

Обзорная статья

УДК 65.01

doi:10.32687/1561-5936-2024-28-4-400-403

Использование социальных сетей при оценке удовлетворенности пациентов качеством медицинской помощи. Часть 1. Социальные сети как источник информации о пациентском опыте

Сергей Александрович Дрокин

Научно-исследовательский институт организации здравоохранения и медицинского менеджмента
Департамента здравоохранения города Москвы, Москва, Россия
drokinscience@mail.ru; <http://orcid.org/0009-0004-4478-6938>

Аннотация. В статье рассматриваются возможности использования отзывов в социальных сетях для оценки удовлетворённости пациентов качеством медицинской помощи. Анализируется роль социальных сетей как инструмента обратной связи, позволяющего медицинским учреждениям лучше понимать потребности пациентов и выявлять проблемные зоны в своей работе. Описаны методы обработки данных из социальных сетей, такие как обработка естественного языка, машинное обучение и аналитика больших данных, которые помогают более точно оценивать уровень удовлетворённости и выявлять ключевые факторы, влияющие на восприятие медицинских услуг. Отмечаются преимущества использования социальных сетей: оперативность получения данных и широкий охват аудитории, а также возможные риски, связанные с субъективностью и фальсификацией информации. В заключение подчёркивается, что использование отзывов из социальных сетей может стать важным инструментом для разработки стратегий, направленных на улучшение качества обслуживания и повышение лояльности пациентов.

Ключевые слова: социальные сети; информация; отзывы; удовлетворённость; пациентский опыт

Для цитирования: Дрокин С. А. Использование социальных сетей при оценке удовлетворённости пациентов качеством медицинской помощи. Часть 1. Социальные сети как источник информации о пациентском опыте // Ремедиум. 2024. Т. 28, № 4. С. 400—403. doi:10.32687/1561-5936-2024-28-4-400-403

Review article

Use of social networks in assessing patient satisfaction with the quality of medical care. Part 1. Social networks as a source of information about patient experience

Sergey A. Drokin

Research Institute for Healthcare Organization and Medical Management of Moscow Healthcare Department, Moscow, Russia
drokinscience@mail.ru; <http://orcid.org/0009-0004-4478-6938>

Annotation. The article discusses the possibilities of using reviews on social networks to assess patient satisfaction with the quality of medical care. The role of social networks as a feedback tool that allows medical institutions to better understand the needs of patients and identify problem areas in their work is analyzed. Methods of processing data from social networks, such as natural language processing, machine learning and big data analytics, are described, which help to more accurately assess the level of satisfaction and identify key factors affecting the perception of medical services. The advantages of using social networks are noted, such as the speed of obtaining data and wide audience coverage, as well as possible risks associated with subjectivity and falsification of information. In conclusion, it is emphasized that the use of feedback from social networks can be an important tool for developing strategies aimed at improving the quality of service and increasing patient loyalty.

Key words: social media; information; reviews; satisfaction; patient experience

For citation: Drokin S. A. The use of social networks in assessing patient satisfaction with the quality of medical care. Part 1. Social networks as a source of information about the patient's experience. *Remedium*. 2024;28(4):400–403. (In Russ.). doi:10.32687/1561-5936-2024-28-4-400-403

Введение

В современных условиях повсеместного распространения медиапространства и информационно-коммуникационных технологий, совокупность которых определяется понятием «новые медиа», потребители медицинских услуг всё чаще используют пространство социальных сетей в качестве источника информации о медицинской организации и врачах, площадку для собственных отзывов, делятся впечатлениями о посещении медицинских органи-

заций, качестве обслуживания и результатах лечения, используют чужой пациентский опыт как ориентир для принятия решений. Такие отзывы могут стать важным источником информации для руководителей медицинских структур, поскольку они представляют объективные данные о реальном опыте пациентов, их удовлетворённости и ожиданиях.

Оценка качества медицинской помощи традиционно проводится с использованием опросов, анкетирования и статистических данных, но социальные сети открывают новые возможности для анализа от-

звонков пациентов в режиме реального времени. Эти данные позволяют не только оценить уровень удовлетворённости пациентов, но и выявить ключевые проблемные зоны в работе медицинских учреждений, что способствует улучшению качества предоставляемых услуг.

Цель данной статьи — изучить возможности отзывов в социальных сетях как инструмента для оценки пациентского опыта.

Материалы и методы

Работа написана на основе контент-анализа научных публикаций и материалов сети Интернет, отражающих динамику исследований социальных сетей как источников информации об отношении пациентов к медицинским работникам, клиникам и качеству медицинской помощи.

