

Oana STĂICULESCU

**OPTIMIZAREA COSTULUI CALITĂȚII: SECRETUL
UNUI BUSINESS DE SUCCES**

Oana STĂICULESCU

**OPTIMIZAREA COSTULUI
CALITĂȚII: SECRETUL
UNUI BUSINESS DE SUCCES**



Editura Universitaria
Craiova, 2014



Presa Universitară Clujeană
Cluj-Napoca, 2014

Referenți științifici:

Prof. univ. dr. Constanța IACOB

Prof. univ. dr. Magdalena MIHAI

Universitatea din Craiova

Copyright © 2014 Editura Universitaria

Copyright © 2014 Editura Presa Universitară Clujeană

Toate drepturile sunt rezervate Editurii Universitaria și
Editurii Presa Universitară Clujeană.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**STĂICULESCU, OANA**

Optimizarea costului calității: secretul unui business de succes / Stăiculescu Oana - Craiova: Universitaria; Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2014

Bibliogr.

ISBN 978-606-14-0824-5

ISBN 978-973-595-706-3

338.5:658.62.018.2

Mulțumiri speciale echipei din cadrul companiei Ford, departamentul de calitate, pentru susținerea acordată în vederea realizării acestui demers științific.

Cele mai cordiale mulțumiri dnei prof. univ. dr. Constanța Iacob, precum și colectivului profesoral din cadrul Facultății de Economie și Administrarea Afacerilor pentru sprijinul acordat în publicarea acestei cărți.

Nu în ultimul rând, vreau să îmi exprim întreaga grațitudine față de membrii familiei mele pentru răbdarea și înțelegerea de care au dat dovadă în toată această perioadă.

Acknowledgement: „Această lucrare a fost parțial susținută financiar din grantul nr. 4C/27.01.2014, acordat în competiția internă de granturi a Universității din Craiova”

INTRODUCERE

Dacă pornim de la premisa că toți oamenii și-au dorit întotdeauna un nivel înalt al calității, vom constata ca de-a lungul secolelor, s-au confruntat cu forțe uriașe și instabile care au necesitat strategii în continuă schimbare pentru a atinge nivelul dorit de calitate. Ajungând în zilele noastre și privind în jur, vedem un mediu economic deosebit de dinamic, care solicită și impune managerilor un anumit set de calități printre care, multă pricepere și flexibilitate. Astfel, toți managerii doresc ca firmele lor să fabrice produse de înaltă calitate, să fie competitive pe piață, sau, de ce nu, să dețină supremația în materie de calitate într-o anumită ramură de activitate.

Participarea entităților la circuitul economic, în calitatea lor de producători de bunuri și servicii, impune oferirea unui nivel ridicat de calitate la un preț cât mai redus. În acest context, mulți agenți economici din întreaga lume promovează constant calitatea ca fiind nucleul central al scării valorice a clientului, dar și un concept cheie al entității, în lupta pentru a deține supremația pe piață. Pe piața concurențială, calitatea produselor și serviciilor a devenit un factor determinant al competitivității, dar și al elementelor care vizează în mod direct satisfacerea ipotezelor privind existența unei economii durabile.

Necesitatea gestionării costurilor apare, pentru entitățile economice, ca o condiție primordială în scopul obținerii unor beneficii economico-financiare. Costurile calității contribuie într-o proporție ridicată la costurile totale ale unei organizații, importanța lor fiind cu atât mai mare cu cât ele nu pot fi reflectate în totalitate în contabilitate, multe dintre acestea neputând fi comensurate în mod concret. Astfel, unele costuri se pot calcula, cum ar fi de exemplu costurile antrenate în perioada de garanție, altele, datorate rebuturilor sau prelucrărilor ulterioare pot fi regăsite în contabilitate, pe când altele nu pot fi practic măsurate, cum ar fi mersul în gol al mașinilor. În cazul în care există posibilitatea unor comparații între diferitele seturi de date, *costurile calității pot fi privite ca un criteriu de performanță calitativă a unei organizații*. Însă, pentru a efectua asemenea analize trebuie avute în vedere diferitele categorii de costuri.

OPTIMIZAREA COSTULUI CALITĂȚII: SECRETUL UNUI BUSINESS DE SUCCES

În acest context apare necesitatea cunoașterii costului calității, pentru că o diminuare a sa reprezintă un beneficiu atât pentru entitatea economică, în vederea obținerii unui rezultat pozitiv, cât și pentru consumator, în vederea satisfacerii nevoilor solicitate. Așadar, studierea costului calității rezidă în perfecționare și îmbunătățire continuă prin eficientizarea activității sale economice ca urmare a analizei, evaluării sau optimizării. Un agent economic poate să-și reducă cheltuielile cu producția prin implementarea unei politici de calitate pertinente. Cu alte cuvinte, aceasta înțelege ce acțiuni trebuie întreprinse pentru a mări gradul de satisfacție a clienților și a rentabilității economico-financiare. Nu în ultimul rând, rezultatele obținute de o entitate economică și imaginea acesteia, sunt reflectate de optimizarea costului calității.

