

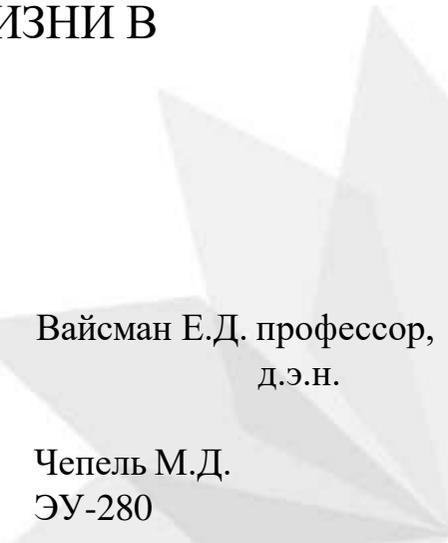


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансовые технологии»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ DIGITAL-ТЕХНОЛОГИЙ В СТРАТЕГИИ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ В ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

РУКОВОДИТЕЛЬ Вайсман Е.Д. профессор,
д.э.н.

АВТОР Чепель М.Д.
ЭУ-280



Целевые показатели Национального проекта «Демография» 2020-2024 гг.

Ожидаемая продолжительность здоровой жизни



Увеличение доли граждан, ведущих здоровый образ жизни и систематически занимающихся физкультурой

Целевые показатели Федерального проекта «Укрепление общественного здоровья» 2020-2024 гг.

снижение на 3 %

потребления
табака

снижение на 28 %

мужской смертности
в трудоспособном
возрасте

78 лет

ожидаемая
продолжительность
жизни

снижение на 9 %

потребления
алкоголя

снижение на 10 %

женской смертности
в трудоспособном в
озрасте

повышение на 79 %

обращаемости в
медицинские
организации по
вопросам
здорового образа
жизни

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Государственное бюджетное учреждение здравоохранения
«Челябинский областной центр медицинской профилактики»

Медицинская профилактика

Пропаганда здорового
образа жизни

СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3

99

лет на страже здоровья

Центров медицинской
профилактики

5

Отделений медицинской
профилактики

38

Кабинета медицинской
профилактики

33

Кабинетов медицинской
помощи при отказе от курения

64

Центров здоровья

19

ЦЕЛЬ

Разработка стратегии популяризации здорового образа жизни в Челябинской области с использованием digital-технологий и оценка её эффективности

ЗАДАЧИ

- 1 обзор методов популяризации здорового образа жизни
- 2 обзор digital-методов и их анализ с позиции пригодности использования в продвижении идей ЗОЖ
- 3 анализ состояния здоровья жителей Челябинской области
- 4 исследование ГБУЗ «Челябинский областной центр медицинской профилактики» и анализ реализуемых программ популяризации ЗОЖ
- 5 исследование с целью выявления отношения жителей к проводимой пропаганде ЗОЖ и оценка качества информационных услуг, оказываемых на сайтах медицинских организаций
- 6 разработка стратегии digital-продвижения ЗОЖ в Челябинской области и оценка её эффективности

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЗОЖ, КАК ОСНОВНОГО ТРЕНДА РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

