



**У.М. Сталькина, О.В. Малахова**

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ МОДЕЛИ ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО И ЧАСТНОГО СЕКТОРОВ**

Рассматривается модель оказания услуги информационного сопровождения для организаций различных форм собственности, в основе которой лежит проектный подход управления и принципы бережливого производства (кайдзен). Модель включает базовый набор действий, для реализации которых привлекается группа экспертов. В зависимости от потребностей и задач заказчика фокус внимания перемещается между видами работ и формируется новая проектная команда. Актуальность и эффективность применения модели рассматривается на примере медицинских организаций.

Значимость выстраивания внешних и внутренних коммуникаций для медицинских учреждений обусловлена федеральной стратегией развития системы здравоохранения, ориентированной на оказание качественной медицинской услуги, повышение удовлетворенности пациентов и медработников, повышение эффективности работы организаций. На примере Самарской и Орловской областей рассмотрены успешные кейсы внедрения принципов бережливого производства в процессы оказания медицинских услуг. Основное внимание при этом уделяется оптимизации внутренних и внешних коммуникаций между всеми заинтересованными контактными аудиториями. Для решения этих задач медучреждениями предпринимаются следующие шаги:

- анализ состава и величины потоков пациентов и посетителей во времени и пространстве;
- разработка макета навигации с указанием зон расположения и информации;
- внедрение на рабочих местах сотрудников принципов 5С;
- разработка внутренних стандартов общения;
- введение в процессы дистанционных каналов (сайт и колл-центр);
- дифференциация потоков пациентов и посетителей во времени или пространстве;
- внедрение информационной системы;
- формирование единого информационного пространства.

Такая тенденция развития системы здравоохранения отражается на запросах медицинских организаций при выборе подрядчика, поэтому внедрение кайдзен в практическую модель информационного сопровождения деятельности компании позволит PR-агентствам оптимизировать собственные процессы, обеспечить предоставление максимально качественной услуги своим клиентам без увеличения ее стоимости, выстроить единую коммуникационную систему при оказании медицинской услуги.

Ключевые слова: *информационная модель, PR-агентство, бережливое производство, бережливое здравоохранение, PR-сопровождение, принципы кайдзен, информационные проекты.*

---

© Сталькина У.М., Малахова О.В., 2020

**Сталькина Ульяна Михайловна** – канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента АНО ВО «Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (г. Самара), e-mail: lyana@inbox.ru.

**Малахова Оксана Владимировна** – канд. полит. наук, доцент кафедры политологии и государственной политики Среднерусского института управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (г. Орел), e-mail: o.v.malahova@mail.ru.

Тенденции развития современного общества способствуют непрерывному повышению внимания к информационному ресурсу. На сегодняшний день одна из стратегических задач организации – выстраивание коммуникационного взаимодействия с внешней средой [1, с. 28]. PR на аутсорсинге – один из немногих профессиональных инструментов, который необходим, если требуется комплексное непрерывное информационное сопровождение [2, с. 51]. Это касается как коммерческого сегмента [3, с. 185], так и организаций иных форм собственности – государственных и общественных.

За непрерывной деятельностью профильного агентства стоит не только ежедневная работа с информационными каналами, но и позиционирование, стратегия развития, и видение рынка в целом. Постоянная информационная поддержка на основе аутсорсинга позволяет: оперативно отслеживать бизнес-процессы не изнутри организации, а со стороны; оценивать позиции конкурентов на основе рыночных данных и экспертной позиции; формулировать PR-стратегию, используя наиболее эффективные современные методы управления информацией. Сегодня все больше компаний, использующих в своей практике профессиональные PR-инструменты, предпочитают доверять эту работу профильным агентствам, в том числе из экономических соображений – в результате взаимодействия клиент получает целую команду по «цене» одного–двух сотрудников.

Для решения задач информационного сопровождения организаций предлагается переход к модели PR-сопровождения, которую можно представить совокупностью следующих видов деятельности:

1. Разработка PR-стратегии. Планирование и реализация PR-кампании в соответствии с целями организации.
2. Выявление информационных поводов с дальнейшим освещением в областных и федеральных СМИ (в зависимости от важности повода).
3. Организация встреч, круглых столов и пресс-конференций с привлечением СМИ, отражение динамики процесса в виде новостных поводов и пресс-релизов с последующей рассылкой по областным и федеральным СМИ.
4. Организация обучающих семинаров и вебинаров, формирование положительного имиджа среди пула журналистов, пишущих на отраслевую тематику.
5. Формирование мнения о руководстве и специалистах организации как об экспертах, к которым можно обращаться при необходимости получения профессионального комментария по актуальным вопросам.
6. Организация и проведение конкурсов и интерактивов с представителями СМИ.
7. Ведение переговоров с областными и федеральными общественными организациями, поиск взаимовыгодных точек соприкосновения, формирование информационной платформы.
8. Анализ и информационная поддержка сайта, своевременное наполнение и обновление новостного ресурса. Ведение страниц в социальных сетях.

