

РЕЗУЛЬТАТИ ОНЛАЙН ОПИТУВАННЯ

«Якість публічних комунікацій

Державного експертного центру МОЗ України»

ВСТУП

Анонімне опитування «Якість публічних комунікацій» проводилося у період з 17.08.2023 по 19.09.2023. Інформація про проведення анкетування була широко висвітлена на офіційному сайті, Фейсбук-сторінці, Телеграм-каналі, розіслана зацікавленим сторонам та партнерам за допомогою електронної пошти.

Анкетування проводилося з метою дізнатися думку зацікавлених сторін щодо якості публічних комунікацій Центру в контексті надання своєчасної, достовірної та цільової інформації про діяльність, а також з метою визначення проблемних питань та врахування можливих зауважень для покращення взаємодії.

Варто зазначити, що анкетування було зосереджене на оцінці комунікаційних повідомлень, що оприлюднюються переважно на публічних каналах комунікації Центру.

Цільові групи респондентів:

Органи державної влади та підприємства/установи/організації, що належать до сфери їх управління

Заявники, розробники та виробники ЛЗ

Фахівці фармацевтичної галузі

Фахівці в галузі охорони здоров'я

Заклади охорони здоров'я

Професійні, громадські асоціації/організації

Пацієнти

Науковці

Заклади освіти

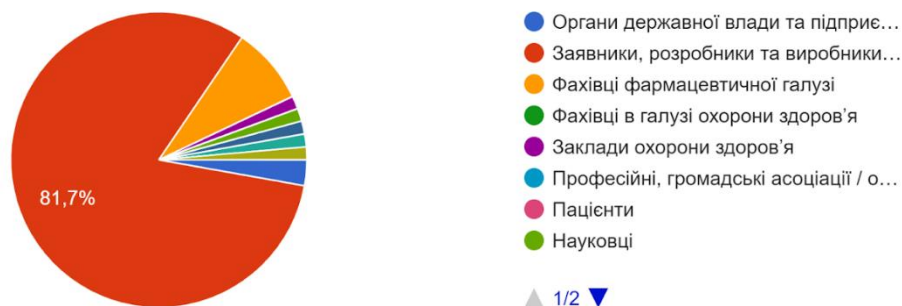
Міжнародні партнери/організації

Опитування зібрало думку щодо якості публічних комунікацій Центру від 71 респондента.

Найбільш представленою групою були заявники, розробники та виробники лікарських засобів (81,7%), а також представники фармацевтичної галузі (8,5 %). Загалом від цих цільових груп надійшло 64 анкети.

Оберіть до якої групи респондентів ви належите.

71 відповідь



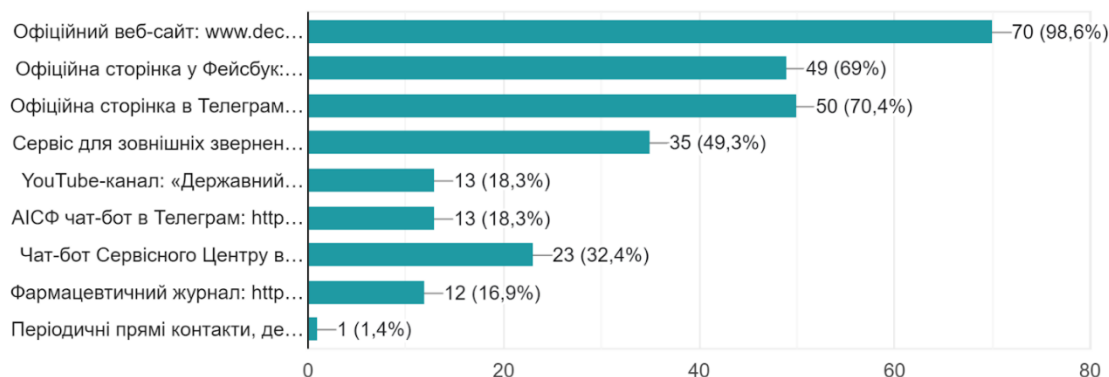
Також отримані мінімум по одній анкеті від представників галузі охорони здоров'я, закладів освіти, науковців, дистриб'юторів, органів державної влади та підприємств, установ, організації, що належать до сфери їх управління, міжнародних партнерів. Таким чином опитування зібрало відповіді від ключових цільових аудиторій Центру.

