Збірка основних підходів і методів залучення до послуг із самотестування з супроводом чи без серед ключових та пріоритетних груп населення

в межах проєкту USAID «Інновації для подолання ВІЛ»



INNOVATIONS ДЛЯ ПОДОЛАННЯ ЕПІДЕМІЇ ВІЛ

Підготовка збірки стала можливою завдяки щедрій підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) та Надзвичайну ініціативу Президента США з надання допомоги у боротьбі з ВІЛ/СНІД. Зміст є винятковою відповідальністю Pact та його партнерів і не обов'язково відображає погляди Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) або уряду США.

Цей документ має на меті ознайомити зі стратегією й інтервенціями проєкту USAID «Інновації для подолання ВІЛ» (далі – Проєкт), за допомогою яких здійснюється основна діяльність НУО – виконавчих партнерів Проєкту з пошуку нових випадків ВІЛ серед ключових і пріоритетних груп населення. Ця збірка буде корисна для менеджерів проєктів ВІЛ-сервісних НУО та надавачів послуг, які безпосередньо працюють із клієнтами. Документ має на меті описати та стандартизувати діяльність у межах Проєкту й познайомити виконавців Проєкту з основними підходами та методами залучення до послуг із тестування на ВІЛ серед ключових і пріоритетних груп населення.

Цей матеріал було адаптовано на основі робочої інструкції для рівних навігаторів щодо методів тестування та заходів із виявлення випадків ВІЛ, розроблених проєктом «Досягнення цілей і підтримка контролю за епідемією (EpiC)», що фінансується USAID/PEPFAR для використання відповідно до цілей і завдань проєкту USAID «Інновації для подолання ВІЛ» і поточної епідемічної ситуації в Україні.

Автори-упорядники:

Виноградова Олександра, Проценко Олексій, Даніель Дерроу де Мора (Danielle Darrow de Mora).

2024

Зміст

Перелік термінів і скорочень	4
Стратегія Проєкту	5
1. Інтервенція: надання послуг із тестування на ВІЛ (аутрич)	8
2. Інтервенція: надання послуг із тестування на ВІЛ онлайн (онлайн-аутрич)	10
3. Інтервенція: залучення до тестування на ВІЛ статевих та/або ін'єкційних партнерів (індексне тестування)	12
4. Інтервенція: охоплення тестуванням соціальних контактів клієнтів із підвищеним ризиком інфікування ВІЛ («ризиковані мережі»)	14
5. Інтервенція: посилене вторинне поширення тестів для самотестування на ВІЛ	17
6. Методи залучення до самотестування	19
7. Мотиваційне заохочення для клієнтів	22

Перелік термінів і скорочень

ДНП	Диференційоване надання ВІЛ-послуг
ЗОЗ	Заклад охорони здоров'я
ІОМ	Інформаційно-освітній матеріал
ІТ	Індексне тестування
КГН	Ключові групи населення – групи населення, які через специфічні види високо ризикованої поведінки схильні до підвищеного ризику інфікування ВІЛ незалежно від типу епідемії або місцевого контексту
ЛВНІ	Люди, що вживають наркотики ін'єкційно
ЛЖВ	Люди, які живуть з ВІЛ
НУО	Неурядова організація, яка працює у сфері протидії ВІЛ
ПГН	Пріоритетні групи населення
ПТАО/ЗПТ	Підтримувальна терапія агоністами опіоїдів / Замісна підтримувальна терапія
СП	Люди, які надають сексуальні послуги
СТ-ВІЛ	Самотестування на ВІЛ
ЧСЧ	Чоловіки, які мають секс із чоловіками
ШТ	Швидкі тести для виявлення антитіл до ВІЛ – 1/2
Ризиковані мережі	Соціальні контакти клієнтів з особами з підвищеним ризиком інфікування ВІЛ

Стратегія Проєкту

У 2023 році в Україні було офіційно зареєстровано **11 658 уперше діагностованих випадків ВІЛ-інфекції**, що на 20,5% менше, ніж у 2021 році. Це пов'язано з впливом війни на міграцію людей, окупацію частини територій, руйнування медичної та соціальної, транспортної інфраструктури, що призвело до зниження показників охоплення тестуванням. В умовах переміщення, навіть у межах країни, соціальні зв'язки руйнуються, а нові не є стійкими.

Концентрована епідемія ВІЛ, ускладнена впливом війни, вимагає пошуку результативних підходів, методів, заходів та втручань у сфері просування тестування на рівні спільнот КГН і ПГН, головною метою яких є усунення прогалини в кількості ЛЖВ, які знають свій статус, а відтак посилення контролю над епідемією ВІЛ-інфекції в Україні. Досягти цієї мети можна лише через забезпечення належного рівня охоплення (насамперед цільових груп Проєкту – КГН та ПГН) тестуванням на ВІЛ і відповідне збільшення кількості людей, які знають про свій ВІЛ-позитивний статус, щоб залучити їх до прийому антиретровірусної терапії (АРТ).

У відповідь на це **Проєкт зосередився на кількох основних підходах до пошуку нових випадків ВІЛ-інфекції** за допомогою самотестування в спільнотах КГН і ПГН:

- надання послуг із самотестування на ВІЛ з супроводом чи без (аутрич);
- залучення до тестування на ВІЛ статевих та/або ін'єкційних партнерів (індексне тестування);
- посилене вторинне поширення тестів для самотестування на ВІЛ;
- охоплення тестуванням соціальних контактів клієнтів із підвищеним ризиком інфікування ВІЛ («ризиковані мережі»).

