

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

Правильная ссылка на статью:

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): июль — август 2023 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 4. С. 202—216.

For citation:

Public Opinion Poll (VCIOM): July — August 2023. (2023) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 202–216.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ: ИЮЛЬ — АВГУСТ 2023

Результаты ежедневных опросов «ВЦИОМ-Спутник». Метод опроса — телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1600 респондентов в возрасте от 18 лет. Выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ. Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Максимальный размер ошибки с вероятностью 95 % не превышает 2,5%. Помимо ошибки выборки, смещение в данные опросов могут вносить формулировки вопросов и различные обстоятельства, возникающие в ходе полевых работ.

СОДЕРЖАНИЕ ДАЙДЖЕСТА

ПОЛИТИКА

ОБЩЕСТВО В ПОИСКАХ СПРАВЕДЛИВОСТИ203

РОССИЯ И ЕВРОПА: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ... НО БУДЕТ ЛИ ЗАВТРА?206

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ВАЛЮТНЫЕ КАЧЕЛИ, ИЛИ БУДУЩЕЕ РУБЛЯ..... 208

ВСТРЕЧАЕМ «ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ» 210

ОБРАЗ ЖИЗНИ

ПО МАГАЗИНАМ? ТРЕНДЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ — 2023 212

ОБУЧЕНИЕ ДЛИНОЮ В ЖИЗНЬ.....215

ПОЛИТИКА

ОБЩЕСТВО В ПОИСКАХ СПРАВЕДЛИВОСТИ.....203

РОССИЯ И ЕВРОПА: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ... НО БУДЕТ ЛИ ЗАВТРА?206

ОБЩЕСТВО В ПОИСКАХ СПРАВЕДЛИВОСТИ

8 июля 2023 г.

Социальная справедливость — это и ценность, и правовой механизм, и принцип, по которому должно существовать общество, на который должна опираться власть. Понятие социальной справедливости не универсально, каждый вкладывает в него свой смысл. Сегодня, как и десять лет назад, россияне видят социальную справедливость прежде всего в правовом поле, в равенстве всех перед законом — так ответил каждый третий респондент (36%; 2013 г. — 36%). Еще 20% считают, что социальная справедливость заключается в том, чтобы положение каждого определялось результатами его труда (+8 п. п. к 2013 г.). Почти столько же видят ее в экономическом равенстве — в том, чтобы уровень жизни всех граждан был примерно одинаковым, не было ни богатых, ни бедных (19%, 2013 г. — 20%). Реже наши соотечественники связывают социальную справедливость с равными возможностями развивать свои способности (8%, —5 п. п. к 2013 г.) и с гарантиями для социально незащищенных, с социальной ответственностью богатых (6%, —5 п. п. к 2013 г.).

Начиная с 2007 г. наиболее распространенным был правовой взгляд на справедливость общественного устройства. Экономическая модель (нет богатых и бедных) почти всегда занимала вторую позицию, ее называли 17-20%, но сегодня она звучит реже. Постепенно за время наблюдений утрачивали актуальность взгляды на справедливость как создание условий для развития способностей каждого (максимум 17% в 2009 г.) и как социальную ответственность богатых перед бедными (максимум по 11% в 2007 г. и в 2013 г.). Сегодня в российском обществе социальная справедливость стала чаще отождествляться с личным трудовым вкладом.

«Богатые» чаще видят справедливость в том, чтобы каждый получал по своим трудам (26% против 13% в группе с плохим материальным положением), а «бедные» чаще видят справедливость в финансовом равенстве: чтобы у всех был примерно одинаковый уровень жизни, а богатых и бедных не было (24% против 13% в группе с хорошим материальным положением).

Социальная справедливость как равенство всех перед законом — этот взгляд ближе мужчинам (41% против 31% женщин), россиянам 25-34 лет (41%), гражданам с неполным высшим и высшим образованием (43%), активным пользователям интернета (39%), жителям обеих столиц и крупных городов (500-950 тыс. чел.) — 46% и 43% соответственно.

