

УДК 614.2:617-089

Г.П. КАСЫМОВА¹, Е.А. СЕМЕНКОВА²¹Казахский национальный медицинский университет им. С.Д. Асфендиярова, г. Алматы, Республика Казахстан,²Казахстанский медицинский университет «ВШОЗ», г. Алматы, Республика Казахстан

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ОРГАНИЗАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДОВ ФАСИЛИТАЦИИ



Касымова Г.П.

Данная статья посвящена вопросам актуальности внедрения технологии фасилитации для улучшения организационного управления в медицинских образовательных учреждениях.

Цель исследования. Изучение предпосылок внедрения новых технологий организационного управления в образовательных медицинских организациях.

Материал и методы. Для достижения и реализации цели использовались аналитический и статистические методы. Аналитический метод использовался нами при анализе исследования мнения сотрудников КМУ «ВШОЗ», ЮКГФА и КазНМУ им. С.Д. Асфендиярова методом Топ фасилитация.

Результаты и обсуждение. Проведенный анализ отметил необходимость определения ответственности со стороны руководителей организаций. По нашему мнению, следует использовать потенциал и возможности своих сотрудников и менеджеров для развития управления организацией, привлекая их к обсуждению генерации идей и решений, это позволит создать механизм саморазвивающейся организации, успешной в быстроменяющемся мире.

Выводы. С целью внедрения КМУ «ВШОЗ» новых технологий команда участников фокус-группы предложила следующие предложения: разработать и внедрить маркетинговый план и новые программы с использованием методов для продвижения услуг ВШОЗ (23%); внедрить новые клиентоориентированные подходы для привлечения слушателей (15%); создать отдел HR-менеджмента и ввести дифференцированную оплату для всех сотрудников (13%); внедрить новые формы обучения (13%); создать отдел фандрайзинга и экспертной работы (13%); разработать план укрепления бренда (10%).

Команда участников фокус-группы ЮКГФА в свою очередь также предложила следующее: внедрить в компанию корпоративную культуру, влияющую на взаимодействие отделов (39%); вносить в CRM ОС от клиента и уведомлять отдел маркетинга для разработки рекламы, позволяющей слушателям экономить и почувствовать сделку выгодной (39%); внедрить новые клиентоориентированные подходы для привлечения слушателей (33%); внедрить новые формы обучения (22%); выработать привычки с правильным использованием рабочего времени с помощью разработки шаблона плана действий рабочего дня (22%); укрепление бренда (17%).

Анализ фокус-группы КазНМУ показал, что участниками исследования обращалось основное внимание на внедрение новых клиентоориентированных подходов для привлечения слушателей – 20%, разработку плана развития бренда на международном уровне – 20%, совершенствование инновационных методов обучения – 20%, повышение узнаваемости бренда КазНМУ среди жителей Казахстана – 13%, разработка и внедрение инновационных маркетинговых стратегии для продвижения услуг КазНМУ – 12%, создать отдел по привлечению инвестиций и спонсорской помощи – 10%. Для каждой данной позиции предлагались конкретные цели достижения.

В результате проведенного исследования использование методов фасилитации рассмотрена как новая технология совершенствования организационного управления.

Ключевые слова: фасилитация, организационное управление.

Актуальность статьи обусловлена практически полным отсутствием информации по данному вопросу в Казахстане. В то время как в развитых зарубежных странах технологии работы с большими группами разрабатываются, начиная с 60-х годов, и широко применяются в течение последних нескольких десятилетий, в нашей стране этот процесс находится в зачаточном состоянии [1].

За последние десятилетия разработаны десятки методов фасилитации больших групп, которые успешно применяют-

ся в процессе организационных и социальных изменений в различных сообществах по всему миру [2]. Пионерами в области разработки технологии фасилитации, как особого процесса, повышающего эффективность работы больших групп, можно назвать североамериканских и австралийских психологов (например, Марвин Вайсборд, Рон Липпит и Ева Шиндлер-Рейнман, Эрик Трист и Фред Эмери и др.) [3].

Целью данной работы является изучение предпосылок внедрения новых технологий организационного управления в образовательных медицинских организациях.

