

## АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ В ПОВЫШЕНИИ МОТИВАЦИИ ПАЦИЕНТОВ К СТОМАТОЛОГИЧЕСКИМ ВИЗИТАМ

Алтайский государственный медицинский университет, г. Барнаул

Ганбарова Агния Сахаватовна, Кузикова Виктория Анатольевна

E-mail: [agniaganbarova@gmail.com](mailto:agniaganbarova@gmail.com)

---

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования, посвященного сравнительной оценке эффективности цифровых платформ и традиционных методов в повышении приверженности пациентов к поддерживающей пародонтальной терапии. Изучалось влияние различных подходов (социальная сеть, мессенджер-бот, традиционное обучение, комплексная цифровая платформа) на регулярность визитов и уровень гигиены полости рта у 100 пациентов.

**Ключевые слова:** цифровые платформы, мотивация, комплаентность, пародонтология, гигиена полости рта.

**Abstract.** The article presents the results of a study on the comparative effectiveness of digital platforms and traditional methods in increasing patient adherence to supportive periodontal therapy. The influence of various approaches (social network, messenger bot, traditional education, comprehensive digital platform) on the regularity of visits and the level of oral hygiene in 100 patients was studied.

**Keywords:** digital platforms, motivation, compliance, periodontology, oral hygiene.

---

### Введение

Успех лечения воспалительных заболеваний пародонта в долгосрочной перспективе критически зависит от соблюдения пациентами режима поддерживающей пародонтальной терапии (ППТ) [2]. Низкая комплаентность является распространенной проблемой, ведущей к рецидивам [2]. Современные цифровые технологии открывают новые

возможности для информирования, напоминания и мотивации пациентов, однако их сравнительная эффективность требует изучения [3, 4].

**Цель:** сравнить эффективность использования социальных приложений и цифровых платформ в качестве инструмента повышения мотивационной способности пациентов к соблюдению поддерживающей пародонтальной терапии.

### **Материалы и методы**

В исследовании приняли участие 100 пациентов (40 женщин, 60 мужчин) в возрасте 35–74 лет, которым было показано проведение ППТ. Участники методом случайной выборки были разделены на 4 группы: 1 – использовала информационный ресурс в социальной сети «ВКонтакте»; 2 – получала регулярные напоминания через Telegram-бота; 3 (контрольная) – прошла однократное традиционное обучение гигиене; 4 – использовала интерактивную цифровую платформу «DIANA» в сочетании с Telegram-ботом для персонализированных рекомендаций и напоминаний. Оценка проводилась трижды: на старте, через 3 и 12 месяцев. Критерием эффективности была доля пациентов, явившихся на плановые визиты, и динамика индекса гигиены полости рта Грина-Вермиллиона (ОHI-S). Статистический анализ выполнялся с использованием программы Statistica 10.0 (критерии  $\chi^2$  и Манна-Уитни,  $p < 0,05$ ).

### **Результаты**

Наивысшую приверженность к визитам продемонстрировала 4 группа: через 3 месяца – 92% (23/25), через год – 80% (20/25). В группе с Telegram-ботом (2 группа) показатели составили 76% и 60% соответственно. В группе с соцсетью (1 группа) – 60% и 40%. В 3 (контрольной) группе через 3 месяца явилось 28% (7/25), через год – 0%. Наилучшая динамика ОHI-S также отмечена в 4 группе: снижение с  $2,0 \pm 0,4$  до  $0,8 \pm 0,1$  через 3 месяца и до  $0,9 \pm 0,1$  через год ( $p < 0,001$ ). Во 2 группе индекс снизился с  $2,3 \pm 0,5$  до  $1,2 \pm 0,2$  и  $1,4 \pm 0,2$ , в 1-й – с  $2,1 \pm 0,4$  до  $1,5 \pm 0,3$  и  $1,7 \pm 0,3$ . В контрольной группе значимого улучшения не зафиксировано (с  $2,2 \pm 0,3$  до  $1,9 \pm 0,4$  и  $2,1 \pm 0,4$ ;

$p > 0,05$ ). Различия между группами 1, 2, 4 и контрольной группой по обоим критериям были статистически значимы ( $p < 0,05$ ).

### **Заключение**

Применение цифровых платформ, особенно комплексных (интерактивная визуализация состояния полости рта в сочетании с персонализированными напоминаниями в мессенджере), является высокоэффективным инструментом повышения мотивации пациентов, достоверно превосходящим традиционное обучение. Даже простые автоматизированные напоминания через Telegram-бота способствуют значимому улучшению приверженности к визитам и гигиеническим навыкам.

Пассивное предоставление информации через социальные сети имеет умеренную эффективность в среднесрочной перспективе и требует дополнения интерактивными элементами. Внедрение цифровых инструментов мотивации в пародонтологическую практику является перспективным направлением для улучшения долгосрочных результатов лечения.

### **Список литературы:**

1. Бабаян Е.О. Поддерживающая терапия в комплексном лечении пародонтита. *Саратовский научно-медицинский журнал*. 2011; 7(1): 270–271. – EDN OGBCAL.
2. Копыска-Kedzierawski D.T. et al. Advancement of Teledentistry at the University of Rochester's Eastman Institute for Oral Health. *Health Aff (Millwood)*. 2019; 38(1): 1-6. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.2018.05102>.
3. Абуэльямин М.М. Современные методы мотивации контроля гигиены полости рта. *Scientist (Russia)*. 2019; 3(9): 1. – EDN ALERCM.
4. Овчаренко А.А., Юферов Д.А., Кузикова В.А. Способ повышения мотивационной способности к пародонтальной терапии. *Scientist (Russia)*. 2025; 3(31): 136-140. – EDN YKLFDK.

---

Ганбарова А. С., Кузикова В. А. Анализ эффективности цифровых платформ в повышении мотивации пациентов к стоматологическим визитам. *Scientist*. 2026; 1 (32): 28-30.

---