Результаты и обсуждение

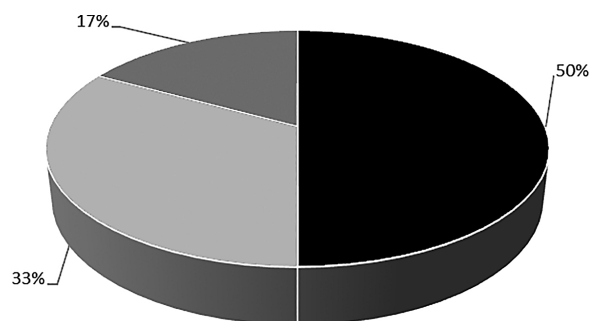
Социальные сети — это группа интернет-приложений, основанных на идеологических и технологических принципах Web 2.0 и позволяющих создавать пользовательский контент и обмениваться им [1]. Социальные сети становятся важным элементом коммуникации в медицинской сфере, предоставляя платформы для открытого обмена мнениями и взаимодействия между пациентами, врачами и медицинскими учреждениями. Исследования показывают, что пациенты всё чаще используют такие платформы, как Telegram, ВКонтакте и специализированные сайты отзывов (например, Отзовик, ПроДокторов), чтобы оставлять свои отзывы и делиться опытом взаимодействия с врачами или иными представителями медицинской организации.

По данным исследования, проведённого в Санкт-Петербурге в 2022 г., 50% пациентов при выборе клиники или врача обращают внимание на отзывы в интернете (рисунок).

Популярность социальных сетей растёт из года в год: например, более 1 млрд человек по всему миру пользуются Facebook, 200 млн человек — Twitter¹, а количество оценок на сайтах с рейтингами медицинских учреждений стабильно увеличивается за последние несколько лет [2].

Социальные сети позволяют пользователям обмениваться информацией практически мгновенно, создавая широкий охват и обеспечивая доступ к множеству мнений и отзывов. Это позволяет медицинским организациям лучше понять потребности и ожидания пациентов, а также оценить их уровень удовлетворённости предоставляемыми услугами. По мере роста числа пользователей социальных сетей их влияние на восприятие качества медицинской помощи становится всё более значимым.

Платформы социальных сетей предоставляют врачам возможность делиться своими мнениями и интерпретациями с широкой аудиторией. Сайты социальных сетей позволяют врачам размещать инте-



■ Отзывы в интернете ■ Рекомендации знакомых ■ Удаленность от дома и работы

Базовые критерии выбора медицинской организации.

Источник: Где собирать реальные отзывы пациентов в 2024 году? (инструкция для клиники). URL: <https://revvy.ai/blog/tpost/tbba3cisc1-gde-sobirat-realnie-otzivi-patsientov-v> (дата обращения: 03.10.2024).

ресные публикации и инициировать дискуссии вокруг них, делиться полезными рекомендациями, информировать пациентов о различных доступных им инновационных методах лечения, о которых они часто не знают или имеют недостоверную информацию. Пациенты ценят такие мнения и интерпретации.

Количество научных исследований, демонстрирующих информационную ценность социальных сетей для качества медицинского обслуживания, стремительно растёт. Например, С. В. Thielst, исследуя использование социальных сетей в здравоохранении, отметил, что «платформы социальных сетей — это недорогой способ для медицинских организаций услышать мнение пациентов и получить отзывы об их лечении» [3]. Кроме того, в редакционной статье К. Denecke и Е. Brooks сообщается, что «информация из медицинских социальных сетей может стать новым источником данных: например, истории пациентов на дискуссионных форумах могут способствовать более раннему выявлению побочных эффектов лекарств» [4]. F. Greaves и соавт. описали «возможность использования “облака отзывов пациентов” в интернете для выявления некачественного медицинского обслуживания, преимуществ и недостатков различных источников информации (например, рейтинговые сайты, форумы пациентов, социальные сети) и назвали несколько технических и логистических ограничений для использования и обработки информации о качестве медицинского обслуживания из социальных сетей» [5]. По мнению авторов, полезным для объективности и точности информации представляется сравнение показателей «облака отзывов пациентов» с результатами традиционных медико-социальных исследований.

Пациенты хотят быть информированными, что означает, что ещё до встречи с врачом они нуждаются в разнообразной информации, включая сведения о медицинской клинике и медперсонале, ведущем в ней приём, а также отзывы других пациентов о контактах с конкретным специалистом. В недавнем прошлом эту информацию можно было получить непосредственно от пациента или от других специа-

¹ Marketing facts Stats Dashboard: social media marketing. URL: <http://www.marketingfacts.nl/statistieken/social-media-marketing/> (дата обращения: 01.10.2024).

