

CERTIFICAREA SISTEMULUI DE CALITATE CA FACTOR DE CREȘTERE A COMPETITIVITĂȚII ÎNTREPRINDERII

Mariana TERTIUC

Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: *In terms of diversification and rapid renewal a goods offer and market globalization came to the need to introduce new practices, that ensure the uncreased trust between business partners from different countries and in particular, consumer confidence on the quality of the products they buy.*

Cuvinte cheie: *calitate, client, certificare, competitivitate, sisteme, standarde, normativ, cerințe și principii.*

Economia de piață presupune atât concurența pe piața internă, cât și pe piața internațională. Una dintre laturile cele mai puternice în lupta concurențială este calitatea a produselor sau serviciilor, astfel încât acestea să corespundă necesităților sociale și cerințelor beneficiarilor.

Prin definiția pe care o formulează, Zink subliniază, pe de altă parte necesitatea de a se evidenția clar dimensiunea temporală a relației calitate-client: „calitatea înseamnă îndeplinirea cerințelor (stabilite) pentru asigurarea satisfacției clientului pe termen lung” [1, p.18].

Împărtășind un punct de vedere relativ asemănător, Smith pune accentul, în definirea calității, pe componenta rațională a acesteia: „calitatea este mai degrabă expresia relației dintre anumite atribute ale entității- caracteristicile calității sale – și standardul sau criteriul de evaluare stabilit în raport cu cerințele clienților” [2, p.236].

Deoarece simpla afirmație a producătorului nu mai oferă garanții privind calitatea produselor, într-o serie de țări, în primul rând cele dezvoltate, s-a introdus sistemul „Certificării”. Obiectivul său esențial este de a garanta, prin intermediul unui organism terț, independent de producător și de beneficiar, conformitatea unui produs, serviciu, proces sau a sistemului calității întreprinderii cu un referențial prestabilit.

Respectarea standardelor, normelor sau a altor reglementări normative interne sau internaționale în domeniul calității, obținerea profitului, reducerea costului reprezintă tot atâtea preocupări din partea producătorului, ca produsele, serviciile proprii să fie acceptate pe diferite piețe.

Certificarea produselor și serviciilor reprezintă atestarea de către organismul de certificare, a conformității acestora cu un anumit standard sau cu alt document normativ. Acest tip de certificare prezintă mai multe avantaje.

Certificarea produselor și serviciilor presupune parcurgerea următoarelor etape mai importante: [3, p.315].

Solicitarea certificării, pe baza unei cereri însoțite de dosarul tehnic și de angajamentul întreprinderii privind respectarea cerințelor din reglementarea tehnică de referință;

Instrumentarea dosarului de către organismul de certificare și efectuarea unor încercări asupra produsului, într-un laborator acreditat;

Efectuarea unui audit la întreprindere, de către organismul de certificare sau în numele acestuia, pentru a verifica dacă procesul de fabricație sau de prestare a serviciului este ținut sub control, iar inspecțiile, încercările asupra produsului serviciul sunt executate în mod corespunzător;

Acordarea certificatului de conformitate și a dreptului de utilizare a mărcii de conformitate;

Menținerea dreptului de a deține certificatul sau marca de conformitate, pe baza autocontrolului furnizorului și a verificărilor periodice efectuate de organismul de certificare.

În primul rând, certificarea oferă un avantaj comercial, contribuind la promovarea produselor și serviciilor. Ea reprezintă o dovadă obiectivă că sunt respectate cerințele de calitate menționate în standardul, documentul normativ de referință, facilitând orientarea consumatorilor în alegerea produselor și serviciilor. Acestea au mai multă încredere în produsele /serviciile certificate.

În condițiile amortizării procedurilor de certificare și utilizării unor referențiale identice sau comparabile, certificarea poate contribui la înlăturarea barierelor tehnice din calea comercializării libere a produselor și serviciilor.

Ținând seama de toate aceste avantaje, furnizorii sunt interesați să-și îmbunătățească continuu calitatea produselor și serviciilor, pentru a putea asigura satisfacerea condițiilor certificării.

Dovada conformității produselor și serviciilor poate fi sub forma unui *certificat de conformitate*, a unei *mărci de conformitate* sau a unei *licențe* acordate furnizorilor în cauză.

