

SERVICII DE CALITATE ȘI ORIENTAREA CĂTRE CLIENT – NOȚIUNE TEORETICĂ, SAU REALITATE?

Rodica BÎRÎIAC (TÎLTU)

Bibliotecar, serviciu “Asistență de specialitate și cercetări”,
Biblioteca Centrală a Universității de Stat din Moldova

Abstract: *O organizație pentru a se dezvolta (pentru a avea succes), este necesar sa fie orientată către client. Rezultatul deservirii în biblioteci este serviciul de bibliotecă, care are drept scop satisfacerea necesităților informaționale sau morale a utilizatorilor acesteia. De obicei, utilizatorul apreciază calitatea serviciului comparând așteptările sale cu experiența câștigată în utilizarea serviciului respectiv. Încurajarea și facilitarea schimbării în biblioteci presupune acceptarea unor idei și concepte noi, deprinderea unor calificări și competențe noi, renunțarea la tehnici și modele învechite și modificarea tiparelor de comportament tradiționale.*

Cuvinte-cheie: *Bibliotecă, servicii calitative, orientarea către client, satisfacerea nevoilor utilizatorilor.*



Trăim într-un timp al schimbărilor, un mileniu care aduce noi cerințe educaționale. Acestea impun noi metode, altele decât cele folosite pînă acum.

Vechiul și noul sunt două tendințe care se opun și din confruntarea lor se naște esența.

Bibliotecile nu mai reprezintă astăzi doar structuri de conservare și utilizare a rezultatelor creației umane, ele sunt structuri de relație cu utilizatorii lor, structuri deschise, flexibile. O serie de modificări în organizarea funcțiilor și serviciilor lor provin din faptul că ele au încetat de mult să mai fie singura sursă importantă de informație. Pentru ași păstra poziția pe această piață, bibliotecile trebuie să-și îmbunătățească în permanență oferta de servicii și produse pe care le pun la dispoziția utilizatorilor, să-și întărească rolul de furnizor de informații pe care îl au

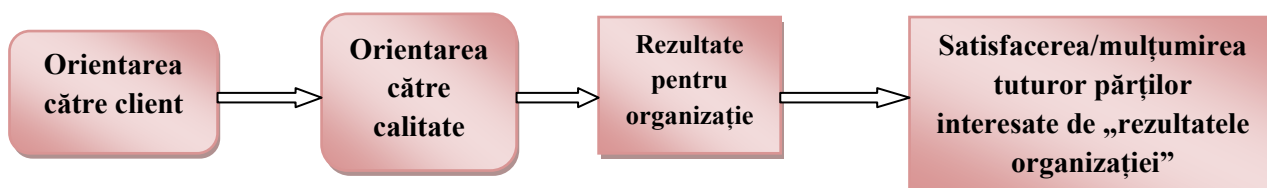
la nivelul societății.[4, p.20]

Într-o epocă a globalizării, aceste structuri au înțeles că este nevoie de reevaluări și readaptări, transformări la nivelul tuturor activităților care se desfășoară în cadrul lor, că este necesară o re poziționare a lor în cadrul societății, o regîndire și o dezvoltare continuă a rolului și funcției specialiștilor în informare. Bibliotecile au nevoie de o cultură colectivă deschisă pentru schimbare, o cultură în care învățarea și creativitatea sunt apreciate și căutate și în care dobîndirea de noi abilități și cunoștințe este un proces permanent.

Beneficiind de o vastă experiență în satisfacerea nevoilor de informare ale utilizatorilor prin permanenta adaptare în timp a produselor informaționale și prin implicarea utilizatorilor și colaborarea cu ei în multe activități, bibliotecile își pot găsi cu ușurință locul în noua economie *bazată pe servicii și pe orientarea spre clienți*.

O organizație are succes în măsura în care reușește să-și dezvolte relații foarte bune cu clienții.

