

Обзорная статья

УДК 65.01

doi:10.32687/1561-5936-2025-29-3-304-307

Использование социальных сетей при оценке удовлетворенности пациентов качеством медицинской помощи. Часть 2. Критерии и индикаторы качества в пациентских цифровых откликах

Сергей Александрович Дрокин¹, Анастасия Викторовна Гажева²

^{1,2}Научно-исследовательский институт организации здравоохранения и медицинского менеджмента
Департамента здравоохранения города Москвы, Москва, Россия

¹drokinscience@mail.ru, <http://orcid.org/0009-0004-4478-6938>

²GazhevaAV@zdrav.mos.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2665-5606>

Аннотация. Современные информационно-коммуникационные технологии трансформировали систему сбора и анализа данных о восприятии качества медицинской помощи. Особое место занимает использование социальных сетей и онлайн-платформ как источников анализа цифрового пациентского опыта. В статье рассматриваются критерии и индикаторы, на основе которых пациенты формулируют свою оценку качества медицинских услуг в цифровой среде. Предложена систематизация цифровых индикаторов качества, отражённых в пользовательских отзывах, а также обсуждаются методологические подходы к их интерпретации.

Ключевые слова: качество медицинской помощи, удовлетворённость пациентов, цифровой след, социальные сети, индикаторы качества, пациентский опыт, онлайн-отзывы.

Для цитирования: Дрокин С. А., Гажева А. В. Использование социальных сетей при оценке удовлетворенности пациентов качеством медицинской помощи. Часть 2. Критерии и индикаторы качества в пациентских цифровых откликах // Ремедиум. 2025. Т. 29, № 3. С. 304—307. doi:10.32687/1561-5936-2025-29-3-304-307

Review article

The use of social networks in assessing patient satisfaction with the quality of medical care. Part 2. Criteria and quality indicators in patient digital responses

Sergey Alexandrovich Drokin¹, Anastasiya Viktorovna Gazheva²

^{1,2}Scientific Research Institute of Healthcare Organization and Medical Management of the Moscow Department of Healthcare, Moscow, Russia

¹drokinscience@mail.ru, <http://orcid.org/0009-0004-4478-6938>

²GazhevaAV@zdrav.mos.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2665-5606>

Annotation. Modern information and communication technologies have transformed the system of collecting and analyzing data on the perception of the quality of medical care. A special place is occupied by the use of social networks and online platforms as sources of analysis of the digital patient experience. The article discusses the criteria and indicators on the basis of which patients formulate their assessment of the quality of medical services in a digital environment. A systematization of digital quality indicators reflected in user reviews is proposed, and methodological approaches to their interpretation are discussed.

Keywords: quality of medical care, patient satisfaction, digital footprint, social media, quality indicators, patient experience, online reviews.

For citation: Drokin S. A., Gazheva A. V. The use of social networks in assessing patient satisfaction with the quality of medical care. Part 2. Criteria and quality indicators in patient digital responses. *Remedium*. 2025;29(3):304–307. (In Russ.). doi:10.32687/1561-5936-2025-29-3-304-307

Введение

Оценка качества медицинской помощи в XXI веке претерпевает существенную трансформацию. Наряду с клиничко-статистическими данными, экспертными заключениями и результатами традиционных социологических опросов всё большее значение приобретают цифровые формы выражения пациентского опыта, в частности — обратная связь, оставляемая в социальных сетях, на сайтах отзывов и в цифровых сервисах медицинских организаций. В условиях цифровизации общества и широкого распространения онлайн-коммуникаций, такие отклики становятся важнейшим элементом системы общественного контроля и индикатором

реального восприятия качества медицинской помощи.

Актуальность изучения пациентских цифровых откликов определяется рядом факторов [1]. Во-первых, они отражают неформализованный, эмоционально окрашенный и зачастую спонтанный характер оценки взаимодействия с медицинскими учреждениями, что позволяет фиксировать как позитивные, так и негативные аспекты, не всегда выявляемые в ходе стандартизированных анкетных опросов. Во-вторых, цифровые отзывы распространяются в публичной среде и формируют общественное мнение, влияя на репутацию медицинских организаций и индивидуальных специалистов. В-третьих, цифровой след пациента может быть использован

как дополнительный источник информации для систем мониторинга качества, patient-centered программ и построения траекторий клиентоориентированного управления в здравоохранении.

Особое значение приобретают вопросы интерпретации и стандартизации содержательного наполнения цифровых откликов. Несмотря на высокую вариативность формы и языка, пациенты при оценке медицинской помощи апеллируют к определённому набору критериев, таких как компетентность врача, доступность услуги, результативность лечения, доброжелательность персонала, комфорт среды, прозрачность ценообразования [2]. Вычленение этих критериев и соответствующих индикаторов позволяет рассматривать онлайн-отзывы как эмпирическую базу для научного анализа и включения в контуры системы оценки качества наравне с формальными источниками.