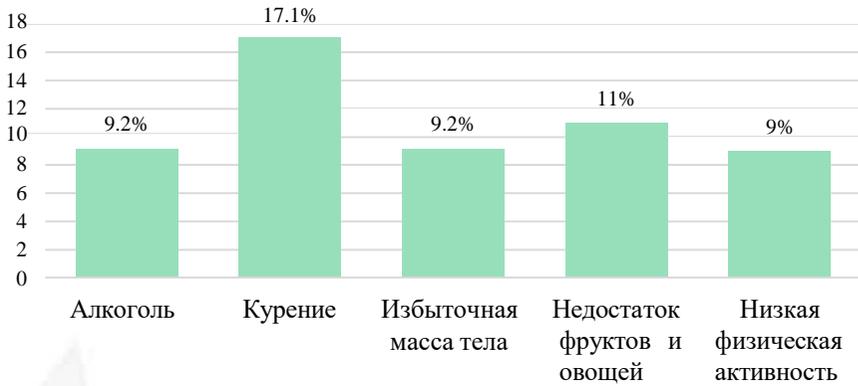


Рисунок 1 – Вклад факторов риска преждевременной смертности

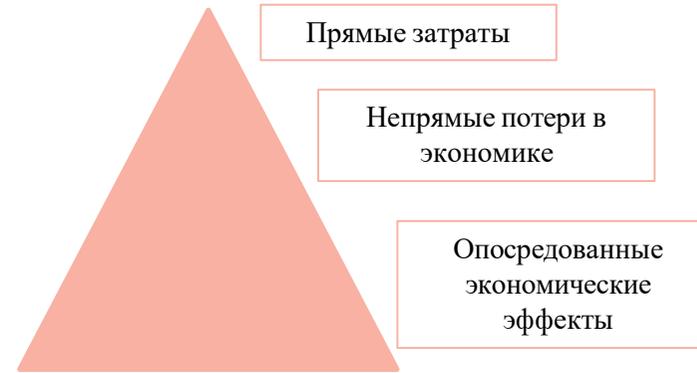


Рисунок 2 – Пирамида экономического ущерба НИЗ

Таблица 1 – Компоненты экономического ущерба неинфекционных заболеваний

Прямые затраты	Непрямые потери в экономике	Опосредованные экономические эффекты
Затраты системы здравоохранения (госпитализация, амбулаторная помощь, скорая медицинская помощь) Прямые затраты других секторов (например, выплаты пособий по инвалидности). Затраты пациентов на приобретение лекарств.	Снижение производительности труда за счёт: 1. презентизма; 2. временной трудоспособности; 3. инвалидности; 4. преждевременной смертности в трудоспособном / экономически активном возрасте	Влияние на структуру потребления в экономике. Влияние на окружающую среду.

Таблица 2 – Сравнительный анализ национальных инициатив по физической активности

Критерий анализа	Страны			
	Канада	Бразилия	Израиль	Россия
Наличие национальной стратегии физической активности	Национальная политика физической активности канадцев, 1996 г.	Национальная политика укрепления здоровья и здравоохранения, 2006 г.	Национальная программа содействия активному и здоровому образу жизни, 2011 г.	Стратегия развития физкультуры и спорта до 2020 года, 2009 г. Готовится новая стратегия.
Реализуемые в стране программы	«Физическая активность: программа действий к здоровой жизни для канадцев»	Манифесты физической активности штатов	Пилотные проекты борьбы с лишним весом. Проекты «Здоровые города»	Федеральный проект «Спорт – норма жизни»
Источники финансирования программ	Государственное и частное финансирование	Бюджеты штатов и частное финансирование	Государственное финансирование	Государственное финансирование
Главное направление в работе по повышению физической активности	Мотивирующие кампании на активный образ жизни: от спорта в повседневность; изменение привычек в пользу здоровья	Регулярная оздоровительная ходьба, создание условий в городах (клубы ходьбы, тротуары здоровья)	Формирование у населения привычки активного и здорового образа жизни. Создание законодат. базы.	Развитие инфраструктур массового спорта «шаговой доступности» и новой системы физкультурно-спортивного воспитания.
Основные результаты	В рейтинге Bloomberg по уровню здоровья населения Канада на 16 месте	Снижение доли жителей с низкой ФА с 43,7% до 11,6% в 2008г.г. «Ажита» сохранила 310 млн \$ в бюджете штата Сан-Паулу	Израиль стабильно вошёл в ТОП-10 рейтинга стран Bloomberg по уровню здоровья населения.	Прирост выполнивших нормативы за 2019 год – 21 %. За 2018 год подъём на 5 строк выше в рейтинге Bloomberg по уровню здоровья.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ЗДОРОВЬЯ ЖИТЕЛЕЙ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

