

## ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ МЕДИЦИНСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Курманбек кызы Нурзат

Томский политехнический университет, г. Томск

Научный руководитель: Редько Л. А., к.т.н., доцент кафедры  
физических методов и приборов контроля качества

Концепция культуры фирмы была разработана в начале 1980-х гг. в США под влиянием исследований в области стратегического управления, теории организации, индивидуального поведения.



Схема 1 Система корпоративной культуры управления

Корпоративная культура – многоуровневое явление, уходящее корнями в глубинные и не всегда осознанные убеждения[1]. В любой организации существует какая-то корпоративная культура, даже если она не задекларирована в каком-либо документе.

Корпоративная культура, поддерживающая принцип взаимного уважения, подчеркивает ценность работы людей и наполняет их чувством собственного достоинства.

Уважение поднимает дух человека, питает его энергией, необходимой для проявления доброй воли. Уважение коллег укрепляет уверенность в себе, что мотивирует сотрудника и улучшает его взаимодействие в команде.

Корпоративная культура поликлиники, поддерживающая принцип взаимного уважения, должна быть достаточно устойчивой, чтобы преодолевать границы различных должностных званий, отделов, кампусов и объединять незнакомых друг с другом людей[2].

Предоставление медицинских услуг — необычайно сложная работа, сопряженная с большими физическими и эмоциональными нагрузками. Пациент ожидает, что врач будет знать все, никогда не совершит ошибку (поскольку ее последствия могут быть катастрофическими) и при необходимости сотворит чудо.

Определяем три условия, необходимые, для будущего успеха поликлиники:

- 1) непрерывное стремление к идеальному качеству услуг и соблюдение принципов;
- 2) постоянное искреннее желание помочь каждому пациенту;
- 3) постоянная заинтересованность в профессиональном развитии каждого сотрудника.

Современные исследования подтверждают, что в компаниях, благополучие которых зависит от сотрудников, обслуживающих клиентов, есть связь между общественной пользой и финансовой прибылью.

### Заключение

Современная парадигма менеджмента рассматривает корпоративную культуру как важнейший стратегический инструмент, позволяющий мотивировать весь персонал на общие цели компании. Поэтому для успешной деятельности объекта здравоохранения необходимо непрерывное совершенствование корпоративной культуры.

### Список информационных источников

1. Лайкер Дж. Корпоративная культура Toyota: Уроки для других компаний / пер. с англ. — Альпина Паблишерз, 2011. — 354 с
2. Л. Берри, К. Селтман Легендарная клиника Мэйо. Уроки лучшей в мире сервисной организации - М. : Манн, Иванов и Фербер; Эксмо, 2013. - 384 с.