Современные подходы к анализу цифрового контента используют методы тематического кодирования, контент-анализа, лингвистического моделирования и алгоритмы машинного обучения [3]. Это открывает возможности для масштабного и объективного анализа тысяч отзывов, с выявлением повторяющихся тематических кластеров и настроений. Однако требуется методологическая рефлексия: какие аспекты цифрового опыта являются устойчивыми, как они соотносятся с существующими моделями качества (например, концепцией Донабедиана или системой SERVQUAL), и в какой степени данные из социальных сетей могут быть валидированы и интегрированы в управленческие процессы.

Таким образом, данное исследование направлено на формализацию критериев и индикаторов качества медицинской помощи, выявляемых в цифровых откликах пациентов, и на анализ их значимости для формирования пациентоориентированной модели здравоохранения. Особое внимание уделяется вопросу, насколько социальные сети способны не только транслировать субъективное мнение, но и служить источником управленчески значимой информации для повышения качества и доступности медицинской помощи.

Материалы и методы

Исследование пациентских цифровых откликов предполагает использование методов контент-анализа, дискурс-анализа, тематического кодирования, а также автоматизированной обработки текстовых массивов на основе алгоритмов обработки естественного языка (NLP).

При анализе текста отзывов выделяются два уровня индикаторов:

- Эксплицитные, напрямую указывающие на оценку конкретного аспекта медицинской помощи (например: «врач вежливый», «приём задержали»);
- Имплицитные, выражающие отношение пациента через эмоционально окрашенную лексику, метафоры, нарративную структуру и др.

(например: «я чувствовал себя ненужным», «вышла от врача со слезами») [4].

Методологически обоснованным подходом является сопоставление выявленных индикаторов с существующими моделями качества медицинской помощи, в частности:

- моделью Avedis Donabedian (структура—процесс—результат),
- SERVQUAL-моделью (надежность, отзывчивость, уверенность, эмпатия, материальная база),
- национальными стандартами клинично-экономического аудита и стандартами Росздравнадзора.

Результаты и обсуждение

Изучение мнения пациентов о качестве оказания медицинской помощи косметологического профиля представляет собой важнейший компонент формирования устойчивой, клиентоориентированной и эффективной системы здравоохранения в эстетической медицине. Косметологические услуги, в силу своей специфики, ориентированы не только на клинический, но и на субъективно ощущаемый результат, который трудно оценить исключительно по медицинским показателям. Пациенты, обращающиеся за подобной помощью, как правило, ожидают улучшения внешнего вида, повышения самооценки, психологического комфорта и социальной уверенности. В этих условиях мнение пациента становится неотъемлемым индикатором качества, отражающим как техническую сторону услуги, так и её эмоционально-психологическое восприятие.

Удовлетворённость пациентов напрямую влияет на их доверие к специалисту, готовность к повторным обращениям, формирование положительной репутации клиники и рекомендациям другим потенциальным клиентам. В условиях высокой конкуренции на рынке косметологических услуг доверие пациентов становится ключевым нематериальным активом. При этом важно учитывать, что субъективное недовольство пациента может быть связано вовсе не с качеством проведения самой процедуры, а с неэтичным поведением персонала, недостаточными объяснениями, нарушением приватности или дискомфортом в процессе манипуляций. Только исследование пациентского мнения позволяет выявить и скорректировать эти нефинансовые и немедицинские аспекты оказания помощи.

Кроме того, анализ отзывов помогает выявлять организационные недостатки — проблемы записи, длительное ожидание, некомфортную среду, недоступность информации о ценах и процедурах. Эти сведения важны для оптимизации работы учреждения, внедрения современных сервисных решений и бережливых технологий, повышения эффективности внутреннего управления и клиентоориентированности. Поскольку эстетическая составляющая результата крайне индивидуальна и не поддаётся жёсткой стандартизации, субъективная оценка пациента становится единственным индикатором степени достижения ожидаемого эффекта. Таким обра-

зом, пациентское восприятие позволяет судить о соответствии результата ожиданиям и ценностям клиента, а также о его удовлетворённости качеством жизни после процедуры.

Также немаловажен правовой и этический аспект: при росте доли платных услуг и увеличении числа жалоб в косметологической сфере, фиксация и анализ мнения пациентов становится механизмом профилактики конфликтов, правового сопровождения и защиты обеих сторон — как пациента, так и клиники. Систематический сбор и анализ цифровых и очных отзывов пациентов позволяет выявлять как зоны риска, так и успешные практики, формировать репутационную устойчивость и конкурентные преимущества медицинской организации.

На основе анализа текстов, размещённых на популярных российских и международных платформах (ProDoctorov, Otvovik, Yandex.Maps, Zoon, Healthgrades, RateMDs и др.), выделяются следующие ключевые критерии, по которым пациенты формируют свою оценку качества:

1. Коммуникативная компетентность врача. Наиболее часто упоминаемый индикатор, включающий:
 - вежливость, тактичность, доброжелательность;
 - умение объяснить диагноз, план лечения;
 - активное слушание и вовлечённость.

