но вы особо не запомнили, что за организация и что она делает?»

Участник: «Угу».

Фокус-группа 4

Представители социальных источников тоже не всегда помнят о «Работа-i» достаточно, чтобы направлять представителей целевой аудитории за поддержкой.

Часто социальные источники не направляют людей, потому что знают, что они не относятся к целевой аудитории «Работа-i», и сожалеют об этом. Однако **иногда социальные источники ошибочно исключают людей из целевой аудитории «Работа-i»**, считая, например, что «Работа-i» не работают с людьми с ментальными нарушениями, хотя это не так.

«Есть люди без инвалидности, но с выраженными ментальными нарушениями. Формально они не проходят, но по сути - нуждаются в такой же поддержке».

Интервью 10

В поиске работы представители целевой аудитории часто полагаются на свои собственные силы и не рассчитывают на помощь помогающих организаций.

Значительная часть участников фокус-групп в принципе плохо знает организации, которые помогают в поиске работы.

В основном они никакие организации не знают, а если знают, то с большей вероятностью это центры занятости населения или «Работа-i». И это несмотря на обильную рекламу таких организаций даже в местах проведения фокус-групп.

Возможно, **и представители целевой аудитории, и социальные источники перенасыщены рекламой социальных организаций** и поэтому меньше обращают внимание на традиционные инструменты информирования, такие как буклеты и презентации, и хуже их запоминают.

Участник: «Искали-искали, ну, вот недавно нашли предприятие короче, которое набирает швей, но там недавно позвонили, и там только две швеи и работы мало. Мне сказали, что, может быть, перезвонят, и наберется, но вот я пока ищу работу».

Модератор: «То есть, вы пока сами ищете работу и в биржу труда обратились?»

Участник: «Ну, да».

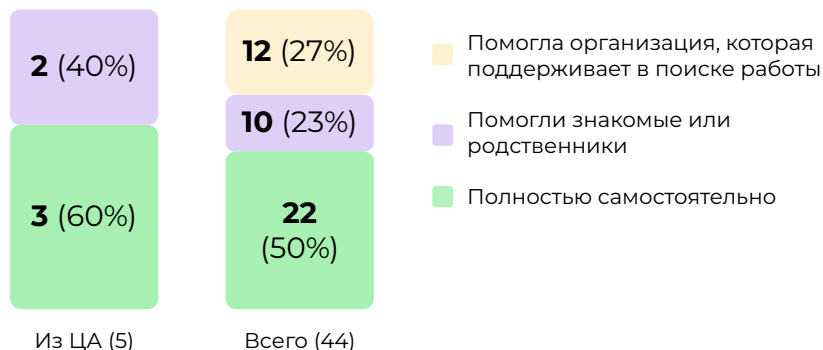
Фокус-группа 4

В поиске работы представители целевой аудитории часто полагаются на свои собственные силы и не рассчитывают на помощь помогающих организаций.

50-60% участников опроса нашли работу полностью самостоятельно.

Значительная часть целевой аудитории среди участников опроса нашли работу благодаря знакомым или родственникам. При этом многие, кто не является целевой аудиторией «Работа-i», нашли работу при поддержке помогающей организации.

Как нашли работу?



Из 44 участников опроса, которые работали.

Участники некоторых фокус-групп **не собирались обращаться за поддержкой в поиске работы**, думали справиться самостоятельно.

Участник 2: «Да блин, могу попытаться сам, если не получится...»

Участник 3: «И попросить помощи».

Участник 2: «Да вот именно».

Фокус-группа 1

Представители целевой аудитории, желающие обратиться за помощью, чаще выбирают некоммерческие организации, центры занятости населения, родных или знакомых.

