Research Got Talent 2025. Конкурс молодых исследователей

ESOMAR, Future Research, ОИРОМ, ToDoGood

Жизнь с диабетом: исследование эффективности социальных инициатив и проектов

Команда **Веритас**

НКО **Фонд борьбы с диабетом**

ФБД

Июль 2025

Структура отчёта:

1. **Наша команда и НКО, актуальность и проблема, цель и задачи, исследовательские гипотезы** (слайды 3-9)
2. **Методология:**
   - ➔ *Качественные методы. Анализ документов (сл. 10)*
   - ➔ *Количественные методы. Опрос (сл. 11-12)*
3. **Результаты:**
   - ➔ *Анализ поисковых запросов (сл. 14-15)*
   - ➔ *Анализ упоминаний НКО в СМИ (сл. 16-17)*
   - ➔ *Количественный анализ ответов на закрытые вопросы и качественный анализ ответов на открытые вопросы (сл. 18-37)*
4. **Выводы, рекомендации к НКО, трудности и уроки, извлечённые из проекта** (сл. 39-49)

ФОНД
БОРЬБЫ
С ДИАБЕТОМ

Чтобы люди с диабетом могли общаться и делиться опытом, команда ФБД[1] с **2022** года:

- Предоставляет свежую информацию о диабете
- Помогает с консультациями у специалистов
- Освещает различные мероприятия
- Предлагает полезные материалы для компенсации диабета
- Создаёт инфраструктуру

Проекты:

- Онлайн-школа диабета Сахар в норме
- Сообщество Дневник диабетика
- Приложение Хлебные единицы
- Телеграм-канал О диабете
- и другие

Цель — *сделать жизнь с диабетом комфортной и лишенной страха.*

Контакты: https://diabet-fond.ru/

Тимур Николаев
основатель фонда

Людмила Бауэр
исполнительный директор

Наша команда

студентки 3-го курса МГУ им. М. В. Ломоносова

Власова Дарья
vvlasovadaria@yandex.ru

Зырянова Алиса
zyryanlisa@gmail.com

Капошко Дарина
darinakaposhko@yandex.ru

Партнёры проекта

OPROSSO

OMi ONLINE MARKET INTELLIGENCE

МЕДИАЛОГИЯ

Управленческая задача

Оценка эффективности деятельности Фонда и его проектов, выявление наиболее эффективных каналов коммуникации и форматов взаимодействия с участниками проектов.

Исследовательская задача

Разработка системы оценки эффективности и мониторинга проектов, направленных на повышение осведомленности о диабете, выявление наиболее эффективных каналов коммуникации и подготовка практических рекомендаций по оптимизации информационного сопровождения пациентов с диабетом.

Актуальность и проблема исследования

На март 2025 года, **около 6 млн россиян болеют сахарным диабетом**, из них почти 67 тыс. — дети[2].

Когда пациенту ставят диагноз сахарный диабет, он оказывается в **информационном вакууме и состоянии дезориентации**, нуждается в социализации и грамотном информировании о жизни с заболеванием — агентами информации выступают не только медицинские, но и некоммерческие организации.

Отсутствие достоверных данных о результативности проектов *приводит к неоптимальному распределению ресурсов Фонда, ограничивает возможности для масштабирования успешных практик и не позволяет в полной мере адаптировать программы под реальные запросы благополучателей.*

[2]Минздрав: почти 6 млн россиян болеют сахарным диабетом. Электронный ресурс. URL: https://www.kommersant.ru/doc/7621462 (дата обращения: 11.05.2025)

Цель исследования

Выявление информационных и коммуникационных потребностей среди лиц, непосредственно связанных с диабетом (пациенты, родители), для последующей разработки и совершенствования программ поддержки, социальных инициатив и проектов по диабету, организации эффективной информационной деятельности и повышения общего уровня осведомленности по вопросам профилактики, лечения и управления заболеванием.

Задачи исследовании

- Анализ поисковых запросов, связанных с диабетом.
- Анализ коммуникативных источников Фонда.
- Определение показателей эффективности реализуемых проектов по диабету.
- Выделение целевых групп по типам заболевания, по каналам коммуникации.
- Оценка запросов и пожеланий лиц, непосредственно связанных с диабетом (пациенты, родители).
- Оценка опыта взаимодействия с медицинскими организациями (в том числе реализующими государственные программы) по вопросам, связанным с диабетом.
- Оценка опыта взаимодействия с НКО по вопросам, связанным с диабетом, в том числе оценка опыта участия в социальных инициативах и проектах по диабету.
- Обеспечение преемственности результатов исследования 2024 года.

Исследовательские гипотезы

1. Гипотезы, связанные с информационным вакуумом

H1: Более 60% пациентов испытывают дефицит информации сразу после постановки диагноза: не ориентируются в вопросах питания, лекарств и льгот на их получение, возможных осложнений.

2. Гипотезы, связанные с информационными потребностями

H2: Пациенты с диабетом 1-го типа чаще ищут информацию об инсулине и о новых технологиях (инсулиновые помпы, мониторинг глюкозы), тогда как пациенты с диабетом 2-го типа – о диете, физической активности и профилактике осложнений.

H3: Пациенты с сахарным диабетом больше доверяют официальным источникам информации (сайты Минздрава, врачи, государственные медицинские учреждения), чем социальным сетям, форумам, Интернету.

Исследовательские гипотезы

3. Гипотезы, связанные с коммуникативными потребностями

H4: Мероприятия, подразумевающие активное вовлечение пациентов (тренинги, фестивали, офлайн-встречи с диаблогерами, спортивные мероприятия), более востребованы среди участников проектов ФБД, чем форматы, подразумевающие пассивное вовлечение (лекции, вебинары, консультации).

4. Гипотезы о взаимодействии с медицинскими организациями и НКО

H5: Те, кто обращался в НКО или принимал участие в проектах от НКО, чаще знают о своих правах и получают льготы, чем те, кто взаимодействовал только с государственными медицинскими учреждениями.

5. Гипотезы, связанные с эффективностью программ НКО

H6: Участники социальных инициатив и проектов по диабету демонстрируют более высокий уровень осведомленности о заболевании и лучше справляются с самоконтролем, чем те, кто не участвовал в проектах.

Методология

Методологическая база

Исследование проводилось с использованием количественных методов с элементами качественного анализа. Основу составил **количественный подход, включающий анкетирование, статистический анализ**. Дополнительно применялись качественные методы, в частности **анализ документов и анализ ответов на открытые вопросы**.

Методы исследования:

- Анализ документов
  - ➔ Отчёты Фонда и социальные сети/сайты проектов Фонда (перечень проектов предоставлен Фондом).
  - ➔ Поисковые запросы в Яндекс, связанные с диабетом (через платформу Яндекс Вордстат).
  - ➔ Архив исследования 2024 года (предоставлен Фондом: анкета, интервью, результаты проведения опроса, отчёт).
  - ➔ Контент в СМИ с упоминанием Фонда: динамика упоминаний в СМИ Фонда и событий, связанных с Фондом (через платформу Медиалогия PR)

Методология

Методологическая база

Методы исследования:

- Анкетирование — сбор данных о потребностях, уровне информированности и опыте взаимодействия с НКО и медицинскими структурами.

Этапы:

1) составление предварительной анкеты

2) обсуждение предварительной анкеты с Фондом и доработка

3) пилотаж анкеты и доработка

4) согласование итогового варианта анкеты с Фондом

5) программирование анкеты и квотирование через платформу Oprosso

6) сбор ответов: от контрольной группы – через онлайн-панель OMI и методом снежного кома через соответствующие сообщества и чаты в социальных сетях, от группы участников проектов Фонда – через социальные сети и рассылку Фонда,

7) количественный анализ ответов на закрытые вопросы и качественный анализ ответов на открытые вопросы,

8) сопоставление результатов опроса с результатами опроса исследования 2024 года по преемственным вопросам (отслеживание динамики),

9) оформление выводов по результатам анкетирования

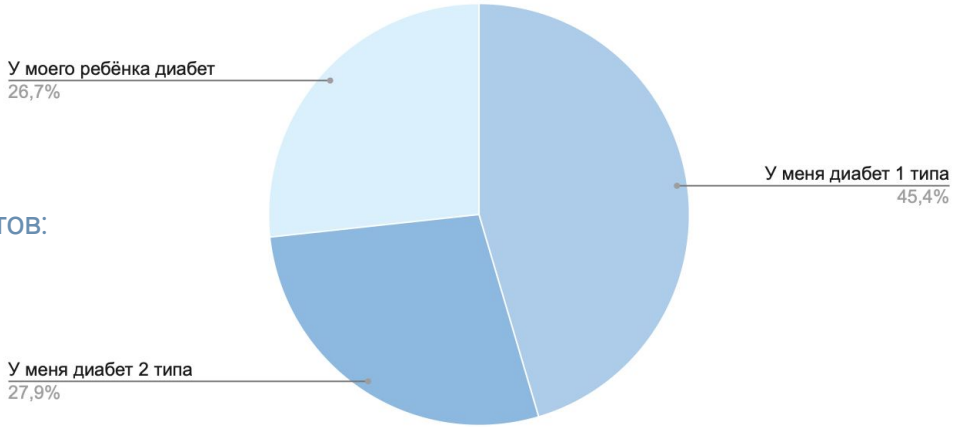
Методология

Эмпирическая база (количественный опрос)

Респондентская база (выборка):

- **775 человек**:
  - ➔ **361** — через публикации в социальных сетях Фонда и рассылку по участникам проектов Фонда,
  - ➔ **307** — через платформу OMI,
  - ➔ **107** — через рассылку по чатам и сообществам, не связанным с Фондом.