Стратегія Проєкту полягає в тому, щоб використовувати не лише окремо самостійні перелічені вище підходи, а й поєднувати їх, змішувати під час рутинної роботи з клієнтами. Поєднання підходів дає можливості виходу на нові «кола спілкування» та соціальних/статевих/ін'єкційних партнерів клієнтів чи людей зі спільноти, які готові до співпраці з НУО. В умовах обмежених кадрових ресурсів НУО та враховуючи специфіку спільнот КГН і ПГН, поєднання підходів дає можливість досягати прихованих мереж ЛЖВ і окремих осіб, які ще досі не були охоплені тестуванням.



Порівняльна таблиця характеристик підходів до тестування

	Охоплення самотестуванням (з супроводом і без)	Залучення до тестування на ВІЛ статевих та/або ін'єкційних партнерів (індексне тестування)	Посилене вторинне поширення тестів для самотестування	Охоплення тестуванням соціальних контактів клієнтів із підвищеним ризиком інфікування ВІЛ («ризиковані мережі»)
Основна мета	Виявлення нових випадків	Виявлення нових випадків	Виявлення нових випадків і залучення представників(ць) КГН\ПГН, які раніше не брали участі в тестуванні	Виявлення нових випадків
Цільова група	Представники КГН (ЛВНІ, ЧСЧ, СП) і ПГН	Статеві та/або ін'єкційні партнери ЛЖВ, біологічні діти до 18 років	Статеві/ін'єкційні партнери ЛЖВ, а також учасники «ризикованих мереж»	Ширше коло учасників соціальних контактів клієнта, які практикують ризиковану поведінку
Включає скерування за талонами переадресації	Так, з метою залучення до послуг із лікування та додаткових послуг	Ні	Так, включає талони переадресації чи візитівки	Може включати талони переадресації чи візитівки

Залучення представників КГН та ПГН до ПТВ і СТ-ВІЛ за допомогою рекрутерів	Ні, але можливе	Так, для власних статевих та/або ін'єкційних партнерів рекрутера або партнерів залучених до ПТВ представників спільнот	Так	Ні
Використовує мотиваційне заохочення для рекрутерів	Ні	Ні	Так	Ні
Залучення до ПТВ	Інформаційно-роз'яснювальна робота (аутрич), послуги з тестування в межах моделей ДНП, під час всіх етапів зв'язку з лікуванням Залучення до мультитестування (ВІЛ/ВГС/ВГВ/Сифіліс) і до інших соціальних, психологічних, юридичних та гуманітарних послуг	Інформаційно-роз'яснювальна робота (аутрич), послуги з тестування в межах моделей ДНП, під час усіх етапів зв'язку з лікуванням, з огляду на готовність клієнта повідомляти про своїх партнерів (підтвердження реактивного результату ШТ, супровід до лікування, моніторинг вірусного навантаження); може пропонуватися й пізніше для нових партнерів ЛЖВ Залучення до мультитестування (ВІЛ/ВГС/ВГВ/Сифіліс) і до інших соціальних, психологічних, юридичних та гуманітарних послуг	Інформаційно-роз'яснювальна робота (аутрич) у спільноті КГН Переадресація до мультитестування (ВІЛ/ВГС/ВГВ/Сифіліс) і до інших соціальних, психологічних, юридичних та гуманітарних послуг	Інформаційно-роз'яснювальна робота (аутрич), послуги з тестування в межах моделей ДНП, пропозицію отримують усі без винятку клієнти, незалежно від результатів тестування Залучення до мультитестування (ВІЛ/ВГС/ВГВ/Сифіліс) і до інших соціальних, психологічних, юридичних та гуманітарних послуг
Інформація про ВІЛ-статус і персональні дані	ВІЛ-статус і персональні дані клієнта відомі надавачам послуг НУО, які надають послуги цьому клієнту	ВІЛ-статус і персональні дані клієнта відомі надавачам послуг НУО, які надають послуги цьому клієнту	ВІЛ-статус і персональні дані рекрутера відомі надавачам послуг НУО; можуть бути відомі або невідомі членам спільнот ВІЛ-статус і персональні дані представників КГН, які пройшли самотестування, можуть бути відомі або невідомі рекрутеру	ВІЛ-статус і персональні дані клієнта відомі надавачам послуг НУО, які надають послуги цьому клієнту

1. Інтервенція: надання послуг із тестування на ВІЛ (аутрич)

Мета:

пошук місцезнаходження й інтеграція в місця/групи осіб, де/з якими проводять час клієнти з-поміж представників КГН і ПГН та/або місця, де вони практикують ризиковану поведінку з погляду інфікування на ВІЛ, задля залучення до тестування. Щоб визначити такі місця (кафе, бари, квартири тощо), координатори та надавачі послуг НУО проводять періодичний аналіз і картування потенційних та наявних місць залучення до ПТВ у громаді, узгоджують графік виходів за складеними маршрутами надавачів послуг НУО із залученням представників КГН та ПГН. Під час заходів охоплення, надавачі послуг НУО знаходять клієнтів і знайомляться з ними офлайн, запрошують клієнтів на тестування на ВІЛ та інформують про наявний перелік додаткових послуг, що передбачено проєктом (мультитестування, соціальні, психологічні, юридичні гуманітарні послуги тощо). У разі необхідності надавач послуг НУО може провести самотестування на ВІЛ (з супроводом чи без) у місці зустрічі, запросити до місць надання послуг або запропонувати зустріч в будь-якому іншому місці, зручному для клієнта.

Під час заходів з охоплення ми зосереджуємося не на місці, де проводити тестування, а на тому, де саме і як ми знайдемо клієнта, що буде залучений до тестування.