Большинство участников опроса обращались за поддержкой **в некоммерческие организации, центры занятости населения, к родным или знакомым.**

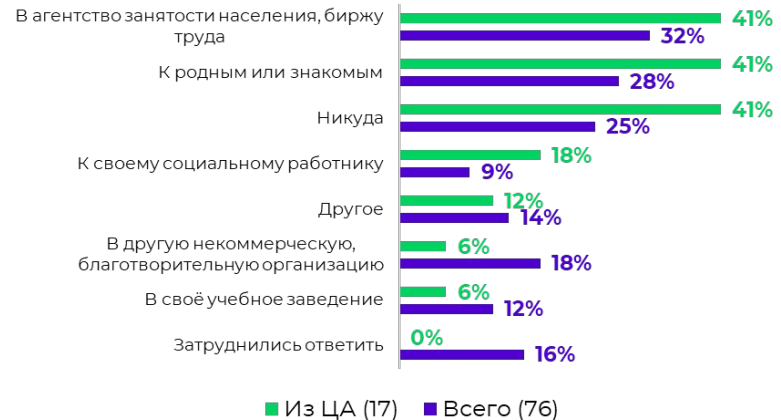
Куда обращались за поддержкой в поиске работы?



Из 76 участников опроса

Большинство участников опроса обратились бы за поддержкой **в центры занятости населения, к родным или знакомым.** Многие никуда бы не обращались.

Куда обратились бы за поддержкой в поиске работы (не считая «Работа-i»)?



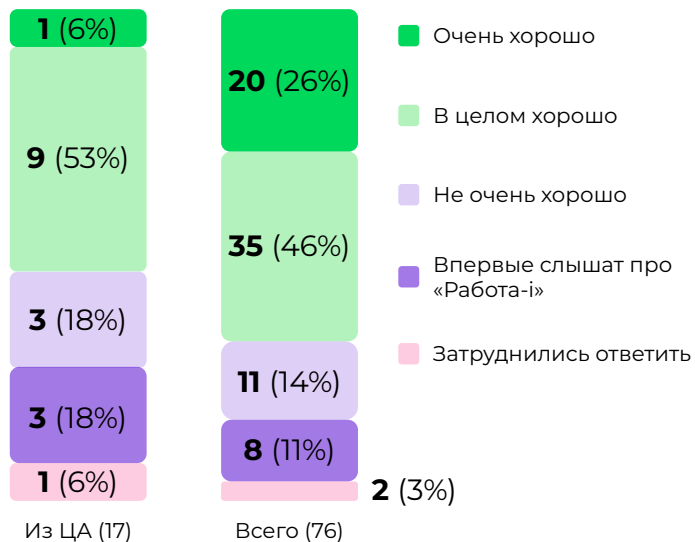
У представителей целевой аудитории, достаточно знакомых с «Работа-і», преимущественно положительные впечатления об организации.

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа-і

59-72% участников опроса хорошо знакомы с «Работа-і».

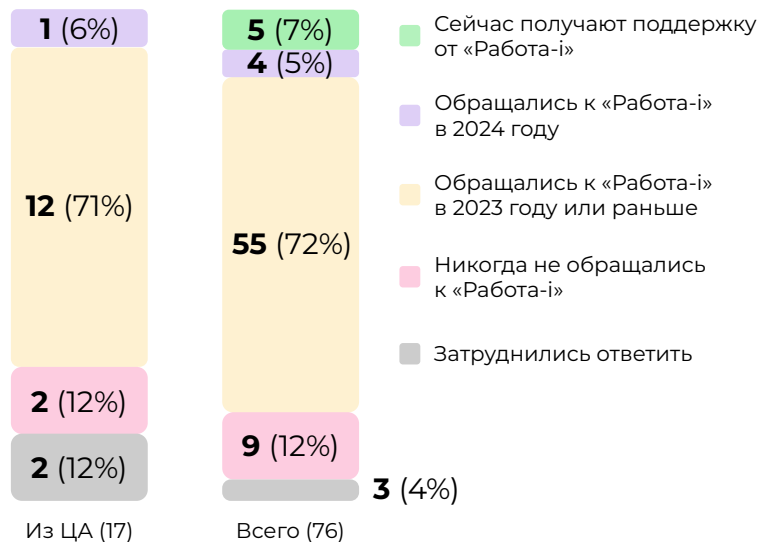
Как хорошо знакомы с «Работа-і»?



