

## CALITATEA CA FACTOR DE BAZA A CREȘTERII ECONOMICE ÎN CONDIȚIILE ECONOMIEI DE PIAȚĂ

### QUALITY AS A BASIC FACTOR OF ECONOMIC GROWTH IN MARKET ECONOMY CONDITIONS

---

*Reprezentant diaspora  
persoană în situații  
de dificultate/risc*

**CEZAR  
MANOLE**

*Diaspora representative  
person in difficult /  
risk situations*

---

**Rezumat:** Importanța calității produselor, serviciilor, în particular, și calitatea vieții, în general, sunt subiecte care zilnic stau în vizorul societății. În cercetarea dată, după cum a fost menționat, una din sarcini este studierea multitudinii preceptelor teoretice și a viziunii diferitor savanți, oameni de afaceri în domeniul managementului calității, calității produselor, serviciilor etc.

**Cuvintele-cheie:** antreprenor, calitatea, managementul calității, cercuri de calitate, competitivitate.

Trecerea de la o economie predominant industrială, la o economie globalizată, a informațiilor și a rețelilor sau a comunicațiilor necesită o reorientare a politicilor comunitare pentru a răspunde cerințelor și a beneficia de oportunitățile acestui sector.

Ca răspuns la provocările globalizării crescânde a pieței, a fost dezvoltat sistemul calității, așa cum este definit de Organizația Internațională de Standardizare (ISO), în seria de standarde 9000. Instituirea sistemelor calității de către țările în curs

**Summary:** The importance of the quality of products, services, in particular, and the quality of life, in general, are subjects that are taken care of daily in society. In the given research, as mentioned, one of the tasks of studying the multitude of theoretical precepts and different vision or scholars, businessmen in the field of quality management, quality of products, services, etc.

**Key words:** entrepreneur, motivation, performance, organizational climate, job enrichment, quality circles.

The transition from a predominantly industrial economy to a globalized economy, information and networking or communications requires a reorientation of community policies to meet the needs and opportunities of this sector.

In response to the challenges of increasing market globalization, the quality system has been developed, as defined by the International Organization for Standardization (ISO), in the 9000 series of standards. The establishment of quality systems by developing countries and beyond

de dezvoltare și nu numai, a devenit absolut esențială dacă acestea doresc să câștige o parte importantă a piețelor europene și nord-americane. Însă, înainte de a gândi modalitatea de introducere a sistemelor calității în cadrul firmelor comerciale din țările în curs de dezvoltare, este necesar să se înțeleagă felul piețelor, cultura națională, cultura firmelor comerciale și perceperea calității în aceste țări.

Deci, competiția intensă pentru clienți, atât pe plan local, cât și global, a condus la o accentuare puternică a problemelor calității, atât pentru produse, cât și pentru servicii. Corecta identificare a nevoilor consumatorilor și satisfacerea lor înainte, în timpul și după vânzare, precum și tratarea clienților ca veritabili interlocutori pe piață sunt considerate, în prezent, ca avantaje competitive cheie. Pentru a obține aceste avantaje multe organizații au început să urmărească managementul calității totale (TQM).

TQM-ul reprezintă o „încercare sistematică de a realiza îmbunătățirea continuă a calității produselor și/sau serviciilor oferite de organizații” [3, p.20] Aceasta înseamnă că, relația dintre managementul calității și managementul firmei este una de la parte la întreg. Cum personalitatea unei firme reprezintă un instrument de mare importanță pentru managementul firmei, în mod logic, cultura firmei poate fi considerată,

has become absolutely essential if they want to gain a significant share of the European and North American markets. However, before thinking about how to introduce quality systems within the commercial companies in developing countries, it is necessary to understand the nature of markets, national culture, the culture of commercial companies and the perception of quality in these countries.

So, intense competition for customers, both locally and globally, has led to a strong emphasis on quality issues for both products and services. The correct identification of consumers' needs and their satisfaction before, during and after the sale, as well as the treatment of customers as real interlocutors in the market are currently considered as key competitive advantages. To achieve these benefits, many organizations have begun to pursue total quality management (TQM).