O organizație are foarte bune relații cu clienții dacă le oferă produse/ servicii la calitatea cerută și așteptată. O organizație are succes în măsura în care are capacitatea și abilitatea de a oferi acel nivel de calitate care să aducă satisfacții clientului.[fig.1]



Conform celor menționate, o organizație pentru a se dezvolta (pentru a avea succes), este necesar sa fie

orientată către client. Orientarea către client este strict condiționată de "gradul de mulțumire" a "celorlalte părți interesate de organizație":[2,p.34]

- este condiționată de intensitatea competiției pe piața specifică (preocuparea pentru managementul calității apare în mod real numai în organizațiile care activează pe piețe intens concurențiale)
- este determinată de măsura în care părțile interesate (altele decât clienții) sunt satisfăcute/ mulțumite de rezultatele organizației (părțile interesate permit continuarea existenței organizației);
- crește ca intensitate și determină obținerea rezultatelor (succesul) dacă organizația investește în competența sa generală (uman, tehnic și tehnologic).

Dar să ne clarificăm mai întâi ce semnifică fiecare din noțiunile enumerate mai sus. Într-o definiție foarte generală din *Dicționarul explicativ al limbii române DEX online* se afirmă: "Serviciu are sensul :”1. Acțiunea de a servi; munca prestată în folosul sau în interesul cuiva, și sensul 2. Ocupație pe care o are cineva în calitate de salariat; slujbă;”

Potrivit Asociației Americane, serviciile reprezintă: “ activități, beneficii sau utilități care sunt oferite pe piață sau prestate în asociere cu vânzarea unui bun material”[3, p.26].

Deosebit de concisă se dovedește definiția dată de L.L. Berry, pentru care “serviciul este o activitate, un efort, o performanță”[4, p.12].

Conform definiției date de P. Kotler, “serviciul reprezintă orice activitate sau avantaj pe care o parte îl oferă alteia și care are în esență un caracter intangibil, neavând drept rezultat transferul proprietății asupra vreunui lucru”[2, p. 27].

Cele mai multe definiții întâlnite în literatura de specialitate pun accentul pe faptul că serviciile sunt „activități al căror rezultat este nematerial și nestocabil”, nu se concretizează în produse cu existență de sine stătătoare.

Conform aceluiași *Dicționar explicativ al limbii române DEX online* noțiunea Calitatea este” totalitatea însușirilor și laturilor esențiale în virtutea cărora un lucru este ceea ce este, deosebindu-se de celelalte lucruri. Însușire (bună sau rea), fel de a fi (bun sau rău).”[1]

Există numeroase definiții ale termenului *calitate*, care exprimă un înțeles diferit pentru domenii diferite, formulate de experți diferiți în calitate. Totuși, variantele de definiții acceptate mai frecvent sunt următoarele:

- "corespunzător pentru utilizare" (Cf. J.M.Juran) [2, p. 22]
- "conformitate cu cerințele" (Crosby) [3, p. 17]

Definiția "corespunzător pentru utilizare" este cea mai cuprinzătoare și mai conceptuală în natură. Această definiție accentuează necesitățile clienților și se focalizează pe utilizarea produsului, respectiv asigurarea serviciului prestat.

Calitatea este, prin urmare, o problemă de grad (valoare relativă). Ca urmare, problema centrală a calității este: cât de exact acest set de caracteristici inerente este conform cu acest set de cerințe? Pe scurt, calitatea a ceva depinde de un set de caracteristici inerente și de un set de cerințe și pe cât de exact cele dintâi sunt conforme cu cele din urmă.

Nu există un consens general asupra caracteristicilor calității serviciilor. Christian Grönroos (1984) distinge două dimensiuni ale calității serviciilor, care sunt percepute și evaluate de către clienți: calitatea *tehnică* și calitatea *funcțională*. [8]

Calitatea tehnică a serviciului se concentrează pe ceea ce este furnizat de organizația prestatoare de servicii ca rezultat tehnic al procesului de prestare. *Calitatea funcțională* se concentrează pe *modul* în care este furnizat serviciul. Grönroos sugerează că atributul de calitate funcțională este mai important decât calitatea tehnică în multe piețe de produse, motivul fiind că competența tehnică este un factor de calificare pentru nivelul de intrare spre a fi furnizor de servicii în aceste piețe. Modelul propus de Grönroos aparține așa-numitei "școli nordice" asupra calității serviciilor.

