

Az NFSZ ismertségének, a felhasználói csoportok elégedettségének vizsgálata

Készült: a TÁMOP 1.3.1. kódszámú kiemelt projekt 3.2.
alprojektjének keretében a TÁRKI Zrt. kutatásaként

Összefoglaló tanulmány

LEKTORÁLTA: DR. BERKI ERZSÉBET

Budapest, 2011. december 15.

A kutatást a TÁRKI Zrt. 2011. október-decemberében a
Foglalkoztatási Hivatal megrendelésére készítette

AZ ELEMZÉST KÉSZÍTETTE: **MELLES ÁGNES**

TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt.
1112 Budapest, Budaörsi út 45.
Tel.: 309 7676, Fax: 309 7666
E-mail: tarki@tarki.hu
Internet: www.tarki.hu

Kutatási összefoglaló

1.1 A feladat

A Társadalmi Megújulás Operatív Program 1.3.1. projektjének 3.2. alprojektjén belül egy hármas célt kitűző kutatási pályázat került kiírásra. A projekt egyrészt a Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat magyar társadalomban és gazdaságban való ismertségének, a munkaerő-közvetítési piacon megszerzett piaci részesedésének, illetve az NFSZ munkájával, tevékenységével való elégedettségnek a mérését célozta. A pályázat kiírásának, illetve az ez alapján megvalósuló projektnek a fő célkitűzése tehát nem más, mint az NFSZ tevékenységének megítéléséről elsősorban empirikus úton adatokat, információkat gyűjteni, majd ezeket az egyéb forrásokból rendelkezésre álló ismeretekkel összevetni, értelmezni és egységes keretbe illeszteni.

A pályázat harmadik hullámának adatfelvételére és annak a korábbi eredményekkel való összevetésére a Tárki Zrt. kapott lehetőséget. A korábban az Ipsos Zrt. által megvalósított, 2010 márciusában, majd 2010 decemberében-2011 januárjában történt reprezentatív lakossági és vállalati felmérést 2011 novemberében követte a Tárki Zrt. által vezetett felmérés – ezen megkérdezések alkotják azt az alapvető információs bázist, ami alapot ad részben az NFSZ/ÁFSZ tevékenységének értékelésére, részben e tevékenység javítására tett javaslatok megfogalmazására.

A tanulmány szerkezete az alábbi:

- Az összefoglaló fejezet szintetizálja a kutatás eredményeit.
- Ezután a lakossági felmérések eredményeit és az ezekből levonható fő következtetéseket mutatjuk be.
- Ezt követi a vállalkozások körében végrehajtott felmérések eredményeinek közreadása.

A tanulmányról rövid magyar és angol nyelvű összefoglaló is készül.

A kutatás időtartama alatt elkezdődtek a változások a felmérést érintő szervezeti háttérben. Új jogszabály (315/2010. (XII. 27.) Korm. rendelet) alapján, megváltozott elnevezéssel (Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat) működik a szervezet. Az első két hullám során a működési háttér alakítása még nem befolyásolhatta a piac szereplőinek ítéletét, jelenleg azonban számításba kell vennünk, hogy a szervezeti átalakítások már érezhetőek az ügyfelek körében is, az értékelés során többször utalunk erre a körülményre.

1.2 A kutatás során végzett felmérések főbb eredményei

A kutatás keretein belül megvalósított empirikus adatfelvétel során a 16-62 év közötti népességből a harmadik hullám során 5098 fős minta került megkérdezésre, akik nemre, korra és régióra reprezentatívak voltak. A munkáltatói minta nagysága szintén 5000 feletti volt (5069) és a korábbi kutatási hullámokhoz képest változott valamelyest a minta szerkezete. Korábban az 5 főnél nagyobb foglalkoztatók köréből merítettek, a reprezentativitás körükben vonatkozott ágazatra, vállalati méret nagyságra és régióra, illetve igyekeztek az egyéni vállalkozások, illetve kis- és mikrovállalkozások minél szélesebb körű bevonására. A 3 hullám vállalati mintája készítésekor kiemelt cél volt, hogy a minta megoszlása a szervezeti méret szerint a lehető legjobban tükrözze a nemzetgazdasági arányokat.

1.2.1 Ismertség

A vállalatok körében általában nagyobb ismertségnek örvendtek - a felmérés mindhárom hullámában - a munkaügyi intézményrendszer egyes elemei, mint a lakossági válaszadók körében. Az NFSZ/ÁFSZ szervezeti egységei közül legtöbben (a lakosság 84-88-73, a vállalatok 94-98-89%-a) a regionális, illetve megyei munkaügyi központokról hallottak – ezek tehát a munkaügyi rendszer legáltalánosabban ismert intézményei. Az előző két hullámhoz képest csökkenést tapasztaltunk mind a lakossági, mint a vállalati ismertségi mutatókban. Meglehetősen ismertek még a területileg illetékes kirendeltségek is (69-77-69 illetve 80-79-82%), e szervezet esetében csak a lakosság körében csökkent a szervezetet ismerők aránya. A regionális képző központokról már jóval kevesebben (57-59-46 és 69-72-64%-nyian) tudnak, és a korábbiakhoz hasonlóan itt is mindkét vizsgált csoportban csökkent az ismertség.

