

НОВЫЙ ИМИДЖ СЛУЖБЫ ЗАНЯТОСТИ – ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧАСТНИКОВ РЫНКА ТРУДА

Эффективное функционирование рынка труда зависит от социально-экономического положения в регионе, системы высшего и профессионального образования, качества образовательных программ и оказания государственных услуг населению органами службы занятости на высоком уровне. В статье представлена концепция модернизации службы занятости населения, которая позволила расширить сферы влияния службы занятости на рынке труда, поднять ее престиж и уровень доверия населения.

Ключевые слова: имидж; рынок труда; услуги; новация; служба занятости.

Томская область – один из наиболее динамично развивающихся регионов и научно-образовательных центров России. В области созданы благоприятные условия для жизни, включая высокий уровень системы социального обслуживания и оказания услуг населению.

Динамично развивающийся регион требует усиливать позиции службы занятости на рынке труда, создавать такие механизмы, которые позволяют выйти на совершенно иной уровень взаимодействия с клиентами.

Нельзя не отметить тот факт, что активный темп развития общества диктует новые правила, требует от служб занятости расширять сферы влияния на рынке труда, повышать ее престиж и уровень сервиса, формировать положительный имидж.

Концепция «Умный центр»

В 2014 г. Департамент труда и занятости населения Томской области разработал концепцию модернизации системы службы занятости, основанную на клиентоориентированных подходах. Концепция получила название «Умный центр» и включила в себя 5 основных этапов: исследование, ребрендинг, технологические и структурные изменения, работа с кадрами, реализация имедживых проектов.

На первом этапе реализации концепции учеными Томского государственного университета было проведено масштабное социологическое исследование среди жителей области.

Исследование показало, что 62% опрошенных считают, что смогут найти работу без помощи центра занятости, и лишь 38% респондентов готовы доверить специалистам службы занятости поиск подходящей работы [1. С. 25–27].

Большинство респондентов отметили, что реальную помощь центр занятости может оказать лишь выпускникам учреждений профессионального образования, беженцам, несовершеннолетним от 14 до 18 лет, инвалидам. Центр занятости не воспринимается молодыми людьми, имеющими высокий уровень образования, желающими сменить место работы или найти подработку, как удобная и доступная каждому служба.

Обращение в службу занятости является далеко не единственным и не самым популярным способом поиска работы: такая тенденция характерна не только

для Томской области, но и для России в целом. Служба занятости утратила доверие у самого экономически активного слоя населения, прежде всего, в силу низкого уровня сервиса.

Вначале был ребрендинг

После проведенного исследования стало понятно, что традиционный облик центров занятости ушел в прошлое, он уже не актуален и не работает так, как нужно. Служба занятости перестала соответствовать современным запросам – необходимо усиливать ее позиции на рынке труда, как следствие – возрастет ее авторитет. Необходимо поменять восприятие людьми службы.

Специально созданная проектная группа начала работать над брендом службы занятости с учетом ее специфики, особенностей и новых задач. Разработан комплекс мероприятий по изменению логотипа, визуального оформления, позиционирования службы занятости, выработки идеологии.

Ребрендинг был призван сломать традиционные стереотипы относительно службы занятости: расположить к себе за счет понятности, не характерной для госучреждений, изменения образа, имеющегося в сознании потребителя [2].

В результате ребрендинга существенно видоизменился логотип: он приобрел более динамичный вид, в его основу легли две геометрические фигуры – равнобедренный треугольник как символ равенства и надежной опоры и щит как символ защищенности и доверия. Было сохранено уважение к традициям (цвет, геометрические фигуры) и учтены современные тенденции, поскольку служба является универсальной и должна быть одинаково привлекательной и дружелюбной для всех категорий клиентов.

Кардинально поменялась визуальная навигация центра занятости населения: яркие информационные таблички и стенды, имиджевые и мотивирующие плакаты с трендовым дизайном, функциональными иконками в стиле outline и flat, акцентированными цифрами, большими фотографиями. В новом оформлении центр занятости стал выглядеть современным учреждением, специалисты которого рады посетителям и готовы им помочь.

