

CONCEPTUL DE CALITATE TOTALĂ ÎN MANAGEMENTUL ECOLOGIC ȘI ECO-EFICIENȚA

MIHAELA DIANA OANCEA NEGESCU¹
ȘTEFAN-GABRIEL BURCEA²
RALUCA GEORGESCU³
CONSTANTIN CONSTANTINESCU⁴

Abstract

The application of total quality management systems, whatever their nature, must take into account the requirements of compliance with environmental quality. And in ecology management there are several methods that can be successfully applied. Through this paper we aim to address the concept of total quality through the perspective of ecological efficiency. The research method involved identifying the bibliographic resources that address this field, from a theoretical point of view, but also the identification of practical situations that allowed the implementation of such strategies. The importance of the approaches has led us to narrow our research area and limit it to the field of tourism units. Finally, we identified four key steps that enable effective integration of eco-management.

Key words: *eco-efficiency, ecological management, total quality.*

JEL CLASIFICATION: Q01, L15.

INTRODUCERE

În concepția unor recunoscuți manageri - calitatea reprezintă cea mai buna poliță de asigurare a fidelității clienților și de câștigare a altora noi, cea mai eficace apărare contra concurenței străine, și singura cale de dezvoltare și de permanentizare a câștigurilor [8].

Aplicarea managementului calității totale în ecoturism trebuie să țină cont și de cerințele de respectare a calității mediului [2]. Și în acest domeniu există mai multe metode care pot fi aplicate cu succes [1].

Managementul calității Eco turistice presupune mai multe direcții de acțiune, și anume:

- Cunoașterea detaliată a preferințelor și motivațiilor clienților;
- Aplicarea calității pornește de la calitatea resurselor turistice, a materiilor prime, amenajărilor turistice, a pregătirii profesionale;
- Calitatea nu se referă la un anumit serviciu sau produs turistic, ci include toate serviciile oferite de o firmă;
- Realizarea calității totale în ecoturism se sprijină foarte mult pe factorul uman, care trebuie să aibă și o cultură și informare pe probleme de mediu;
- Existența unei funcțiuni turistice pentru orice localitate turistică sau a oricăror produse turistice de înalt nivel impune existența unor servicii publice de calitate;
- Promovarea performanțelor realizate de anumite societăți de turism care s-au făcut cunoscute prin calitatea serviciilor pentru a influența aplicarea unui management similar și în alte societăți similare;
- Permanentizarea acțiunilor realizate performant din prima etapă, fără reveniri ulterioare, și etapizarea procesului de modernizare pentru a realiza un progres evident.

¹ Conf. univ. dr., Academia de Studii Economice din București, Piața Romană nr. 6, Sector 1, București, Tel./fax +40213191900, www.ase.ro, e-mail: mnegescu@yahoo.com

² Lect. univ. dr., Academia de Studii Economice din București, Piața Romană nr. 6, Sector 1, București, Tel./fax +40213191900, www.ase.ro, e-mail: stafanel_burcea@yahoo.com

³ Drd., Academia de Studii Economice din București, Piața Romană nr. 6, Sector 1, București, Tel./fax +40213191900, www.ase.ro, e-mail: mnegescu@yahoo.com

⁴ Drd., Academia de Studii Economice din București, Piața Romană nr. 6, Sector 1, București, Tel./fax +40213191900, www.ase.ro, e-mail: constant.constantinescu@gmail.com

Realizarea cadrului de impulsione a aplicării managementului Eco turistic a început în deceniul opt al secolului nostru în tarile puternic industrializate - grupul G7, prin instituirea premiului național Baldrige cu aplicabilitate în sfera producției de bunuri, a serviciilor și în industria mică. Acest premiu are la bază șapte criterii de performanță și s-a aplicat prima oară în S.U.A [4].

O mare importanță se acordă orientării bunurilor și a serviciilor către client și nivelul de satisfacere a acestuia, productivității muncii, elemente pentru care se poate acorda un maxim de 1300 de puncte. Pe măsura diversificării serviciilor turistice, aceste criterii au început să fie aplicate și domeniului turistic, începutul fiind făcut de o unitate hotelieră americană.