A Foglalkoztatási (és Szociális) Hivatallal kapcsolatban korábban is csak kevesebben, minden harmadik válaszadó hallott, mind a lakossági, mind a vállalati körben. A harmadik hullámban valamelyest megváltozott az ismertség belső megoszlása: míg a lakosság körében egy erőteljes csökkenést, addig a vállalatok körében egy hasonló mértékű növekedést mértünk az ismertségben. A többi szervezethez képesti alacsonyabb ismertség köszönhető többek között annak, hogy az FH-val/FSZH-val a piaci szereplők, főképpen a lakosság közül csak kevesen kerülnek konkrét, közvetlen kapcsolatba, erről az intézményről szóló ismereteik jórészt áttételesek.

Az ismertség és a munkaügyi intézményrendszerrel meglévő kapcsolatok összefüggnek: azok a magánszemélyek és vállalkozások, akik már kapcsolatba kerültek ezzel, általánosságban tájékozottabbak, mint a kapcsolatba nem kerültek.

1. táblázat

Az egyes szervezeti egységek ismertsége hullámonként
(az egyes szervezeti egységekről hallók százalékos aránya)

	1. hullám (2010. 03.)	2. hullám (2010. 12.)	3. hullám (2011. 11.)
<i>Regionális/Megyei Munkaügyi Központ</i>			
Lakossági	84	88	73
Vállalati	94	98	89
<i>Területileg illetékes kirendeltség</i>			
Lakossági	69	77	69
Vállalati	80	79	82
<i>Regionális Képző Központok</i>			
Lakossági	57	59	46
Vállalati	69	72	64
<i>Foglalkoztatási (és Szociális) Hivatal</i>			
Lakossági	34	33	20
Vállalati	34	29	44

Mindkét megkérdezett piaci szereplő körében igaz, hogy a munkaügyi központokat és a területileg illetékes kirendeltségeket nemcsak többen, de jobban is ismerik, mint az NFSZ másik két szervezeti egységét.

Az első két mérési időpont között az ismertség alaposságának mértéke minimálisan esett vissza, a harmadik mérési szakaszban már nincs általános tendencia, találunk olyan metszeteket, ahol az ismeretek nagymértékben váltak felszínessé (például az FH vállalati, valamint a munkaügyi központok lakossági ismertsége esetében), illetve olyanokat, ahol nagyobb mértékű javulást láthatunk (illetékes kirendeltségek vállalati ismertsége tekintetében). Az eredményeket nagymértékben befolyásolják a közelmúltban lezajlott szervezeti átalakítások, az egyes szervezetek feladatkörének és illetékességének változtatásai, melyekkel kapcsolatban a válaszadók csak többé-kevésbé vannak tisztában.

2. táblázat

Az egyes szervezeti egységek ismertségének mértéke hullámonként

(az érdemi válaszok átlaga;

1=egyáltalán nem ismeri, 10=teljes mértékben ismeri;
azok körében, akik hallottak az egyes szervezeti egységekről)

	1. hullám (2010. 03.)	2. hullám (2010. 12.)	3. hullám (2011. 11.)
<i>Foglalkoztatási (és Szociális) Hivatal</i>			
Lakossági	4,6	4,6	4,2
Vállalati	5,5	4,7	3,6
<i>Regionális/Megyei Munkaügyi Központ</i>			
Lakossági	5,8	5,3	4,0
Vállalati	5,9	5,9	5,4
<i>Területileg illetékes kirendeltség</i>			
Lakossági	5,8	5,5	4,8
Vállalati	6,1	5,4	6,1
<i>Regionális Képző Központok</i>			
Lakossági	4,8	4,6	3,8
Vállalati	5,6	4,1	4,4

Az NFSZ tevékenységéről szóló **információk legfontosabb forrásairól** a lakosság és a vállalatok válaszaiból némileg eltérő kép bontakozik ki. **A lakosság számára a legfontosabb hírforrás a közvetlen kapcsolati háló**, azaz a barátok és ismerősök köre¹ mindhárom hullámban. Ezt követi az országos sugárzású televíziók, majd az internet következik. A pozíciók az első három helyen a három mérési hullámban nem változtak. A harmadik hullámban viszont már jelentősebb az országos rádiók tájékoztató szerepe, mint saját tapasztalatból szerzett információ.

A cégek számára az NFSZ/ÁFSZ szervezeti egységeiről szóló információk elsődleges forrásai az internet és az egyéb források voltak mindhárom hullámban. A helyi média korábban viszonylag lényeges információ-közvetítési szerepét a harmadik hullámban átvette a televízió, ám a nyomtatott sajtónak hasonló szerepe van, mint korábban.

Az országos napilapokból és országos sugárzású televízióban leginkább az FH tevékenységéről lehet információt szerezni, a többi szervezet esetében a helyi napilapok kapnak jobban szerepet az információk átadásában.

