

Оценка эффективности программы

1.1. Изменение поведения участников программы: мотивация на поиск информации из достоверных источников

Одной из главных задач программы является мотивация участниц программы на поиск дополнительной информации, касающейся беременности, здоровья матери и ребенка из авторитетных источников

Для того, чтобы выявить, выполняет ли программа данную функцию были заданы следующие вопросы.

На вопрос «Консультируетесь ли вы с врачом по вопросам, поднятым в СМС» треть респондентов 35,8% ответили положительно (да, иногда -26,7%, да, регулярно – 9,1%).(Рис.1.) Несмотря на то, что число консультирующихся с врачом по тем или иным темам из рассылки невелико, существует положительная динамика по сравнению с 2013 годом: число людей увеличилось с 24,9% до 35,8%, т.е. если раньше консультировался с врачом каждый 4-ый участник программы, сейчас – каждый 3-ий. (Рис.2.)

Рис.1.

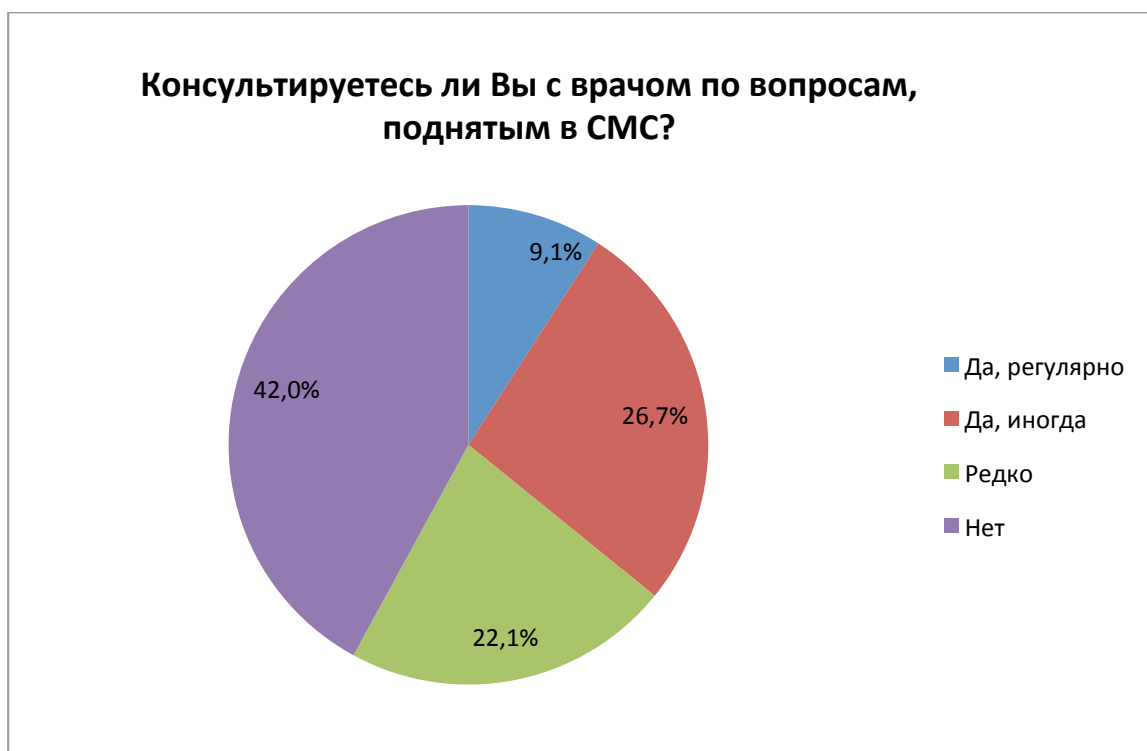
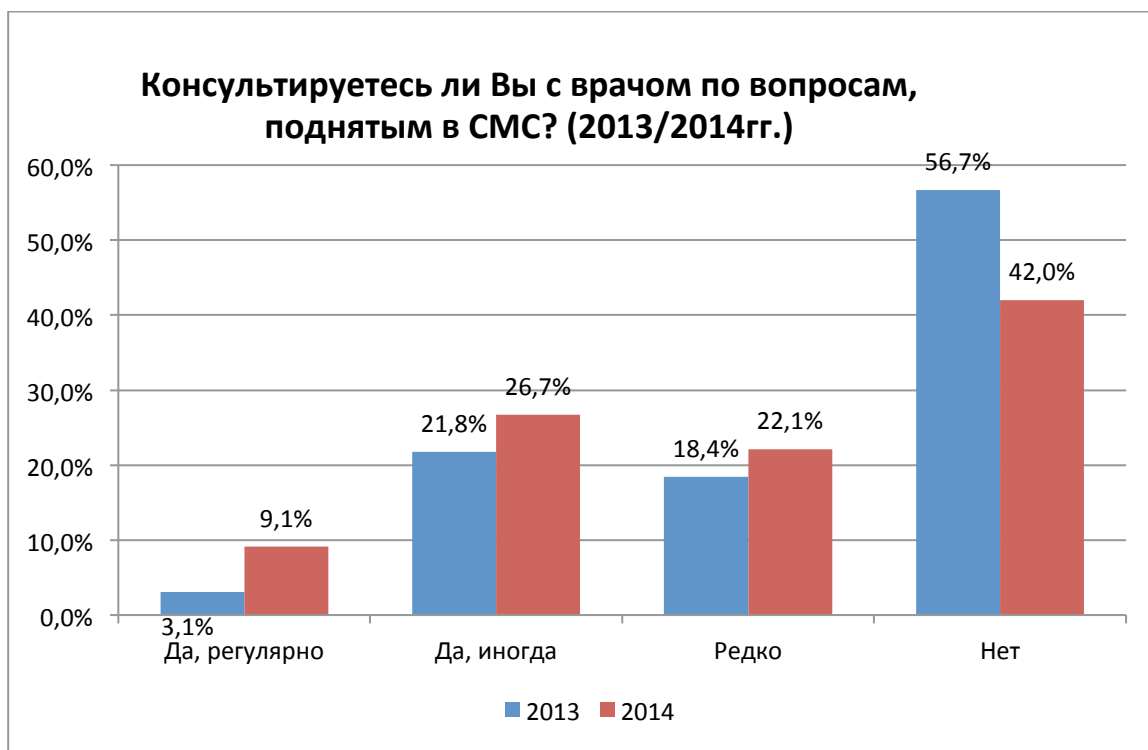


