

MANAGEMENTUL CALITĂȚII SERVICIILOR DE TRANSPORT A PASAGERILOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Autori: I.s. Diana OSIPOV, Snejana GÎSCĂ

Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: Ținând cont de caracteristicile generale care diferențiază calitatea serviciilor de transport de cea a produselor (intangibilitatea, inseparabilitatea, variabilitatea, perisabilitatea și lipsa proprietății) sunt reliefate principalele acțiuni pentru fundamentarea unui sistem eficient de management a calității în transportul de pasageri în Republica Moldova. În scopul îmbunătățirii managementului calității serviciilor de transport a pasagerilor, se intervine cu măsuri de compensare a acelor criterii fundamentale ce coagulează particularitățile determinative ale calității prestării serviciilor de transport.

Cuvinte cheie: calitate, intangibilitate, inseparabilitate, variabilitate, perisabilitate, lipsa proprietății.

Considerații generale

Începând cu anii '80 ai secolul trecut, întreprinderile occidentale, în special cele americane, au înțeles două aspecte neglijate până atunci:

- importanța calității și satisfacerii clienților, asigurându-se astfel succesul întreprinderii;
- necesitatea considerării calității nu numai ca obiectiv unic, ci și ca obiectiv de management.

Calitatea reprezintă o latură esențială a produselor și serviciilor. În conformitate cu STAS ISO 8402 – 1995, calitatea reprezintă ansamblul de proprietăți și caracteristici ale unui produs sau serviciu care îi conferă acestuia aptitudinea de a satisface necesitățile exprimate sau implicite ale clientului.

Dicționarele sau literatura de specialitate oferă numeroase alte definiții ale calității, ca de exemplu:

- Calitatea este satisfacerea clientului („customer satisfaction”);
- Calitatea este aptitudinea de a fi corespunzător utilizării („fitness for use”);
- Calitatea este ceea ce clientul e dispus să plătească în funcție de ceea ce obține și valorifică [1, p.6] .

Astfel, se explică infiltrarea și extinderea acestui concept și în sectorul transporturilor, unde nu exista o definiție universal acceptată a calității, fapt care a inhibat elaborarea unui model general valabil.

Penru a fundamenta principalele trăsături ale managementului calității serviciilor de transport de pasageri, se evidențiază trăsăturile esențiale care delimitează calitatea serviciilor de cea a produselor. Aceste caracteristici identifică aspectele esențiale specifice ale calității în transporturi și reliefează acțiunile generale menite să contribuie la ameliorarea calității prestației, comensurate atât din punctul de vedere al beneficiarului (clientul), cât și al celui care exploatează sistemul.

Particularitățile managementului calității în transporturi

În stabilirea principalelor acțiuni pentru creșterea calității de performanță a transporturilor trebuie avute în vedere caracteristicile generale care diferențiază calitatea serviciilor de cea a produselor: intangibilitatea, inseparabilitatea, variabilitatea, perisabilitatea, lipsa proprietății, precum și sferile largi de extindere a calității transporturilor în viața economico-socială și în problemele mediului natural și artificial în care se desfășoară.

Sistemul de servicii este superior ierarhic celui de producție, deoarece în acesta se combină aspecte de ordin tehnic cu aspecte umane greu de cuantificat și măsurat. Pe măsură ce ne aprofundăm în particularitățile specifice ale sectorului productiv (industria productivă) și a celui neproductiv (industria serviciilor) conștientizăm că misiunea întreprinderilor de transport de pasageri se sensibilizează o dată ce în prestarea acestui serviciu, producătorul și cosumatorul sunt deopotrivă implicați, pe când în industria productivă producătorul este singura parte implicată în realizarea produsului. Și, de aceea pe măsura dorinței de aplicare a determinativului *calitate în servicii*, este necesar ca întreprinderile de transport să monitorizeze preferințele, doleanțele pasagerilor față de serviciul în cauză, ce ar justifica alegerea unei sau altei companii de transport sau mijloc de transport propus.