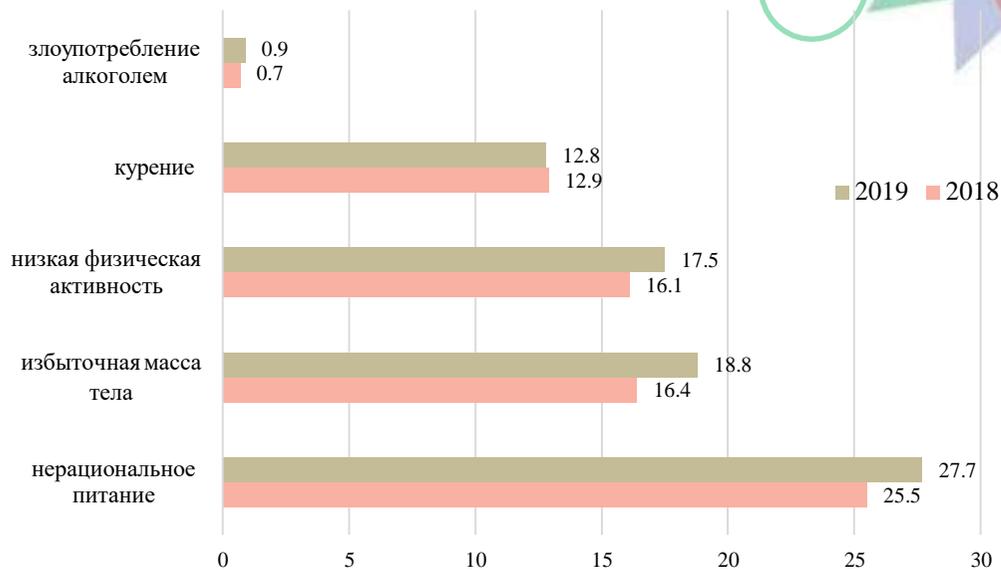
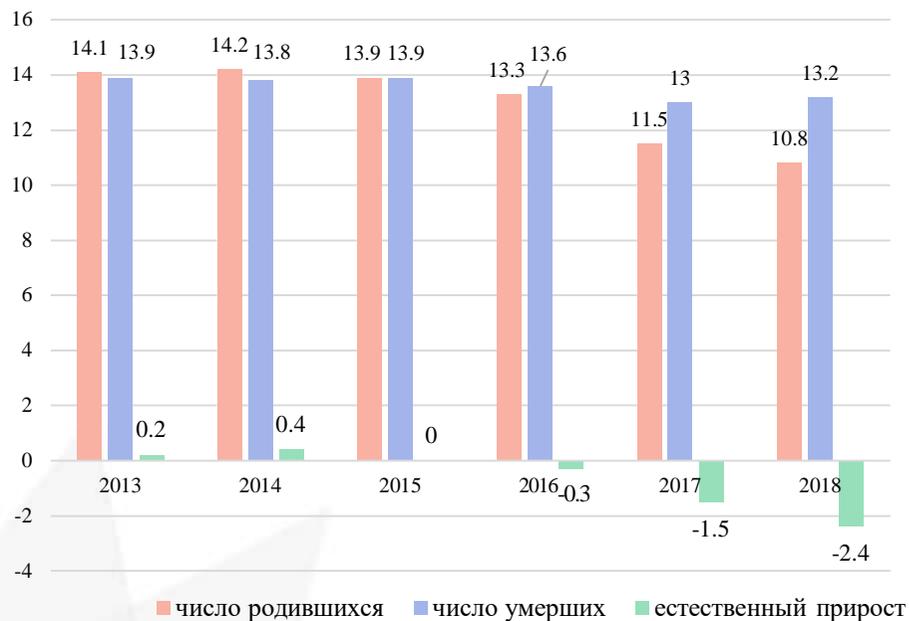


Рисунок 3 – Естественное движение населения Челябинской области

Рисунок 4 – Факторы риска, выявленные у населения Челябинской области

Таблица 3 – Результаты выборочного наблюдения состояния здоровья населения

Показатель	по РФ	по УрФО	по Челябинской области
Ожидаемая продолжительность здоровой жизни в 2019 году, лет	60,3	59,2	58,8
Доля граждан, ведущих здоровый образ жизни в 2019 году, %	12,0	8,7	6,5
Доля граждан, систематически занимающихся физкультурой и спортом в 2019 году, %	27,5	28,4	32,1

Таблица 4 – Расходы бюджета на содержание ГБУЗ «ЧОЦМП»

Наименование	Субсидия на гос. задание			
	2017 г.		2018 г.	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Оплата труда и начисление на выплаты по оплате труда	21 922,32	89,9	28 608,1	89,9
Работы, услуги по содержанию имущества	340,41	1,4	704,9	2,2
Услуги в области информационных технологий	1 065,29	4,3	476,0	1,5
Иные расходы, связанные с увеличением стоимости материальных запасов	1 064,73	4,4	2 047,0	6,4
Итого	24 392,75	100,0	31 836,0	100,0