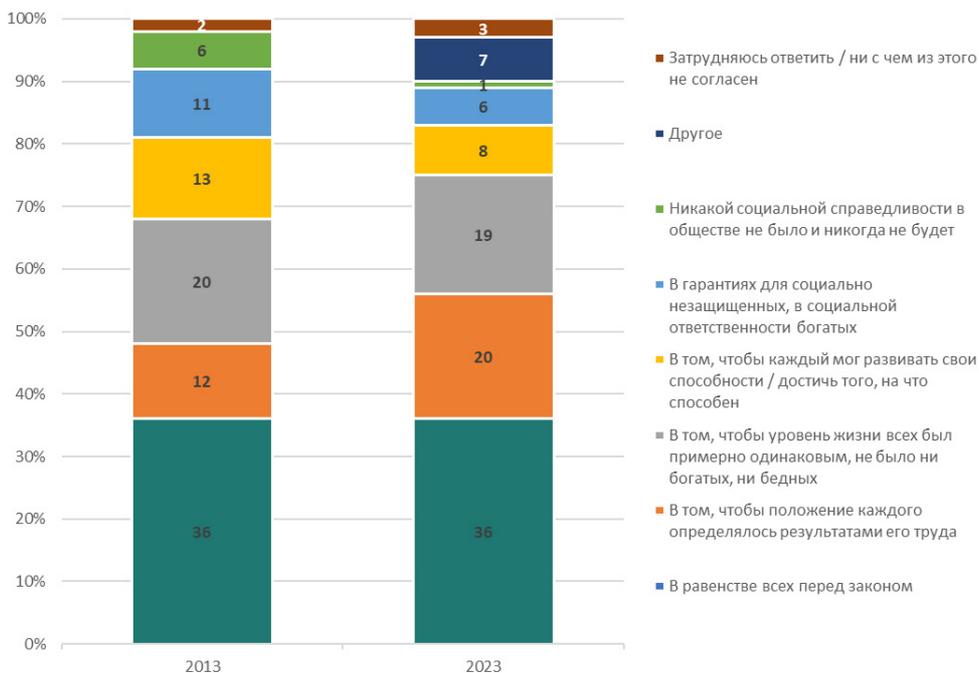
Идея о том, что в справедливом обществе положение каждого определяется результатами его труда, ближе 18-24-летним (25%), россиянам с хорошим материальным положением (26%), а также жителям городов с численностью населения 100-500 тыс. чел. (29%).

Экономический взгляд на социальную справедливость (нет ни богатых, ни бедных) чаще встречается среди женщин (22 % против 15 % среди мужчин), россиян с плохим материальным положением (24 %), сельских жителей (31 % против 7 % среди столичных жителей), а также активных телезрителей (26 %).

17 % молодежи 18—24 лет полагают, что социальная справедливость заключается в том, чтобы каждый мог развивать свои способности, это мнение также ближе гражданам с хорошим уровнем материального положения (13 % против 3 % в группе с плохим уровнем материального положения).

Только 1 % россиян считают, что никакой социальной справедливости в обществе не было и не будет: это минимум за весь период наблюдений, в предыдущие замеры так думали от 6 % до 19 %, причем еще два года назад данная позиция была близка каждому пятому (19 %).

Рис. 1. В чем, на Ваш взгляд, состоит социальная справедливость? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных), 2013 и 2023 гг.



Представления россиян о том, как сделать общество более справедливым, за последние пять лет претерпели изменения. Сегодня чаще звучит запрос на сильную социальную политику (15 %), он занимает первую строчку в числе предлагаемых мер, тогда как в 2018 г. располагался на седьмом месте (4 %). За этот период россияне стали чаще говорить и о необходимости уделять внимание внутренней политике (8 %, <1 % в 2018 г.). Не утратила своей значимости за это время такая мера, как борьба с коррупцией (14 % в 2018 г. и 12 % в 2023 г.), а также предложе-

ние повысить зарплаты и пенсии (12%, + 3 п. п. к 2018 г.). С 2018 г. россияне стали чаще говорить об ужесточении законодательства (9%, +4 п. п. к 2018 г.), а о принципе равенства закона для всех — чуть реже (9%, —2 п. п. к 2018 г.). Пять лет назад 11% предлагали уделять больше внимания простым людям, сегодня — 5%.

Россияне с низким уровнем дохода в 23% случаев предлагают усилить социальную политику, в 20% — повысить уровень зарплат и пенсий. Эти варианты среди россиян с хорошими доходами звучат реже: 13% и 6% соответственно.

Направить силы на борьбу с коррупцией ради достижения социальной справедливости предлагают в основном 25-44-летние (17-19%), а внутренняя политика больше интересует молодежь до 25 лет — 13%.

РОССИЯ И ЕВРОПА: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ... НО БУДЕТ ЛИ ЗАВТРА?

16 июля 2023 г.