TQM is a “systematic attempt to continuously improve the quality of products and/or services offered by organizations” [3, p.20]. This means that the relationship between quality management and company management is one from part to whole. As the personality of a company is a tool of great importance for company management, logically, the company culture can be considered, at the same time, a tool of quality management. Thus, within the man-

În același timp, instrument al managementului calității. Astfel că, în cadrul culturii manageriale se poate vorbi despre o subcultura a calității. Printre specialiștii din domeniul TQM-ului, tendința generală este de considerare, datorită importanței acordate calității totale puse în slujba consumatorului, a unei adevărate culturi a calității. Cultura calității cuprinde un ansamblu de norme de calitate; tehnologiile necesare realizării unor produse de calitate corespunzătoare cerințelor; ceremoniile și ritualurile necesare organizării și planificării calității; eroi în asigurarea calității totale; sloganuri privind calitatea totală a firmei (de exemplu: „zero defecte”); simboluri ; mituri și întâmplări referitoare la asigurarea și îmbunătățirea continuă a calității; sisteme de valori, care își pun amprenta asupra concepției firmei privind calitatea totală. [1, p.16]

În zilele noastre termenul de calitate a devenit un cuvânt de ordine în majoritatea țărilor lumii. Potrivit standardului ISO 8402, calitatea reprezintă „ansamblul de proprietăți și caracteristici ale unui produs sau serviciu care îi conferă acestuia aptitudinea de a satisface nevoile exprimate sau implicite”, sau „prin calitate se înțelege totalitatea cerințelor explicite sau implicite ale unui produs sau serviciu care asigură integral realizarea scopului în care a fost creat și comercializat”. Calitatea este aptitudinea unui produs sau serviciu

agerial culture we can talk about a subculture of quality. Among the specialists in the field of TQM, the general trend is to consider, due to the importance given to the total quality put at the consumer service, a true culture of quality. The culture of quality includes a set of quality norms; the technologies necessary to make quality products corresponding to the requirements; the ceremonies and rituals necessary for the organization and planning of quality; heroes in total quality assurance; slogans regarding the total quality of the company (for example: “zero defects”); symbols; myths and events related to continuous quality assurance and improvement; value systems, which make their mark on the company’s conception regarding total quality [1, p.16].

Nowadays, the term quality has become a watchword in most countries of the world. According to ISO 8402, quality is “the set of properties and characteristics of a product or service that give it the ability to satisfy the expressed or implied needs”, or “quality means all the explicit or implicit requirements of a product or service that ensures fully achieving the purpose for which it was created and commercialized”. The quality is the ability of a product or service to satisfy to a certain degree the needs (expressed or potential) of end users [21, p.18]. It is a relative concept that only makes

de a satisface într-un anumit grad nevoile (exprimate sau potențiale) ale utilizatorilor finali [21, p.18]. E un concept relativ care nu are sens decât prin raportare la satisfacția obținută de client în relația sa cu firma, cu produsul oferit de aceasta. Gradul în care un produs satisface nevoia pentru care a fost creat depinde de ansamblul caracteristicilor de calitate ale produsului, și anume: caracteristici tehnice (parametrii tehnico-funcționali pentru bunurile de folosință îndelungată, caracteristici fizico-chimice ale bunurilor de consum alimentar, etc), caracteristici estetice (formă, culoare, prezentare), caracteristici economice (preț de vânzare, cheltuieli de întreținere și exploatare), caracteristici sociale (poluare atmosferei, apelor, etc), caracteristici de exploatare sau de utilizare (însușiri economice, fiabilitate, disponibilitate) [1, p.13].