Региональный проект «Формирование системы мотивации ЗОЖ»

Расходы бюджета в пересчёте на 1 жителя Челябинской области составили 1,9 рубля





Рейтинг источников информации о ЗОЖ



Рисунок 5 – Осведомлённость жителей Челябинской области о ЗОЖ

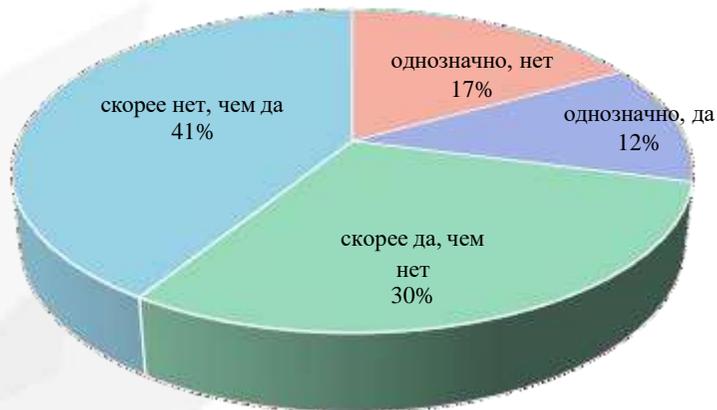


Рисунок 6 – Отношение жителей Челябинской области к ЗОЖ



Рисунок 7 – Оценка жителями пропаганды ЗОЖ



Рисунок 7 – Обращаемость жителей за информацией на сайт организации

Рисунок 8 – Причины не обращения за информацией о ЗОЖ на сайт



Рисунок 9 – Средняя оценка жителями сайта и страниц медицинских организаций (баллы)

$$SQ_n = P_n - E_n,$$

где SQ_n – коэффициент качества характеристики;

P_n – средняя характеристика в восприятии;

E_n – средняя оценка характеристики в ожидании

5 групп характеристик качества информационной услуги



Материальность



Надёжность



Отзывчивость



Уверенность



Сопереживание

Таблица 5 – Результаты исследования сайтов

Тип	Измерения SERVQUAL	Рейтинг восприятия P_n	Рейтинг ожидания E_n	Коэффициент качества SQ	Рейтинг важности
Материальность				- 1,1	4,7
M1	Современность и активность сайта	3,2	4,5	- 1,2	4,6
M2	Большая база информации	3,5	4,9	- 1,4	5,0
M3	Удобство и простота поиска	4,0	4,8	- 0,8	4,8
M4	Внешнее оформление информации	3,5	4,5	- 1,0	4,5
Надёжность				- 0,62	4,4
H5	Хорошая репутация учреждения	4,3	4,8	- 0,5	4,7
H6	Научный характер информации	4,0	4,7	- 0,7	4,8
H7	Наличие ссылок на источники	2,8	3,6	- 0,8	3,8
H8	Отсутствие ошибок в текстах	4,1	4,6	- 0,5	4,8
H9	Своевременность информации	4,1	4,7	- 0,6	4,2
Уверенность, гарантированность				- 0,76	4,7
У14	Компетентность авторов	3,6	4,9	- 1,3	5,0
У15	Позитивность информации	4,2	4,5	- 0,3	4,4
У16	Понятный потребителю язык	4,1	4,7	- 0,6	4,8
У17	Доказательная основа	3,6	4,8	- 1,2	4,5
У18	Безопасность применения	4,3	4,7	- 0,4	4,8
Глобальный коэффициент качества GSQ				- 0,891	

Таблица 6 – Средневзвешенная оценка SERVQUAL сайтов медицинских организаций

Измерения SERVQUAL	Коэффициент качества SQ	Весовой коэффициент важности	Средневзвешенная оценка качества
Материальность	- 1,10	0,29	- 0,319
Надёжность	- 0,62	0,18	- 0,112
Отзывчивость	- 1,00	0,08	- 0,080
Уверенность, гарантированность	- 0,76	0,35	- 0,266
Сопереживание	- 0,975	0,10	- 0,097
Средневзвешенная оценка SERVQUAL			- 0,874