9. Еженедельная информационная рассылка пресс-релизов о деятельности организации.

10. Ведение мониторинга прессы с регулярным предоставлением аналитического отчета об образе организации в СМИ.

11. Подготовка фото- и видеоконтента, печать корпоративной продукции.

12. Информационная поддержка межведомственного взаимодействия.

13. Внедрение в работу мобильных приложений.

В данном случае проект – услуга информационного сопровождения – обеспечивает получение уникального комплекса решений, направленного на максимальное удовлетворение потребности клиента [4, с. 26].

Переход к проектной информационной модели влечет за собой переработку одного из основных бизнес-процессов – продажа услуги «PR-сопровождение». Это повторяющийся набор шагов, которые команда по продажам выполняет для перевода потенциального клиента с ранней стадии к успешному закрытию сделки. Этот процесс помогает определить потребности и ожидания клиентов для качественной проработки условий проекта. Основные этапы процесса продажи представлены в табл. 1.

Таблица 1

Описание основных этапов процесса продажи услуги «PR-сопровождение»

№ п/п	Этап	Описание
1	Инициация проекта (входящий запрос или активный поиск)	Менеджер по поиску потенциальных клиентов вносит информацию о контрагенте в CRM
2	Квалификация	На стадии квалификации менеджер собирает информацию о клиенте, подтверждая его потребность в предлагаемых продуктах или услугах, и узнает о бюджете. Если клиент не нуждается в предлагаемых продуктах, процесс заканчивается на этапе квалификации. В ином случае процесс переходит к следующему этапу
3	Определение тактики и стратегии	Создается проектная группа, в состав которой входят как представители PR-агентства, так и сотрудники компании-клиента. Прописывается тактика и стратегия, окончательно определяется объем работ, формируется стоимость
4	Защита проекта	Этот этап имеет особую значимость в цикле продаж и требует максимальной подготовки. Проектная команда презентует и защищает созданный план и объем работ, необходимый для удовлетворения потребности клиента. Нужно показать, какие улучшения предстоящая кампания принесет в деятельность клиента и почему мы можем помочь клиенту в достижении его целей лучше, чем любой другой конкурент
5	Подготовка документации	Если клиент не принимает предложение, проект дорабатывается
6	Утверждение предложения	Согласование конечного документа с руководством PR-агентства
7	Контрактация	Контрактация – это процесс подготовки и согласования условий договора и его подписание

Результатом бизнес-процесса продажи является заключение договора – стадия начала проекта. Следует отметить, что для успешного применения в деятельности проектной модели информационного сопровождения PR-агентство должно обладать следующими компонентами [4, с. 35]:

- наличие проектного офиса, проектной структуры в агентстве;
- квалифицированная команда;
- культура и четко выстроенный процесс управления рисками;
- умение выстраивать процесс коммуникации между участниками проектной команды и заинтересованными лицами, в том числе в удаленном режиме;
- наличие успешных кейсов и опыта;
- наличие в агентстве процессов обеспечения взаимозаменяемости специалистов, позволяющих минимизировать риск потери ключевого сотрудника, а также балансировать нагрузку между сотрудниками при отклонениях.

В последние годы повсеместно внедряются новые стандарты, позволяющие оптимизировать работу – элементы бережливого производства, основанные на принципах кайдзен. Кайдзен – это японская философия, которая строится на идее непрерывного совершенствования процессов управления, бизнеса и жизни в целом [5, с. 14]. Кайдзен применим в компании любого размера и любой отрасли, а главное, его реализация не требует дополнительного финансирования [6, с. 27].

Для пиарщиков такой процесс мышления особенно актуален, он делает специалиста гибким, позволяет адаптироваться к задачам любой сложности и балансировать между внешними парализаторами и форс-мажорами. Команда, следующая принципам кайдзен, слаженная и немногочисленная, в ней исправляет недочеты тот, кто первый увидел. Кроме того, такой подход позволяет усилить результативность проектной модели информационного сопровождения [7, с. 45].

Особую категорию клиентов PR-агентств составляют организации социальной сферы, в частности здравоохранения. Значимость качественных коммуникаций с контактными аудиториями внешней среды для медицинских организаций очень высока. В системе здравоохранения коммуникация имеет многоуровневый характер и имеет практическую направленность.