За три десятилетия постсоветской истории траектория отношений России и Запада не раз меняла свое направление — от сближения и сотрудничества к охлаждению и обрыву связей. Менялся и взгляд общества: если в 1999 г. преобладало мнение, что отношения между Россией и Западом могут быть по-настоящему дружественными (57%), то почти четверть века спустя ситуация изменилась на противоположную. Сегодня большинство россиян считает, что отношения между Россией и Западом всегда будут строиться на недоверии (63%, +21 п. п. к 1999 г.), обратного мнения придерживаются около трети — 32% (–25 п. п. к 1999 г.). Оптимизм в этом вопросе присущ только молодежи до 25 лет (53% говорят о возможности дружбы с Западом, 45% — о недоверии).

Европа и Россия исторически и культурно развивались в тесном сотрудничестве. При этом, по мнению многих экспертов и мыслителей, однозначно отнести Россию к Европе нельзя, поскольку в ней сочетаются европейские и восточные традиции, что делает ее уникальной евразийской цивилизацией. Дискуссии по этому вопросу ведутся не один век, и точка в них вряд ли когда-нибудь будет поставлена. Сегодня россиянам ближе идея о том, что Россия не является в полной мере европейской страной, это особая евразийская цивилизация, и в будущем центр ее интересов будет смещаться на Восток (65%), в 2007 г. так думали 45%, в 2008 г. — 42%, то есть в наши дни эта позиция заметно укрепилась. Другой точки зрения (Россия — часть Европы, и в XXI в. их судьбы будут теснее всего связаны) придерживаются 20% наших соотечественников, это в два раза меньше, чем в предыдущие замеры (2007 г. — 38%, 2008 г. — 45%). Результаты говорят о возрастающей дистанционности России от Европы. Этот тренд характерен для представителей всех возрастов, кроме молодежи до 25 лет, в этой группе мнения разделяются практически поровну: 43% считают, что Россия — часть Европы, а 49% — что это особая евразийская цивилизация. То есть молодежь в большей степени ориентирована на сближение с Западом, чем с Востоком, в сравнении с другими возрастными группами.

По отношению к Западу среди россиян сегодня можно выделить три группы. Первая группа — «сторонники возвращения в Европу»: они полагают, что Россия — часть Европы и в XXI в. их судьбы будут теснее всего связаны, а также ориентированы на вхождение России в Евросоюз или установление с ним равноправных партнерских отношений. В общей численности россиян «сторонников возвращения в Европу» 16%, их отличает молодой возраст до 25 лет (в этой группе таковых 21%) и больший процент женщин (60%).

Вторая группа — «сторонники разрыва отношений с Европой»: они полагают, что Россия — это особая евразийская цивилизация и в будущем центр ее интересов будет смещаться на Восток, а также что на Западе к России все равно никогда не будут относиться как к равноправному партнеру, поэтому ей нет смысла стремиться в Европу. В общей численности россиян таких 41%, единственное, что их отличает, — преобладание групп старше 45 лет (среди этой группы таковых 58%, а молодежи 18-24 лет — только 4%).

Еще одна группа — «умеренные сторонники партнерских отношений с Европой». В общей сложности их 43%, они склоняются к тому, что Россия — особая евразий-

ская цивилизация (56%), но при этом мы должны стремиться к установлению партнерских отношений с Евросоюзом (55%). Соотношение мужчин и женщин здесь — 40% на 60%, и это единственное различие в данной группе. Стоит отметить, что ни образование, ни доход, ни территория проживания или предпочтительная модель медиапотребления значительно не влияют на взгляды россиян на отношения с Европой.

Рис. 2. Какое из высказываний Вам ближе: первое — «отношения между Россией и Западом могут быть по-настоящему дружественными» или второе — «отношения между Россией и Западом всегда будут строиться на недоверии»?? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ВАЛЮТНЫЕ КАЧЕЛИ, ИЛИ БУДУЩЕЕ РУБЛЯ	208
ВСТРЕЧАЕМ «ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ»	210

ВАЛЮТНЫЕ КАЧЕЛИ, ИЛИ БУДУЩЕЕ РУБЛЯ*29 июля 2023 г.*

Для большинства россиян предпочтительным способом хранения «свободных» денег остается национальная валюта: в июле 2023 г. 68 % опрошенных заявили, что хранят сбережения в рублях, еще 6 % отдают предпочтение доллару, по 4 % — евро и другим иностранным валютам. Об отсутствии сбережений сообщили около четверти наших сограждан (27 %). В сентябре прошлого года большинство россиян признались, что не хотели бы иметь счет в зарубежном банке и приобретать наличную валюту (88 % и 80 % соответственно).

