



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



***Quality services and customer orientation –
theoretical notion or reality?***

Rodica BÎRÎIAC

Abstract: *To develop a successful organization it is necessary to be oriented to the client. The result of service in the library is library service, which aims to meet the information or moral needs of its users. Usually the user appreciates the service quality comparing its expectations with gained experience in using the service.*

Encouraging and facilitating change in the libraries assumes the acceptance of new ideas and concepts, taking over some new skills, qualifications and giving up outdated techniques and models and changing the traditional patterns of behavior.



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

Vechiul și noul sînt 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 acestea au încetat de mult să mai fie singura sursă importantă de informație. Pentru a-și păstra poziția pe piața informațională, 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]

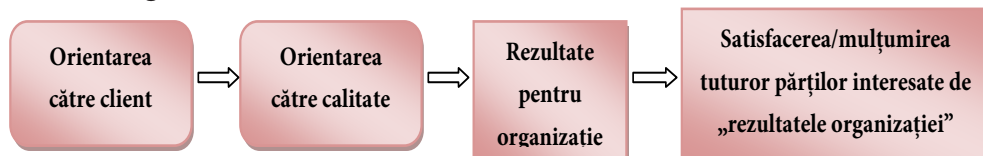
Într-o epocă a globalizării, factorii de decizie ai acestor structuri au realizat că



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 sînt apreciate și căutate și în care formarea noilor abilități și competențe 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.3 4]:

- **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 decît 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 întii ce semnifică fiecare din noțiunile enumerate mai sus. Într-o definiție foarte generală din **Dicționarul explicativ al limbii române DEX on-line** 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, neavînd drept rezultat transferul proprietății asupra vreunui lucru"[2, p. 27].

Cele mai multe definiții întîlnite în literatura de specialitate pun accentul pe faptul că serviciile sînt „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 on-line** noțiunea **Calitate** este definită ca "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 sînt 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: cît 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 cît de exact cele dintîi sînt conforme cu cele din urmă.

Nu există un consens general asupra caracteristicilor calității serviciilor. Christian Grönroos (1984) distinge două dimensiuni ale calității serviciilor, care sînt 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 decît calitatea tehnică în multe piețe de produse, motivul fiind faptul 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 față de consumatori.

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/biblioteca-
rului, 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, con-
siderație;
- comunicațiile prin care se asigură informarea utilizatorului prin fo-
losirea unui limbaj adecvat, adaptat diferiților utilizatori (explicația
conținutului serviciului, a tarifului, convingerea utilizatorului că ser-
viciul îl va satisface);
- credibilitatea asigurată, de regulă, de numele și reputația bibliotecii,
trăsăturile specifice bibliotecarilor și gradul de apropiere între bib-
liotecar 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 atît 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 aceasta este o obligație morală și profesională a bibliotecarului.

De obicei, utilizatorul apreciază calitatea serviciului comparînd așteptările sale cu experiența cîștigată 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 ale utilizatorilor acesteia. Dacă comparăm cererea de informare a beneficiarilor cu serviciul de bibliotecă, putem depista faptul că un șir de elemente ale cererii de informare își găsesc reflectare în serviciul 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 este 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*: cît 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, sînt prerogative de bază ale managementului oricărei instituții bibliotecare la etapa actuală. Din aceste considerente Biblioteca Centrală a USM, în perioada 2010 - 2011, a realizat un studiu sociologic cu genericul “ **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 Facultății Sociologie și Asistență 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 măsura sunteți satisfăcuți de serviciile bibliotecii?** **79, 3%** au răspuns că sînt *satisfăcuți parțial* de serviciile BCU, **11, 8%** sînt *satisfăcuți pe deplin*, iar **8, 9 %** sînt *nesatisfăcuți* de serviciile noastre. Aceste rezultate ne fac să concluzionăm că este loc de mai bine, iar lucru pe care-l realizăm trebuie îmbunătățit și performat.

O altă întrebare a fost: **În cazul în care sînteți nesatisfăcuți de serviciile bibliotecii, care ar fi cauzele?** **75, 7%** au răspuns că una din cauze este *fondul sărac*, fapt care explică motivul 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 serviciu 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, decît de calitatea funcțională, deși și aici avem nu mai puțin de lucru...

La întrebarea **Care, după părerea dumneavoastră, sunt factorii ce diminuează frecventarea 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/atitudinea negativă)* este unul din factori, de unde putem concluziona la fel că insatisfacția utilizatorilor ține mai mult de calitatea tehnică a serviciilor, decît de calitatea funcțională, dar care nu e o scuză pentru cei **7%** de utilizatori 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 insuficientă a resurselor și serviciilor bibliotecii, precum și a lipsei unor competențe 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, cu genericul **„Zilele Bibliotecii Centrale Universitare”**.

La fel, în concluziile studiului, s-a conturat și problema relației bibliotecar-utilizator, pe care am încercat s-o ameliorăm prin includerea în programul de instruire a personalului a trainingului cu genericul **„Aspecte psihologice, etice și deontologice în relația bibliotecar-utilizator”**, 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 bibliotecă 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 bibliotecă, 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). [citat 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 [citat 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, Octavia-Luciana. *Despre schimbare la nivelul bibliotecilor în era globalizării*. In: *Studii de biblioteconomie și știința informării*, 2006, 9/2005, 10/2006, pp. 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.

