

**ГБОУ ВО «КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ КЕМГУ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ
ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ»
Направление: Менеджмент**

Аттестационная работа

**Тема: Использование информационных возможностей
системы управления для формирования положительного имиджа
организации (на примере ГАУЗ «КОДКБ»)**

**Выполнил: О.А. Приндуль
Руководитель: Т.А. Бельчик,
к.э.н., доцент кафедры
менеджмента имени И. П. Поварича**

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ

Глава 1. СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ ИМИДЖА

ГАУЗ «КУЗБАССКАЯ ОБЛАСТНАЯ ДЕТСКАЯ КЛИНИЧЕСКАЯ БОЛЬНИЦА»

- 1.1. Социально-экономическое положение медицинской организации
- 1.2. Анализ внешнего имиджа
- 1.3. Анализ внутреннего имиджа. Внутрикorporативные коммуникации
- 1.4. SWOT-анализ

Глава 2. РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТА ПО ФОРМИРОВАНИЮ

ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА БОЛЬНИЦЫ С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ УПРАВЛЕНИЯ

- 2.1. Описание проекта
- 2.2. Современные информационные имиджевые стратегии по формированию положительного имиджа
- 2.3. Анализ и перспективы

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ЛИТЕРАТУРА

Объект, предмет, цель и задачи исследования

Объект исследования

Имидж медицинской организации

Предмет исследования

Формирование положительного имиджа ГАУЗ «Кузбасская областная детская клиническая больница» с помощью информационных возможностей системы управления

Цель

Разработка стратегии формирования положительного имиджа больницы, её теоретическое обоснование и проверка её эффективности на практике

Задачи

- Рассмотрение имиджа медицинской организации и его составляющих
- Изучение механизмов формирования имиджа с помощью информационных возможностей управления
- Анализ существующего имиджа медицинской организации
- Изучение PR-инструментов формирования имиджа
- Составление практических рекомендаций по формированию и укреплению имиджа
- Повышение престижа медицинских работников и качества их отношений с пациентами

Актуальность исследования

Актуальность проекта состоит в том, что формирование положительного имиджа в современном мире необходимо. Требования пациентов к работе медиков существенно возросли.

Люди желают доверять своё здоровье лишь узнаваемым и известным врачам, с которыми чувствуют себя уверенно и спокойно. Причём большинство пациентов оценивают профессионализм сотрудников медицинской организации на основании созданного имиджа больницы.

Поэтому **имидж медицинской организации** - это важнейшая составляющая её успешной деятельности, которая значительно влияет на формирование отношений медиков и пациентов.

Если над созданием имиджа не работать, он будет формироваться стихийно. Процесс станет неуправляемым. Это не лучшим образом скажется на имидже сотрудников, всей медицинской организации и доверии пациентов.