Министерством здравоохранения Российской Федерации введено понятие «бережливое здравоохранение» – это концепция создания и развития такой системы охраны здоровья граждан, которая позволяет достичь наилучшего уровня качества, затрат и сроков оказания медицинской помощи, а значит, устойчивого развития данной системы [8]. С ноября 2016 г. в России действует проект «Бережливая поликлиника». Принципы «бережливости» позволили повысить эффективность медицинского обслуживания в стране [9]. Обязательные требования к «бережливым поликлиникам» в России планируется закрепить законодательно до конца 2020 г. [10, с. 21].

География успешных проектов внедрения принципов бережливого производства в процесс оказания медицинской услуги довольно широка. В 2018 г. в клиниках Самарского государственного медицинского университета на этапе внедрения бережливого производства проанализированы состав и величина потоков пациентов и посетителей во времени и пространстве, сформирована карта процесса, схемы движения. На основе полученных данных сделан макет навигации с указанием зон расположения и информации. Далее процесс распространился на внедрение на рабочих местах врачей и регистраторов принципов 5С: сортировка, соблюдение порядка (всему свое место); содержание в чистоте (уборка); стандартизация (поддержание порядка); совершенствование (формирование привычки) [11, с. 369]. Был проведен анализ работы дистанционных каналов, а именно контакт-центра и официального сайта. Также разработаны внутренние «Коммуникативные стандарты» общения персонала с пациентами, сотрудники ознакомлены с принципами работы программ «Качественный сервис» и «Эффективная организация рабочего пространства».

Принято решение перевести большинство информации по запросам пациентов на дистанционные каналы (сайт и колл-центр), а также развести потоки пациентов и посетителей во времени или пространстве без ухудшения качества предоставления медицинских услуг. Помимо этого, оснащено АРМ большинство рабочих мест сотрудников входных групп с контролем внесения информации по приемам и обращениям, сформировано единое расписание приема специалистов, скорректированы график госпитализации и время посещения стационарных больных, исходя из наименее загруженных часов, сформирована навигация, интуитивно понятная для всех. Регистратура переведена из центра холла лечебно-диагностического корпуса, а в холле административного корпуса расширена. Большинство мест обращения пациентов оснащено онлайн-кассами. В холлах входных групп клиник постоянно находится администратор зала с планшетом и возможностью просмотра электронного расписания и другой информации. Таким образом, пространство и эргономика входных групп изменились.

Разграничены потоки экстренных и плановых пациентов, оборудованы кабинеты экстренной помощи, время пребывания пациентов до постановки диагноза и госпитализации в профильное отделение сократилось до 30 мин. Когда пациент поступает в приемное отделение, медицинский персонал распределяет потоки пациентов: тяжелых направляет сразу на диагностические исследования (компьютерная томография, магнитно-резонансная томография), других – на лабораторные исследования. Таким образом, сократилась очередь на диагностику.

Все названные изменения происходят постепенно в соответствии с запланированным графиком.

В приемно-диагностическом отделении максимально разграничены потоки экстренных и плановых пациентов, оборудованы кабинеты экстренной по-

мощи. Постоянно идет работа, направленная на сокращение времени пребывания пациентов в приемно-диагностическом отделении. Кабинеты персонала постепенно переоснащаются мебелью для рационального разграничения пространства. Медицинская информационная система для ведения электронной карты пациента установлена на всех рабочих местах персонала входных групп. Диагностические кабинеты максимально приближены к приемно-диагностическому отделению. Врачи, оказывающие помощь по острому коронарному синдрому, оснащены рациями для оперативной связи.

В 2019 г. на базе БУЗ Орловской области «Поликлиника №2» был запущен проект по внедрению принципов бережливого производства, в рамках которого на первом этапе были оптимизированы внутренние процессы взаимодействия медицинского персонала и пациентов. На сегодняшний день внимание направлено на формирование профессиональных коммуникаций между сотрудниками медучреждения, представителями внешних контактных аудиторий, экспертов в сфере здравоохранения. В рамках 2020 г. запланировано внедрение мобильных приложений для клиентов поликлиники и медработников.

Такая тенденция развития системы здравоохранения отражается на запросах медицинских организаций при выборе подрядчика, поэтому внедрение кайдзен в практическую модель информационного сопровождения деятельности компании позволит PR-агентствам оптимизировать собственные процессы, обеспечить предоставление максимально качественной услуги своим клиентам без увеличения ее стоимости, выстроить единую коммуникационную систему при оказании медицинской услуги [12, с. 18].

Одно из PR-агентств г. Самары предлагает своим клиентам, помимо полного цикла услуг, проектную модель информационного сопровождения деятельности, усиленную принципами кайдзен. Это раскрывает перед АНО «Связи с общественностью» целый ряд сервисных возможностей, позволяющих поэтапно совершенствовать процесс оказания информационных услуг. В практику внедрены все аспекты описанной модели, особенный акцент сделан на формирование проектных групп с участием сотрудников компаний-клиентов и привлеченных экспертов из дружественных компетентных организаций.

