

## CONSIDERAȚII GENERALE PRIVIND DEFINIREA CALITĂȚII PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR

OVIDIU VOICU<sup>1</sup>, *drd.*, INCE

*Acest articol relatează despre principalele evoluții ale conceptului calității. Calitatea produselor și problemele legate de realizarea acesteia i-au preocupat pe oameni cu mult timp în urmă. După unii autori, cuvântul “calitate” sau “qualitas” își are originea în latinescul “qualis”, care are sensul de a fi. În acest articol autorul va relata viziunea sa proprie asupra importanței și necesității conceptului calității.*

**Cuvinte cheie:** calitatea produselor, strategii de produs, managementul calității.

*This article tells about major developments in the field of quality. The quality of products and issues related to its implementation are concerned about people with a long time ago. According to some authors, the word “quality” or “qualitas” originates in the Latin “qualis” which has the meaning of being. In this article the author will tell about his own vision on the importance and necessity of the concept of quality.*

**Key words:** Product Quality, Product Strategy, Quality Management.

**JEL Classification:** M 110, M50, M30

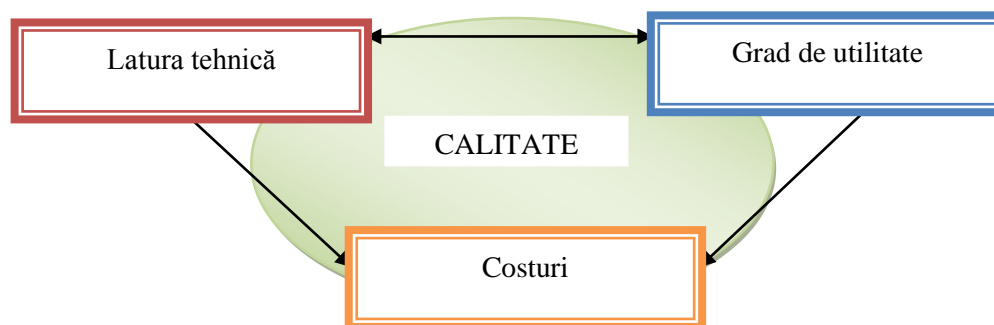
**Introducere.** Literatura de specialitate furnizează un număr considerabil de definiții date conceptului de calitate. După unii specialiști, calitatea produselor este considerată satisfacerea unei necesități; gradul de satisfacere a consumatorului; conformitatea cu caietele de sarcini; ansamblul mijloacelor pentru realizarea unui produs viabil; un cost mai mic pentru o utilizare dată. În Uniunea Europeană, certificarea produselor și a serviciilor este *obligatorie*, în cazul produselor și serviciilor care pot pune în pericol viața și sănătatea oamenilor sau calitatea mediului ambiant (și care, astfel, apar în “domeniului reglementat”) sau *voluntară*, în cazul celorlalte produse și servicii (apar ținând “domeniului nereglementat”), exclusiv în scopul promovării lor pe piață.

Istoria modernă a conceptului „calitate” începe cu secolul al XX-lea, întrucât pe parcursul acestuia au fost descoperite, dezvoltate și aplicate aproape toate principiile, metodele, tehnicile și instrumentele care au ca scop asigurarea și îmbunătățirea calității proceselor, produselor și serviciilor.

Calitatea reprezintă o latură esențială a produselor și serviciilor. În conformitate cu standardele, **“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”**.

Putem, prin urmare, să mai dăm următoarea definiție calității: **Calitatea este aptitudinea de utilizare potrivită și valoarea oferită pentru banii cheltuiți, toate acestea având în vedere, permanent, „satisfacerea clienților”**.

De aici, rezultă, că termenul de calitate are un înțeles mai larg, cuprinzând o latură tehnică sau intrinsecă strict legată de caracteristicile produsului sau serviciului, un grad de utilitate ce se referă la măsura în care acesta satisface necesitățile clientului și evident, o componentă economică determinată de costurile implicate de procurarea și utilizarea produsului [2] (Figura 1).