- Scopul instituirii acestui premiu este acela de a asigura satisfacerea clientului în raport cu concurența, păstrarea pe termen lung a clientului, ridicarea cotei pe piață [5];
- Progresul firmei care va fi asigurat prin calitatea serviciilor oferite, îmbunătățirea productivității, reducerea/eliminarea pierderilor, modernizarea serviciilor.

Pe baza unor analize economice efectuate de diferiți cercetători în probleme de management au rezultat câteva etape necesare în vederea punerii în practică a managementului Eco turistic [7][9][10].

Acceptarea rapidă a schimbării. Sub acest aspect este necesară mai întâi înțelegerea celor trei componente ale dezvoltării durabile: creșterea economică, protecția mediului și bunăstarea socială. Integrarea acestora într-o strategie necesită o schimbare în modul de gândire. Este necesară trecerea de la conceptul vechi de independentă la un nou concept al interdependenței. Dacă până acum fiecare sector al societății a avut propriile pârghii în scopul protecției mediului, interdependența semnifică în plus dialogul, consensul și cooperarea. De exemplu, guvernul poate să emită legi și regulamente mai eficiente atunci când consultă comunitatea de mediu și cea a industriei ospitalității în legătură cu obstacolele și stimulentele pentru progres.

Realizarea unei noi culturi de firmă. În afară de trecerea la noul concept de interdependență este necesară schimbarea culturală chiar în interiorul fiecărei organizații. Imperativă pentru proces este integrarea deciziilor în ceea ce privește afacerile și mediul. Este necesară astfel luarea în considerare atât a impactului de mediu și social al deciziilor, precum și impactul economic al investiției legate de mediu.

Susținerea acțiunilor voluntare. Din acest punct de vedere, este larg acceptată ideea conform căreia stilul curent al reglementărilor și legislației țării noastre nu poate să conducă spre durabilitate. Este necesar să se urmărească abordări alternative în vederea fixării de obiective și atingerea unor niveluri mai mari. Aceasta se traduce prin stimulente economice puternice pentru afaceri pentru a preveni în mod voluntar poluarea. Vor fi necesare întotdeauna legi și regulamente pentru a atinge performanțe bazate pe obiective și ținte. Totuși, „Stimulentele de piață și economice vorbesc mai bine limbajul afacerilor”.

Strategie de eco-eficiență. Se poate proiecta nu numai pentru mediu, dar și pentru avantaje economice și echitate socială, pentru „Eco-eficiență”. Este necesară o reevaluare a ciclului de viață al produselor, de la faza de materie primă și până la produsul final și deșeurile care se aruncă după utilizare. Este necesară evaluarea procesului de „cum” să se producă, precum și a celui de „ce” să se producă. Eco-eficiența ține cont de conținutul total de intrări: energie, combustibil sau utilități consumate în timpul ciclului de viață al produsului.

Obiectivul este să se identifice părțile de proces ce au cea mai mare intensitate a resurselor și apoi să se reprojeteze produsul pentru a obține economii importante de energie. Este necesar totodată să se ia în considerare mai degrabă funcțiunea produsului decât produsul în sine. Eco-eficiența, în locul „atenționării cumpărătorului”, solicită împărțirea responsabilităților pentru valoarea și funcționalitatea produsului între producători și consumatori. Totodată, este examinată valoarea pe care produsul o oferă consumatorilor și societății.

Realizarea oportunităților pentru creștere. Pe măsură ce se urmărește să se ajungă la durabilitate, managerii trebuie să fie atenți la schimbările nevoilor indivizilor și ale societății pentru calitatea mediului înconjurător.

Investiții directe în creativitate. Tehnologia este cea mai mare contribuție pe care industria o poate face pentru dezvoltarea durabilă. Fundamentul cu cel mai mare succes este deci inovarea. Este necesar, deci, să se creeze tehnologii mai curate, procese mai eficiente, produse alternative, eco-eficiente. Responsabilitățile fiecărei firme vor fi de a căuta tehnologii alternative, bazate pe resurse mai puține, de a maximiza eficiența, de a conduce la reziduri mai puține etc.