Из 76 участников опроса

77-84% участников опроса получали поддержку от «Работа-і».

Обращались ли когда-нибудь к «Работа-і» за поддержкой?

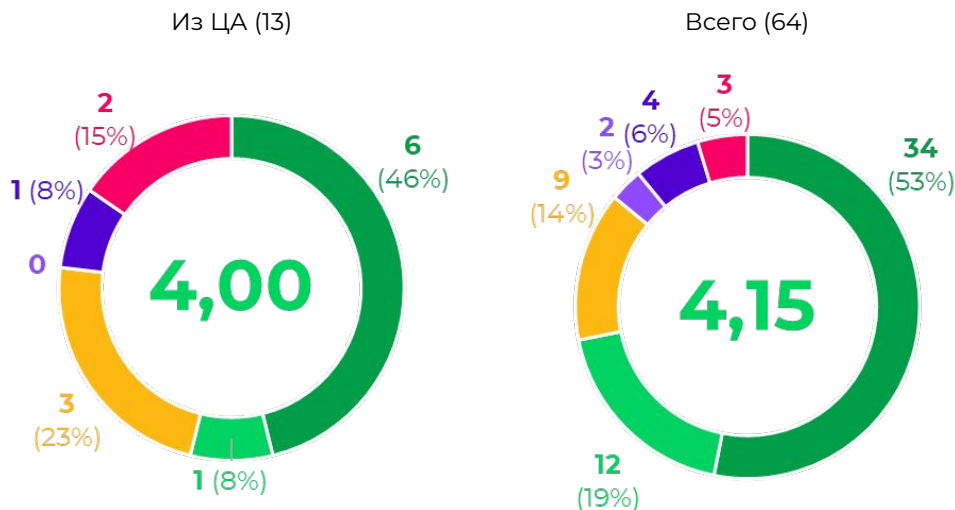


У представителей целевой аудитории, достаточно знакомых с «Работа-і», преимущественно положительные впечатления об организации.

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа-і

Насколько довольны своим опытом обращения к «Работа-і»?



Бывшие благополучатели «Работа-і» оценили свою **удовлетворённость обращением в организацию на 4,00-4,15.**

Отлично, 5 из 5

Хорошо, 4 из 5

Нормально, 3 из 5

Плохо, 2 из 5

Очень плохо, 1 из 5

Затруднились ответить

У представителей целевой аудитории, достаточно знакомых с «Работа-і», преимущественно положительные впечатления об организации.

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

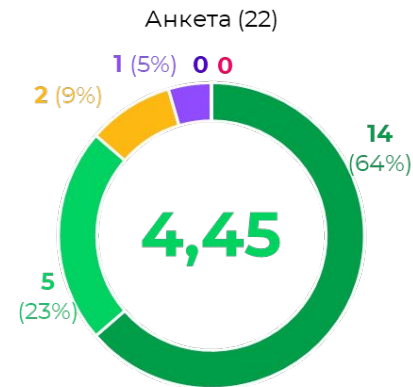
Работа-і

Участники телефонных интервью оценили свою удовлетворённость ниже, чем заполнявшие анкеты.

Скорее всего, благополучатели, недовольные опытом обращения к «Работа-і», просто не захотели проходить анкету, но были готовы ответить по телефону.

Отлично, 5 из 5
Хорошо, 4 из 5
Нормально, 3 из 5
Плохо, 2 из 5
Очень плохо, 1 из 5
Затруднились ответить

Насколько довольны своим опытом обращения к «Работа-і»?



У представителей целевой аудитории, достаточно знакомых с «Работа-і», преимущественно положительные впечатления об организации.