**Fig. 1. Modelul conceptual al noțiunii de calitate**

*Sursa: Elaborat de autor în baza literaturii studiate.*

<sup>1</sup> © OVIDIU VOICU, amfexpert@yahoo.com

Creșterea importanței calității pe parcursul ultimului secol și, deci, a atenției acordate calității, în special în țările dezvoltate, a fost determinată, în principal, de următorii factori:

- creșterea continuă a complexității și performanțelor produselor, serviciilor și proceselor de realizare a acestora;

- sporirea continuă a exigențelor clienților și ale societății în ansamblu;

- intensificarea concurenței între agenții economici la nivel local, național, regional și mondial.

Pe parcursul ultimelor decenii, s-au înregistrat progrese deosebite în domeniile telecomunicațiilor și transporturilor, progrese care au facilitat intensificarea concurenței care, treptat, a depășit frontierele unei țări sau regiuni geografice, ajungând în prezent să se mondializeze.

În aceste condiții, pentru tot mai multe organizații, îmbunătățirea continuă a calității produselor și serviciilor, determinată de calitatea proceselor din care acestea provin, constituie un obiectiv strategic major.

În practica economică au fost puse în evidență diverse direcții și orientări în definirea calității produselor și serviciilor [3].

**a) Orientarea spre perfecțiune** – potrivit acestei orientări, „calitatea” ar fi o entitate atemporală, absolutul, fiind perceput în mod subiectiv de fiecare persoană. S-a constatat că această definiție idealistă nu este utilizabilă practic pentru evaluarea calității produselor.

**b) Orientarea spre elaborarea de produs** – conform acestei orientări, „calitatea unui produs” ar fi reprezentată de ansamblul caracteristicilor aferente calității acestuia. Astfel, orice diferențe între valorile acelorași caracteristici ale mai multor produse reflectă diferențe calitative între acestea. Se poate stabili astfel o relație precisă între valorile caracteristicilor unui produs și nivelul calității acestuia.

**c) Orientarea spre proces** – potrivit acestei orientări, „calitatea unui produs” ar fi reprezentată de conformitatea acestuia și a procesului din care provine cu anumite cerințe specificate de producător. Astfel, orice abatere a caracteristicilor produsului și procesului față de cerințele specificate semnifică o reducere a calității acestuia.

**d) Orientarea spre costuri** – conform acestei orientări, „calitatea unui produs” ar fi cu atât mai mare, cu cât costurile de realizare ale acestuia și, implicit, prețul său de comercializare sunt mai ridicate.

**e) Orientarea spre utilizator** – potrivit acestei orientări, „calitatea unui produs” reprezintă aptitudinea acestuia de a fi corespunzător pentru utilizare. Conceptul **"fitness for use"**, aptitudinea de a fi utilizat, a fost introdus de savantul american de origine română Joseph Moses Juran. Astfel, prin caracteristici calitative diferite ale produselor pot fi satisfăcute cerințe și preferințe individuale ale utilizatorilor.

Astfel, putem conchide că, competitivitatea unei firme e determinată de oferta sa, ce trebuie să fie caracterizată printr-un produs atractiv, având o calitate adecvată, la un preț competitiv, și având ca prim obiectiv satisfacerea necesităților clientului.

**Calitatea totală** reprezintă un nou model evolutiv de management care include practici, instrumente și metode de angrenare a întregului personal, având ca obiectiv satisfacerea clientului într-un mediu aflat într-o schimbare continuă.

Calitatea totală poate fi definită ca un ansamblu de principii și metode reunite într-o strategie globală, pusă în aplicare într-o societate comercială pentru a îmbunătăți calitatea produselor și serviciilor sale, calitatea funcționării sale, precum și calitatea obiectivelor sale [2]. Scopul aplicării strategiei calității totale este dezvoltarea întreprinderii, asigurarea rentabilității acesteia, satisfacerea și atragerea spre fidelitate a clienților.

În vederea specificării exhaustive a conceptului privind **"calitatea"** vom descrie, în mod sintetic, principalele standarde de calitate. Avem în vedere următoarele:

- standardul SR EN ISO 9000:2001
- standardul SR EN ISO 9004-2:1994
- standardul SR EN ISO 9001:2001
- standardul SR EN ISO 9004:2001 [1].