Проектная группа – постоянно действующая «команда улучшений», чей состав плавно меняется в зависимости от задач, которые возникают в процессе реализации информационных кампаний. Поскольку АНО «Связи с общественностью» делает ставку на длительную работу с клиентами, принципы кайдзен стали незаменимым инструментом оказания качественных услуг и позволяют непрерывно улучшать информационный фон, наполняя кампанию новым звучанием привычных задач и обеспечивая громкий резонанс инновационных проектов клиентов [13, с. 73]. Экспертная группа постоянно пополняется в зависимости от текущей деятельности клиента. Важно, что кайдзен позволяет не только улучшить сервис, но и не приводит к удорожанию продукта.

Поиск практических решений – процесс постоянный. Креативная группа собирается 1–2 раза в месяц, проводит анализ внешней и внутренней среды компании клиента, звучат предложения партнеров, проводится координация действующих направлений. В остальное время менеджер, ведущий проект, аккумулирует поступающие предложения для дальнейшего вынесения на обсуждение.

Например, по проектной модели АНО «Связи с общественностью» работает с Самарской областной ассоциацией врачей (СОАВ), которая уже четверть века специализируется на защите профессиональных интересов работников здравоохранения, являясь одним из соучредителей Национальной медицинской палаты. Работа общественной организации нацелена на повышение профессиональной и юридической грамотности врачей. В последние годы СОАВ переданы полномочия по контролю и организации образовательных мероприятий для специалистов (последние систематизированы в образовательные недели, налажена программа online обучения путем создания условий для проведения видеоконференций). Кроме того, ассоциация реализует внедрение принципиально новой программы – аккредитации врачей, пришедшей на смену сертификации.

Основными задачами взаимодействия АНО «Связи с общественностью» с СОАВ в рамках проектной модели информационного сопровождения являлись:

- 1) увеличить узнаваемость бренда и лично президента СОАВ;
- 2) наладить сопровождение деятельности в СМИ;
- 3) раскрыть социальную значимость проекта;
- 4) нарастить членство в ассоциации;
- 5) оптимизировать межведомственное взаимодействие.

Информационная программа построена по типу базового пакета услуг с периодичным расширением функционала. Сотрудничество носит постоянный характер. В 2019 г. было принято решение о внедрении элементов кайдзен в процесс информационного сопровождения, создана рабочая группа, в состав которой вошли работники АНО «Связи с общественностью», члены правления СОАВ и ведущие эксперты отрасли. За это время реализован целый ряд проектов, в том числе спартакиады медработников, профессиональные праздники, налажено освещение непрерывного медицинского образования, нацпроекта «Здравоохранение», «Аллея Славы», создан Общественный совет при министерстве здравоохранения Самарской области, проведена аккредитация работников отрасли здравоохранения. Заключены соглашения о сотрудничестве с уполномоченным по правам человека в Самарской области, ГУВД Самарской области, адвокатскими бюро.

Налажено регулярное обновление деятельности в соцсетях клиента и дружественных аккаунтах, ведется сопровождение по типу «пресс-служба».

Организовано регулярное участие президента и членов правления СОАВ в качестве модераторов на отраслевых мероприятиях и партнерских площадках. Кроме того, в рамках взаимодействия с постоянным техническим организатором образовательных мероприятий массово внедрены следующие сервисы:

- мобильное приложение с функцией «личный кабинет», платформа, действующая в отрасли вакансий (заключено соглашение на обновление базы с Минтрудом Самарской области);
- инфоматы – приборы саморегистрации на образовательных мероприятиях (налажена связь с порталом НМО).

На 2020 г. запланированы мероприятия: семинары, вебинары, открытие профильного канала с размещением роликов (комментариев экспертов), активизация работы Центра правовой защиты.

Еще одним примером результативности рассматриваемой модели является проект взаимодействия с Территориальным фондом обязательного медицинского страхования Самарской области (ТФОМС). Основные задачи ТФОМС: финансовое обеспечение установленных законодательством РФ прав граждан на медицинскую помощь за счет средств обязательного медицинского страхования; обеспечение финансовой устойчивости системы обязательного медицинского страхования и создание условий для выравнивания объема и качества медицинской помощи. Ожидания клиента от услуги информационного сопровождения могут быть следующими [14, с. 350]:

- увеличение узнаваемости организации и лично директора;
- введение структуры в информационное поле;
- прозрачность условий оказания медицинской помощи и порядка ее оплаты.