Одна из явных тенденций последних полутора лет — девальютизация сбережений. Доля россиян, имеющих рублевые накопления, выросла в феврале 2022 г. (+8 п. п. к январским данным) и за прошедший период ни разу не опускалась ниже 65 %. Такая стратегия, как хранение сбережений в долларах, с января прошлого года, напротив, потеряла в популярности — 11 % против 6 % в июле 2023 г. В числе возможных причин — невыгодность валютных депозитов, риск их заморозки из-за санкций, вера в устойчивость национальной валюты, нежелание хранить наличную валюту.

Несмотря на сокращение доли валюты в обращении среди физических лиц, интерес к ситуации на валютном рынке в июле несколько оживился: с разной периодичностью за курсом доллара следили 58 % наших сограждан (+ 7 п. п. к июньским данным), в том числе каждый пятый делал это регулярно (20 %), 38 % — время от времени. Впрочем, пока доля интересующихся этой темой уступает показателям первого полугодия 2022 г.: в феврале — июле минувшего года за колебаниями на валютном рынке следили 63-66 %.

Не интересовались курсом доллара в июле 2023 г. 42 % опрошенных, а месяцем ранее — каждый второй (49 %).

Типичный россиянин, следящий за ситуацией на валютном рынке — это мужчина (64 %), до 34 лет (18-24 лет — 73 %, 25-34 лет — 66 %), с высшим или неполным высшим образованием (68 %), хорошим материальным положением (64 %), проживающий в одной из столиц (66 %) или городе-миллионнике (64 %).

Типичный россиянин, безразличный к колебаниям доллара — это женщина (не следят 47 %), старшего 60 лет (51 %), со средним специальным (50 %) или неполным средним образованием (58 %), предпочитающая телевидение интернету (56 %).

Рис. 1. Скажите, в какой валюте Вы храните свои сбережения?
(закрытый вопрос, не более трех ответов, % от всех опрошенных)

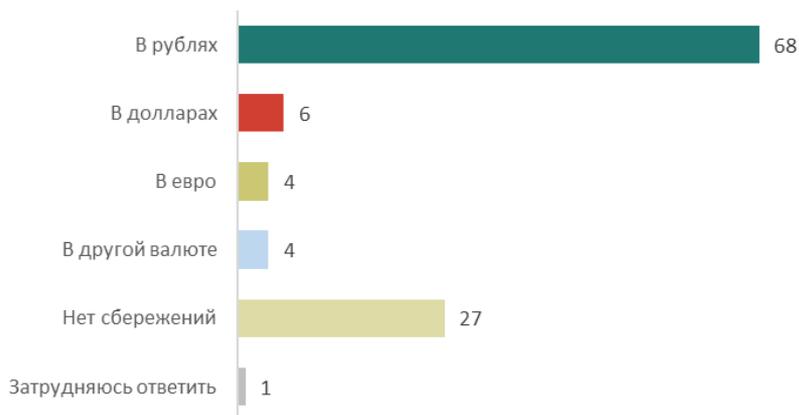
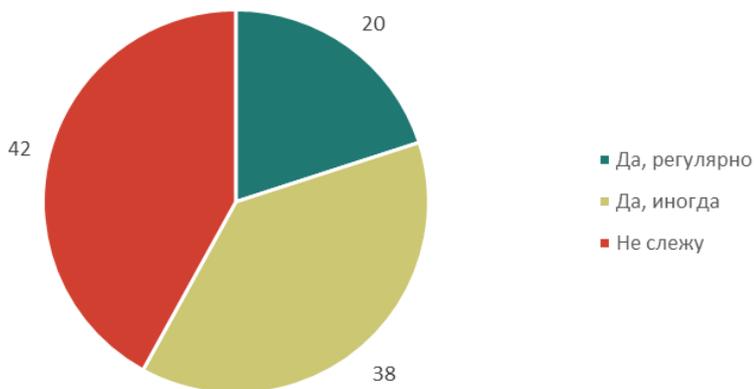


Рис. 2. Вы следите за курсом доллара к рублю или нет?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



ВСТРЕЧАЕМ «ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ»¹

30 июля 2023 г.

Российская экономика продолжает уверенно шагать в цифровое будущее: 1 августа в стране вступил в силу закон о новой форме денег — цифровом рубле. Пока его тестирование проходит на клиентах российских банков, но уже в скором времени совершить перевод и оплату товаров и услуг с помощью цифрорубля сможет каждый желающий. О том, что с 2025 г. в нашей стране планируется массовое внедрение цифрового рубля, знает каждый седьмой россиянин (15%); что-то слышали, но без подробностей, более половины опрошенных (55%). В общей сложности 70% наших сограждан информированы о введении цифрового рубля в России. Еще 30% впервые узнали о появлении третьей формы национальной валюты в ходе опроса.

