

*psychological indicators which correspond with experts' estimations concerning successful performance of professional duties and allow to classify the investigated servicemen on the "risk" group and the group of suitable persons to signalman activity that has given the chance to allocate the most informative criteria in structure of the developed knowledge base and to optimize algorithmization of the decision-making support system. It is presented structures of the knowledge base, a database and algorithm of use of model.*

**Keywords:** *decision-making support system, knowledge base, database, algorithm, functional status.*

УДК 614.2:616.31

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СТОМАТОЛОГІЧНИХ ЗАКЛАДІВ НА ПІДСТАВІ РОЗВИТКУ ЇХ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ІМІДЖУ**

**О.А. Канюра**

*Національний медичний університет імені О.О. Богомольця*

*В суровый век соковице храни,  
Что чистой репутацией зовется.  
Все остальное временем сотрется.*

*Шекспир*

**Резюме.** *У статті розкрито значення корпоративної культури та іміджу в управлінні стоматологічними закладами. Визначені основні необхідні складові для створення нової корпоративної культури у діючому стоматологічному закладі. Викладені провідні завдання та етапи технології управління іміджем стоматологічного закладу, а також методика ситуаційного аналізу стану іміджу стоматологічного закладу за допомогою SWOT-аналізу.*

**Ключові слова:** *корпоративна культура, імідж в управлінні стоматологічними закладами.*

**Вступ.** Нестабільність економічного, соціального, політичного та виробничого середовища, стрімкий розвиток науково-технічного прогресу, висока конкуренція і ризику висувають перед керівниками стоматологічних закладів проблему необхідності адаптації до мінливих умов управлінської діяльності, вдосконалення діяльності та іміджу стоматологічних закладів [1,2].

Тема корпоративної культури та іміджу набуває особливої актуальності та викликає все більший інтерес дослідників через її велике практичне та економічне значення для забезпечення життєдіяльності стоматологічних закладів у нових економічних умовах [3,4].

Корпоративна культура колективу - це сукупність його моральних принципів і правил етикету, а також цілей та засобів, які спрямовані на задоволення споживачів послуг, потреб працівників і керівників закладів охорони здоров'я [5].

Імідж закладу - це його образ, який формується у суспільній та індивідуальній свідомості, за допомогою засобів масової комунікації і психологічного впливу. Він є необхідним для формування довіри потенційних споживачів [6,7].

Корпоративна культура та імідж закладу є одними із чинників, які спонукають споживачів вступити у фінансові взаємовідносини з ним.

Увага до корпоративної культури та іміджу особливо зросла впродовж останніх років у зв'язку із загостренням проблеми вибору послуг пацієнтами в умовах зростаючої конкуренції на споживчому ринках стоматологічних послуг.

**Мета дослідження:** обґрунтувати основи формування корпоративної культури та іміджу при управлінні стоматологічними закладами у нових економічних умовах.

**Матеріали і методи дослідження.** Основи формування корпоративної культури та іміджу при управлінні стоматологічними закладами в нових економічних умовах обґрунтовані на підставі методології системного підходу і системного аналізу із використанням інформаційно-аналітичного методу. На основі SWOT аналізу визначені провідні проблеми організації роботи стоматологічних поліклінік та визначені основні шляхи їх розвитку у сучасних економічних умовах. Інформаційною базою для формулювання основ корпоративної культури та іміджу в управлінні стоматологічними закладами в нових економічних умовах виступили наукові праці фахівців із організації та управління охороною здоров'я, а також результати власних досліджень, у ході яких була отримана комплексна медико-соціальна характеристика стану організації роботи стоматологічних закладів комунальної та приватної власності.

**Результати дослідження.** На підставі проведеного нами аналізу роботи стоматологічних закладів у нових економічних умовах встановлено, що питанням корпоративної культури та іміджу стоматологічних закладів управлінці приділяють неналежну увагу.

Аналіз спеціальної наукової літератури та організації роботи ряду приватних стоматологічних закладів засвідчив, що корпоративна культура формує і прищеплює персоналу єдині духовні цінності, піднімає колектив на більш високий рівень розвитку, сприяє створенню союзу осіб, яких об'єднують професійні інтереси та духовні цінності.

Недотримання норм корпоративної культури свідчить про те, що співробітник не сприймає цінностей колективу, протиставляє себе більшості і тим самим перешкоджає досягненню загальних цілей і дестабілізує психологічну атмосферу.

Таким чином, корпоративна культура об'єднує колектив, робить його монолітним, підвищує його творчу силу.