Recompensarea competitivă a angajaților. O etică puternică a mediului înconjurător își are rădăcina, în primul rând, printre angajați, apoi se extinde în strategia afacerii și în cultura firmei. Afacerile trebuie să încurajeze și recompenseze angajații, iar când o asemenea acțiune este valorizată, tot mai mulți vor încerca să procedeze la fel. Facilitățile de producție atrag adesea localnicii, care sunt interesați în bunăstarea economică, socială și de mediu a regiunii. Schimbări substanțiale au loc atunci când acești angajați acționează asupra valorilor lor și își asumă rolul de campioni. Dacă li se acordă sprijin și recunoaștere ei pot influența mult schimbările din cultura firmei.

Afacerile, mediul economic, cel social și mediul existențial al omenirii intră, sub o formă sau alta în ecuația eco-business-ului.

Conceptul de eco-business reprezintă o noțiune complexă ce acoperă o sferă largă de acțiuni. Este vorba, pe de o parte, de ansamblul bunurilor și serviciilor ecologice, mai mult sau mai puțin performante, iar pe de altă parte, de întreaga activitate care se desfășoară la nivelul producției, comercializării consumului în toate sectoarele activității economice, în cadrul cărora aspectele privind protecția mediului fac parte integrantă din deciziile privind dezvoltarea economică în ansamblu.

Conceptul de eco-business implică ansamblul bunurilor și serviciilor ecologice și eco-eficiente în contextul promovării unor mecanisme și instrumente de implementare cum sunt: ecologia industrială, sisteme de gestiune a mediului, stimulente economice, acțiuni de finanțare, acorduri bi- și multilaterale privind protecția mediului etc [3].

Materializarea eco-business-ului este reprezentată de rezultate coeficienți, respectiv piața bunurilor și serviciilor de protecția mediului.

Pentru asigurarea protecției mediului și a viețuitoarelor, societatea utilizează diferite instrumente de intervenție, cunoscute în limbajul tehnic de specialitate drept bunuri și servicii ecologice. În decursul timpului, acestea au circulat și sub alte denumiri cum ar fi: tehnici și tehnologii antipoluante sau de combatere a poluării, enotehnici sau Eco tehnologii, tehnici și echipamente de protecție a mediului, tehnici și tehnologii „raționale” de protecție a mediului, tehnici și tehnologii „curate”, de protecție, „producție curată”, produse „verzi”, coproduse etc. Alături de alte mijloace de implementare cum sunt ecologia industrială, sistemele de gestiune a mediului, finanțarea acțiunilor de protecție a mediului etc., bunurile și serviciile ecologice constituie aspecte ale business-ului ecologic.

Dacă în trecut existau tehnici cu caracter curativ, cunoscute sub denumirea de tehnici de supraveghere și control al poluării („enede-of-pipe”), în prezent s-a ajuns la cele mai evaluate tehnici care acționează asupra sursei de poluare, ducând la eliminarea sa din start. Acestea sunt cele mai performante mijloace de protecție denumite enotehnici sau Eco tehnologii „raționale” sau „curate” de producție sau producție nepoluantă. Aceste performante privesc atât protecția cât și eco-eficiența producției.

Conform organizațiilor specializate din cadrul O.N.U., noțiunea de “ bunuri și servicii ecologice” însumează ansamblul tehnologiilor și serviciilor ce permit protecția mediului. Protecția este împărțită în patru domenii distincte, protecția apei, gestiunea deșeurilor, controlul calității aerului și alte aspecte (îmbunătățirea solului, eliminarea zgomotului și o categorie de servicii de protecție a mediului) . Conform studiilor din cadrul Uniunii Europene se disting trei categorii, și

anume : servicii cu caracter ecologic, echipamente si tehnici de combatere a poluării, alte bunuri denumite “ produse verzi”.

Utilizarea acestor tehnici chiar asupra sursei de poluare, încă din prima faza a ciclului de producție, permite obținerea unor producții si produse mai “curate”, împiedicând producerea poluării si sporind eficienta resurselor materiale.