Несмотря на то, что именно молодежь наиболее продвинута в использовании цифровых технологий, общая информированность о внедрении в России цифрового рубля выше в старших возрастных когортах (18-24 лет — 50%, 25-34 лет — 61%, 35-44 лет — 69%, 45-59 лет — 77%, 60 лет и старше — 76%).

О том, что цифровой рубль в ближайшее время попадает в массовое обращение, чаще знают мужчины (19% против 12% женщин), граждане с высшим или неполным высшим образованием (22%), работники коммерческих организаций (20% против 11% «бюджетников»), жители обеих столиц (25% против 8% сельчан) и предпочитающие интернет телевидению (19%) или гибридную модель медиапотребления (15% против 7% активных телезрителей).

Согласно результатам опроса, у значительной доли россиян пока не сформировалось понимание цели внедрения цифрового рубля: на вопрос о том, для чего он нужен, затруднился с ответом каждый второй (51%). Показатель ощутимо выше среди граждан с неполным средним образованием (75%) и активных телезрителей (71%). И хотя представители старшего поколения чаще других декларировали информированность о цифровом рубле, назвать его назначение в этой группе смогли лишь 37% (против 50% среди 18-24-летних).

В содержательных ответах о мотивах введения цифрового рубля преобладает позитив. Можно выделить следующие группы аргументов россиян в пользу новой разновидности национальной валюты:

- Прозрачность и безопасность денежных операций (22%, в том числе «контроль / возможность отслеживать движение средств» — 12%, «борьба с мошенничеством / воровством» — 6%, «безопасность / защита / надежность» — 4% и др.);
- Облегчение жизни пользователям (13%, в том числе «удобство / проще использовать» — 9%, «быстрота, скорость расчетов» — 2%, «пользоваться предпринимателям», «для расчетов, переводов, платежей» — по 1%);
- Экономический рост/прогресс (11%, в том числе «сокращение расходов / не нужно печатать бумажные деньги» — 3%, «поддержка, стабилизация экономики», «развитие технологий», «интеграция в мировую экономику», «стабилизация рубля» — по 2% и др.);

¹ Опрос проведен в рамках спецпроекта с деловым изданием «Ведомости».

- Альтернатива другим формам денег / валютам (8%, в том числе «вместо бумажных денег / уменьшить оборот наличных» — 3%, «альтернатива криптовалюты» — 2%, «дополнительная форма денег», «вместо иностранных валют» — по 1%).

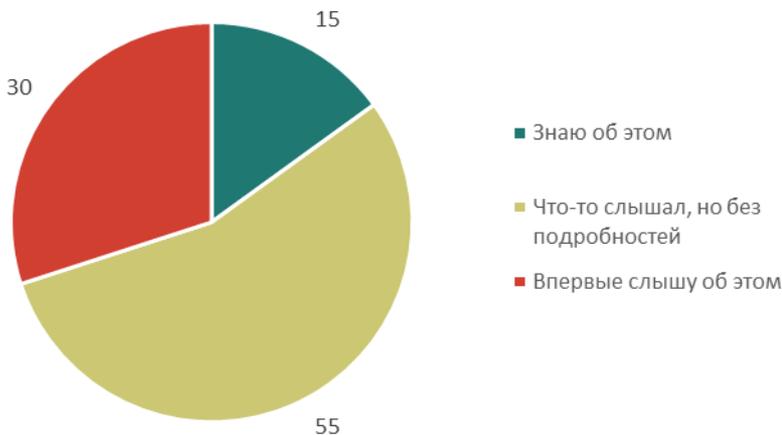
Только 8% россиян дали негативную оценку нововведению, отметив, что цифровой рубль — обман (3%), контроль и одурманивание населения (по 2%), цифровое рабство (1%).

Слабое понимание целей внедрения современной разновидности рублей сопровождается нежеланием попробовать цифровой аналог наличных. В ходе июльского опроса об этом заявили 58% наших сограждан, а среди представителей старшего поколения 60+ лет — в 1,3 раза больше (79%). Интерес к новому средству оплаты проявляют 30%, тогда как каждый восьмой пока затруднился с ответом (12%).