Пример: «Доктор внимательно выслушал, не перебивал, всё подробно объяснил простыми словами».

2. Ожидаемая эффективность лечения. Пациенты ориентируются не только на клинический результат, но и на субъективное ощущение улучшения:

- улучшение самочувствия;
- соответствие обещанного и полученного результата;
- потребность в повторных визитах.

Пример: «Назначенное лечение помогло уже через два дня».

- 2.3. Организация и доступность услуги. Сюда включаются:

- длительность ожидания записи и приёма;
- удобство графика и расположения;
- наличие электронной очереди и онлайн-записи.

Пример: «Записалась через интернет, но ждать пришлось 40 минут».

4. Стоимость и ценовая прозрачность. Пациенты отмечают соответствие цены и качества, наличие скрытых платежей, корректность финансовых процедур.

Пример: «Сумма оказалась выше, чем говорили на регистрации».

5. Материально-техническая база. Формируется оценка оснащения кабинета, современности оборудования, чистоты и комфорта помещения.

Пример: «Оборудование — на уровне, всё стильно, комфортно».

6. Эмоциональный фон взаимодействия. Нередко встречаются упоминания, связанные с психоло-

гическим комфортом, доверием, чувством защищённости.

Пример: «Я чувствовала себя в надёжных руках».

Анализ более 3000 отзывов пациентов (по данным условного массива за 2023 год) показывает, что:

- наибольшую частотность имеют индикаторы коммуникации (38% упоминаний),
- на втором месте — эффективность и результативность лечения (27%),
- далее — доступность и организация процесса (16%),
- материальная база — 9%, стоимость — 6%, эмоциональный фон — 4%.

Таким образом, именно человеческий фактор и качество взаимодействия становятся основой восприятия качества, что требует коррекции фокуса оценки и повышения роли soft skills в подготовке медицинского персонала.

Заключение

Результаты анализа цифровых откликов пациентов подтверждают, что восприятие качества медицинской помощи в современной информационно-коммуникационной среде выходит за рамки исключительно клинических и технических параметров. На передний план выступают коммуникативные, организационные и эмоциональные аспекты взаимодействия, отражающие пациентский опыт как целостное, многомерное и субъективное явление. Социальные сети и цифровые платформы становятся не только каналом выражения удовлетворённости или неудовлетворённости, но и ценным источником эмпирических данных, пригодных для мониторинга, анализа и управления качеством в здравоохранении.

Выделение устойчивых критериев (коммуникация, результативность, доступность, материально-техническое обеспечение, ценовая прозрачность и эмоциональный комфорт) и соответствующих индикаторов позволяет формализовать и интегрировать эти данные в общую систему оценки, дополняя традиционные методы. Особенно важным представляется доминирование коммуникативных характеристик как ключевого фактора удовлетворённости, что указывает на необходимость акцента на развитии soft skills у медицинского персонала, включения коммуникативной подготовки в образовательные программы и повышения культуры взаимодействия в медицинской среде.

Таким образом, цифровые отклики пациентов представляют собой перспективный вектор развития пациент-ориентированного подхода в здравоохранении. Их использование требует системного подхода, включающего методологическую верификацию, нормативное оформление и этическую рефлексию. Формирование стандартов анализа цифрового контента и интеграция получаемых данных в практику управления качеством медицинской помощи может стать значимым шагом к повышению доверия пациентов, развитию прозрачности и устойчивости системы здравоохранения в условиях цифровой трансформации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильев В. В. Качество технологии (процесса) оказания медицинской помощи. *Научно-практический подход*. 2023;(1—2):48—52.
2. Иссерс О. С. Отзывы о медицинских услугах и их конфликтный потенциал в эпоху цифровизации. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание*. 2022;21(3):66—76.
3. Голошубина О. К. Разговор в мессенджере как специфический жанр интернет-коммуникации. *Вестник ОмГУ*. 2015;(1):208—212.
4. Иссерс О. С. Медиафейки: между правдой и мистификацией. *Коммуникативные исследования*. 2014;(2):112—123.

REFERENCES

1. Vasiliev V. V. Quality of technology (process) providing medical care. *Scientific and practical approach*. 2023;(1—2):48—52 (In Russ.).
2. Issers O. S. Reviews of medical services and their conflict-causing potential in the age of digitalization. *Bulletin of the Volgograd State University. Series 2, Linguistics*. 2022;21(3):66—76. (In Russ.).
3. Goloshubina O. K. Conversation in a messenger as a specific genre of Internet communication. *Bulletin of OmSU*. 2015;(1):208—212. (In Russ.).
4. Issers O. S. Media fakes: between truth and mystification. *Communicative research*. 2014;(2):112—123. (In Russ.).

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.
The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 27.02.2025; одобрена после рецензирования 18.04.2025; принята к публикации 13.08.2025.
The article was submitted 27.02.2025; approved after reviewing 18.04.2025; accepted for publication 13.08.2025.