

Маркетинговый анализ потенциальной целевой аудитории проекта "Коалиция "Забота рядом" БФ "Хорошие истории"

Подготовлено для:



Выполнено: сборной студенческой командой «Айсберг» в составе: Кирилл Кузьмин, Яна Мильгунова, Диана Хайретдинова и Виктория Чумакова

Научный руководитель: И. А. Корягина, к.и.н., доцент кафедры маркетинга Высшей школы креативных индустрий, руководитель международного отдела Высшей школы финансов РЭУ имени Г.В. Плеханова



РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА

СБОРНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ
КОМАНДА «АЙСБЕРГ»



Кирилл Кузьмин
Высшая школа креативных индустрий



Научный руководитель: Инга Анатольевна Корягина,
к.и.н., доцент кафедры маркетинга Высшей школы
креативных индустрий, руководитель международного
отдела Высшей школы финансов РЭУ имени Г.В.
Плеханова



Диана Хайретдинова
Высшая школа
креативных
индустрий



Яна Мильгунова
Высшая школа
креативных
индустрий

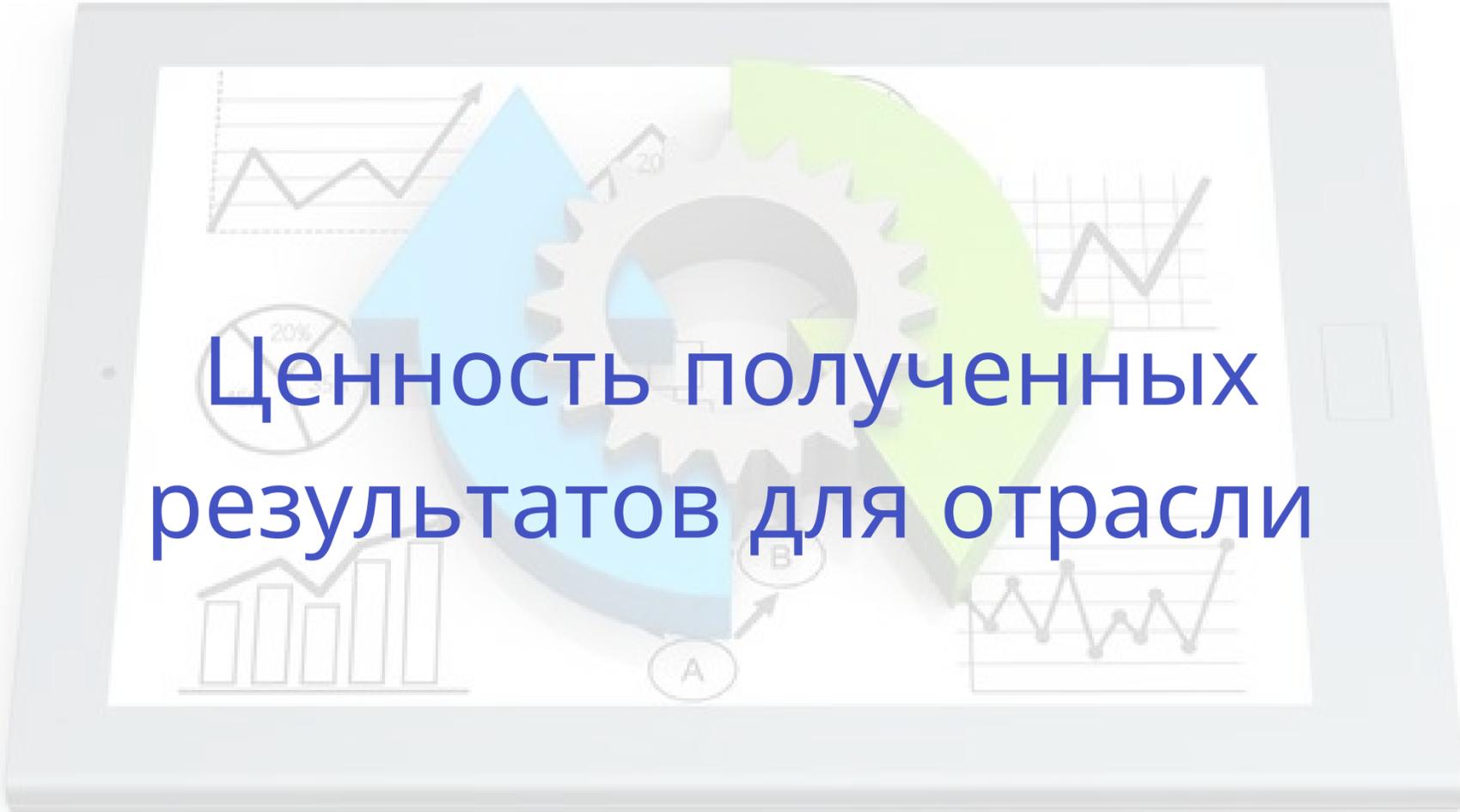


Виктория Чумакова
Высшая школа финансов

Оглавление



1. Ценность полученных результатов для отрасли
2. Цели и задачи исследования
3. Методология исследования
4. Подкатегории в рамках целевой аудитории
5. Оценка ситуации со стороны ухаживающих родственников
6. Выявление Материальных, информационных, психологических, социальных и иных потребностей ухаживающих родственников
7. Гипотезы о возможных барьерах к использованию тех или иных ресурсов
8. Анализ ресурсов, используемых ухаживающими родственниками, для удовлетворения своих потребностей

A tablet device is shown in the center, displaying a collection of business-related icons and charts. These include a line graph with an upward arrow, a pie chart with a 20% segment, a bar chart, a gear icon, and another line graph. The text is overlaid on the tablet screen.

Ценность полученных
результатов для отрасли

Ценность полученных результатов для отрасли

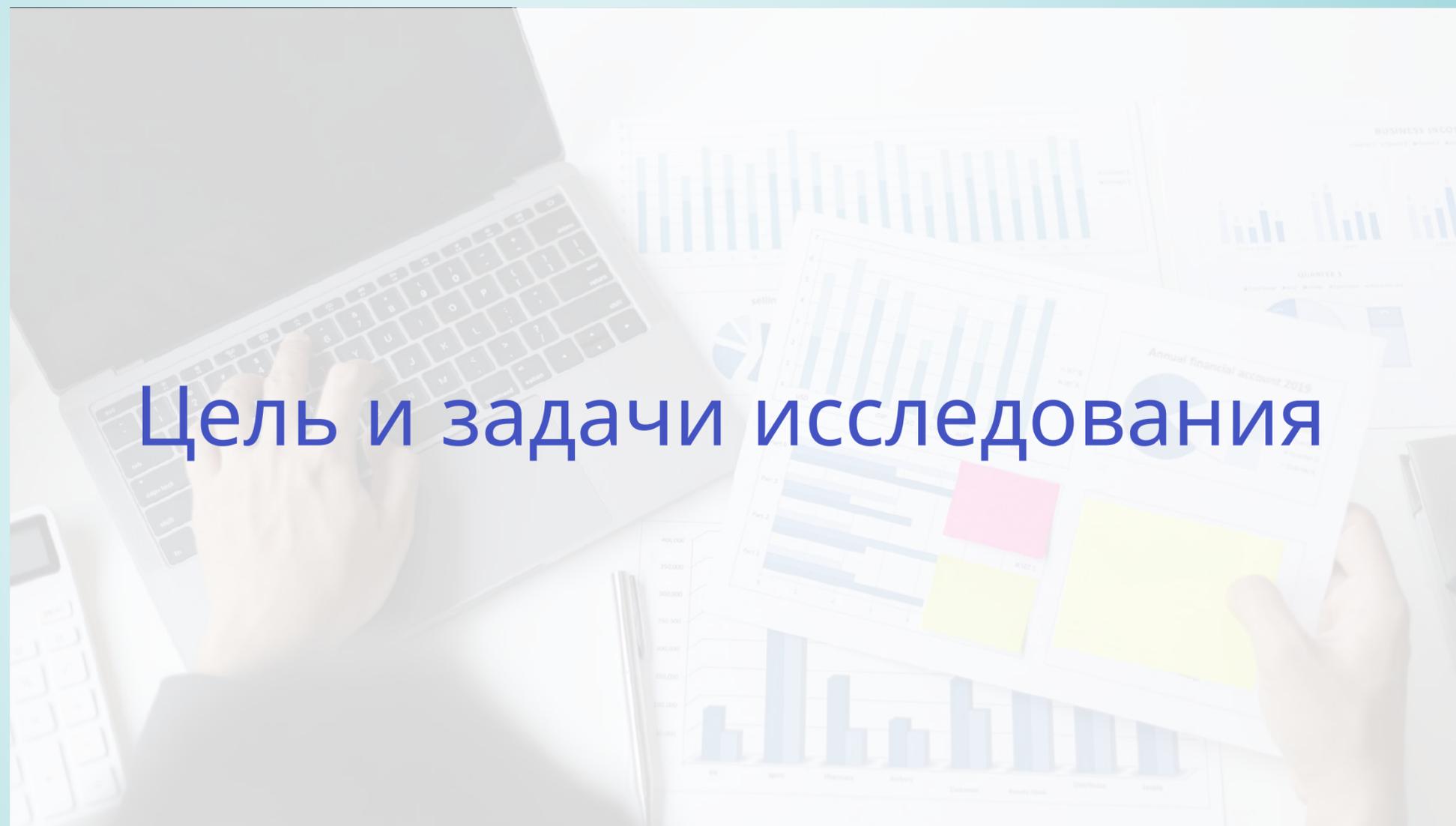
Проблема ухода за длительно/тяжело болеющими пожилыми близкими также является актуальной и значительной на российском рынке. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, в России насчитывается около 20 миллионов пожилых людей, а данный показатель продолжает расти из года в год.

Исследование показывает, что более 90% пожилых людей имеют хроническое заболевание, требующее постоянного ухода и поддержки, чаще всего со стороны родственников. Одновременно, согласно отчету Фонда поддержки больных раком, каждый год в России диагностируют около 350 тысяч новых случаев онкологических заболеваний, многие из которых требуют длительного ухода.

В условиях стремительного развития экономики и изменения демографической структуры общества, все больше россиян сталкиваются с необходимостью ухаживать за пожилыми или больными родственниками.

По данным Ассоциации домашнего обслуживания, только в Москве и Санкт-Петербурге количество домашних уходов за пожилыми людьми увеличивается на 15-18% ежегодно.

Таким образом, исследование аудитории родственников, ухаживающих за длительно/тяжело болеющими пожилыми близкими, имеет высокую актуальность на российском рынке. Оно позволит выявить конкретные потребности и ресурсы этих родственников и способствовать разработке адекватных решений, программ и услуг, направленных на поддержку и улучшение качества жизни как родственников, так и самих пожилых людей.



Цель и задачи исследования

Цель исследования

Изучить аудиторию родственников, **ухаживающих за длительно/тяжело болеющими пожилыми близкими** (в первую очередь, родителями) на предмет выявления их **актуальных потребностей и ресурсов**, которые они используют для их удовлетворения.



Задачи исследования



Определить возможные **подкатегории** в рамках целевой аудитории



Определить материальные, информационные, психологические, социальные и иные **потребности** ухаживающих родственников.



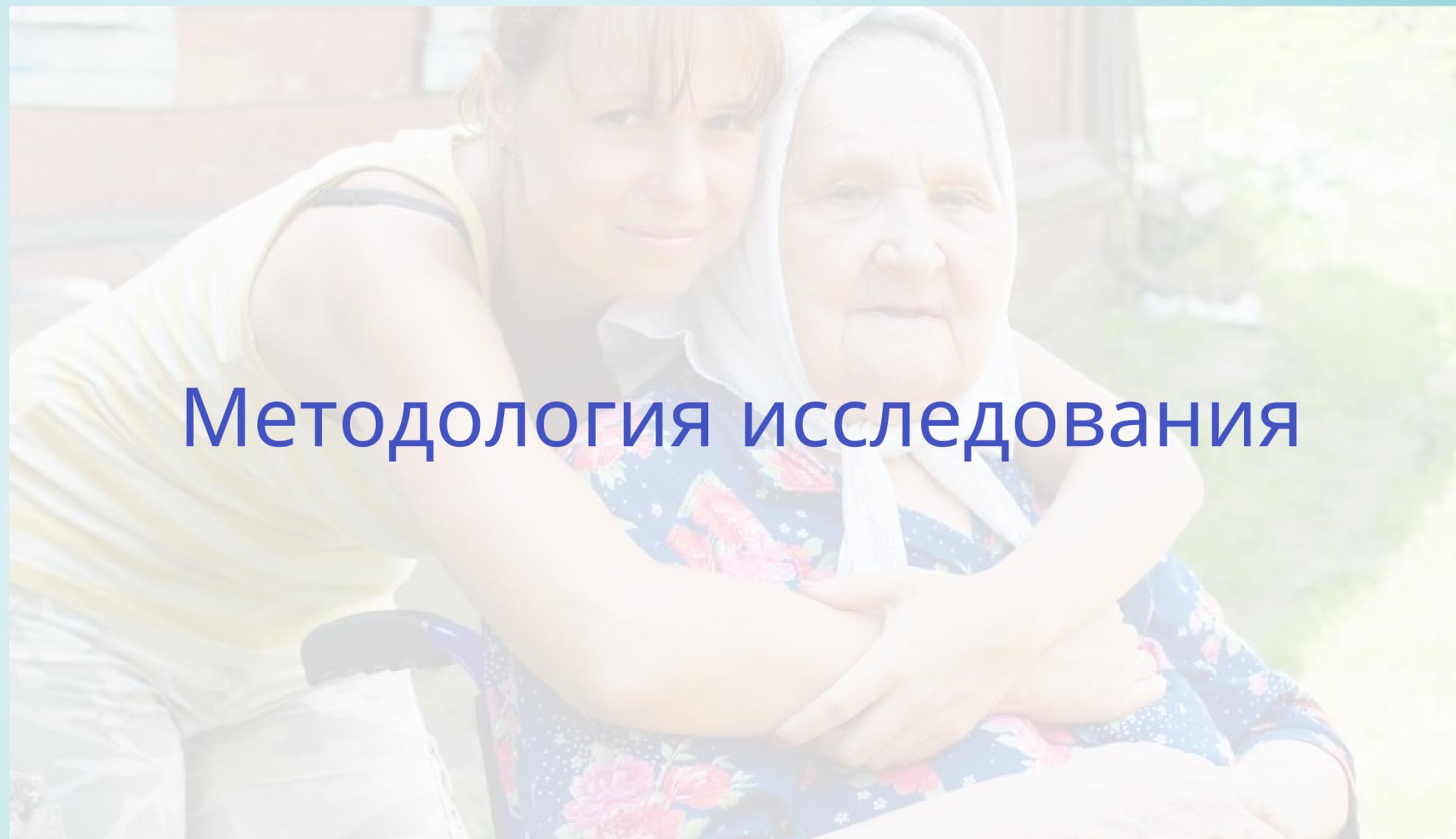
Определить **ресурсы**, которые ухаживающие родственники используют для удовлетворения своих потребностей; выделить среди них **платные и бесплатные**, а также **приоритетные** (наиболее распространенные) в использовании ресурсы



Определить **оценку ситуации** со стороны ухаживающих родственников и их **самоощущение**



Проверить гипотезы о возможных барьерах к использованию тех или иных ресурсов (нет доступа, «к психологам ходят только психи» и т.п.)



Методология исследования

Методология



Целевая аудитория

Мужчины и женщины 17+,
ухаживающие родственники



Метод исследования

Онлайн-опрос по анкете самозаполнения по
панели OMI, сайт НКО



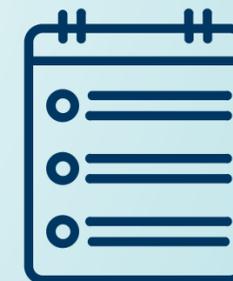
Размер выборки

1041 интервью



География проекта

Россия, края/республики, области,
районы, включая города с населением
до 1 000 000, сельские поселения (по
возможности)