A fentiekből már egyenesen következik, hogy **a lakosság által leggyakrabban alkalmazott álláskeresési stratégia a személyes kapcsolati háló mozgósítása**, azaz a család, barátok és ismerősök révén történő álláskeresés. A személyes kapcsolatok szerepe egyre nő, a harmadik hullámban szinte nem volt olyan válaszadó, aki ne említett volna ezt. Emellett egyre elterjedtebb a munkáltatóknál történő önálló jelentkezés gyakorlata, valamint a helyi

¹ Ez a tényező a vállalati kérdőívben nem szerepelt.

megjelenésű újságok állást kínáló hirdetéseire történő jelentkezés is. A második és harmadik mérés időpontjára egyre erősödött a területileg illetékes kirendeltségek igénybe vétele és az interneten folytatott önálló álláskeresés is. A kirendeltségeken való jelentkezés összefüggésben van a munkaerőpiac erősödő feszültségeivel, illetve a kormányzat beígért szigorító lépéseivel is.

A lakosság jól érzékeli valós lehetőségeit, hiszen **a magyar vállalati szférában a szükséges munkaerő biztosításának legfontosabb módja a személyes kapcsolatok útján történő felvétel. A internet felhasználása is kölcsönös, a lakossághoz hasonlóan a cégek eszköztárában is egyre kiemeltebb szerepet tölt be. A hirdetések feladásán keresztül történő toborzás** egyre csökkenő hatékonyságú: már a korábbi két hullám között is kisebb mértékű volt az igénybevétele, a mostani felmérésben alig 10%-nyian veszik igénybe ezt a lehetőséget.

A munkaerőpiac szerény befogadóképességének időszakában ez tipikusnak tekinthető, számos társadalomkutató felhívta a figyelmet a kapcsolati tőke kiemelt szerepére a munkaerőpiacon történő mozgások esetében is.

3. táblázat

Álláskeresési preferenciák a lakosság körében

(„mindenképpen” válaszok százalékos megoszlása hullámonként; a stratégiák a 3. hullám „mindenképpen” válaszai gyakorisága szerint csökkenő sorrendben)

	1. hullám (2010. 03.)	2. hullám (2010. 12.)	3. hullám (2011. 11.)
Személyes kapcsolataim (család, barátok, ismerősök) segítségével keresnék állást	81	82	93
Önállóan jelentkeznék olyan cégeknél, amelyekről úgy gondolom, hogy tudnának foglalkoztatni engem	68	75	83
Jelentkeznék helyi megjelenésű újságok álláshirdetéseire	61	61	70
Jelentkeznék a területileg illetékes munkaügyi kirendeltségen	57	65	67
Jelentkeznék internetes álláshirdetésre	45	46	57
Regisztrálnék internetes álláskereső, állásközvetítő oldalakon	42	43	40
Jelentkeznék országos megjelenésű újságok, folyóiratok álláshirdetéseire	33	36	37
Hirdetést adnék fel helyi megjelenésű újságokban	25	27	27
Jelentkeznék magán munkaközvetítőknél	23	22	26
Jelentkeznék fejevadász cégeknél	16	15	16
Hirdetést adnék fel országos megjelenésű újságokban, folyóiratokban	13	14	12

A munkaerő biztosításának módjai a vállalatok körében
(százalékos arányok)

	<i>Az NFSZ szolgáltatásait veszi igénybe</i>	Hirdetést ad fel	Spontán jelentkezőket vesz fel	Magánmunkaerő-közvetítők szolgáltatásait veszi igénybe	Fejvadász céget vesz igénybe	Interneten keres	Személyes kapcsolatok alapján vesznek fel
3. hullám							
Segédmunkás, betanított munkás	3	8	4	0	0	25	58
Szakmunkás, mester	3	12	3	0	1	35	48
Középfokú végzettségű ügyviteli dolgozók	4	13	2	1	1	30	50
Beosztott diplomás ügyintézők	2	10	2	1	2	25	56
Középvezető	2	6	1	1	2	17	65
Felső vezető	1	4	0	1	2	16	65
2. hullám							
Segédmunkás, betanított munkás	26	27	16	0	0	5	53
Szakmunkás, mester	6	30	4	1	0	5	61
Középfokú végzettségű ügyviteli dolgozók	6	35	7	1	0	9	52
Beosztott diplomás ügyintézők	5	32	4	2	3	9	47
Középvezető	2	23	2	4	4	5	41
Felső vezető	2	20	2	3	6	4	39
1. hullám							
Segédmunkás, betanított munkás	21	34	17	4	1	5	40
Szakmunkás, mester	15	35	11	5	2	8	42
Középfokú végzettségű ügyviteli dolgozók	12	40	7	3	7	9	42
Beosztott diplomás ügyintézők	8	40	7	7	12	11	40
Középvezető	6	36	10	3	13	10	39
Felső vezető	4	33	3	1	12	5	37

A lakosság az intézményes segítséggel történő álláskeresés terén továbbra is egyértelműen leggyakrabban a munkaügyi kirendeltségek szolgáltatásait veszi, venné igénybe. Ennek említési gyakorisága jelentősen megelőzi akár a magán munkaerő-közvetítők, akár a fejtámasz cégek megfelelő adatait.

A vizsgált populáció 6% jelenlegi is igénybe veszi az NFSZ szolgáltatásait, míg további 11% ugyan jelenleg nem, de az elmúlt három évben igénybe vette azokat.