ОСНОВНІ ТЕЗИ З ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Результати проведеного анкетування демонструють задоволеність комунікаціями Центру в цілому. Основні канали комунікації Центру є широко відомими і уважно відслідковуються. Про це заявила переважна більшість опитаних. Майже всі учасники (98,6%) зазначили офіційний сайт як найбільш відомий ресурс. Про Фейсбук-сторінку та Телеграм-канал знають 70% учасників опитування. Також серед відомих каналів: сервіс для зовнішніх звернень «Онлайн консультація» (49,3%), чат-бот Сервісного Центру (32,4%).

Які з каналів комунікації Центру вам відомі? (Можна обрати кілька із запропонованих).

71 відповідь



АІСФ чат-бот в Телеграм, YouTube канал та Фармацевтичний журнал є менш відомими.

В пошуках необхідної інформації про діяльність та рішення Центру 93 % респондентів читають розділи «Новини» і «Оголошення» на офіційному сайті. Кожен другий (57, 7%) повідомив, що відслідковує оновлення інформації на відповідних сторінках структурних підрозділів сайту.

При цьому 46, 5% опитуваних зазначили, що отримують оновлення інформації для заявників у Телеграм. Постами у Фейсбук надають перевагу 35, 2%. Також майже 17% отримують інформацію про діяльність Центру з публікацій в ЗМІ.

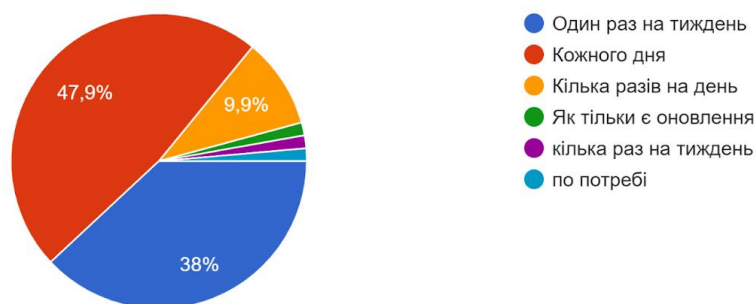
Респонденти вважають себе найбільш обізнаними з інформацією про новини /рішення Центру (62 %) та безпеку ліків (56,3%). Також кожен другий респондент добре обізнаний з інформацією про реєстрацію ліків (49,3%), інформацією для заявників (45,1%), інформацією про тренінги/семінари/форуми (43,7%).

Кожен третій респондент вважає «висвітленими більш повно» клінічні випробування (29,6%) та міжнародну співпрацю (28,2%). При цьому вважають себе обізнаними в питаннях дослідження біодоступності та біоеквівалентності 25, 4% учасників, в питаннях ОМТ та стандартизації медичної допомоги – 15,5%. По одному респонденту зазначили, що «всі сфери потребують кращого висвітлення», «складно відповісти».

Переважає більшість учасників опитування підкреслила важливість комунікаційних повідомлень Центру та зазначила їх користь для себе. Майже половина респондентів (47, 9%) зазначила, що читають їх кожного дня, ще 10 % роблять це кілька разів на день і 38% – один раз на тиждень.

Наскільки регулярно ви читаєте інформаційні повідомлення Центру?

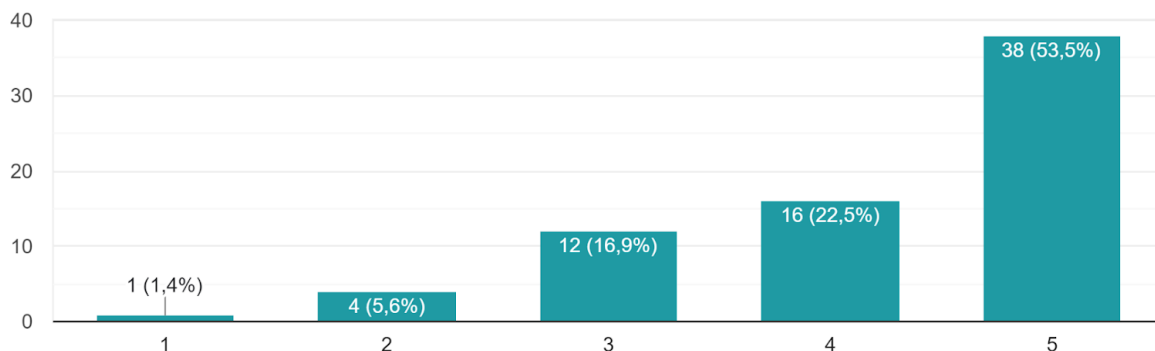
71 відповідь



При цьому більше половини респондентів (53,5%) назвали інформацію від Центру «корисною і незамінною» (поставили найвищий баз за п'ятибальною шкалою).

