

IMAGINEA INSTITUȚIEI MEDICALE PUBLICE – FACTOR OBIECTIV FUNDAMENTAL AL SISTEMULUI DE SĂNĂTATE DIN REPUBLICA MOLDOVA

Zinaida Lupașcu, dr. în drept, conf. univ.

Departamentul IDEL, Facultatea Construcții Geodezie și Cadastru, Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău, R. Moldova

lupascuzinaida135@gmail.com

THE IMAGE OF THE PUBLIC MEDICAL INSTITUTION - A FUNDAMENTAL OBJECTIVE FACTOR OF THE HEALTH SYSTEM IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

A new direction in management sociology is the administration of the image of medical institutions. When the key component in the form of an image is introduced in the activity of a healthcare institution, it's social ties are qualitatively strengthened by: focusing activities on identifying and meeting the needs of participants in the contact environment (image) of this healthcare institution; producing a positive effect on medical efficiency, social and economic benefits of this healthcare institution. This connection is due to the fact that any medical institution is the most important and vulnerable public institution, which faces various acute changes in the social environment. It also depends on the perception of the contact public, which is very demanding and requires constant state support and from the society itself, which is closely linked to all public organizations and manifestations of the life of that society, suggesting the need for a consolidated participation of all individuals and social institutions in their own formation and development.

Sistemul de sănătate din Republica Moldova este format dintr-o serie de instituții medicale publice și private, dar și de alte agenții și autori-

tăți publice implicate în procesul de prestare, finanțare, reglementare și administrare a serviciilor de sănătate, organizat în conformitate cu principiile de acces universal la servicii de sănătate de bază și de finanțare echitabilă și solidară a serviciilor de sănătate (atât din partea statului, cât și din partea persoanelor fizice prin intermediul asigurărilor obligatorii de asistență medicală). Ana Niculiță, asistent universitar la Școala de Management în Sănătate Publică ne dă o clasificare amplă a instituțiilor medicale. Din punct de vedere a gradului de specializare, instituțiile medicale sunt de nivel primar, secundar și terțiar [1].

În acest context, prin prisma juridică, cât și economică, statul este văzut ca primul și cel mai important exponent responsabil de prestarea serviciilor medicale. Este subiectul principal ce urmează să expună în viață garantarea în apărarea intereselor populației în domeniul ocrotirii sănătății prin sistemul asigurărilor obligatorii de asistență medicală și garantul calității serviciilor acordate populației de către instituțiile și întreprinderile medico-sanitare și farmaceutice, indiferent de tipul de proprietate, forma juridică de organizare și subordonarea administrativă, care este asigurată prin evaluarea și acreditarea capacităților acestor entități pe bază de standarde elaborate și aprobate de Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale [2].

În activitatea de relații publice conceptul de imagine a instituției ocupă un loc central. Anume imaginea reprezintă acel factor obiectiv fundamental care deține un rol esențial în abordarea socială, care este manifestată atât la nivelul proceselor și fenomenelor sociale, cât și la nivelul entităților sale specifice, cum ar fi instituțiile. Acțiunile relațiilor publice sunt îndreptate spre crearea, menținerea și promovarea imaginii unei instituții și trebuie să fie gestionate cu maximă responsabilitate și într-un mod integrat și coerent, întrucât tocmai ele determină imaginea instituției [3].

În noile condiții de activitate, instituțiile medicale sunt motivate să-și organizeze structuri de gestionare a calității, de prevenire a riscurilor medicale și de ajustare a practicilor curente la standardele medicinei bazate pe dovezi. Promovarea unei politici eficiente de management al resurselor umane este o condiție indispensabilă a optimizării stării sănătății populației și sporirii calității serviciilor medicale [4].

Astăzi, tot mai mulți conducători consideră că principalul lor obiectiv constă în îmbunătățirea calității serviciilor prestate. Acesta se întâmplă din motivul că majoritatea consumatorilor de servicii medicale nu mai acceptă îngrijiri de calitate medie sau joasă. Pentru o instituție medicală, ce dorește să se mențină pe piață, nemaivorbind de rentabilitate, singura soluție este adoptarea managementului calității totale. Calitatea este cea

mai bună soluție de a menține fidelitatea cetățenilor față de sistemul de sănătate, cea mai eficace apărare împotriva concurenței, care există deja între instituțiile medicale, și singura cale de dezvoltare și obținere a profiturilor [5].