Элементы навигации и оформления выполнены в ярких цветах и заметно отличаются от того, что мы

привыкли видеть в государственных учреждениях. Вкупе с имиджевыми плакатами это характеризует Центр занятости как энергичное учреждение, руководство и сотрудники которого заботятся о посетителях. Создание табличек, плакатов и стендов с QR-кодами, ориентировано на продвинутых молодых людей, которые посещают центр занятости.

Современный дизайн для молодежи, крупная и хорошо читаемая навигация для пенсионеров, положительные визуальные образы и подбадривающие фразы для тех, кто долго ищет работу или только начинает карьеру, – все это позволяет службе занятости стать более дружелюбной и удобной для своих клиентов.

В итоге имеется *усовершенствованный информационный зал*, где клиента за стойкой ресепшн встречает мобильный консультант, который постоянно работает в зале, координируя клиентопоток. Также специалисты центра больше не ограждены от клиентов барьерным стеклом, что позволило наладить контакт с посетителем с первой секунды и установить максимально открытое общение.

В информационном зале появилось новшество – *специально созданный детский уголок*. Пока мама или папа решают свои вопросы, ребенок может заняться рисованием или поиграть в поле видимости родителей – это часть сервиса, позволяющая сделать обслуживание максимально комфортным.

Одним из этапов по изменению образа службы занятости стало введение *дресс-кода* для работников, которые контактируют с клиентом напрямую, – все сотрудники теперь носят белую блузу и элемент корпоративного стиля – фирменный шейный платок. Внешний вид демонстрирует уважение к деловым партнерам и клиентам и положительно сказывается на репутации службы занятости, объединяет сотрудников, подчеркивая их единство, целеустремленность и высокий уровень профессионализма.

Ребрендинг был бы не таким эффективным, если бы внешние изменения не сопровождалось технологическими и структурными внутренними изменениями.

Новые технологии

Пилотная апробация всех новаций, предусмотренных концепцией «Умный центр», проходила на базе самого крупного в Томской области центра занятости в городе Томск.

Внутри Центра занятости произошло слияние двух основных отделов: отдела трудоустройства и отдела по взаимодействию с работодателями. В итоге специалисты заинтересованы в интенсивном поиске совместных вариантов подбора сотрудников для кампании и работы для соискателя. Результат данного решения – командная работа универсальных специалистов службы занятости, нацеленных на результат – эффективное и оперативное трудоустройство.

Сегодня Центр занятости населения совершил комплексное переоснащение и, что особенно важно, поменял принципы и подходы работы с клиентами. Центр один из немногих в России внедрил механизм сопровождения клиента без закрепления за ним по-

стоянного инспектора. В центрах занятости с количеством рабочих мест более пяти клиента «встречает» терминал системы «Электронная очередь». Получив талончик и дождавшись в комфортной обстановке своей очереди, клиент попадает в зону простых операций. Теперь электронная очередь распределяет посетителей случайным методом, таким образом, привязка к инспектору исчезла.

Для более эффективного трудоустройства граждан внедрена *практика проведения экскурсий* для специалистов центра занятости на предприятия. Имея четкие представления об условиях труда, специфике работы и карьерных возможностях, инспектор Центра занятости выстраивает технологию подбора персонала таким образом, чтобы требования работодателя совпадали с профессиональными возможностями соискателя.

В Центре занятости населения Томской области создан *call-центр* для реализации принципа «личный консультант для каждого клиента». В помощь операторам разработана и внедрена единая концепция телефонных переговоров с получателями услуг, направленная на умение слушать клиента, устанавливать контакт с первых секунд. Операторы call-центра готовы подробно рассказывать о возможностях трудоустройства. Особенно актуальным данное направление стало при запуске новой версии информационно-аналитической системы «Общероссийская база вакансий “Работа в России”» и интерактивного портала службы занятости населения Томской области.

Внедрение новых технологий позволило эффективно выстроить коммуникацию с клиентом, тем самым повысить их доверие.

Кадры решают все, или перезагрузка персонала

Неотъемлемой частью «перезагрузки» службы занятости стала работа по адаптации специалистов к внедрению новых технологий, оказанию услуг на более высоком уровне.

В рамках внедрения концепции «Умный центр» совместно с Томским государственным медицинским университетом началась реализация долгосрочного проекта по обучению специалистов служб занятости региона на факультете поведенческой медицины и менеджмента.