Din punct de vedere general, conform standardelor specificate, **"calitatea"** reprezintă „aptitudinea unui ansamblu de caracteristici intrinseci de a satisface exigențele”. În accepțiunea standardului, termenului „calitate” i se poate asocia un calificativ, ca de exemplu: „slabă”, „bună”, „excelentă” etc., în funcție de gradul de satisfacere a exigențelor avute în vedere, iar prin termenul „caracteristică intrinsecă” se înțelege „o proprietate inerentă, permanentă, specifică” a unui produs – definit de același standard ca fiind „rezultat al unui proces” – sau serviciu.

Produsele sunt clasificate în patru categorii generale: hardware (componente, subansambluri etc.), software (produse-program, proceduri, informații etc.), materiale procesate, servicii (bancare, de asigurare, transport etc.).

Termenul „produs” se poate referi la oricare dintre aceste categorii sau la o combinație a lor.

a) **Standardul SR EN ISO 9004-2:1994** definește „serviciul” ca fiind reprezentantul unor rezultate ale activităților desfășurate la interfața furnizor-client și activităților interne ale furnizorului, pentru satisfacerea cerințelor clientului”.

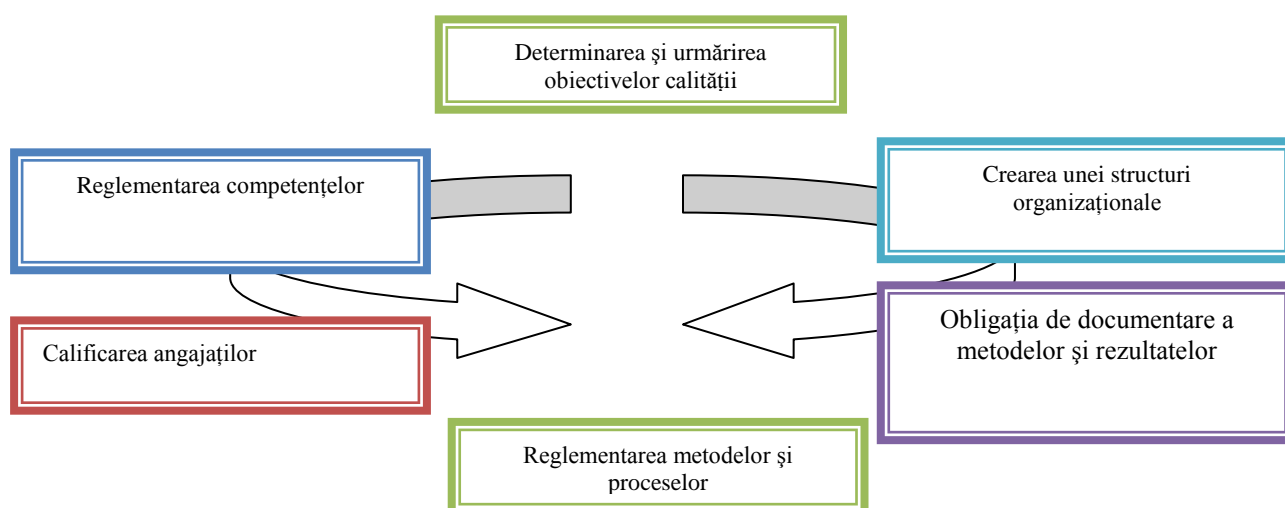
Această relație client – furnizor este nuanțată astfel:

- furnizorul și clientul pot fi reprezentați la interfață prin persoane sau prin echipamente;
- activitățile clientului la interfața cu furnizorul pot fi esențiale pentru prestarea serviciului;
- prestarea serviciului poate să includă furnizarea/utilizarea unor produse materiale;
- un serviciu poate fi asociat fabricării/ livrării de produse materiale;
- ponderea produsului material într-un serviciu diferă în funcție de tipul serviciului.

b) **Standardul SR EN ISO 9001:2001** exprimă în mod explicit necesitatea îmbunătățirii continue prin promovarea orientării spre client și luarea în considerare a feedback-ului informațional.

c) **Standardul SR EN ISO 9004:2001** a fost conceput în logica îmbunătățirii continue, propunând o continuare a asigurării calității în direcția managementului calității totale. Standardul a fost reevaluat pe baza principiilor managementului calității definite de standardul SR EN ISO 9004:2001. Organizațiile certificate vor putea să-și continue eforturile și să avanseze pe drumul "exceleței" reprezentat de modelele naționale și modelul european al TQM [2].