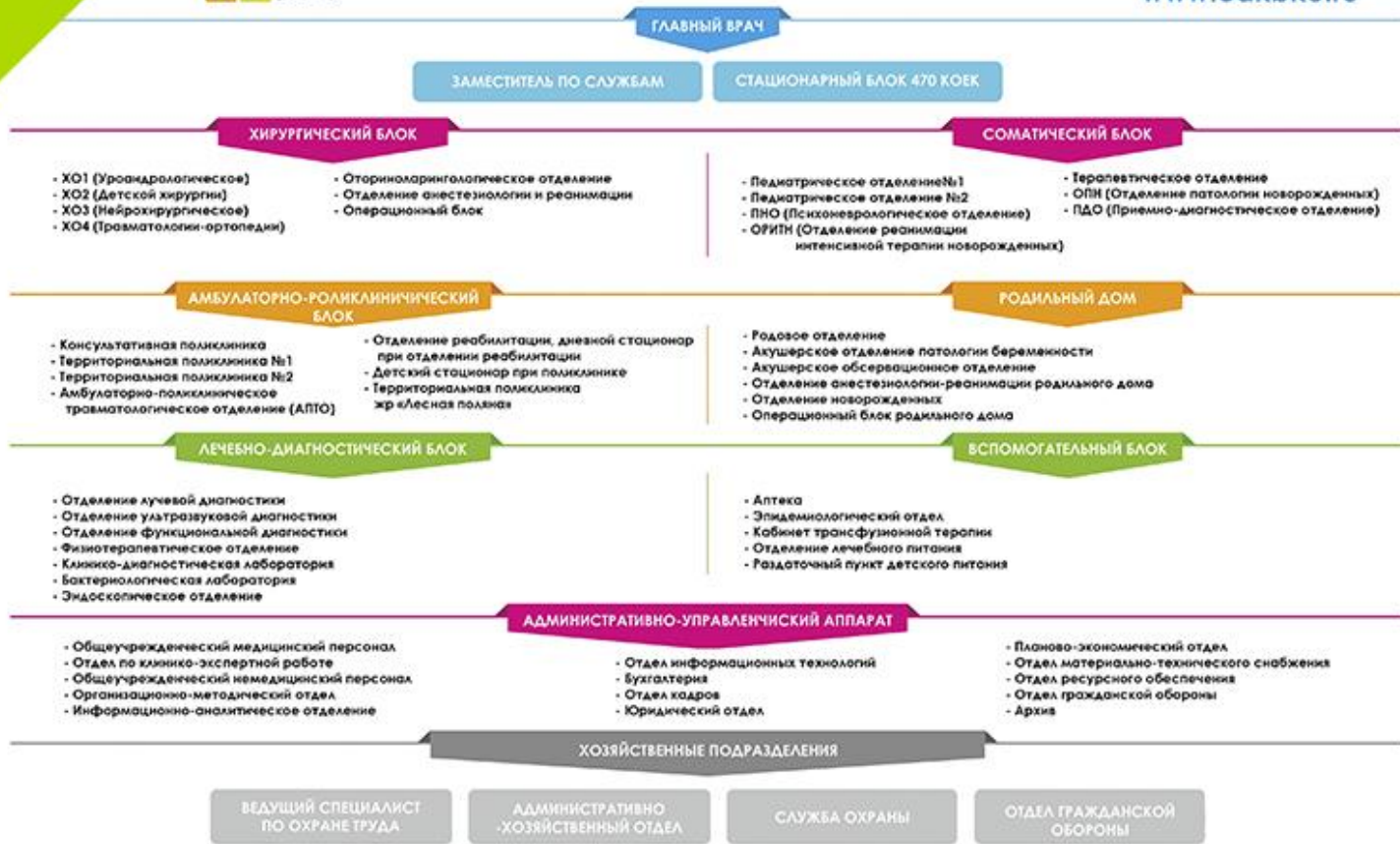
Особую актуальность проекту по формированию положительного имиджа придаёт возможность применения его на практике в других медицинских организациях.

Кузбасская областная детская клиническая больница - флагман детского здравоохранения Кузбасса

- ✓ Кузбасская областная детская клиническая больница расположена в Кемерове по адресу: ул. Ворошилова, 21
- ✓ Это многопрофильное учреждение, оказывающее помощь высочайшего медицинского уровня детям, подросткам, беременным женщинам, новорождённым и их мамам бесплатно
- ✓ Нейрохирургия, травматология-ортопедия, урология, общая хирургия, анестезиология-реанимация, педиатрия, неврология - всего 23 медицинских профиля
- ✓ Единственное за Уралом отделение восстановительного лечения «Золотая рыбка»
- ✓ Единственный в Кемерове детский травмпункт
- ✓ В состав входит родильный дом третьего (самого высокого уровня) сложности, где ежегодно рождаются более 4,5 тысячи детей
- ✓ Ежегодно оказывается медицинская помощь 100 тысячам пациентов

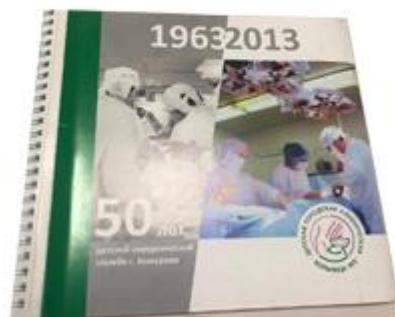
Больница, которая дарит
и спасает жизнь.