Специалисты факультета провели собственный аудит. Под видом обычного посетителя специалисты университета посетили службу занятости и зафиксировали недостатки и сложности, возникающие при работе с населением.

На основе полученных данных была составлена обучающая программа «Корпоративное обучение. Перезагрузка», учитывающая все индивидуальные особенности службы и региона.

Программа включила в себя четыре основных этапа: входная аттестация, внутрикорпоративное обучение, итоговая аттестация, развитие коммуникативных компетенций у специалистов в формате тренингов и мастер-классов.

Первый этап – входная аттестация, где оценивается общий уровень знаний.

Второй этап – корпоративное обучение продолжительностью 3 месяца, которое сопровождалось еженедельными занятиями и тестированием на знания основ законодательства и умение оперативно работать в ведомственной информационной системе. На подготовительном этапе специалисты смогли реально оценить свои возможности и компетенции. Были случаи увольнения специалистов по собственному желанию до начала аттестации, но многих это подстегнуло к активному пополнению своих знаний, коллектив становился более сплоченным, и пришло понимание, что все работают на одно дело.

Третий этап – проведение итоговой аттестации специалистов. Цель данной работы – определение профессиональной и корпоративной компетенции специалистов Центра занятости, повышение ответственности и исполнительской дисциплины.

Проведенная аттестация продемонстрировала возросший уровень компетентности специалистов, их умение правильно применять профессиональные термины и понятия, стремление к здоровой конкуренции в коллективе, появилась мотивация к самообучению и получению новых знаний и навыков.

Четвертый заключительный этап предполагал развивать коммуникативные компетенции у специалистов Центра занятости за счет тренингов и мастер-классов. Программа включала в себя важнейшие направления работы с клиентом: разработку структуры деловой беседы на основе клиентоориентированного подхода, умение устанавливать контакт с первых секунд, умение задавать вопросы и слушать клиента, управлять беседой. Специалистам предлагалось овладеть техникой отказа, промоделировать на себе ситуацию «Проблемный клиент». Также в программу обучения вошли кейсы на темы «Этика делового общения», «Методы саморегуляции и самовосстановления».

Проекты

Реализация крупных имиджевых проектов на территории Томской области позволяет повысить престиж службы занятости в глазах населения, расположить к себе горожан.

Особое внимание уделено интерактивным сервисам: в 2015 г. введен в промышленную эксплуатацию новый портал службы занятости населения Томской области rabota.tomsk.ru. Главная задача нового сайта –

удовлетворить потребность в информации о работе каждого клиента. Благодаря новой навигационной системе пользователям стало проще и удобнее искать работу или получать услуги on-line. Это инновационный проект в сфере содействия занятости, который позволяет работодателям и соискателям найти друг друга в интернет-пространстве.

С 2015 г. Департамент труда и занятости населения Томской области совместно с Томским государственным университетом ведет работу над интернет-проектом «Шаг № 1». На основе исследований рынка труда Томской области при непосредственном участии самих работодателей будет разработан путеводитель для молодых специалистов без опыта работы. Путеводитель позволит планировать свою образовательную траекторию таким образом, чтобы получать отсутствующие трудовые навыки еще на стадии получения специальности и в будущем стать специалистом с большим набором профессиональных компетенций. Для удобства пользователей на базе проекта появится мобильное приложение. Также на данной платформе будет формироваться кадровый резерв молодых специалистов, прошедших конкурсный отбор, разработанный работодателями.

В этом году стартовал первый профориентационный проект «Город профессий», который собрал на своей площадке школьников из разных районов Томской области. Задача проекта – вовлечь работодателей, готовых продемонстрировать свою кадровую политику, продемонстрировать новейшее производственное оборудование и познакомить школьников с профессиями, научить их ориентироваться на рынке труда. Прямо на площадке проекта образовательные учреждения имеют возможность записаться на экскурсию на предприятия.

Основная цель проводимых преобразований – идти в ногу со временем, повышать качество и доступность услуг, тем самым удовлетворять возрастающие потребности клиентов и повышать их доверие.