Кроки:

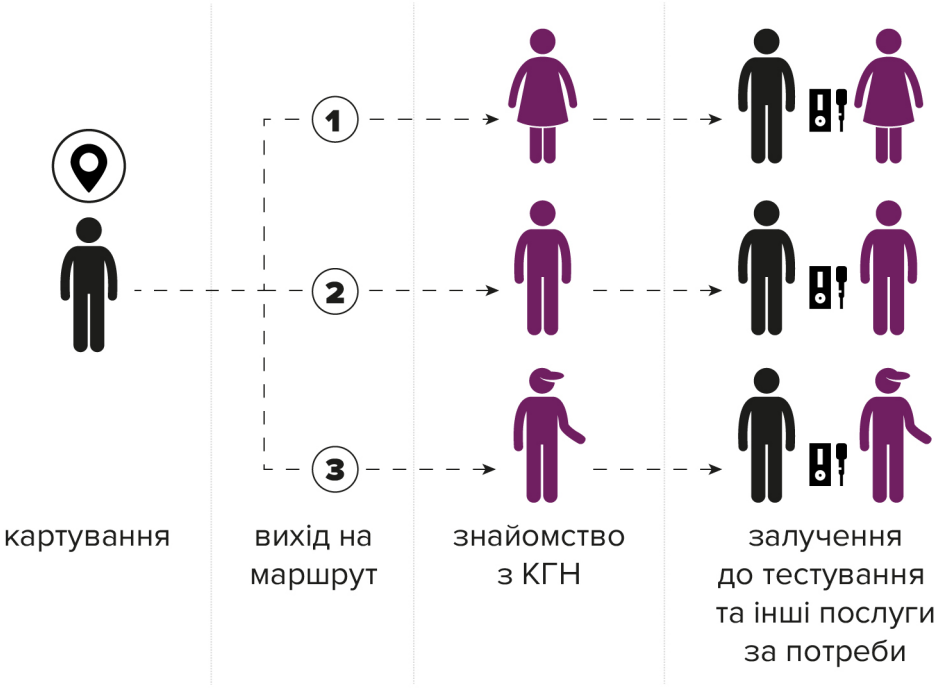
1. Позначити на мапі місця, де збираються клієнти (кафе, бари, місця зустрічі тощо).
2. Скласти графік виходів у місця, зазначені під час картування. Об'єднати місця в маршрути, якщо є можливість.
3. Надавач послуг НУО здійснює виїзд у місця, де збираються клієнти, знайомиться там із людьми, пропонує послуги тестування, профілактичні матеріали й інформує про діяльність НУО та можливості отримання медико-соціально-психологічного супроводу та допомоги.

АБО

4 Надавач послуг НУО та клієнт домовляються про зустріч, щоб пройти тестування.

5 За бажанням клієнта надавач послуг НУО проводить самотестування (з супроводом чи без) на місці (у кафе, барі тощо), проводить консультацію до та після тестування, видає профілактичні матеріали (презервативи, лубриканти), залишає свої контакти.

6 Клієнт домовляється з надавачем послуг про зустріч в інший час у місці надання послуг для проходження тестування на ВІЛ. Надавач послуг проводить тестування, консультує до та після тестування, надає інші або профілактичні послуги.



Переваги інтервенції:

цей захід втручання **результативний** у впровадженні **серед клієнтів із-поміж КГН, які більшість свого часу проводять у соціальній взаємодії,** особливо ЛВНІ, СП, дорослі чоловіки 35+, які мають ризикову поведінку з погляду інфікування на ВІЛ.

2. Інтервенція: надання послуг із тестування на ВІЛ онлайн (онлайн-аутрич)

Мета:

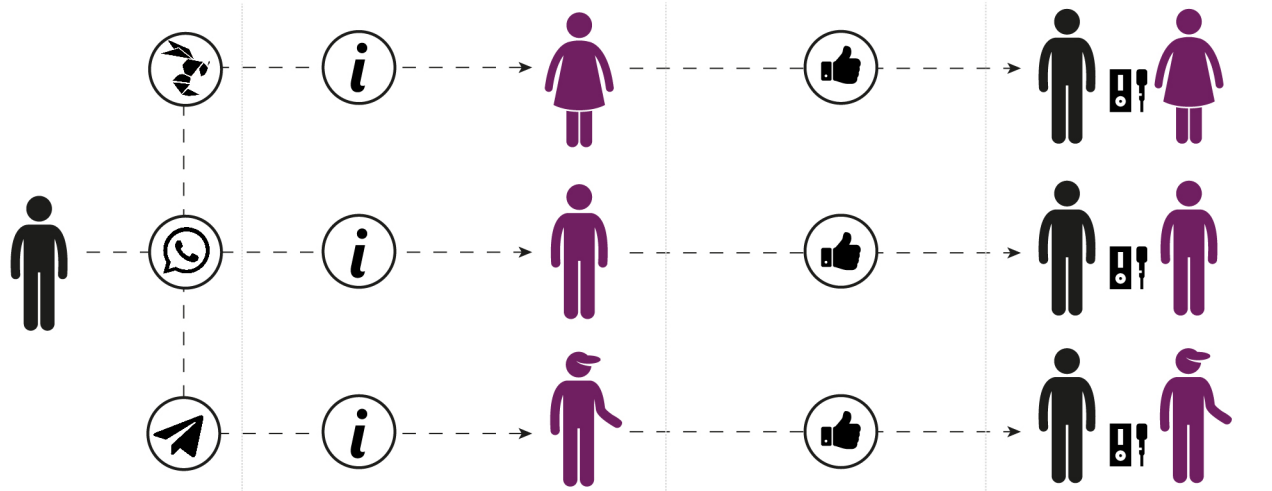
пошук онлайн-платформ та інтеграція в онлайн-спільноти/застосунки, у яких проводять час клієнти з-поміж представників КГН і ПГН, задля залучення до тестування.

