



№ 206005-2022-8020
от 14.10.22

ПРАВИТЕЛЬСТВО ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 14 октября 2022 года № 739

Об утверждении Порядка информирования о положении на рынке труда в Ленинградской области

В соответствии с подпунктом 16 пункта 1 статьи 7.1-1 Закона Российской Федерации от 19 апреля 1991 года № 1032-1 "О занятости населения в Российской Федерации" Правительство Ленинградской области **п о с т а н о в л я е т :**

1. Утвердить прилагаемый Порядок информирования о положении на рынке труда в Ленинградской области.
2. Контроль за исполнением постановления возложить на заместителя Председателя Правительства Ленинградской области — председателя комитета экономического развития и инвестиционной деятельности.
3. Настоящее постановление вступает в силу с даты официального опубликования.

Губернатор
Ленинградской области



А.Дрозденко

УТВЕРЖДЕН
постановлением Правительства
Ленинградской области
от 14 октября 2022 года № 739
(приложение)

ПОРЯДОК
информирования о положении на рынке труда
в Ленинградской области

1. Общие положения.

1.1. Порядок информирования о положении на рынке труда в Ленинградской области регламентирует организацию работы в Ленинградской области по информированию граждан и работодателей о положении на рынке труда в Ленинградской области (далее – информирование).

1.2. В настоящем Порядке применяются следующие понятия:

мессенджер – система мгновенного обмена сообщениями;

контекстная реклама – тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, выбранной аудиторией, местом, временем или иным контекстом интернет-страниц;

цифровая медийная реклама – графическая реклама на интернет-сайтах, в приложениях или социальных сетях с помощью баннеров или других рекламных форматов, состоящих из текста, изображений, видео- и аудиоконтента;

SEO (поисковая оптимизация) – комплекс мероприятий по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей, в целях увеличения сетевого трафика (для информационных ресурсов) и потенциальных клиентов;

e-mail маркетинг – рассылка электронных писем с полезной информацией группе заинтересованных людей, оставивших свое согласие на получение информации по данному каналу связи;

контент-маркетинг – совокупность маркетинговых приемов, основанных на создании и (или) распространении полезной для потребителя информации в целях завоевания доверия и привлечения потенциальных клиентов службы занятости населения;

SMM – маркетинг в социальных сетях.

1.3. Информирование осуществляется комитетом по труду и занятости населения Ленинградской области (далее – комитет) и государственным казенным учреждением "Центр занятости населения Ленинградской области" (далее – ГКУ ЦЗН ЛО).

1.4. Информирование направлено:

на осуществление права граждан и работодателей на получение информации о ситуации на рынке труда в Ленинградской области;

на обеспечение доступа к информации о ситуации на рынке труда в Ленинградской области.

1.5. Информирование осуществляется в целях доведения до граждан и работодателей в Ленинградской области актуальной информации о ситуации на рынке труда, востребованных на рынке труда профессиях (специальностях), об оказываемых государственных услугах в сфере занятости населения (далее – государственные услуги), иных реализуемых мероприятиях в сфере занятости населения.

1.6. Информация о положении на рынке труда основывается на аналитических, статистических, социально-экономических, социологических и иных материалах.

2. Порядок информирования

2.1. Информация о положении на рынке труда в Ленинградской области размещается на единой цифровой платформе в сфере занятости населения и трудовых отношений "Работа в России", официальном сайте комитета, официальном сайте ГКУ ЦЗН ЛО, в официальных аккаунтах комитета и ГКУ ЦЗН ЛО в социальных сетях и мессенджерах.

2.2. Размещение информации на официальных сайтах комитета и ГКУ ЦЗН ЛО осуществляется с использованием:

контекстной рекламы;

цифровой медийной рекламы;

SEO поисковой оптимизации;

e-mail маркетинга;

контент-маркетинга и SMM в социальных сетях.

2.3. В целях доведения информации до граждан и работодателей о положении на рынке труда в Ленинградской области используются следующие информационные возможности:

размещение информации в средствах массовой информации (теле- и радиокомпаниях, печатных изданиях);

изготовление полиграфической продукции (буклетов, флаеров, брошюр);

изготовление и (или) размещение информационных материалов на рекламных носителях (баннерах, билбордах, плакатах);

организация работы "горячей" линии;

участие представителей комитета, ГКУ ЦЗН ЛО, граждан и работодателей в тематических пресс-конференциях, теле- и радиопередачах, брифингах, заседаниях круглых столов;

трансляция фото- и видеоматериалов в местах массового скопления людей, государственных, бюджетных, муниципальных учреждениях, центрах оказания услуг;

информационно-коммуникационная сеть "Интернет".

2.4. Информация о положении на рынке труда содержит следующие сведения:

- информация об оказываемых государственных услугах;
- информация об иных мероприятиях и мерах поддержки в области содействия занятости;
- численность рабочей силы, занятых и безработных (по методологии Международной организации труда);
- численность граждан, состоящих на учете в качестве ищущих работу и безработных;
- уровень регистрируемой безработицы;
- коэффициент напряженности на рынке труда;
- количество свободных рабочих мест и вакантных должностей, заявленных работодателями в центры занятости населения Ленинградской области;
- перечень наиболее востребованных профессий на рынке труда в Ленинградской области;
- состав безработных граждан по полу, возрасту, образованию и отдельным категориям;
- иные информационные и аналитические материалы, характеризующие особенности рынка труда в Ленинградской области.

2.5. Информация о положении на рынке труда в Ленинградской области является общедоступной, предоставляется и распространяется свободно при соблюдении требований, установленных законодательством Российской Федерации.

2.6. Информация о положении на рынке труда в Ленинградской области формируется ежемесячно не позднее 20 числа месяца, следующего за отчетным.

2.7. Финансовое обеспечение мероприятий, связанных с информированием, осуществляется за счет и в пределах средств областного бюджета, предусмотренных на указанные цели в областном бюджете Ленинградской области на текущий финансовый год.