Esența strategiei serviciului o reprezintă calitatea acestuia. Rolul decisiv al calității serviciului este reprezentat de elementele ei esențiale: corectitudine în prestarea serviciului, promptitudine, politețe și amabilitatea în fața consumatorilor.

Cu toată eterogenitatea și dificultatea aprecierii lor, s-au identificat următoarele caracteristici prin care poate fi definită calitatea serviciilor de bibliotecă [2, p. 87]:

- prestarea cât mai corectă a serviciului prin onorarea promisiunilor și executarea lui în cele mai
- bune condiții (prestarea serviciului la timp, respectarea cerințelor de informare ale utilizatorului);
- manifestarea unei responsabilități din partea bibliotecii/bibliotecarului, exprimată prin receptivitate

- și dorință de a răspunde la solicitările utilizatorului (oferirea cu promptitudine a informațiilor, a documentelor solicitate, răspuns la un apel telefonic al utilizatorului);
- competență asigurată prin utilizarea unor cunoștințe de specialitate și a unui personal calificat în prestarea serviciului;
- accesibilitatea serviciului exprimată prin ușurința contactării bibliotecii (mijloace de transport, locuri de parcare, distanță, orar de funcționare, timpul de așteptare pentru prestarea serviciului);
- amabilitatea personalului caracterizată prin politețe, respect, considerație;
- comunicațiile prin care se asigură informarea utilizatorului prin folosirea unui limbaj adecvat, adaptat diferiților utilizatori (explicația conținutului serviciului, a tarifului, convingerea utilizatorului că serviciul îl va satisface);
- credibilitatea asigurată, de regulă, de numele și reputația bibliotecii, trăsăturile specifice bibliotecarilor și gradul de apropiere între bibliotecar și utilizator în timpul prestării serviciului;
- siguranța, care presupune lipsa oricărui pericol, risc, îndoieli în privința prestării serviciului (siguranță fizică, confidențialitate);
- înțelegerea nevoilor utilizatorilor, care presupune atât personalizarea nevoilor, cât și personalizarea relațiilor;
- elementele tangibile care trebuie să fie cât mai atractive: săli de lectură cât mai confortabile, personal cât mai dornic de prestare a serviciilor, aparatură cât mai modernă.

Acestea fiind spuse apelînd la latura normativă, art. 12 din “Codul Etic al bibliotecarului din Republica Moldova”, spune că “În funcție de sarcinile și posibilitățile instituției, bibliotecarul garantează nivelul serviciilor pentru toți beneficiarii bibliotecii, amplificînd accesibilitatea, eficacitatea și diversitatea lor...”, iar această este o obligație morală și profesională a bibliotecarului.

De obicei, utilizatorul apreciază calitatea serviciului comparînd așteptările sale cu experiența câștigată în utilizarea serviciului respectiv. Rezultatul comparației poate fi prezentat schematic astfel (fig. 2):



Rezultatul deservirii în biblioteci este serviciul de bibliotecă, care are drept scop satisfacerea necesităților informaționale sau morale a utilizatorilor acesteia. Dacă comparăm cererea de informare a beneficiarilor cu serviciul de bibliotecă păi putem depista faptul că un șir de elemente a cererii de informare își găsesc reflexie în serviciu oferit de bibliotecă (în cazul în care beneficiarul înțelege exact ce dorește el să primească). În cazul în care cererea nu coincide cu necesitatea reală de informare a utilizatorului, obiectul cererii nu în toate cazurile devine obiectul serviciului. Sarcina bibliotecarului – să ofere consiliere utilizatorului și să satisfacă operativ și complet necesitățile utilizatorului.

Soluția în problema măsurării calității serviciilor o constituie determinarea modului în care utilizatorul o evaluează. P. Kotler identifică zece factori determinanți ai percepției calității unui serviciu valabili și în cazul bibliotecii:[2, p. 67]

Accesibilitate: serviciul este accesibil și oferit la timp?