Координатори та надавачі послуг НУО визначають онлайн-платформи (фейсбук, телеграм-канали, різні соцмережі, додатки для знайомств тощо), які популярні серед представників КГН і ПГН або на яких вони проводять час. Визначивши ці онлайн-платформи, надавачі послуг НУО – самі чи через лідерів думок – заходять на платформи, де збираються клієнти, щоб:

- поширювати інформацію про послуги Проєкту;
- розширювати попит на послуги з профілактики та тестування на ВІЛ;
- надавати онлайн-консультації для клієнтів.

Головна відмінність цього підходу від традиційних методів пошуку та залучення до ПТВ – пошук клієнта в онлайн-просторі.

Приклад взаємодії:



надавач послуг НУО та клієнт познайомились онлайн (у групі телеграм, через переписку у WhatsApp, Hornet тощо)	надавач послуг НУО надав клієнту інформацію про послуги проєкту — профілактичні матеріали, асистоване самотестування та неасистоване самотестування на ВІЛ, ДКП тощо	клієнт погодився отримати профілактичні послуги та ПТВ, вибрав очну зустріч із надавачем послуг НУО в зручному для обох місці (офіс НУО)	на зустрічі надавач послуг НУО залучив клієнта до самотестування на ВІЛ з супроводом

Важливо, що із самого початку надавач послуг НУО знайшов клієнта через онлайн-контакт.

Кроки для впровадження онлайн-охоплення

1. Визначення наявних онлайн-платформ, де потенційні клієнти проєкту з-поміж КГН проводять свій час (фейсбук, інстаграм, телеграм-канали, додатки для знайомств тощо).

2. Надавачі послуг НУО, самі чи через лідерів думок, заходять на онлайн-платформи, де збираються потенційні клієнти Проєкту з-поміж КГН.

3. Надавачі послуг НУО знайомляться з потенційним клієнтом онлайн.

АБО

4. Лідер думок зв'язує клієнтів із надавачем послуг НУО.

5. Надавач послуг НУО надає інформацію про можливі методи отримання послуг із профілактики та самотестування на ВІЛ (з супроводом та без):

▶ якщо клієнт погодився отримати послуги самотестування з супроводом – обговорення дати, часу та місця отримання ПТВ;

▶ якщо клієнт погодився отримати послуги самотестування – обговорення способу передавання тесту та профілактичних матеріалів (пошта, тестомат тощо).

6. Надання післятестового консультування, переадресація/супровід до програм із профілактики або лікування залежно від результату тестування.

Переваги інтервенції:

цей захід **ефективний** для впровадження **серед клієнтів із-поміж КГН, які значну частину свого часу проводять онлайн,** особливо ЧСЧ, СП, дорослі чоловіки 35+, які мають ризикову поведінку з погляду інфікування на ВІЛ.

3. Інтервенція: залучення до тестування на ВІЛ статевих та/або ін'єкційних партнерів (індексне тестування)

Індексне тестування (ІТ) передбачає залучення таких категорій клієнтів:

1. Статеві партнери ЛЖВ (актуальні та всі попередні, яких можна залучити до отримання ПТВ).
2. Ін'єкційні партнери ЛЖВ (актуальні та всі попередні, яких можна залучити до отримання ПТВ).
3. Біологічні діти ЛЖВ віком до 18 років.*

* у межах реалізації проєкту не рекомендовано залучати до ПТВ дітей віком до 14 років. Умотивуйте клієнта обстежити дитину на базі ЗОЗ і за можливості супроводжуйте їх до отримання ПТВ.

Важливо! Пропозиція послуги з індексного тестування має надаватися як нововиявленим ЛЖВ, так і ЛЖВ, які вже знають про свій статус.



Індексний клієнт — нововиявлений ЛЖВ, або ЛЖВ з відомим статусом



Індексний партнер — статевий та/або ін'єкційний партнер індексного клієнта, або його/її біологічні діти до 18 років

Індексне тестування передбачає 4 методи залучення партнерів.

1. **Інформування індексним клієнтом** – клієнт самостійно повідомляє свого індексного партнера про ризик ВІЛ-інфікування та спонукає його/її:
   - прийти до НУО для тестування з супроводом надавача послуг;
   - отримати тести для самотестування.
2. **Інформування надавачем послуг НУО** – надавач послуг НУО телефонує або відвідує індексних партнерів(ок) і рекомендує їм пройти тест на ВІЛ.

Інформування за домовленістю з надавачем послуг НУО – на-

3 давач послуг НУО домовляється (усно/письмово) з індексним клієнтом(кою), що той/та повідомить свого партнера(ку). Очікується, що індексний партнер(ка) пройде тестування протягом 14 днів. В іншому випадку надавач послуг НУО самостійно зв'язується з індексним партнером(кою) клієнта(ки).

4 **Спільне інформування** – надавач послуг НУО присутній(ня) під час розмови індексного(ї) клієнта(ки) зі своїм індексним партнером(кою), надає йому/їй підтримку й допомагає залучити до тестування.

10 кроків індексного тестування:

1. Опишіть зміст послуги з ІТ клієнту під час дотестового інформування або післятестового консультування в момент отримання позитивного результату тесту на ВІЛ.
2. Запропонуйте послуги з ІТ всім уперше виявленим ВІЛ-позитивним клієнтам і ЛЖВ, які вже знають про свій статус.
3. У разі отримання згоди клієнта на збір контактів його індексних партнерів/ок перейдіть до наступного кроку, а в разі відмови – завершіть консультацію та проведіть повторну консультацію згодом.
4. Складіть список індексних партнерів із невідомим ВІЛ-статусом.
5. Оцініть ризик насильства для індексного клієнта з боку кожного(ї) партнера(ки).
6. Визначте найкращий варіант повідомлення для кожного партнера.