З метою створення нової корпоративної культури у діючому стоматологічному закладі необхідно:

редагувати або сформулювати заново його концепцію. Співробітники і пацієнти повинні розуміти, з якою метою працює стоматологічний заклад, які його цінності та підходи до роботи;

продемонструвати співробітникам прихильність керівництва до організаційної культури. Керівники повинні стати трансляторами цінностей закладу. Крім того, вони повинні формально і неформально заохочувати прийняття корпоративної культури співробітниками;

створити сприятливі умови для розвитку і зміцнення корпоративної культури. Наприклад, якщо у закладі декларується, що складовою його корпоративної культури є взаємовиручка, то слід заохочувати співробітників до спільного вирішення завдань і не допускати явної внутрішньої конкуренції;

враховувати особливості корпоративної культури, відбираючи і адаптуючи нових співробітників. Закладам, які декларують орієнтованість на клієнтів, не варто брати на роботу конфліктних фахівців;

заохочувати, як дотримання норм корпоративної культури, так і конструктивні інноваційні пропозиції. Культура закладу повинна розвиватись і адаптуватись до особливостей середовища. До того ж слід врахувати, що формування корпоративної культури - нескінченний процес.

Управління іміджем стоматологічних закладів відноситься до нових напрямків у соціології управління. При запровадженні у роботу закладу охорони здоров'я іміджевої складової відбувається зміцнення його соціальних зв'язків за рахунок орієнтації діяльності на виявлення та найбільш повне задоволення потреб учасників контактного (іміджевого) оточення закладу.

Технологія управління іміджем включає наступні етапи:

- формування системи показників, за якими оцінюють імідж закладу;
- соціологічне дослідження іміджу;
- проведення комплексного аналізу організації діяльності закладу, який включає його кількісну і якісну оцінку, SWOT - аналіз та економічне моделювання;
- планування та реалізація програми з формування іміджу закладу;
- оцінка економічного ефекту від запровадження програми.

Основними завданнями технології управління є встановлення організаційного порядку і раціональної послідовності виконання управлінських робіт; забезпечення єдності, безперервності та узгодженості дій суб'єктів при прийнятті рішень; участь вищестоящих керівників; рівномірне завантаження виконавців.

В основі управлінських технологій лежать виробничі й інформаційні потоки, а також сукупність знань про методи і прийоми дій управлінських працівників з виконання управлінських операцій.

Ситуаційний аналіз стану іміджу стоматологічного закладу здійснюється за допомогою SWOT-аналізу. Він є одним з найпоширеніших методів, які використовують для комплексної оцінки внутрішніх і зовнішніх чинників, які впливають на розвиток закладу. SWOT-аналіз є необхідним елементом досліджень, обов'язковим попереднім етапом при складанні стратегічних та маркетингових планів. Дані, отримані в результаті ситуаційного аналізу, складають базис для розробки стратегічних цілей і завдань закладу. Аббревіатура SWOT означає: Strengths - сильні сторони. Weakness - слабкі сторони. Opportunities - можливості. Threats - загрози. Цей акронім ми представили візуально у вигляді таблиці 1.

*Таблиця 1*

**Приклад SWOT-аналізу для комунальних стоматологічних закладів**

Сильні Сторони	Слабкі сторони	Сприятливі можливості	Загрози
Велике соціальне значення стоматологічної допомоги Наявність кваліфікованих кадрів лікарів-стоматологів Досвід організації стоматологічних послуг у комунальних закладах.	Перевищення фактичної потужності планової. Суттєве невиконання функції лікарської посади. Слабка матеріально-технічна база. Значний знос стоматологічного обладнання. Недостатня конкурентноздатність, порівняно з приватними стоматологічними клініками. Невідповідність фактичного фінансування плановому. Низький рівень сервісу та культури медичного обслуговування. Низький рівень оплати праці та відсутність економічної мотивації у медичного персоналу.	Використання платних медичних послуг для зміцнення матеріально-технічної бази та мотивації персоналу. Часткове оснащення стоматологічних поліклінік сучасним обладнанням. Запровадження приватно-державного партнерства, що забезпечить регулювання економічної діяльності, оптимізацію нормативно - правової бази.	Неадаптованість до роботи у ринкових умовах. Зростання частоти захворювань зубів і порожнини рота. Відсутність гарантованого державою рівня надання безоплатної стоматологічної допомоги населенню. Відсутність профілактичної спрямованості у діяльності поліклінік. Низька стоматологічна культура населення. Відсутність вираженої мотивації підтримувати стоматологічне здоров'я.