Certificat de conformitate reprezintă un document, emis pe baza regulilor unui sistem de certificare, care indică cu un nivel suficient de încredere, că un produs, proces sau serviciu, corespunzător identificat, este în conformitate cu un anumit standard sau cu un alt document normativ. Certificatul de conformitate conține, de regulă, o parte informativă privind caracteristicile impuse, informații referitoare la organismul care a efectuat verificările și, eventual, marca de conformitate.

Marca de conformitate (pentru certificare) este o marcă protejată, apreciată sau emisă pe baza regulilor unui sistem de certificare care indică, cu un nivel suficient de încredere, că produsul, procesul sau serviciu în cauză este în conformitate cu un anumit standard sau cu un alt document normativ.

Licența (pentru certificare) este un document prin care organismul de certificare acordă unei persoane sau unui organism dreptul de a utiliza certificate sau mărci de conformitate pentru produsele, procesele sau serviciile sale, în conformitate cu regulile schemei oferite de certificare.

În țările Uniunii Europene și alte Asociații Europene a liberului schimb se practică două tipuri de certificare a produselor și serviciilor: *obligatorie* și *voluntară*.

Certificarea obligatorie se referă la domeniul „reglementat”. Acest domeniu definește produsele și serviciile care cad sub incidența unor reglementări obligatorii: reglementări naționale referitoare la protecția vieții, sănătății consumatorului, protecția muncii și a mediului ambiant. Direcțiile Europene de armonizare privind „cerințele esențiale”.

Certificarea voluntară se referă la „domeniul nereglementat”, deci la produsele și serviciile pentru care nu există reglementări obligatorii. Acest tip de certificare este utilizat de întreprindere ca instrument pentru păstrarea piețelor de desfacere sau pentru cucerirea unor noi segmente de piață.

Pentru facilitarea acestui proces, în cadrul Organizației Internaționale de Standardizare (ISO) se înființează Comitetul Consultativ CERTICO, care din anul 1985, devine Comitetul pentru evaluarea conformității (Committee on Conformity assessment - CASCO), având următoarele obiective:

- Studiarea mijloacelor de evaluare a conformității proceselor, serviciilor și sistemelor calității, cu standardele sau cu alte documente de referință;
- Elaborarea de ghiduri internaționale referitoare la încercări, inspecții și la certificarea produselor, serviciilor, sistemelor calității și pentru evaluarea laboratoarelor de încercări, organismelor de inspecție și de certificare;
- Promovarea recunoașterii reciproce a sistemelor naționale și regionale de evaluare a conformității și utilizarea în acest scop a standardelor internaționale pentru încercări, inspecție și certificare în paralel cu aceste preocupări, în anul 1980, GATT (în prezent Organizația Mondială a Comerțului) adoptă „Acordul privind barierele tehnice în comerț”, denumit și „Codul standardelor”. Pentru a evita transformarea sistemelor naționale de certificare în adevărate obstacole în calea comerțului mondial. Documentul respectiv recomandă, pentru prima dată, ca aceste sisteme să fie bazate pe standarde internaționale.

Certificarea conformității a căpătat o largă extindere în comerțul mondial, mai ales după apariția standardelor internaționale din familia ISO 9000 și a standardelor europene EN seria 45000.

În concluzie, certificarea poate fi unul din factorii ce contribuie la sporirea competitivității întreprinderii. În aceeași ordine de idei certificarea sistemului de calitate este una din cheile succesului întreprinderii. Adoptarea unui sistem al calității în conformitate cu cerințele standardului ISO 9000, necesită studierea a două probleme fundamentale: *ce înseamnă sistemul pentru întreprindere, ce beneficii poate avea întreprinderea în urma implementării lui*. Pentru a răspunde la aceste întrebări, întreprinderea trebuie să aibă în vedere piețele sale internaționale de desfacere.

Analiza procedurilor și sistemelor operaționale ale unei întreprinderi făcută în timpul implementării standardelor ISO va scoate în lumină domeniile cu deficiențe, metode de lucru ad-hoc, risipa de resurse și costuri ale calității ce pot fi evitate. Astfel, chiar și pentru întreprinderile care nu au activitate de export, aplicarea standardelor ISO va îmbunătăți calitatea producției, va crește eficiența operațională și productivitatea și va reduce pierderile. Implementarea standardelor ISO 9000 va facilita întreprinderii obținerea unor încasări mai mari pentru produsele sale, îmbunătățind segmentul său de piață și profitabilitatea sa.