7

Сконтактуйтеся з усіма названими партнерами, використовуючи визначений варіант повідомлення/залучення.

8

Зафіксуйте результат повідомлення:

- **у разі згоди** індексного клієнта – запросіть на очне тестування індексних партнерів;

  або запропонуйте отримати тест для самотестування дистанційно. Запевніть індексного партнера, що ви допоможете розтлумачити результат і проконсультувати щодо додаткових послуг залежно від результату самотестування. Також домовтеся, що через тиждень ви напишете йому(-їй), щоб дізнатися, як пройшло тестування і яким був результат;

- **у разі відмови** – зафіксуйте причину. Проінформуйте індексного клієнта про результат інформування партнерів і запропонуйте вибрати інший спосіб інформування.

9

Надайте відповідні послуги індексним партнерам за результатами тестування на ВІЛ.

10

Зв'яжіться надалі з усіма учасниками індексного тестування, щоб оцінити будь-які небажані наслідки, пов'язані з ІТ.



Важливо! Під час тестування статевого/ін'єкційного партнера ЛЖВ надавач послуг НУО може встановлювати з ним зв'язок як онлайн, так і офлайн. Клієнту можна запропонувати оральні тести для самотестування партнерів. Це один із методів ІТ.

Переваги інтервенції:

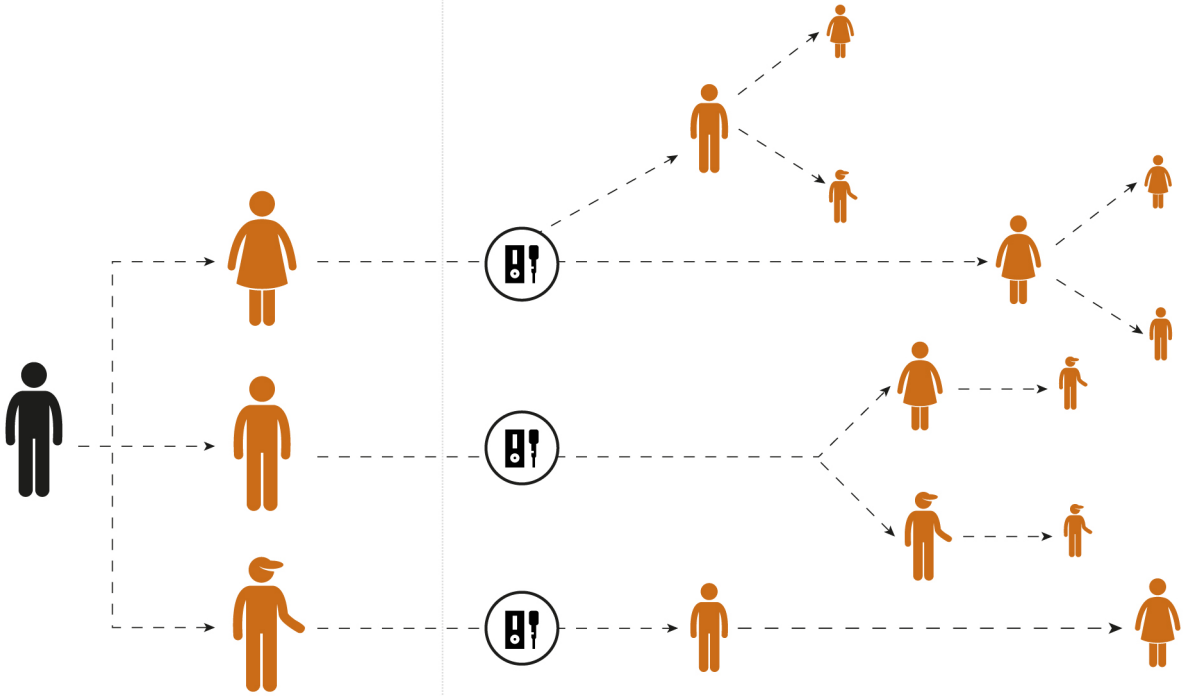
цей захід втручання **найефективніше виявляє нових ЛЖВ з-поміж будь-якої КГН і ПГН.**

4. Інтервенція: охоплення тестуванням соціальних контактів клієнтів із підвищеним ризиком інфікування ВІЛ («ризиковані мережі»)

Мета:

розширити доступ до тестування на ВІЛ та інших послуг для ширшого кола людей із-поміж соціальних контактів клієнтів, які мають високий ризик інфікування ВІЛ через ризиковану поведінку.

Надавач послуг НУО пропонує клієнту запросити людей зі свого соціального кола спілкування для залучення до ПТВ/СТ. Клієнт сам міркує, хто з його оточення має ризиковану поведінку й кому пропонувати тест на ВІЛ.



Надавач послуг НУО пропонує клієнту запросити людей зі свого соціального кола спілкування для залучення до ПТВ/СТ