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа-і

Бывшим благополучателям «Работа-і» больше всего понравились **приятные сотрудники и удобное расположение офиса.**

«Очень даже здорово. <...> Ну, оно не особо и далеко находится, и там очень-очень хорошие люди, общительные. И могут там помочь тоже с трудоустройством, могут помочь».

Фокус-группа 1

Что хорошо в «Работа-і»?



Из 64 человек, которые обращались к «Работа-і»

У представителей целевой аудитории, достаточно знакомых с «Работа-і», преимущественно положительные впечатления об организации.

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа-і

Довольные благополучатели – в том числе источник новых благополучателей. В фокус-группах были участники, которые решили обратиться в проект после позитивных отзывов от знакомых.

Участник: «Я не знала, что будет. Я подумала, что не хочу. А потом мне подруга рассказала...»

Модератор: «То есть ты по-другому думала, что проект тебе не понравится?»

Участник: «Да».

Модератор: «А что ты думала, проект про что?»

Участник: «Ну... Как даже сказать... Я думала, что это будет вообще не интересно, вот. А потом она мне начала рассказывать, как прикольно, я подумала «Окей»»

Фокус-группа 5

Представители социальных источников считают, что представителям целевой аудитории, чтобы обращаться за поддержкой, будут полезны **личные примеры и живые истории успеха**, возможность увидеть трудоустроенного человека из схожей ситуации.

«Историю успеха. Ну обычно любят, что когда вот у кого-то произошел какой-то успех и посмотреть, что вот я тоже так могу. Вот это самый идеальный вариант».

Интервью 5

У представителей целевой аудитории, достаточно знакомых с «Работа-і», преимущественно положительные впечатления об организации.

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа-і

Бывшим благополучателям «Работа-і» больше всего не понравилось, что **предлагали работу с маленькой зарплатой**.

Модератор: «А сейчас почему не обращаетесь в «Работа-і?»»

Участник: «Потому что тогда ничего не смогли предложить».

Модератор: «Ну, то есть, вы когда-то обращались, вам не особо понравилось?»»

Участник: «Ну, я общался с женщинами, они мне составили, что я могу, но потом даже не перезвонили».

Модератор: «Угу, ну то есть вам не понравилось, как вам два года назад помогли, и вы решили не возвращаться?»»

Участник: «Да, ну никак не помогли. Я только зря съездил, время потратил, еле ноги переставлял».

Фокус-группа 4

Что плохо в «Работа-і»?



■ Из ЦА (13) ■ Всего (64)

Из 64 человек, которые обращались к «Работа-і»

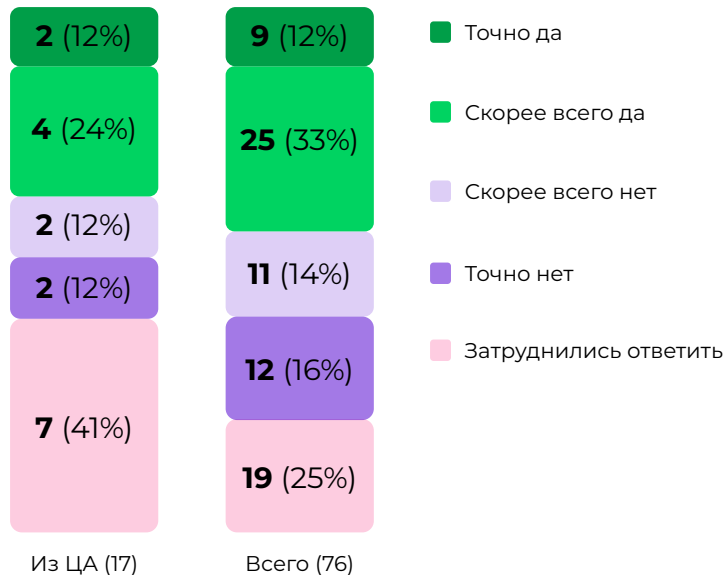
Значительная часть целевой аудитории не планирует обращаться к «Работа-і». В основном им неактуально или они считают, что справятся с поиском работы без поддержки.