Dacă conducerea unei întreprinderi nu crede cu adevărat că standardele ISO 9000 sunt importante pentru îmbunătățirea activității, ea nu va fi capabilă să facă eforturi suficiente pentru implementarea acestora. Acest punct de vedere nu trebuie supraapreciat. Obținerea unui certificat de conformitate cu standardele ISO de la un organism acreditat trebuie să fie un fapt de importanță secundară. Motivația principală trebuie să vină de la ferma convingere că sistemul ISO 9000 va fi benefic din punct de vedere al dezvoltării și profitabilității pe termen lung.

La baza sistemului de management al calității se află principiile de calitate, pe care ISO 9000/2000 le identifică a fi următoarele opt” [4, p.7], [4, p.12].

1. Orientarea către client. Orice organizație este dependentă de clienții săi și de aceea trebuie să cunoască și să le prevadă cerințele și chiar să-i orienteze asupra cerințelor de viitor. De aceea, în permanență, cerințele curente li viitoare ale clienților trebuie bine înțelese, satisfăcute și, adesea depășite. Satisfacția clientului reprezintă rezultatul unui număr de factori pozitivi și negativi. Evaluând gradul de satisfacție al clienților și determinând cerințele acestora, obiectivele firmelor sunt legate de așteptările clienților, iar performanțele vor fi optimizate, Astfel orientarea către client este orientarea către piață și cerințele acesteia.

2. Poziția de leader (leadership-ul). Conducătorii antrenează salariații în aplicarea MC, având un rol hotărâtor în operaționalizarea tuturor principiilor pe care se bazează MC. Conducerea de vârf este aceea care formulează politica calității și obiectivele acesteia și are obligația să urmărească permanent concretizarea acestora în toate activitățile desfășurate și să intervină pentru înlăturarea ne conformităților în cazul apariției acestora.

3. Implicarea personalului. Personalul are rolul esențial la toate nivelurile organizatorice și numai prin implicarea lui totală și conștientă este posibil ca abilitățile tuturor să fie antrenate pentru realizarea politicii calității. În acest scop se poate acționa prin măsuri care să asigure motivarea deplină a întregului personal. Foarte important pentru înfăptuirea acestui principiu este crearea unui mediu intern bazat pe cultul calității, a lucrului bine făcut de prima dată și întotdeauna. Pentru realizarea unui asemenea mediu, o metodă valoroasă, aplicată în Japonia în anii '60 și ulterior și în Europa, a fost organizarea cercurilor de calitate. Relațiilor client-furnizor este de asemenea o măsură benefică pentru reușita acestui principiu. Rezultatele aplicării principiului pot fi măsurate pe baza indicatorilor de calitate, între care mai importanți sunt costul calității și productivitatea muncii. De asemenea, trebuie ca toți salariații să cunoască tehnicile întocmirii documentelor de calitate. Acest principiu urmărește implicarea personalului atât în realizarea obiectivelor firmei prin folosirea firmei prin folosirea cunoștințelor și experienței acestora, cât și în luarea deciziilor operaționale și îmbunătățirea proceselor.

4. Abordarea prin proces. Rezultatul dorit este mai sigur și de un nivel superior dacă activitățile desfășurate în acest scop se realizează ca proces. Abordarea prin proces facilitează identificarea și înțelegerea activităților întreprinderii și a interacțiunilor dintre ele, ceea ce face mai sigură definirea și stăpânirea acestora. Interacțiunile activităților în cadrul întreprinderii sunt complexe și generează o rețea de procese. Este important ca din această rețea să fie pus în evidență lanțul proceselor principale care adaugă valoare și modul în care acestea influențează aptitudinile de a satisface cerințele clienților referitoare la produs. Totodată, prin stabilirea unor responsabili de proces, activitățile pot fi mai bine stăpânite și dezvoltate cu prioritate acelea care asigură ameliorarea continuă a calității.

5. Abordarea sistemului de calitate ca proces managerial. Un rezultat este obținut mult mai ușor și eficient, atunci când resursele și activitățile necesare sunt conduse și utilizate ca un proces managerial. Procesele trebuie conduse astfel încât să îndeplinească cerințele clienților interni și externi. Pentru a satisface cerințele principiului trebuie să ne asigurăm că în întreprindere se desfășoară în permanență alături de procesul general de management și un proces de management al calității. Modul în care se desfășoară acest proces și rezultatele obținute, sunt analizate periodic în cadrul unor ședințe, în care Comitetul de calitate (organism instituit odată cu implementarea sistemului de calitate) prezintă conducerii de vârf situația îndeplinirii obiectivelor de calitate și se stabilesc măsurile ce se impun în continuare.