Информационная программа построена по типу базового пакета услуг с периодичным расширением функционала, сотрудничество носит постоянный характер, реализован целый ряд проектов, в том числе «Модернизация здравоохранения», Национальный проект «Здравоохранение», подготовка к Чемпионату мира по футболу. В мае 2019 г. по всей стране внедрена пациентоориентированная модель медицинского страхования, информационную кампанию решено проводить с учетом предлагаемой модели бережливого производства.

Создана постоянно действующая рабочая группа с участием экспертов ТФОМС, главных врачей государственных медучреждений и представителей страховых медицинских организаций. На регулярной основе с их участием формируются информационные поводы, согласовываются пресс-релизы, темы пресс-конференций и комментарии для СМИ, медучреждения с готовностью предоставляют собственные площадки для съемок ТВ-сюжетов, врачи дают комментарии о текущих изменениях. Налажено регулярное обновление деятельности в соцсетях клиента и дружественных аккаунтах, ведется сопровождение по типу «пресс-служба». Обеспечено регулярное участие директора

фонда и сотрудников в качестве модераторов на отраслевых мероприятиях и партнерских площадках.

В содружестве со страховыми компаниями организован регулярный обмен информационными данными с федеральными ресурсами, в том числе Союзом страховщиков России, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Министерством здравоохранения РФ.

Результаты стратегического анализа деятельности АНО «Связи с общественностью», исследования состояния сферы медицинских услуг, изучение особенностей процессов предоставления PR-услуги клиентами позволили сделать вывод, что переход к типовой информационной модели и внедрение принципов кайдзен позволили [15, с. 80]:

- оптимизировать внутренние процессы оказания PR-услуг, повысить их управляемость и качество;
- сократить среднюю себестоимость услуги;
- увеличить число клиентов и заказов за счет снижения стоимости пакетной услуги.

Формирование состава пакета PR-услуги проводилось на основе действующих стандартов компании, требований рынка, среднестатистического запроса отраслевого клиента [14, с. 350]. В рабочую группу на данном этапе входили сотрудники АНО «Связи с общественностью».

Обучение менеджеров и проведение первых продаж позволили разработать четкие регламенты работы менеджеров по продаже услуги информационного сопровождения [16, с. 211]. Рабочая группа по отладке процесса включала руководство PR-агентства в лице директора и заместителя директора. На этапе первых продаж выявлена необходимость предоставления клиентам возможности расширения перечня предоставляемых услуг с конкретным обоснованием увеличения цены услуги.

Корпоративные СМИ, которыми располагает АНО «Связи с общественностью», напрямую задействованы в реализации проектов. С марта 2019 г. периодические отраслевые корпоранты – журнал «Личный врач» и «Вестник СОАВ» – были переформатированы под новые стандарты [17, с. 367]. Увеличено количество коммуникативных рубрик, привлеченные эксперты приглашаются в качестве «редакторов номера», расширен и сам список экспертов для внедрения межотраслевого взаимодействия клиентов АНО «Связи с общественностью». Редколлегия журналов также претерпела некоторые изменения в части увеличения команды. Консультантам предложено вести собственные рубрики. Изменился план круглых столов, которые проводит компания для клиентов, перезаключены соглашения со сторонними СМИ в части информационного спонсорства, в том числе в части проведения совместных акций и мероприятий, пересмотрен внешний дизайн изданий.

На этапе корректировки модели и процесса по итогам реализации первых услуг было принято решение о формировании двух пакетных предложений

[18, с. 255] – базовый/стандартный (100 тыс. руб.) и расширенный (150 тыс. руб.). Состав базового стандартного пакета следующий:

1. PR-сопровождение работы.
2. Выявление информационных поводов с дальнейшим освещением в областных и федеральных СМИ (в зависимости от важности повода).
3. Организация встреч, круглых столов и пресс-конференций с привлечением СМИ, отражение динамики процесса в виде новостных поводов и пресс-релизов с последующей рассылкой по областным и федеральным СМИ.
4. Формирование положительного имиджа среди пула журналистов, пишущих на тематику здравоохранения. Укоренение мысли о том, что руководство и рядовые специалисты – эксперты, к которым можно обращаться при необходимости получения профессионального комментария.
5. Ведение переговоров с областными и федеральными общественными организациями, поиск взаимовыгодных точек соприкосновения, формирование информационной платформы.
6. Информационная поддержка сайта, своевременное наполнение и обновление новостного ресурса.
7. Еженедельная информационная рассылка пресс-релизов о деятельности больницы.
8. Ведение мониторинга прессы с регулярным предоставлением аналитического отчета об образе больницы в СМИ.
9. Регулярное размещение материалов в журнале «Личный врач».

Дополнительные возможности (расширенный пакет): вышеописанные услуги с дополнением – ведение социальных сетей, фото- и видеосъемка, печать корпоративной продукции, проведение акций и межведомственное взаимодействие, а также внедрение в работу мобильных приложений (дополнительно 50 тыс. руб./мес.).