Контакты: Касымова Гульнара Пазылбековна, д-р мед. наук, профессор, заведующая кафедрой спортивной медицины и медицинской реабилитации КазНМУ им. С.Д. Асфендиярова, г. Алматы. Тел.: + 7 777 221 1018, e-mail: g.kasymovamed@mail.ru

Contact: Gulnara Pazyzbekovna Kasymova, Doctor of Medical Sciences, Professor, Head of the Department of Sports Medicine and Medical Rehabilitation of Asfendiyarov KazNMU, Almaty c. Ph.: + 7 777 221 1018, e-mail: g.kasymovamed@mail.ru

МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ

Для достижения и реализации цели использовались аналитический и статистические методы. Аналитический метод использовался нами при анализе исследования мнения сотрудников КМУ «ВШОЗ», ЮКГФА и КазНМУ методом ТоР фасилитация.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

В результате исследования нами было изучено мнение сотрудников КМУ «ВШОЗ» для возможности привлечения дополнительных источников финансирования. При этом ставился главный вопрос: «Что мы, как команда профессионалов, можем сделать для привлечения дополнительных источников финансирования». Всего в фокус-группе участвовали 37 сотрудников. В результате проведенного опроса были получены следующие результаты (табл. 1)

Из таблицы 1, что следует наибольший удельный вес (23%) занимают предложения по разработке и внедрению маркетинговых планов и новых программ с использованием методов для продвижения услуг КМУ «ВШОЗ». Для

реализации данной позиции по мнению фокусной группы необходимо внедрить: PR ВШОЗ, грамотный маркетинг, "Десант" ВШОЗ в регионы для привлечения курсантов, внедрение новых методов информирования целевой аудитории (ТВ, радио, СМИ). При реализации данного маркетингового плана необходимо: проводить обучение, анкетирование на сайте; укрепить материально-техническую базу. Важное значение имеет дифференцированная оплата для всех сотрудников. Эта позиция фасилитации занимала по мнению фокус-группы 13%. Обращают внимание на себя предложения о сокращении АУП, перевод его на дифференцированную оплату труда. Среди новых форм обучения важное значение имело обучение на казахском и английском языках. У фокусной группы были предложения о внедрении вечерней формы обучения, а также организация выездных циклов по всему Казахстану. Заслуживают внимания предложения о создании отдела фандрайзинга (13%). Существенная роль отводится грантовой проблеме, которая, к сожалению, в КМУ «ВШОЗ» находится на низком уровне. При разработке плана укрепления бренда КМУ «ВШОЗ»

Таблица 1 – Повышение групповой эффективности сотрудников КМУ «ВШОЗ»

Разработать и внедрить маркетинговый план и новые программы с использованием методов для продвижения услуг ВШОЗ	Внедрить новые клиентоориентированные подходы для привлечения слушателей	Создать отдел HR-менеджмента и ввести дифференцированную оплату для всех сотрудников	Внедрить новые формы обучения	Создать отдел фандрайзинга и экспертной работы	Разработать план укрепления бренда
23%	15%	13%	13%	13%	10%
PR ВШОЗ	Обучение +отдых	Сократить АУП и перевести АУП на дифференцированную оплату труда	Обучение на казахском и английском языках	Создать отдел фандрайзинга или выделить ставку для поиска грантов и т. д.	Создание продуктов для продажи
Грамотный маркетинг	Анкетирование на сайте	Вкладывать в развитие преподавателей	Запустить преподавание на казахском языке	НТП научно-исследовательские проекты	Аккредитовать программы проф., MBA, магистратура и докторантура. Подтвердить аккредитацию НПМ
"Десант" ВШОЗ в регионы для привлечения курсантов	Сделать ВШОЗ более ярким (заметным)	Усиление ППС	Внедрить вечернюю форму обучения	Специалисты для отслеживания процедуры получения грантов на науку	Представление на различных выставках образования
Внедрить новые методы информирования целевой аудитории (ТВ, радио, СМИ) для РК и ЦА	Обучение +лечение	Освободить преподавателей от "бумажек"	Выездные циклы по всему Казахстану и ЦАР	Отдел фандрайзинга	Получить сертификат ВШОЗ сложно, но престижно!

необходима аккредитация программ MBA, магистратуры, докторантуры. Самое главное, как отметила фокус-группа, это получить сертификат. Это сложно, но престижно.

Повышение групповой эффективности сотрудников ЮКГФА

В таблице 2 представлены результаты социологического исследования в ЮКГФА. Оценка результатов работы фокус-группы ЮКГФА была аналогичной фокус-группе КМУ «ВШОЗ». Всего приняли участие 48 сотрудников. Основной упор делался на командный стиль работы профессионалов в данной организации.