листов, родственников или друзей, которые уже получили пациентский опыт. Однако в цифровую эпоху необходимую информацию достаточно просто и быстро получить через интернет в виде веб-сайта медицинской организации, отзывов пациентов на его страницах и других сайтах, в различных социальных сетях, которые позволяют интернет-пользователям взаимодействовать друг с другом по тому или иному вопросу [6]. Таким образом, пациенты могут оценить и сравнить предоставляемые медицинские услуги ещё до начала лечения. Влияние социальных сетей меняется с Web 1.0, который фокусируется только на показе медиа, ограничиваясь чтением без взаимодействия, на Web 4.0, который расширяет возможности для взаимной коммуникации. Особенно это касается поколения Z, которое называют поколением социальных сетей, поскольку они используют интернет в качестве основного источника информации [7].

Вместе с тем, как отмечают С. А. Плаксин и соавт., «несмотря на большие объёмы информации и широкий охват аудитории, данные, имеющиеся в интернете, зачастую некорректны и не всегда удовлетворяют людей, выполняющих поисковые запросы: низкое качество информации выявлено в 34–89% источников. Тогда врачи сталкиваются с тем, что пациенты, приходящие к ним на приём, часто бывают дезинформированы о тех процедурах, которые они хотели бы получить, и после консультации врача в ряде случаев уходят неудовлетворёнными и разочарованными, зря потратив свое время и деньги» [8].

Опрос, проведённый Исследовательским центром Pew Research Center и Американским проектом Life Project в 2012 г., показал, что каждый третий человек искал в интернете информацию, связанную с его проблемами со здоровьем, в том числе в процессе выбора медицинской организации². Постоянная коммуникация между медицинской организацией и пациентом улучшает её имидж в глазах пациентов. Это означает, что медицинские клиники должны уметь эффективно использовать социальные сети в качестве инструмента коммуникации. Таким образом они могут привлечь больше лояльных пациентов, которые готовы получать услуги в одной и той же медицинской организации в течение длительного времени.

Важную роль в обеспечении лояльности пациентов и повышении уровня его удовлетворённости качеством медицинской помощи играет «не только общение между медицинскими организациями и пациентами, но и общение между пациентами и врачами. Благодаря социальным сетям, принадлежащим врачам, пациенты чувствуют себя более информированными, вовлечёнными в процессы профилактики и лечения, ощущают большую эмоциональную поддержку» [9]. Результаты исследований свидетельствуют о том, что коммуникации между пациентами и врачами повышают удовлетворён-

ность пациентов и оценку ими качества медицинской помощи. Как следствие — довольные пациенты лояльны к своим врачам и, как правило, с большей готовностью оплачивают дополнительные медицинские услуги, которые они назначают [10].

Для анализа отзывов пациентов в социальных сетях используются различные методы, такие как обработка естественного языка, машинное обучение и аналитика больших данных. Эти технологии позволяют выявлять ключевые темы, эмоции и настроения в отзывах, что помогает лучше понять потребности и ожидания пациентов. Использование таких методов позволяет выявить как положительные, так и отрицательные аспекты медицинской помощи, оценить уровень удовлетворённости пациентов и определить, какие факторы оказывают наибольшее влияние на их мнение. Применение аналитики больших данных также помогает обрабатывать огромные массивы информации, полученной из социальных сетей, что делает процесс анализа более эффективным и точным.

Одним из главных преимуществ использования социальных сетей для сбора отзывов является возможность получения большого объёма данных в кратчайшие сроки. Социальные сети предоставляют доступ к разнородным отзывам от различных групп пациентов, что позволяет анализировать опыт большого количества людей и учитывать различные точки зрения.

Однако существует ряд недостатков. Во-первых, отзывы в социальных сетях могут быть субъективными и не всегда отражают объективную оценку качества медицинской помощи. Во-вторых, существует риск фальсификации отзывов и появления ложной информации, что может исказить реальные результаты анализа. Тем не менее при правильной обработке данных и использовании современных аналитических инструментов можно минимизировать эти риски и получить полезную информацию.