Внешний имидж

включает в себя название, бренд организации, её историю, доступность и четкость информации об организации, персонале, видах деятельности



Больница, которая дарит и спасает жизнь



Внутренний имидж

представление сотрудников о своей организации

- ✓ система обучения и аттестации сотрудников
- ✓ система поощрения сотрудников
- ✓ взаимоотношения внутри коллектива
- ✓ традиции
- ✓ внутрикорпоративные коммуникации

Внутренний имидж не менее важен, чем имидж во внешней среде. Положительное отношение сотрудников к организации сплачивает коллектив, даёт уверенность в завтрашнем дне, стимулирует к более активной работе и отдаче общему делу, к повышению квалификации.

В конечном итоге всё это положительно отражается на внешнем имидже



Больница, которая дарит
и спасает жизнь



Внутрикорпоративные коммуникации

- ✓ спортивные мероприятия
- ✓ праздники для сотрудников их детей, ветеранов организации
- ✓ конкурсы
- ✓ тематические выставки
- ✓ флеш-мобы



Больница, которая дарит
и спасает жизнь.



SWOT-анализ

Сильные стороны

- ✓ больница с большой историей, известная в городе, области, за пределами региона
- ✓ использование передовых малоинвазивных способов оперативного лечения
- ✓ многоуровневая система лечения (амбулатория, стационар, реабилитации), что означает пациент может получить все виды помощи в одном учреждении
- ✓ наличие собственной бак.лаборатории и КДЛ, эндоскопического отделения и отделения лучевой диагностики позволяет получить точное, быстрое обследование
- ✓ разносторонний коллектив, у большинства необычные увлечения, готовый на сотрудничество
- ✓ сохранённые печатные, фото- и видео-архивы, музей сайт, соцсети

Недостатки

- ✓ Большая загруженность врачей из-за постоянного потока пациентов, обращений, жалоб
- ✓ Отсутствие полноценной работы с пациентами в социальных сетях
- ✓ Отсутствие современных форм работы в интернет-пространстве
- ✓ Отсутствие единого алгоритма работы с обращениями граждан
- ✓ Не организовано взаимодействие со СМИ
- ✓ Отсутствие понятной навигации в учреждениях больницы
- ✓ Отсутствие открытости для пациентов

Больница, которая дарит
и спасает жизнь



SWOT-анализ

Возможности

- ✓ Информационный акцент на уникальных методах лечения
- ✓ Освещение в интернет-ресурсах деятельности и достижений медиков
- ✓ Привлечение пациентов (в т.ч. из других регионов) с помощью рекламы
- ✓ Проведение для пациентов из отдалённых районов области теле-медицинских консультаций с узкими специалистами
- ✓ Привлечение дополнительных групп пациентов
- ✓ Проведение прямых эфиров в Инстаграм
- ✓ Выездные мероприятия, консультации

Угрозы

- ✓ Рост недовольства пациентов
- ✓ Формирование негативное отношение к медикам
- ✓ Форс-мажорные ситуации (пандемия)
- ✓ Подрывание имиджа больницы



PEST-анализ

Политические факторы

- ✓ Изменения в документации Минздрава регулирующие правила работы с пациентами в интернет пространстве (социальных сетях, порталах, сайтах)
- ✓ Законы, регулирующие распространение медицинской информации, в том числе о пациентах
- ✓ Профессионализм всего коллектива создаёт высокую планку и внушает доверие со стороны властей, которые в некоторых вопросах идут на встречу

Экономические факторы

- ✓ Уменьшение реальных доходов населения
- ✓ Количество денег в обращении
- ✓ Действие нац. проекта «Здравоохранение»

Социальные тенденции

- ✓ Информационный партнер - крупнейшая телерадиокомпания в Кузбассе «ГТРК КУЗБАСС»
- ✓ Изменения в образе жизни, питании людей, которые больше внимания стали уделять здоровью
- ✓ Доступность и качество медицинских услуг для населения
- ✓ Влияние СМИ на имидж больницы
- ✓ Менталитет людей
- ✓ Демографическая структура населения