Возраст респондентов: от 18 до 78 лет



Квоты распределены с учётом статистики среди подписчиков проекта Фонда «О диабете» (данные предоставлены Фондом), а также запроса Фонда — включить в состав респондентов родителей детей с диабетом (дополнение к исследованию 2024 года) и не включать квотирование по полу/возрасту (за искл. ограничения 18+), так как половозрастное распределение для оценки эффективности проектов несущественно.

Результаты исследования

Поисковые запросы: о каких проблемах говорят в Интернете?

Основные темы и проблемы, которые всплывают в поисковых запросах о диабете:

Психологическая поддержка. Многие сайты упоминают, что диабет — это хронический стресс, но *редко дают ссылки на психологов или группы поддержки*. Динамика на форумах показывают, что люди ищут общения с теми, кто сталкивался с похожими проблемами.

Социальная стигматизация. Люди с диабетом часто сталкиваются с недоверием (*«Ты же не выглядишь больным»*). Страх работодателей перед сотрудниками с диабетом, сложности с инсулиновыми инъекциями в публичных местах. Партнёры/друзья не всегда понимают необходимость диеты и регулярных замеров сахара.

Пробелы в информации. В больнице дают мало материалов о том, как объяснять окружающим свою болезнь. Нет чётких инструкций по отстаиванию своих прав (например, как жаловаться на отсутствие лекарств). Редко обсуждается трудоустройство (какие профессии доступны, как проходить медкомиссии).

Финансовая нагрузка. Даже при льготах люди жалуются на нехватку тест-полосок, глюкометров, качественного инсулина. Необходимость доплачивать за эндокринологов, анализы, так как в госполиклиниках очереди и дефицит специалистов.

По данным Яндекс Вордстат: **более 15000** запросов
по типу *“Что делать при диабете?”*
за 20.06.2025 — 20.07.2025

Поисковые запросы: о каких проблемах говорят в Интернете?

Самый популярный вопрос: “Можно ли при диабете…?”

Питание и диета: какие продукты можно и нельзя кушать, пить при диабете? [продукт] – можно ли при диабете [… типа]?

Режим дня и физическая активность: какая нагрузка допустима и нет, какие виды деятельности подходят людям с диабетом разных типов?

Женщины, мужчины и дети: какие особенности организма нужно учитывать при контроле диабета?

Типы диабета: в чём особенности, различия и сходства?

Лекарства, препараты: какие лекарства лучше? какие лекарства можно и нельзя при диабете? [препарат] – можно ли при диабете [… типа]? *(Более 30000 запросов по типу “Лекарство от диабета” за один месяц)*

Лечение: *“Можно ли вылечить сахарный диабет?” – более 25000 запросов за один месяц.*

Льготы, инвалидность: *“Диабет какая инвалидность?”, “Дают ли при диабете инвалидность?” – более 10000 запросов за один месяц.*

По данным Яндекс Вордстат: **более 120000** запросов по типу *“Можно ли при диабете…?”* за 20.06.2025 — 20.07.2025

МЕДИАЛОГИЯ

Анализ содержания публикаций в СМИ с упоминаниями Фонда борьбы с диабетом

Ключевые темы и сообщения

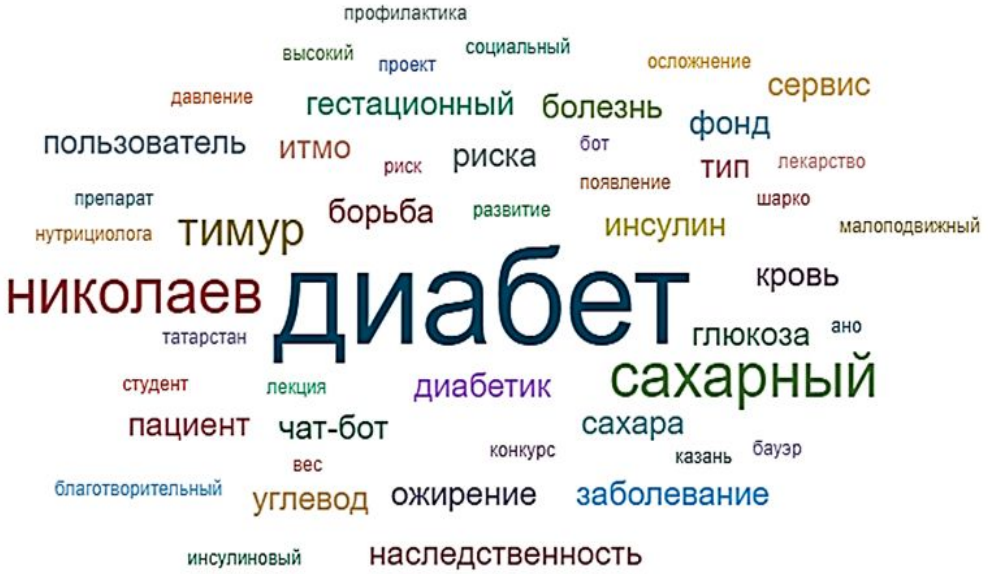
- **Питание и диабет:** включая рекомендации по употреблению определенных продуктов и общие советы по сбалансированному питанию.
- **Риски и профилактика:** значительное внимание уделяется *факторам риска развития диабета*, таким как лишний вес, ожирение и высокое давление, а также мерам профилактики.
- **Технологии и инновации:** Фонд активно продвигает использование современных технологий, таких как *чат-боты и искусственный интеллект*, для улучшения качества жизни людей с диабетом.
- **Доступность лекарств:** обсуждаются проблемы с доступностью лекарств и устройств для диагностики и лечения диабета, а также необходимость замены импортных препаратов отечественными аналогами.

Контекст: ("фонд борьбы с диабетом")
Категории СМИ: Газеты, Журналы, Интернет, Информагентства, Радио, ТВ
Временной период: с 01 января 2019 года по 28 июня 2025 года
Всего сообщений: 191 (экспортировано: 191)
Всего событий: 87 (экспортировано: 87)

МЕДИАЛОГИЯ

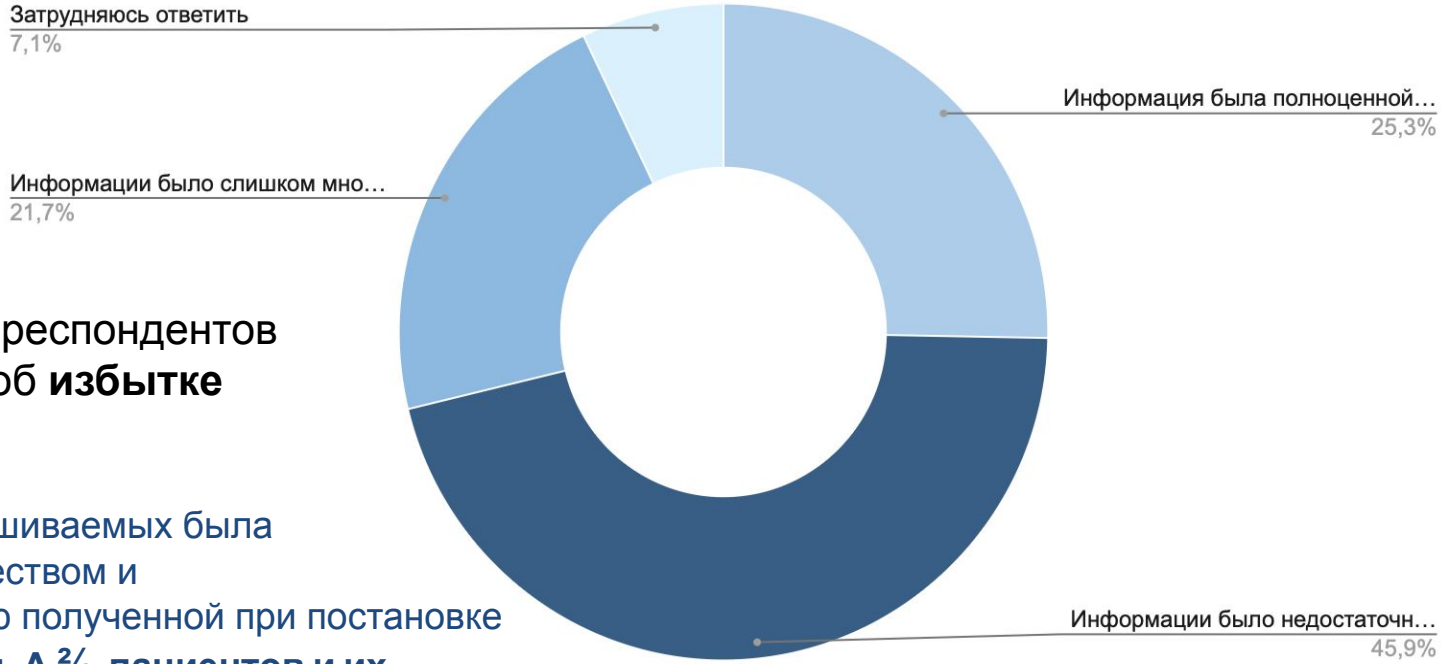
Анализ содержания публикаций в СМИ с упоминаниями Фонда борьбы с диабетом

