

contrafacute în vânzare înaintea implementării NSM, 19 % au negat aceasta posibilitate, restul s-au abținut de a răspunde. O situație cu totul altfel o vedem îndată după implementarea NSM, toți cei intervievați au exclus prezența medicamentelor contrafăcute.

Referitor la reclamații privind calitatea medicamentelor 65 % din farmaciști au afirmat că au avut rar astfel de cazuri, 35% nu s-au întâlnit cu astfel de probleme. Implementarea NSM și a serviciilor electronice de evidență a medicamentelor a stîrnit reacții antagoniste în rîndul celor anchetați : 65 % au găsit mai multe lacune în acest sistem, 10 % au susținut ideea și n-au avut nici o pretenție la NSM, pe cînd 25% nu au putut aprecia sistemul dat. Cu toate că clienții farmaciilor au posibilitatea de a verifica autenticitatea etichetei cu fișie latentă, după spusele a 100% din farmaciști de această posibilitate clienții se folosesc foarte rar. Doar la 23% din farmaciști clienții cer bonul de plată rar, pe cînd la 77 % nici nu se interesează de bonul de plată.

Concluzii

În perioada anilor 2005-2009, grație implementării respectivului sistem, au crescut esențial înregistrările medicamentelor, iar farmaciile care l-au implementat au majorat cu circa 235 la sută achitățile în buget.

Aceste informații au fost confirmate pe parcursul analizei chestionarului, dovedind eficiența sistemului implementat în scopul protecției populației/consumatorului de medicamentele contrafăcute.

Totuși medalia are două laturi, după cum au răspuns majoritatea farmaciștilor, sistemul implementat mai are multe goluri, cit din punct de vedere al softului (ONIX) care deseori pe parcursul lucrului are dereglări, atît și din punct de vedere al instruirii, cu parere de rău majoritatea farmaciștilor de la prima masă știu doar cîteva comenzi în acest soft, și dacă ceva nu merge așa cum trebuie nu pot găsi soluționarea problemelor.

Bibliografie

1. Safta V., Constantinov V. “Acordarea serviciilor electronice în scopul protecției consumatorilor de medicamente” (Prezentare la Forul Internațional “Servicii electronice : realizări și perspective” Vadul lui Voda 12.03.2009.).
2. Pharmaceutical Marketing Group “Розничный фармацевтический рынок Молдовы” Киев 2007.
3. AIPM - Remedium Market Bulletin, апрель 2009.
4. Ețco C., Management în sistemul de sănătate, Chișinău, 2006.
5. <http://www.salut.md/news/43177.html>
6. <http://www.azi.md/ro/story/5018>
7. <http://www.eco.md/article/4796/>
8. <http://www.amed.md/>

PARTICULARITĂȚILE CULTURII ORGANIZAȚIONALE A CENTRULUI NAȚIONAL ȘTIINȚIFICO - PRACTIC DE MEDICINĂ PREVENTIVĂ

Tatiana Ursu

(Cond. șt. - Nina Globa, magistrul în Management Sanitar)
Catedra Economie, Management și Psihopedagogie în medicină

Summary

Organizational cultural features of the National Centre of Preventive Medicine

This article reflects the results of a study aimed at assessing and identifying features of the organizational culture of the National Centre of Preventive Medicine. Organizational culture is one of the important recent concepts influencing significantly the way of thinking and action of researchers, teachers, students, managers and entrepreneurs of various organizations

worldwide.

Rezumat

Lucrarea dată reflectă rezultatele unui studiu care a avut drept scop evaluarea și identificarea particularităților culturii organizaționale a Centrului Național Științifico - Practic de Medicină Preventivă. Cultura organizațională reprezintă unul din conceptele importante care s-au afirmat relativ recent și au influențat de o manieră semnificativă modul de gândire și acțiune al cercetătorilor, profesorilor, studenților, managerilor și întreprinzătorilor din diverse organizații, din toate zonele lumii.