Из таблицы видно, что в ЮКГФА существенный удельный вес в отличие от КМУ «ВШОЗ» занимает предложение по внедрению корпоративной культуры. По мнению фокус-группы это влияет на взаимодействие отделов ЮКГФА (39%). Последовательность технологии этой позиции следующая: грамотный пиар-отдел, корпоративный дух всех

отделов, работа в команде, тимбилдинг, любовь к своей работе. Существенную роль, по мнению фокус-группы, играет реклама и пиар-компания. Хорошая реклама – это важная деталь маркетинга, позволяющая экономить и почувствовать выгоду. В структуре внедрения новых клиентоориентированных технологий заметное влияние оказывает саморазвитие сотрудников (тренинги, мастер-классы, брейнринг). Необходим индивидуальный подход каждому слушателю при преподавании новых образовательных программ.

Повышение групповой эффективности сотрудников КазНМУ

В таблице 3 представлены результаты исследования в КазНМУ методом ToP Фасилитация. Всего в фокус-группе участвовало 52 сотрудника.

Анализ деятельности фокус-группы КазНМУ показал, что участниками исследования обращалось основное внимание на внедрение новых клиентоориентированные

Таблица 2 – Повышение групповой эффективности сотрудников ЮКГФА

Внедрить в компанию корпоративную культуру, влияющую на взаимодействие отделов	Вносить в CRM ОС от клиента и уведомлять отдел Маркетинга для разработки рекламы, позволяющей клиентам экономить и почувствовать сделку выгодной	Внедрить новые клиентоориентированные подходы для привлечения слушателей	Внедрить новые формы обучения	Выработать привычки с правильным использованием рабочего времени с помощью разработки шаблона плана действий рабочего дня	Укрепление бренда
39%	39%	33%	22%	22%	17%
Грамотный PR отдел	Реклама и PR-компания	Саморазвитие сотрудников (тренинги, мастер-классы, брейн-ринг)	Обучение на казахском и английском языках	Больше совершать звонков и встреч!	Аккредитовать программы
Корпоративный дух всех отделов	Полная информированность слушателя	Сделать ЮКГФА более ярким (заметным)	Семинары-тренинги зарубежных профес-соров	Быть активнее	Представление на различных выставках образования
Совещание всех отделов о текущих делах, еженедельно	Мотивация	Убрать "барьер" между преподавателем и слушателем	Внедрить вечернюю форму обучения	Приходить на работу за 30 минут	Проводить собеседования для слушателей при окончании циклов
Работа в команде (помощь, поддержка)	Хорошая реклама и интересные предложения	Внедрить дистанционные методы обучения	Выездные циклы по всему Казахстану	Побороть лень и дисциплинировать себя!	
Тимбилдинг, общая мотивация, сплоченность	Бюджетные циклы	Удобное расположение организации			
Правильный настрой каждого в команде	Хорошая реклама компании	Индивидуальный подход к каждому слушателю			
Полюбить свою работу	Гибкий график для слушателей				

подходы для привлечения слушателей – 25%, разработку плана развития бренда на международном уровне – 20%, совершенствование инновационных методов обучения – 20%, повышение узнаваемости бренда КазНМУ среди жителей Казахстана – 13%, разработка и внедрение инновационных маркетинговых стратегий для продвижения услуг КазНМУ – 12%, создать отдел по привлечению инвестиций и спонсорской помощи – 10%. Для каждой предлагаемой позиции предлагались конкретные цели достижения. Так, например, для внедрения новых клиентоориентированных подходов для привлечения слушателей предлагалось проводить: день открытых дверей, разработать гибкий график оплаты, увеличить количество мест в общежитии и улучшить качество условий, внедрить обучение+отдых, стажировку в зарубежных странах. Для продвижения и развития бренда участниками группы предлагалось проводить: выставки образования в Казахстане и за рубежом, приглашать зарубежных преподавателей, давать возможность стажировки и

обучения за рубежом для подающих надежды преподавателей. Для совершенствования инновационных методов обучения предлагали: расширить программы онлайн обучения, внедрить систему проектного обучения; чтобы повысить узнаваемость бренда КазНМУ среди жителей Казахстана, предлагалось: запустить качественные рекламные ролики на TV и в соцсетях, запуск игр в соц.сетях на тему ФЗОЖ, так же провести онлайн соцопрос о престижности профессии врача и обучении в КазНМУ, для большей информации об осведомленности населения о казахстанском здравоохранении, так же фокус-группой КазНМУ было предложено внедрить отдел фандрайзинга и совет для привлечения спонсорской помощи для создания отдела по привлечению инвестиций и спонсорской помощи.