- ◆ Материальность
- ◆ Надёжность
- ◆ Отзывчивость
- ◆ Уверенность
- ◆ Сопереживание

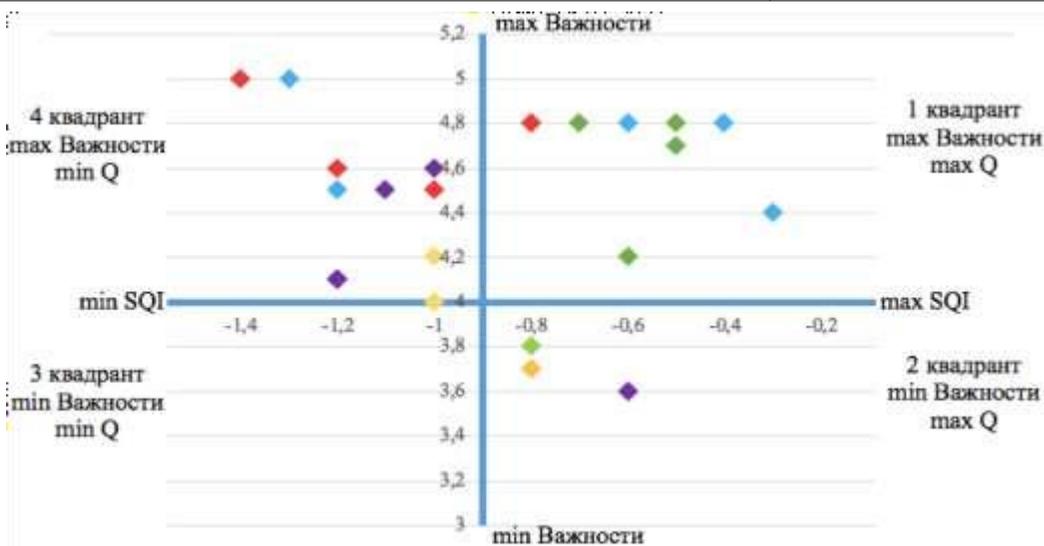


Рисунок 10 – Критерии оценки информационных услуг сайтов с помощью методики «важность-качество»