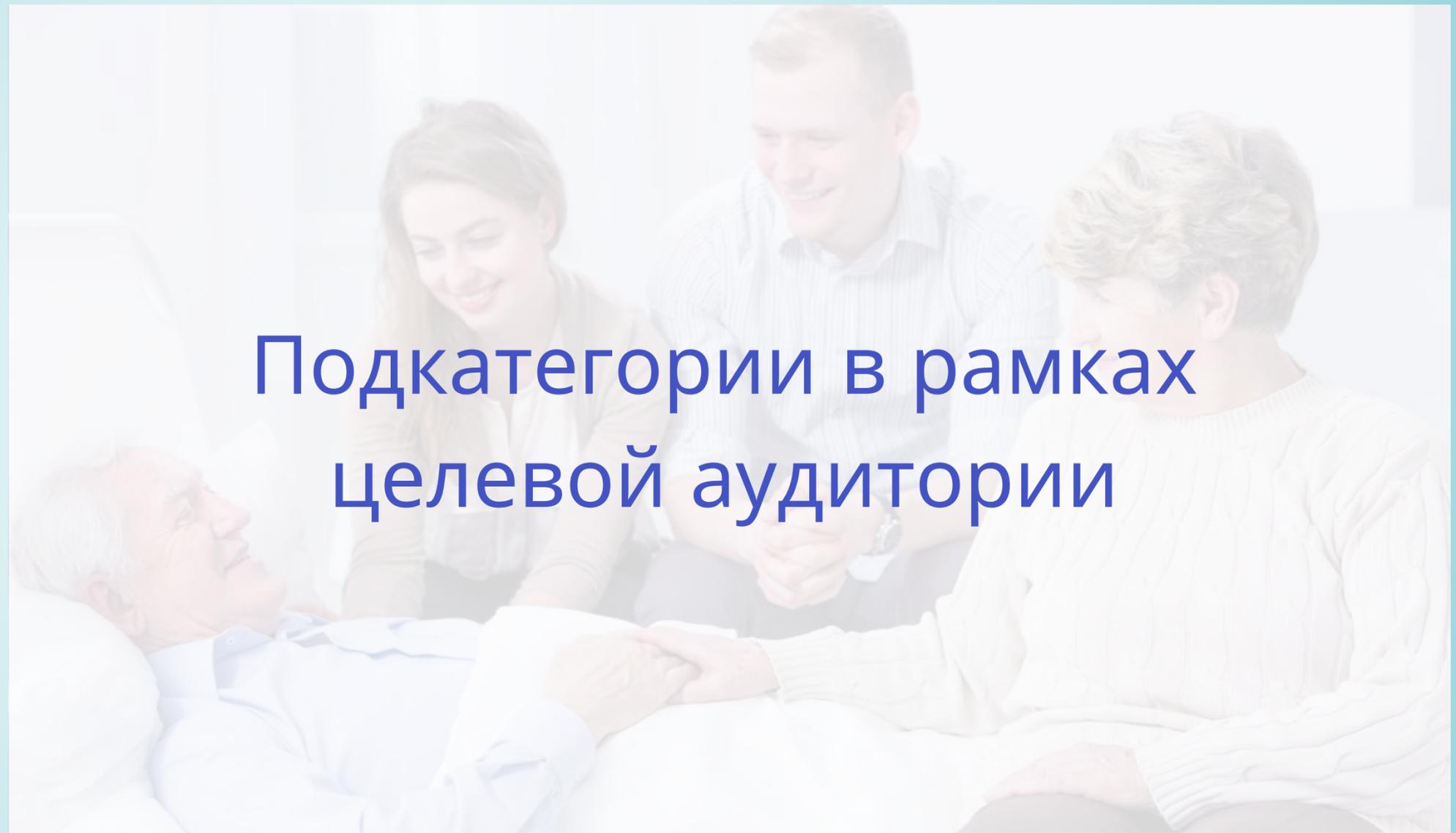


Сроки полевых работ

1-26 июня 2023 года

4

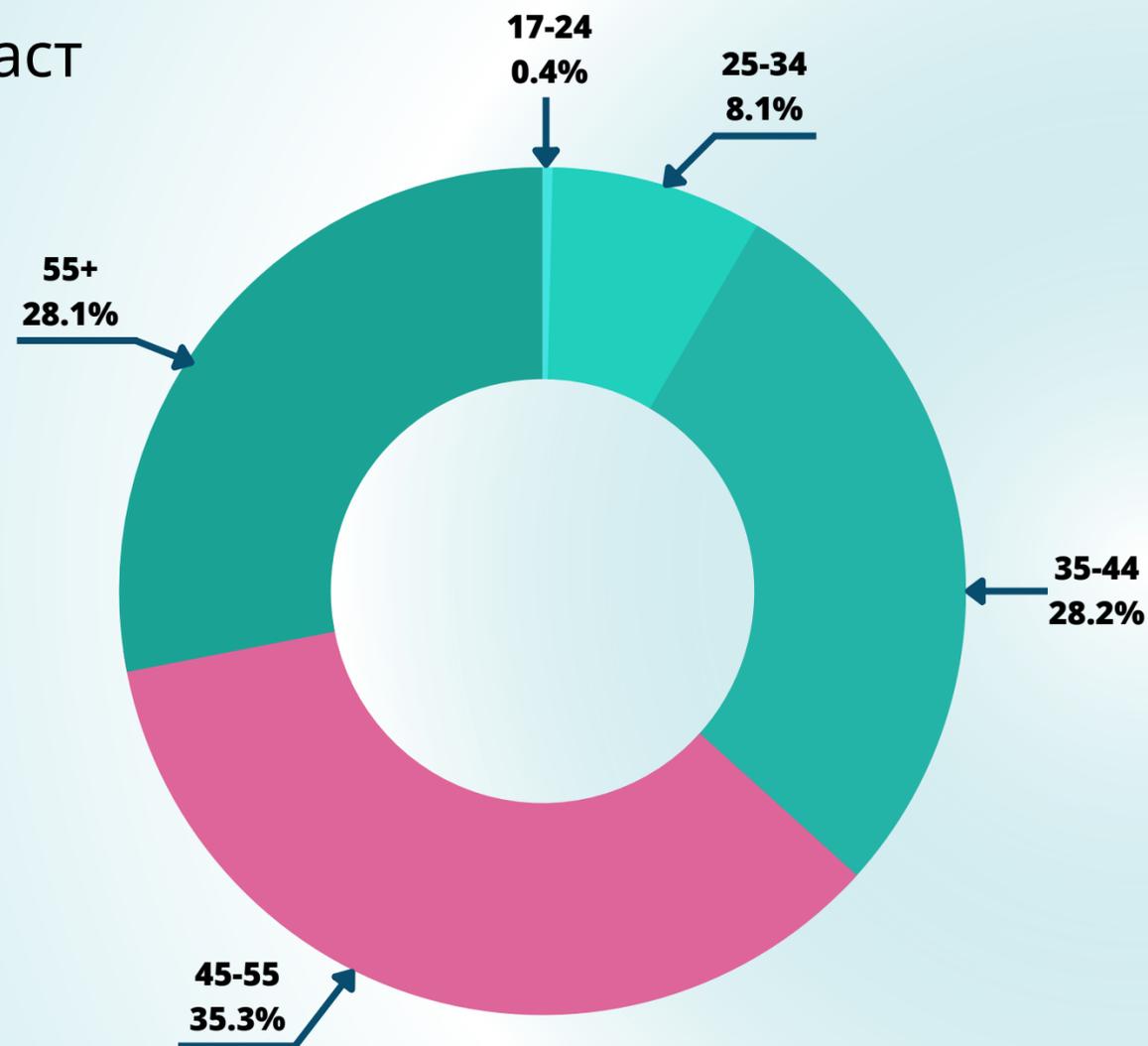
Подкатегории в рамках
целевой аудитории



Демографические показатели

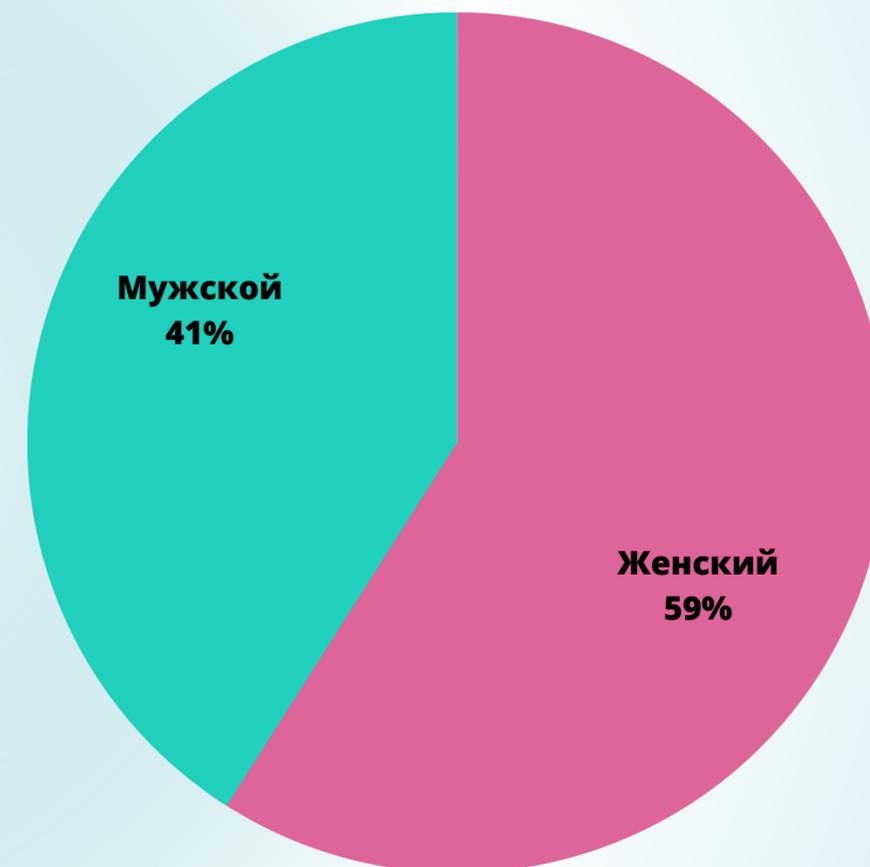


Возраст



Наибольший процент людей (35%) относятся к возрастной категории **45-55 лет**

Пол

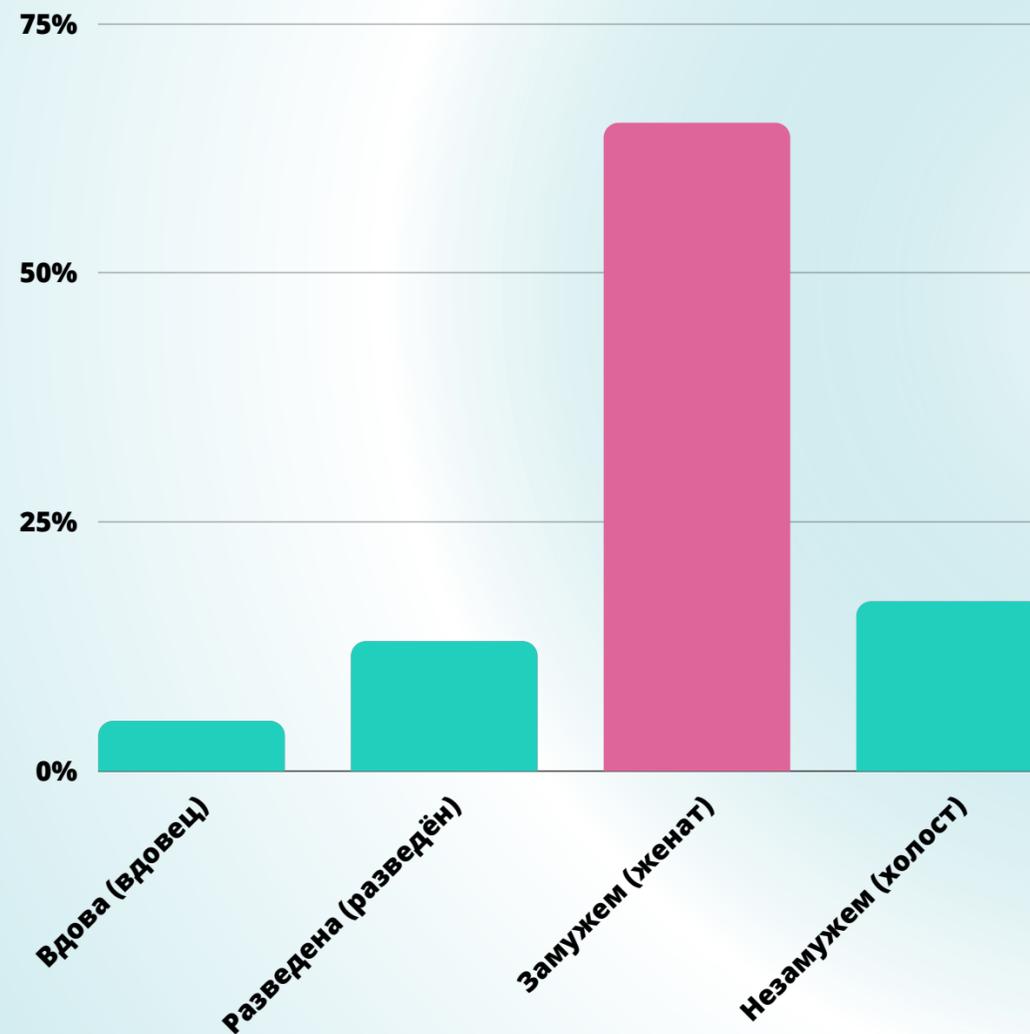


Женщин, осуществляющих домашний уход **больше** на 18 % чем мужчин

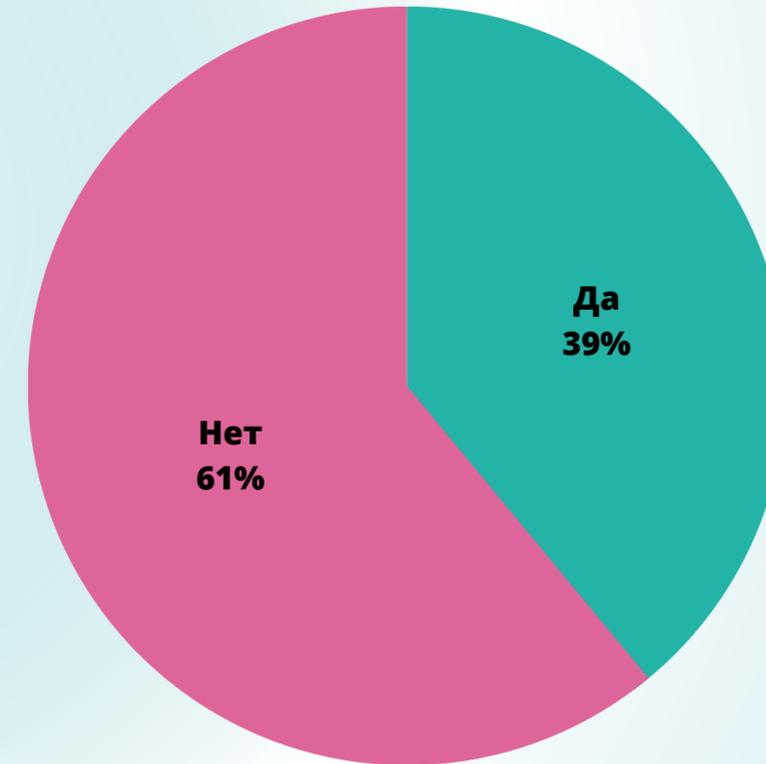
Семейное положение



Среди них преобладают замужние (женатые), их количество составило 65%.



Также многие (61%) отметили, что воспитывают несовершеннолетних детей.

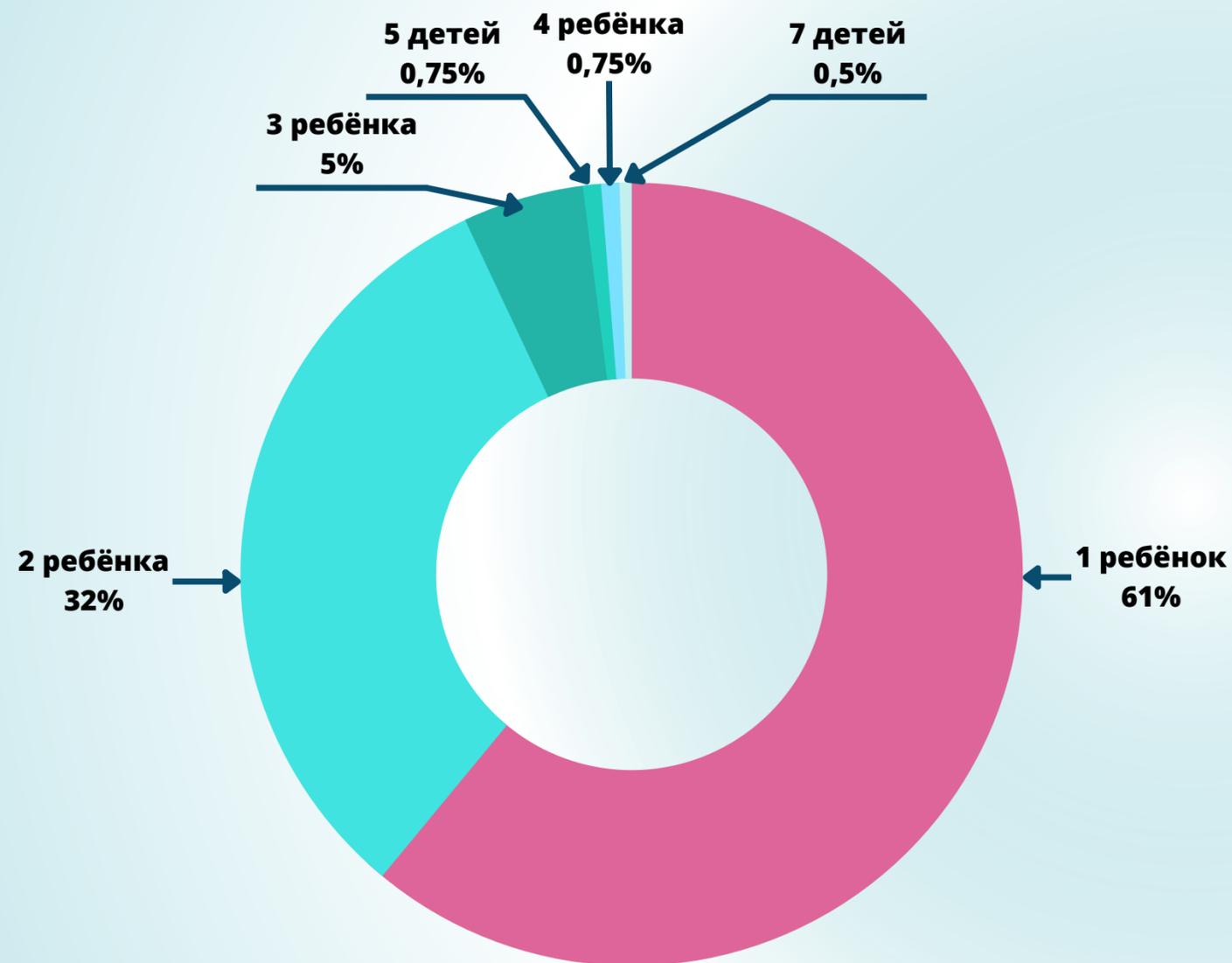


База: 1041 (основная выборка)

Q5. Ваш семейный статус:

Q6. Есть ли у вас несовершеннолетние дети на попечении:

Количество несовершеннолетних детей



Большинство опрошиваемых имеют на своем попечении **одного** ребенка.

Однако присутствует значительное количество ухаживающих родственников, которые имеют на своем попечении **двух** детей.