Совершенствование модели с использованием принципов кайдзен предполагает более индивидуальный подход к формированию команды экспертов для каждого клиента, повышает охват, обеспечивает информационный резонанс, положительно отражается на имидже компании клиента, повышает узнаваемость бренда и удовлетворенность заказчика деятельностью исполнителя, обеспечивает коммуникации с партнерами [19, с. 91].

Одной из основных выгод информационной модели для клиента является заметное расширение круга экспертного сообщества за счет работы «команды улучшений» – постоянно действующей рабочей группы с переменным экспертным составом. За счет этого растет коммуникативная активность и наращивается PR-потенциал клиента (табл. 2), увеличивается число цитирований, внешних запросов СМИ, мероприятий с участием представителей заказчика, расширяются возможности для бизнеса (в частном и государственном сегмен-

те за счет роста партнерских контактов), сферы влияния (для общественных организаций) [20, с. 296].

Таблица 2

Выгоды для клиентов от внедрения модели

Показатель	Полный цикл	Проектная модель
Средняя стоимость услуги для клиента (базовый пакет), руб.	150 000	100 000
Число межведомственных коммуникаций в год	5–7	10–20

Опыт внедрения такого подхода PR-агентств позволяет сделать вывод о том, что предлагаемая информационная модель позволит укрепить позицию на рынке за счет стабильного высокого качества PR-услуги при сохранении ее цены.

## Список литературы

1. Кириллова В.Л. PR в некоммерческом секторе: практ. пособие. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 127 с.
2. Нагоев А.Б., Стас Н.Т. Технология применения механизма аутсорсинга в сфере социального обслуживания // Право и экономика: прогресс и цифровые технологии: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. – Нальчик: Изд-во Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х.М. Бербекова, 2019. – С. 51–54.
3. Китиева М.И., Мержо М.Ш., Арчакова М.Б. Основные направления формирования рациональной товарной стратегии сельскохозяйственных организаций // Наука и бизнес: пути развития. – 2019. – № 3 (93). – С. 185–187.
4. Богданов В.В. Управление проектами. Корпоративная система – шаг за шагом. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 248 с.
5. Масааки Имаи. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. – 11-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 274 с.
6. Масааки Имаи. Гемба кайдзен. Путь к снижению затрат и повышению качества. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 345 с.
7. Черкасова В.П. Медиаманипулирование общественным политическим сознанием: Телевидение и Интернет. – М.: Весь Мир, 2019. – 154 с.
8. Новая модель медицинской организации, оказывающей первичную медико-санитарную помощь [Электронный ресурс]: метод. рек.: утв. М-вом здравоохр. РФ 30.07.2019. – URL: <https://base.garant.ru/72205018/>
9. Опыт внедрения технологий бережливого производства в здравоохранении: обзор лучших практик / Л.М. Протасова, В.Н. Масунов, В.А. Бойков, И.А. Деев, О.С. Кобякова, Т.А. Суворова, И.П. Шибалков, Г.В. Шнайдер // Со-

циальные аспекты здоровья населения = Social aspects of Population Health: электрон. науч. журн. – 2019. – № 65(4). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-vnedreniya-tehnologiy-berezhlivogo-proizvodstva-v-zdravooxranenii-obzor-luchshih-praktik/viewer>

10. Назаров В.С. Основные направления развития системы здравоохранения России: тренды, развилки, сценарии. – М.: Дело, 2019. – 102 с.

11. Джордж М. Бережливое производство + шесть сигм в сфере услуг. Как скорость бережливого производства и качество шести сигм помогают совершенствованию бизнеса / пер. с англ. Т. Гутман. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 402 с.

12. Чуйкова О.Ю., Гришкова Д.Ю. Особенности внедрения бережливого производства в России // *Фундаментальные науки и современность: междунар. науч. журн.* – Владивосток: Эксперт-Наука, 2019. – № 5(26). – С. 12–18.

13. Бурцев С.А., Горбунова О.А. Стратегический анализ среды функционирования бюджетного учреждения // *Вестник Самарского муниципального института управления.* – 2018. – № 1. – С. 71–81.

14. Федорова Н.В., Данильченко Ю.В. Исследование потребительских барьеров в стратегии информатизации услуг // *Экономика и управление: современные вызовы, тенденции и перспективы развития: материалы XXIII Междунар. науч.-практ. конф.* – Улан-Удэ: Изд-во Вост.-Сиб. гос. ун-та технол. и упр., 2019. – С. 349–353.

15. Мальцева М. Определение финансово-экономического эффекта в бережливом производстве на основе моделирования // *Стандарты и качество: междунар. журн.* – М.: Стандарты и качество, 2019. – № 12 (990). – С. 80–85.