Calitatea trebuie să devină un obiectiv strategic al oricărei firme, nu numai al producătorilor, ci și al tuturor celorlalți agenți economici care participă la realizarea și comercializarea produselor/serviciilor. În prezent, modalitatea de „asigurare a calității” produselor și serviciilor înseamnă realizarea „calității totale” [4, p.29], care vizează: orientarea spre client; angajarea conducerii; antrenarea personalului; toate compartimentele; întreaga traiectorie a produsului. Deci, asigurarea calității totale necesită, în primul rând,

sense by referring to the satisfaction obtained by the customer in his relationship with the company, with the product offered by it. The degree to which a product satisfies the need for which it was created depends on all the quality characteristics of the product, namely: technical characteristics (technical-functional parameters for durable goods, physical-chemical characteristics of foodstuffs, etc.), aesthetic characteristics (shape, color, presentation), economic characteristics (selling price, maintenance and operation costs), social characteristics (air, water pollution, etc.), exploitation or use characteristics (economic properties, reliability, availability) [1, p.13].

The quality must become a strategic objective of any company, not only of the producers, but also of all the other economic agents that participate in the realization and commercialization of the products/services. Currently, the way of “quality assurance” of products and services means the achievement of “total quality” [4, p.29], which aims at: customer orientation; hiring management; staff training; all compartments; the entire trajectory of the product. So, total quality assurance requires, first of all, a high degree of involvement and commitment from employees. This would mean that companies that are customer-oriented, but without neglecting their

un grad înalt de implicare și angajament din partea salariaților. Aceasta ar presupune că, firmele care sunt orientate spre clienți, dar fără să-și neglijeze salariații, motivându-i corespunzător asigurării calității totale, au *culturi care vor spijinii implementarea și dezvoltarea unui sistem al calității*.

Definițiile conceptului de calitate totală sunt relativ recente. Pentru unii, calitatea totală înseamnă calitatea produsului, pentru alții satisfacerea clientului. Calitatea totală este, de fapt, o filozofie, un demers, o politică a firmei comerciale. [4, p.108]

În țările cu economie de piață, prezența concurenței pe piața liberă este o condiție esențială și necesară, dar nu și suficientă, pentru dezvoltarea demersurilor calității în întreprinderi. Un astfel de demers are drept scopuri esențiale: satisfacerea cerințelor calitative ale clienților, adaptarea întreprinderii la mutațiile survenite pe piață, reconsiderarea produselor/serviciilor în funcție de oferta concurenței, mobilizarea salariaților în scopul realizării unui proiect în cadrul întreprinderii.

Dezvoltarea economiei de piață costă enorm și țările implicate trebuie să se bazeze mai mult pe propriile forțe. Pe termen mediu și lung, ameliorarea calității produselor și serviciilor, realizate de țările aflate în tranziție, ar fi de natură să dezvolte capacitățile lor de export și să fa-

employees, properly motivating them to ensure total quality, *have cultures that will support the implementation and development of a quality system*.

The definitions of the total quality concept are relatively recent. For some, total quality means product quality, for others customer satisfaction. Total quality is, in fact, a philosophy, an approach, a policy of the commercial company [4, p.108].

In market economy countries, the presence of competition on the free market is an essential and necessary condition, but not sufficient, for the development of quality approaches in companies. Such an approach has as essential objectives: satisfying the qualitative requirements of the customer, adapting the company to the changes on the market, reconsidering the products/ services according to the competition offer, mobilizing the employees in order to carry out a project within the company.

The development of the market economy is enormous and the involved countries need to rely more on their own strengths. In the medium and long term, improving the quality of products and services achieved by countries in transition would be likely to develop their export capacities and facilitate their integration into the European single market. Currently, local industry employees and other Moldo-

ciliteze integrarea în piața unică europeană. Actualmente, angajații din industria autohtonă și alți specialiști din Moldova tind să conlucreze cu experții din organizațiile occidentale profesionale specializate în domeniul calității - și, în special, cu cei din Organizația Europeană pentru Calitate (EOQ) - pentru facilitarea și accelerarea prin calitatea tranziției spre economia de piață.

La acest început de mileniu, producătorii de bunuri și servicii din toată lumea, impulsionați de cerințele piețelor de desfacere, s-au reorientat de la cantitate la calitate pentru a supraviețui în condiții de concurență acerbă. Astfel, calitatea este un instrument deosebit de eficient pentru cucerirea piețelor mondiale, și, probabil, unicul, la moment, care ar putea mări volumul exporturilor și scoate producătorii moldoveni din cercul vicios în care s-au pomenit. Calitatea produselor se impune ca factor determinant al competitivității întreprinderii. Cu alte cuvinte, într-o lume a competiției și a cererii sofisticate, calitatea reprezintă modul în care întreprinderea poate ieși din dilemă „a fi sau a nu fi”.