În literatura de specialitate, imaginea este un concept larg reprezentat, cu toate acestea, nu există clasificări ale definițiilor, abordărilor de cercetare, metodelor de evaluare și metodelor de formare. Din acest motiv, în primul rând, interpretările și punctele de vedere ale cercetătorilor imaginii sunt diferențiate în două grupuri:

1. imaginea este rezultatul unei activități intenționate pentru a-l crea [6];
2. imaginea este un proces necontrolat de creare a unei imagini în mintea oamenilor. Apoi, metodele de formare a imaginii, sunt supuse sistematizării. Ca rezultat, au fost identificate două secvențe logico-teoretice ale acțiunilor experților în construirea unei imagini.
 - primul obiectiv este de a crea atitudini sociale radical noi și de a construi pe baza lor o imagine complet nouă.
 - al doilea obiectiv este de a forma o imagine luând în considerare atitudinile sociale existente [7].
3. în cele din urmă, munca desfășurată cu privire la generalizarea și structurarea evoluțiilor în domeniul imaginii a permis stabilirea faptului că imaginea este capabilă să motiveze acțiunile indivizilor în raport cu orice organizație, iar crearea unei imagini este un proces unic, a cărei utilizare intenționată vă permite să schimbați atitudinile sociale care determină comportamentul acelei persoane. către care se îndreaptă acest proces, formând atitudinile necesare. În consecință, lucrul cu imagini este un instrument eficient pentru gestionarea sistemului social la toate nivelurile [8].

Reiterând cele expuse supra putem enumera o serie de caracteristici pentru o instituție medicală ca sistem medical și social deschis, și anume:

1) variabilitate - toate tipurile de venituri la „intrare” și gradul de influență al subsistemului „transformare” nu sunt constante;

2) dinamism - o schimbare constantă a mediului social stimulează dezvoltarea unei instituții medicale;

3) adaptabilitate - schimbările în macro- și micro-mediul sunt luate în considerare la ajustarea muncii [9];

4) permanență - funcționarea pe termen lung într-un mediu social [10].

În cursul analizei doctrinale și spețelor de caz a instituției de îngrijire a sănătății, s-a constatat că o instituție medicală funcționează într-un mediu extern dinamic și organele de conducere competente trebuie să analizeze în mod constant schimbările în curs pentru a identifica prompt oportunitățile și a anticipa riscurile, a elimina natura statică de manage-

ment și a orienta forțe în optimizarea interacțiunii sociale cu mediul de contact [11].

Experții în domeniu au delimitat trei niveluri ale imaginii instituționale:

- „imanent și parțial inconștient”, care este produs de instituție, fără a fi fost depuse eforturi speciale;

- „situațional și parțial conștient”, cel bazat pe impresii produse de anumite situații unde instituția apare în calitate de protagonist;

- interactiv, care apare în urma eforturilor active, organizate și planificate, întreprinse de organizația în cauză [12].

În fond, din opiniile specialiștilor se configurează clar faptul că imaginea este o construcție complexă, dinamică, flexibilă, aflată mereu în devenire.

Cu alte cuvinte, după cum a remarcat Kenneth Boulding, formarea imaginii unei instituții, adică „instaurarea unei serii de imagini publice împărtășite” este un proces specific în cadrul societății în care, „imaginea nu doar face societatea, societatea reface continuu imaginea” [13].

Principalele direcții ale eforturilor strategice ale instituției medicale în activitățile de imagine au fost determinate, în special:

- îmbunătățirea imaginii și a semnificației sociale a unității medicale în societate, ceea ce va crea un potențial de rezervă utilizat pentru a rezista efectelor negative ale mediului de imagine;

- dezvoltarea și implementarea tehnologiilor pentru interacțiunea eficientă a instituției medicale cu mediul de imagine, ceea ce face posibilă realizarea pe deplin a capabilităților nivelului micro;

- dezvoltarea unor indicatori de criterii pentru evaluarea imaginii, precum și a metodelor de evaluare a efectului economic al parteneriatului social al unei instituții medicale cu contrapartide de imagine.