Желание воспользоваться цифровым рублем в первую очередь присуще молодежи (53% 18-24-летних и 50% 25-34-летних против 12% среди респондентов старше 60 лет), такой ответ также чаще звучал от мужчин (33% против 27% женщин) и активных интернет-пользователей (39% против 11% среди активных телезрителей).

Чем выше уровень образования и материального положения, тем выше интерес к цифровому рублю. 42% россиян, оценивающих свой достаток выше среднего, хотели бы воспользоваться «новым рублем» (против 21% среди недовольных своим материальным положением), а среди высокообразованных — 36% (против 24-29% среди россиян со средним специальным образованием и ниже).

**Рис. 3. Вы следите за курсом доллара к рублю или нет?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)**



ОБРАЗ ЖИЗНИ

ПО МАГАЗИНАМ? ТРЕНДЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ — 2023	212
ОБУЧЕНИЕ ДЛИННОЮ В ЖИЗНЬ	215

ПО МАГАЗИНАМ? ТРЕНДЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ — 2023²*8 июля 2023 г.*

Розничная торговля за последние годы переживала трудности — ограничительные, карантинные меры, долгие периоды самоизоляции граждан, уход одних брендов и приход других. При этом активное развитие переживает онлайн-шопинг, который составляет все большую конкуренцию привычным форматам торговли «через прилавок». Как показал опрос, в общей сложности с разной периодичностью посещают торговые центры 71 % россиян (2018 г. — 75 %). За пять лет доля россиян, посещающих торговые центры раз в месяц и чаще, не изменилась — и сегодня, и в 2018 г. она составляла 53 %. При этом доля тех, кто не посещает торговые центры, выросла за пять лет на 6 п. п. (2023 г. — 29 %, 2018 г. — 23 %). Такие результаты могут говорить как о том, что торговые центры «достигли потолка» своей аудитории, так и о том, что покупатели по каким-то причинам ограничивают себя в походах по торговым центрам, например экономят, и поэтому аудитория не растет. Также это может указывать и на то, что покупательская активность не снизилась или даже подросла, но перетекла в онлайн.

Типичный ежемесячный посетитель ТЦ (посещает раз в месяц и чаще) — мужчина (61 % против 46 % женщин), преимущественно молодого возраста до 35 лет (64—67 % против 38 % среди тех, кто старше 60 лет), с неполным высшим или высшим образованием (61 %), с хорошим материальным положением (61 % против 41 % в группе с плохим материальным положением), житель одной из столиц или крупного города (68 % и 60 % соответственно против 42 % и 40 % среди жителей населенных пунктов с численностью населения до 100 тыс. чел. и жителей сел), активный пользователь интернета (60 % против 33 % среди «телезрителей»).

Типичный россиянин, не посещавший ТЦ за последний год — женщина (32 % против 25 % мужчин), преимущественно старше 60 лет (48 % против 12 % среди 18—24-летних), с образованием на уровне среднего специального и ниже (49—37 %), с плохим материальным положением (36 % против 26 % в группе с хорошим материальным положением), жительница населенных пунктов с численностью населения до 100 тыс. чел. или жительница села (38 % и 46 % соответственно против 15 % в Москве и Санкт-Петербурге), активный потребитель телевидения (60 % против 18 % среди тех, кто предпочитает интернет).

Современный торговый центр — это не только возможность шопинга, здесь можно посетить кафе или ресторан, организовать досуг себе и детям, встретиться с друзьями, позаниматься спортом, сходить в кино и многое другое. Как показало исследование, покупка продуктов и товаров длительного пользования остается главным мотивом посещения торговых центров — 71 % и 65 % соответственно.

² Опрос проведен в рамках спецпроекта с РИА Новости.

Сильно отстает общепит, которым пользуются 39% посетителей торговых центров. Далее следует «развлекательный кластер» — кино (26%), детские комнаты (25%), встречи с друзьями (23%), развлекательные мероприятия (11%). Условно «полезные» форматы проведения времени в торговом центре называют гораздо реже: 9% занимались спортом или фитнесом, 6% заходили на образовательные мероприятия.

Последний год для розничной торговли в целом и торговых центров в том числе стал особенно непростым в силу ухода ряда брендов. При этом большая часть посетителей ТЦ не заметили, чтобы ассортимент товаров как-либо изменился за последние полгода (61%), 23% отметили, что ассортимент стал беднее, а 10%, напротив, увидели, что выбор товаров стал богаче. О том, что выбор стал хуже, чаще других говорят 25-34-летние (36%), активные пользователи интернета (34%), аудитория с неполным высшим и высшим образованием (31%) и те, кто имеет плохое материальное положение (34%). Чем больше размер населенного пункта, тем чаще опрошенные сетуют на недостаточный ассортимент — 14% на селе и 31% в обеих столицах.