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа-і

24-30% участников опроса не планируют обращаться к «Работа-і» за поддержкой.

Планируют ли обратиться к «Работа-і» за поддержкой?



Из 76 участников опроса

Почему нет планов обращаться к «Работа-і»?



■ Из ЦА (17) ■ Всего (76)

Значительная часть целевой аудитории не планирует обращаться к «Работа-i». В основном им неактуально или они считают, что справятся с поиском работы без поддержки.

Представители социальных источников считают, что **многим неактуально трудоустройство**.

«Ну, находился другой способ заработка. Либо принимали решение, что сейчас нет возможности работать, то есть и продолжали учиться дальше.

Интервью 2

Представители социальных источников считают, что **медицинские ограничения и периодические госпитализации** мешают вовлечению целевой аудитории.

«Ну и иногда проблемы со здоровьем. Вот, что в данный момент вот я полгода там лечился, допустим, сильно и не мог прийти, все по врачам, по врачам...»

Интервью 1

Представители социальных источников считают, что **скепсис** – один из важных барьеров для обращения за помощью.

«Кто-то, наверное, не верит, что могут помочь, наверное.

Интервью 8

По мнению представителей социальных источников, обращаться за поддержкой целевой аудитории мешают нереалистичные ожидания и привычка к беспомощности.

Представители социальных источников считают, что у представителей целевой аудитории **нереалистичные представления о работе и зарплате.**

«Большинство детей хотят зарабатывать большие деньги, но при всех возможностях и то, что им предлагается, это им не интересно, поэтому они принимают решение и не будут работать».

Интервью 2

Представители социальных источников считают, что у представителей целевой аудитории есть **привычка к беспомощности и низкий уровень самостоятельности.**

«И ребята за годы нахождения в этой системе привыкли к тому, что за них все делают».

Интервью 3

По мнению представителей социальных источников, обращаться за поддержкой целевой аудитории мешают низкая мотивация и давление со стороны родителей.

Представители социальных источников считают, что некоторые представители целевой аудитории не хотят обращаться в принципе **из-за отсутствия мотивации и внутренней готовности**.

«Лень, все нужно делать за них».

Интервью 11

Представители социальных источников считают, что в ряде случаев именно **семья препятствует обращению** представителей целевой аудитории за поддержкой.

«Не все родители готовы вот таким каким-то вот движением в эту сторону. Я думаю, что просто это дома не обсуждается».

Интервью 4

Почему представители целевой аудитории не обращаются к «Работа-i» за поддержкой в поиске работы?

Основная причина – низкий уровень осведомлённости об услугах «Работа-i».

Информацию об организации, полученную через классические буклеты или презентации, заинтересованные стороны не замечают или забывают. Куда больше запоминаются личные истории, особенно от знакомых людей.

В основном целевая аудитория больше настроена на самостоятельный поиск работы и не планирует обращаться за поддержкой.

Если же обращается, то в первую очередь в центры занятости населения, к родным и знакомым, в некоммерческие организации.

Преимущественно у бывших благополучателей позитивные впечатления от обращения к «Работа-i», хотя есть и недовольные.

Скорее всего, наиболее распространённая причина недовольства – низкий размер оплаты труда значительной части предлагаемых вакансий.

Представители социальных источников обращают внимание на пассивность целевой аудитории и низкую мотивацию работать.

Усиливающим фактором нежелания целевой аудитории обращаться за поддержкой является давление со стороны родителей.

Ограничения оценки

- ✓ Выводы оценки не являются репрезентативными для всех людей с инвалидностью, и/или с ограниченными возможностями здоровья, и/или с сиротским опытом, так как фокусом оценки была целевая аудитория «Работа-i» в Санкт-Петербурге с их конкретными характеристиками.
- ✓ Стоит особенно осторожно интерпретировать результаты опроса.
 - Очень маленькая доля участников опроса — это представители целевой аудитории, которые не слышали про «Работа-i» (11%) или которые никогда не обращались в «Работа-i» за поддержкой (12%).
 - В целом в опросе приняли участие лишь 76 человек, из которых только 17 подходили под строгое определение целевой аудитории «Работа-i».
 - Среди участников опроса гораздо больше представлены люди с ограниченными возможностями здоровья (91%), чем люди с сиротским опытом (11%).
Среди благополучателей, получающих поддержку от «Работа-i», около 85% — люди с ограниченными возможностями здоровья, и около 20% — люди с сиротским опытом.