La ora actuală, majoritatea companiilor occidentale consideră calitatea ca fiind „religia casei”, deoarece aceasta înseamnă „supraviețuire”, însă adevăratele valențe ale acestui concept rezidă în posibilitatea de optimizare a costului calității astfel încât să existe o legătură perfectă între satisfacerea nevoilor clienților și interesul companiei. Tocmai pentru că în zilele noastre, agenții economici se confruntă cu o serie întreagă de provocări în materie de calitate, optimizarea costului calității trebuie făcută într-un mod rațional și continuu. Prin urmare, este imperios necesar ca acele companii care vor să prospere să aibă în vedere o adevărată strategie în acest sens.

Autoarea

**RELEVANȚA SISTEMULUI CONTABIL PRIVIND COSTUL CALITĂȚII
PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR, O PREZENȚĂ CONSTANTĂ ȘI
EVOLUTIVĂ ÎN TIMP**

*„Calitatea se află în ochii privitorului”
Citat anonim*

Capitolul 1

**ASPECTE GENERALE PRIVIND MANAGEMENTUL CALITĂȚII
TOTALE, SARCINĂ PRIORITARĂ A ENTITĂȚILOR
ECONOMICE**

- | | | |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 1.1. | Concepte cheie privind noțiunea de calitate: definire, evoluție și importanță | p. 14 |
| 1.2. | Standardele internaționale privind calitatea | p. 32 |
| 1.3. | Managementul calității totale, componentă de bază a entităților economice | p. 42 |
| 1.4. | Eficiența economică, rezultată a implementării Sistemului de Management al Calității | p. 56 |

În fapt, primul capitol are ca obiectiv o introducere în tematica conceptuală privind calitatea proceselor, produselor și serviciilor, abordând o serie întreagă de elemente specifice și implicațiile lor la nivel conceptual. Totodată, se vor prezenta considerente importante privind implicațiile standardelor internaționale de calitate, managementul calității totale și auditul calității. Practic, toate aceste elemente marchează relevanța și însemnătatea calității, în vederea atingerii performanțelor entităților economice.

Cuvinte cheie

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none">• Managementul calității• Entitățile economice• Calitatea produselor• Calitatea serviciilor• Calitatea proceselor
• Standardele de calitate | <ul style="list-style-type: none">• Planificarea calității• Controlul calității• Asigurarea calității• Îmbunătățirea calității• Sistemul de management al calității• Auditul calității |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Capitolul 1

ASPECTE GENERALE PRIVIND MANAGEMENTUL CALITĂȚII TOTALE, SARCINĂ PRIORITARĂ A ENTITĂȚILOR ECONOMICE

Majoritatea dintre noi, în calitate de consumatori, am simțit dezamăgirea atunci când un produs sau un serviciu nu se ridică la standardele de referință. Astăzi, practic, centrul comun al așteptărilor noastre este reflectat de noțiunea de calitate. De fapt, care este semnificația noțiunii de calitate? Pentru a putea răspunde la această întrebare, este necesară analiza propriu-zisă a termenului de „calitate”, care provine de la cuvântul latin „*qualitas*” (V.Matei, 2013)¹, derivat la rândul său din „*qualis*” ce are semnificația de „*atribut*”, „*caracteristică*”, „*proprietate*” sau „*fel de a fi*”.

1.1. Concepte cheie privind noțiunea de calitate: definire, evoluție și importanță

Din cele mai vechi timpuri calitatea a fost un atribut al individului, la început în mod inconștient, dar pe măsura evoluției sale, când s-a produs separarea între producători și consumatori, calitatea a devenit cheia schimburilor comerciale. Evoluția înregistrată pe linia preocupărilor privind calitatea a atins punctul culminant prin elaborarea unei game de standarde ISO 9000 care precizează modalitățile de atingere a idealului concretizat în „zero defecte”.

1.1.1. Definirea și caracteristicile conceptului de calitate

Calitatea este un concept întâlnit și dezbătut frecvent în literatura de specialitate, care dă încă naștere la foarte multe controverse. Deși, la o primă vedere, termenul în sine pare simplist, realitatea este că noțiunea de calitate este mult mai complexă. Din acest motiv, de-a lungul timpului, aceasta a cunoscut numeroase definiții precum: „*aptitudinea de utilizare*”

¹Matei V., *Dicționar de maxime, reflecții, expresii latine commentate*, Ediția a II-a, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2013, pag. 310.

RELEVANȚA SISTEMULUI CONTABIL PRIVIND COSTUL CALITĂȚII PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR, O PREZENȚĂ CONSTANTĂ ȘI EVOLUTIVĂ ÎN TIMP

(J.M. Juran, 2002)², „zero defecte” (Ph.Crosby, 1979)³ sau „satisfacerea consumatorului” (D.W. Benbow, A.K. Elshennawy, H.F. Walker, 2003)⁴.