**Висновки**

Таким чином, проведене дослідження дозволяє зробити висновок про те, що управління корпоративною культурою та іміджем стоматологічних закладів відноситься до нових напрямків у соціології управління, а застосування технології управління культурою та іміджем закладів сприяє:

- упорядкуванню адміністративного ресурсу за рахунок диференціації роботи закладів із суб'єктами, на які вони спрямовані, і виявленню проблемних зон на всіх ділянках і етапах роботи стоматологічних закладів;
- зростанню соціальної вагомості стоматологічних закладів у суспільстві за допомогою оптимізації соціальної взаємодії з контактним оточенням;
- скороченню витрат і збільшенню доходів від бюджетної та позабюджетної діяльності на основі нівелювання негативних моментів у іміджі стоматологічних закладів.

**Перспективи подальших досліджень** Результати дослідження можуть бути використані при обґрунтуванні можливостей оптимізації стоматологічної допомоги населенню.

### **Список літератури**

1. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Учебное пособие. Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. - 108 с.
2. Бойко. В. Психология и менеджмент в стоматологии. Том I. Клиника «под ключ». - Санкт-Петербург, 2009 – 323 с.
3. Горфинкеля В.Я., Швандара В.А. Экономика предприятия: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИДАНА, 2010. - 670 с.
4. Малхорта Н.К., Нэреш К., Маркетинговые исследования. Практическое руководство. - М.: Вильямс, 2007. - 960 с.
5. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Учебное пособие. - М.: Издательство «Дело», 2006. - 493 с.
6. Дмитренко М. И. Имидж организации как основа создания корпоративной культуры // Гуманитарний часопис. – 2011. - № 2. - С.88-95.
7. Тхориков Б.А., Спичак И.В. Технологии управления имиджем медицинских учреждений. - Белгород: Бел ГУ, 2008-114 с.

**Резюме** *В статье раскрыто значение корпоративной культуры и имиджа в управлении стоматологическими учреждениями. Определены основные необходимые составляющие для создания новой корпоративной культуры в действующем стоматологическом учреждении. Изложены основные задачи и этапы технологии управления имиджем стоматологического учреждения, а также методика ситуационного анализа состояния имиджа стоматологического учреждения с помощью SWOT-анализа.*

**Ключевые слова:** *корпоративная культура, имидж в управлении стоматологическими учреждениями.*

**Summary** *The value of the corporate culture and image in the management of dental services are shown in the article. The necessary components to create a new corporate culture in the existing dental clinics are determined. Main tasks and stages of technology of management dental clinics and the method of situational analysis of the image of the dental institutions with the help of the SWOT-analysis are presented.*

**Key words:** *corporate culture, the image in the management of dental clinics.*

УДК 616.346-089.87:616.381-089819

## **SILS АПЕНДЕКТОМІЯ ПРИ ГОСТРОМУ АПЕНДИЦИТІ**

**<sup>1</sup>Калина Р.А.,<sup>2</sup>Іванько О.В.**

<sup>1</sup>*Клініка «Добробут», м. Київ*

<sup>2</sup>*Київська міська клінічна лікарня №1, м. Київ*

**Резюме.** *В статті представлений спосіб покращення якості лікування хворих з гострим апендицитом шляхом застосування однопортового доступу при лапароскопічній апендектомії. Встановлено, що використання лапароскопічних методів в лікуванні хворих з гострим апендицитом є ефективним і безпечним оперативним втручанням. В порівнянні з традиційною лапароскопічною апендектомією при однопортовій є значно меншим больовий синдром та коротший термін перебування хворого у стаціонарі.*

**Ключові слова:** *гострий апендицит, SILS, лапароскопічна апендектомія.*

**Вступ.** Традиційно гострий апендицит залишається гострою хірургічною патологією з приводу якої госпіталізується та оперується найбільша кількість хірургічних хворих [1]. Найбільш часто це захворювання зустрічається у молодих людей, здебільшого у жінок. Виконання доступу Волковича-Дяконова прирікає хворого на обов'язкове 100% виконання апендектомії навіть при незміненому червоподібному відростку [2]. До недоліків традиційної апендектомії відносять травматичність доступу, неможливість повноцінної ревізії черевної порожнини, великий ризик розвитку спайкового процесу та інфікування післяопераційної рани, відносно тривалий час післяопераційної реабілітації.

На даний час все більша кількість вчених надають перевагу лапароскопічним методикам апендектомії. Відсутність тривалого больового синдрому та спайкового процесу в черевній порожнині, незначний час перебування хворого в стаціонарі, мала кількість післяопераційних ускладнень роблять лапароскопічну апендектомію операцією вибору при гострому апендициті [3].