Облако слов



Контекст: ("фонд борьбы с диабетом")
Категории СМИ: Газеты, Журналы, Интернет, Информагентства, Радио, ТВ
Временной период: с 01 января 2019 года по 28 июня 2025 года
Всего сообщений: 191 (экспортировано: 191)
Всего событий: 87 (экспортировано: 87)

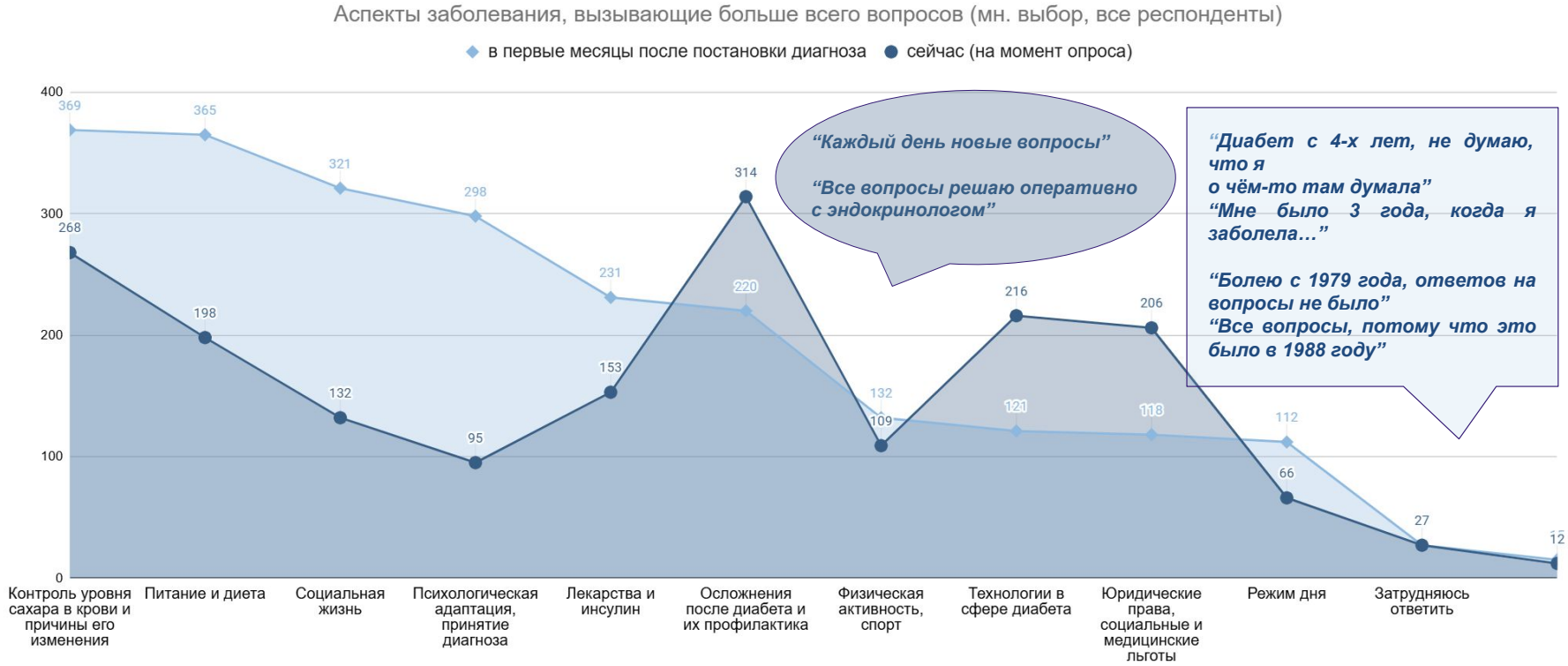
Почти **половина респондентов** отмечает, что при постановке диагноза *было предоставлено недостаточно информации о болезни.*



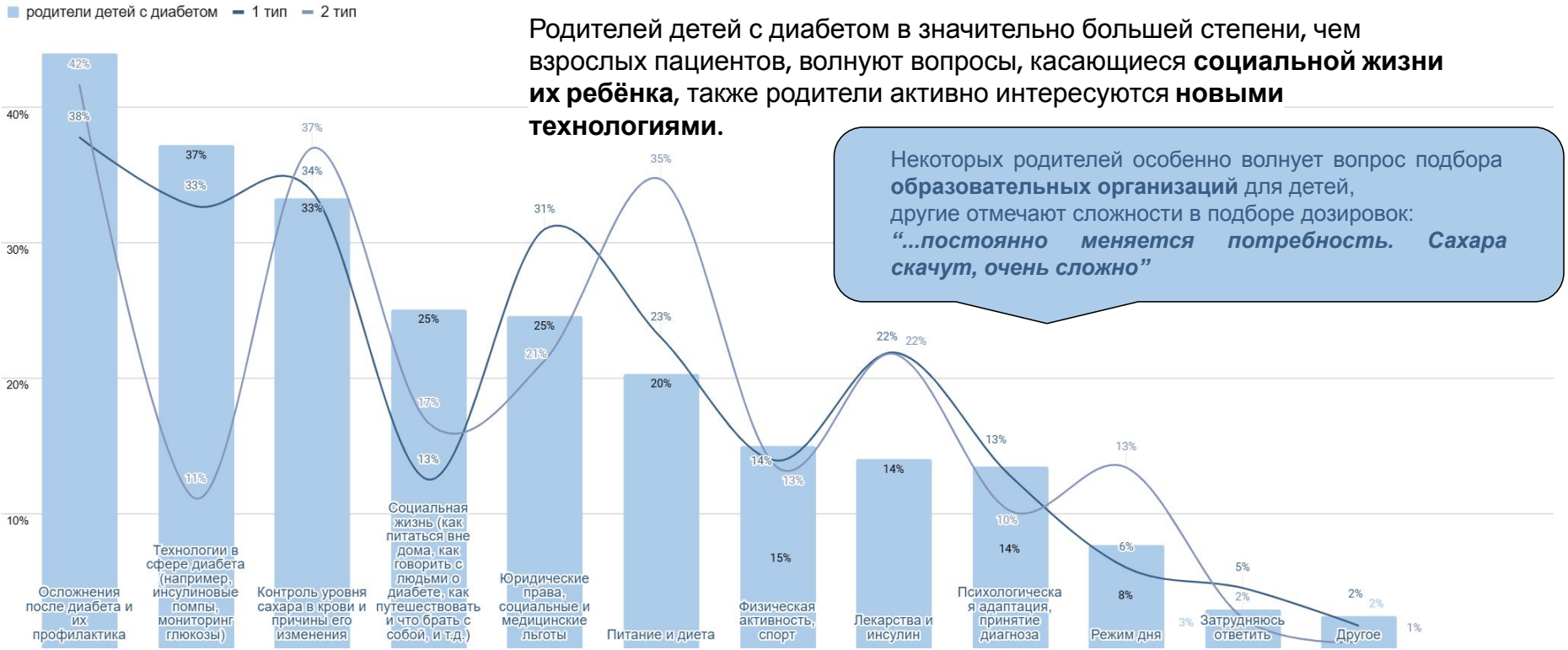
При этом ещё **22%** респондентов говорят, напротив, об **избытке информации.**

Только ¼ часть опрашиваемых была удовлетворена количеством и структурированностью полученной при постановке диагноза информации. **А ⅔ пациентов и их родителей *остались с большим количеством вопросов.***

Вопросы психологической адаптации и изменений в социальной жизни, питания и диеты, контроля уровня сахара стоят наиболее остро в первые месяцы заболевания, *со стажем фокус внимания и интереса переходит на* ***профилактику осложнений, технологии в сфере диабета и юридические права, льготы.***