Noul dicționar explicativ al limbii române⁵ definește cuvântul calitate, ca fiind „totalitatea însușirilor și a laturilor esențiale în virtutea cărora un lucru se deosebește de celelalte” sau „însușire caracteristică (de obicei pozitivă) a unei persoane sau a unui lucru”.

The American Heritage Dictionary definește conceptul drept „o caracteristică inerentă sau distinctivă, o proprietate”⁶.

Dacă ar fi să ne raportăm asupra vechiului standard SR EN ISO 8402:1995 „Managementul și asigurarea calității. Vocabular”, calitatea era definită ca reprezentând „totalitatea trăsăturilor și a caracteristicilor unui produs sau serviciu care îi oferă capacitatea de a satisface nevoile stabilite sau implicite ale unui client”.

Potrivit SR EN ISO 9000:2006 „Sisteme de Management al Calității. Principii fundamentale și vocabular”, care a venit și a înlocuit standardul ISO 8402 prin versiunea editată în anul 2001, calitatea este „măsura în care un ansamblu de caracteristici intrinseci îndeplinește cerințele”, respectiv:

- „calitatea nu este exprimată printr-o singură caracteristică, ci printr-un ansamblu de caracteristici;
- calitatea nu este de sine stătătoare, ea există numai în relație cu cerințele”.

Asociația Americană pentru Calitate face referire la calitate ca fiind un termen subiectiv pentru care fiecare persoană (fizică sau juridică) are propria definiție. Din punct de vedere economic, calitatea poate avea două înțelesuri, pe de o parte calitatea reprezintă capacitatea caracteristicile unui produs sau serviciu de a satisface nevoile stabilite sau implicite ale beneficiarilor, iar pe de altă parte poate semnifica un produs sau un serviciu fără deficiențe.

În literatura de specialitate, optica lui J.M. Juran este cea mai apreciată atunci când vine vorba despre definirea conceptului

²Juran J.M., *Supremația prin calitate – Manualul directorului de firmă*, traducere de Dan Bălănescu, Editura Teora, București, 2002: „fitness for use”.

³Promotorul conceptului a fost Crosby Ph. în cartea sa intitulată *Quality is free*, Editura McGraw-Hill, New York, 1979.

⁴Benbow D.W., Elshennawy A.K., Walker H.F., *The Certified Quality Technician Handbook*, ASQ Quality Press, 2003, pag. 1-2.

⁵NODEX – *Noul dicționar explicativ al limbii române*, Editura Litera Internațional, București, 2002.

⁶*The American Heritage Dictionary of the English Language*, 5th Edition, Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, 2011.

RELEVANȚA SISTEMULUI CONTABIL PRIVIND COSTUL CALITĂȚII PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR, O PREZENȚĂ CONSTANTĂ ȘI EVOLUTIVĂ ÎN TIMP

de calitate. Astfel, în cartea sa⁷, calitatea este diseminată în funcție de noțiunea de *cost*, respectiv:

- calitatea este reprezentată prin acele caracteristici ale produselor și serviciilor care îndeplinesc cerințele clienților. Cu toate acestea, producerea unui bun de o calitate mai bună, necesită și o investiție pe măsură și, prin urmare, vor fi implicate și costuri adiționale. Din acest punct de vedere, calitatea superioară se definește prin *costuri suplimentare*;
- calitate înseamnă un produs fără defecte; în mod firesc, deficiențele conduc la erori interne, nemulțumirea clienților, reclamații etc. Din acest punct de vedere, *calitatea este orientată spre optimizarea costurilor*, în sensul că un bun de o calitate superioară scutește producătorul și utilizatorul de efectuarea unor costuri suplimentare.

Indiferent câte definiții am încerca să expunem, **persoana cea mai indicată care ar putea exprima cu exactitate ceea ce reprezintă cu adevărat calitatea este clientul.**

De regulă, atunci când un client achiziționează un produs, are anumite așteptări cu privire la calitatea acestuia și la performanțele tehnico-funcționale. Astfel, definirea conceptului se bazează pe un element subiectiv, cum ar fi percepția clientului, fapt pentru care calitatea poate fi exprimată în felul următor:

$$Q = \frac{P}{A} \quad (1.1)$$

unde:

- Q - calitatea;
- P - performanța;
- A - așteptările clientului;

Dacă raportul este supraunitar, atunci se consideră că nivelul calității este cel dorit, întrucât performanța a depășit așteptările clientului. Altfel, dacă raportul este subunitar, calitatea produsului este slabă comparativ cu performanța și implicit cu așteptările clientului (de pildă prețul). În situația în care raportul este egal cu valoarea 1, avem de a face cu un caz care tinde spre ideal, în sensul că performanța obținută a fost întocmai cu așteptările clientului.

Totodată, *calitatea resimțită de client* poate să difere față de *calitatea proiectată*, sau față de *calitatea rezultată în urma procesului de producție*.

⁷ Traducere și adaptare din Juran J.M. și Blanton Godfrey A., *Juran's Quality Handbook*, Ediția nr. 5, Editura McGraw-Hill, New York, 1999, pag. 2.1 și 2.2.