În prezent bunurile si serviciile ecologice se împart în două categorii.

a) bunuri si servicii cu caracter antipoluant ce intervin în contracararea si reducerea deșeurilor, emisiilor poluante, a degradării apelor, aerului. Se materializează în echipamente si tehnologii de supraveghere si control „enede-of-pipe”;

b) bunuri si servicii de protecție a mediului, ce acționează asupra sursei de poluare începând de la materii prime si până la depozitare si eliminarea deșeurilor. Sunt cunoscute ca enotehnici sau Eco tehnologii „curate” de producție.

Identificarea etotehnicilor si Eco tehnologiilor performante care susțin „producția curată” trebuie să tina cont de următoarele criteriile:

- eficienta sporită în utilizarea energiei si materiilor prime;
- reducerea si eliminarea deșeurilor periculoase si a altor poluanți ai mediului;
- reducerea si eliminarea substanțelor chimice toxice;
- reducerea expunerii la pericole ocupaționale (loc de muncă);
- obținerea de produse eficiente si compatibile cu mediul.

Conform conferinței de la Varșovia, din octombrie 1994, „producția curată” reprimat „aplicarea continuă a unei strategii preventive de protecție a mediului, integrată procesului de producție si la nivelul produselor, în vederea reducerii riscurilor umane si ecologice”.

Astfel, procesul de producție este orientat spre conservarea resurselor, eliminarea substanțelor toxice, reducerea deșeurilor etc., iar la nivelul produselor strategia se axează pe reducerea impactului ecologic de-a lungul ciclului de viață.

O necesitate a implementării dezvoltării durabile impune în prezent punerea accentului pe sporirea cunoștințelor în ansamblu asupra conceptului de producție curată, precum si răspândirea lor în întreaga lume.

Totodată, promovarea acestor concepte implică o însemnătate ridicată, acordată atât activităților de cercetare-dezvoltare, cât si aspectelor calitative, respective o sporire a eficienței producției.

Sporirea eco-eficienței este materializarea unui demers global de calitate [6]. Astfel, din managementul global al produsului si analiza sa funcțională trebuie să facă parte atât o monitorizare si un control care să determine contracararea efectelor perturbatoare echilibrului ecologic, cât si o strategie preventivă si protectivă.

Principiul coeficienței reprezintă „o rată performanta de ghidare a întreprinzătorului în rolul său din societate, măsoară simultan, efortul de minimizare a sarcinii ecologice si cel de maximizare a valorii economice pe care întreprinderea își permite să o producă, iar salariații săi își permit să o plătească” [4].

Eco-eficienta nu are o limită, ci acționează în funcție de inovație de valorificarea superioară a producției, de instrumente de politică economică etc.

Caracterizarea eco-eficienței presupune însă si calități manageriale cum ar fi clarviziunea si ingeniozitatea, resurse tehnologice, stimulente financiare etc.

În 1993, eficienta a fost definită ca: „realizarea bunurilor si serviciilor la un preț care să răspundă nevoilor indivizilor, procurându-le o calitate corespunzătoare a vieții, cu un impact ecologic si consum de produse redus pe întreg ciclul de viață, la nivel care să nu vină în contradicție cu capacitatea de suportabilitate a Terrei”.

Un beneficiu colectiv mai mare decât suma beneficiilor individuale ale fiecărei entități este mai valoros, chiar dacă performanțele sunt individual optimizate. Dintre tipurile de acțiune

managerială au fost selecționate doar cele care pot include și aspecte ale conservării și protecției mediului înconjurător.

Sub acest aspect sunt prezentate, spre exemplu, problema premiului Baldrige, schema de analiză cunoscută sub numele de Roata lui Deming, diagrama cauză-efect etc.

O primă metodă presupune analizei [7], cunoscută sub numele de „Roata lui Deming” (Figura 1) care se sprijină pe patru elemente de bază:

- P – asigurarea planificării ();
- D – realizarea obiectivelor;
- C – asigurarea verificării;
- A – trecerea la acțiune.