Установлено, что в ЮКГФА, КМУ «ВШОЗ» и КазНМУ важное значение занимает обучение на казахском и английском языках. С целью выработки привычки по правильному использованию рабочего времени необходимо больше со-

Таблица 3 – Повышение групповой эффективности сотрудников КазНМУ

Внедрить новые клиентоориентированные подходы для привлечения слушателей	Разработать план развития бренда на международном уровне	Совершенствовать инновационные методы обучения	Повысить узнаваемость бренда КазНМУ среди жителей Казахстана	Разработать и внедрить инновационные маркетинговые стратегии для продвижения услуг КазНМУ	Создать отдел по привлечению инвестиций и спонсорской помощи
25%	20%	20%	13%	12%	10%
День открытых дверей	Аккредитовать программы проф., MBA, магистратура и докторантура. Подтвердить аккредитацию НПМ	Коучинг преподаватели со студентами	Запустить качественные рекламные ролики на TV и в соцсетях	Разработать СММ стратегию (продвижение в соцсетях)	Создать отдел фандрайзинга или выделить ставку для поиска грантов и т. д.
Разработать гибкий график оплаты	Представление на различных выставках образования в Казахстане и за рубежом	Расширить программы онлайн обучения	Онлайн соц. опрос о престижности профессии врача и обучении в КазНМУ	Запуск социальных роликов, повышающих значимость работы врачей (youtube, TV)	Специалисты для отслеживания процедуры получения грантов на разработку научных проектов
Увеличить количество мест в общежитии и улучшить качество условий	Стажировка и обучение преподавателей за рубежом	Внедрить систему проектного обучения	Запуск игр в соц.сетях на тему ФЗОЖ	Разработать гибкий маркетинговый план продаж услуг	Создать совет для привлечения спонсорской помощи
Обучение+отдых	Получить сертификат КазНМУ престижно!	Организовать выездные курсы по областям и регионам Казахстана	Разработка программ по привлечению старшеклассников в КазНМУ	Создание дополнительных и обучающих программ для продажи	
Стажировка в зарубежных странах	Приглашать зарубежных преподавателей для обмена опытом	Разработать план стажировки студентов в крупных мед. учреждениях			

вершать звонков и встреч, быть активным, приходиться на работу за 30 мин, побороть лень и дисциплинировать себя. Для укрепления бренда большинство участников фокус-группы отметили аккредитацию существующих программ по магистратуре, докторантуре.

Таким образом, проведенный анализ отметил необходимость определения ответственности со стороны руководителей организаций. По нашему мнению, следует использовать потенциал и возможности своих сотрудников и менеджеров для развития управления организацией, привлекая их к обсуждению генерации идей и решений, это позволит создать механизм саморазвивающейся организации, успешной в быстромеменяющемся мире.

ВЫВОДЫ

С целью внедрения КМУ «ВШОЗ» новых технологий команда участников фокус-группы предложила следующие положения: разработать и внедрить маркетинговый план и новые программы с использованием методов для продвижения услуг ВШОЗ (23%); внедрить новые клиентоориентированные подходы для привлечения слушателей (15%); создать отдел HR-менеджмента и ввести дифференцированную оплату для всех сотрудников (13%); внедрить новые формы обучения (13%); создать отдел фандрайзинга и экспертной работы (13%); разработать план укрепления бренда (10%).

Команда участников фокус-группы ЮКГФА в свою очередь также предложила следующее: внедрить в компанию корпоративную культуру, влияющую на взаимодействие отделов (39%); вносить в CRM ОС от клиента и уведомлять отдел маркетинга для разработки рекламы, позволяющей слушателям экономить и почувствовать сделку выгодной (39%); внедрить новые клиентоориентированные подходы для привлечения слушателей (33%); внедрить новые формы обучения (22%); выработать привычки с правильным использованием рабочего времени с помощью разработки шаблона плана действий рабочего дня (22%); укрепление бренда (17%).

В результате проведенного исследования использование методов фасилитации рассмотрено как новая технология совершенствования организационного управления.