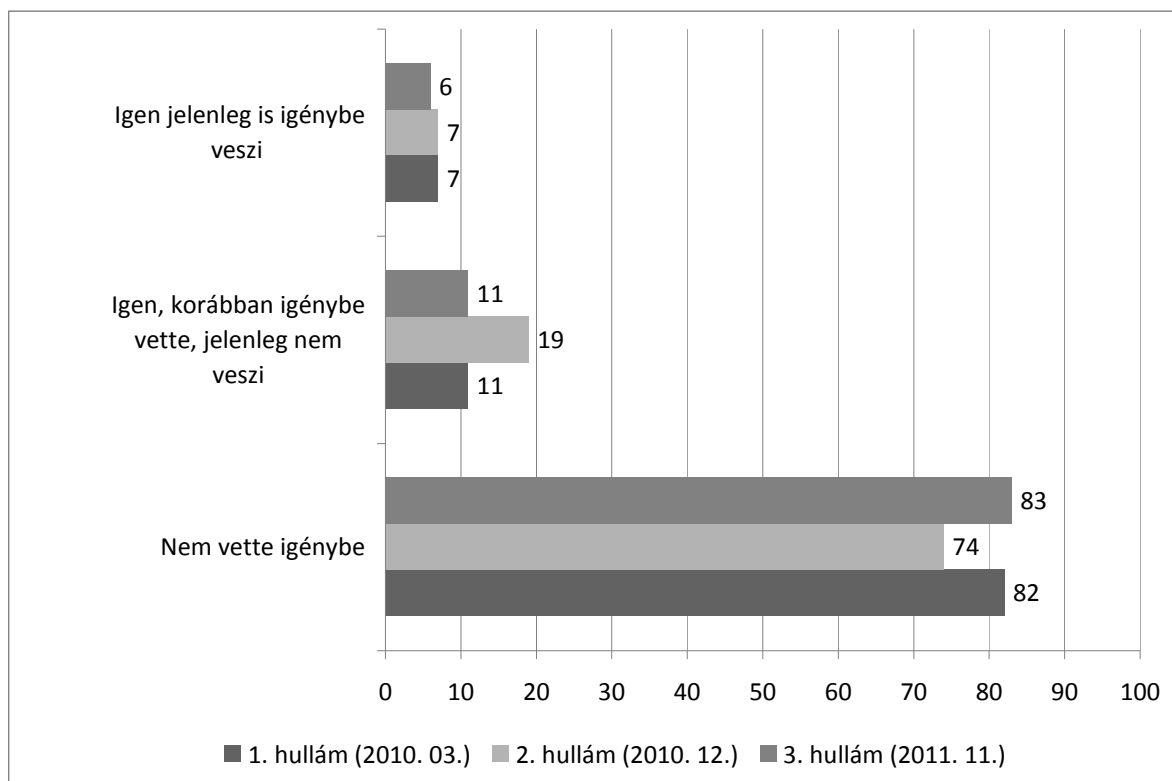
Az előző számbavételhez képest valamelyest csökkent azok aránya, akik a szolgáltatásokat a kérdés időpontjában igénybe vették, és azoké is, akik úgy nyilatkoztak, hogy a megelőző 3 évben igénybe vették. Az első hullámban mért eredményekkel azonban megegyezik azok aránya, aki az elmúlt három évben igénybe vették az NFSZ szolgáltatásait, de jelenleg nem.

Az átlagérték mögött nagyok a különbségek. Az NFSZ munkaerő-piaci közvetítő szerepe elsősorban a segéd-, a betanított és szakmunka esetében jelentős, s lényegében „befejeződik” a középfokú végzettségnél. A felsőfokú végzettségűek NFSZ általi elhelyezése tulajdonképpen csak az elmúlt években indult meg a felsőfokú tanintézetek megnövekedett kibocsátása, a növekvő diplomás munkanélküliség nyomán, e tevékenység még kialakulóban van.

1. ábra

Az NFSZ/ÁFSZ (munkaügyi kirendeltség) szolgáltatásainak igénybevétele a lakosság körében

(válaszok százalékos megoszlása)

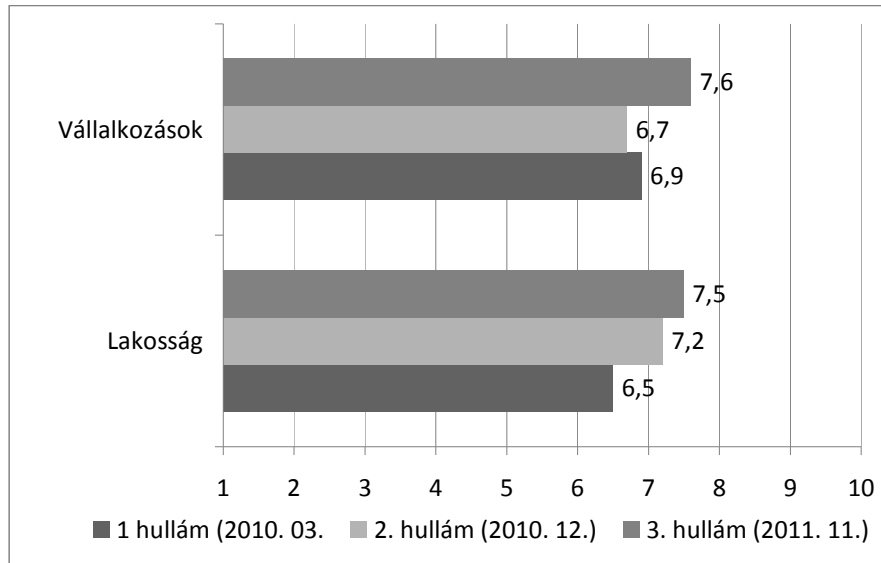


1.2.2 Elégedettség

A felmérések során vizsgáltuk a piaci szereplők elégedettségét az NFSZ által nyújtott szolgáltatásokkal, a kirendeltségek munkatársainak tevékenységével kapcsolatosan, s ezekből egy összesített elégedettségi mutatót számoltunk, illetve összevont ügyfél-elégedettségi indexet képeztünk.