Рис.2.



На вопрос о том, является ли получение СМС-сообщения мотивом к поиску информации на ту или иную тему, большинство участников ответили утвердительно: «да, иногда» 55,2%, «да, регулярно» 22,4%. (рис.3), т.е. в общей сумме программа мотивирует на поиск информации 77,6% участников.

Также был задан уточняющий вопрос на тему того, к каким источникам чаще всего обращаются женщины за дополнительной информацией на темы, связанные с беременностью/материнством. (Рис.14) Лидирующим источником для современных женщин является интернет (92,1%), что превышает даже консультации у врача (85,2%). Также популярны советы родственников (мужа, старшего поколения и др) – 84,3%. Наименее же распространенными источниками информации являются журналы (43,7%) и книги (60,8%).(Рис.4.)

Рис.3.

**Является ли для вас получение СМС-сообщения
мотивом к поиску дополнительной информации на ту
или иную тему?**

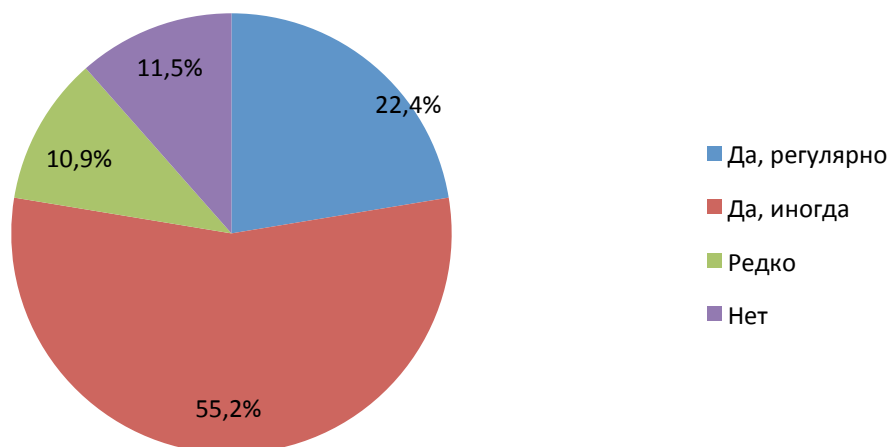
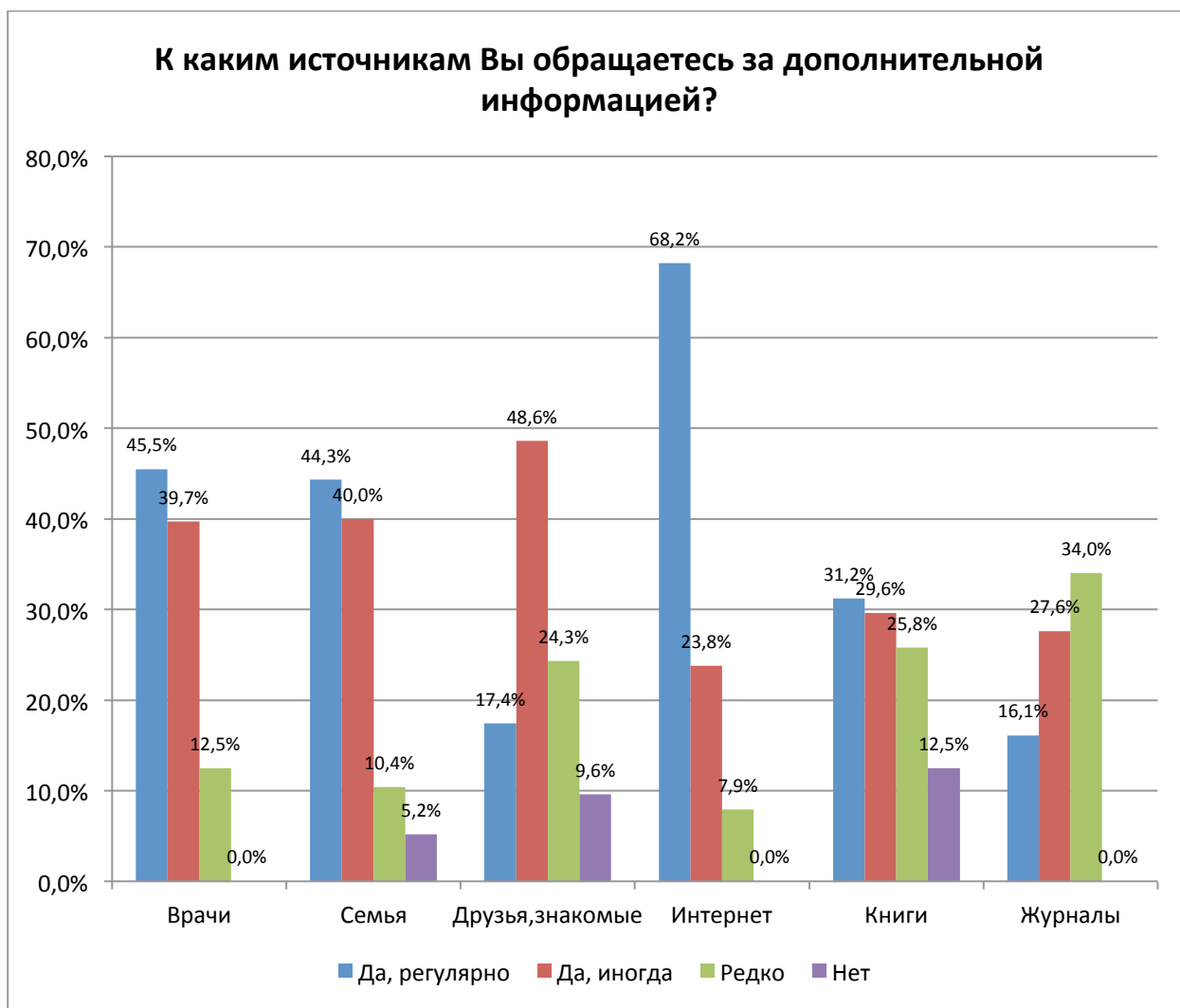


