

Università degli Studi di Trieste

Facoltà di Scienze della formazione

Corso di laurea magistrale in Servizio Sociale, Politiche
Sociali, Programmazione e gestione dei servizi
A.A. 2020-2021

**Organizzazione aziendale, imprese di servizi,
modelli valutativi**

Dott.ssa Anna Zenarolla

Cos'è la qualità secondo le norme ISO

Qualità: L'insieme delle proprietà e delle caratteristiche di un prodotto o di un servizio che conferiscono ad esso la capacità di soddisfare esigenze espresse o implicite

Le molte dimensioni della qualità

- *Qualità valutata dal cliente, qualità professionale, qualità gestionale;*
- *Qualità tecnica, qualità umana, qualità economica, qualità sociale*
- *Qualità manageriale, qualità tecnica, qualità percepita*

Le cosiddette “6 P” della qualità

- *Dal punto di vista dell'utente e dei suoi bisogni: qualità **prevista** o pretesa e qualità effettivamente **percepita***
- *Dal punto di vista dell'offerta e degli obiettivi del servizio: qualità **progettata** e qualità effettivamente **prodotta***
- *Dal punto di vista del servizio e dell'utente: qualità **pattuita***
- *Dal punto di vista dei servizi: qualità **paragonata***

I molti contenuti della qualità

- *Accessibilità*
- *Appropriatezza*
- *Competenza*
- *Continuità*
- *Efficacia*
- *Efficienza*
- *Sicurezza*
- *Tempestività*
- *Umanizzazione*

Più dimensioni e contenuti da integrare

- *La “qualità” dei sistemi e servizi sanitari non si riduce a una delle dimensioni indicate, ma si compone del loro insieme.*
- *Esse infatti solo se si integrano reciprocamente offrono una significativa risposta alle attese di quanti si rivolgono ai servizi finalizzati alla tutela e promozione della salute, e di quanti in questi servizi operano.*

Qualità sociale

- un processo di *costruzione sociale*, nel senso di *socialmente costruito*. [...] La qualità è *l'esito di processi di collaborazione e interazione* tra soggetti ciascuno dei quali, a vario titolo, partecipa ad un processo di coproduzione e di codeterminazione di un benessere sociale che comprende al suo interno tutti i fattori di soggettività e intersoggettività che definiscono il benessere delle persone

Qualità sociale

- “[...] la qualità sociale generata o coltivata dalle politiche sociali chiama in causa, di nuovo, il grado di agency che esse riescono a sviluppare, il grado di partecipazione dei diretti interessati alle scelte che li riguardano, come parametro di partecipazione dei cittadini alla vita sociale, alla democrazia. [...] la qualità sociale non è riducibile né alla qualità della vita e relativi indicatori di benessere, né a indicatori e certificati di qualità dei servizi, concepiti questi come erogatori di beni e prestazioni”.

La valutazione della qualità

Il 'Cerchio della qualità dei servizi' (ISO)