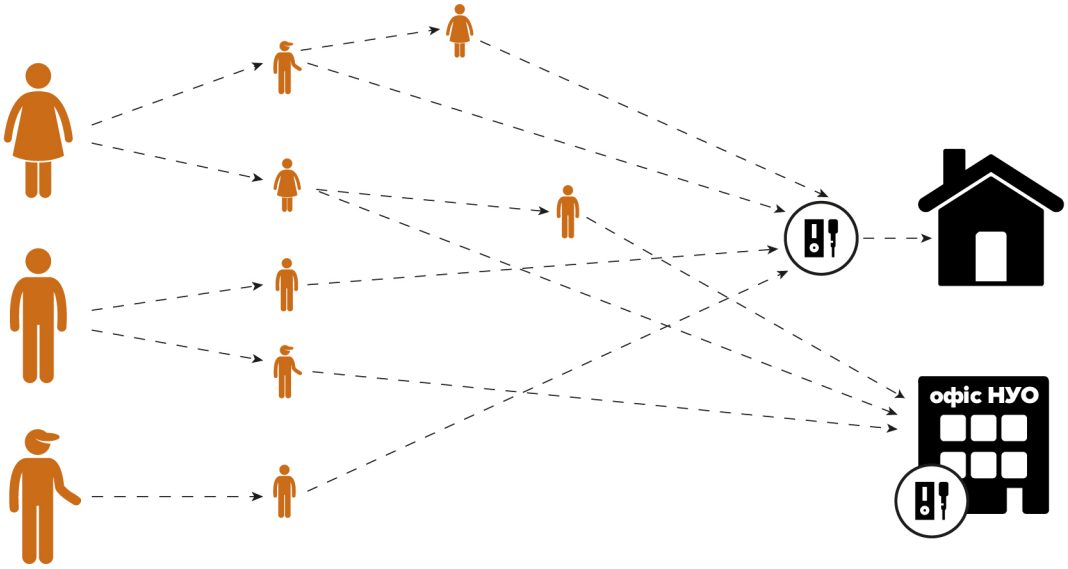
Клієнт сам міркує, хто з його оточення має ризиковану поведінку й кому пропонувати тест на ВІЛ

Кому пропонує:

1. клієнтам з числа ЛЖВ (відмінним від прямих статевих/ін'єкційних партнерів і біологічних дітей ЛЖВ до 18 років);
2. клієнтам із негативним або ще невідомим результатом тесту на ВІЛ.

Надавач послуг НУО та клієнт можуть домовитися про те, що

- клієнт сам приведе людей зі свого соціального кола;
- інша особа з-поміж КГН самостійно звернеться за рекомендаціями та скеруванням клієнта;
- клієнт дасть контакти своїх знайомих/друзів, а потім надавач послуг НУО зафіксує їх у відповідній формі й сам зв'яжеться з ними;
- клієнт візьме тест для самотестування своїх знайомих.



Кожен ЛЖВ і кожен ВІЛ-негативний клієнт має отримати пропозицію щодо залучення осіб із підвищеним ризиком інфікування з-поміж своїх ризикованих мереж.

Переваги інтервенції:

цей захід втручання **надає можливість залучити до ПТВ осіб, які належать до закритих прошарків КГН і ПГН**. Інтервенцією передбачене як очне, так і онлайн-залучення до отримання ПТВ.

5. Інтервенція: посилене вторинне поширення тестів для самотестування на ВІЛ

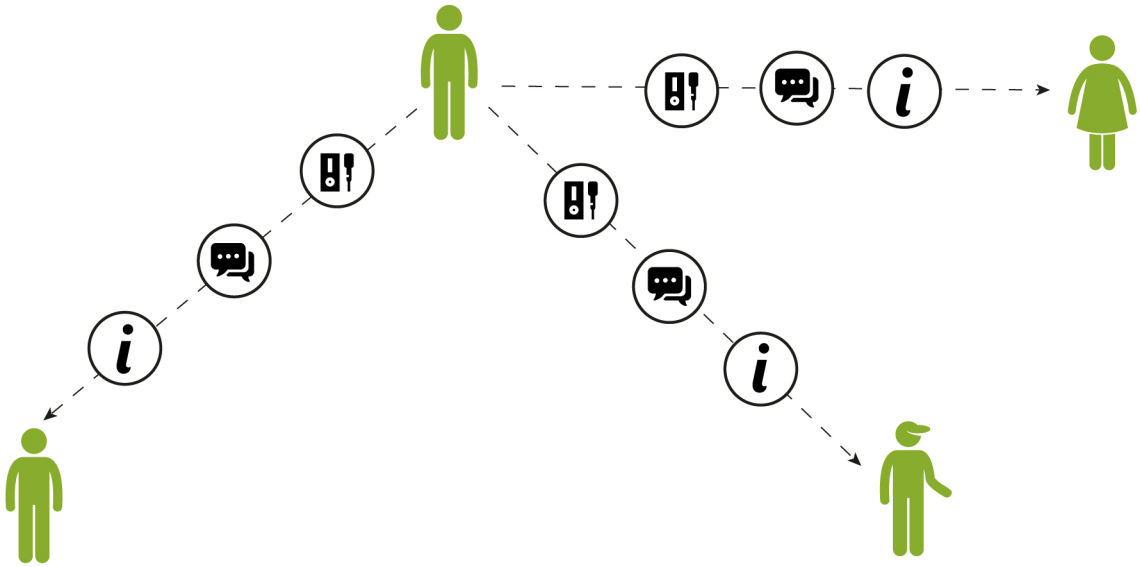
Мета:

встановити контакт і **залучити до послуг з самотестування (з супроводом чи без) нових клієнтів, до яких надавач послуг НУО не має прямого доступу.** Пошук і залучення клієнтів, які раніше не користувалися послугами тестування, відбувається через активних представників самої спільноти, які виконують роль рекрутерів.

Надавач послуг НУО пропонує стати Рекрутером активному й комунікабельному клієнту, який має багато соціальних зв'язків у своєму оточенні, до якого надавач послуг НУО не має доступу, і практикує ризиковану поведінку.

Основні завдання Рекрутера:

- **поширює тести** для самотестування та профілактичні матеріали через зв'язки у своєму оточенні;
- **запрошує до місць надання послуг** із ПТВ клієнтів із-поміж свого оточення;
- **інформує клієнтів** про наявний перелік додаткових послуг, що передбачено проєктом (мультитестування, соціальні, психологічні, юридичні



гуманітарні послуги тощо).