Вид занятости



На вопрос о занятости **наибольший** процент людей (53%) указал, что **работает по найму полный рабочий день**



НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ



Рекомендации по целевой аудитории

1. Разработка программы поддержки и консультаций для ухаживающих родственников с несовершеннолетними детьми:

- Создание специализированной категории на сайте в разделе „База знаний“ с информацией и ресурсами, необходимыми для ухода за болеющим родственником и воспитания детей одновременно. Добавление функции форума или чата для общения и обмена опытом между ухаживающими родственниками с несовершеннолетними детьми.
- Проведение вебинаров и онлайн-тренингов по организации времени, стрессоустойчивости и самоуходу для «женщин с сэндвич синдромом». Это позволит им узнать о новых подходах и методах ухода, а также позволит обмениваться опытом с другими участниками.
- Сотрудничество с местными организациями и предоставление доступа к дополнительным услугам, таким как профессиональные няни или помощники по дому, чтобы снять часть нагрузки с ухаживающих родственников с несовершеннолетними детьми.

НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ



Рекомендации по целевой аудитории

2. Развитие программы поддержки для ухаживающих родственников с несовершеннолетними детьми:

- Создание специализированных групп поддержки и обмена опытом для таких родителей, где они смогут получить практические рекомендации и взаимную поддержку.
- Организация лекториев и тренингов по вопросам воспитания детей и организации совместного времени с детьми и больными родственниками.
- Предоставление доступа к услугам семейного консультирования и психологической поддержки для облегчения стресса и повышения качества жизни для ухаживающих родственников.

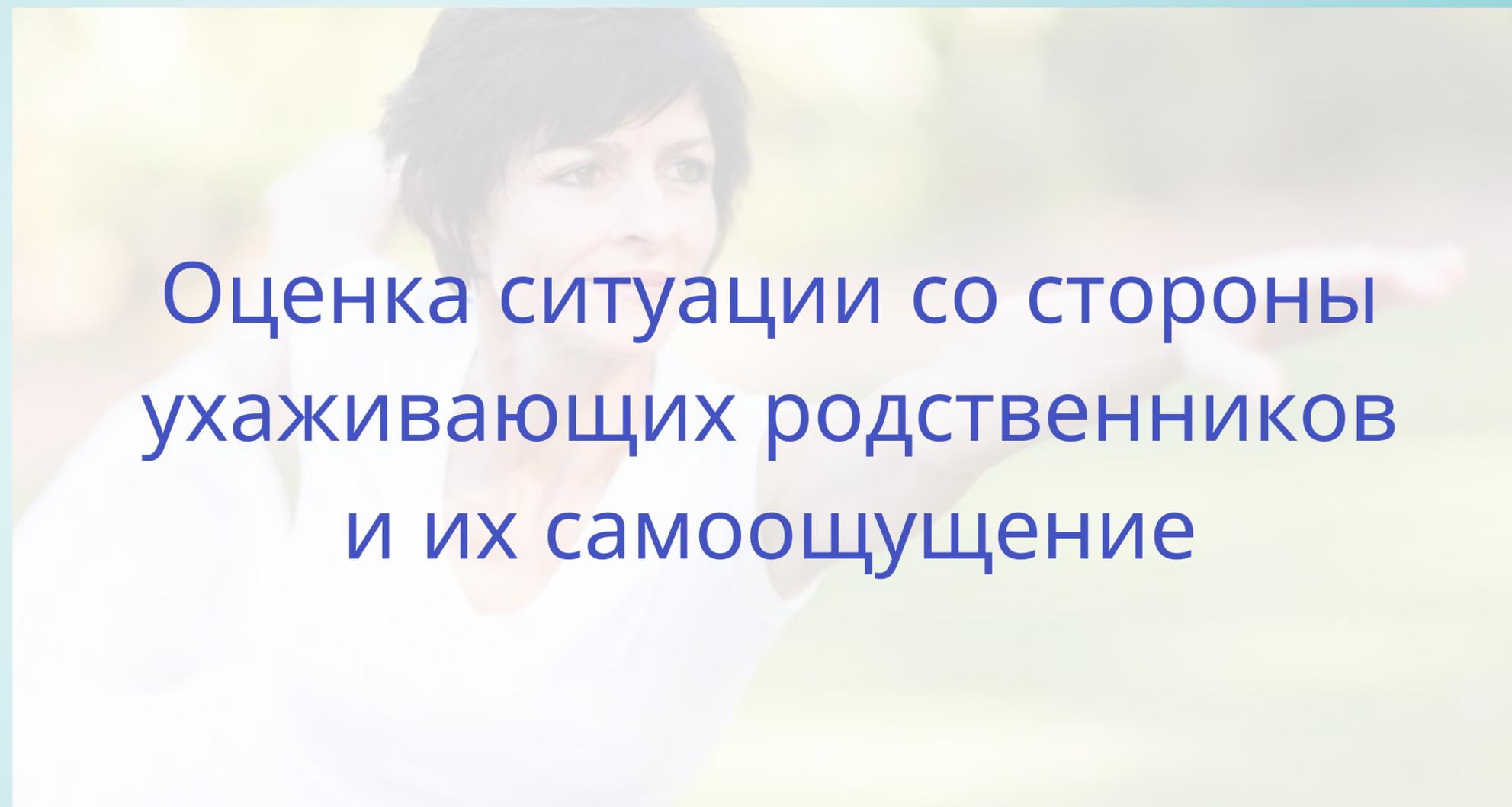
НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ



Рекомендации по целевой аудитории

Конкретные результаты:

- Увеличение количества активных пользователей на сайте, а именно в разделе для ухаживающих родственников с несовершеннолетними детьми на 10% в течение первых 6 месяцев.
- Проведение успешных вебинаров и тренингов для не менее чем 50 ухаживающих родственников с несовершеннолетними детьми с положительной обратной связью о полученных знаниях и умениях.

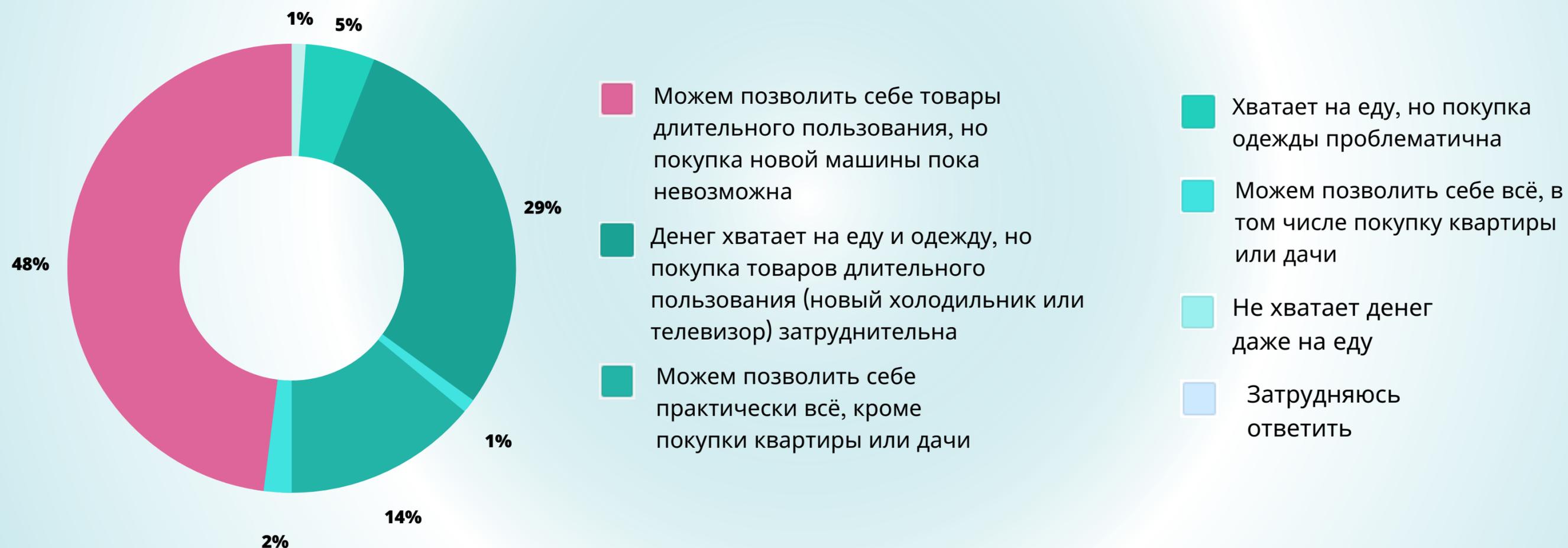


Оценка ситуации со стороны
ухаживающих родственников
и их самоощущение

Материальное положение семьи



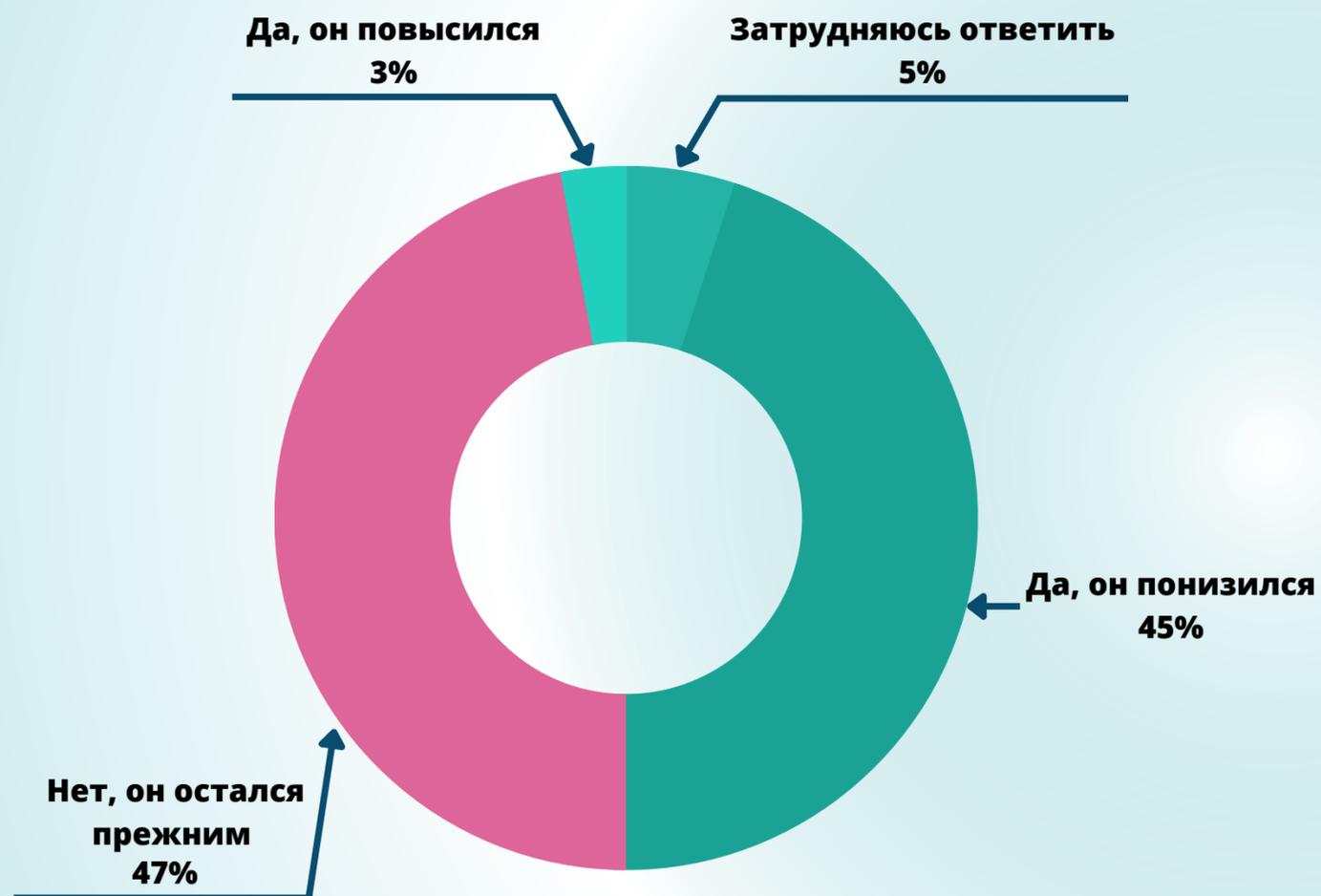
Среди опрошиваемых 29% ощущают **затруднения в покупке товаров длительного пользования**, таких как новый холодильник или телевизор. С другой стороны **почти половина** опрошенных (48%) **может позволить себе товары длительного пользования**.



База: 1041 (основная выборка)

Q10. Как бы Вы охарактеризовали материальное положение своей семьи?

Уровень благосостояния



Исследование показывает, что **около половины** респондентов (45%) утверждают, что **уровень их благосостояния понизился** в результате необходимости ухода за родственником.

Также **около половины** опрошиваемых (47%) утверждают, что **уровень их благосостояния остался прежним**, несмотря на необходимость ухода за родственником.

База: 1041 (основная выборка)

Q11. Повлияла ли необходимость ухода за родственником на уровень вашего благосостояния?

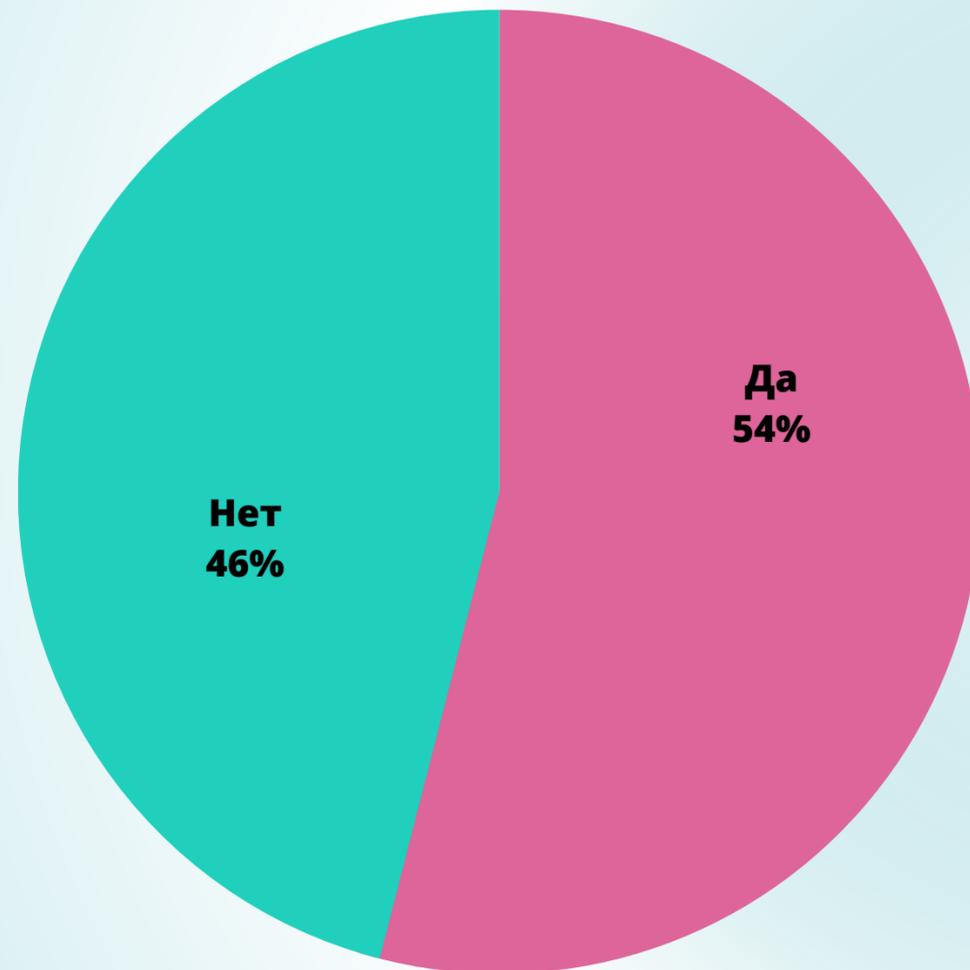
Место проживания



Большинство ухаживающих родственников проживают в квартирах (83%).



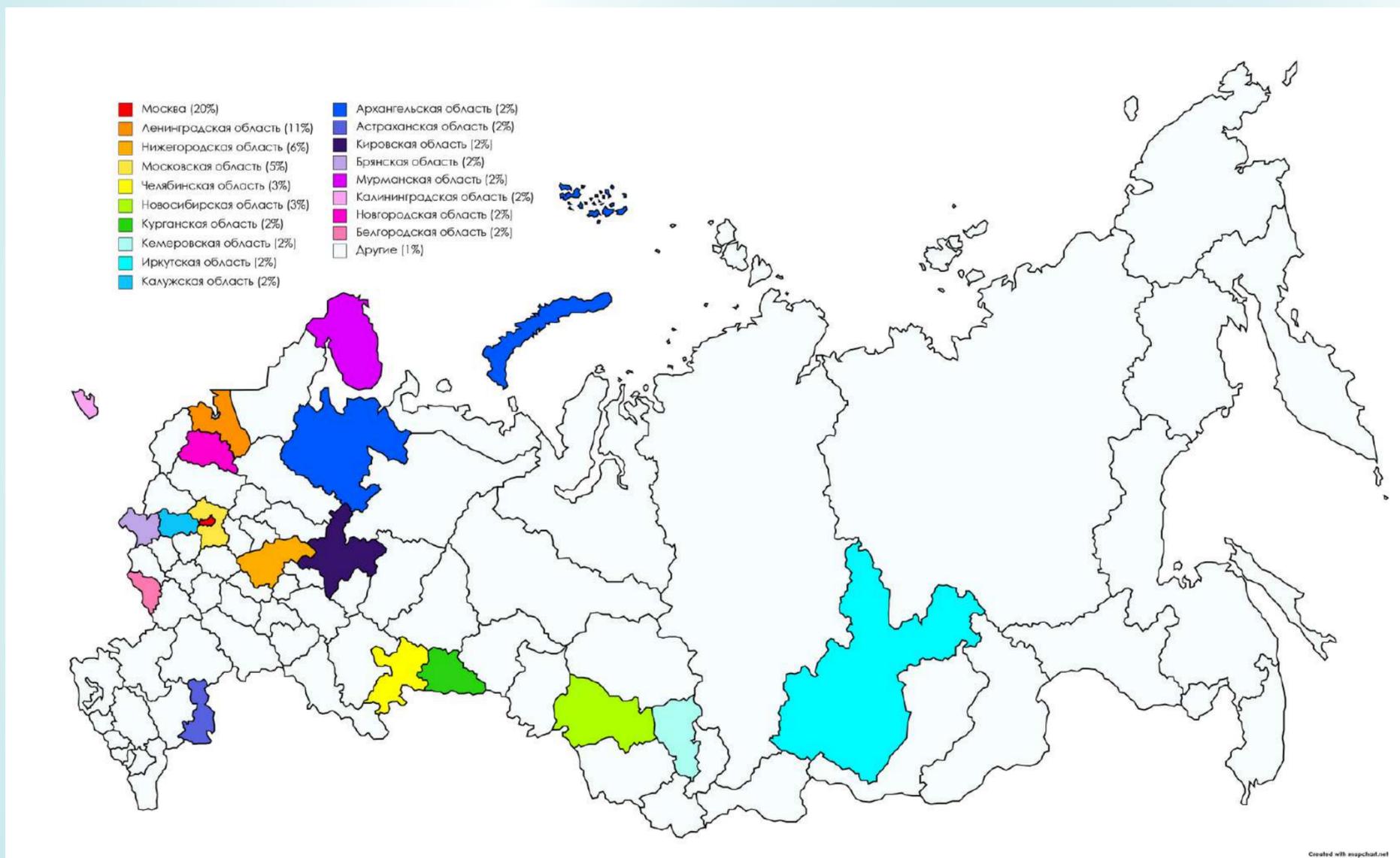
Проживание с пожилым родственником



Более половины (54%) ухаживающих родственников живут в одном жилье с пожилым человеком, за которым они ухаживают.