Какие аспекты заболевания вызывают у Вас больше всего вопросов на данный момент? (мн. выбор, целевые группы респондентов)



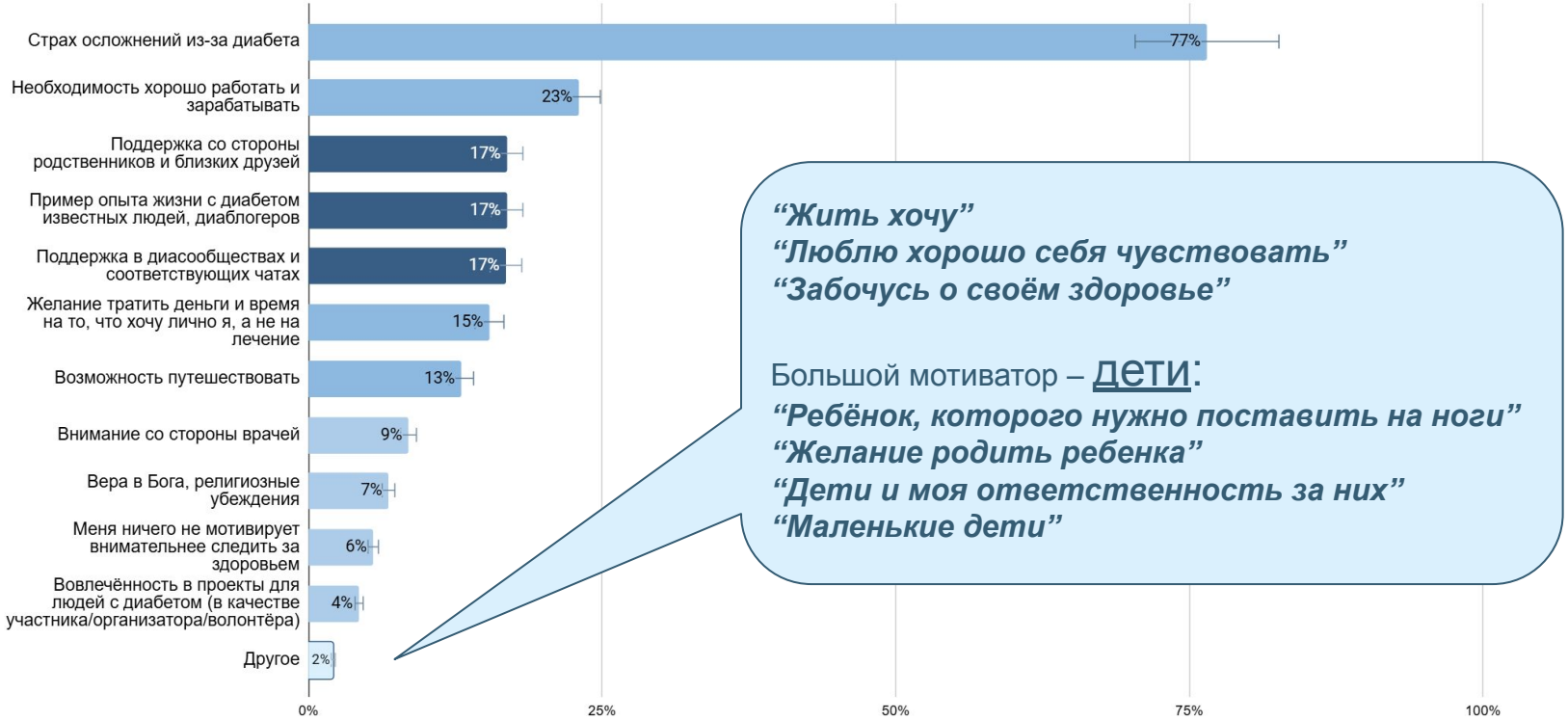
Родителей детей с диабетом в значительно большей степени, чем взрослых пациентов, волнуют вопросы, касающиеся **социальной жизни их ребёнка**, также родители активно интересуются **новыми технологиями**.

Некоторых родителей особенно волнует вопрос подбора **образовательных организаций** для детей, другие отмечают сложности в подборе дозировок: ***“...постоянно меняется потребность. Сахара скачут, очень сложно”***

Осложнения и их профилактика – наиболее острый вопрос для всех респондентов.

Люди с диабетом 1 типа чаще ищут информацию о **новых технологиях** в сфере диабета, а также чаще интересуются **юридическими вопросами и льготами.** Представители 2 типа, в свою очередь, чаще нуждаются в информации о **питании и диете, режиме дня и социальной активности**.

Что больше всего мотивирует Вас следить за здоровьем? (мн. выбор, все респонденты)



“Жить хочу”
“Люблю хорошо себя чувствовать”
“Забочусь о своём здоровье”

Большой мотиватор – дети:
“Ребёнок, которого нужно поставить на ноги”
“Желание родить ребенка”
“Дети и моя ответственность за них”
“Маленькие дети”

Поддержка в диасообществах и диачатах от других людей с диабетом и родителей детей с диабетом *не менее важна,* чем поддержка от близких и родственников (17%).
Столь же значимым мотиватором выступает **пример опыта от известных людей и диаблогеров.**

Сравнение результатов исследований 2024 и 2025 годов позволяет сделать вывод, что участники проектов по диабету, члены диасообществ и групп поддержки **обретают новый ценный источник мотивации** внимательнее следить за своим здоровьем.

Как Вам кажется, какой информации и каких активностей, связанных с сахарным диабетом, Вам больше всего не хватает? (мн. выбор, целевые группы)

Участники проектов ФБД **демонстрируют значительно больший интерес к новой информации и активностям**, связанным с диабетом, чем респонденты контрольной группы. *Диапроекты не только способствуют большей заинтересованности в заботе о своём состоянии, но и формируют более комплексный подход к отслеживанию диабета*: не только через консультации у врачей и других специалистов, но и через маршрутизаторы, мобильные приложения, чат-боты, открытые лекции и вебинары, группы поддержки.

11% контрольной группы **против 3%** участников проектов ФБД *демонстрируют равнодушие к новой информации о диабете.*

Респонденты, **не** участвующие в проектах НКО, *чаще выражают недовольство государством в вопросе помощи с диабетом*. НКО, союзы, фонды и другие общественные деятели могут стать основным помощником: **оперативные ответы, бесплатные консультации, информация о льготах.**

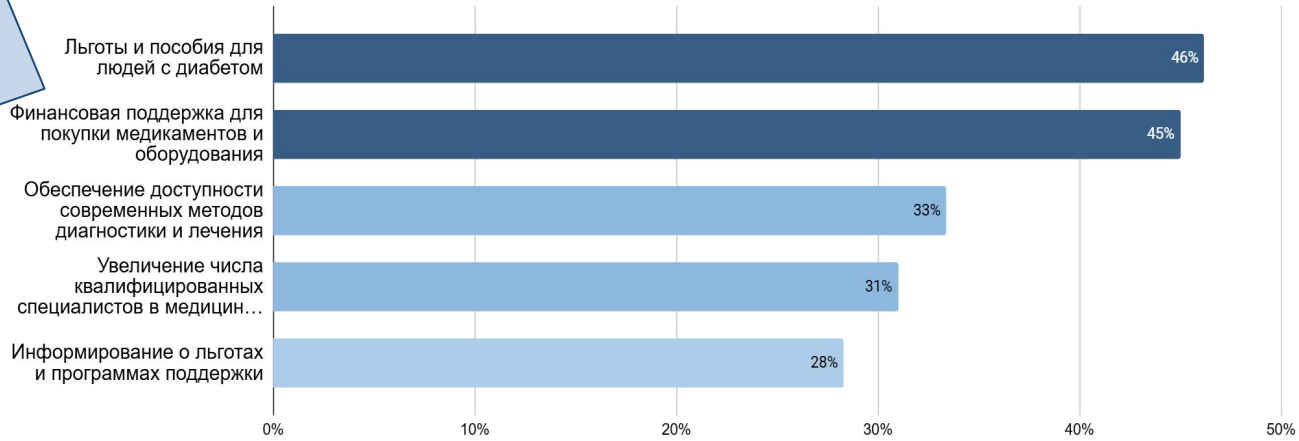
Актуален вопрос получения льгот без инвалидности:
“Как добиться расходников для помпы и сенсоров по льготе без инвалидности?”
“Диабет без серьёзных осложнений не является поводом для получения инвалидности”

Некоторые респонденты контрольной группы связывают низкий уровень заинтересованности с равнодушием государства:
“Государству пофиг, и мне по барабану”

– из базы ответов на открытые вопросы исследования 2025 года

Что необходимо Вам лично от государства и некоммерческих организаций, чтобы лучше поддерживать сахар в норме?