Технологические факторы

- ✓ Активное применение средств удаленного общения (зум-аппаратные, онлайн-приёмные, видеоконференции)
- ✓ Интернет позволяет сделать информацию о больнице доступной в любой точке земного шара
- ✓ На интернет площадках люди активнее обсуждают проблемы со здоровьем
- ✓ Интернет позволяет бесплатно продвигать платные услуги путём информирования
- ✓ Высокая активность людей в соцсетях (ФБ, ВК, Инстаграмм)

Диаграмма Ганта

СЛАЙД 13

порядок различных видов деятельности по созданию
нового сайта ГАУЗ «КОДБ»

2019 год						
РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Анализ старого сайта	■					
Сбор требований	■	■				
Исследования сайтов других медорганизаций	■	■				
ПРОЕКТ						
Создание макета и структуры		■	■			
Подробный проект		■	■	■		
Создание текстового варианта		■	■	■	■	
Анализ				■	■	
РЕАЛИЗАЦИЯ						
Составление списка сотрудников				■	■	
Сбор фотоматериала				■	■	■
Тестирование						■

После объединения нескольких учреждений на базе Кузбасской областной клинической больницы появилась необходимость в создании единого сайта

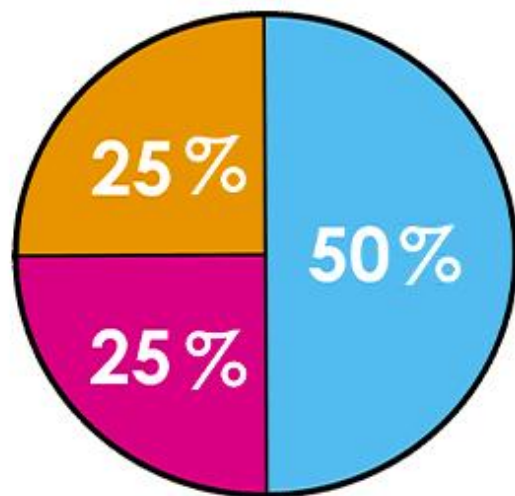
Больница, которая дарит и спасает жизнь



Мониторинг обращений граждан

Изучение и анализ всех обращений производится на всех интернет ресурсах (Vk, Fb, Instagram, Дубль ГИС, сайт больницы), касающихся организации работы всех учреждений больницы

- 25 % благодарности и положительные отзывы
- 25 % организационные вопросы
- 50 % негативные отзывы и жалобы



ПОДРОБНЫЙ АНАЛИЗ ВСЕХ НЕГАТИВНЫХ ОБРАЩЕНИЙ И ЖАЛОБ

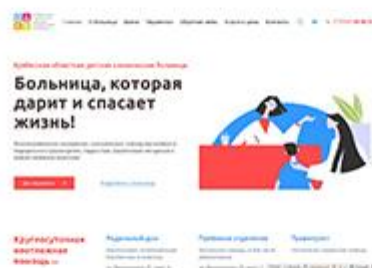
- ✓ недопонимание предоставленной информации о мед. учреждении
- ✓ невозможность дозвониться до детских поликлиник, вошедших в состав КОДКБ
- ✓ невозможность попасть на приём к узкому специалисту
- ✓ грубое отношение сотрудников
- ✓ трудность в поиске информации о конкретном враче или мед. услугах
- ✓ отсутствие в поликлиниках комнаты для кормления малышей
- ✓ трудность найти нужные отделение, кабинет в большой больнице
- ✓ недостаточно информации о платных услугах
- ✓ недостаточное информирование о изменениях в расписании приёма врачей, изменении телефонов

Анализ негативных обращений показал, что значительная часть проблем, вполне решаема. А значит сократить количество жалоб реально.