При этом около 46% родственников ухаживают за пожилыми людьми, не живя вместе с ними.

Территориальное местоположение



Около 75% ухаживающих родственников проживают в **регионах России**, только 25% проживают в **Москве и Московской области**

База: 1041 (основная выборка)

Q14. Укажите пожалуйста название края или республики, если отсутствует, укажите "-":

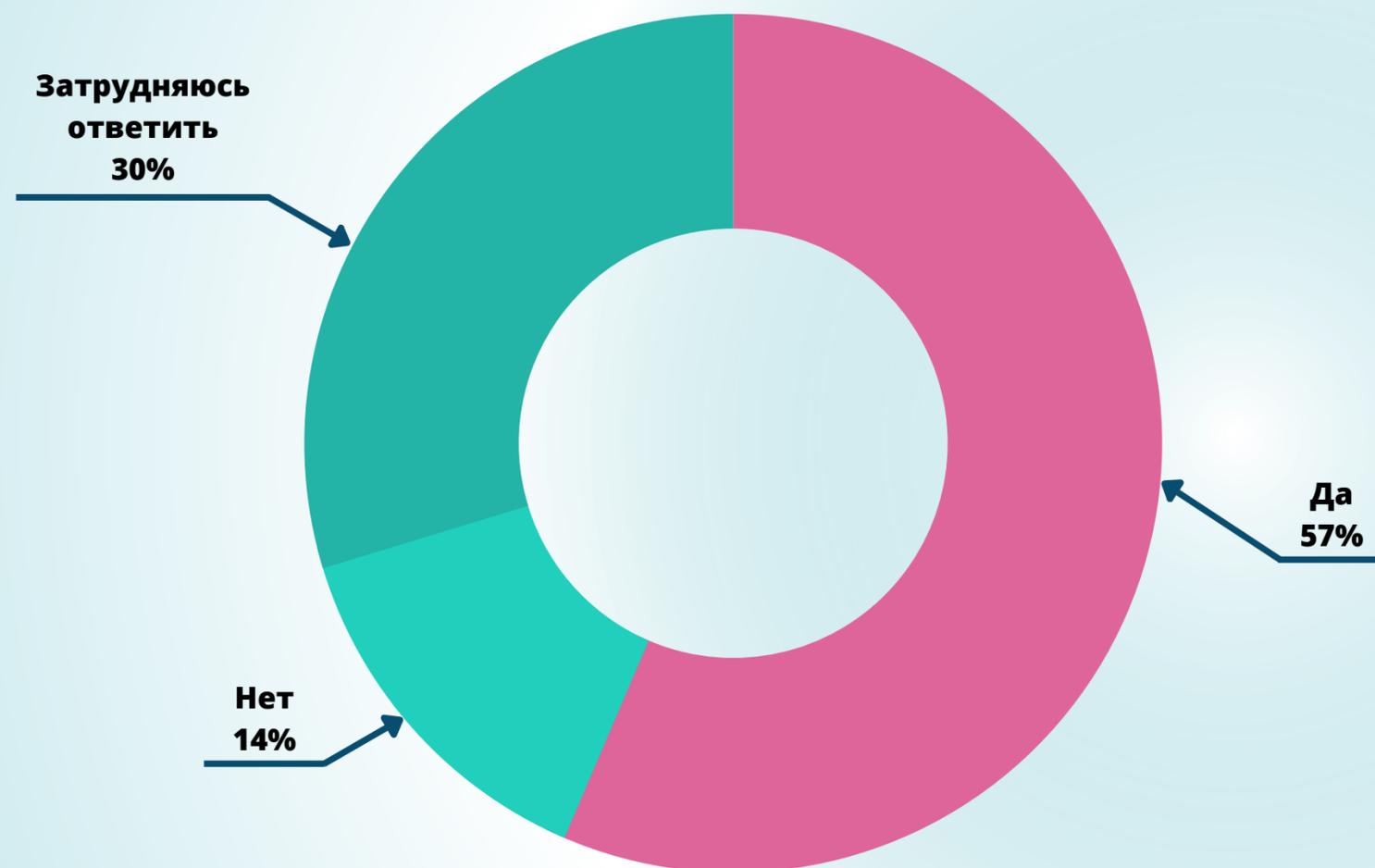
Q15. Укажите пожалуйста название области, если отсутствует, укажите "-":

Q16. Укажите пожалуйста название района, если отсутствует, укажите "-":

Q17. Укажите пожалуйста название города, если отсутствует, укажите "-":

Q18. Укажите пожалуйста название населенного пункта, если отсутствует, укажите "-":

Реализация жизненных планов



Исследование показало, что большинство ухаживающих родственников (57%) **верят**, что у них хватит сил реализовать свои жизненные планы в ситуации ухода за пожилыми родственниками.

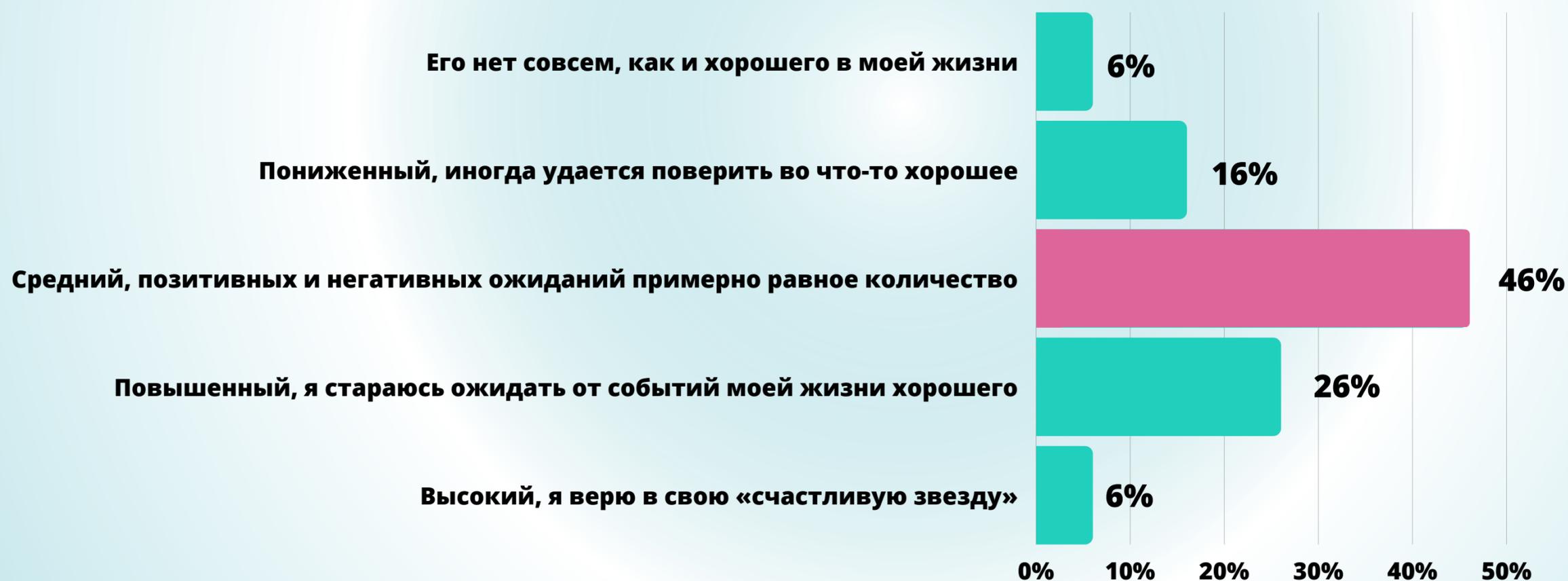
База: 1041 (основная выборка)

Q19. Верите ли Вы, что Вам хватит сил реализовать свои жизненные планы в ситуации необходимости ухода за пожилым родственником:

Уровень оптимизма



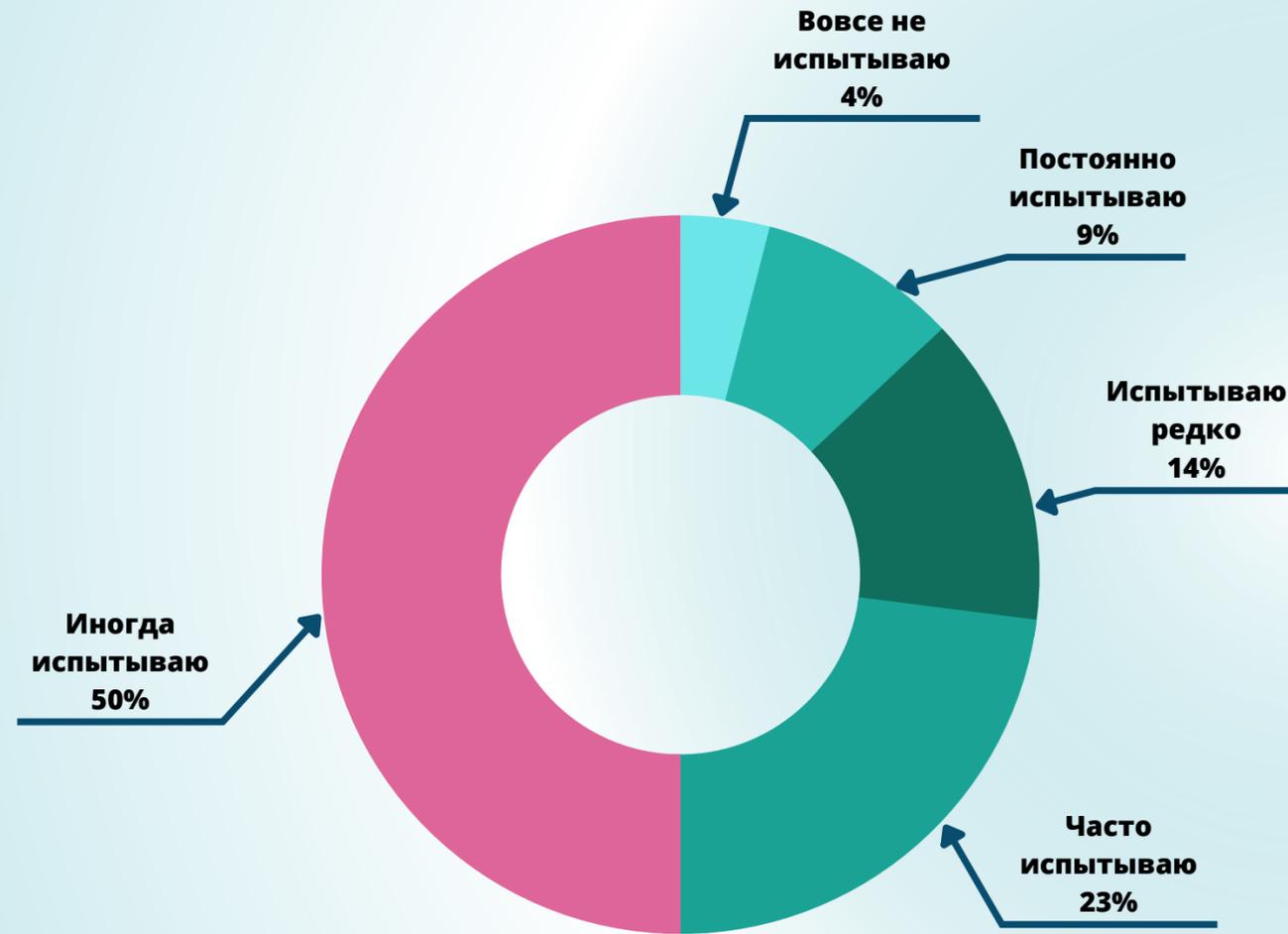
Относительно уровня оптимизма ухаживающих родственников, **большинство (46%)** оценивают его как **средний**, с **равным количеством позитивных и негативных ожиданий**. В то же время, **значительная** доля опрошенных (26%) имеет **повышенный уровень оптимизма** и старается ожидать хороших исходов.



База: 1041 (основная выборка)

Q20. Как вы оцениваете уровень вашего оптимизма (вера в хороший или желаемый исход всех событий)?

Напряженность или неспособность расслабиться

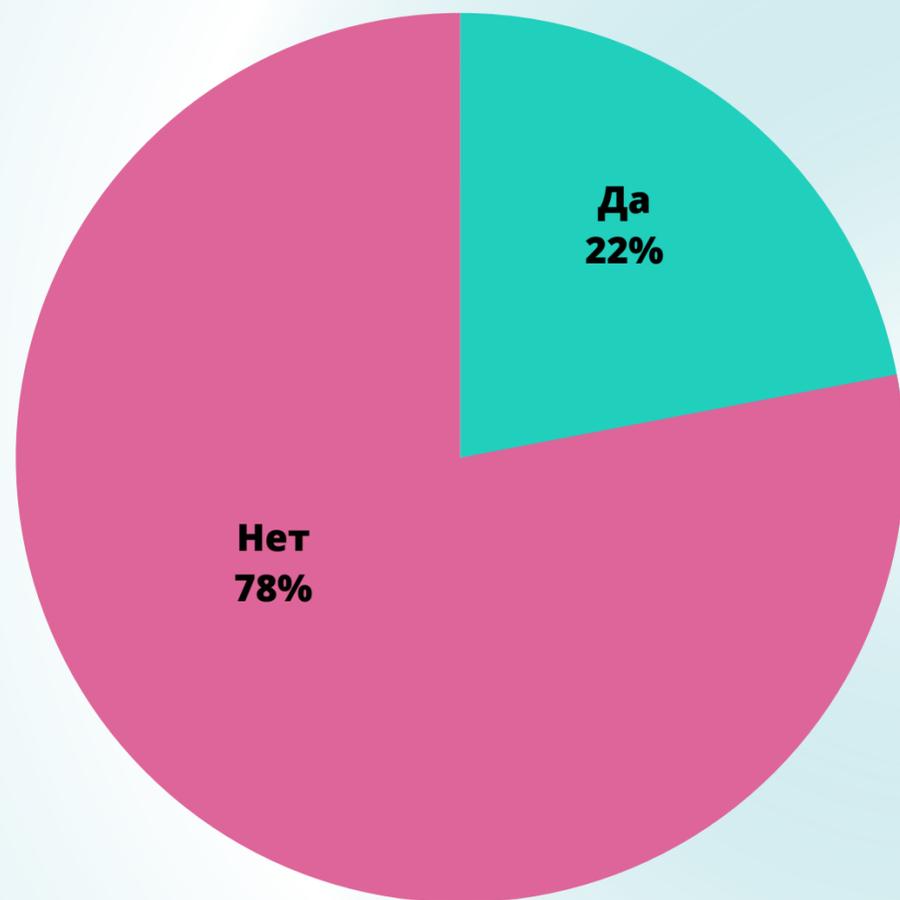


Чувство **напряженности** или **неспособности расслабиться** испытывают опрашиваемые с **разной частотой**. **Большинство (50%)** иногда испытывают это чувство, но также **значительное** количество людей (23%) испытывают его часто.

База: 1041 (основная выборка)

Q21. Как часто Вы испытываете чувство напряженности или неспособности расслабиться?

Услуги психолога

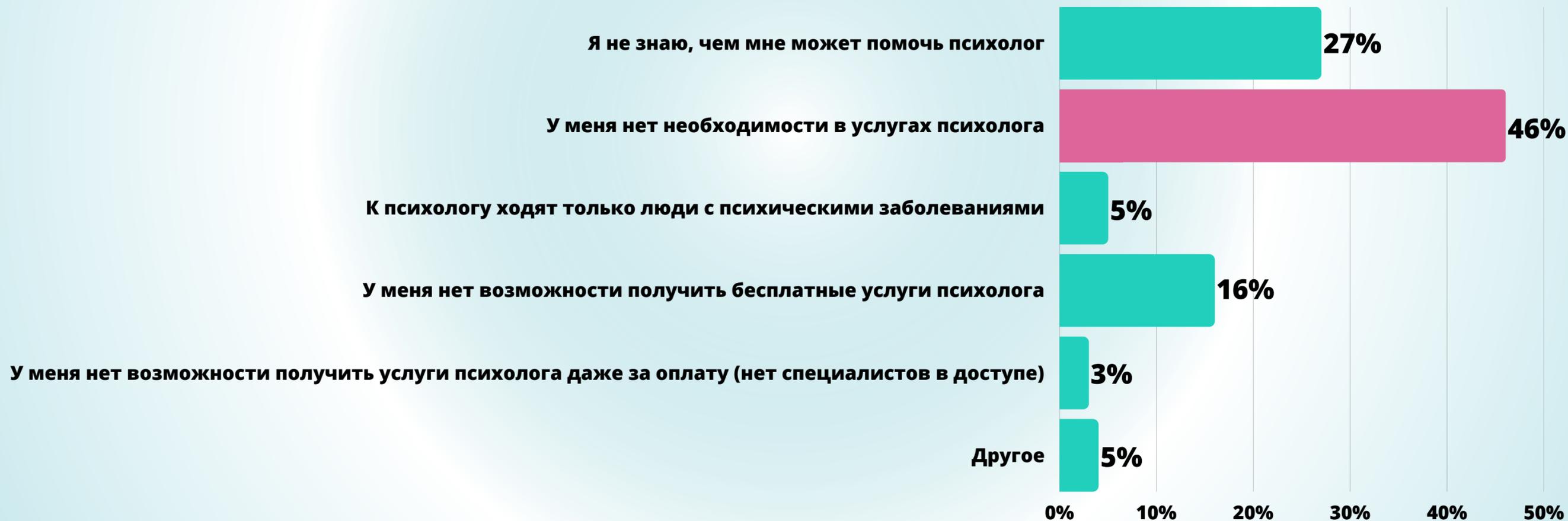


В целом, только **небольшая** доля ухаживающих родственников (22%) пользовалась услугами психолога.