Actualitatea temei

Noi trăim în prezent experiența unor transformări complexe, turbulente și adesea paradoxale la toate nivelurile societății, incluzând toate tipurile de organizații. Impactul resimțit atât la nivel de grup cât și individual poate fi considerat șoc cultural. Nu sunt scutite de aceasta nici instituțiile din ramura ocrotirii sănătății [2].

Cultura organizațională constituie un domeniu nou al managementului, cu o istorie relativ recentă, care a început să câștige o acceptare generală abia în anii 80 ai secolului XX [5].

Actualmente, companiile puternice nu se bazează exclusiv pe instrumentele raționale ale managementului științific pentru a realiza o productivitate înaltă. Acestea folosesc cultura: convingerile profunde, valorile comune și eroii care le întruchipează, variate ritualuri și ceremonii pentru a-și formula și susține majoritatea strategiilor și politicilor [1].

Cultura organizațională este considerată a fi „forța” invizibilă din spatele lucrurilor ușor observabile și tangibile dintr-o organizație, este energia socială ce determină oamenii să acționeze. Putem compara cultura organizațională cu personalitatea unui individ, ce întrunește o serie de aspecte vizibile și mai puțin vizibile, dar care furnizează viziunea, sensul, direcția și energia necesară pentru o evoluție [3].

În procesul transformărilor care au loc în societatea contemporană, un rol aparte îi revine culturii organizaționale. Fiind ca factor ce determină succesul activității organizației, cultura reprezintă un element esențial, indispensabil pentru progresul social [4].

Astfel, cultura organizațională prezintă un domeniu de interes major din mai multe considerente.

În primul rând cultura organizațională permite identificarea și descrierea a numeroase elemente reale, *de natură umană* din viața organizației.

În al doilea rând cultura organizațională implică prin natura sa o *abordare uman-managerială foarte concretă, ce are în vedere toți salariații organizației*.

În al treilea rând abordarea organizației și a managementului bazată pe cultura organizațională permite o *mai bună legătură între analizele macro și microeconomice*.

Un ultim element de importanță majoră a culturii organizaționale, care de fapt le sintetizează pe precedentele, rezidă în *impactul substanțial pe care poate să-l aibă asupra creșterii funcționalității și performanțelor organizației*, atât direct, cât și prin intermediul managementului resurselor umane [4].

Cele menționate mai sus, ne-au determinat să inițiem cercetarea în cauză.

Scopul studiului

Evaluarea și identificarea particularităților culturii organizaționale a Centrului Național Științifico-Practic de Medicină Preventivă (CNȘPMP) și elaborarea recomandărilor practice privind consolidarea ei.

Obiectivele studiului

1. Evidențierea și argumentarea rolului culturii organizaționale în CNȘPMP;
2. Studiarea opiniei angajaților CNȘPMP, privind problemele legate de cultura organizațională;

3. Studiarea și evaluarea elementelor (vizibile și invizibile) culturii organizaționale din CNȘPMP;
4. Determinarea tipurilor de culturi existente în CNȘPMP;
5. Elaborarea recomandărilor practice, privind fortificarea culturii organizaționale a CNȘPMP.

Materiale și metode

Studiul a purtat un caracter descriptiv, transversal și s-a desfășurat în perioada 2009-2010, în cadrul Centrului Național Științifico- Practic de Medicină Preventivă, instituție de importanță națională, ce practică activități manageriale și științifico-practice în domeniul medicinei preventive. Pentru atingerea scopului s-au utilizat următoarele metode: interviuarea, chestionarea (aplicarea chestionarului pentru evaluarea culturii organizaționale), testarea (aplicarea testului pentru determinarea tipului de cultură organizațională și a testului pentru determinarea intensității culturii organizaționale), observarea directă. Au fost cuprinși în studiu 40 angajați ai instituției (manageri, medici, asistenți medicali), având vârsta între 21-60 ani. 65 % din respondenți au fost femei și 35 % bărbați.

Discuții și rezultate

Conceptul de cultură organizațională a făcut o carieră foarte rapidă în SUA și, mai recent, în Europa Occidentală. El se bazează pe observația că organizațiile din anumite țări obțin o eficiență economică mai mare decât în alte țări. Spre exemplu, industria japoneză a arătat o rată ridicată de dezvoltare între anii 1950-1980, iar succesul a fost atribuit, în mare parte, politicilor sociale și practicilor de management cu origine în cultura japoneză [6].

