

**Шалімова І.М.**

## **УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ**

Зростання світової конкуренції активізує всі фактори, що формують конкурентоспроможність будь-якої організації, і закладу освіти в тому числі. Одним з цих факторів, безумовно, є імідж.

Формування позитивного іміджу закладу вищої медичної освіти – це складний і тривалий процес формування міцної і високої репутації, привабливості, створення ситуації успіху на всіх рівнях роботи закладу освіти.

Можна виділити основні компоненти іміджу закладу охорони здоров'я:

- Місія закладу охорони здоров'я. Вибір місії прямо пов'язаний з вибором типу, виду, моделі закладу охорони здоров'я.
- Імідж персоналу (зовнішній вигляд, рівень культури, рівень професіоналізму, лояльність до установи, комунікативні вміння, володіння техніками ділового спілкування);
- Стиль управління організацією (демократизація процесів управління, формування команди);
- Рівень корпоративної культури (система цінностей, вірувань, переконань, правил, традицій, що існують у закладі та визначають поведінку кожного його працівника);
- Традиції (свята, конкурси).
- Перспективи розвитку закладу охорони здоров'я.
- Ціна медичних послуг.

Виділимо основні етапи формування іміджу закладу охорони здоров'я .

Перший етап — визначення місії. Місія закладу вищої медичної освіти повинна бути спрямована на гуманізацію освіти і створення комфортного середовища для лікування. Вона повинна відображати основні пріоритети закладу охорони здоров'я та основні ідеї його розвитку і вдосконалення.

Другий етап — визначення цільової аудиторії. Після того, як специфіка закладу вищої медичної освіти визначена, необхідно зрозуміти, яку цільову

аудиторію необхідно в союзники. Власне, тут є чотири основні групи: здобувачі освіти, пацієнти, ЗМІ, соціальні партнери.

Третій етап — планування. На цьому етапі відбувається розробка конкретних заходів, пов'язаних з формуванням іміджу.

Четвертий етап — мотивація членів медичного співтовариства.

П'ятий етап — реалізація проекту щодо формування іміджу закладу охорони здоров'я.

Шостий етап — перевірка ефективності. На цьому етапі (як правило, щорічно) проводиться аналіз відповідності одержаного іміджу з бажаним результатом.

Практичне дослідження щодо формування іміджу закладу вищої медичної освіти проводилось нами на базі Харківського національного медичного університету (ХНМУ). Ми провели комплексне дослідження, метою якого було встановлення рівня сформованості іміджу даного закладу охорони здоров'я.

Проведений комплексний аналіз іміджу ХНМУ, дозволив виявити такі проблеми, як: необхідність створення умов для розвитку додаткових освітніх та медичних послуг в закладі охорони здоров'я; потреба у системному підході до коригування ціннісних орієнтацій колективу ХНМУ; необхідність висвітлення позитивної діяльності закладу вищої медичної освіти у засобах масової інформації; розроблення системи заходів для підвищення результативності рекламної діяльності тощо. Відтак, вважаємо за доцільне у Харківському національному медичному університеті приділити увагу процесу підвищення рівня сформованості іміджу та розробити відповідну комплексно-цільову програму.

Бажаним результатом впровадження комплексно-цільової програми є стійка репутація закладу охорони здоров'я внаслідок створення цілісної системи управління процесом підвищення рівня сформованості іміджу закладу вищої медичної освіти.

Для вивчення прогнозованої якості комплексно-цільової програми нами було створено експертну групу, яка працювала за таким алгоритмом: визначення критеріїв експертизи; визначення технології оцінювання; оцінка комплексно-цільової програми за визначеними критеріями та прийнятою технологією; надання

рекомендацій щодо впровадження програми. Загальна експертна оцінка програми складала 0.83, що відповідає достатньому рівню.

Таким чином, запропонована нами система заходів дозволить підвищити ефективність управління іміджем закладом вищої медичної освіти як інструменту реалізації стратегічних цілей. Розроблені рекомендації можуть бути впроваджені в діяльність ХНМУ. Подальші дослідження будуть спрямовані на забезпечення сприятливого іміджу ХНМУ на закордонних ринках освітніх послуг.

#### Література:

1. Борщ В.І. Сучасна парадигма системи управління персоналом закладу охорони здоров'я / В.І. Борщ // Проблеми системного підходу в економіці. – 2019. – № 1 (69). – С. 73-79.

2. Горбенко Н.В. Особливості формування іміджу сучасного університету / Н. В. Горбенко // Освітологічний дискурс. – 2014. – № 1(5). – С. 36-43.

3. Гринько Т. В., Савченко К. С. Науково-методичні підходи до оцінки кадрового потенціалу медичного закладу // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : науковий журнал. – грудень 2017. – № 7(35). – С. 23–27.

4. Карпенко Ю. М. Імідж вищого навчального закладу: основні складові та проблеми формування / Ю. М. Карпенко, Н. Л. Карпенко // Науковий вісник Полісся. – 2015. – Вип. 1. – С. 118-124. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp\\_2015\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2015_1_20)

5. Мармаза О.І. / Стратегічний менеджмент :траєкторія успіху. / О.І.Мармаза – Х.: Видав. гр. « Основа» 2006 – 160 с.