Надавач послуг НУО навчає Рекрутера основ консультування та самотестування на ВІЛ, постійно допомагає та підтримує в залученні знайомих із ризикованих мереж чи спільнот КГН до тестування. Рекрутер має знати, що варто запрошувати або пропонувати тест для самотестування людям, які практикують ризиковану поведінку. Рекрутер отримує мотиваційне за-

охочення відповідно до критеріїв, установлених надавачем послуг НУО.

Кроки:

1

Надавач послуг НУО пропонує стати Рекрутером активному, комунікабельному клієнту, який має зв'язки в спільноті КГН, де практикують ризиковану поведінку й і де послуги проєкту можуть виявитися корисними.

2

Надавач послуг НУО готує Рекрутера щодо критеріїв запрошення на тестування до НУО або критеріїв ризикованої поведінки й осіб, яким можна пропонувати тест для самотестування, надає інструкції про правила проведення самотестування й аргументи на користь повідомлення свого результату надавачу послуг НУО для отримання необхідної підтримки й супроводу на лікування.

3

Надавач послуг НУО видає Рекрутеру тести, візитки та профілактичні матеріали для розповсюдження у своєму оточенні.

4

Клієнт, який має візитівку, звертається до НУО для одержання послуг (мультитестування, соціальні, психологічні, юридичні гуманітарні послуги тощо).

5

Надавач послуг НУО проводить тестування клієнта.

6

Рекрутер і надавач послуг НУО проводять регулярні зустрічі: обговорюють ефективність поширення візитівок і профілактичних матеріалів, поновлюють запаси тестів та профілактичних матеріалів, що поширюються, обговорюються інші питання.

!

Важливо! Надавач послуг НУО:

- ***підтримує достатній рівень знань і умінь у Рекрутера для консультування й інформування членів спільноти КГН про тестування на ВІЛ;***
- ***аналізує та пропонує розвиток охоплення мереж КГН і ПГН у конкретній громаді з огляду на результати Рекрутера;***
- ***розширює мережу Рекрутерів, залучає нових для роботи в інших спільнотах чи на територіях.***

6. Методи залучення до самотестування

Самотестування – це НЕ окремий підхід до залучення клієнтів, найчастіше це – СПОСІБ тестування.

Надавачі послуг НУО залучають нових клієнтів до СТ активними та пасивними способами.

До активних способів належать:

- онлайн-аутрич;
- аутрич;
- індексне тестування, включно з повторним консультуванням індексних клієнтів щодо їхніх партнерів та індексних партнерів стосовно залучення до ПТВ;
- охоплення тестуванням соціальних контактів клієнтів із підвищеним ризиком інфікування ВІЛ («ризиковані мережі»);
- аналіз відомостей і записів щодо розповсюджених тестів;
- запрошення на ПТВ осіб зі списків контактів, які залишали клієнти;
- запрошення інших клієнтів до НУО після заочних/очних консультацій.

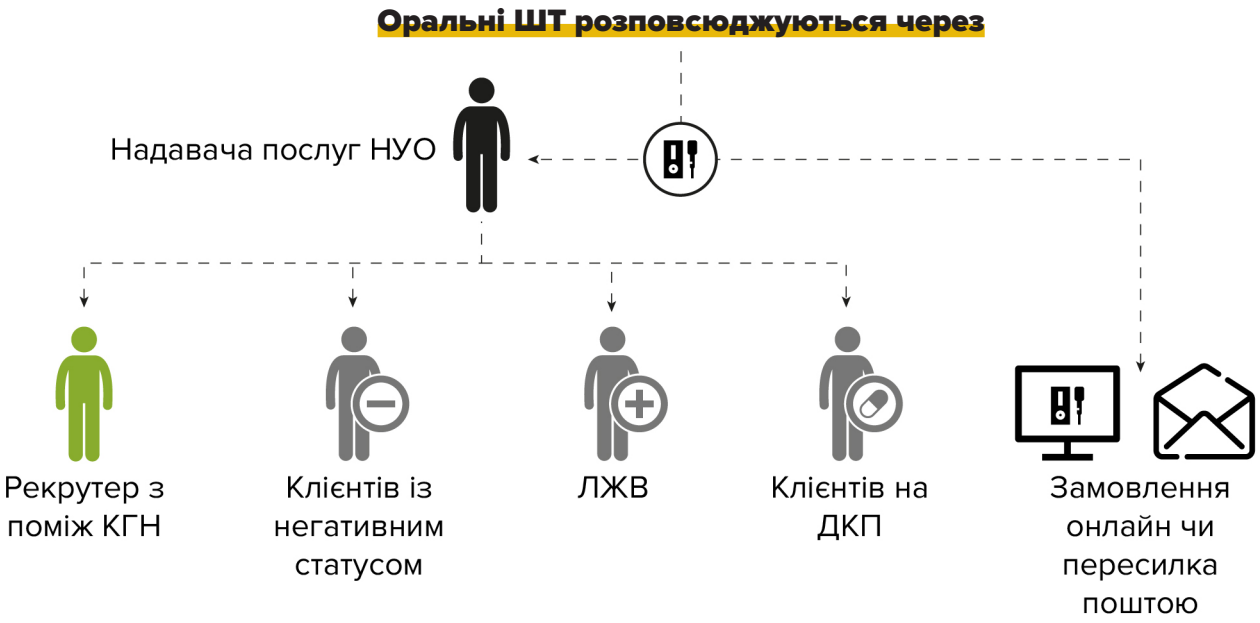
До пасивних способів належать:

- підготовка рекрутерів із-поміж КГН для поширення тестів серед спільнот (вторинне поширення);
- створення «Гарячих ліній», чат-ботів, платформ для запису на прийом онлайн або замовлення тестів;
- розповсюдження візитівок із контактними даними надавача послуг для телефонних дзвінків/текстових повідомлень та/або посиланнями на чат-боти й платформи для запису на прийом онлайн;
- розміщення контекстної реклами в профільних соціальних мережах в Інтернеті;
- розповсюдження талонів переадресації до НУО;
- використання мотиваційних заохочень для звітування про результати;
- розміщення соціальної реклами з мотивацією до тестування.