Каждый второй посетитель торгового центра (49%) отметил, что сегодня здесь можно найти большинство товаров, еще 42% — что можно найти любой товар. Еще 6% отмечают дефицит многих товаров (среди 25-34-летних — 13%).

**Рис. 1. За последний год Вы посещали или не посещали крупные торговые центры?
Если Вы их посещали, то в среднем как часто?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных), 2018 и 2023 гг.**

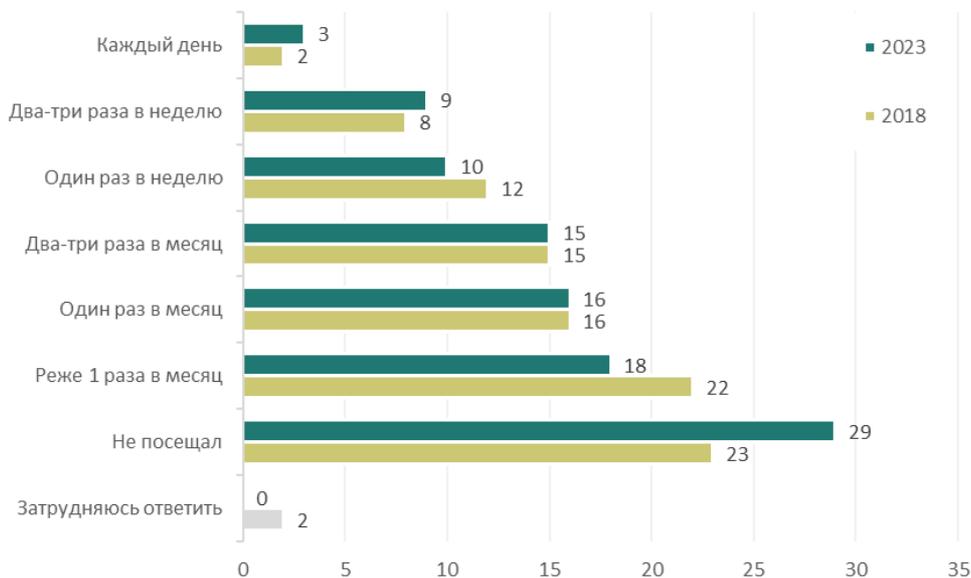
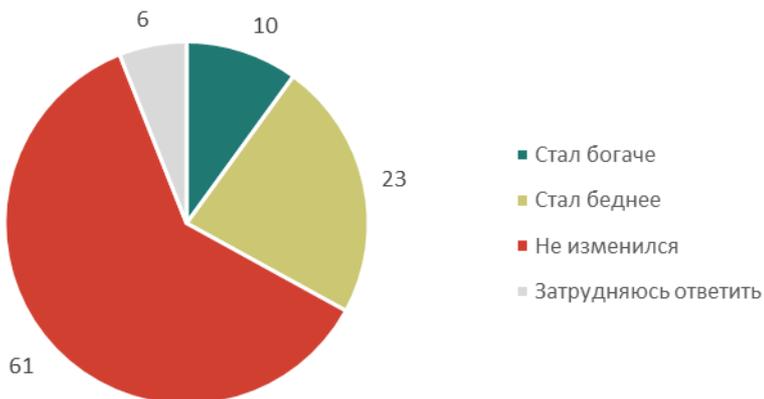


Рис. 2. **Как, по-Вашему, изменился ассортимент товаров в торговых центрах за последние полгода? Стал богаче, беднее или не изменился?**
(закрытый вопрос, один ответ, % от тех, кто посещал ТЦ за последний год)



ОБУЧЕНИЕ ДЛИНЮЮ В ЖИЗНЬ

18 августа 2023 г.

Рынок труда активно меняется вслед за развитием технологий. Помимо высокой квалификации он требует от работников готовности актуализировать знания, осваивать новые навыки или вовсе менять сферу деятельности.

Абсолютное большинство россиян убеждены, что для карьерного роста необходимо регулярно повышать свою квалификацию (92%), с 2019 г. доля сторонников этой позиции не изменилась (2019 г. — 93%). В наши дни ее с одинаковой частотой разделяют мужчины и женщины (91% и 93% соответственно), молодежь и старшее поколение (90-92% среди 18-34 летних и 92% в группе старше 60 лет), жители обеих столиц и сел (93% и 94% соответственно). При этом чем выше уровень образования и достатка, тем чаще россияне признают важность непрерывного обучения для продвижения по карьерной лестнице. В группе высокообразованных согласны с утверждением 94% (против 85% среди имеющих неполное среднее образование), в группе материально обеспеченных — 93% (против 88% среди «бедных»).