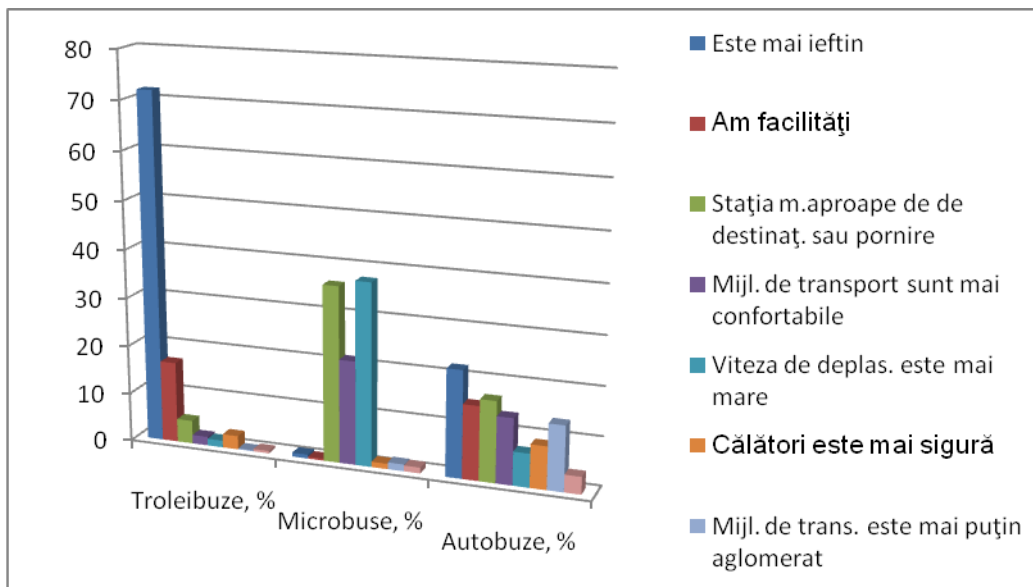


Fig. 1. Justificarea utilizării rețelei de transport, % din numărul călătorilor a rețelei corespunzătoare

Din diagramă rezultă că principalele avantaje oferite de către operatorii de transport cu troleibuze și autobuze sunt prețul jos și facilitățile, adică întregul contingent de călători este motivat de preț. Microbuzele sunt preferabile datorită caracteristicilor legate de asigurarea unei deplasări rapide, asigurate prin timpul minimal necesar pentru a ajunge la punctul de destinație sau pornire.

Principala concluzie ce se poate face din datele obținute referitor la calitatea serviciilor de transport este că microbuzele au avantaje la cele mai importante caracteristici a calității – cele legate de viteză. De asemenea au o un aspect mai bun, ce creează o imagine mai favorabilă acestui mod de transport, în timp ce operatorii de autobuze și troleibuze odată cu reînnoirea parcului de mijloace de transport vor oferi un confort și o siguranță mai bună ca microbuzele.

Caracteristicile de calitate a serviciilor de transport se dovedește a fi dependentă de siguranța, viteza, confortul și nu în ultimul rând aspectul estetic și cultura deservirii.

Criterii de asigurare a calității transporturilor

1. Compensarea intangibilității serviciului de transport

Intangibilitatea serviciului de transport se referă la faptul ca acesta nu poate fi expus, deci nu poate fi văzut, simțit, gustat, mirosit sau atins înainte de cumparare. În cazul unui produs, înainte de a se decide sa-l achiziționeze, sau nu, cumparatorul îl poate examina atent (caracteristici, performanțe) și poate primi și garanție pentru riscul pe care și-l asumă dacă produsul nu-și atinge performanțele prezentate. În cazul unor servicii, situația e diferită. Astfel, un pasager, de exemplu, posedă numai o legitimație de călătorie și promisiunea de a fi transportat la destinație într-un anumit timp, dar asupra condițiilor în care se va realiza deplasarea nu are o imagine prea precisa. Aceasta se rezuma la experiența unor deplasari similare, anterioare, la informațiile furnizate de alte persoane, la relatările din mass-media sau la publicitatea făcută de compania transportatoare. Lipsa caracteristicilor tangibile, pe care sa le poata evalua înainte de achiziționare, face ca situația pasagerului sa fie, fara echivoc, încărcată de riscuri și incertitudini

Acțiunile transportatorului trebuie să vizeze reducerea incertitudinilor privind calitatea serviciului deoarece pasagerul trage concluzii despre calitatea serviciului dupa modul în care se prezintă:

- locul în care ia contact cu serviciile companiei (agenția de voiaj, stația de îmbarcare);
- echipamentele și dotările care-i sunt accesibile;
- mijloacele de transport și orarul de circulație al acestora;
- personalul companiei și cel ce realizează servicii conexe;
- materialul publicitar;
- prețul serviciilor (simplitatea și claritatea calculelor).

Pentru fiecare dintre acestea, prestatorul serviciilor de transport și conexe trebuie să identifice cerințele pasagerului și să-și stabilească norme precise, definite drept conformități. Acestea, în final, au menirea să facă tangibil serviciul de transport (sub aspect virtual, al determinării unei anume percepții - de calitate, pentru pasageri).

2. Inseparabilitatea serviciului de transport

Spre deosebire de bunurile materiale, care mai întâi sunt fabricate, stocate, vândute și apoi consumate, serviciul de transport este mai întâi vândut și apoi produs și consumat în același timp și-n același loc. Inseparabilitatea serviciului de transport semnifică faptul că acesta nu poate fi separat de prestatorii lui - infrastructuri, echipamente, mijloace de transport, oameni - și nu poate fi realizat în absența pasagerului sau a expediției beneficiarului (în transportul de marfuri).

Aspectul inseparabilității serviciului de transport care condiționează calitatea este cel care pune în evidență dependența de numărul celor care beneficiază simultan de o anume ofertă de transport. Asemănător, în funcție de numărul de utilizatori ai șoselei, depinde și un alt indicator al calității, siguranța călătoriei. După cum creșterea numărului de călători în orele de vârf (situație frecvent întâlnită în orașul Chișinău) este de natură să afecteze confortul calatoriei.