Формирование ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА БОЛЬНИЦЫ

(мероприятия по реализации проекта)

- ✓ раздаточный материал для пациентов
- ✓ активное взаимодействие со СМИ
- ✓ новые формы онлайн-работы в социальных сетях (прямые эфиры в инстаграм, виртуальные приёмные и тд)
- ✓ участие больницы в социально значимых проектах Кузбасса
- ✓ создание Школы будущих родителей
- ✓ единый сайт - простой, информативный, удобный, где легко найти информацию о каждом враче больницы и видах деятельности
- ✓ эффективная обратная связь - электронные таблы для оценки работы мед.учреждения, сайт, соцсети



Имиджевые стратегии

(мероприятия по реализации проекта)



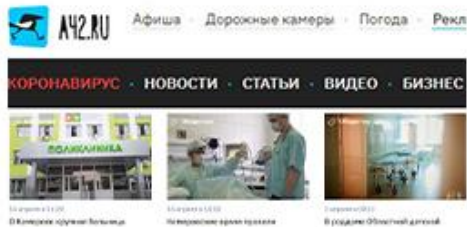
Печатная и другая рекламная продукция



Интерактивное общение и возможность обратиться к главному врачу



Создание во всех учреждениях больницы понятной навигации



Распространение положительной и нейтрализация негативной информации о больнице



Создание единого call-центра



Расширение круга друзей и партнёров



Создание единого бренда, стиля, слогана

Внедрение в работу в соцсетях современных форм работы

(мероприятия по реализации проекта)

- ✓ Еженедельные прямые эфиры в инстаграм, где врачи online отвечают на вопросы, которые сохраняются на сайте
- ✓ Проведение виртуальных приёмных с врачами, когда в течение суток специалист отвечает на вопросы, ответы публикуются в сториз и сохраняются в «актуальное»
- ✓ Размещение активных ссылок в сториз, что упрощает переход на сайт
- ✓ Online-трансляции из операционных
- ✓ Проведение online-голосований, сбор вопросов от подписчиков перед прямым эфиром



Благодаря активной качественной работе в соцсетях количество подписчиков увеличилось в 11 раз. А число официальных жалоб и негативных отзывов сократилось вдвое



143 публика. **1 695** подписч. 721 подписки

Продвигать

Редактировать профиль

Детская Областная Больница



detskaya_oblastnaya_

Редактировать профиль



1 623 публикаций

12,6тыс. подписчиков

3 714 подписок

Областная Детская Больница

ГАУЗ «Кузбасская областная детская клиническая больница»

Больница, которая дарит и спасает жизни! ❤️

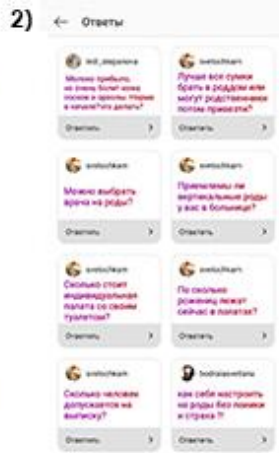
Роддом - 39-68-20

"Золотая рыбка" - 39-62-81

odbkko.ru



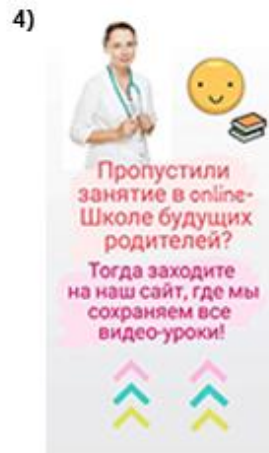
Прямые эфиры в инстаграм



Online-голосования сбор вопросов



Виртуальные приёмы



Активные ссылки в сториз



Online-трансляции из операционных

Привлечение внимания к положительной информации о больнице

(мероприятия по реализации проекта)

Привлечение внимания к уникальным (особенно эмоционально окрашенным историям спасения пациентов) способствуют доверительному отношению к сотрудникам больницы, даёт ощущение защищённости и уверенности, что в трудно ситуации, есть хорошие врачи, готовые помочь.



Хирурги спасли пациента, вдохнувшего семечку. Его привезли из Алтая на вертолёте.



В роддоме КОДКБ родилась тройня. В день выписки папа встречал их на лимузине.



Медики читают недоношенным детям письма, эту тему подали так, что ей заинтересовались 5 федеральных каналов.



Хирурги прооперировали ребёнка, который ещё не родился, прямо в утробе матери.