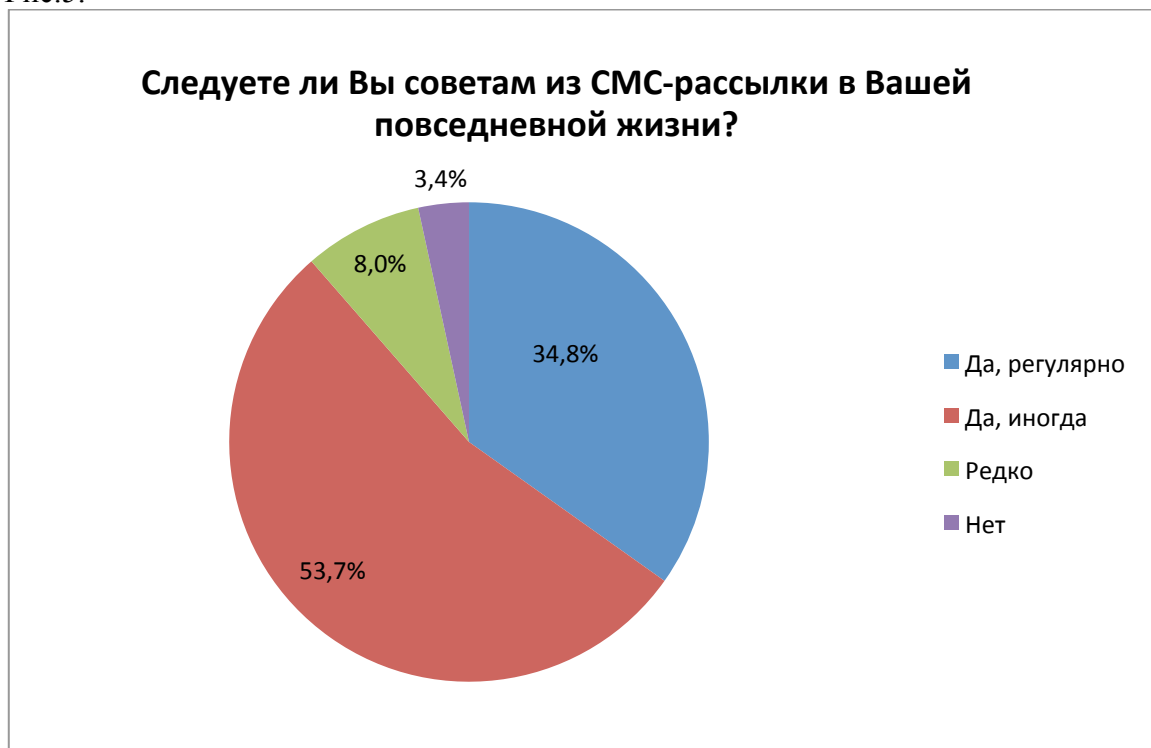
Рис.4



1.2. Изменение поведения участников программы: выполнение рекомендаций в повседневной жизни

Для того, чтобы определить влияние программы на изменение поведения участниц в повседневности, был задан прямой вопрос: «Следуете ли Вы советам из СМС-рассылки в Вашей повседневной жизни?». Абсолютное большинство участников (88,6%) ответило на него положительно: 34,8% - да, регулярно, 53,7 – да, иногда. Ответы на данный вопрос свидетельствуют о высоком доверии участников программы к содержанию рассылки и применении советов из рассылки на практике (рис.5.)

Рис.5.



Далее был задан блок вопросов, посвященных изучению реального поведения подписчиков. Данные вопросы были составлены с учетом содержания текстов рассылки для того, чтобы мы имели возможность проверить, действительно ли участницы используют рекомендации на практике. Конечно, необходимо учитывать, что наряду с программой, на поведение участниц влияют и другие факторы, рассылка является одним из факторов воздействия.