Se consideră că o organizație este cu atât mai competitivă, cu cât calitatea produsului este mai bună, activitatea industrială mai eficientă, personalul mai bine pregătit și angajat în procesul muncii, iar asigurarea și permanentizarea competi-

van specialists tend to work with experts from western professional organizations specializing in quality - and especially those from the European Quality Organization (EOQ) - to facilitate and accelerate the quality of the transition to a market economy.

At the beginning of this millennium, manufacturers of goods and services around the world, driven by the demands of the markets, have reoriented themselves from quantity to quality in order to survive in fierce competition. Thus, quality is a particularly effective tool for conquering world markets, and probably the only one at the moment that could increase the volume of exports and remove Moldovan producers from the vicious circle in which they found themselves. The quality of the products is imposed as a determining factor of the company competitiveness. In other words, in a world of competition and sophisticated demand, quality is how the company can get out of the “to be or not to be” dilemma.

It is considered that an organization is more competitive, the better the product quality, the more efficient industrial activity, the better trained and engaged staff in the work process, and ensuring and perpetuating competitiveness is the basic objective of any management



vității reprezintă obiectivul de bază al oricărui model de management. Prin urmare, un producător sau prestator de servicii poate exista și se poate dezvolta numai în condițiile de realizare a bunurilor și serviciilor la un nivel de calitate concurențial. În prezent, calitatea a devenit un element atât de vital în lumea afacerilor, încât, pentru a-i asigura nivelul corespunzător sunt necesare și foarte esențiale perceperea și tratarea corectă a concepției acesteia.

Trecerea la producția și consumul de masă al produselor, precum și diversificarea extrem de mare a acestora, a avut un impact deosebit asupra lărgirii conceptului de calitate, în acest fel, calitatea produselor este o noțiune complexă, dinamică, conținutul ei evoluând în pas cu necesitățile practice.

Noțiunea de calitate a 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 înțelesul de fel de a fi. [2, p.21]

Calitatea și satisfacerea clienților reprezintă subiecte de mare interes, cu atât mai mult pentru economia, aflată pe drumul spre integrare în structurile europene. Standardele de calitate, adoptate de acum oferă un răspuns acestei conștientizări și au ca scop încurajarea întreprinderilor și a altor organizații de a-și

model. Therefore, a producer or service provider can exist and can develop only in the conditions of realization of goods and services at a competitive quality level. At present, quality has become such a vital element in the business world that, in order to ensure its proper level, it is necessary and very essential to perceive and treat it correctly.

The transition to mass production and consumption of products, as well as their extremely high diversification, had a great impact on expanding the concept of quality, in this way, the product quality is a complex, dynamic notion, its content evolving in step with the practice needs.

The notion of product quality and issues related to its realization preoccupied people a long time ago. According to some authors, the word “quality” or “qualitas” has its origin in the Latin “qualis” which means to be [2, p.21].

Quality and customer satisfaction are topics of great interest, especially for the economy, which is on its way to integration in European structures. The quality standards, adopted now, provide an answer to this awareness and aim to encourage companies and other organizations to manage the quality of their services more efficiently.

conduce mai eficient calitatea serviciilor prestate.

Crearea și menținerea calității în cadrul organizațiilor depinde de modul în care managerii și angajații înțeleg să abordeze managementul calității în scopul garantării înțelegerii și îndeplinirii cerințelor clienților. Pentru a atinge un anumit nivel al calității este necesar ca toate nivelurile ierarhice ale organizației să adere la principiile stabilite pentru calitate.

În ultima perioadă, conceptul de calitate a cunoscut o serie de transformări, ceea ce a determinat schimbări esențiale în sistemul de management, în procedurile și stilurile manageriale, dar și în conceperea și desfășurarea activităților de producție și de marketing.