Оцініть за 5-бальною шкалою наскільки корисними є для вас інформаційні повідомлення Центру (де 1 - повідомлення мають бути більш к...ми, 5 - інформація є корисною і незамінною).

71 відповідь

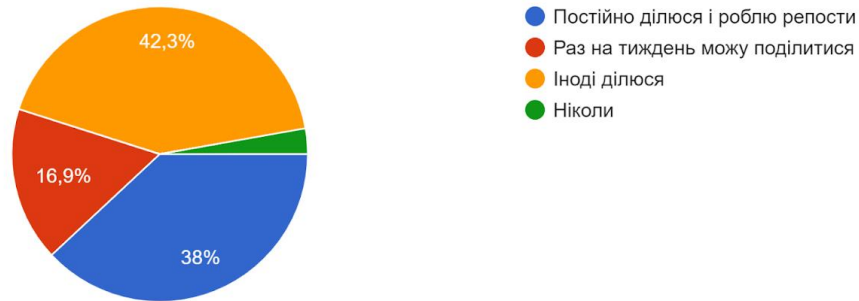


Ще 22,5% і 16,9% респондентів оцінили її такою в діапазоні від 3 до 4 балів. Про необхідність покращення контексту повідомлень заявили близько 7 % учасників.

Відповідно до результатів анкетування учасники активно поширюють комунікаційні повідомлення Центру. 38 % опитуваних роблять це постійно, 16,9 % – один раз на тиждень та 42,3% діляться ними час від часу. Відповідь «ніколи» отримано від 2 респондентів.

Як часто ви ділитеся інформацією від Центру з колегами?

71 відповідь

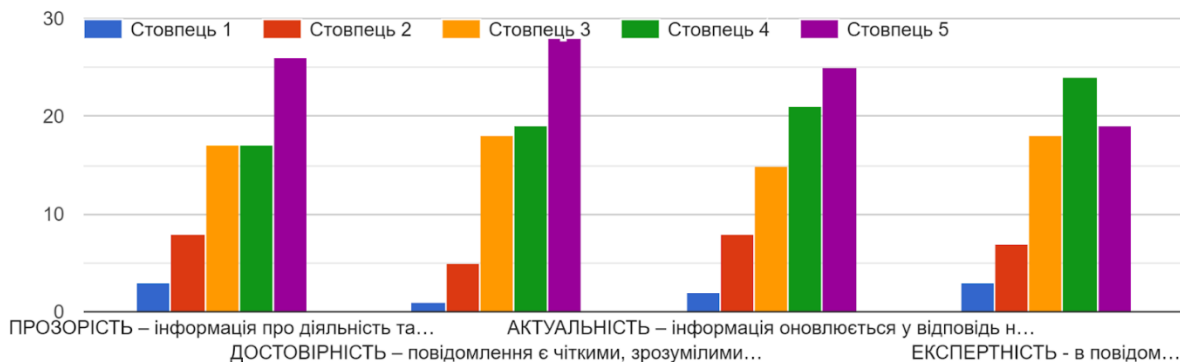


Більшість учасників опитування високо оцінили прозорість діяльності Центру. Респонденти погодилися або повністю погодилися з тим, що комунікаційні повідомлення відповідають таким критеріям як:

- прозорість (інформація про діяльність та рішення Центру є у відкритому доступі);
- достовірність (повідомлення є чіткими, зрозумілими і не вводять в оману);
- актуальність (інформація оновлюється у відповідь на поточну ситуацію та/або відповідно до визначених законодавством термінів);
- експертність (в повідомленнях присутні важливі деталі і роз'яснення).