(2024 год, 896 респондентов, 20% участников проектов ФБД)



Из каких источников респонденты получают информацию о диабете?

Вариант ответа	Кол-во ответов	% от результатов
Диасообщества и соответствующие чаты в социальных сетях и мессенджерах	412	53,20%
Медицинские и информационные сайты в Интернете	378	48,80%
Врачи, фармацевты, другие медицинские работники	263	33,90%
Каналы, профили диаблогеров	201	25,90%
Специальная литература для пациентов с сахарным диабетом	199	25,70%
Мобильные приложения, связанные с сахарным диабетом	121	15,60%
Родственники, друзья, знакомые	110	14,20%
Оффлайн-сообщества пациентов с сахарным диабетом, группы поддержки	65	8,40%
ТВ и радиопрограммы	60	7,70%
Некоммерческие организации и фонды, занимающиеся вопросами сахарного диабета	52	6,70%
Я не получаю никакой информации о сахарном диабете	44	5,70%
Другое	7	0,90%

*“Как говорится, с мира по нитке. Везде находила в своё время, но **нет ничего лучше, чем проверять и отслеживать свои собственные реакции и анализировать**.*
Кроме врачей, от них как раз мало толку и в основном доисторическая информация. Многие до сих пор удивляются и не понимают помпу, как можно от таких врачей чему-то учиться…”

“Чат GPT”
“Научные статьи”
“Работа в отделении эндокринологии”
“Из собственного опыта”
“Большой стаж болезни”

Источники информации о диабете в порядке убывания доверия

Распределение 1 места по уровню доверия:

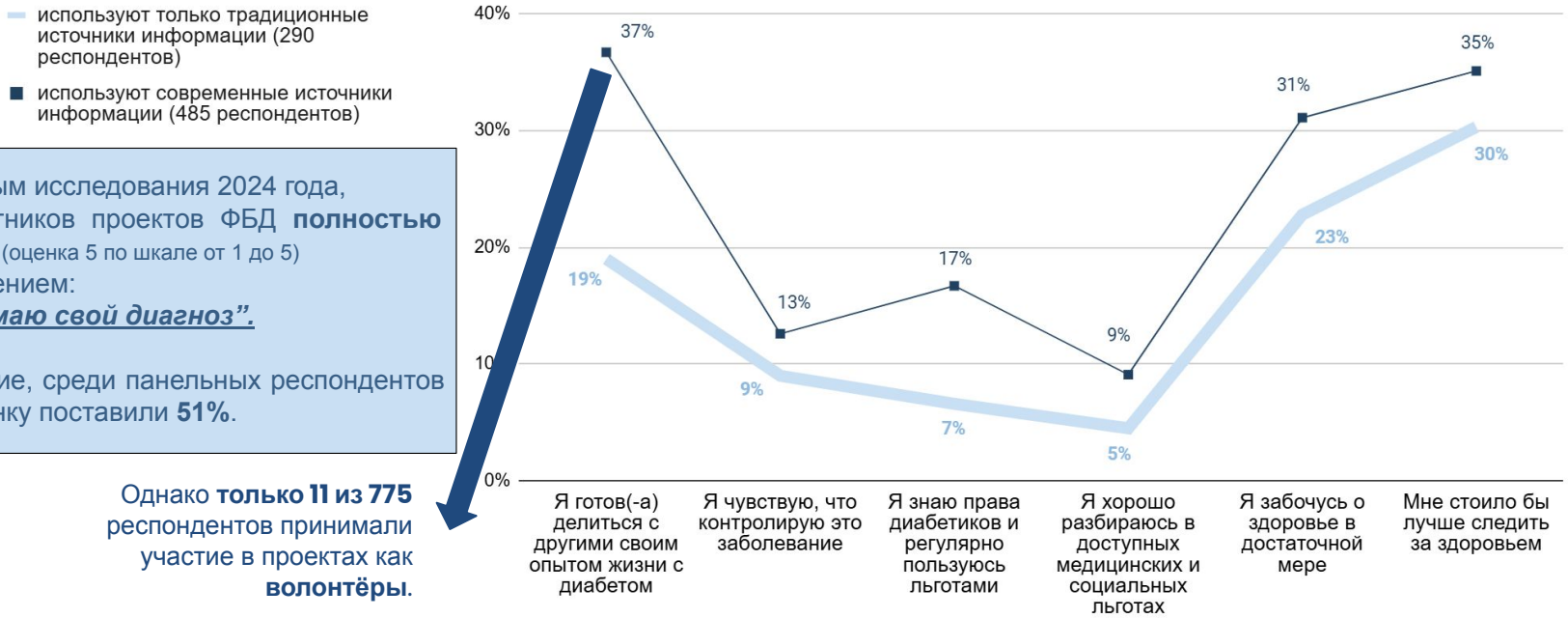
- Врачи – безусловный лидер **(40.3%)**, что подтверждает их ключевую роль в доверии пациентов.
- Диасообщества **(18.7%)** и медицинские сайты **(16.4%)** идут на втором и третьем местах соответственно, но с большим отрывом.
- **При этом 22%** участников ФБД доверяют диасообществам, диаблогерам и НКО больше, чем врачам, медицинским организациям и сайтам.

Вариант	1 МЕСТО	2 МЕСТО	3 МЕСТО	4 МЕСТО	5 МЕСТО	6 МЕСТО	Всего
Врачи, фармацевты, другие медицинские работники	312 / 40.3%	112 / 14.5%	90 / 11.6%	81 / 10.5%	86 / 11.1%	94 / 12.1%	775
Медицинские и информационные сайты в Интернете	127 / 16.4%	232 / 29.9%	136 / 17.5%	105 / 13.5%	98 / 12.6%	77 / 9.90%	775
Диасообщества и соответствующие чаты в социальных сетях и мессенджерах	145 / 18.7%	134 / 17.3%	143 / 18.5%	154 / 19.9%	113 / 14.6%	86 / 11.1%	775
Мобильные приложения, связанные с сахарным диабетом	63 / 8.10%	96 / 12.4%	135 / 17.4%	159 / 20.5%	157 / 20.3%	165 / 21.3%	775
Некоммерческие организации и фонды, занимающиеся вопросами сахарного диабета	73 / 9.40%	103 / 13.3%	139 / 17.9%	134 / 17.3%	162 / 20.9%	164 / 21.2%	775
Каналы, профили диаблогеров	55 / 7.10%	98 / 12.6%	132 / 17.0%	142 / 18.3%	159 / 20.5%	189 / 24.4%	775

Новые социальные инициативы и проекты, реализуемые через современные каналы информации *способствуют повышению осведомлённости о диабете, ответственности за здоровье и готовности открыто говорить о своём опыте.*

При этом почти половина всех респондентов **(48.5%)** отмечают, что *“не всегда понимают причины изменения сахара в крови”*. Почти треть **(28.1%)** – что *“часто испытывают отрицательные эмоции, связанные с диабетом”.*

(мн. выбор утверждений, с которыми респондент согласен)



А по данным исследования 2024 года, **63%** участников проектов ФБД **полностью согласны** (оценка 5 по шкале от 1 до 5) с утверждением: ***“Я принимаю свой диагноз”.***

В сравнение, среди панельных респондентов такую оценку поставили **51%**.

Однако **только 11 из 775** респондентов принимали участие в проектах как **волонтёры**.

*Современными источниками информации о диабете рассматривались диасообщества и диачаты в социальных сетях, каналы и профили диаблогеров, мобильные приложения, офлайн-сообщества и группы поддержки, некоммерческие организации и фонды

Большинство респондентов (65,7%) не могут назвать НКО, которые помогают пациентам с диабетом и их родным.

Какие НКО и проекты НКО назвали респонденты?

- ДиаСодружество (Киров) – абсолютный лидер, 18 упоминаний
- Тимур Николаев (“Дневник диабетика”) – 8 упоминаний
- Нюра Шарикова – 2 упоминания (чаще называют как блогера)
- ВОРДИ (Всероссийская организация родителей детей-инвалидов) упоминается, но не все знают, что она занимается и диабетом
- «Сахар в норме» – чаще воспринимается как сообщество, а не продукт НКО
- Региональные организации известны только локально (например, “Диалига в Ижевске”).

Наиболее часто упоминаемые местные диапроекты

ДиаСодружество (Киров)

- ➔ лидер по упоминаниям (лагеря, сплавы, турпоходы)
- ➔ *Пример*: *“Отдых в лагере детей с диабетом, организованный КРДОД «ДиаСодружество»"*

Школы диабета

- ➔ упоминаются 6 раз, но часто отсутствуют в регионах:
- ➔ *Пример*: *"В начале пыталась найти в своём городе школу диабета — безуспешно"*.