16. Кулагин В., Сухаревский А., Мефферт Ю. Digital@Scale. Настольная книга по цифровизации бизнеса=Digital@Scale. How you can lead your business to the future with Digital@Scale: *практ. рук.* – М.: Интеллектуальная литература, 2019. – 293 с.

17. Марусева И.В. Современный менеджмент: классический и прикладной аспекты. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 542 с.

18. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы: *практ. пособие.* – М.: Дашков и К°, 2018. – 296 с.

19. Цифровая трансформация экономики России: траектория развития / под ред. Н.Г. Кузнецова, Н.Г. Вовченко; Рост. гос. экон. ун-т (РИНХ). – Ростов-н/Д, 2019. – 319 с.

20. Кириллова Н.Б. Медиалогия: моногр. – 2-е изд., стер. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 420 с.

## References

1. Kirillova V.L. PR v nekommercheskom sektore [PR in the non-profit sector]. Moscow, Berlin, Direkt-Media, 2015, 127 p.

2. Nagoev A.B., Stas N.T. Tekhnologiya primeneniia mekhanizma outsorsinga v sfere sotsial'nogo obsluzhivaniia [Technology of implementing mechanism of outsourcing in social services]. *Pravo i ekonomika: progress i tsifrovye tekhnologii*. Proceedings of Int. Sci.-Pract. Conf., Nalchik, Kabardino-Balkarian State University named after H.M. Berbekov, Oct. 17–18, 2019, pp. 51–54.

3. Kitieva M.I., Merzho M.Sh., Archakova M.B. Osnovnye napravleniia formirovaniia ratsional'noi tovarnoi strategii sel'skokhoziaistvennykh organizatsii [Main directions for the development of effective product strategy of agricultural organizations]. *Nauka i biznes: puti razvitiia*, 2019, no. 3(93), pp. 185–187.

4. Bogdanov V.V. Upravlenie proektami. Korporativnaia sistema – shag za shagom [Project management. Corporate system – step by step]. 2nd ed. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber, 2013, 248 p.

5. Imai M. Kaizen: The key to Japan's competitive success (Russ. ed.: Masaaki Imai. Kaidzen. Kliuch k uspekhu iaponskikh kompanii. 11th ed. Moscow, Al'pina Publisher, 2020, 274 p.).

6. Imai M. Gemba Kaizen: A commonsense, low-cost approach to management (Russ. ed.: Masaaki Imai. Gemba kaidzen. Put' k snizheniiu zatrat i povysheniiu kachestva. Moscow, Al'pina Publisher, 2020, 345 p.).

7. Cherkasova V.P. Media-manipulirovanie obshchestvennym politicheskim soznaniem: Televidenie i Internet [Media manipulation of public political consciousness: Television and the Internet]. Moscow, Ves' Mir, 2019, 154 p.

8. Metodicheskie rekomendatsii. Novaia model' meditsinskoii organizatsii, okazyvaiushchei pervichnuiu mediko-sanitarnuiu pomoshch' [Methodical guidelines. A new model of a primary health care organization]. Approved by the Ministry of Health of the Russian Federation of Jul. 30, 2019, available at: <https://base.garant.ru/72205018/>.

9. Protasova L.M., Masunov V.N., Boikov V.A., Deev I.A., Kobiakova O.S. [et al.]. Opyt vnedreniia tekhnologii berezhlivogo proizvodstva v zdravookhraneni: obzor luchshikh praktik [Experience in introducing lean manufacturing into health care: Overview of best practices]. *Sotsial'nye aspekty zdorov'ia naseleniia*, 2019, no. 65(4), available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-vnedreniya-tehnologiy-berezhlivogo-proizvodstva-v-zdravookhraneni-obzor-luchshih-praktik/viewer>.

10. Nazarov V.S., Avksent'ev N.A., Sisigina N.N. Osnovnye napravleniia razvitiia sistemy zdravookhraneniia Rossii: trendy, razvilki, stsenarii [The main directions of development of the healthcare system in Russia: Trends, forks, scenarios]. Moscow, Delo, 2019, 101 p.

11. George M. Lean six sigma for service: How to use lean speed and six sigma quality to improve services and transactions (Russ. ed.: Dzhordzh M. Berezhliov

производство. Shest' sigm v sfere uslug. Kak skorost' berezhlivogo proizvodstva i kachestvo shesti sigm pomogaiut sovershenstvovaniuu biznesa. 2nd ed. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber, 2017, 402 p.).

12. Chuikova O.Iu., Grishkova D.Iu. Osobennosti vnedreniia berezhlivogo proizvodstva v Rossii [Features of implementation of lean manufacturing in Russia]. *Fundamental'nye nauki i sovremennost'*. Vladivostok, Ekspert-Nauka, 2019, no. 5(26), pp. 12–18.