Specialiștii din aceste domenii au descris cultura ca fiind o componentă de bază a societății. Mulți dintre ei văd cultura ca ” sistem ce transmite modele de comportament pentru a conecta comunitățile umane în cadrul ecologic înconjurător”.

Accentul pus tot mai mult pe factorul uman, ca resursă principală a organizației, este reflectat și de apariția și de dezvoltarea unor discipline, precum “comportamentul organizațional”, “managementul resurselor umane”, cu larg impact și în practica economică.

Astfel, o serie de factori sociali, precum morala, etica, atașamentul, gradul de satisfacție, implicare etc., la locul de muncă, sînt tot mai mult luați în considerare.

Așa se explică și faptul că în organizațiile competitive se crează echipe mixte formate din psihologi, sociologi, economiști, tehnicieni pentru a analiza aspecte specifice, precum calitatea vieții în organizație, satisfacția oferită de postul obținut, productivitatea muncii etc.

Există o multitudine de definiții, ce au fost date culturii organizaționale. În majoritatea din ele ea reprezintă totalitatea valorilor, simbolurilor, ritualurilor, ceremoniilor, miturilor, atitudinilor și comportamentelor ce sînt dominante într-o organizație, sînt transmise generațiilor următoare ca fiind modul normal de a gândi, simți și acționa și care au o influență determinantă asupra rezultatelor și evoluției acestora.

Deoarece, numeroși autori interpretează cultura organizațională în mod diferit, ni s-a părut interesant să aflăm, cum interpretează cultura organizațională angajații centrului (vezi Diagrama 1).

După cum se observă din diagramă cei mai mulți dintre respondenți (62,5%) interpretează cultura ca un set de valori, norme și credințe, promovate în organizație, mai puțini respondenți - 27,5% interpretează cultura ca fiind atitudinile și comportamentele managerilor și angajaților, și doar 3 % văd cultura ca însăși organizația sau instituția.

Cultura organizațională, ca factor important al mediului intern al organizației, se formează și este determinată de influența altor factori importanți din mediul intern dar și extern al instituției. În acest aspect ni s-a părut important să aflăm care sunt opiniile respondenților privind factorii ce influențează cel mai mult cultura organizațională (vezi Diagrama 2).

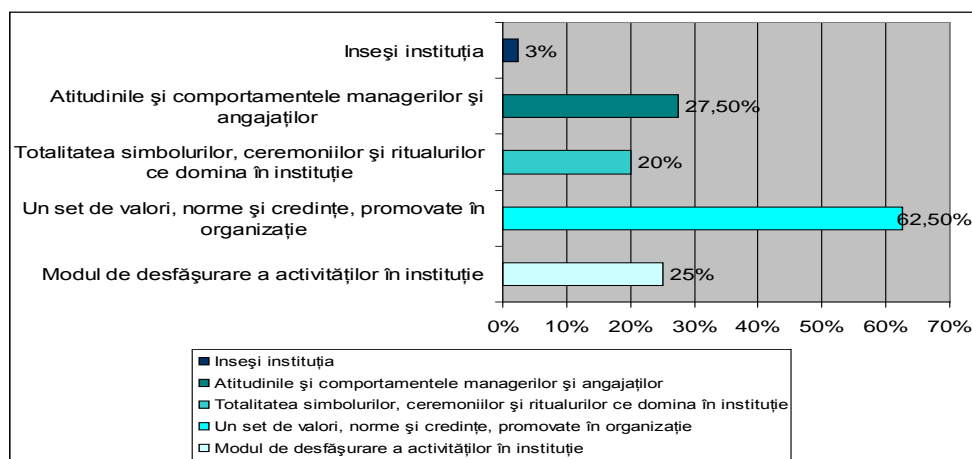


Diagrama 1. *Opiniile respondenților privind interpretarea culturii organizaționale*