Прозрачность исследования

Исследование не имело спонсорской поддержки. Авторы несут полную ответственность за предоставление окончательной версии рукописи в печать.

Декларация о финансовых и других взаимоотношениях

Все авторы принимали участие в разработке концепции статьи и написании рукописи. Окончательная версия рукописи была одобрена всеми авторами. Авторы не получали гонорар за статью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Марчук Е.А. Как привлечь людей к решению собственных проблем // ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – 2000. - №9
 2 Панина Е.М. Организационное развитие: история и современность // Вестник Московского университета. – 2006. - №2. – С. 1–8

3 Bailey D., Dupre S. The Future Search Conference as a Vehicle for Educational Change: A Shared Vision for Will Rogers Middle School, Sacramento, California // Journal of Applied Behavioral Science. - 1992. - P. 510–519.

REFERENCES

1 Marchuk E. A. How to attract people to the solution of own problemsю. EKO. *Vserossiyskiy ekonomicheskiy zhurnal = EKO. All-Russian economic magazine.* 2000;9 (In Russ.).
 2 Panina EM. Organizational development: history and present. *Vestnik Moskovskogo universiteta = Vestnik of the Moscow university.* 2006;2:1–8 (In Russ.)
 3 Bailey D, Dupre S. The Future Search Conference as a Vehicle for Educational Change: A Shared Vision for Will Rogers Middle School, Sacramento, California. *Journal of Applied Behavioral Science.* 1992:510-9

Т Ұ Ж Ы Р Ы М

Г.П. КАСЫМОВА, Е.А. СЕМЕНКОВА

С.Ж. Асфендияров атындағы ҚазҰМУ, Алматы қ., Қазақстан Республикасы,

«ВШОЗ» Қазақстандық медицина университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

ФАСИЛИТАЦИЯ ӘДІСТЕРІН ПАЙДАЛАНА ОТЫРЫП ҰЙЫМДЫҚ БАСҚАРУ ТӘСІЛДЕРІН ЖЕТІЛДІРУ

Бұл мақала медициналық білім беретін мекемелерде ұйымдық басқаруды жетілдіру үшін фасилитация тәсілдерін енгізудің өзектілігіне арналған.

Зерттеудің мақсаты. Медициналық білім беретін мекемелерде жаңа ұйымдық басқару тәсілдерін енгізудегі алғышарттарын зерттеу.

Материал және әдістері. Мақсаттың жүзеге асуы мен орындалуы үшін аналитикалық және статистикалық әдістер қолданы. Аналитикалық әдіс КМУ «ВШОЗ», ОҚМФА және ҚазҰМУ қызметкерлері арасында жүргізілген TOP – фасилитация әдісін сараптау үшін қолданылды.

Нәтижелері және талқылауы. Жүргізілген сараптама мекеме жетекшілерінің жауапкершілігін айқындау қажеттілігін атап өтті. Мекемені басқаруды жетілдіру үшін қызметкерлер мен менеджерлер ұсынған ойларды талқылау мен шешу олардың әлеуеті мен мүмкіндіктерін қолданып, тез дамиды заманға сай өздігінен жетіле алатын механизмі бар мекеменің пайда болуына алып келеді.

Қорытынды. КМУ «ВШОЗ» қызметкерлерінен құрылған фокус-топтама мүшелері жаңа тәсілдерді енгізу үшін келесі ұсыныстарды ұсынды: КМУ «ВШОЗ» қызметтерін жылжыту үшін жаңа әдістері бар бағдарламалар мен маркетингтік жоспарларды ойлап тауып, енгізу (23%); тәлімгерлерді тарту мақсатында жаңа клиентке бағытталған әдістерді енгізу (15%); HR – менеджменті бөлімін құрып, бүкіл қызметкерлерге сараланған ақы төлеу (13%); жаңа оқу түрлерін енгізу (13%); фандрайзинг пен сараптамалық жұмыс бөлімін енгізу (13%); брендті нығайту мақсатында жоспар құру (10%);

ОҚМФА құрылған фокус-топтама мүшелері де сондай - ақ өз ұсыныстарын ұсынды: бөлімдерге әсер ететін корпоративті мәдениетті қалыптастыру және енгізу (39%); тыңдаушыларға ыңғайлы ұсыныс жасайтын маркетинг бөлімін жетілдіру (39%); тәлімгерлерді тарту мақсатында жаңа клиентке бағытталған әдістерді енгізу (33%); жаңа оқу түрлерін енгізу (22%); жұмыс уақытын тиімді пайдалану негізінде жұмыс жоспарын құру (22%); брендті нығайту (17%).