Заключение

Использование отзывов в социальных сетях для оценки удовлетворённости пациентов качеством медицинской помощи становится важным инструментом для медицинских учреждений. Анализ отзывов помогает выявить проблемы и недостатки в работе клиник, улучшить качество обслуживания и повысить удовлетворённость пациентов. Будущее использование таких технологий может помочь в разработке более персонализированных и ориентированных на пациента стратегий взаимодействия и обслуживания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. 2010. Vol. 53, N 1. P. 59–68. DOI: 10.1016/j.bushor.2009.09.003
2. Greaves F., Millett C. Consistently increasing numbers of online ratings of healthcare in England // J. Med. Internet Res. 2012. Vol. 14, N 3. P. e94. DOI: 10.2196/jmir.2051
3. Thielst C. B. Social media: ubiquitous community and patient engagement // Front. Health Serv. Manag. 2011. Vol. 28, N 2. P. 3–14. DOI: 10.25148/28.2.3

² Information Triage. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2013/01/15/information-triage/> (дата обращения: 03.10.2024).

4. Denecke K., Brooks E. Web science in medicine and healthcare // *Methods of Information in Medicine*. 2013. Vol. 52, N 2. P. 148–151. DOI: 10.3414/ME12-01-0027
5. Greaves F., Ramirez-Cano D., Millett C. et al. Harnessing the cloud of patient experience: using social media to detect poor quality healthcare // *BMJ Qual. Saf.* 2013. Vol. 22, N 3. P. 251–255. DOI: 10.1136/bmjqs-2012-001813
6. Househ M., Borycki E., Kushniruk A. Empowering patients through social media: The benefits and challenges // *Health Inform. J.* 2014. Vol. 20, N 1. P. 50–58. DOI: 10.1177/1460458214527743
7. Issa T., Isaia P. Internet factors influencing generations Y and Z in Australia and Portugal: a practical study // *Inform. Proc. Manag.* 2016. Vol. 52, N 4. P. 592–617. DOI: 10.1016/j.ipm.2016.02.008
8. Плаксин С. А., Храмова Н. И. Способы получения медицинской информации в эстетической хирургии // *Анналы пластической, реконструктивной и эстетической хирургии*. 2019. № 1. С. 23–27.
9. Bartlett Y. K., Coulson N. S. An investigation into the empowerment effects of using online support groups and how this affects health professional/patient communication // *Patient Educ. Couns.* 2011. Vol. 83, N 1. P. 113–119. DOI: 10.1016/j.pec.2010.04.021
10. Kurniawan R., Berlianto M. P. The role of social media toward patient satisfaction and patient loyalty in private hospitals // *Enrichment: Journal of Management*. 2022. Vol. 12, N 2. P. 1976–1985. DOI: 10.35335/enrichment.v12i2.493
2. Greaves F., Millett C. Consistently increasing numbers of online ratings of healthcare in England. *J. Med. Internet Res.* 2012;14(3):e94. DOI: 10.2196/jmir.2051
3. Thielst C. B. Social media: ubiquitous community and patient engagement. *Front. Health Serv. Manag.* 2011;28(2):3–14. DOI: 10.25148/28.2.3
4. Denecke K., Brooks E. Web science in medicine and healthcare. *Methods of Information in Medicine*. 2013;52(2):148–151. DOI: 10.3414/ME12-01-0027
5. Greaves F., Ramirez-Cano D., Millett C. et al. Harnessing the cloud of patient experience: using social media to detect poor quality healthcare. *BMJ Qual. Saf.* 2013;22(3):251–255. DOI: 10.1136/bmjqs-2012-001813
6. Househ M., Borycki E., Kushniruk A. Empowering patients through social media: The benefits and challenges. *Health Inform. J.* 2014;20(1):50–58. DOI: 10.1177/1460458214527743
7. Issa T., Isaia P. Internet factors influencing generations Y and Z in Australia and Portugal: a practical study. *Inform. Proc. Manag.* 2016;52(4):592–617. DOI: 10.1016/j.ipm.2016.02.008
8. Plaksin S. A., Khramtsova N. I. Social networks as a marketing tool in aesthetic surgery. *Annals of Plastic, Reconstructive, and Aesthetic Surgery*. 2019;(1):23–27.
9. Bartlett Y. K., Coulson N. S. An investigation into the empowerment effects of using online support groups and how this affects health professional/patient communication. *Patient Educ. Couns.* 2011;83(1):113–119. DOI: 10.1016/j.pec.2010.04.021
10. Kurniawan R., Berlianto M. P. The role of social media toward patient satisfaction and patient loyalty in private hospitals. *Enrichment: Journal of Management*. 2022;12(2):1976–1985. DOI: 10.35335/enrichment.v12i2.493

REFERENCES

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 16.05.2024; одобрена после рецензирования 19.06.2024; принята к публикации 07.11.2024.
The article was submitted 16.05.2024; approved after reviewing 19.06.2024; accepted for publication 07.11.2024.