Другие местные диапроекты

- ➔ Лагеря для детей с диабетом – 5 упоминаний (Челябинск, Киров, "Баллы Барс")
- ➔ Телеграм-чаты родителей – 3 упоминания

Основные проблемы и трудности

Нехватка организаций в регионах и низкая узнаваемость

"В г. Карталы Челябинской области нет диасообществ, к сожалению"

"В Челябинске есть, но название забыла"

“В Самарской области, к сожалению, не слышала про проекты по сахарному диабету”

Родительские сообщества организуют помощь самостоятельно

"Мамочки сами устраивают мероприятия для детей"

Дороговизна участия в крупных проектах:

"Девушка из Москвы проводит тренировки, но я из Питера. Дорого добираться"

Наиболее часто упоминаемые диаблогерские проекты

Нюра Шарикова

- ➔ лидер по упоминаниям
- ➔ 12 упоминаний из 27 респондентов

«Право диабетика» (Елизавета Теняева)

- ➔ главный источник юридической помощи
- ➔ 5 упоминаний из 27 респондентов
- ➔ *“Нет интереса следить за блогерами. Единственное, купила гайд по лекарственному обеспечению у Лизы Юриста”*

Основные проблемы и трудности

Недоверие к блогерам, потеря интереса

"Читаю Дину Доминову, нравится как она пишет. Иногда Шарикову, но редко. Влад с со своими видео, поначалу было интересно, когда были интервью, сейчас интерес пропал"

"У каждого с СД2 своя история, блогерам не доверяю"

Основные тренды

Подкасты, интервью, короткие видео, мастер-майнды

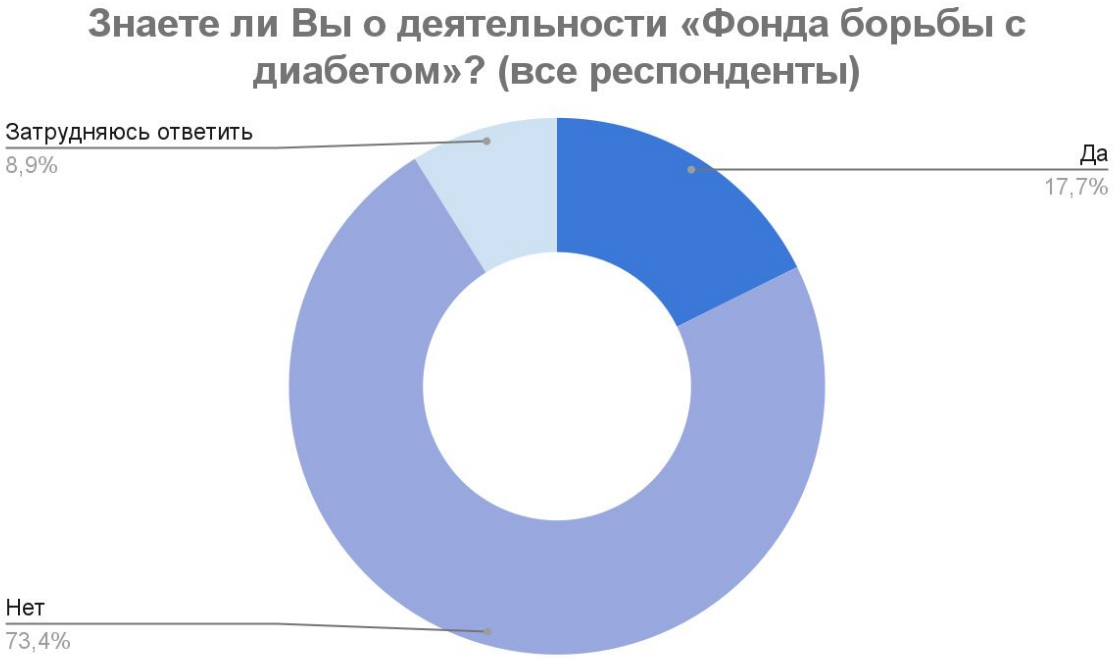
“Мастер-майнды, группы поддержки от Дарьи Саниной, школа диабета от Юлии Кашиной, ИренаДиа"

“Подкасты с диабетиками YADIABETIC”

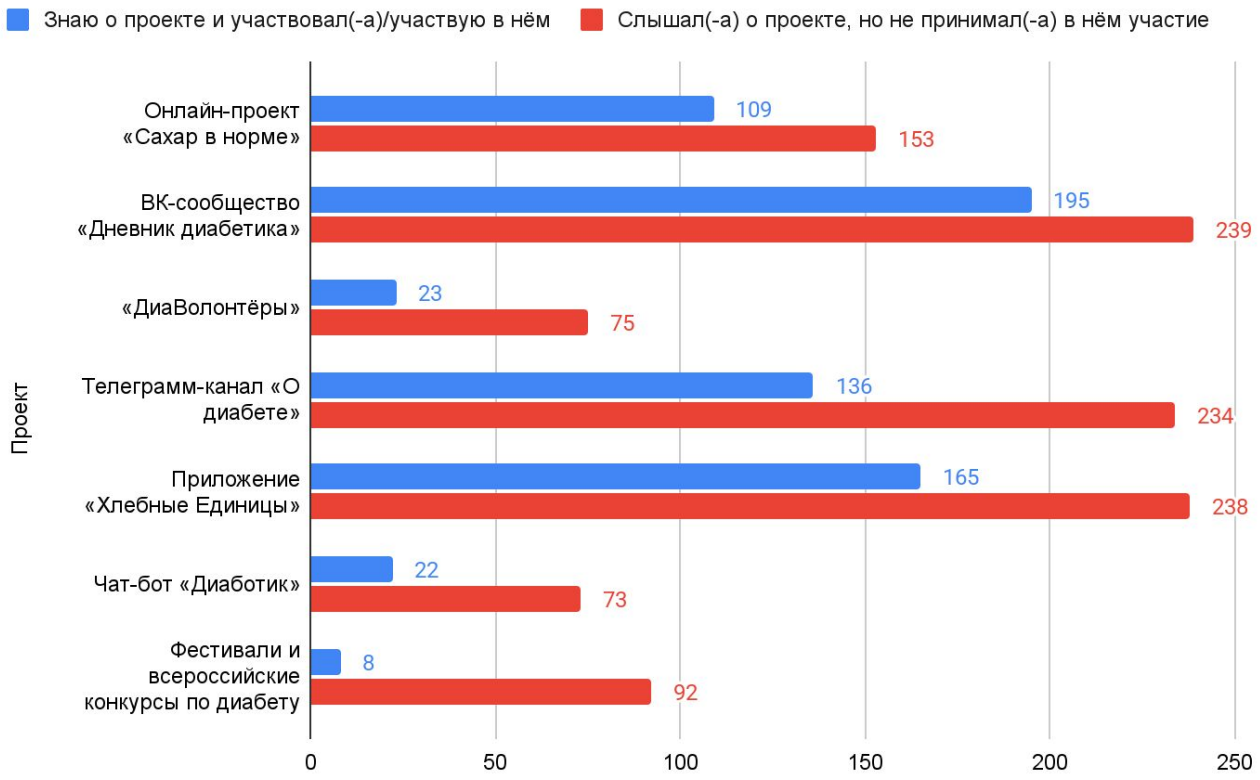
Узнаваемость НКО Фонд борьбы с диабетом

При этом только 23% участников проектов ФБД “слышали/знают” об этих проектах как о продуктах Фонда, а **67%** участников проектов ФБД **не знают** Фонд как НКО.

Рекомендация: работать над брендом, поднимать активность вокруг деятельности проектов как продуктов НКО Фонд борьбы с диабетом.