Барьеры для посещения психолога



Большинство ухаживающих родственников (46%) считают, что **им не нужны услуги психолога**.



База: 1041 (основная выборка)

Q23. Если вы ответили «нет» на предыдущий вопрос, то поясните, пожалуйста, почему:

Расслабление и оптимизм



Исследование показывает, что **основной части** (70.83%) ухаживающих родственников помогают больше расслабиться и посмотреть на жизнь с большим оптимизмом:



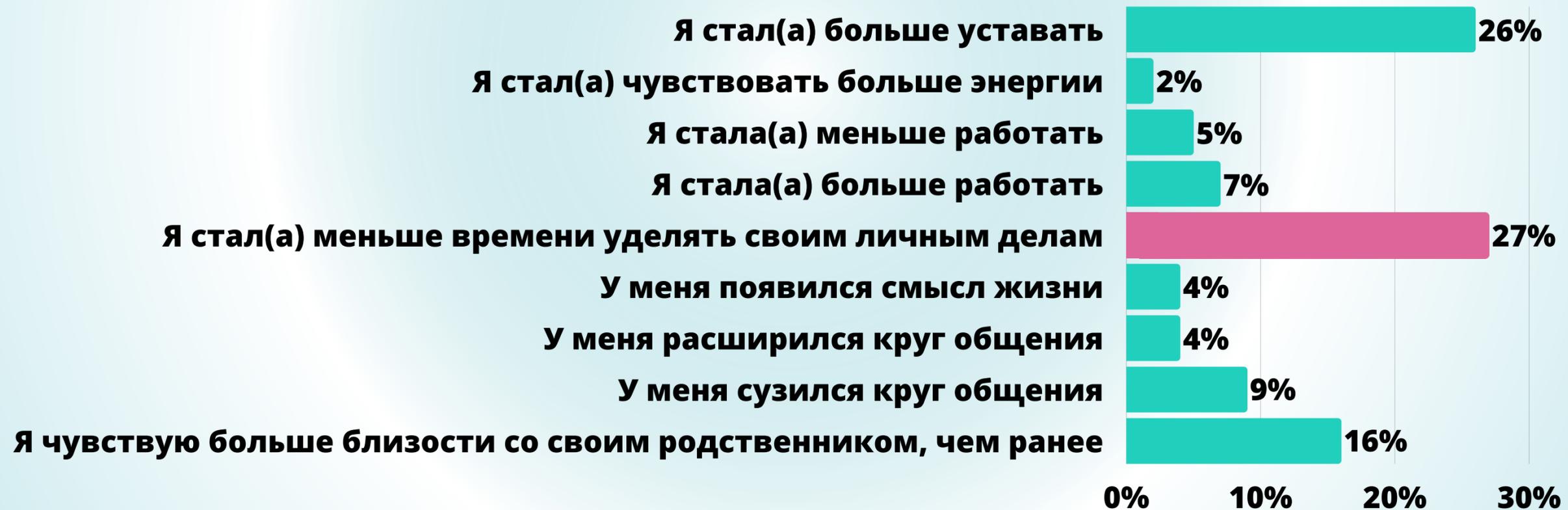
База: 1041 (основная выборка)

Q24. Что вам помогает больше расслабиться и посмотреть на жизнь с большим оптимизмом?

Изменения в жизни



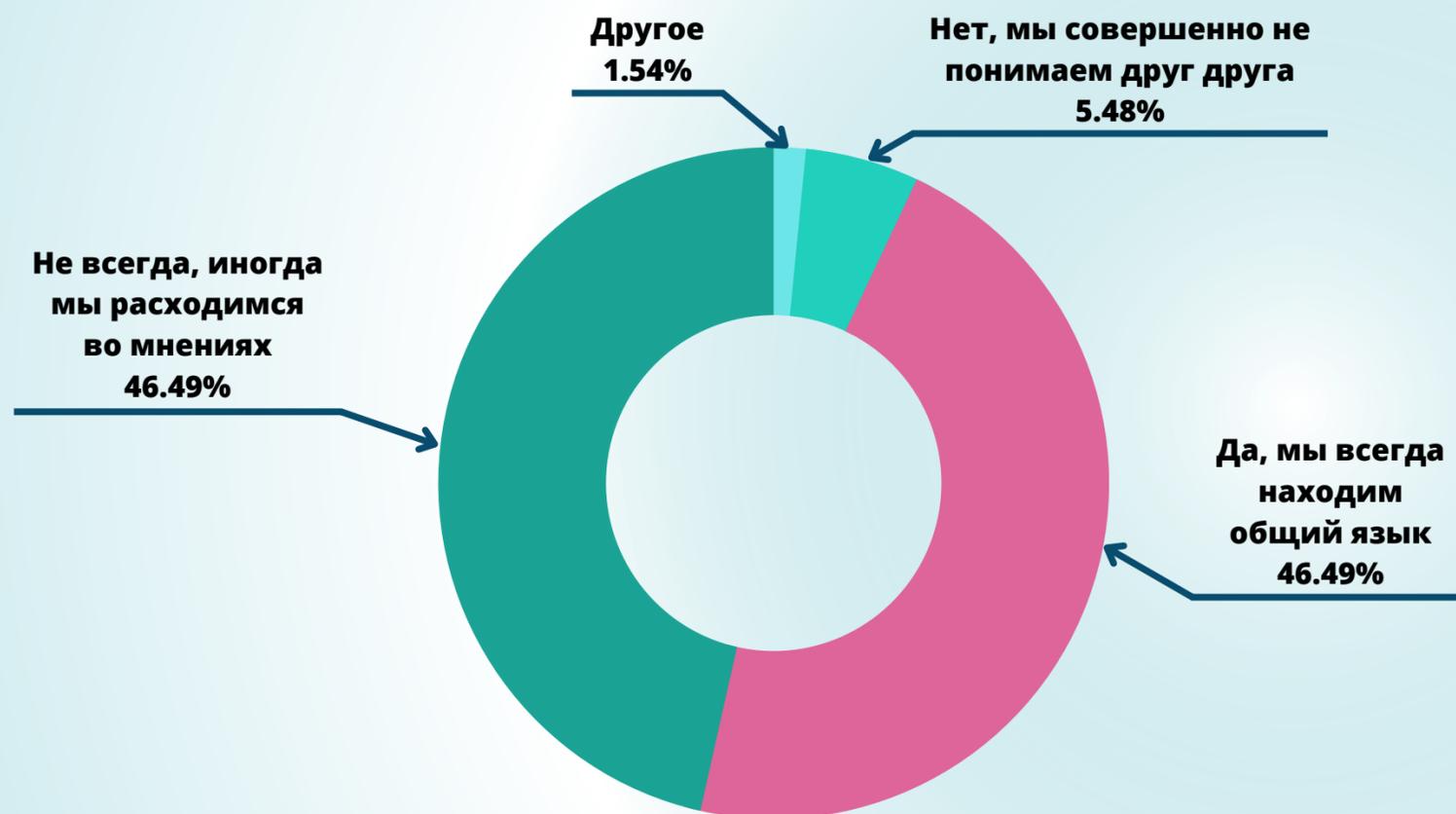
Относительно изменений, которые принесла необходимость ухода за родственником, большинство ухаживающих родственников отметили следующие три наиболее важных изменения: **большая усталость (26%)**, **меньше времени на личные дела (27%)** и **я чувствую больше близости со своим родственником, чем ранее (16%)**. При этом, значительное количество людей также отметили увеличение или уменьшение объема работы и появление смысла жизни.



База: 1041 (основная выборка)

Q25. Какие изменения принесла в вашу жизнь необходимость ухода за родственником (отметьте три наиболее важных / заметных для вас изменения):

Общение с родственником



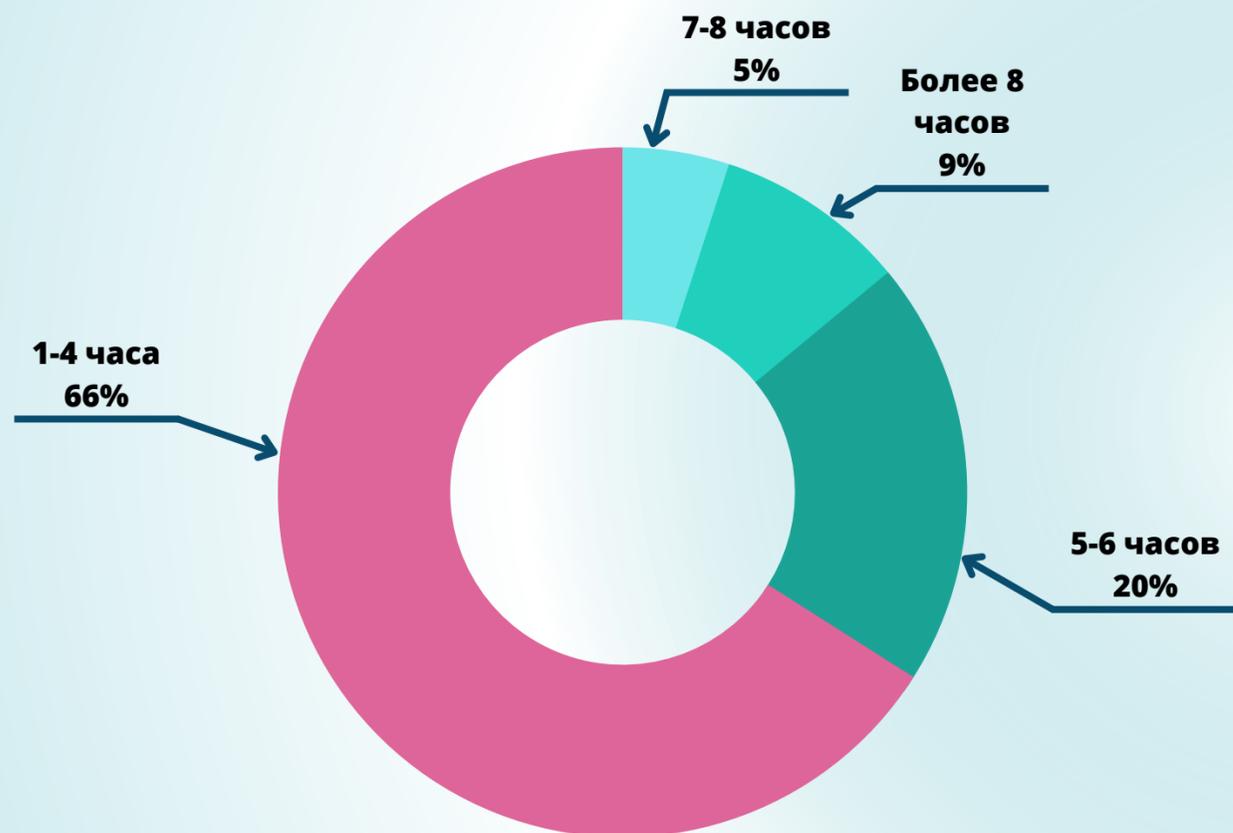
Исследование показывает, что **большинство** ухаживающих родственников (46.49%) утверждают, что им **удается наладить эффективное общение** с тем, за кем они ухаживают.

Точно такое же количество респондентов (46,49%) ответили, что **иногда они расходятся во мнениях со своими родственниками**.

База: 1041 (основная выборка)

Q26. Удастся ли вам наладить эффективное общение с родственником, за которым вы ухаживаете:

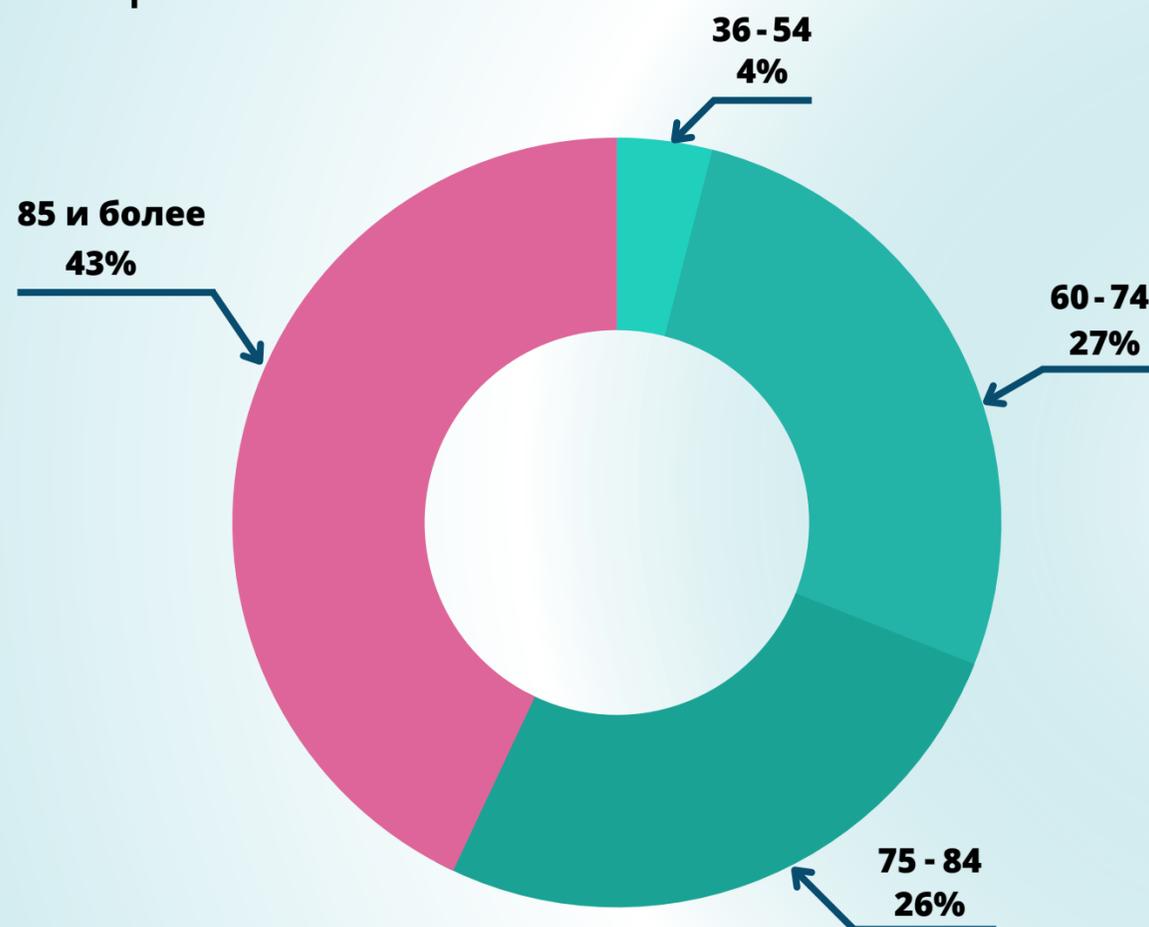
Затраты времени на уход



Исследование показывает, что **большинство** ухаживающих родственников тратят на уход за пожилым человеком **от 1 до 4 часов в сутки**, что составляет 66% от общего числа респондентов.

Демографические показатели подопечных ● ● ●

Возраст



Наибольший процент людей (43%) относятся к возрастной категории **85 и более лет**

Пол



Женщин, за которыми осуществляется домашний уход **больше** на 44 %, чем мужчин

База: 1041 (основная выборка)

Q28. Укажите пол подопечного, за которым вы ухаживаете:

Q29. Укажите пожалуйста возраст подопечного, за которым вы ухаживаете:

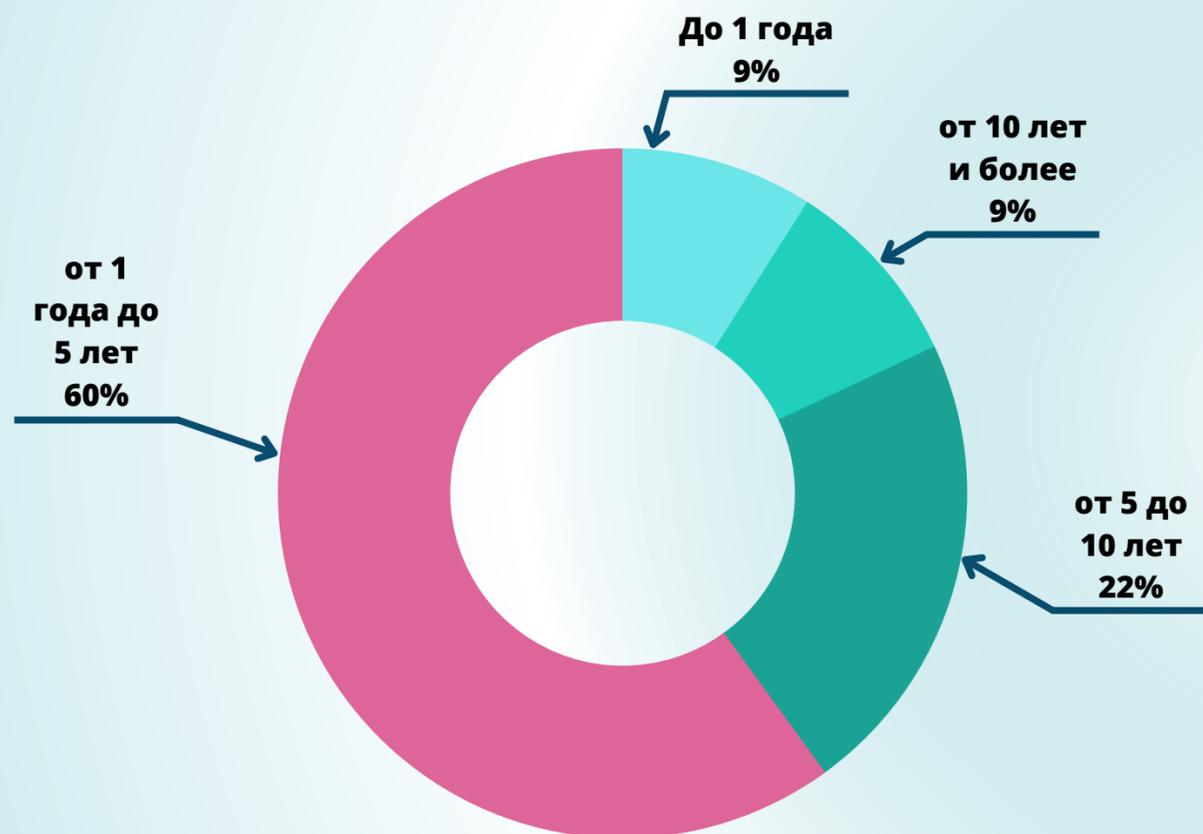
Инвалидность подопечного



Почти половина ухаживающих родственников (47%) заявила о наличии у подопечных группы инвалидности.