У результаті самозвернення клієнтів до надавачів послуг із самотестування (з супроводом чи без) відбувається через:

- представників КГН і ПГН із відомим ВІЛ-статусом (як позитивний, так і негативний);
- індексних клієнтів (ЛЖВ);
- рекрутерів;
- клієнтів програм ДКП і ПТАО/ЗПТ;

- онлайн-платформи замовлення тестів і «Гарячі лінії»;
- соціальну й таргетовану рекламу.



Залежно від приналежності клієнтів до певної КГН чи ПГН, специфіки їх ризикованої поведінки, уподобань і побажань клієнтів, надавач послуг НУО може запропонувати самотестування на ВІЛ з супроводом чи без.

Самотестування з супроводом	**Самотестування без супроводу**
Клієнт самостійно проходить тестування, але надавач послуг НУО перебуває поруч і допомагає клієнтові правильно зробити тест, а також, за умови згоди клієнта, розтлумачити результати СТ-ВІЛ. Це може відбуватися як за допомогою відеозв'язку, так і очно, коли ви перебуваєте поруч із клієнтом, а той інтерпретує свій результат. Проводиться консультація до та після тестування.	Передбачає постачання наборів для самотестування з інструкцією від виробника, з наданням контактів надавача послуг НУО, який може провести консультацію щодо проходження процедури СТ-ВІЛ. **Важливо!** Продумайте спосіб отримання зворотного зв'язку від клієнта щодо результатів самотестування. Врахуйте особливості кожної КГН і ПГН

Самотестування з супроводом	Самотестування без супроводу
Алгоритм дій 1 Надавач послуг НУО видає клієнтові тест. 2 Клієнт проводить тестування самостійно, але надавач послуг НУО перебуває поруч і допомагає клієнтові правильно зробити тест. 3 За згоди клієнта надавач послуг НУО допомагає йому розтлумачити результати СТ-ВІЛ. 4 Консультація до й після тестування, спрямування до отримання медичних та/або профілактичних послуг залежно від результату тестування. 5 Залучення партнерів, залежно від результату СТ-ВІЛ, і «ризикованих мереж» клієнта до ПТВ.	**Алгоритм дій** 1 Надавач послуг НУО видає клієнтові набір для самотестування. Клієнт також має можливість взяти тести для своїх партнерів чи оточення, візитівку зі своїми контактними даними й інформацію про інші послуги проєкту. 2 Коротко надає інформацію про проведення СТ-ВІЛ і заохочує клієнта повідомити про результат тесту надавачу послуг НУО. Надає ІОМ та інформацію про лікування АРТ. 3 Клієнт проводить тестування самостійно, за відсутності надавача послуг НУО. 4 Після тестування клієнт повідомляє або не повідомляє надавача послуг НУО про результат свого тестування. 4.1 У разі повідомлення результату тестування надавачу послуг НУО — консультація після тестування, спрямування до медичних та/або профілактичних послуг залежно від результату тестування. 4.2 Залучення партнерів до самотестування на ВІЛ з супроводом чи без, залежно від результату СТ-ВІЛ, а також «ризикованих мереж» клієнта

7. Мотиваційне заохочення для клієнтів

Мотивація – це сукупність факторів (усі мотиви, потреби, стимули, ситуативні чинники), які спонукають клієнта до дії. Що вищий рівень мотивації, то більше зусиль особа схильна докласти для досягнення мети.



Під час вибору методів підкріплення мотивації в клієнта потрібно чітко проаналізувати його потреби й відповідати на них. Основні потреби клієнтів можуть лежати в такій площині:



Позитивне підкріплення через задоволення раніше незадоволених потреб клієнта є фактором, що спонукає клієнта до довіри та взаємодії з надавачем послуг НУО, мотивації клієнта до користування послугами Проєкту й поширення інформації про діяльність НУО серед свого близького оточення.

Зокрема, у межах реалізації проєкту надавачі послуг НУО можуть запропонувати клієнтові такий **перелік додаткових послуг:**

1. Мультитестування (вірусні гепатити В та С, сифіліс)
2. Залучення до програми доконтактної профілактики ВІЛ
3. Залучення до програми замісної підтримувальної терапії
4. Видача профілактичних матеріалів (презервативи, лубриканти)
5. Видача гуманітарної допомоги (продуктові, гігієнічні набори, одяг тощо)
6. Залучення до отримання психологічних або юридичних послуг
7. Переадресація до додаткових послуг в інші НУО/державні установи
8. Залучення клієнтів із високою мотивацією як рекрутерів
9. Інші послуги, передбачені діяльністю окремої НУО

НАШІ ІНСТРУМЕНТИ

Платформа #ТЕСТпоруч
bit.ly/testporuch

Чат-бот #ТЕСТпоруч
bit.ly/testporuch-bot

Чат-бот #АРТпоруч
bit.ly/ARTporuch-bot

Платформа #АРТпоруч
bit.ly/ARTporuch

Для доступу до усіх напрацювань проєкту
переходьте за посиланням:
bit.ly/CAHC-linktree

Підготовка цього звіту стала можливою завдяки щедрій підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) та Надзвичайну ініціативу Президента США з надання допомоги у боротьбі з ВІЛ/СНІД. Зміст є винятковою відповідальністю Пакту та партнерів і не обов'язково відображає погляди Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) або уряду США.