Se poate afirma că seria ISO 9000 este cel mai răspândit model de conducere a întreprinderii. Acceptarea universală de care se bucură standardul se datorează între altele faptului că formulează numai cerințe pe care trebuie să le îndeplinească un sistem de management al calității. Modul de transpunere în practică este lăsat la latitudinea firmelor. Prin acesta, reglementările pot fi utile oricărei întreprinderi sau organizații, indiferent de mărimea ei sau de branșa în care activează. Familia ISO 9000 reprezintă o grupă pentru sisteme de management, spre deosebire de restul standardelor cunoscute, preponderent tehnice. Ideea de bază a fost trasarea unui drum care să ducă la formarea competenței și a încrederii în potențialul calitativ al firmei. Clientul se poate baza pe faptul că furnizorul poate îndeplini efectiv cerințele sale de calitate pentru produsul sau serviciul respectiv. Cu acesta devine limpede că în centrul tuturor activităților se află satisfacția clientului. Cerințele și indicațiile standardului contribuie la atingerea acestui obiectiv fundamental (Figura 2).

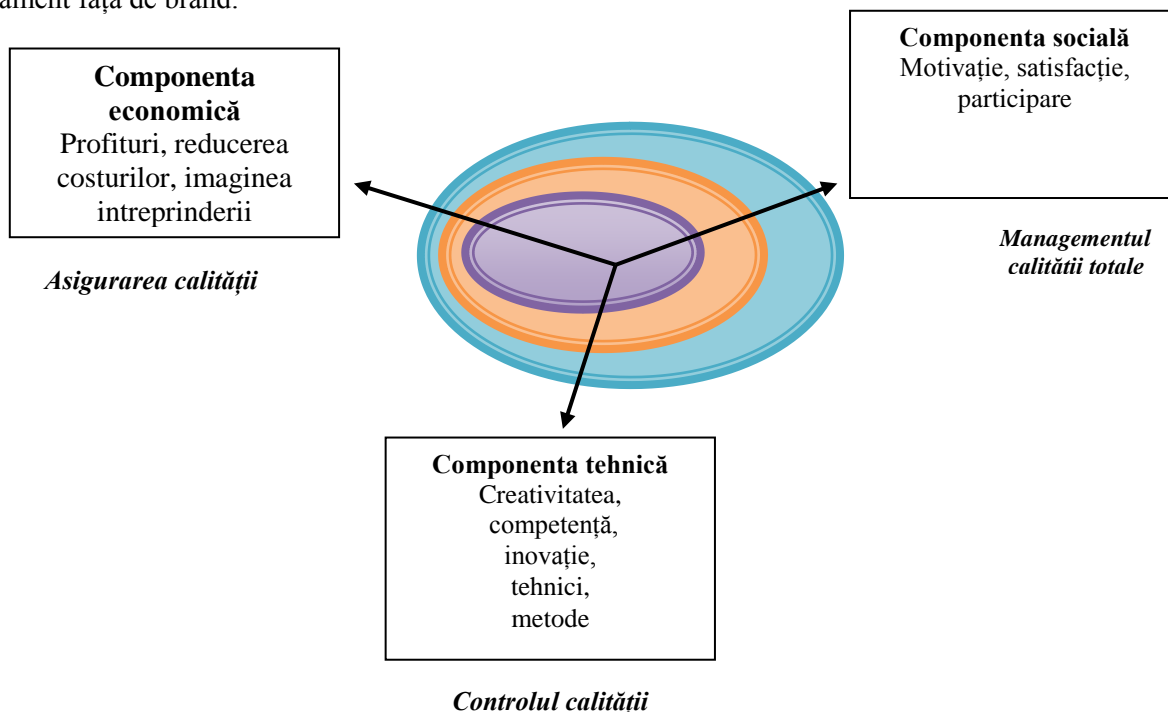


**Fig. 2. Implicațiile standardului ISO 9000**

*Sursa: Elaborat de autor în baza literaturii studiate.*

În prezent, ansamblul acțiunilor referitoare la calitate la nivelul unei organizații corespunde unei abordări globale și sistemice care se poate reprezenta pe trei aferente componentelor tehnic, economic și social (Figura 3).