Длительность ухода



Большинство ухаживающих родственников **60%** занимаются уходом за пожилыми людьми **от 1 года до 5 лет**.

НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ



Рекомендации по оценке ситуации со стороны ухаживающих родственников и их самоощущение

Организация групповых тренингов и консультаций по психологической поддержке:

- Новизна решения: организация групповых форматов психологической поддержки, чтобы ухаживающие родственники могли общаться с людьми, которые находятся в похожей ситуации;

Количественные результаты: участие 26% ухаживающих родственников в тренингах и консультациях;

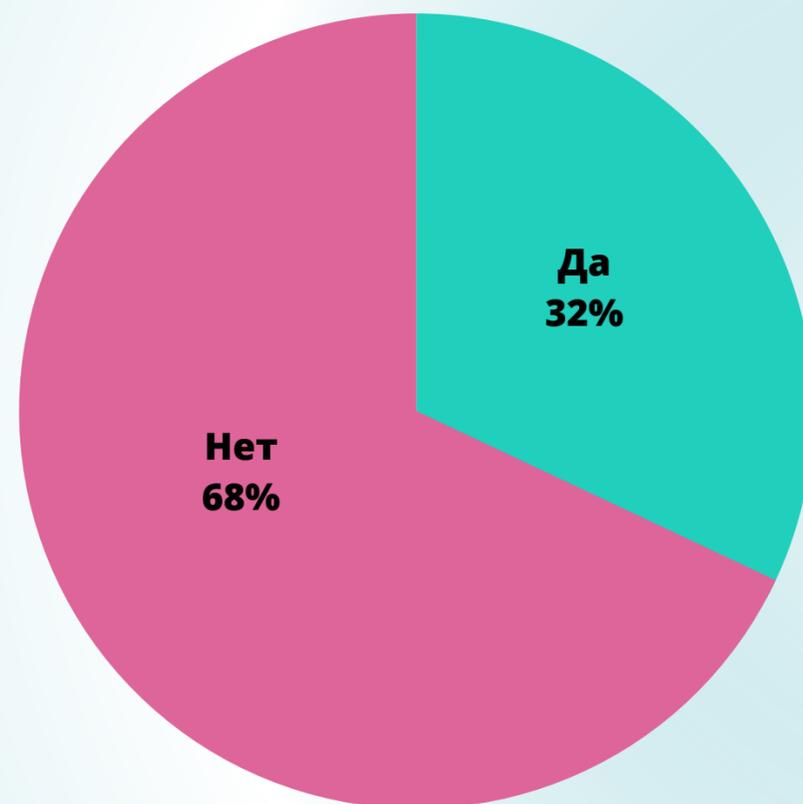
Качественные результаты: уменьшение чувства напряжения и усталости, повышение оптимизма и лучшее самоощущение.



Материальные, информационные,
психологические, социальные и
иные потребности ухаживающих
родственников*

*Блок результатов исследования по услугам, оказываемых социальными службами для ухаживающих родственников

Получение бесплатных услуг

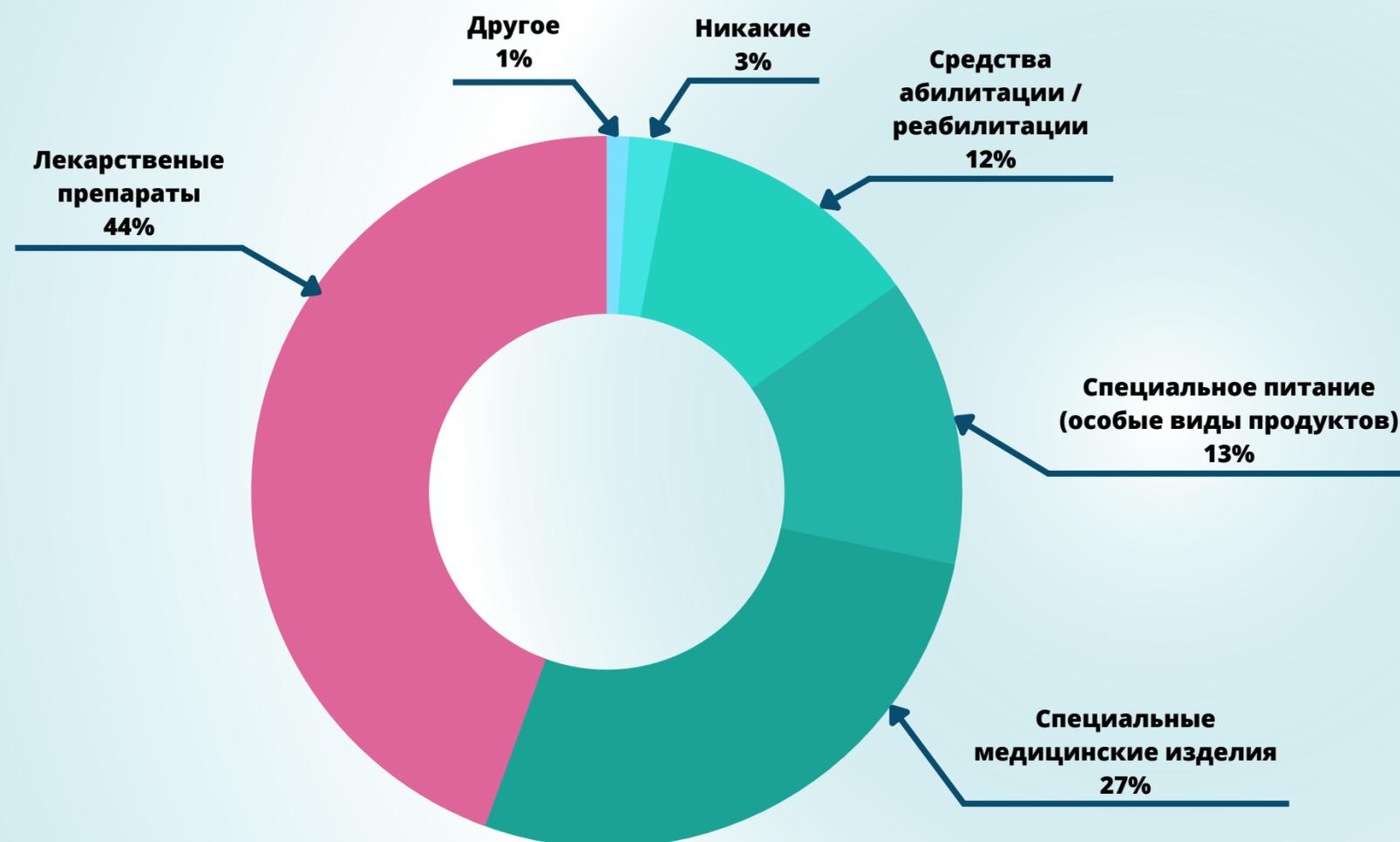


Исследование показывает, что только 32% респондентов **получают бесплатные услуги** от социальной службы в связи с состоянием их пожилого родственника, в то время как 68% **не получают таких услуг**.

База: 1041 (основная выборка)

Q32. Получаете ли вы или ваш пожилой родственник какие-либо бесплатные услуги от социальной службы в связи с состоянием вашего пожилого родственника:

Приобретаемые продукты и товары



Большинство ухаживающих родственников приобретают **лекарственные препараты (44%)**.

База: 1041 (основная выборка)

Q8. Какие продукты и товары вы должны приобретать именно в связи с уходом за пожилым родственником:

Оплачиваемые услуги



Всего четверть (25%) опрошенных ухаживающих родственников **не оплачивают никакие услуги коммерческих организаций, частных лиц, социальных и медицинских организаций в связи с уходом за пожилым родственником**. С другой стороны остальные 75% имеют необходимость оплачивать различные услуги.



База: 1041 (основная выборка)

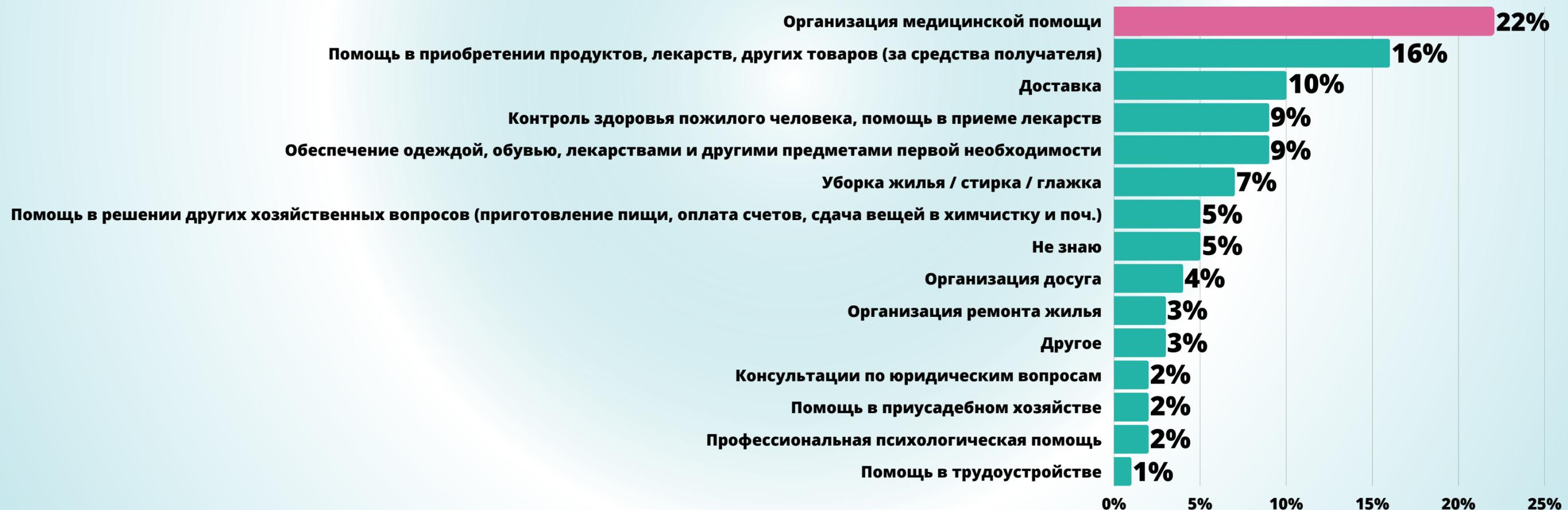
Q9. Какие услуги коммерческих организаций, частных лиц, социальных и медицинских организаций вы оплачиваете в связи с уходом за пожилым родственником:

Услуги социальной службы



Большинство респондентов (22%), получающих бесплатные услуги от социальной службы, указали, что она предоставляет услуги, связанные с **оказанием медицинской помощи**.

Также немаловажным для 16% людей является **помощь в приобретении продуктов, лекарств, других товаров (за средства получателя)**



База: 1041 (основная выборка)

Q33. Если вы ответили “да” на предыдущий вопрос, то перечислите, пожалуйста, какие услуги оказывает социальная служба:

НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ



Рекомендации по Материальным, информационным, психологическим, социальным и иным потребностям ухаживающих родственников

1. Повысить осведомленность ухаживающих родственников о доступных ресурсах и услугах путем проведения информационно-просветительской кампании:

- Организовать встречи и семинары для ухаживающих родственников с целью предоставления полной и достоверной информации о доступных ресурсах и услугах.

Количественные результаты: Увеличение процента ухаживающих родственников, осведомленных о возможности бесплатного получения лекарственных препаратов и услуг социальной службы, с текущих 32% до 50%;

Качественные результаты: Уменьшение непроинформированной части целевой аудитории.

НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ



Рекомендации по Материальным, информационным, психологическим, социальным и иным потребностям ухаживающих родственников

2. Развить партнерство с магазинами («Светофор», «Маяк», «Чижик», «Да!», «Верный», «Дикси») и аптеками («Эркафарм», «Мелодия здоровья», «Планета здоровья», «Неофарм») для предоставления скидок и специальных предложений для ухаживающих родственников:

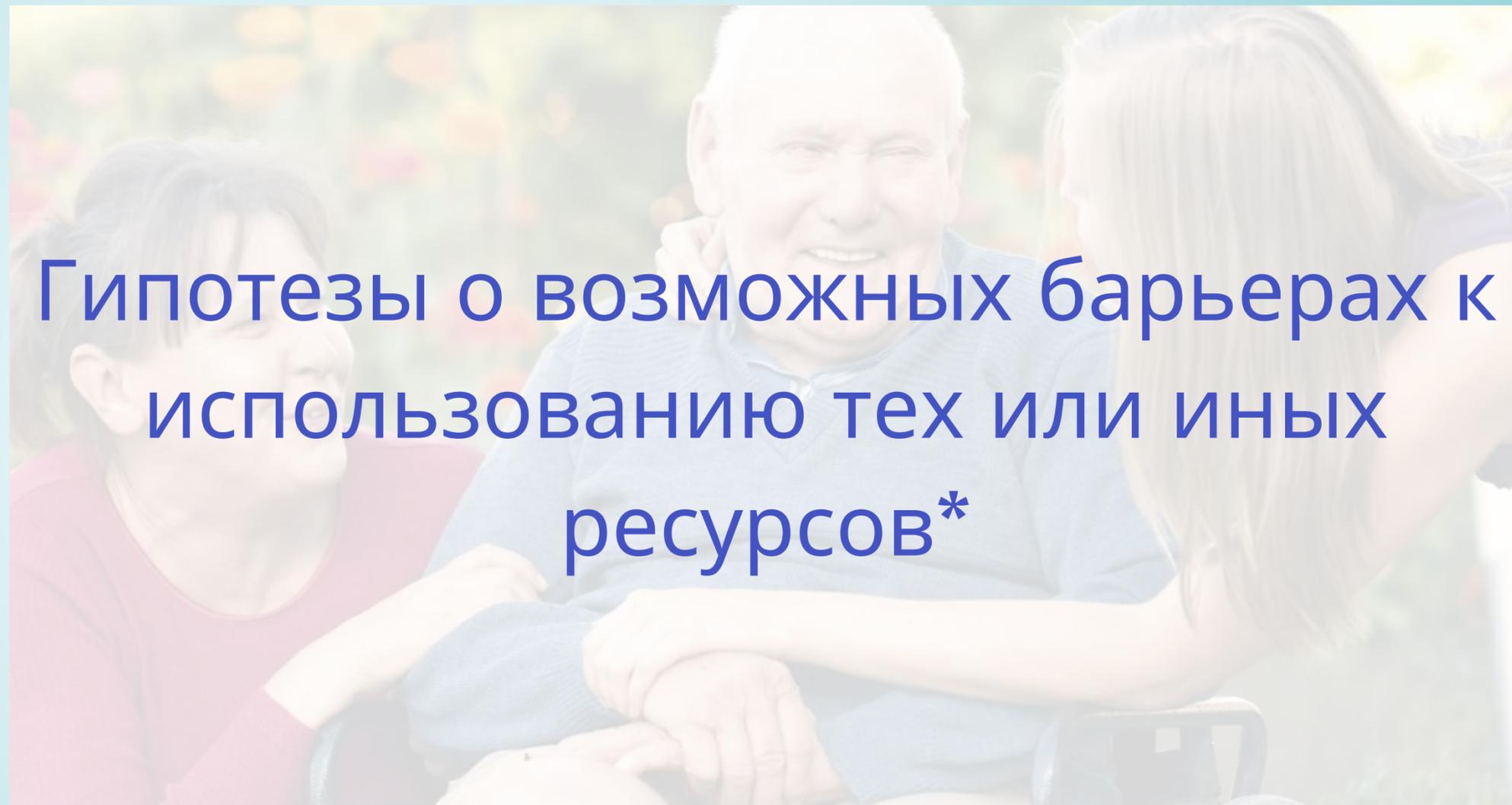
- Установить партнерские отношения с магазинами продуктов питания для предоставления скидок или дополнительных услуг в приобретении продуктов;
- Установить партнерские отношения с аптеками для предоставления скидок на лекарственные препараты.

Количественные результаты:

- Увеличение процента ухаживающих родственников, использующих скидки и преференции в магазинах продуктов питания, с текущих 0% до 15%;
- Увеличение процента ухаживающих родственников, использующих скидки на лекарственные препараты в аптеках, с текущих 0% до 10%.

Качественные результаты: Уменьшение затрат со стороны ухаживающих людей. Возможность изменить распределение денежных ресурсов на иные нужды.