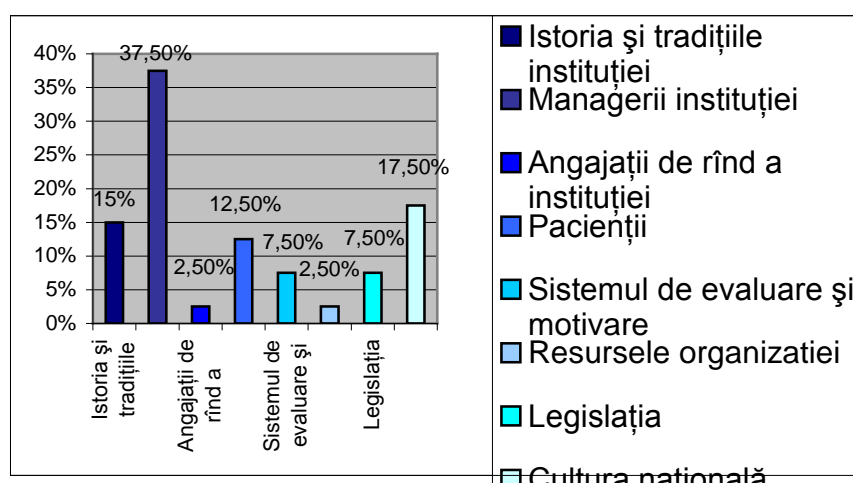


Diagrama 2. *Opiniile respondenților privind factorii ce influențează cel mai mult cultura organizațională*

După cum se observă din diagramă cel mai important factor s-a dovedit a fi managerii instituției pentru 37,5% din respondenți, pentru 17,5% cel mai important factor a fost cultura națională, pentru 15% factorul principal ce influențează cultura organizațională este istoria și tradițiile instituției, pentru 12,5% factorul principal sînt pacienții, în mod egal au fost aleși ca cei mai importanți factori sistemul de evaluare și motivare și legislația cîte 7,5% pentru fiecare, tot în mod egal sînt văzuți angajații de rând a instituției și resursele organizației acumulînd cîte 2,5% fiecare.

Un element esențial al culturii organizaționale, care constituie, de fapt, baza fiecărei culturi îl reprezintă valorile (vezi Diagrama 3).

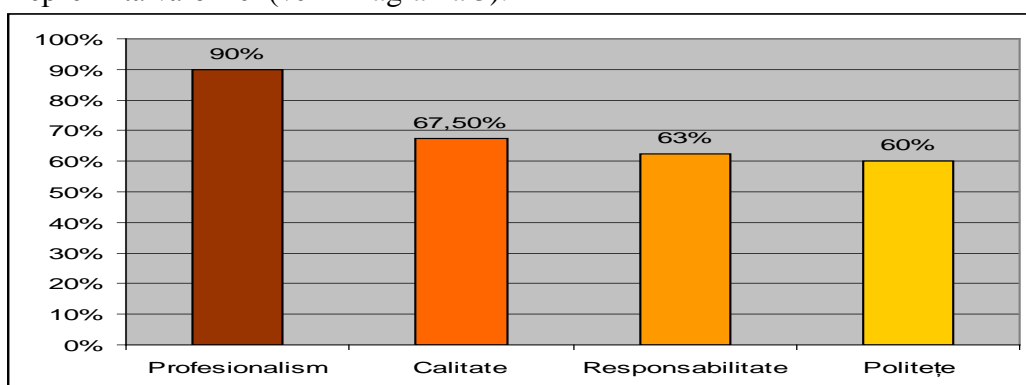


Diagrama 3. *Valorile respectate și promovate de respondenți*

În această ordine de idei, menționăm că 90 % din cei intervievați respectă profesionalismul, în limitele 60-70% sînt respectate calitatea (67,5%), responsabilitatea (63%) și politețea (60%).