- componenta economică, se referă la profiturile pe care trebuie să le genereze orice întreprindere pentru a asigura un beneficiu acționarilor care i-au arătat încredere și au investit în viitorul organizației;
- componentă tehnică caracterizează rezultatele obținute în realizarea unor produse mai bine adaptate evoluțiilor cerințelor de piață;
- componenta socială corespunde potențialului uman de creativitate, motivație, responsabilitate și atașament față de brand.



**Fig. 3. Evoluția modalităților de abordare a calității și relația cu componentele activităților referitoare la calitate**

*Sursa: Elaborat de autor în baza literaturii studiate.*

Modalitățile de abordare ale calității sunt următoarele:

- **componenta tehnică**, reprezintă evaluarea conformității unui produs în raport cu unul referențial („inspecție”) urmată de introducerea și menținerea sub control a neconformităților constatate; componenta tehnică, face referință la creativitate, competență, inovație, metode și tehnici);
- **componenta economică** se referă la profituri, reducerea costurilor non-calității, plus imaginea organizației;

**componenta socială** face apel la motivație, satisfacție, implicare, participare etc.

- **componenta managerială** presupune asigurarea calității și competitivității proceselor, produselor și serviciilor.

**Asigurarea calității** reprezintă generarea încrederii clienților și conducerii organizației privind capacitatea organizațională și tehnică a acesteia de a ține sub control procesele sale.

**Managementul calității totale** reprezintă o abordare sistemică care presupune implicarea întregului personal al organizației în scopul satisfacerii cerințelor tuturor clienților săi și ameliorării performanțelor acesteia.

Întrucât acțiunea legii cererii și ofertei nu este suficientă pentru a determina reglarea calității și prețului produselor și serviciilor pe piață, este necesară intervenția statului care, uneori, definește și aplică o "politică națională în domeniul calității", vizând creșterea competitivității prin calitate a produselor și serviciilor oferite de agenții economici înregistrați.

În contextul globalizării concurenței, calitatea produselor și serviciilor este considerată în prezent ca fiind un factor determinant al competitivității unei întreprinderi pe o anumită piață, inclusiv a băncilor.

**În concluzie**, dorim să menționăm, că importanța temei cercetate se explică prin însăși calitatea vieții oricărui cetățean, care depinde de așa factori, precum: calitatea produselor și serviciilor, mediului ambiant, serviciilor prestate în învățământ, de asistența medicală, de administrația publică.

Implementarea unui sistem de management al calității înseamnă introducerea în organizație a modului de lucru și gândire, care asigură succesul sistemului în cauză. Avantajele imediate, dar mai ales cele pe termen mediu și lung, pledează în favoarea implementării acestor sisteme.

#### **Referințe bibliografice**

1. FUNDAȚIA ROMÂNĂ PENTRU PROMOVAREA CALITĂȚII. DG III – Industrie, Impactul social al implementării politicii calității în industria europeană. București, 2001 [accesat 15 octombrie 2014]. Disponibil: [www.srac.ro/calitatea/arhiva\\_revista.html](http://www.srac.ro/calitatea/arhiva_revista.html)
2. DRAGULANESCU, N., BROCHE, L., RIZESCU, A. The impact of transposing EU quality systems upon selected Romanian industrial sectors. București, 2003 [accesat 15 octombrie 2014]. Disponibil: <http://www.ndragulanescu.ro/publicatii/B20EN.pdf>
3. OLARU, M. *Managementul calității*. Ediția a II-a. București: Ed. Economica, 1999. 504 p.
4. OLARU, M., PAMFILIE, R., PURCĂREA, A. ș.a. *Fundamentele științei mărfurilor*. Ediția a II-a. București: Ed. Economica, 2005. 336 p. ISBN 973-709-098-5.

***Recomandat spre publicare: 03.07.2014***