2. ábra

A piaci szereplők elégedettsége az NFSZ-től/ÁFSZ-től igénybe vett szolgáltatásokkal (1-10-es skálán)

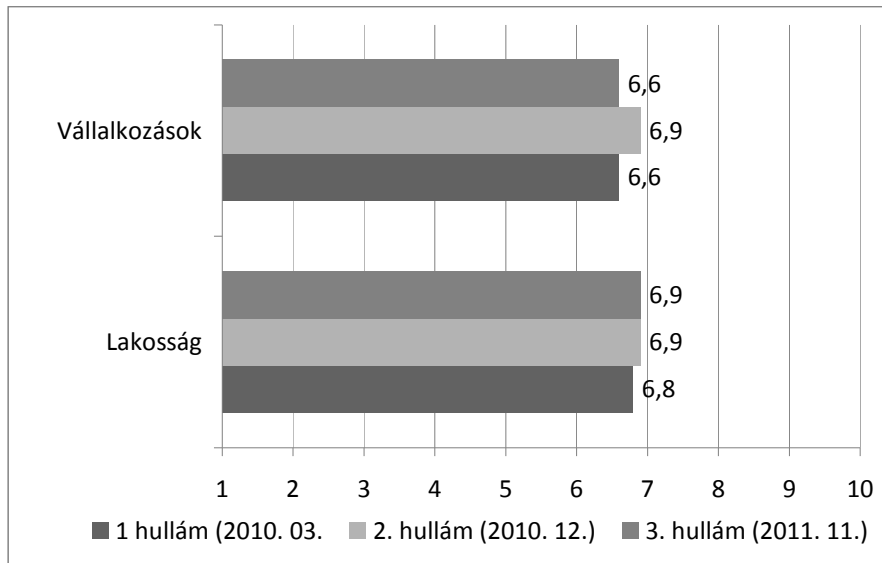


Az első hullám adatfelvétele a válság mélypontján történt. A vállalkozások munkahely megőrzési tevékenységének törekvéseit azon foglalkoztattak érzékelhették, akik még állományban voltak. A nagyszámú munkanélkülivé vált kör viszont az NFSZ-nél jelent meg segítséget remélve. Végül is az első hullámban mért lakossági elégedettség kedvezőnek tekinthető, különösen a fentiek ismeretében. A második hullámban mért magasabb lakossági elégedettségben két tényező játszhat szerepet. Egyfelől a 2010. év folyamán valamelyest bővült az elsődleges munkaerőpiac kereslete az első negyedéves mélyponthoz képest, másfelől dinamikusabban növekedett a támogatott foglalkoztatás mértéke – főként az „ÚT a munkához” program jóvoltából. A munkalehetőségek bővülése meglátszik a lakossági elégedettségi mutatón is, ami természetesen összességében fejezi ki a piaci szereplők megítélését, nem csak a munkaközvetítői tevékenységre vonatkozik, de az utóbbi nagy súlyt képez benne.

A harmadik hullám esetében az NFSZ szolgáltatásaival való elégedettség további növekedését tapasztaltuk, annak ellenére, hogy a gazdasági körülmények nem javultak, nagy a bizonytalanság. A vállalati elégedettség korábbi negatív irányú változása megfordult, jelentős javulás állt be. A kedvezőbb megítélésben szerepet játszhat, hogy az érintettek megfelelően ítélik a szervezeti átalakulásokat, még ha konkrétan nem is látják át azt minden részletében.

3. ábra

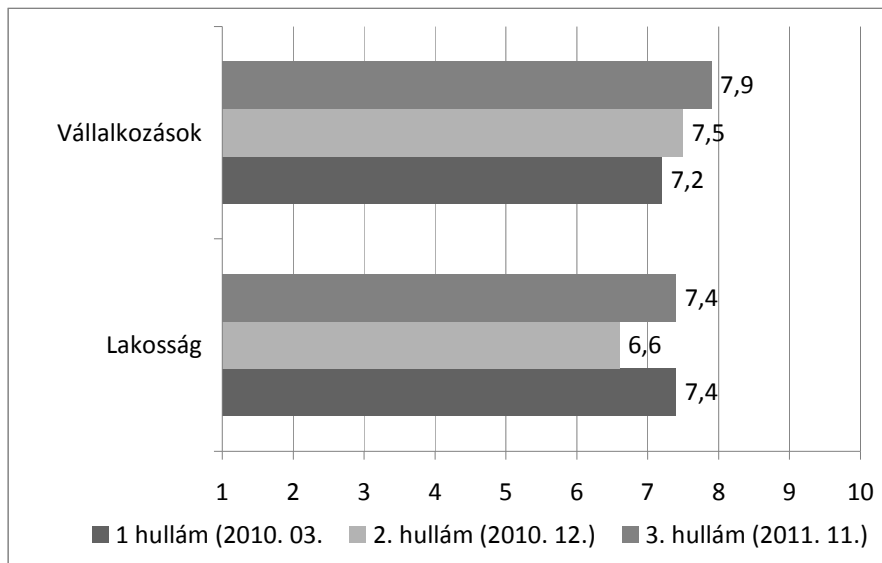
A piaci szereplők elégedettsége a kirendeltségek tevékenységével
(1-10-es skálán)