Unul alt obiectiv a lucrării a fost determinarea configurației culturilor existente și preferate. Handy descrie următoarele tipuri de culturi expuse mai jos și identificate de noi în cadrul instituției (vezi Diagrama 4):

1. *Cultura Puterii;*
2. *Cultura Rolului;*
3. *Cultura Sarcinii (reușitei);*
4. *Cultura Personală (sprijinului).*

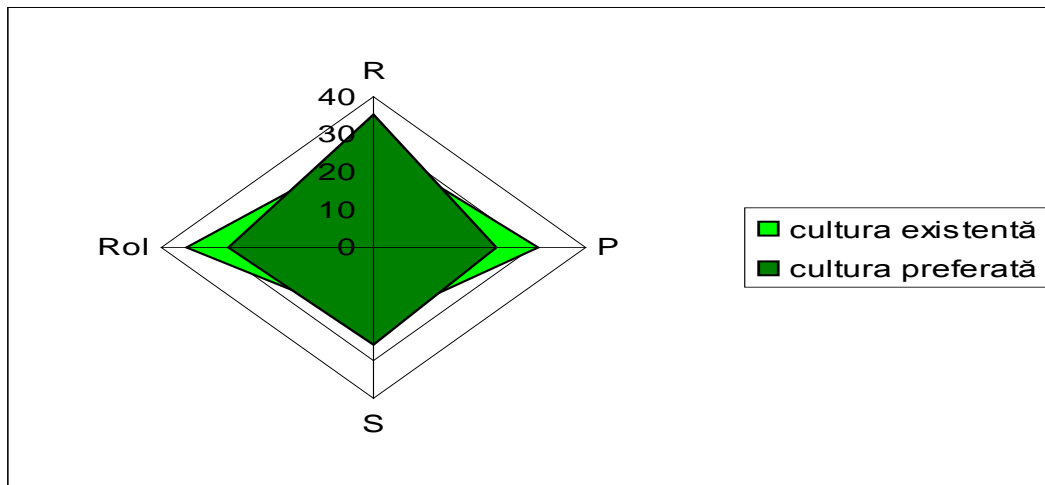


Diagrama 4. *Tipurile de cultură (existentă și preferată)*

Rezultatele studiului denotă că:

- Cultura existentă în CNȘPMP are configurația Culturii Rolului
- Iar cultura preferată de angajați este Cultura Sarcinii (reușitei)

Dacă ne referim la caracterul culturii: pozitiv sau negativ, menționăm că în urma studiului efectuat angajații l-au apreciat cu un punctaj mediu de 3,83 pe o scară de la 1 la 7, ceea ce înseamnă că caracterul culturii este cu tendință spre negativ.

Privitor la intensitatea culturii (puternică sau slabă) putem spune că este o situația similară ca și în cazul caracterului culturii. Pe o scară de la 1 la 7 ea a fost apreciată de către angajați cu un punctaj mediu de 3,93, ceea ce ne vorbește despre faptul că intensitatea culturii tinde spre slab.

Concluzii

1. Cultura Organizațională reprezintă un factor foarte important care influențează și determină rezultatele de activitate ale CNȘPMP;
2. Angajați CNȘPMP, inclusiv managerii, au opinii variate referitor la esența și determinanți CO.
3. Tipurile de culturi identificate în cadrul instituției sunt:
 - după configurație - *Cultura Rolului;*
 - după caracter - *cu tendință spre negativ;*
 - după intensitate - *cu tendință spre slab.*
4. Valorile promovate de angajații centrului sunt: profesionalismul, calitatea, responsabilitatea, politețea, etc.

Bibliografie

1. Androniceanu A., *Managementul schimbărilor*, editura ALL, 1998, p. 97.
2. Carmen Aida-Huțu, 1999.
3. Nastase Marian dr. lect. Univ., cursuri în format digital, “*Cultura organizațională și managerială*”.
4. Nicolescu O. și Verboncu I. “*Management*”. București: Editura Economică, 1995, pag.17-18, pag. 440-442.
5. Nicolescu O., Verboncu I., *Management*, București, Editura Economică, 1997, p. 380-401.
6. Nina Globa. Unele aspecte ale culturii organizaționale în instituțiile medicale din Republica Moldova *Revista Sănătate Publică, Economie și Management în Medicină, Nr.2*, Chișinău, 2005, pag. 4-7.