Simbologia



Esigenze / Risultati



Processi



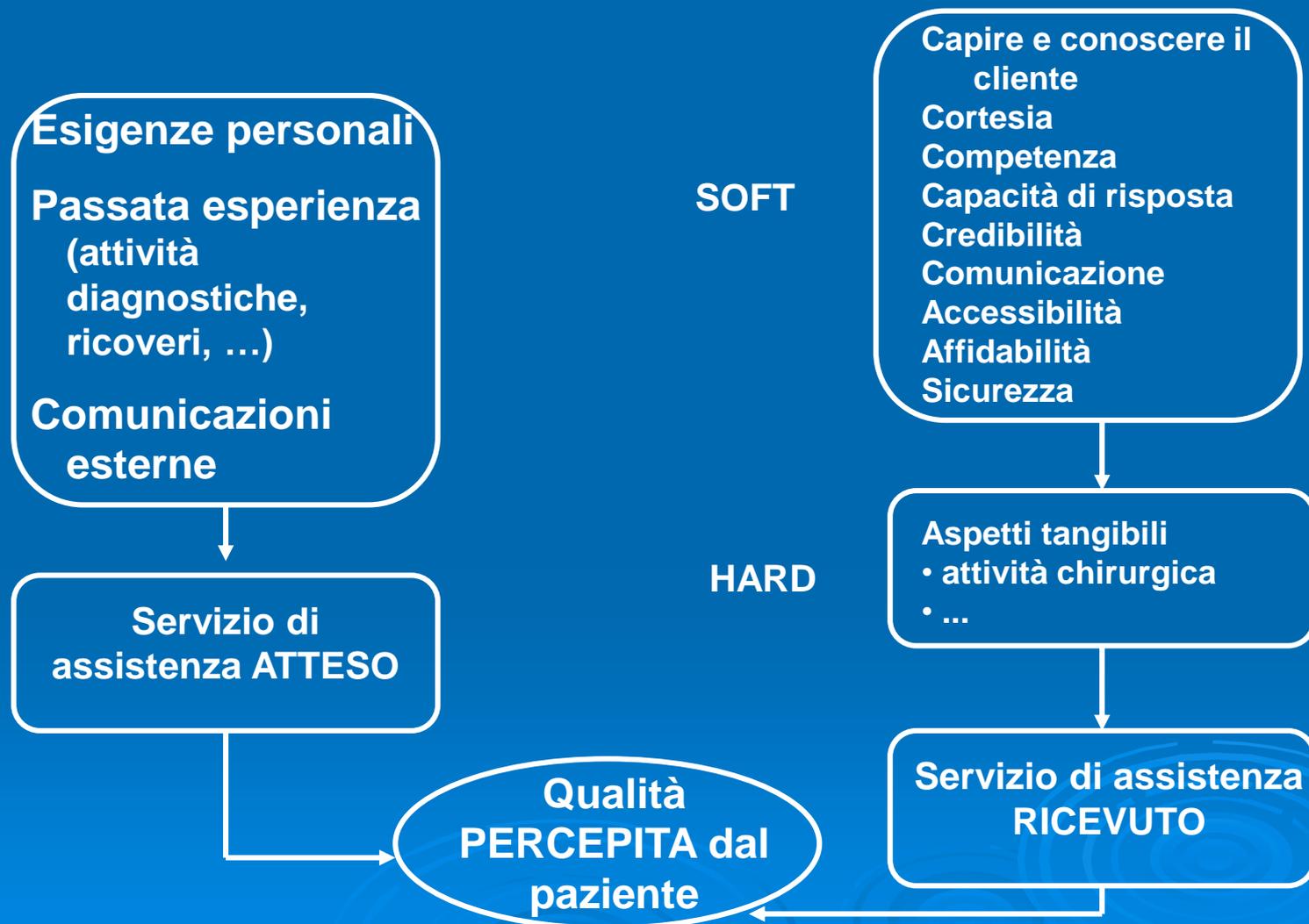
Documenti



Valutazioni

La valutazione della qualità

Il servizio percepito dal paziente nella struttura ospedaliera



La valutazione della qualità

Lo spazio negoziale nella qualità



La valutazione della qualità

4 caratteristiche fondamentali: 1) la relazione

Si valuta la relazione, e non gli oggetti

in quanto questi sono semplici media, veicoli del servizio erogato; valutando i prodotti in realtà valutiamo le componenti sociali del lavoro che incorporano: sollecitudine, perizia, cortesia, efficacia, ...



è cordiale e sorridente? (ovvero: ha un orientamento al cliente?)

il profumo è gradevole? la cottura è adeguata? (ovvero: il cuoco è stato bravo?)

la varietà dei cibi è soddisfacente?
(ovvero: l'addetto all'approvvigionamento ha scelto con competenza?)

è pulito? è sollecito? (ovvero: il direttore del personale opera un controllo adeguato?)

La valutazione della qualità

4 caratteristiche fondamentali: 2) soggettività

è sempre legata a fattori culturali, affettivo-cognitivi, ambientali, soggettivi

“...in Germania non sanno cuocere la pasta come da noi!”

(modelli culturali, consuetudini, ecc.)



quando ero giovane digerivo anche i sassi, questa roba proprio non la posso mandare giù! (fattori soggettivi; la 'nostra' storia personale)

il cibo è cotto poco? troppo cotto? salato o insipido? (risponde ai nostri gusti? e a quelli dei nostri commensali?)

è troppo azzimato? ci ricorda nostro cugino Osvaldo?

(opinioni, contesto, stereotipi...)

La valutazione della qualità

4 caratteristiche fondamentali: 3) *accountability*

è rilevabile solo in quanto espressione

osserviamo il cameriere o siamo distratti?

(giudichiamo quello che conosciamo, di cui abbiamo esperienza)



quali paragoni, esperienze e metri adottiamo nel giudicare la qualità dei

cibi? ('buono' relativamente a che cosa? 'Caro' rispetto a quali parametri?)

qual'è la nostra competenza linguistica?
e il nostro interesse ad esprimere in
modo complesso un giudizio sul cibo?