Calitatea totală poate fi definită prin mai multe modalități. În primul rând, calitatea totală poate fi concepută ca un ansamblu de principii manageriale prin care se asigură dedicarea totală a organizației față de client [2, p.41]. În acest caz, întreaga activitate a firmei, toți angajații ei sunt orientați spre îmbunătățirea tuturor activităților ce asigură satisfacerea dorințelor și așteptărilor clienților.

O altă modalitate de a defini calitatea totală constă în descrierea rezultatelor obținute de o organizație avându-se în vedere patru domenii esențiale:

Creating and maintaining quality within organizations depends on how managers and employees understand how to approach quality management in order to ensure understanding and customer satisfaction. In order to reach a certain level of quality, it is necessary that all the hierarchical levels of the organization adhere to the established principles for quality.

Lately, the concept of quality has undergone a series of transformations, which has determined essential changes in the management system, in the managerial procedures and styles, but also in the design and development of production and marketing activities.

Total quality can be defined in several ways. First of all, total quality can be conceived as a set of managerial principles that ensure the total dedication of the organization to the customer [2, p.41]. In this case, the entire activity of the company, all its employees are focused on improving all activities that ensure the satisfaction of customer wishes and expectations.

Another way to define total quality is to describe the obtained results by an organization taking into account four key areas:



- *Clienții sunt loiali.* Ei sunt mai mult decât satisfăcuți de serviciile firmei pentru că nevoile lor au fost satisfăcute iar serviciile au fost cu mult peste așteptări.
- *Timpii de răspuns la problemele și nevoile clienților,* precum și la oportunitățile ivite au fost minimi. Costurile au fost de asemenea minimizate prin eliminarea acelor operații și activități care nu aduc valoare clienților.
- *Climatul existent în cadrul organizației* încurajează lucrul în echipă și asigură satisfacerea, motivarea și încurajarea lucrătorilor.
- *Comportamentul etic și orientarea spre continua perfecționare* stau la baza tuturor activităților managerilor și salariaților.
- *Customers are loyal.* They are more than satisfied with the company's services because their needs have been satisfied and the services have been far beyond expectations.
- *Answer times to customer issues and needs,* as well as opportunities, were minimal. Costs have also been minimized by eliminating those operations and activities that do not bring value to customers.
- *The existing climate within the organization* encourages teamwork and ensures the satisfaction, motivation and encouragement of employees.
- *Ethical behavior and the orientation towards continuous improvement* are the basis of all managers 'and employees' activities.

Într-o viziune mai complexă, definirea calității totale presupune precizarea beneficiilor clienților, a conceptului de servicii, a calității serviciului, a calității rezultatelor, a modalităților de transfer a serviciilor către clienți și a procedurilor concrete de determinare a calității serviciilor utilizate de către organizație.

In a more complex vision, the definition of total quality involves specifying customer benefits, the concept of services, service quality, quality of results, ways to transfer services to customers and concrete procedures for determining the quality of services used by the organization.

Tabelul 1

**Rezultatele Calității Totale**

Efecte majore ale calității totale	Clienții sunt mai satisfăcuți	Timp mai redus, costuri mai mici	Climatul este mai bun	Îmbunătățire continuă
Angajații îi înțeleg mai bine pe clienți	X			x
Bunurile/serviciile vor fi mai adecvate nevoilor	X			
Mai puține greșeli	X	x	x	x
Anticiparea problemelor	X	x		x
Clienții se vor simți mai bine tratați	X			
Timpul de răspuns va fi mai rapid	X	x	x	x
Va crește responsabilitatea vânzătorilor	X	x		x
Relații mai strânse între manageri și salariați		x	x	x
Mai multă inovare / schimbare	X	x	x	x
O mai clară viziune asupra viitorului				x

Sursa: Baleanu, Cristian - Managementul îmbunătățirii continue [3, p. 87]

Table 1

**Total Quality Results**

Major effects of total quality	Customers are more satisfied	Less time, lower costs	The climate is better	Continuous improvement
Employees better understand customers	X			x
The goods/ services will be more appropriate to the needs	X			
Fewer errors	X	x	x	x
Anticipation of issues	X	x		x
Customers will feel better treated	X			
Answer time will be faster	X	x	x	x
It will increase the responsibility of sellers	X	x		x
Closer relations between managers and employees		x	x	x
More innovation /change	X	x	x	x
A clearer view of the future				x