13. Burtsev S.A., Gorbunova O.A. Strategicheskii analiz sredy funktsionirovaniia biudzhethnogo uchrezhdeniia [Strategic analysis of the budgetary institution functioning environment]. *Vestnik Samarskogo munitsipal'nogo instituta upravleniia*, 2018, no. 1, pp. 71–81.

14. Fedorova N.V., Danil'chenko Iu.V. Issledovanie potrebitel'skikh bar'erov v strategii informatizatsii uslug [Reseach of consumer barriers in the strategy of informatization of services]. *Ekonomika i upravlenie: sovremennye vyzovy, tendentsii i perspektivy razvitiia*. Proceedings of XXIII Int. Sci.-Pract. Conf., Ulan-Ude, Sep. 19–21, East Siberia State University of Technology and Management, 2019, pp. 349–353.

15. Mal'tseva M. Opredelenie finansovo-ekonomicheskogo effekta v berezhlivom proizvodstve na osnove modelirovaniia [Determining financial and economic benefits in lean production on the basis of modeling]. *Standarty i kachestvo*. Moscow, 2019, no. 12(990), pp. 80–85.

16. Kulagin V., Sukharevskii A., Meffert Iu. Digital@Scale. Nastol'naia kniga po tsifrovizatsii biznesa [Digital@Scale. How you can lead your business to the future with Digital@Scale]. Moscow, Intellekual'naia Literatura, 2019, 293 p.

17. Maruseva I.V. Sovremennyi menedzhment: klassicheskii i prikladnoi aspekty [Modern management: Classical and applied aspects]. Moscow, Berlin, Direkt-Media, 2019, 542 p.

18. Kuznetsov P.A. Sovremennye tekhnologii kommercheskoi reklamy [Modern technologies of commercial advertising]. Moscow, Dashkov i Ko, 2018, 296 p.

19. Kuznetsov N.G., Panasenkova T.V., Gubar' O.V., Chernysheva N.I. Tsifrovaia transformatsiia ekonomiki Rossii: traektorii razvitiia [Digital transformation of the Russian economy: Development trajectory]. Rostov-on-Don, Rostov State University of Economics, 2019, 319 p.

20. Kirillova N.B. Medialogiia [Medialogy]. 2nd ed. Moscow, Berlin, Direkt-Media, 2018, 420 p.

*Оригинальность 77 %*

Получено 27.04.2020    Принято 19.05.2020    Опубликовано 28.09.2020

**U.M. Stalkina, O.V. Malakhova**

**PROSPECTS FOR THE INTRODUCTION OF INFORMATION  
SUPPORT MODEL FOR PUBLIC  
AND PRIVATE SECTORS' COMPANIES**

The article considers the model of information support for organizations with various forms of ownership. It is based on the project management approach and the principles of lean production (Kaizen). The model includes a basic set of actions that involve a group of experts for implementation. Depending on the needs and tasks of the customer, the focus moves between types and activities, and a new project team is formed. The relevance and effectiveness of the model is assessed by the example of health care providers.

The importance of external and internal communications for health care providers is due to the federal strategies for development of the health care system, focused on providing quality medical services, increasing the satisfaction of patients and health workers, and increasing the efficiency of providers. The successful cases of implementing the principles of lean manufacturing in providing medical services are considered by the example of Samara and Oryol regions (Russia). The main attention is paid to optimizing internal and external communications between all the interested contact audiences. The following steps are taken to address these health facilities:

- analysis of the composition and magnitude of the patient stream in time and space,
- development of a navigation layout with indication of location zones and information areas,
- introduction of 5S principles in the employee workplaces,
- development of internal communication standards,
- introduction of remote channels to the processes (website and call center),
- differentiation of patient stream in time or space,
- implementation of an information system,
- organization of a single information space.

This trend in the development of the healthcare system is reflected in the requests of health care providers while choosing a contractor, so the introduction of Kaizen into a practical model of information support for the company's activities will allow PR agencies to optimize their own processes, ensure the provision of the highest quality services to their clients without increasing its cost, and build a unified communication system while medical services providing.

*Keywords: information model, PR agency, lean manufacturing, lean healthcare, PR support, Kaizen principles, information project.*

**Ulyana M. Stalkina** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Management, Samara University of Public Administration "International Market Institute", Samara, e-mail: [lyana@inbox.ru](mailto:lyana@inbox.ru).

**Oksana V. Malakhova** – Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Department of Political Science and Public Policy, Central Russian Institute of Management, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Oryol, e-mail: [o.v.malahova@mail.ru](mailto:o.v.malahova@mail.ru).

Received 27.04.2020

Accepted 19.03.2020

Published 28.09.2020