Пациент преподнес подарок гардеробщице, которая пришла к его куртке петельку, пока тот был на приёме у врача.

**Корпоративная миссия укладывается в слоган -
больница, которая дарит и спасает жизнь!**

Расширение круга друзей и партнёров

(мероприятия по реализации проекта)

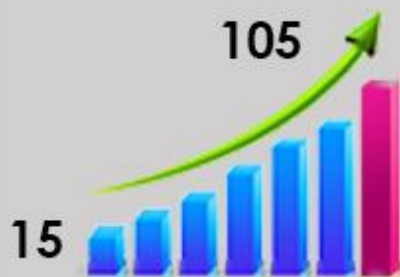
Позволяет проводить больше совместных социально значимых мероприятий для наших пациентов и их семей, а также сотрудников и ветеранов. Направлены на формирование положительного имиджа больницы. Благодаря популяризации и освещению мероприятий в интернете, удаётся привлекать новых партнёров, руководителей учреждений и реализовывать новые проекты.



Результаты проекта по формированию положительного имиджа

Активная информационная работа позволила достичь за год следующих показателей

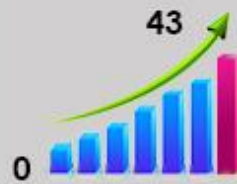
Количество упоминаний
о больнице на новостных
региональных интернет
порталах
(все42, а42, сибдепо,
кузпресс, NGS42 и т.д.)



Количество
виртуальных приёмных



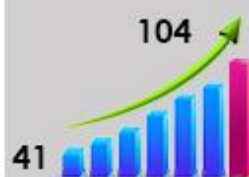
Количество прямых
эфиров в инстаграме



Количество публикаций
в Инстаграм



Количество сюжетов
на канале "Россия1"



**Ни один
вопрос
пациента
не остаётся
без ответа!**

Информационная
открытость
и реагирование
на сообщения
в режиме
online
значительно
сократили
количество
негативных
обращений

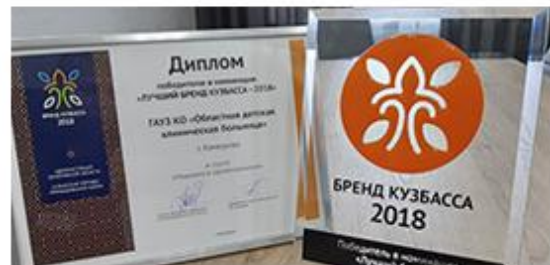
Результаты проекта по формированию положительного имиджа

Наши победы

- ✓ победа в Российском конкурсе "Золотой сайт" в номинации "Сайт медицинского учреждения"
- ✓ победа сайта в конкурсе "Рейтинг Рунета"
- ✓ победа в конкурсе "Лучший бренд Кузбасса" в группе "Медицина и здравоохранение"
- ✓ "Премия Медиа" в номинации "От благодарных кузбассовцев"

Сотрудники больницы становились победителями

- ✓ "Лучшая медицинская сестра России"
- ✓ "Кемеровчанка года" в номинации "Служение людям"
- ✓ победа в музыкальном конкурсе "Сделано в СССР"
- ✓ "Лучший главный врач России"



Перспективы

Сформированный положительный имидж позволяет лучше взаимодействовать с населением, избегая острых углов в отношениях врач-пациент. Он добавляет определенную ценность и значимость работе всех сотрудников больницы, а также видам и методам диагностики, лечения и реабилитации. Работа по формированию имиджа не может быть завершённой. Но когда она выстроена и оптимизирована, встаёт сверх-цель - расширение объёма предоставляемых платных услуг больницы.

ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ

- ✓ реабилитация в уникальном отделении восстановительного лечения «Золотая рыбка»
- ✓ получение пациентами различных физиопроцедур
- ✓ реализация населению натуральной молочной продукции молочной кухни, работающей на базе больницы
- ✓ предоставление палат повышенного комфорта для пациентов стационара и родильного дома
- ✓ привлечение пациентов из других регионов для получения высокотехнологичной медицинской помощи
- ✓ прочие медицинские услуги для детского и взрослого населения