Creșterea pronunțată a cererii în condițiile menținerii ofertei modifică în bună măsură o serie de indicatori de calitate a serviciului oferit clienților și păstrarea indicatorilor calității de conformitate presupune acțiuni mai complexe ale ofertantului, precum:

- aplicarea practicilor tarifare (tarife reduse în afara perioadelor de vârf ș.a.);
- asigurarea măririi parcului activ de mijloace de transport în perioadele de creștere a cererii;
 - acțiuni coordonate cu alți prestatori de servicii pentru atragerea de călători în perioadele de diminuare a cererii (zilele de la mijlocul săptămânii);

Prin măsuri de natura celor menționate, exploatantul își modifică oferta în raport cu fluctuațiile cererii, pentru a păstra nivelul preconizat al calității serviciului.

Evident, în transporturile regionale și interregionale de călători acest lucru nu este întotdeauna posibil în acest caz rămâne de identificat acțiunile de creștere temporară a productivității care afectează cât mai puțin calitatea internă.

3. Perisabilitatea serviciilor de transport

Perisabilitatea cererilor de transport rezidă în caracteristicile temporale ale acestora. În raport cu acestea, atât în transporturile de călători, cât și în cele de mărfuri s-au diferențiat oferte ale sistemului de transport pentru care se percep tarife diferențiate. De aceea, în condițiile unei cereri constante ca mărime și structură, nu apar probleme speciale pentru asigurarea calității proiectate. Când cererile fluctuează, companiile de transport se confruntă cu dificultăți numeroase, acut resimțite de companiile de călători, care trebuie să satisfacă cereri cu termen. În cazul transporturilor de mărfuri, depozitele corect dimensionate pot îndeplini rolul de depozite-tampon pentru cererile fără termen. Acțiunile derivate din perisabilitatea cererilor de transport aparțin în special managementului strategic al companiilor și vizează îndeosebi:

- extinderea sistemului de rezervare pentru menținerea sub control a nivelului cererii;
- renunțarea la specializarea excesivă a mijloacelor de transport prin folosirea unităților de încărcătură (containere, cutii mobile, semiremorci);

4. Compensarea lipsei proprietății asupra serviciului de transport

Spre deosebire de proprietarul unui produs, care poate dispune de bunul pe care l-a dobândit o perioadă nelimitată de timp, beneficiarul unui serviciu de transport are acces la serviciul respectiv o perioadă de timp sau chiar numai la un moment anume. De aceea, ofertanții de servicii de transport trebuie să facă eforturi speciale pentru a impune identitatea mărcii în raport cu clienții, utilizând metode precum:

- acordarea de stimulente călătorilor fideli;
- crearea de asociații sau cluburi, dând impresia că se oferă un drept de proprietate asupra unei părți din patrimoniul companiei;
- apelarea la intermediari pentru anumite servicii, cu scopul de a-și reduce costurile și de a beneficia de o mai mare flexibilitate pe piață.

Pornind de la specificitatea calității în transporturi (în comparație cu cea a produselor și chiar a altor servicii) și identificând principalele acțiuni care trebuie întreprinse pentru creșterea acesteia, este necesar ca pentru fiecare mod de transport și pentru ansamblul acestora să se inițieze cercetări care, în final, să conducă la un sistem de management al calității totale (MCT).

În actuala piață concurențială a transporturilor, multe companii oferă pe scară largă aceleași servicii. Principalul factor de diferențiere în fața utilizatorului este, de cele mai multe ori, calitatea acestor servicii. Calitatea activității este definită de clienți. Este necesar, așadar, să se identifice beneficiarii activității desfășurate și exigențele lor, după care trebuie să se producă exact serviciul cerut, în perioada de timp necesară, la cel mai mic preț posibil. De asemenea, făcând referință la principalele avantaje oferite de către operatorii de transport, se reliefează faptul că pentru a asigura calitatea serviciilor de transport trebuie să înlăturăm problemele ce privesc siguranța călătoriei, vitaza, confortul cât și aspectul estetic și cultura deservirii.

În concluzie, un sistem managerial de calitate eficient joacă un rol principal în îmbunătățirea performanțelor companiei deoarece, prin intermediul acestuia, se înțeleg mai bine cererile clienților, se pot identifica modalități de satisfacere a acestor cereri și se pot formula metode de organizare, conducere și control pentru minimizarea erorilor în activitate.

Bibliografie

1. Potorac A., *Managementul calității*. (<http://www.scribd.com/doc/38376368/Managementul-Calitatii-Curs-SINTETIC-Alexandru-POTORAC>).
2. Pruteanu O., Ghiță E., Teti R., Cruz Machado V.A. *Managementul și Controlul Calității*. Tehnica-Info, Chișinău, 2000, p.322-329.
3. Paraschivu A. O., *Managementul calității*. Tehnopress, 2006, p.56-60.
4. Amariei V., Budianschi D., Bulat V. *Managementul transportului public urban în municipiul Chișinău*. Chișinău, Reclama, 2006. p.70-73.