A piac szereplői stabil, a közepesnél mindenképpen nagyobb elégedettséget juttattak kifejezésre a kirendeltségek munkájával kapcsolatban, ami azért fontos, mert elsősorban a kirendeltségekkel kerülnek napi kapcsolatba. A kirendeltségek tevékenysége testesíti meg a piaci szereplők számára a Szolgálat egészét. Ezen belül is kiemelten fontos a kirendeltség munkatársainak megítélése.

4. ábra

A piaci szereplők elégedettsége a kirendeltségek munkatársainak tevékenységével
(1-10-es skálán)

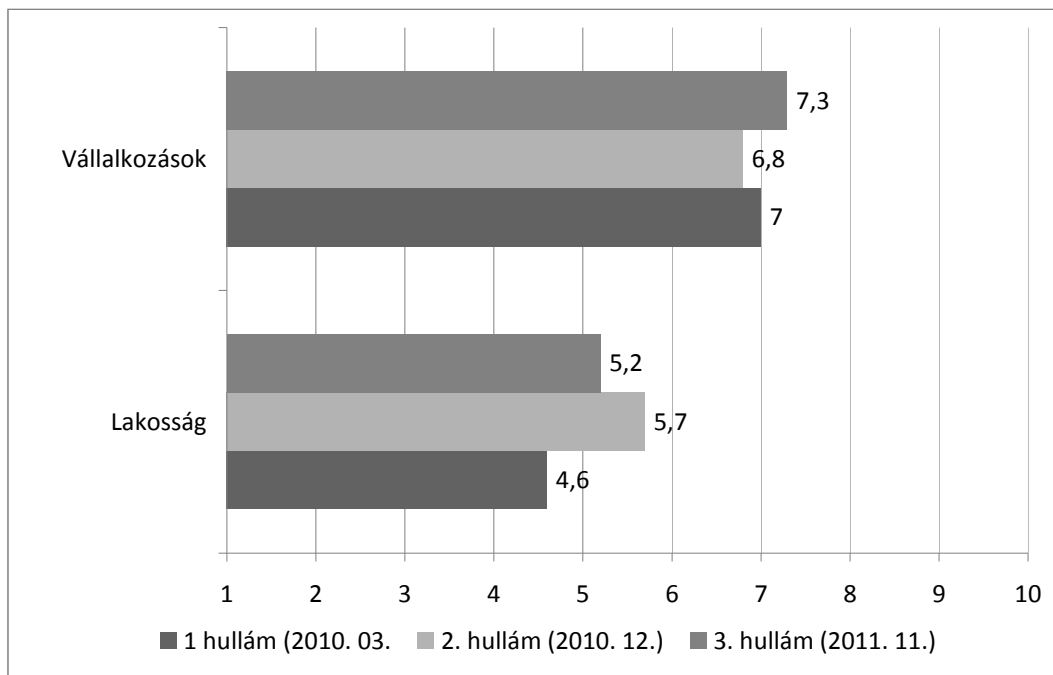


A munkatársak tevékenységével való elégedettség ugyancsak javult, mind a lakosság mind a munkaadók körében, a lakosság körében elérte, a vállalatoknál meg is haladta az első hullámban mért értékeket. A munkatársak alkalmazkodtak a megnövekedett munkamennyiséghez, az ügyintézés egyszerűsítése meggyorsította a munkát, és igaz, hogy egy ügyintézőre jutó ügyfélszám tartósan megnőtt, kevésbé érzik ezt kényelmetlennek az ügyfelek.

Az elégedettségi mutatók – mint az a tanulmány fejezeteiből látszik – számos részlemből állnak össze. Ezek közül kiemelten megmutatjuk a munkaközvetítéssel való elégedettséget, mert végül is a Szolgálat működésének legfőbb célja a munkaerő-kereslet- és kínálat egymásra találásának elősegítése, az összes többi tevékenység ezt szolgálja.