Беременным участницам программы были заданы два специальных вопроса. Первый вопрос: «Как часто Вы принимали витамины/ фолиевую кислоту в течение последнего месяца?» На данный вопрос 67,9% ответили «ежедневно», что свидетельствует о том, что программа мотивирует участников.(Рис.6.)

В рассылке женщинам рекомендуется вести физически активный образ жизни (согласно консультации врача, если на то нет противопоказаний). Данный показатель оказался одним из самых слабых в оценке программы, большинство участниц не делают физические упражнения (58,9%). Таким образом, физически активный образ жизни ведет всего лишь треть (30,4%) участниц программы. Данный аспект рассылки нуждается в существенной доработке.(Рис.7)

Рис.6. База-беременные

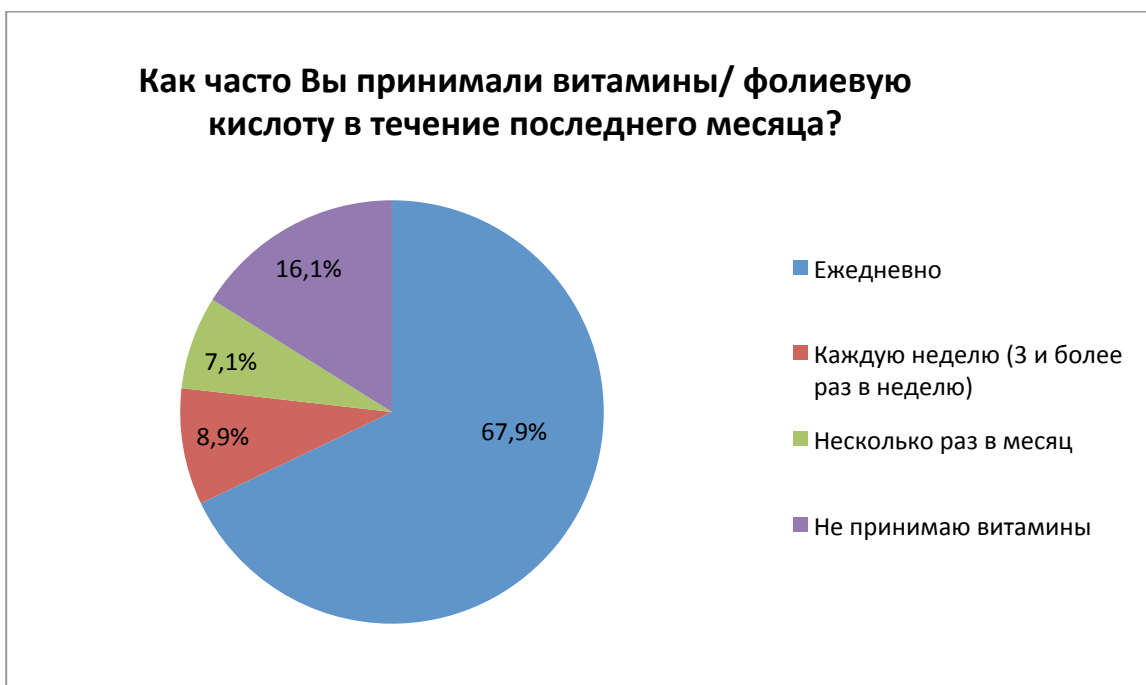
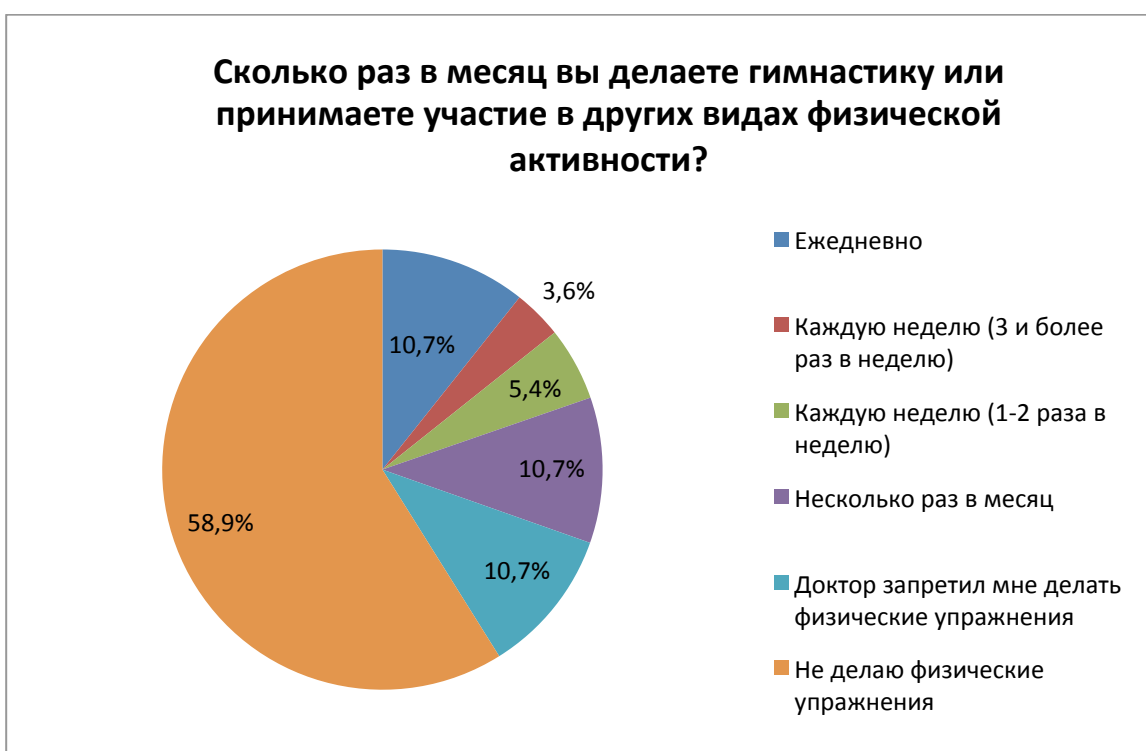