Credibilitate: instituția este credibilă și de încredere?

Cunoaștere: instituția înțelege cu adevărat nevoile utilizatorilor?

Încredere: serviciul este demn de încredere și consistent?

Siguranță: serviciul este sigur?

Competență: personalul este competent, avînd cunoștințe pentru a presta un serviciu de calitate?

Comunicare: cât de bine a explicat instituția serviciul?

Amabilitate: personalul este amabil, politicos, atent la dorințele utilizatorului?

Sensibilitate: personalul este dornic și operativ în prestarea serviciului?

Concretețe: aspecte fizice: personalul, ambianța și alte atribute reflectă o calitate ridicată?

Serviciile de calitate, orientate spre client, sunt prerogative de bază a managementului oricărei instituții bibliotecare la etapa actuală. Din aceste considerente Biblioteca Centrală a USM în perioada 2010- 2011 a realizat un studiu sociologic cu titlul “ Dacă ați fi bibliotecar, ce ați schimba în serviciile bibliotecii? ”, cu scopul de a studia calitatea serviciilor prestate de către aceasta, precum și a depista căile de ameliorare a

situației existente. Volumul eșantionului de (844 de respondenți, constituiți din studenții anului 1 și 2, secția zi ai USM-ului) a fost calculat după o metodă specială de către specialiștii catedrei Sociologie din cadrul Facultatea Sociologie și Asistența Socială. Astfel la sondaj au participat 26 persoane de la *Fac. Biologie și Pedologie*, 23 de la *Fac. Chimie și Tehnologie Chimică*, 177 de la *Fac. Drept*, 49 de la *Fac. Fizică și Inginerie*, 58 de la *Fac. Istorie și Filosofie*, 52 de la *Fac. Jurnalism și Științe ale Comunicării*, 63 de la *Fac. Limbi și Literaturi Străine*, 36 de la *Fac. Litere*, 105 de la *Fac. Matematică și Informatică*, 57 de la *Fac. Psihologie și Științe ale Educației*, 88 de la *Fac. Relații Internaționale, Științe Politice și Administrative*, 40 de la *Fac. Sociologie și Asistență Socială* și 70 de la *Fac. Științe Economice*.

Întrebați fiind în ce măsură sunteți satisfăcuți de serviciile bibliotecii? 79, 3% au răspuns că sunt *satisfăcuți parțial* de serviciile BCU, 11, 8% sunt *satisfăcuți pe deplin*, iar 8, 9% sunt *nesatisfăcuți* de serviciile noastre. Aceste rezultate ne face să concluzionăm că este loc de mai bine, iar lucru pe care-l facem trebuie îmbunătățit și performat.

Întrebați fiind în cazul în care sunteți nesatisfăcuți de serviciile bibliotecii, care ar fi cauzele? 75, 7% au răspuns că *fondul sărac* este una din cauzele cele mai importante, fapt care explică cauzele nefrecventării bibliotecii. Numai o bibliotecă bine dotată cu informație, de orice gen, va putea răspunde pe deplin necesităților de informare a utilizatorilor săi, în a cui slujbă se află; 23, 3% au optat pentru *aparatură informativă prost organizată*, 17, 9% pentru *incompetența colaboratorilor*, și 8, 2% pentru opțiunea că *nu deține abilități de căutare a informației*, ceea ce ne face să concluzionăm că insatisfacția utilizatorilor ține mai mult de calitatea tehnică a serviciilor, decât de calitatea funcțională, deși și aici avem nu mai puțin de lucru...

La întrebarea Care sunt factorii, după părerea dumneavoastră, ce diminuează frecvența bibliotecii? 27,5% au răspuns că *Internetul* este una din cauzele principale, ceea ce ne face să afirmăm cert că studenții optează pentru informații rapide și comode, 23,2% au răspuns că *Fondul sărac și învechit*, 7,3% au răspuns că *Bibliotecarii (incompetența/attitudinea negativă)* este unul din factori, de unde putem concluziona la fel că insatisfacția utilizatorilor ține mai mult de calitatea tehnică a serviciilor, decât de calitatea funcțională, dar care nu e o scuză pentru acele 7% nemulțumiți de atitudinea bibliotecarilor.