5. ábra

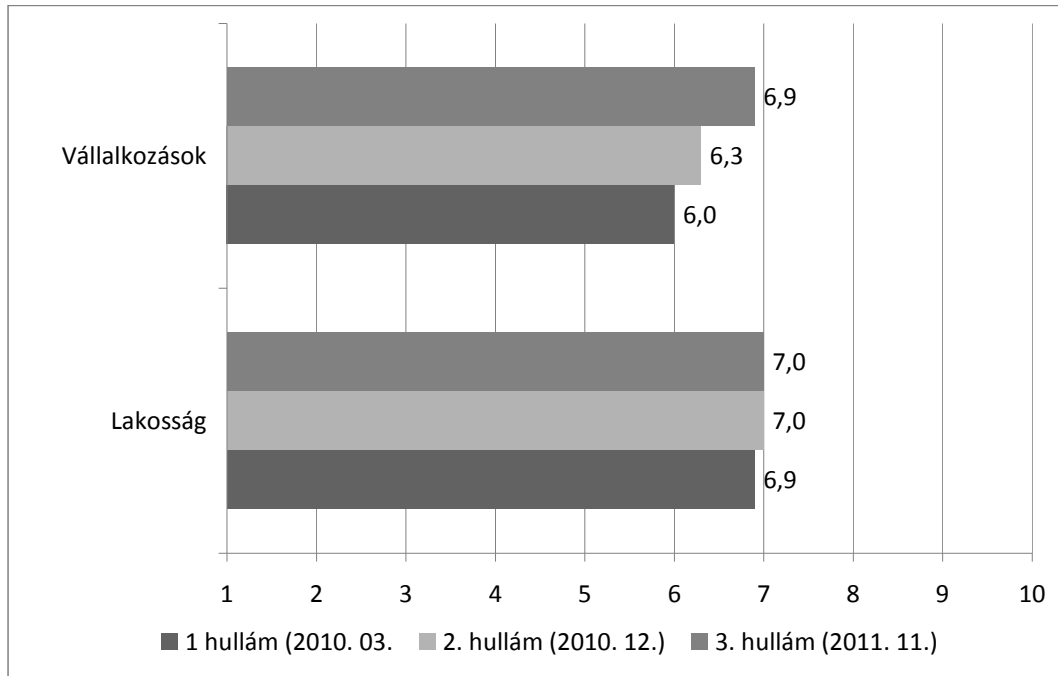
A piaci szereplők elégedettsége a kirendeltségek munkaközvetítői tevékenységével (1-10-es skálán)



A lakosság elégedettsége meg mindig meglehetősen alacsony a közvetítői tevékenységgel, vagyis itt mutatkozik meg az NFSZ legnagyobb problémája: a mennyiségében alacsony, de minőségében relatíve igényes kereslet és az ezzel szemben álló nagytömegű gyenge adottságokkal rendelkező kínálat közötti feszültség.

6. ábra

**A piaci szereplők összesített elégedettsége a
Nemzeti/Állami Foglalkoztatási Szolgálat tevékenységével
(1-10-es skálán)**

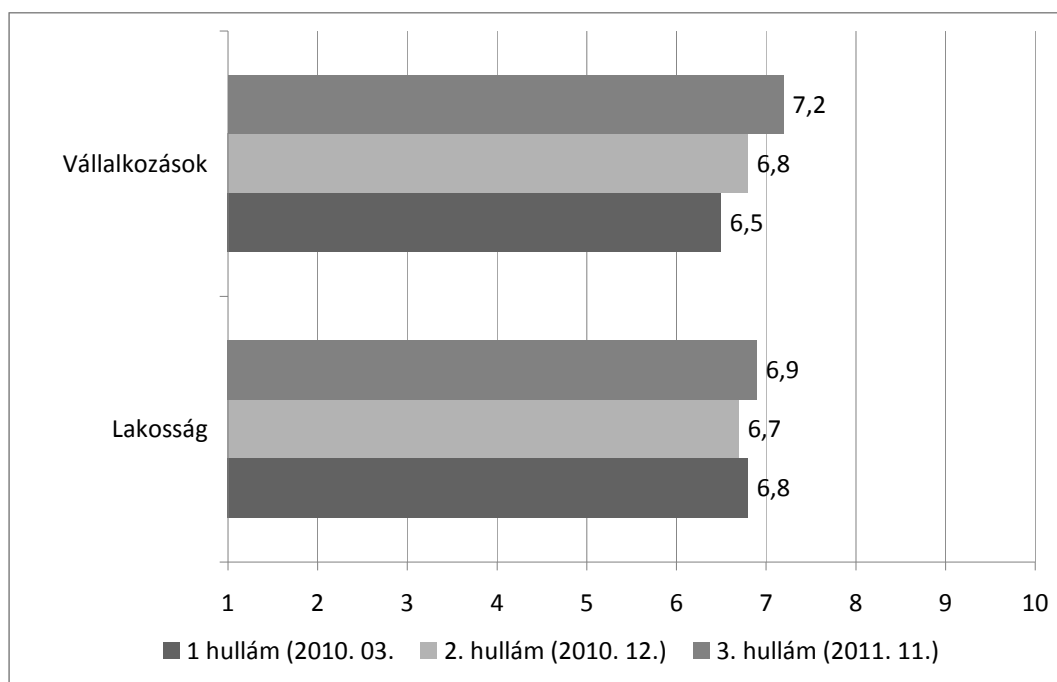


Az összesített adatok alapján képzett mutató stabil átlag feletti elégedettséget tükröz, ami sokra értékelhető eredmény, mert a mérések a krízis mélypontján kezdődtek és a második, illetve a harmadik hullám idején sem beszélhetünk a foglalkoztatási helyzet jelentős javulásáról. A jelentős elbocsátások mellett is megmaradt az elégedettség az NFSZ-szel, tehát összességében eleget tudott tenni a felmerült többlet igényeknek. A Szolgálat tevékenységével kapcsolatosan elhanyagolhatóan alacsony arányban merült fel panasz, mindössze a lakossági ügyfelek 4%-a élt kifogással ezzel kapcsolatban.

