

# CALITATEA PRODUSELOR ROMÂNEȘTI ȘI PIAȚA U.E.

LECT. UNIV. DR. IOANA POP COHUȚ (COORD.)  
STUDENT ANCA MARTIN  
Facultatea de Științe Economice  
ipop@yahoo.com  
martinanca@yahoo.com  
tel. 0745-280352

*What is quality? How can it be measured? These questions are raised in my paper-work. Taking in concern that there are many factors which have influence upon quality, I considered necessary to illustrate this fact through a study case upon dairy products. Romania is going soon to integrate in U.E., but the measure in which the quality of our products can penetrate the U.E. market depends on our producers and not at least, upon us.*

Dacă după '89 cei care au cutezat să se lanseze în afaceri au pornit la drum sub idei inoculate ani de-a rândul: „producție înainte de toate”, putem să spunem că lucrurile s-au schimbat și se schimbă într-un mod rapid. Ne aflăm la un pas de intrarea în Uniunea Europeană, intrare care aduce și impune modificarea sloganului: „merge și așa”. Acest concept: *calitate* trebuie să fie un lucru vital în cadrul fiecărei firme, motorul care să ne impulsioneze spre excelență. Din păcate trebuie să recunoaștem că, la acest capitol suntem încă deficitari. Întrebarea care ne-o punem este în ce măsură reușesc următoarele cuvinte: „Made in Romania” să trezească în mintea consumatorului ideea de calitate și cea de satisfacere într-un mod cât mai adecvat a unei nevoi sau, din contră, reflectă contrariul? Chiar dacă ne putem lauda cu nume celebre: J.M. Juran<sup>1</sup>, cunoscute pe plan mondial în cea ce privește asigurarea calității, situația întâlnită în firmele românești denota altceva.

Lucrarea de față își propune o analiza a calității produselor românești în comparație cu cele de pe piața europeană, atenția fiindu-ne îndreptată asupra produselor lactate. Înainte de a pătrunde în procedura de calitate, considerăm imperios necesar evidențierea mesajului transmis de termenul calitate prin prisma terminologiei cât și a factorilor care au influență asupra calității. Tendințele și viitorul calității va fi subliniat prin cultura calității. Caracterul complex și dinamic al calității se asociază astăzi în toate activitățile legate de management, controlul și asigurarea calității, standartizare, acreditare, marcarea, evaluare, certificare etc.

## Mesajul calității prin prisma terminologiei

Sondajele făcute arată că, în prezent, noncalitatea reprezintă aproximativ 30% din cifra de afaceri a unei companii care nu aplică metode preventive de asigurare a calității. Totuși, în ultima perioadă companiile au urmărit să crească în permanență calitatea produselor și serviciilor lor pentru a-și îmbunătăți competitivitatea.

Astfel, în economia de piață, conceperea și realizarea calității trebuie să fie un obiectiv major al activităților oricărui agent economic.

Locul și importanța sistemului calității în managementul întreprinderii rezultă și din dependența fără precedent a societății contemporane față de calitate. În acest sens, J.M. Juran face o analogie sugestivă între calitatea produselor și rolul digurilor care protejează în Olanda terenurile agricole de apele mării. „Orice fisură în digul calității ar pune în pericol grav viața de dincolo de dig.”<sup>2</sup> Consecințele ar fi similare, ca proporții, cu accidentele datorate noncalității unor produse și

<sup>1</sup> Americanul de origine română Joseph M. Juran (1904 - ) a elaborat lucrări fundamentale în identificarea, dezvoltarea, perfecționarea, promovarea și asigurarea calității. Mesajul transmis prin prisma calității a fost însușit de marile firme, pe plan mondial.

<sup>2</sup> Preluat din: Olaru, Marieta; Stanciu, Ion; *Bazele merceologiei*, Ed. Universitatea Independentă Dimitrie Cantemir, București, 1994, p.53;

instalații. De aceea, pregătirea în domeniul calității este de mare importanță, trebuie să învățăm cum să producem și să construim pentru a menține calitatea, acest dig protector al civilizației contemporane, care ocrotește bunăstarea, siguranța și sănătatea oamenilor și care apără mediul înconjurător.

Ce este calitatea? Cine definește calitatea și cum poate fi măsurată? Acestea sunt câteva din întrebările ce se pot construi la baza acestui termen atât de des utilizat de la producători, la consumatori. Luând în considerare ca și etalon al calității „satisfacerea clientilor” există pericolul de a ne lovi de subiectivism și de a lăsa la o parte o serie de alți factori importanți ca și costul utilizat pentru o unitate dată, gradul de utilizare, protecția mediului etc.