În concluziile studiului putem evidenția un anumit grad al dezinteresului beneficiarilor față de serviciile oferite de către Biblioteca Centrală a USM. Acest dezinteres se manifestă mai vădit în condițiile în care beneficiarii manifestă o cunoaștere slabă a resurselor și serviciilor bibliotecii precum și deprinderi insuficiente de căutare și regăsire a informației. În acest sens s-au întreprins un șir de activități de informare și formare a Culturii Informaționale a utilizatorilor, activități desfășurate la toate facultățile universității, în perioada octombrie - noiembrie 2011, sub genericul „Zilele Bibliotecii Centrale Universitare”.

La fel, în concluziile studiului, s-a conturat și problema relației bibliotecar-utilizator, fapt care am încercat să-l ameliorăm prin includerea în programul de instruire a personalului a trainingului cu genericul „Aspecte psihologice, etice și deontologice în relația bibliotecar-utilizator”, care s-a desfășurat în iulie 2010. Același scop s-a urmărit și în cadrul mesei rotunde: „Bibliotecarul între profesie, vocație și educație”.

Încurajarea și facilitarea schimbării în biblioteci presupune acceptarea unor idei și concepte noi, deprinderea unor calificări și competențe noi, renunțarea la tehnici și modele învechite și modificarea tiparelor de comportament tradiționale. R. Stueart și B. Moran percep bibliotecile ca un sistem deschis care, primind informații din exterior, le transformă și le pune la dispoziția mediului social în care funcționează.[11] În biblioteci, accentul cel mai important în ceea ce privește schimbarea ar trebui pus la nivelul proceselor de comunicare, participare și învățare, deoarece astfel se poate crea o *cultură continuă* a inovării în aceste organizații.

Referințe bibliografice:

1. CETINĂ, Iuliana, Nora MIHAI și Mihai ORZAN. Servicii de marketing în sectorul serviciilor. In: Revista de Marketing Online, 1(3). [citată 20. 06 2012]. Disponibil: <http://www.edumark.ase.ro/RePEc/rmko/3/8.pdf>
2. *Dicționarul explicativ al limbii române DEX* [online]. [Accesat 21. 06 2012]. Disponibil: <http://dexonline.ro/>
3. KOTLER, Philip. Principiile marketingului. București : Teora, 1998. 135 p.
4. LOGHIN, Octavian. **Orientarea către calitate - consecința a orientării către client a organizației** [online]. *Premier Management*, 08 martie 2000 [citată 20. 06 2012]. Disponibil: <http://www.>

premier-management.ro/articol18.html

5. NEUBAUER, Wolfram. Marketingul în bibliotecă. București : Kriterion, 1998. 254 p.
6. OLTEANU, V., CETINĂ, I. Marketingul serviciilor. București : Marketer -Expert, 1994. 326 p.
7. PORUMBEANU, Octavian-Luciana. Despre schimbare la nivelul bibliotecilor în era globalizării. In: Studii de biblioteconomie și știința informării, 2006, 9/2005, 10/2006, 97-102
8. PURCĂREA, A. Marketing . București : Printech, 1999. 129 p.
9. SALAUN, Jean Michel. Adaptons le marketing aux logiques documentaires. In: *Documentaliste. Science de l` information*, 1966, 33(2), 112 p.
10. ДЕВДАРАИДЗЕ, Е.А. Проблемы эффективности библиотечного обслуживания [online] [Accesat 20.06 2012]. Disponibil: [http// lib.omgtu.ru/Data/Pages/349/Devdaraidze.doc](http://lib.omgtu.ru/Data/Pages/349/Devdaraidze.doc)
11. ПОЛЛ Р., БОКХОПСТ П. Измерение качества работы. Международное руководство по измерению эффективности работы университетских и других научных библиотек. М., 2001. 152 p.