Авторы оценки

Основные исполнители оценки:

- **Александр Маньшин**, старший специалист по мониторингу и оценке
- **Мария Аванесова**, специалист по мониторингу и оценке

Основные заказчики оценки:

- **Светлана Чистякова**, руководитель направления «Рекрутинг и тренинги»
- **Наталья Каркавина**, руководитель направления «Сопровождаемое трудоустройство»

Дополнительные заказчики оценки:

- **Илья Корниец**, руководитель направления "Корневая социальная практика"
- **Анна Костенко**, руководитель отдела внешних коммуникаций
- **Лариса Баженова**, операционный директор «Работа-i»

Авторы оценки

Проводили телефонные интервью с бывшими благополучателями:

- Аделя Турсунова
- Александра Брулетова
- Анна Андреева
- Владислава Левченко
- Екатерина Ларетина
- Елена Горбачук
- Зоя Карева
- Людмила Семёнова
- Михаил Стремяков
- Татьяна Иванова
- Юлия Кудрявцева
- Юлия Полежаева

Помогли в организации обзвона бывших благополучателей:

- Анастасия Башмакова
- Фёдор Антонов

Помогли в распространении анкеты:

- Александра Павлова
- Виктория Дмитриенко
- Полина Лупуляк

Помогли в проведении розыгрыша:

- Алина Галиуллина
- Мария Самсонова
- Юлия Мулюкова

Авторы оценки

Помогли в проведении фокус-групп:

- Вера Савоськина
- Елизавета Репина
- Светлана Белоликова

Помог в проведении интервью с представителями социальных источников:

- Никита Сорокин

Помогла в подготовке инструментов для проведения оценки:

- Наталья Севастьяник

Помогла в оформлении результатов оценки:

- Юлия Денисенко

Инструменты для проведения оценки

Материалы, используемые при проведении фокус-групп с представителями целевой аудитории:

- [Гайд проведения фокус-групп](#);
- Презентация ([пример](#));
- [Информированное согласие на участие в фокус-группе](#).

Материалы, используемые при проведении интервью с представителями социальных источников:

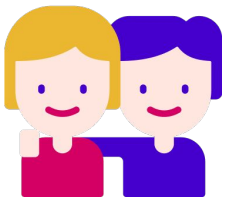
- [Гайд проведения интервью с представителями социальных источников](#).

Материалы, используемые при проведении опроса представителей целевой аудитории:

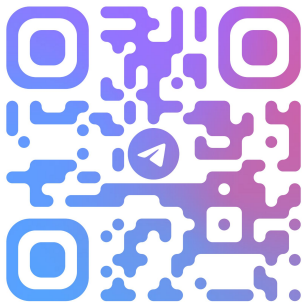
- [Анкета для представителей целевой аудитории](#).
- [Пример поста со ссылкой на анкету в группе «Работа-i» в ВК](#)
- [Постер со ссылкой на анкету для размещения в социальных источниках](#)

Материалы для проведения розыгрыша:

- [Положение о проведении розыгрыша среди участников опроса](#) (в разделе «Учредительные документы, отчеты и положения фонда»)
- [Форма регистрации на розыгрыш после самостоятельного заполнения анкеты](#)



ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓



@VSEPLCHTS

Мы в Telegram

ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ! ✓

Работа 



Александр Маньшин

Старший специалист
по мониторингу и оценке

«Всё получится!»

+7 (981) 893 96 13

a.manshin@vp.org.ru

vsepoluchitsya.org