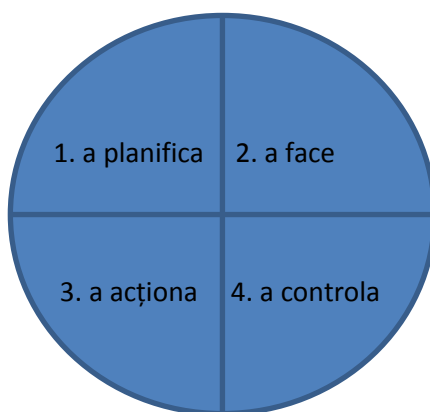


Figura 1. Roata lui Deming

Sursa: Dobrin, C. (2004)

Aceasta metoda are o mai largă aplicabilitate, dar se potrivește cel mai bine problemelor de ecoturism, unde mediul înconjurător devine un factor activ de susținere a tuturor activităților turistice.

Un alt sistem pe care se poate sprijini ecoturismul este acela al “Benchmarking”, care presupune o analiză comparativă a serviciilor oferite de o firmă față de altele similare produse de alte firme. Acest concept a fost pus la punct de firma Rank Xerox la începutul anilor '80 în S.U.A. din dorința de a evalua în permanentă calitatea serviciilor oferite. Acest procedeu managerial se deosebește de alte analize concurențiale prin faptul că asigură pe baza utilizării aceluiași resurse a unor servicii comparabile puse la dispoziție de diferite firme. Astfel, marile lanțuri hoteliere beneficiază de valorificarea unor resurse turistice apropiate de multe ori ca structură și calitate, de care, prin sistemul de punere în valoare a acestora, determină existența unor servicii de calitate.

CONCLUZII:

Integrarea eficientă a managementului ecologic într-o companie/hotel/restaurant, presupune parcurgerea a patru etape cheie :

1. Motivația – etapa în care se începe integrarea inițiativei în companie, numind un „susținător” care să o coordoneze și să comunice personalului obiectivele.
2. Planificarea – în cadrul căreia se analizează domeniile prioritare, pentru identificarea măsurilor ce trebuie luate și se pregătește un plan de acțiune și un grafic de realizare a obiectivelor.
3. Acțiunea propriu-zisă – în cadrul căreia se obține angajamentul personalului față de planul de acțiune, se stabilesc responsabilitățile și se implementează planul.
4. Analizarea progresului înregistrat – în cadrul căreia se analizează progresul înregistrat, în comparație cu obiectivele stabilite și se face o analiză anuală a progresului făcut, pentru a se evalua succesele și insuccesele și se stabilesc prioritățile pentru anul următor.

Aceste măsuri formează un ciclu anual al managementului ecologic. Acest ciclu se va parcurge în fiecare an, începând cu etapa analizei, pentru a învăța din succesele și insuccesele anului precedent.

BIBLIOGRAFIE:

1. BRAN, F. (2014) - Entropy based strategies for the valuation of natural resources, *Quality – Access to Success*, 15 (S1), pp. 25-31
2. BRAN, F., IOAN, I., & RĂDULESCU, C. V. (2013) - Green becomes the Colour of the Successful Business. *Quality-Access to Success*, 14(134).
3. BRAN, F., MANEA, G., RADULESCU, C.V., IOAN, I. (2011) - Supraviețuirea – paradigma unui viitor durabil (Survival – the paradigm of a sustainable future), *Economica*, București.
4. BRAN, F., MANEA, G., RADULESCU, C.V., IOAN, I. (2013) - Abordarea entropică a valorificării resurselor naturale. De la principia la strategie (Entropy approach in the valuation of natural resources. From principles to strategy), *Economica*, Bucharest.
5. BURLACU, S. (2011). Characteristics of knowledge-based economy and new technologies in education. *Administratie si Management Public*, (16), 114.
6. BURLACU, S., Gutu, C., & Matei, F. O. (2018). Globalization–pros and cons. *Calitatea*, 19(S1), 122-125.
7. DOBRIN, C. (2004) – Managementul total al calității, îmbunătățire continuă, *Economia*, nr.2
8. KOTLER, Philip (1997) - Managementul marketingului, Editura Teora, București
9. ROJANSCHI, V., BRAN, F., GRIGORE, F., IOAN, I. (2006) - Cuantificarea dezvoltării durabile, Editura Economică, București,
10. VOICU, R., RADULESCU, C.V. (2015) - Improving agricultural productivity and possible implications in the relations of this branch with the natural environment, *Quality – Access to Success*, 16 (S1), pp. 17-22.