Більшість схвальних оцінок отримано в діапазоні від 3 до 5 за п'ятибальною шкалою.

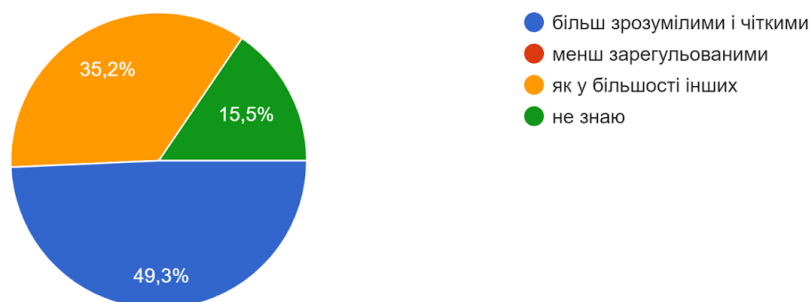
Оцініть за 5-бальною шкалою відповідність публічних комунікацій Центру зазначеним нижче критеріям (де 1 - не погоджуюсь, 5 - повністю погоджуюсь).



Також майже половина учасників (49,3%) вважають публічні комунікації Центру більш зрозумілими і чіткими порівняно з іншими державними підприємствами. При цьому третина опитуваних (35,3%) зазначила, що вони є «такими, ж як у більшості інших», а 15,5% відповіли «не знаю» на це питання.

Чи вважаєте ви, що публічні комунікації Центру порівняно з іншими державними підприємствами є:

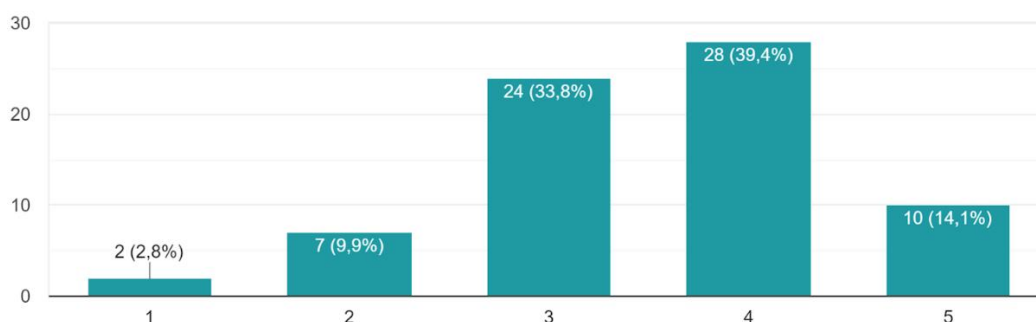
71 відповідь



Відповідаючи на питання «Наскільки ви сьогодні задоволені комунікаціями Центру?» 88% опитаних обрали відповіді у діапазоні від 3 до 5. При цьому «повністю задоволені» комунікаціями 14,1%, «задоволені» – 39,4%, «в цілому задоволені» – 33,8%. В коментарях учасники зазначили, що публічні комунікації Центру відбуваються «на високому професійному рівні», а інформація «є доступною для кожного на сайті або інших джерелах».

Наскільки ви сьогодні задоволені комунікаціями Центру?

71 відповідь



При цьому учасники звернули увагу на те, що можна покращити інструменти та форми комунікації. Зокрема рекомендували:

- дотримуватися у спілкуванні зрозумілої, а не «юридичної сухої мови»;
- додати хештеги для оперативного пошуку необхідної інформації;
- розробити функціонал щотижневого дайджесту новин регулятора;
- здійснювати публічні комунікації також англійською мовою;
- зробити більш зрозумілою структуру сайту;
- давати більше інтерв'ю та коротких інформаційних повідомлень на «гарячі» теми для ЗМІ;
- додати розділ FAQ в якому висвітлювати питання, які найчастіше турбують заявників.

Незадоволені комунікаціями Центру близько 13% респондентів.

Переважна більшість респондентів опитування (85,7%) відзначила покращення публічних комунікацій Центру протягом останніх трьох років в діапазоні від «покращилися» до «суттєво покращилися». Не помітили суттєвих змін в комунікаціях 15, 5 % опитаних.

Як, на вашу думку, покращилися комунікації Центру протягом останніх трьох років?

71 відповідь