Az ügyfél-elégedettségi index is hasonlóan magas értékeket mutat, mint az előbbi mutató. Ez alapján elmondható, hogy a Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat jó színvonalú munkát végzett és végez a gazdasági krízis viszonyai között, meg tudott felelni a kihívásoknak, s ezt a piaci szereplők nagyra értékelték.

7. ábra

A piaci szereplők ügyfél-elégedettségi indexe (1-10-es skálán)



1.2.3 A felmérési eredmények összegzése

Az eredeti kutatási hipotézis azt feltételezte, hogy az elégedettség átlagos mértéke az induló időpontban 5,5, egy évvel később 6 lesz. A felmérés rávilágított, hogy a kutatók alábecsülték a piaci szereplőknek a Nemzeti/Állami Foglalkoztatási Szolgálat munkájával való elégedettségét. A két piaci szereplő megítéléséből átlagolt **összesített elégedettségi mutató már az első hullámban elérte a 6,5-öt, a második hullámban enyhe növekedést mutatva 6,8 volt, a harmadik hullámra pedig 7,0-át ért el.**

Az előbbi mutatónál több elemet magában foglaló ügyfél-elégedettségi index is hasonló egyre növekvő tendenciát mutat a három hullám során és kifejezi, hogy a különböző megközelítésben mért értékek „összetartanak”, illetve közel állnak egymáshoz.

Az indikátorok kijelölésekor, a tervezés időszakában még nem érződött a válság hatása, ezért is tartjuk értékesnek a piac elvártnál magasabb minősítését, mert ez azt bizonyítja, hogy krízis helyzetben is megfelelően ellátja feladatát az NFSZ/ÁFSZ.

A folyamatosan zajló szolgáltatásfejlesztési munkák hatásai egyre jobban érződnek, ez a harmadik hullámra egyértelműen látszik, annak ellenére, hogy az egyre nagyobb rétegeket érintő gazdasági nehézségek miatt a foglalkoztatási, munkanélküliségi folyamatok sokkal dominánsabbak.

Minden szempontot mérlegelve elmondható, hogy a Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat erőfeszítéseit a piaci szereplők kedvezően ítélték meg, az elégedettségi szint megőrzése, illetve további javulás elérése kemény munka elé állítja a szervezetet a jövőben.

1.3 Javaslatok

A kutatás eredményei alapján az alábbi javaslatok tehetők az ismertségi, elégedettségi felmérés további sorsát illetően:

A korábbi tanulmányra hivatkozva továbbra is kijelenthetjük, hogy a nemzetközi tapasztalatok arra hívták fel a figyelmet, hogy az EU országokban – az eltérő megoldások ellenére – elég általános a felmérések segítségével történő elégedettségi és ismertségi mérés. Ezek a mérések rendszeresek (gyakran évente több alkalommal is lebonyolítják) és sztenderdizált kérdőívek segítségével történnek. A felmérések lebonyolítója, az adatok értékelője lehet maga szervezet, de gyakran vesznek igénybe külső segítséget is. A nagy költségvetéssel működő, gazdagabb országok a kérdőíves felméréseket kiegészítik, más drágább módszerek alkalmazásával is.

A hazai viszonyok között lebonyolított három felmérés tapasztalatai alapján minimum programként javasolható, hogy a jövőben rendszeres formában kerüljön sor hasonló megkérdezésekre. A legcélszerűbb időtávnak továbbra is az évente egyszeri felmérés adódik. Minden mérés előtt hasznos áttekinteni a kérdőívek tartalmát, s amennyiben szükséges aktualizálni a kérdéseket. Az időbeli összehasonlíthatóság biztosítása érdekében fontos megőrizni azokat a „törzskérdéseket”, amelyek a mutatók kiszámításának alapját szolgálják. Ez mind technikai, mind tartalmi szempontból megfelelő módon járulhatna hozzá a munkaügyi intézményrendszer társadalmi-gazdasági beágyazottságának teszteléséhez annak érdekében, hogy e rendszer működési hatékonyságának javításához értelmes javaslatokkal lehessen hozzájárulni. Amennyiben a jövőben rendelkezésre állnak megfelelő nagyságú források a mérési módszertant ki lehet egészíteni mélyinterjúk készítésével, esetleg ügyfélszolgálati „próbavásárlások” megszervezésével is.

Az NFSZ szervezeti és tartalmi átalakulásának hatásai, következményei is nyomon követhetők a kutatás megismétlése által, a következő felmérés eredményeinek összevetése már egyértelmű magyarázatokat adhat az ott felmerült kérésekre.

A felmérések által biztosított tartalmi információkat fel lehet használni a Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat stratégiájának időszakonkénti felülvizsgálata során is. Különösen hasznosak lehetnek az így nyert információk a foglalkoztatókkal való kapcsolattartás fejlesztésében, a magasabb számú és strukturáltabb álláshely feltárásában. Fontos feladat a jövőre nézve a NFSZ tevékenységének bővítése a közép- és felsőfokú végzettséggel rendelkező munkanélküliek segítése érdekében.

A felmérések által előhívott értékelések hasznosíthatók a PR és a kommunikációs tevékenység során is, árnyalhatják, illetve pozitív irányba mozdíthatják el a NFSZ-ről esetenként indokolatlanul kialakuló kedvezőtlen képet.