Дополнительное профессиональное образование стало более востребовано среди россиян за последние 15 лет: доля имеющих опыт профессиональной переподготовки после завершения основного образования выросла за этот период с 41% до 49%. Более четверти опрошенных проходили курсы повышения квалификации один-два раза (28%), каждый пятый — более трех раз (21%, 2008 г. — 15%). То есть основной вклад в прирост показателя внесли те, кто имеет многократный опыт профессиональной переподготовки. Ни разу не обновлял профессиональные знания после завершения основного образования каждый второй опрошенный (50%, 2008 г. — 55%), среди молодежи 18-24 лет и россиян с неполным средним образованием таких большинство (83% и 92% соответственно), возможно, потому что мало кто из них успел накопить достаточный профессиональный опыт, чтобы возникла потребность в повышении квалификации.

Рост интереса россиян к курсам повышения квалификации едва ли обусловлен нехваткой знаний и навыков для успешного выполнения своих профессиональных обязанностей — как и 15 лет назад, их считает достаточными каждый второй опрошенный (51%, 2008 г. — 47%), в том числе каждый пятый убежден в этом в полной мере («безусловно достаточно») — 22%. Заявили об обратном еще 14% (2008 г. — 14%). Чаще других нехватку профессиональных знаний и навыков испытывают молодые люди 18-24 лет (22%), что в целом неудивительно — многие в этом возрасте только получают высшее образование или устраиваются на первое место работы. Еще 35% россиян ответили, что в настоящее время не работают.

Максимум уверенных в своей квалификации пришелся на работников бюджетных организаций (86% против 78% среди трудоустроенных в коммерческом секторе). Показатель также выше среди мужчин (60% против 45% женщин), граждан активного трудоспособного возраста (65-70% среди 25-59-летних) с высшим и неоконченным высшим образованием (63%) и хорошим материальным положением (65%).

На сегодняшний день более половины наемных работников довольны организацией обучения на рабочем месте (61%), еще 12% ответили, что предостав-

ляемая работодателем возможность получить дополнительные знания и навыки не удовлетворяет их запросы. В общей сложности 73 % работающих в найме россиян могут пройти профессиональное обучение за счет работодателя. Не имеют такой возможности 23 %.

Удовлетворенность предоставляемым работодателем обучением выше среди россиян моложе 45 лет (18-24 лет — 68 %, 25-44 лет — по 65 %), со средним специальным образованием и выше (61-64 %) и высоким достатком (74 %).

Рис. 3. Вы согласны или нет с тем, что для карьерного роста необходимо регулярно повышать свою квалификацию, непрерывно заниматься обучением? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных), 2019 и 2023 гг.

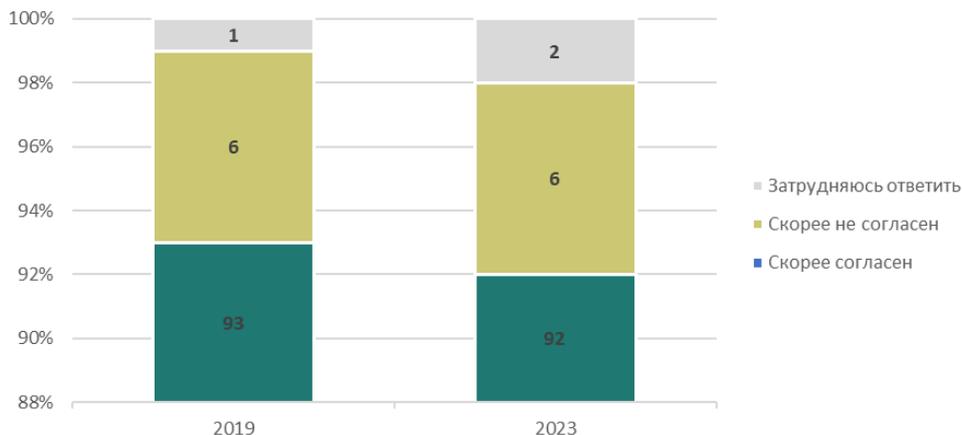


Рис. 4. Проходили ли Вы после завершения основного образования профессиональную переподготовку, курсы повышения квалификации с тех пор? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