Рис.7. База-беременные



Для матерей с детьми до года такими специальными вопросами были вопросы относительно грудного вскармливания и вакцинации. На момент опроса кормят грудью своих детей чуть более половины (53,4%) участниц, однако среди оставшихся женщин 90% кормили ребенка грудью после рождения в течении различного периода времени, и лишь затем прекратили грудное вскармливание.(рис. 8-9) Число женщин никогда не кормивших грудью составляет всего 10%.

рис.8. База- матери с детьми до года

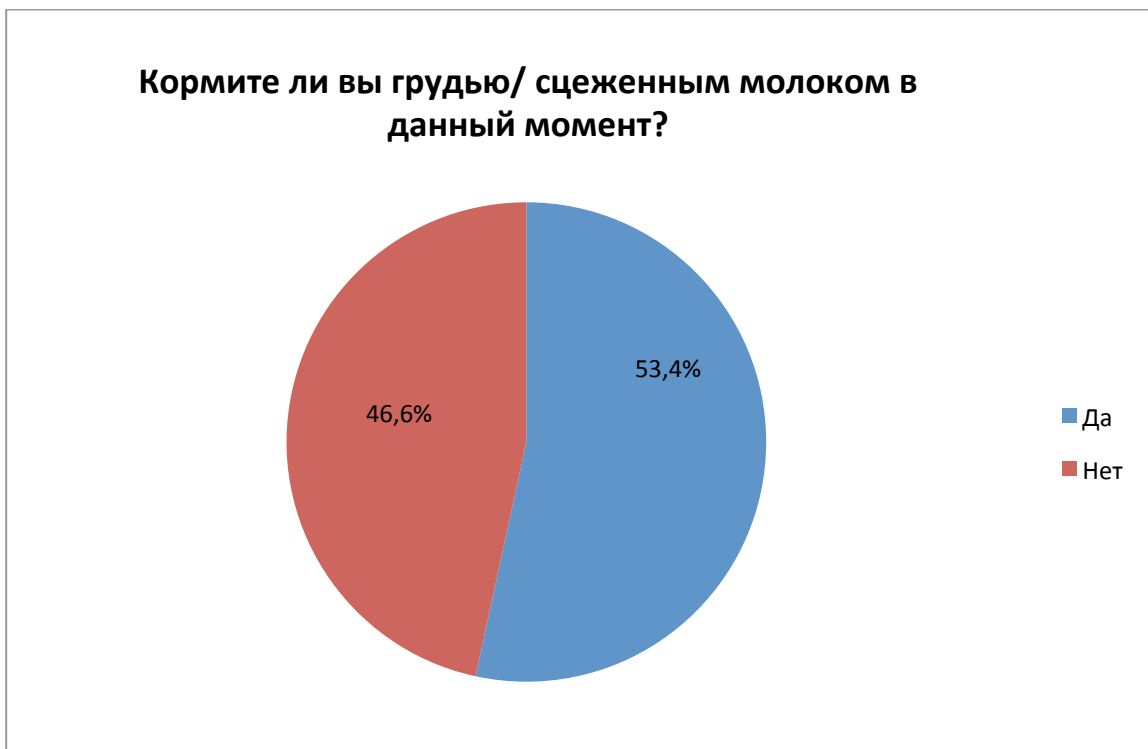


рис.9 База- не кормящие грудью матери



Еще один вопрос был задан матерям относительно вакцинации. Абсолютное большинство участниц программы делает прививки своим детям в соответствии с календарем прививок (84,2%). Таким образом, программа СМСмаме поддерживает матерей в их приверженности вакцинации. (Рис.10)

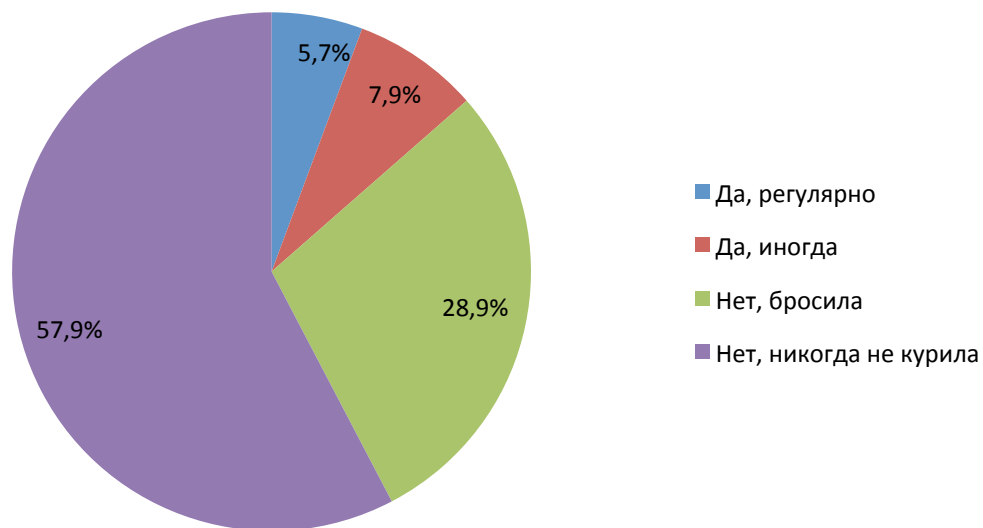
Рис.10. База- матери с детьми до года



Следующие два вопроса посвящены употреблению алкоголя и курению табака и являются общими, как для беременных участниц, так и для матерей. Результаты свидетельствуют о том, что абсолютное большинство женщин (86,4%) не курит (рис.11.) Важным показателем является то, что почти треть опрошенных бросили курить в связи с беременностью и рождением ребенка (28,9%).