(come esprimiamo il giudizio? Come lo modifichiamo in relazione ai pareri altrui?)

La valutazione della qualità

4 caratteristiche fondamentali: 4) qui e ora

ciò che è rilevabile vale solo “qui ed ora”, e con la clausola ceteris paribus

c'è variabilità fra soggetti diversi e nello stesso soggetto; ciò che è rilevabile vale comunque solo “a parità di altre condizioni” e nel contesto dato



Avete finito il pesce? Allora dovrò mangiare per forza carne! (Vincoli e

opportunità sono legate al contesto specifico, nel momento specifico)

Ieri ci era sembrato più buono! (Anche il nostro giudizio è legato a variabilità in relazione a situazioni particolari)

Caratteristiche della qualità e implicazioni per la valutazione

Relazione



Analisi degli attori sociali coinvolti direttamente o indirettamente, loro ruoli...

Soggettività



Valori, bisogni, interessi in gioco; chi guadagna e chi perde...

Accountability



Fonti delle informazioni ('dati', opinioni...), loro natura, significato, validità

Qui e ora



Generalizzabilità e suoi limiti; vincoli e risorse del contesto; ...

Cos'è la valutazione della qualità

- Analisi dei processi, degli attori coinvolti, dei loro obiettivi, valori, interessi
- Ricerca di criteri e parametri di giudizio aderenti al contesto, flessibili, riconoscibili e accettabili dagli attori in gioco e dai decisori
- Riflessione e proposta indirizzata al sostegno della decisione e – quindi – utile e utilizzabile
- Sistema di analisi, di giudizio, di osservazione, per un efficace ed efficiente intervento sul processo e sui suoi risultati

Oltre la customer satisfaction

appunti da Giarelli G., (2002) *Oltre la «customer satisfaction»: il problema di cogliere la complessità di un punto di vista*, in Cipolla C., Giarelli G., Altieri L., *Valutare la qualità in sanità*, Franco Angeli, Milano, pp. 127-160

- Si basa su due assunti
 - Servizi pubblici come mercato
 - Cittadino come cliente
- Due presupposti inapplicabili al contesto dei servizi sociali e sanitari anche in regime di quasi mercati e di concorrenza amministrata per profonde differenze di finalità (mission) e di modalità con cui esse vengono espresse strategicamente (vision)

- Cliente: homo economicus, razionalità economica, ben informato e in grado di operare le scelte in un mercato perfettamente trasparente
- Interazione personale: carattere strutturale tipico dei servizi sanitari e alla persona che rende inapplicabile l'idea di utente come consumatore, va oltre la co-produzione del mercato;
- Ruolo degli operatori e della rete informale

- Concetto scarsamente tematizzato in modo esplicito
- Costrutto sociale attraverso il quale il ricercatore interpreta l'esperienza dei soggetti con i servizi e il significato attribuito ad essa sulla base di una serie di assunzioni implicite ed esplicite che portano a considerarlo come una forma di valutazione basata sul soddisfacimento delle aspettative

- Collegamento soddisfazione-aspettative è ambiguo
- Ruolo di due aspetti: credenze (area cognitiva) + valutazioni (area affettiva)
- Nella valutazione del servizio intervengono:
 - Aspettative sui risultati percepiti come probabili
 - Valore attribuito al servizio
 - Ritenerne di aver diritto a determinate prestazioni
 - Valutazione individuale di ciò che avviene in relazione con altri e con precedenti esperienze
 - Percezione degli eventi che hanno effettivamente luogo

- Soddisfazione come realizzazione delle aspettative è un concetto inadeguato; ciò che conta per la soddisfazione non è tanto la congruenza quanto l'incongruenza ossia se il servizio è stato migliore o peggiore del previsto
- Aspettative non sempre ci sono e sono sempre meno quanto più sofisticato e complesso è il servizio
- Ruolo della fiducia nella competenza degli operatori sembra prevalere rispetto alle aspettative

Ripensare la relazione aspettative-esperienze-soddisfazione

- Variabili antecedenti: caratteristiche sociodemografiche (sesso, età, titolo di studio);
- Variabili indipendenti: determinanti psicosociologiche, culturali (aspettative, bisogni, credenze);
- Variabili intervenienti: esperienze del soggetto con i servizi (accesso, costi, confort, ...)
- Variabile dipendente: qualità percepita