ҚазҰМУ фокус-топтамасында жүргізілген зерттеу нәтижесінде қызметкерлер келесі іс – әрекеттерді қолдануды ұсынды. Жаңа тыңдаушыларды көбейту үшін клиентке бағытталған іс – шараларды қолдану – 25%; әлемдік деңгейге сай брендті өрбіту – 20%; оқу үрдісінің инновационды үрдісін көркейту – 20%; ҚазҰМУ брендінің қазақстандықтар арасында танымалдылығын арттыру

- 15%; инновационды – маркетингтік стратегияларды жасап, ендіру – 12%; қосымша инвестициялар мен ақша көздерін іздейтін бөлім құру – 10%. Қорыта келгенде, топ мүшелері әр ұсынылған бағыттарға мақсаттар қоя білді.

Жүргізілген зерттеудің нәтижесінде фасилитация әдістері ұйымдық басқаруды жетілдіру тәсілі ретінде ұсынылды.

Негізгі сөздер: фасилитация, ұйымдық басқару.

SUMMARY

G.P. KASYMOVA, E.A. SEMENKOVA

Asfendiyarov Kazakh national medical university, Almaty c., Republic of Kazakhstan,

"KSPH" Kazakhstan medical university, Almaty c., Republic of Kazakhstan

FASILITATION OF ORGANIZATIONAL MANAGEMENT WITH USE OF METHODS OF IMPROVEMENT OF METHODS

This article is devoted to questions of relevance of introduction of a technology of a facilitation for improvement of organizational management in medical educational institutions.

The purpose of this work is studying of introduction of new technologies of organizational management in the educational medical organizations.

Material and methods. For achievement and realization of the purpose also statistical methods were used analytical. The analytical method was used by us in the analysis of a research of opinion of employees of KМУ "KSPH", SKCFA and KazNMU by TOP - facilitation.

Results and discussions. The carried-out analysis has noted need of determination of responsibility from heads of the organizations. Our way to opinion, it is necessary to use the potential and possibilities of the employees and managers for development of management of the organization, involving them in discussion of generation of the ideas and decisions, it will allow to create the mechanism of the spontaneous organization successful in the rapidly changing world.

Conclusions. For the purpose of introduction of KМУ "KSPH" of new technologies the team of participants focus - groups has offered the following offers: to develop and introduce the marketing plan and new programs with use of methods for advance of services KМУ "KSPH" (23%); to introduce new customer-oriented approaches for involvement of listeners (15%); to create department of HR management and to enter the differentiated payment for all employees (13%); to introduce new forms of education (13%); to create department of fundraising and expert work (13%); to develop the plan of strengthening of a brand (10%).

Team of participants focus – group of the SKCFA in turn, has also offered the following offers: to introduce the corporate culture influencing interaction of departments (39%) in the company; to bring in CRM OC from the client and to notify department of marketing for development of the advertizing allowing listeners to save and feel the transaction favorable (39%); to introduce new customer-oriented approaches for involvement of listeners (33%); to introduce new forms of education (22%); to develop habits with the correct use of working hours by means of development of a template of the action plan of the working day (22%); strengthening of a brand (17%).

The analysis focus – groups of KazNMU has shown that participants of a research paid the main attention to introduction new the client of the focused approaches for involvement of listeners – 25%, development of the development plan for a brand at the international level – 20%, improvement of innovative methods of training – 20%, increase in recognition of brand KazNMU among residents of Kazakhstan – 13%, development and deployment innovative marketing strategy for advance of services of KazNMU – 12% to create department of attraction of investments and the sponsor's help – 10%. Thus, for each offered position specific goals of achievement were offered.

As a result of the conducted research use of methods of a facilitation is considered how new technology of improvement of organizational management.

Key words: facilitation, organizational management.

Для ссылки: Касымова Г.П., Семенкова Е.А. Совершенствование технологий организационного управления с использованием методов фасилитации // *Medicine (Almaty)*. – 2017. – No 8 (182). – P. 12-17

Статья поступила в редакцию 10.07.2017 г.

Статья принята в печать 14.08.2017 г.