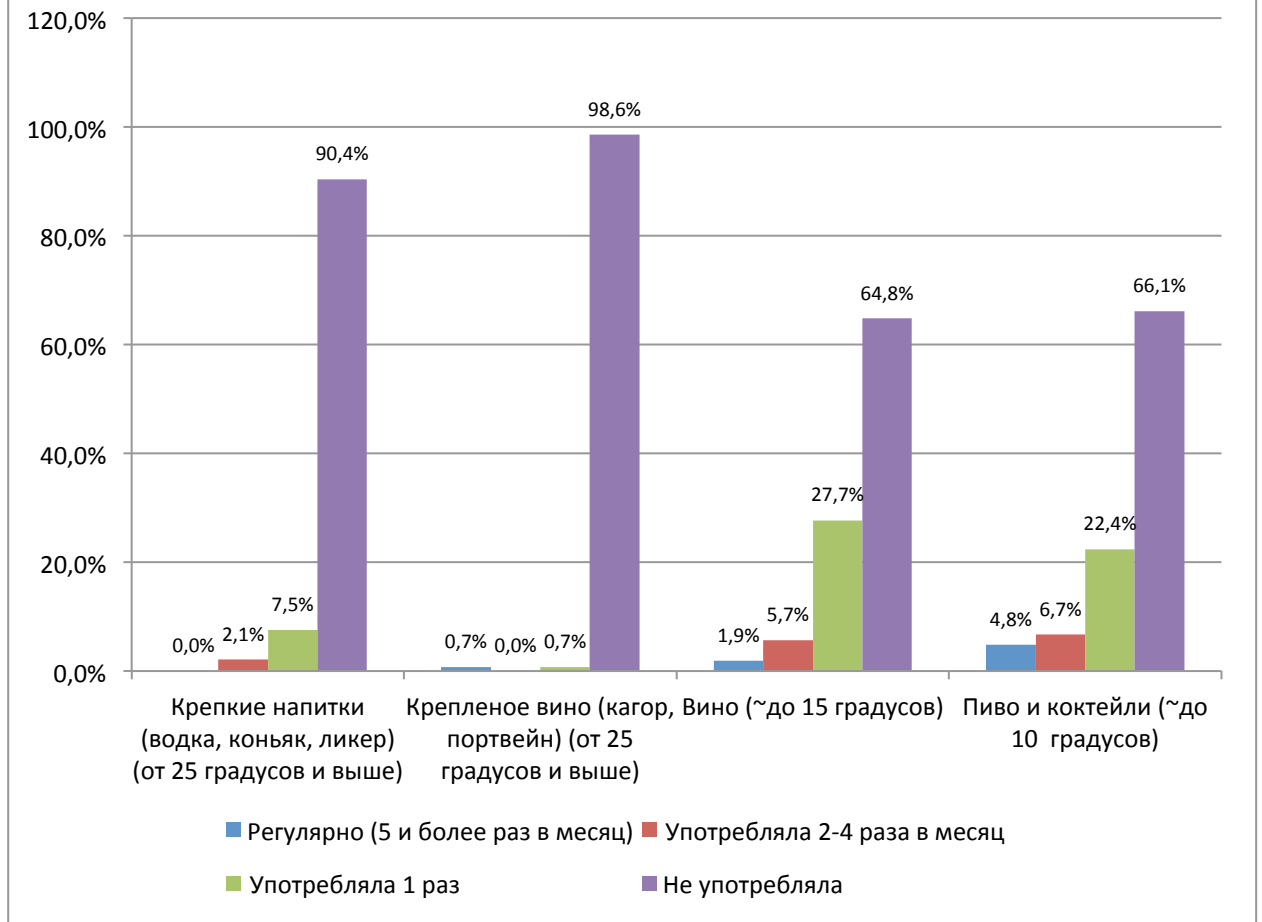
рис.11

Курите ли Вы в настоящее время?



Сходным образом выглядит ситуация с употреблением алкоголя. Число употребляющих алкоголь незначительно, практически отсутствуют положительные ответы относительно употребления крепких напитков. Четверть участников употребляла пиво (22,4%) и вино (27,7%), но только один раз в течение последнего месяца. Численность женщин, более менее систематически употребляющих спиртное составляет всего 7,6% участниц по употреблению вина и 11,5% по употреблению пива. (Рис.12) Таким образом, можно говорить о том, что программа выполняет свою функцию мотивации на отказ от алкоголя. Рис.12.

Употребляли ли вы следующие алкогольные напитки в течение последнего месяца? Как часто?



Из всего сказанного выше можно сделать вывод о том, что программа выполняет две важнейших функции: 1) мотивации на поиск дополнительной информации относительно здоровья матери и ребенка, 2) мотивации к здоровому образу жизни, в частности избавления от вредных привычек, таких как курение и употребление алкоголя.