6. Îmbunătățirea continuă a calității. Ameliorarea continuă trebuie să fie un obiectiv permanent al întreprinderilor care aplică un sistem de calitate bazat pe prevederile familiei de standarde ISO 9000. Termenul „ameliorarea continuă a calității” nu poate fi folosit de cât atunci când, așa cum se specifică în standardul ISO 9000/2000, ameliorarea calității este permanentă; acțiunile temporare de îmbunătățire a calității nu corespund cerințelor acestui principiu. Pe baza acestui principiu sunt stabilite obiectivele realiste ale îmbunătățirii, sunt furnizate resursele și sunt puse la dispoziția utilizatorilor instrumentele și tehnici necesare, încurajându-i pe aceștia să contribuie la continua îmbunătățire a calității

7. Abordarea pe bază de fapte în luarea deciziilor. Corespunzător acestui principiu deciziile eficiente se fundamentează pe informații complete și sigure, care sunt analizate logic și intuitiv. Deciziile și acțiunile se bazează pe date și informații care urmăresc maximizarea productivității și minimizarea pierderilor și a efortului.

8. Relații reciproc avantajoase cu furnizorii. Relațiile avantajoase, de tip câștig-câștig între întreprindere și furnizori amplifică capacitatea ambelor părți de a crea valoare adăugată. Acest principiu include și relațiile cu furnizorii interni. Acest proces este un element de ghidare al managerilor pentru obținerea unor rezultate eficiente.

Principiile de management al calității pot fi privite ca niște reguli fundamentale utilizate în vederea conducerii și operării în cadrul firmei, care urmărește realizarea îmbunătățirii continue a performanțelor pe termen lung prin orientarea spre client.

Respectarea principiilor sus-menționate precum și perceperea beneficiilor reale pe care le aduce implementarea sistemelor de calitate în baza acestora contribuie semnificativ la sporirea competitivității întreprinderii. Conducerea de vârf trebuie să fie primii care să-și schimbe viziunea față de perceperea sistemelor de management și să vadă mai departe de deținerea unei hârtii în plus cum este certificatul ISO, ceea ce va contribui la micșorarea perioadei de recuperare a investițiilor de implementare a sistemelor de calitate. Certificarea Sistemului Calității unei întreprinderi se realizează atât în *scopuri interne* (realizarea obiectivelor stabilite potrivit politicii întreprinderii în domeniul calității, motivarea personalului pentru îmbunătățirea calității), cât și în *scopuri externe* (publicitar, la diferite reglementări).

Competitivitatea presupune a fi mai bun sau diferit decât concurenții direcți ai întreprinderii, iar calitatea poate fi acel factor care ar duce la sporirea competitivității întreprinderii [5, p.56]. Calitatea presupune satisfacerea nevoilor clienților, atât a celor implicite, precum și a celor explicite. Nevoile însă sunt în permanentă schimbare, de aceea perfecționarea continuă este cheia succesului în asigurarea calității cerute.

Funcționarea eficientă a Sistemului de Calitate va permite menținerea competitivității, consolidarea poziției pe piață, generează beneficii atât pentru clienți, cât și pentru proprietari, furnizori și întreaga societate în ansamblu și îmbunătățirea rezultatelor activității economice în întreprinderi.

Bibliografie

1. Zink, J.,K., „Qualitat als Management *Total Quality Management*”, vol.3, 1994, pag.18
2. Smith, G., F., The meaning of quality, in „*Total Quality Management*”, vol.4, nr.3/1993, pag.236.
3. Olaru M. „*Managementul Calității*”, ediția a- II-a, Editura Economică, București 1999, pag. 315.
4. „*Standardul internațional al Sistemului de Management al Calității ISO 9001:2000*”, ASRO, București, 2001.Ghid pentru selecție și utilizare, pag.7., Vocabular pag.12.
5. Bohosievici C. „*Asigurarea calității*”, Editura Info., Chișinău 2001, pag.56
6. www.iso.org