По результатам проведенного Минтрудом мониторинга доля граждан, обратившихся в службы занятости Томской области в поисках работы, к численности безработных по методологии МОТ в 1-м квартале 2015 г. увеличилась в 2 раза – с 22,1 до 42,4%, и рейтинг поднялся с 57-го на 9-е место [3]. Это свидетельствует о возросшем доверии со стороны граждан к службе занятости населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Востребованность* и доступность услуг, оказываемых центрами занятости населения : доклад. Томск, 2014.
2. *Почему нужен ребрендинг?* URL: <http://www.webciti.ru/blog/pochemu-nuzhen-rebranding> (дата обращения: 15.10.2015).
3. *Обследование* населения по проблемам занятости: ежеквартальный статистический бюллетень Федеральной службы государственной статистики URL: <http://www.gks.ru>

Статья представлена научной редакцией «Экономика» 14 ноября 2015 г.

NEW IMAGE OF EMPLOYMENT AGENCY: IMPROVED EFFICIENCY OF LABOUR MARKET PARTICIPANTS

Tomsk State University Journal, 2015, 400, 205–208. DOI: 10.17223/15617793/400/33

Gruznykh Svetlana N. Department of Labour and Employment (Tomsk, Russian Federation). E-mail: main@rabota.tomsk.ru

Keywords: image; labor market; service; innovation; employment agency.

Tomsk Oblast is one of the most dynamically developing regions, research and education centers in Russia. There are favorable life conditions provided including high level of social service rendered to people. A region under dynamic development requires Employment Agencies being reinforced within labour market, so it is necessary to establish mechanisms enabling a distinctly different level of interaction with customers. In 2014, the Department of Labour and Employment of Tomsk Oblast devised a concept of employment system modernisation, based on customer orientation. The concept named "Intelligent Center" included five basic steps: social research, rebranding, structural and technology development, human resources management, implementation of image advertising projects. In 2014, a large-scale social research was carried out with a view to evaluate credibility and quality of service. The research showed that citizens do not associate the Employment Agency with a convenient and widely accessible institution capable of rendering real assistance primarily due to the low quality of service. A specially built up project team started working at the Agency's brand with due regard to its specific character and recent tasks. The developed package of arrangements included modernisation of the logo, style improvement, market positioning, elaboration of ideology. Also it should be mentioned that pilot testing of the entire body of innovations was being held at the largest Employment Agency of the region, in Tomsk. For the moment, the Employment Agency has undergone a comprehensive re-equipment, and, most significantly, principles of customer management have been modified as well. An integrated part of the so-called "reset" was performance adaptation of the Agency employees for innovative technology implementation and, thereby, for rendering high-quality service. Within the concept "Intelligent Center" implemented in cooperation with the Siberian State Medical University, a long-term project started on teaching employees of the Agencies throughout the region at the Faculty of Behavioral Medicine and Management. Within the framework of a specially devised study programme called "Corporate Training. Reset", each individual characteristic of the Agency and the region is taken into account. A significant part of the image-build process is assigned to realisation of the large-scale image advertising projects. The primary purpose of the ongoing reformatations is to keep up with the time, to raise the quality and accessibility of service, therefore meeting customer requirements and gaining their loyalty. In accordance with results of monitoring conducted by the Department of Labour, the percent of citizens consulting Employment Agencies of Tomsk Oblast in the first quarter of 2015 increased twice: from 22.1 % to 42.4 % (comparing with the unemployment rate of the International Labour Organisation) while the ranking rose from 57 to 9 place.

REFERENCES

1. Tomsk State University. (2014) *Vostrebovannost' i dostupnost' uslug, okazyvaemykh tsentrami zanyatosti naseleniya* [The demand for and availability of services provided by employment centers]. A sociological survey report. Tomsk: Tomsk State University.
2. WebCiti. (2015) *Pochemu nuzhen rebranding?* [Why do rebranding?]. Available from: <http://www.webciti.ru/blog/pochemu-nuzhen-rebranding>. (Accessed: 15 October 2015).
3. A quarterly statistical bulletin of the Federal State Statistics Service. (c. 2015) *Obsledovanie naseleniya po problemam zanyatosti* [Survey on Employment]. Available from: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140097038766.

Received: 14 November 2015