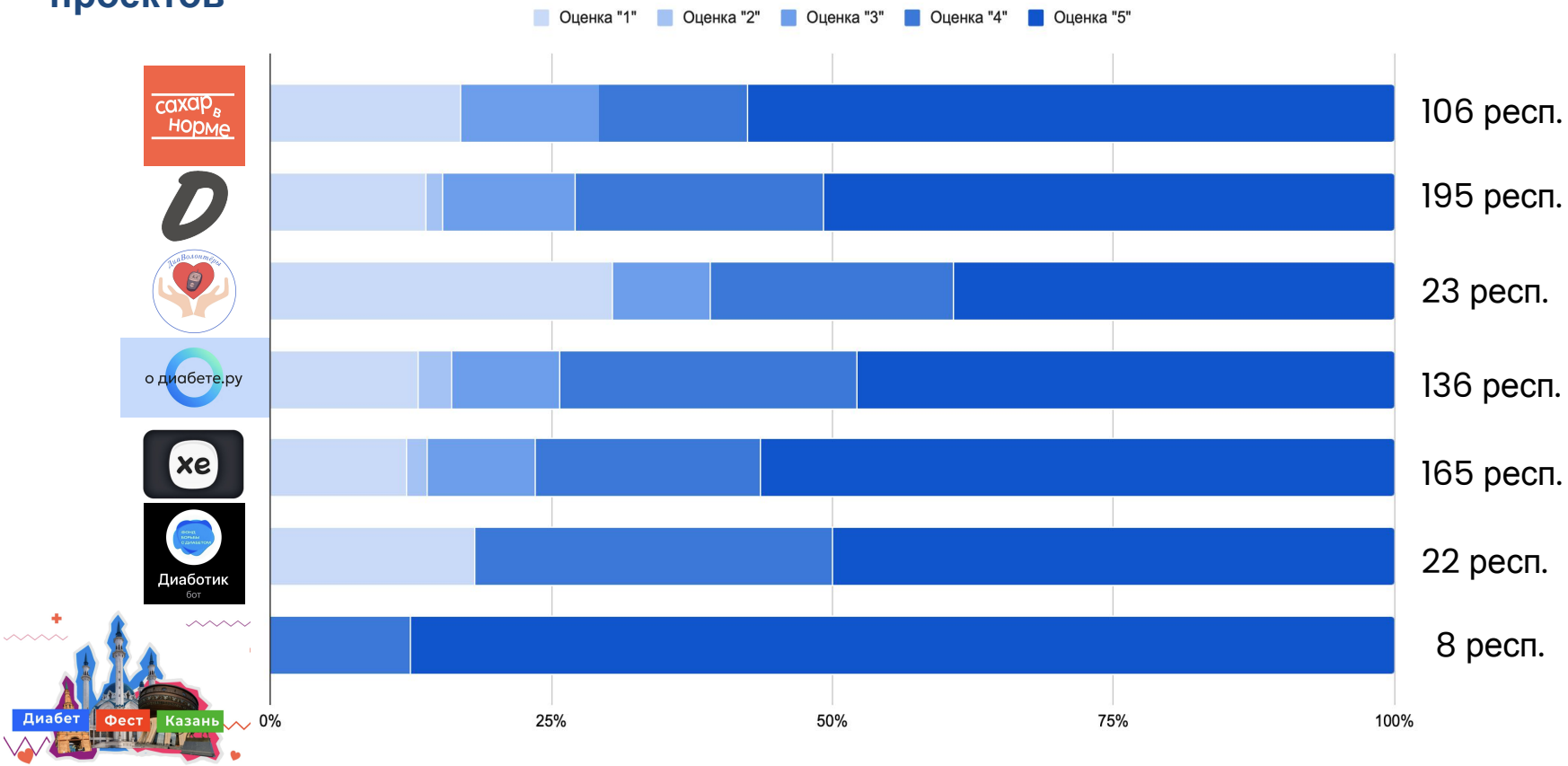


Узнаваемость проектов Фонда борьбы с диабетом



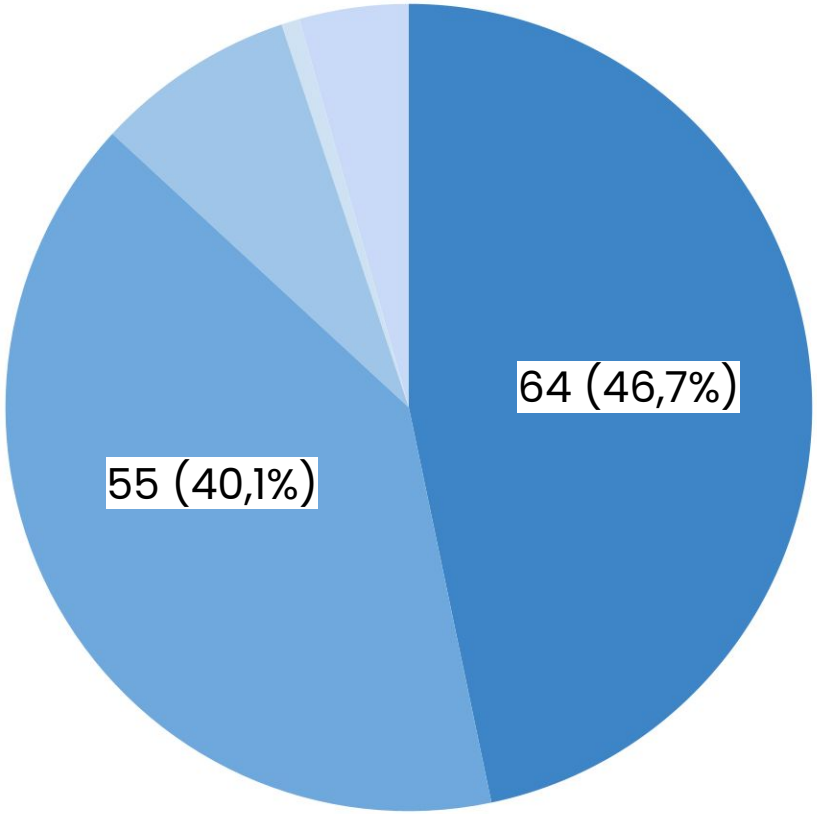
Калькулятор ХЕ

Оценка эффективности проектов ФБД по ответам участников данных проектов



Насколько вероятно, что Вы порекомендуете проекты «Фонда борьбы с диабетом» другим людям, связанным с диабетом? (137 респ.)

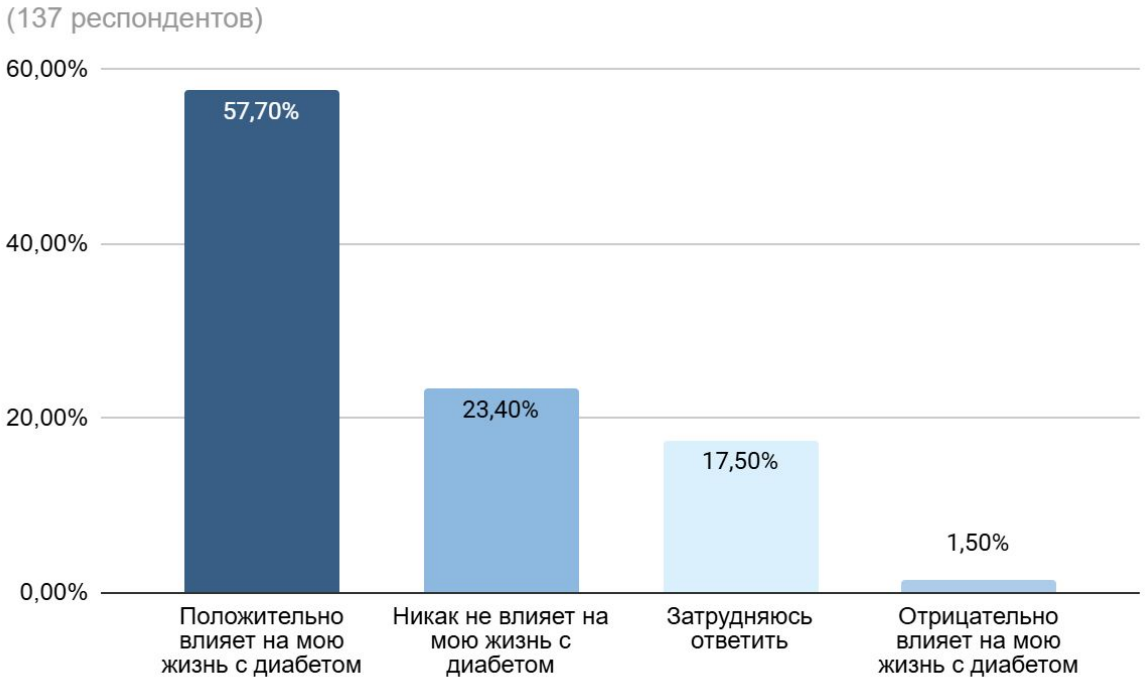
- Очень вероятно, что порекомендую, или уже рекомендовал(-а)
- Возможно, порекомендую
- Маловероятно, что порекомендую
- Не стал(-а) бы рекомендовать
- Затрудняюсь ответить



86,8% участников проектов Фонда борьбы с диабетом *готовы рекомендовать проекты другим.*

“Информация по диабету, консультации с врачами, возможность получить ответ сразу от профессионалов”
“Нашла ответы на свои вопросы”
“Калькулятором пользуюсь постоянно”

Участие в проектах «Фонда борьбы с диабетом». . .