Concluzii. Astfel, relevanța subiectului pus în discuție este determinată de contradicția dintre necesitatea de a efectua lucrări de imagine de către instituțiile medicale în condiții moderne și lipsa fundamentării științifice a acestei activități în cadrul conceptelor sociologice existente, și anume: 1. importanța strategică de a atrage atenția instituțiilor publice asupra problemelor de protecție a sănătății, care la rândul lor vor crea condiții pentru participarea activă a acestora la dezvoltarea sistemului de sănătate și a parteneriatului socio-economic reciproc benefic pentru toate părțile, deoarece imaginea acționează ca un instrument pentru creșterea eficienței socio-economice a funcționării instituției medicale prin consolidarea legăturilor sale sociale cu cel mai apropiat mediu de contact și cu diverse instituții publice. 2. importanța de a studia și a încerca de a dezvolta structura mediului de imagine

al unei instituții medicale pentru a determina factorii și subiecții care influențează imaginea unei instituții de asistență medicală, deoarece o instituție medicală funcționează într-un anumit mediu de imagine, a cărui analiză va arăta și șterge factorii de influență negativă asupra imaginii unei instituții de asistență medicală și va determina perspectivele dezvoltării acesteia. 3. necesitatea stringentă a dezvoltării unei tehnologii speciale pentru gestionarea imaginii unei instituții medicale, care include o serie de domenii în care este posibil să se analizeze mediul de imagine al unei instituții de asistență medicală la diferite niveluri, cât și să evalueze starea actuală a imaginii și dezvoltării măsurilor pentru dezvoltarea și întărirea acesteia, deoarece prin utilizarea unei tehnologii adecvate de management, imaginea unei instituții medicale poate ceda unui management și unei prognoze eficiente în beneficiul acesteia.

Referințe bibliografice

1. Полякова Н.Г. Менеджмент–наставничество как стиль управления средним медицинским персоналом в ГБУЗ АО «Александро-Маринская областная клиническая больница». In: Актуальные вопросы управления сестринской деятельностью в системе здравоохранения. Астрахань: Изд-во Астраханского ГМУ, 2016, с.148.
2. Turcanu G., Domente S., Buga M., Richardson E. Republic of Moldova. Health system review. In: European Observatory on Health Systems and Policies. 2012, Vol 14, no.7, p.27.
3. Moraru V. Relațiile publice - instrument de promovare a imaginii instituțiilor publice Institutul de Cercetări Juridice și Politice al Academiei de Științe a Moldovei, În: Administrarea Publică. 2015, nr. 4, p.22.
4. Ețco C., Croitoru C. Metode și strategii moderne de optimizare a calității serviciilor medicale chirurgicale, p.162. În: http://repository.usmf.md/bitstream/20.500.12710/4438/1/METODE_SI_STRATEGII_MODERNE_DE_OPTIMIZARE_A_CALITATII.pdf (accesat: 02.09.2021).
5. Мескон М. Основы менеджмента. 2-е изд. М.: Дело, 2000, p.651.
6. Beaudoin, J.P. Company Image Management: Public Relations: Subject and Mastery. Washington, 2001, p.136.
7. Тхориков, Б.А., Спичак И.В. Разработка технологии управления имиджем медицинского учреждения. In: Научные ведомости Белгородского государственного университета. Философия Социология Право. 2008, №4, с.135.
8. Turcanu G., Domente S., Buga M., Richardson E. Republic of Moldova. Health system review. In: European Observatory on Health Systems and Policies. 2012, Vol 14, no.7, p.15.
9. Супрун С.В., Мололкина Л.Ю. Особенности системы управления се-

- стринским персоналом в многопрофильной поликлинике. In: Актуальные вопросы управления сестринской деятельностью в системе здравоохранения. Астрахань: Изд-во Астраханского ГМУ, 2016, с.46.
10. Полякова Н.Г. Менеджмент–наставничество как стиль управления средним медицинским персоналом в ГБУЗ АО «Александро-Мариинская областная клиническая больница». In: Актуальные вопросы управления сестринской деятельностью в системе здравоохранения. Астрахань: Изд-во Астраханского ГМУ, 2016, с.32.
 11. Тхориков, Б. А. Управление имиджем медицинского учреждения. Белгород 2008, с.116-220.
 12. Marin C. Comunicare instituțională. Chișinău: USM, 1998, p.65.
 13. Boulding Kenneth E. The image; knowledge in life and society. Ann Arbor, University of Michigan Press, 1956, p.64.