Source: Baleanu, Cristian - Management of continuous improvement [3, p. 87]

Rolul politicii calității produselor este acela de a produce o revoluție în mentalitatea angajaților, de a le menține atenția îndreptată asupra calității și de a le indica valorile promovate. Prin politică se încearcă implicarea oamenilor. Ea are un rol de restricție, dar și de indicare a căilor de urmat pentru a înțelege tot mai bine problemele calității, dar și efectele ei pozitive. Fiecare angajat trebuie să fie convins de ceea ce reprezintă calitatea pentru întreprindere: o cale ce îndrumă prețul către cele mai înalte niveluri posibil de atins. Calitate ridicată – preț mare este o relație ce asigură eficiență economică activității, deci și venituri mai mari angajaților. Pentru a menține efectiv un sistem al calității, organizația trebuie să definească politica privind calitatea, procedurile și standardele de calitate și sistemul de audit.

Esența noțiunii de calitate o reprezintă atitudinea mentală a angajaților întreprinderii și responsabilitatea acestora față de îndeplinirea obiectivelor unității. În cele din urmă, angajații vor fi cei care vor desfășura variatele proceduri și instrucțiuni listate în Manualul Calității și în alte documente privind calitatea. Dacă angajații unei întreprinderi nu sunt dedicați ideii de calitate, documentația elaborată pentru sistemul calității va avea, pur și simplu, aceeași soartă pe care o au atâtea legi „neactivate” de către guverne în țările în curs de dezvoltare, documente care

The role of product quality policy is to produce a revolution in the mentality of employees, to keep their attention focused on quality and to indicate the promoted values. Politics tries to get people involved. It has a restrictive role, but also an indication of the ways to follow in order to better understand the quality issues, but also its positive effects. Every employee must be convinced of what quality is for the enterprise: a way that guides the price to the highest possible levels to be achieved. High quality - high price is a relationship that ensures economic efficiency of the activity, and therefore higher income for employees. In order to effectively maintain a quality system, the organization must define the quality policy, quality procedures and standards and the audit system.

The essence of the quality notion is represented by the mental attitude of the enterprise employees and their responsibility towards the fulfillment of the unit's objectives. Finally, employees will be the ones to perform the various procedures and instructions listed in the Quality Manual and other quality documents. If the employees of an enterprise are not dedicated to the idea of quality, the documentation developed for the quality system will simply have the same fate as so many laws “not activated” by governments in developing countries,

rămân la statutul de cărți și care nu sunt niciodată implementate și deci nu aduc nici un beneficiu.

Una din cele mai importante responsabilități ale managerilor este aceea de a orienta personalul către calitate și de a crea cadrul potrivit pentru implementarea sistemului calității.

documents that remain in the status of books and which are never implemented and therefore do not bring any benefit.

One of the most important responsibilities of managers is to guide staff towards quality and to create the right framework for implementing the quality system.

### **BIBLIOGRAFIE:**

1. CHAIGNEAU, Y. ; PERIGORD M. Du management de projet a la qualité totale, Paris: Edition d'Organisation, 1990, 399p.
2. CHIRILĂ, V. Managementul calității. Chișinău : Editura Tehnica-Info, 2002, 427p.
3. GARY, J. Comportament organizațional, București: Editura Economică, 1996, 222p
4. OPREAN, C.; KIFOR, C.V. Managementul Calității. Sibiu, 2002, 400p.

### **BIBLIOGRAPHY:**

1. CHAIGNEAU, Y.; PERIGORD M. Du management de projet a la qualité totale, Paris: Edition d'Organisation, 1990, 399p.
2. CHIRILĂ, V. Quality management. Chisinau: Technical-Info Publishing House, 2002, 427p.
3. GARY, J. Organizational behavior, Bucharest: Economic Publishing House, 1996, 222p
4. OPREAN, C.; KIFOR, C.V. Quality management. Sibiu, 2002, 400p.