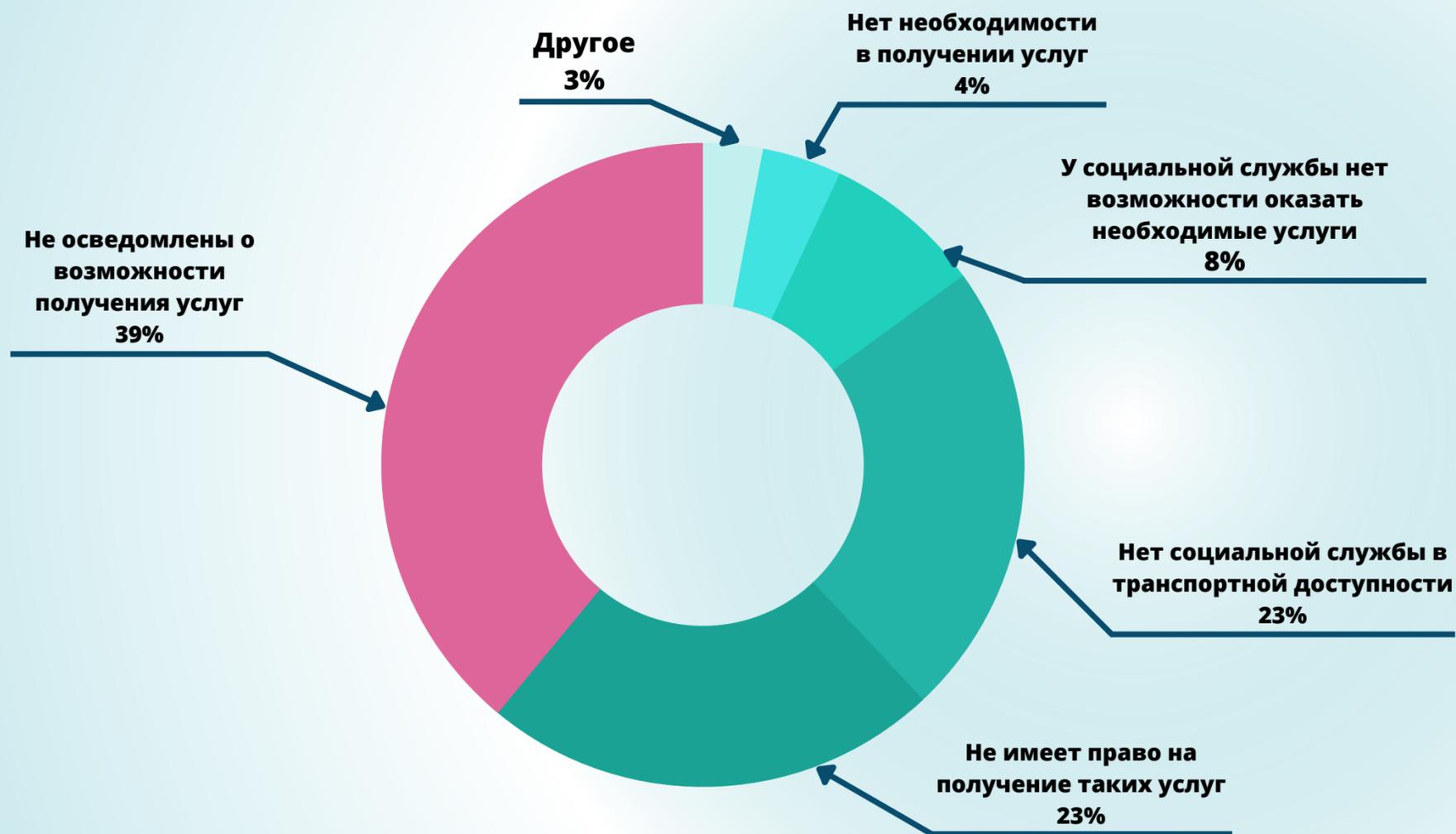
7



Гипотезы о возможных барьерах к использованию тех или иных ресурсов*

*Блок результатов исследования по услугам, оказываемых некоммерческими организациями, для ухаживающих родственников

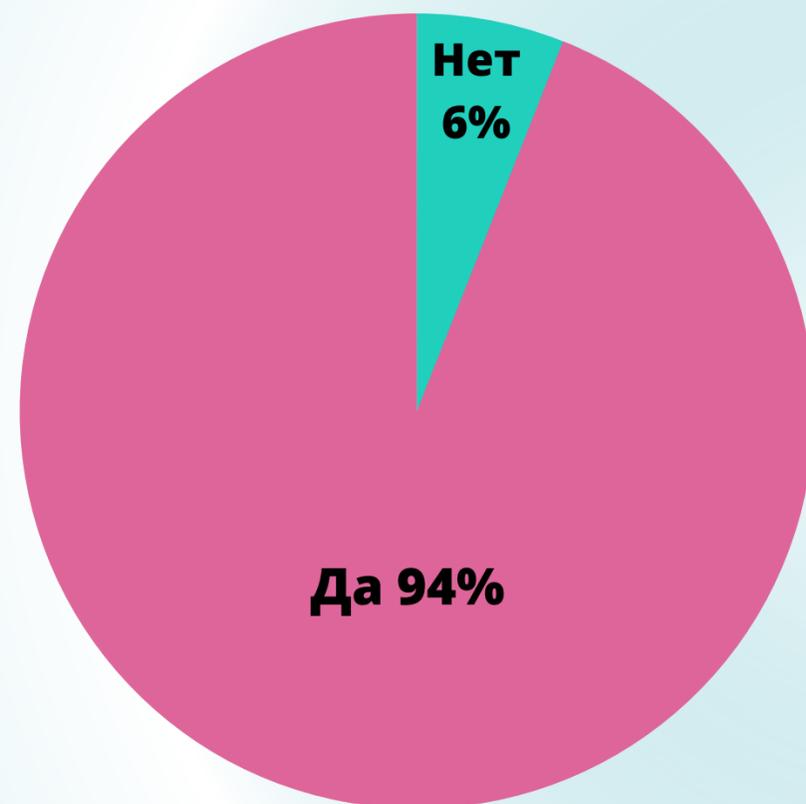
Права на получение услуг



Исследование показало, что 23% ухаживающих родственников **не имеет права на получение соответствующих услуг.**

39% ухаживающих родственников **не осведомлены о возможности получения соответствующих услуг.**

Получение услуг ухаживающими родственниками ● ● ●



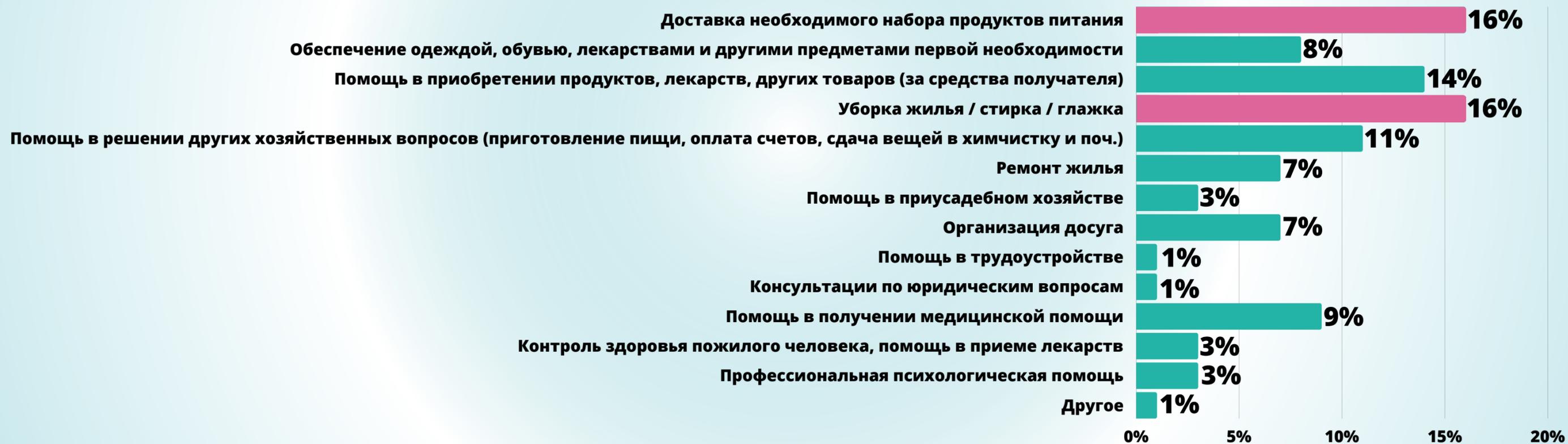
Всего **6%** ухаживающих родственников **не получают какие-либо услуги от некоммерческих организаций (волонтеров)**

База: 1041 (основная выборка)

Q35. Получаете ли вы или ваш пожилой родственник какую-либо помощь от некоммерческих организаций (волонтеров) в связи с состоянием вашего пожилого родственника:

Услуги от некоммерческих организаций ● ● ●

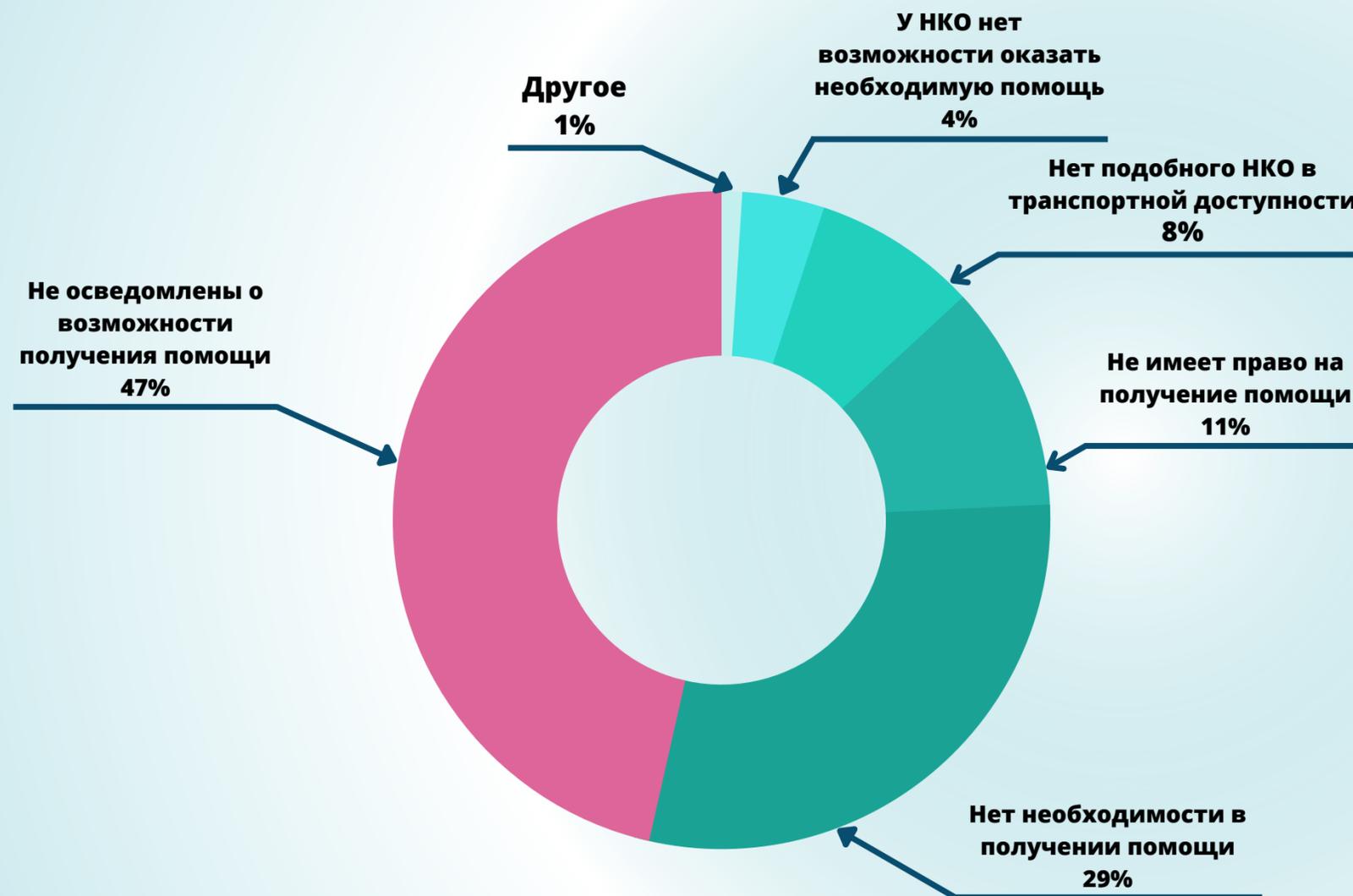
Наиболее популярными услугами у ухаживающих родственников являются **доставка необходимого набора продуктов питания** и **уборка жилья**, которые составляют по 16% каждая



База: 1041 (основная выборка)

Q36. Если вы ответили “да” на предыдущий вопрос, то перечислите, пожалуйста, какую помощь вам оказывают некоммерческие организации (волонтеры):

Причины неполучения услуг



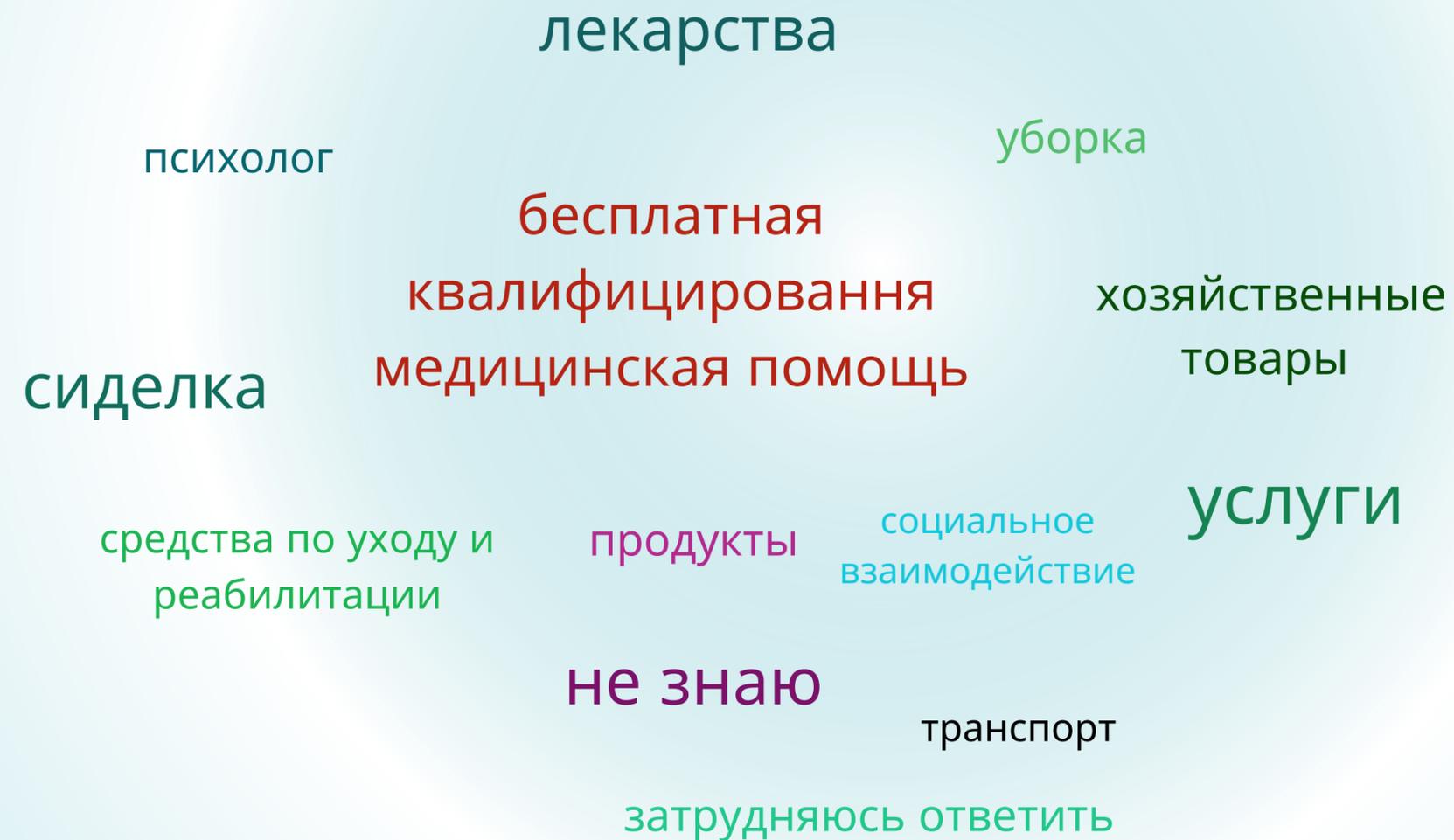
Наиболее распространенными причинами не получения услуг от некоммерческих организаций являются:

- неосведомленность о возможности получения помощи (47%)
- и отсутствие необходимости в получении помощи (29%)