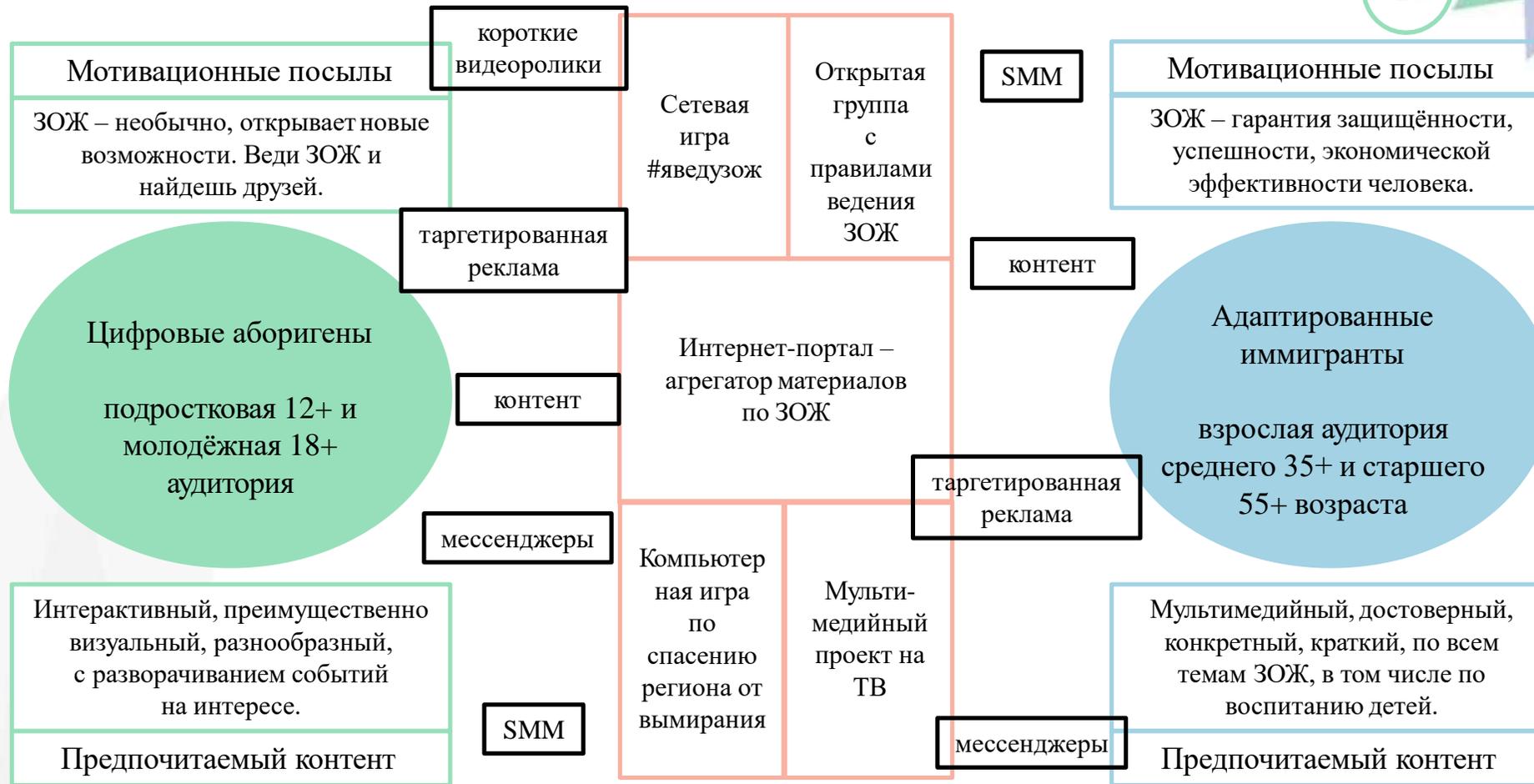


Таблица 7 – КРІ сайта ГБУЗ «ЧОЦМП» в 2018-2019 г.г.

КРІ сайта	2018 год	2019 год	% прирост.
Количество посетителей сайта в год	11 000	16 300	+48,2
Количество посещений сайта в год	16 700	26 000	+55,7
Среднее число посещений на одного посетителя в год	1,52	1,59	+4,6
Доля новых посетителей в 2019 году по сравнению с 2018 годом 99,4 %			

Таблица 8 – План-график задач digital-стратегии на 2020-21 г.г.

Задача	2020 год				2021 год							
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
концепция												
интернет-портал												
команда												
продукт												
обновл. сайтов												

Изменение вектора информационной интервенции по продвижению ЗОЖ на преимущественное использование digital-технологий; повышение численности посетителей созданного Интернет-портала до 25 тыс. в год к 1 января 2022 г.

Таблица 9 – Затраты на реализацию стратегии продвижения ЗОЖ в 2020-2024 г.г

Наименование мероприятия	Всего, тыс. руб.	в том числе поэтапно, тыс. руб.				
		2020 год	2021 год	2022 год	2023 год	2024 год
Создание Интернет-портала – агрегатора материалов по ЗОЖ – открытой коммуникационной платформы для всех адресных групп целевой аудитории	600,0	600,0	-	-	-	-
Оплата труда специалистов, вводимых в штат ГБУЗ ЧОЦМП дополнительно	5 980,0	460,0	1380,0	1380,0	1380,0	1380,0
Геймификация мотивирования молодёжи здоровому образу жизни/создание игры #яведужош в социальных сетях	600,0	300,0	300,0	-	-	-
Итого	7 180,0	1 360,0	1680,0	1380,0	1380,0	1380,0