Чем Вам помогли/помогают эти проекты? (из базы ответов на открытый вопрос)
Очень много информации, поддержки, юридической помощи
Группа помогла мне принять диагноз сына
Мотивация, компенсация СД
Опыт других людей
Разобраться с дозировками и понять, почему утром сахар повышается в разы быстрее
Всегда можно задать вопрос по СД и получить ответ
Нормализовался сахар
Помог психолог в принятии диабета, и эндокринолог рассказал новую для меня информацию
Всё очень грамотно и доступно объяснили, благодарю
Помогли разобраться с питанием
Школа поставила мне мозги на место, стала лучше компенсировать сахара ребёнка
Полезные информативные лекции
Помогли разобраться в расчётах и компенсации, узнать много нового о самой болезни и влиянии различных факторов на инсулинорезистентность
Принять диабет и взять его под контроль
Не стесняться, лучше воспринимать изменения и правильно корректировать
Научили считать БЖУ

Выводы, рекомендации к НКО, трудности и уроки, извлечённые из проекта

Исследовательские гипотезы

H1: Более 60% пациентов испытывают дефицит информации сразу после постановки диагноза: не ориентируются в вопросах питания, лекарств и льгот на их получение, возможных осложнений.

➔ Частично подтвердилась: **46%** респондентов испытывали дефицит, ещё **22%** столкнулись с большим количеством *неструктурированной* информации.

H2: Пациенты с диабетом 1-го типа чаще ищут информацию об инсулине и о новых технологиях (инсулиновые помпы, мониторинг глюкозы), тогда как пациенты с диабетом 2-го типа – о диете, физической активности и профилактике осложнений.

➔ Частично подтвердилась: 1 тип чаще интересуется **новыми технологиями и юридическими вопросами и льготами,** 2 тип – **питанием и диетой, режимом дня.**

➔ **Профилактика осложнений** - наиболее востребованная тема как для 1, так и для 2 типов.

H3: Пациенты с сахарным диабетом больше доверяют официальным источникам информации (сайты Минздрава, врачи, государственные медицинские учреждения), чем социальным сетям, форумам, Интернету.

➔ Частично подтвердилась: врачи занимают первое место по уровню доверия, однако около **20%** участников диасообществ в социальных сетях *доверяют этим сообществам больше, чем врачам*, а некоторые и вовсе отзываются о врачах как об источниках “доисторической информации”.

Исследовательские гипотезы

H4: Мероприятия, подразумевающие активное вовлечение пациентов (тренинги, фестивали, офлайн-встречи с диаблогерами, спортивные мероприятия), более востребованы среди участников проектов ФБД, чем форматы, подразумевающие пассивное вовлечение (лекции, вебинары, консультации).

- ➔ Не подтвердилась: фестивали (18%) и спортивные мероприятия (17%) *менее востребованы*, чем лекции (24%) и консультации (48%).
- ➔ Особый интерес участники проектов ФБД проявляют к **мобильным приложениям (40%) и чат-ботам (30%)**.

H5: Те, кто обращался в НКО или принимал участие в проектах от НКО, чаще знают о своих правах и получают льготы, чем те, кто взаимодействовал только с государственными медицинскими учреждениями.

- ➔ Подтвердилась: **17%** участников проектов *“знают права диабетиков и регулярно пользуются льготами”*, **против 9%** пользователей искл. традиционных источников информации.
- ➔ **9% против 5%** соответственно – *“хорошо разбираются в доступных медицинских и социальных льготах”*.

Исследовательские гипотезы

H6: Участники социальных инициатив и проектов по диабету демонстрируют более высокий уровень осведомлённости о заболевании и лучше справляются с самоконтролем, чем те, кто не участвовал в проектах.

- ➔ Подтвердилась: **13%** участников проектов *“чувствуют, что контролируют это заболевание”*, **против 9%** пользователей искл. традиционных источников информации.
- ➔ **31% против 23%** (соответственно) – *“заботятся о здоровье в достаточной мере”*, ещё **35% против 30%** проявляют ответственность: *“Мне стоило бы лучше следить за здоровьем”*.
- ➔ **37% против 19%** (соответственно) – *“готовы делиться с другими своим опытом жизни с диабетом и накопленными знаниями”*.
- ➔ **63%** участников проектов Фонда борьбы с диабетом **против 51%** респондентов контрольной группы по панели *уверенно заявляют*: *“Я принимаю свой диагноз”*.

Ключевые выводы:

➔ **Целевая аудитория** *имеет большое значение* в вопросе контроля диабета:

- тип диабета
- стаж болезни
- демографическая группа (женщина/мужчина, ребёнок/молодой/взрослый/пожилой)

– *у каждой целевой аудитории свои особенности*, которые нужно учитывать при предоставлении информации о диабете и дифференциации каналов коммуникации и сообщений.

➔ Несмотря на высокую распространённость заболевания, *в российском обществе недостаточно высокий уровень осведомлённости о диабете*:

– это сказывается на количестве **проблемных вопросов**, возникающих сразу после постановки диагноза,

– а также отражается на уровне **социальной стигматизации** людей с диабетом и, зачастую, **отсутствии понимания/поддержки**.

“Диабет – это не ограничение на жизнь. Мы такие же люди, которые могут всё то же самое, а иногда и больше”

“Всё, чем я когда-либо пользовалась, оказалось полезным в какой-то момент. С опытом чем-то интересуешься и пользуешься больше или меньше. Но любой Диапроект важен, у всех разные истории”

➔ Возможности государственной поддержки варьируются в зависимости от региона и страны. **Государство не может помочь всем**, и *это возможность для НКО расширять границы влияния* и помогать даже в самых удалённых местах, даже тем, кто успел разочароваться в поддержке от общества и государства (главное – достучаться!)

➔ **Дефицит качественного медицинского обслуживания** в государственных клиниках *вынуждает искать обходные пути* для решения вопросов по заболеванию. Доверие к современным источникам информации: диасообществам, диачатам, каналам диаблогеров, НКО – постепенно растёт.

Ключевые выводы:

➔ **Поддержка в диасообществах, систематическое участие в социальных инициативах и проектах** *меняют отношение к заболеванию*: способствуют росту осведомлённости о жизни с диабетом, ответственности за своё здоровье и готовности делиться, не стесняясь, своим опытом с другими.

Что могут сделать НКО?

Повышать осведомлённость о диабете среди **не** имеющих заболевание, чтобы:

➔*снизить уровень риска возникновения диабета,*

➔*снизить уровень социальной стигматизации в обществе,*

➔*улучшить психологический климат вокруг людей с диабетом.*

➔**Мотивировать волонтёрское сообщество** на организацию новых проектов.

➔**Повышать привлекательность волонтёрства** как среди людей с диабетом, так и в обществе в целом.

➔**Готовить новых волонтёров** и специалистов.

➔**Искать идеи для новых проектов среди волонтёров** и участников проекта, помогать в их реализации.

Обратить внимание на **тренды** и вводить **новые форматы, рубрики:**

➔*мобильные приложения и чат-боты,*

➔*подкасты, короткие видео (например, “можно-нельзя”), мастер-майнды.*

И **сотрудничать с известными блогерами** (в том числе *привлекать их к благотворительности*).

Рекомендации для Фонда борьбы с диабетом
(и других НКО)

- ➔ **Расширение географии**: распространение проектов в небольших городах, стимулирование “сарафанного радио”, сотрудничество с локальными проектами.
- ➔ Работа над **узнаваемостью бренда** НКО: *для привлечения не только новых участников проектов и волонтёров, но и новых спонсоров и благотворителей.*
- ➔ Регулярный **мониторинг запросов, пожеланий** к проектам от участников и волонтёров, сбор обратной связи по проектам – для повышения эффективности и популярности проектов НКО.

Уроки, извлечённые из проекта
(методология)

- ***Количественные методы*** *нуждаются в дополнении* ***качественным анализом****.* Ответы на открытые вопросы, рассказанные истории, описание своего опыта собственными словами *дают намного более глубокое понимание изучаемой проблемы*, чем просто сухая статистика.
  Цифры и проценты – это надёжно и наглядно, но нельзя забывать, что респонденты – живые люди, и каждый человек со своей уникальной историей, которая заслуживает быть рассказанной.

- Задача обеспечить преемственность результатов прошлых исследований – не так уж и проста: недостаточно просто посмотреть на выводы, сделанные другими исследователями, потому что ***у каждого аналитика своё видение, своя интерпретация полученных данных***. Если доступна база данных исследования, лучше проанализировать их снова самостоятельно, обращая внимания именно на те моменты, которые важны для текущего исследования. Заодно лучше получается погрузиться в проблему.

Уроки, извлечённые из проекта
(организация процесса)

➔ Когда работаете в команде, в сотрудничестве с партнёрами, другими командами/организациями, *нельзя ожидать, что всё обязательно пойдёт по плану и будет так, как вы себе это представляете.* Человек на другом конце почтовой переписки или чата тоже следует некоторому определённому плану, имеет **свои представления** о ходе работы. Нужно быть терпимым к неудачам, неточностям, медлительности, незаинтересованности – если с таковыми сталкиваетесь.

Команда Веритас
благодарит **организаторов** за возможность принять участие в конкурсе и получить полезный исследовательский опыт,
а также **представителей Фонда борьбы с диабетом** и **партнёров конкурса Медиалогия, Oprosso, OMI**
за плодотворное сотрудничество!