Необходимые услуги



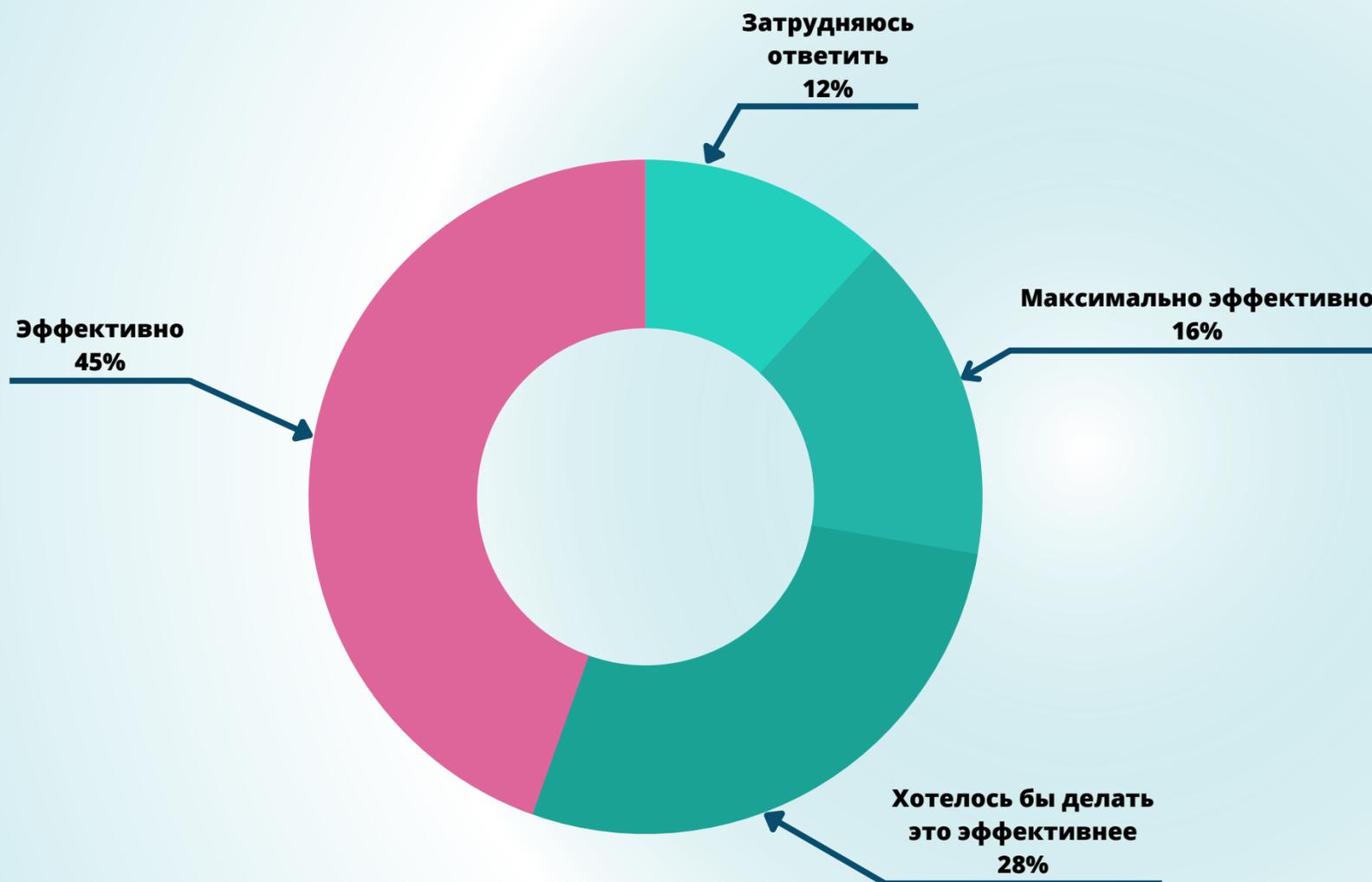
Основные услуги, в которых 74.09% респондентов чувствуют необходимость, не смогли найти их ни в бесплатном, ни в платном виде



База: 1041 (основная выборка)

Q38. В каких услугах вы чувствуете необходимость, не смогли найти их ни в бесплатном, ни в платном виде (напишите своими словами через запятую)

Эффективность ухода

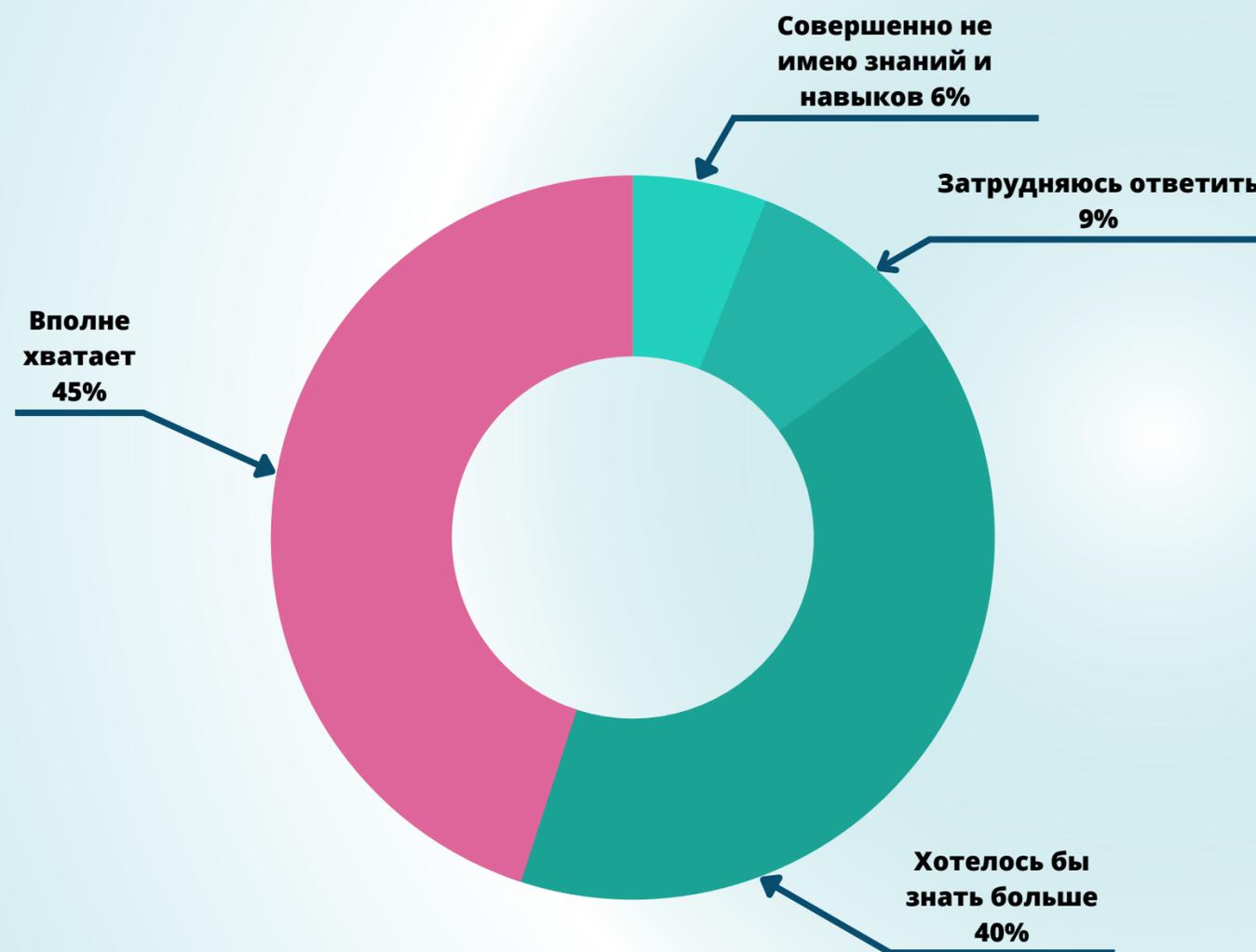


Большинство ухаживающих родственников (45%) считают, что оказывают помощь и уход подопечным **эффективно**.

База: 1041 (основная выборка)

Q39. Насколько эффективно по вашему мнению, Вы оказываете помощь/уход подопечным?

Полнота знаний и/или навыков для ухода за опекуемым



Исследование показывает, что у **большинства** ухаживающих родственников **имеются достаточные знания и навыки для осуществления ухода (45%)**.

Однако существует **значительный процент** людей (40%), которым **хотелось бы знать больше**

База: 1041 (основная выборка)

Q40. Как Вы считаете, хватает ли у Вас знаний и/или навыков для осуществления ухода?:

НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ



Рекомендации по поводу Гипотез о возможных барьерах к использованию тех или иных ресурсов

1. Провести информационно-просветительскую кампанию, направленную на устранение барьеров к использованию ресурсов и услуг:

- Организовать консультации и тренинги для ухаживающих родственников с участием психологов, чтобы развеять стереотипы и предубеждения о посещении психологов.
- Разработать информационные материалы о доступных услугах и правах ухаживающих родственников для распространения в местах, где они могут быть видны и доступны для целевой аудитории (аптеки, больницы, магазины).

НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ

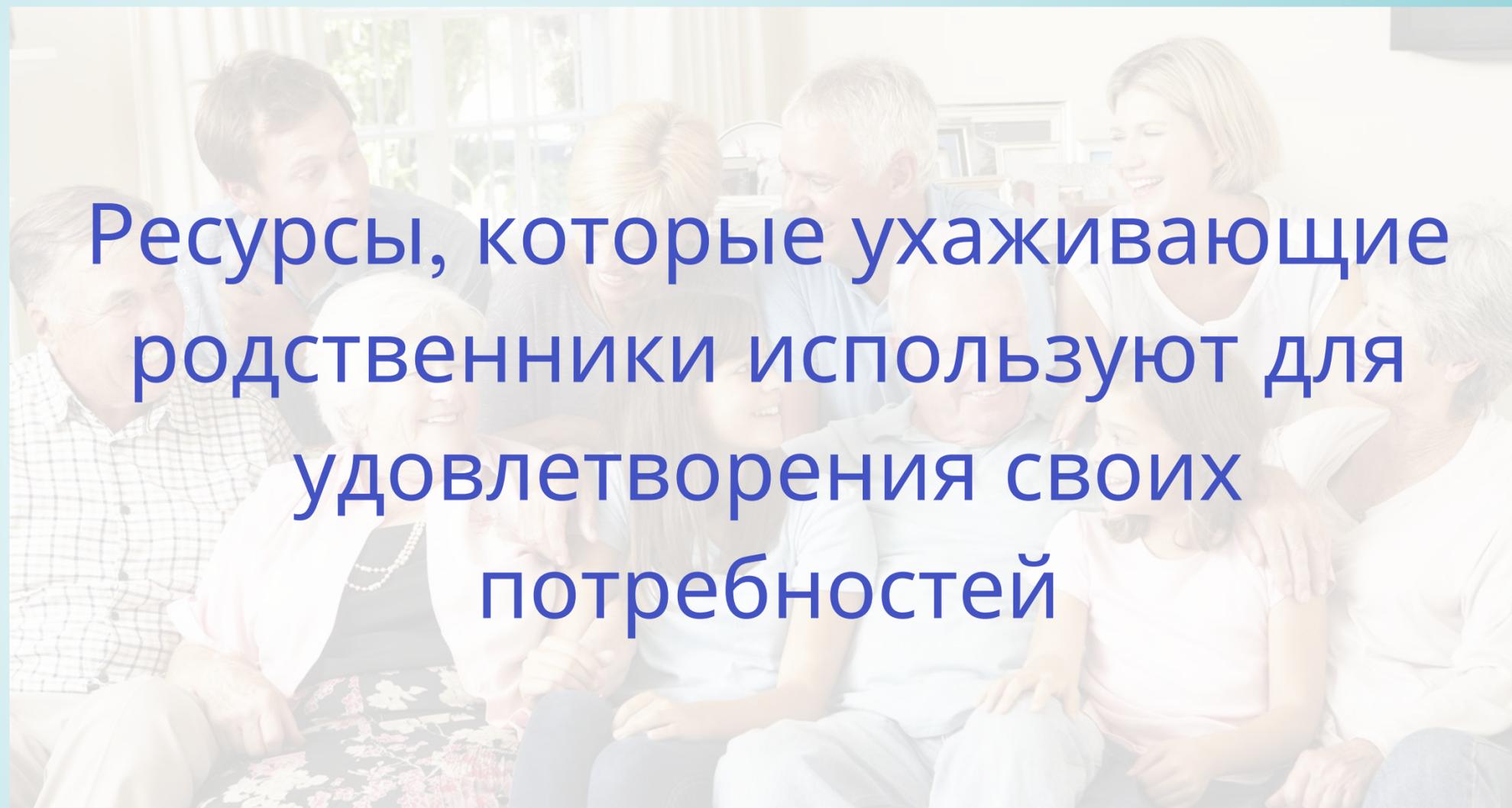


Рекомендации по поводу Гипотез о возможных барьерах к использованию тех или иных ресурсов

Количественные результаты:

- Увеличение процента ухаживающих родственников, имеющих право на получение услуг, но не осведомленных об этом, с текущих 39% до 60%;
- Увеличение процента ухаживающих родственников, осознающих необходимость получения услуг и преодолевающих психологические барьеры, с текущих 23% до 40%;
- Увеличение процента ухаживающих родственников, получивших информацию о доступных услугах и правах, с текущих 0% до 30%.

Качественные результаты: Уменьшение размера аудитории, которая не получает услуги из-за неосведомлённости.



Ресурсы, которые ухаживающие
родственники используют для
удовлетворения своих
потребностей

Информационные ресурсы для ухаживающих родственников



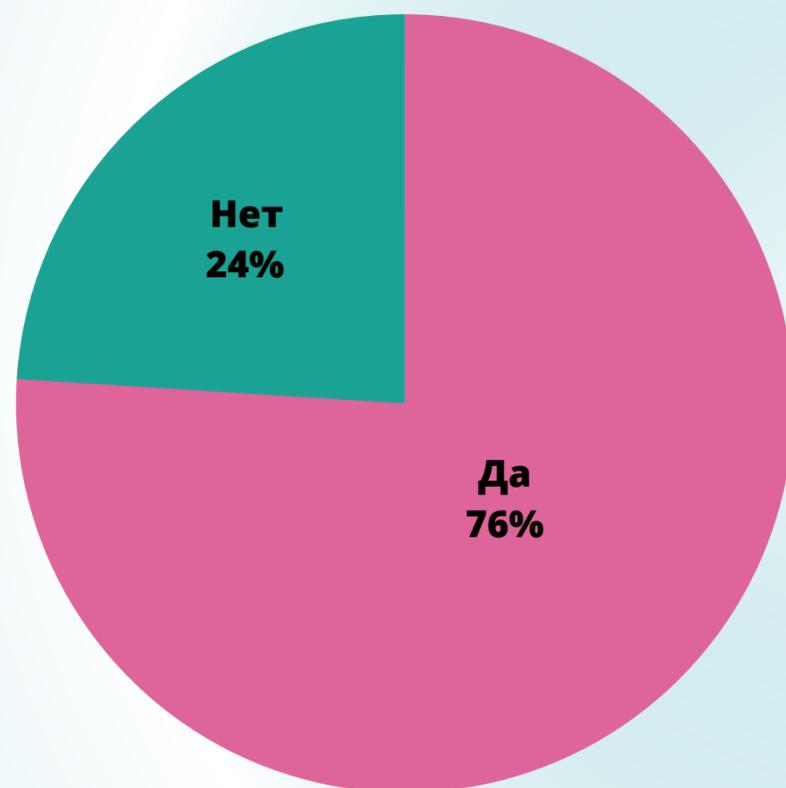
Исследование показывает, что **основная часть (44%)** ухаживающих родственников **черпает информацию по особенностям ухода за пожилыми родственниками из информационных материалов в Интернете**. Также хотим заметить, что **36% респондентов получают информацию через общение с людьми с похожими обстоятельствами**.



База: 1041 (основная выборка)

Q41. Из каких источников вы черпаете информацию по особенностям ухода за пожилым родственником:

Полнота и корректность информации ● ● ●



Большинство ухаживающих родственников (76.27%) считают, что **им предоставляется достаточно информации.**

Ключевые источники информации



Основные источники, которые 72.26% респондентов используют для получения информации по особенностям ухода за пожилым.



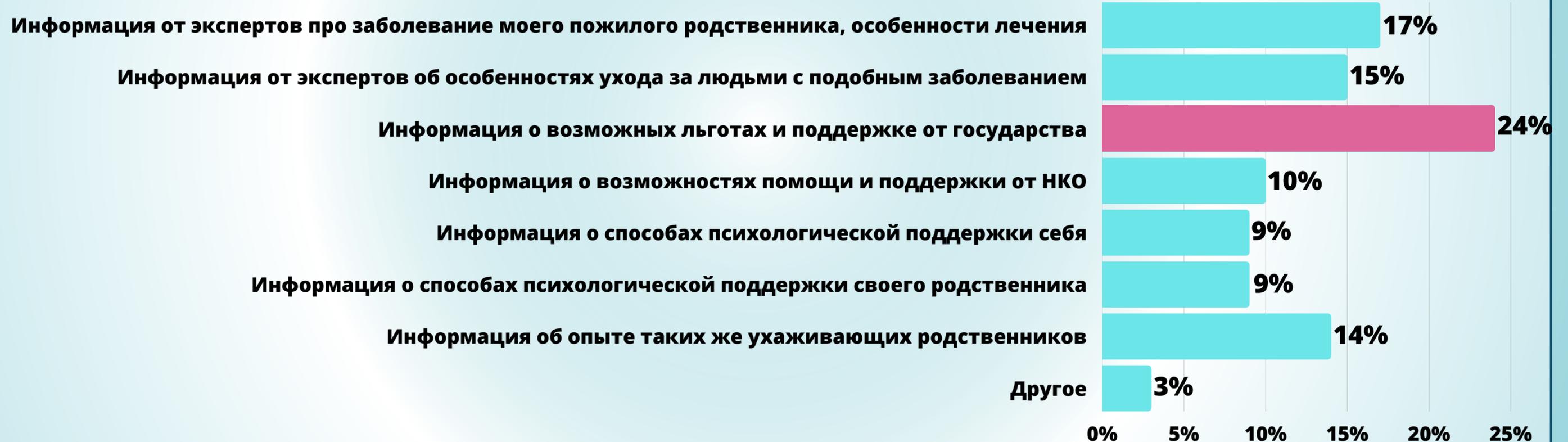
База: 1041 (основная выборка)

Q43. Пожалуйста, дайте ссылку (напишите название) ключевого ресурса, из которого вы чаще всего черпаете информацию по особенностям ухода за пожилым

Нехватка информационных ресурсов



Исследование показывает, что 24% ухаживающих родственников **хотелось бы получать больше информации о возможных льготах и поддержке от государства.**



НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ



Рекомендации по поводу ресурсов, которые ухаживающие родственники используют для удовлетворения своих потребностей

Развитие партнерства с государственными организациями:

- Вступление в партнерство с государственными организациями (больницами/поликлиниками, «МУ КСЦОН») предоставляющими информацию и льготы для ухаживающих родственников.

Новизна решения: Создание механизма обратной связи с государственными организациями для передачи обратной связи от ухаживающих родственников о неудовлетворенных потребностях и предложениях по улучшению существующей поддержки.

Количественные и качественные результаты: Увеличение числа ухаживающих родственников, получающих льготы и поддержку от государства, на 20% и повышение уровня удовлетворенности оказываемой поддержкой на 30%.