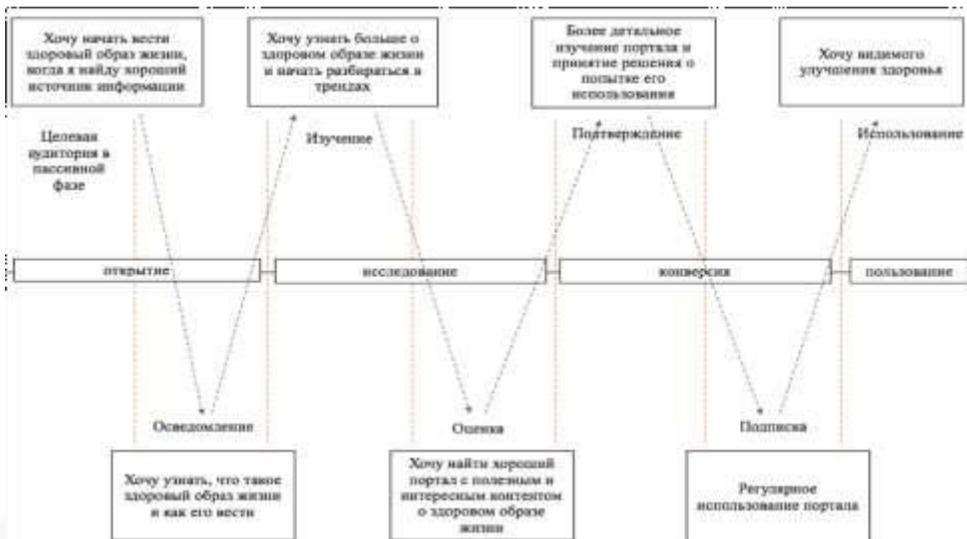


Таблица 10 – KPI первого года digital-проекта в части разработки портала

KPI	Количественное выражение KPI	
	в %	Пользователей, тыс. чел.
Довести охват целевой аудитории до заданной величины	30,0	390,0
Довести вовлеченность целевой аудитории до заданной величины	50,0	195,0
Довести количество лайфхаков до заданной величины	90,0	175,5
Довести конверсию до заданной величины	10	17,5

Целевая аудитория порядка 1,3 млн человек в Челябинской области

Рисунок 10 – Карта пути пользователя Интернет-порталом по ЗОЖ

$$\text{Цена цели} = \frac{\text{Сумма инвестиций в портал}}{\text{Количество подписчиков}}$$

Таблица 11 – Динамика показателя средняя цена цели как оценки эффективности создания портала

Период	Охват		Вовлеченность		Лайфхаки		Конверсия		Средняя цена цели, руб./чел.
	%	Тыс. чел.	%	Тыс. чел.	%	Тыс. чел.	%	Тыс. чел.	
За один год	30,0	390	50,0	195	90,0	175	10,0	17,5	34,3
За два года	35,0	455		230		200		20,0	30,0
За три года	40,0	530		260		230		23,0	26,1
За четыре года	45,0	600		300		270		27,0	22,2
За пять лет	50,0	700		350		310		31,0	19,3

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

16

Затраты бюджета
в 2019 году,
ассоциированные с
факторами риска ХНИЗ
трудоспособного
населения Челябинской
области

175 812 700 руб.

Численность
трудоспособного
населения
Челябинской
области в 2019
году

1 895 500 чел.

Затраты бюджета
на одного
человека в 2019
году

93 руб.

Согласно КРІ в
первый год
планируется
привлечь к
здоровому образу
жизни

17 500 чел.

Эффект первого года составит $17\,500 \times 93 = 1\,627\,500$ руб.

$$\text{Эффективность} = \frac{\text{Эффект}}{\text{Затраты в продвижение ЗОЖ}}$$

$$\text{Эффективность} = \frac{1\,627\,500}{1\,360\,000} = 1,2$$

– Установлено, что эффективное продвижение идей ЗОЖ в современном мире на уровне популяции возможно только за счёт информационной интервенции современными трендами digital-технологий.

–Обнаружена необходимость разработки digital-стратегии, а также инвестирования в создание портала, разработку информационных продуктов и в подготовку команды специалистов.

–Выявлена низкая приверженность населения Челябинской области здоровому образу жизни: в 2019 году только 6,5 % вели здоровый образ жизни, что в 2 раза ниже среднего показателя по России.

– Проведённый анализ ГБУЗ «ЧОЦМП» показал низкую укомплектованность штата, отсутствие IT-специалистов, а также финансирование реализуемых проектов и программ по «остаточному принципу».

–Проведённое исследование методов пропаганды здорового образа жизни, осуществляемой медицинскими организациями Челябинской области, выявило недостаточную эффективность и низкое качество работы в этом направлении.

– Проведён анализ целевой аудитории.

–На основе результатов анализа запросов целевой аудитории разработана стратегия с использованием digital-технологий. Доказана её маркетинговая и экономическая эффективность.