Din cele prezentate mai sus se evidențiază complexitatea acestui termen, complexitate întărită de multitudinea definițiilor întâlnite în literatura de specialitate. De aceea, considerăm imperios necesar începerea aprofundării acestui subiect prin definirea sa.

Etimologic, cuvântul își are rădăcina în latinescul „*qualitas*” a cărui semnificație este „fel de a fi, atribut, caracteristică, proprietate”. Păstrarea acestui termen până în zilele noastre este evidențiată sub aspect fonetic de asemănarea în pronunție a cuvântului calitate în țările Uniunii Europene<sup>3</sup>.

Calitatea exprimă însușirile esențiale ale unui produs care-l fac să se distingă de toate produsele similare, care au aceeași destinație, respectiv utilitate. Calitatea este o determinare a produsului, o valoare interioară, care se naște o dată cu el. De aceea pentru a stabili o măsură a calității se recurge la măsurarea caracteristicilor, care în parte reflectă unele aspecte ale calității.

Standardul ISO 8402 care se referă la vocabularul calității, o evidențiază prin următoarea definiție: „Calitatea este un ansamblu de proprietăți și caracteristici ale unui produs/serviciu care îi conferă acestuia aptitudinea de a satisface nevoile exprimate sau implicite”. Conform acestei definiții:<sup>4</sup>

- 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 nevoile clienților;
- calitatea este o variabilă continuă și nu discretă;
- prin calitate trebuie să se satisfacă nu numai nevoile explicite, ci și cele implicite.

Cuprinderea acestui concept „calitate” în anumite idei și definiții nu reușește să evidențieze în totalitate complexitatea sa. Pentru o mai bună ilustrare a acestui termen vom apela la construirea acronimului calității.

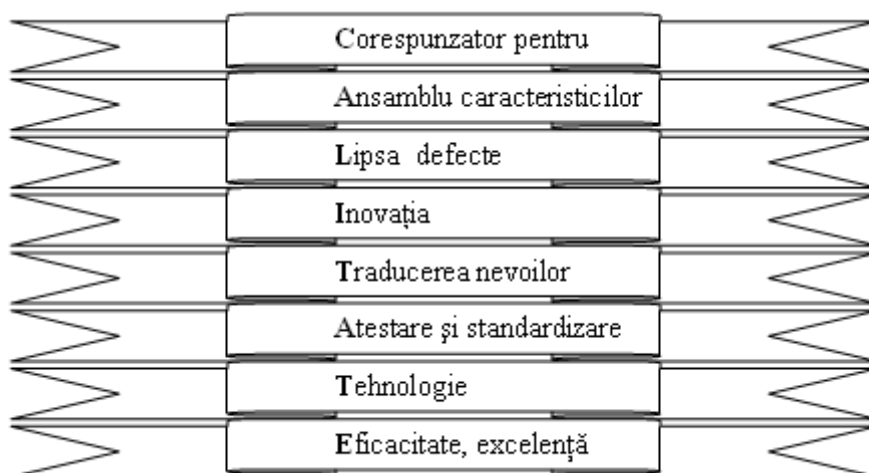


Fig. 1. Acronimul calității

Factorii determinanți ai calității

<sup>3</sup> În lb. germană – *Qualität*, lb. engleză – *quality*;

<sup>4</sup> Stanciu Ion, *Managementul calității totale*, Ed. Cartea Universală, București, 2003, p.29;

O întrebare iminentă care apare frecvent este următoarea: „*De ce este nevoie de calitate?*”  
Posibile răspunsuri care să vină în elucidarea acestei întrebări sunt:

- complexitatea;
- globalizarea piețelor;
- evoluția social-culturală;
- exigențele consumatorului;
- criza energetică.

De aici se poate trage concluzia că, în prezent, a dori calitatea înseamnă a răspunde la:<sup>5</sup>

- *o exigență economică* – să știi să vinzi mai mult, producând mai bine;
- *o nouă cultură* – trebuie promovată ideea că în societatea noastră fiecare individ are o datorie calitativă;
- *o nouă state de spirit* –aprofundarea coeziunii muncii în echipă și a leadership-ului.

Astfel, calitatea produselor se realizează în urma unui proces ciclic, complex la care participă toate activitățile firmei începând de la cercetare și continuând cu proiectare, pregătirea producției, procurarea de materii prime și materiale, producția propriu-zisă, controlul procesului, inspectii, analize, încercări, probe, vânzarea produselor și efectuarea service-ului.

În condițiile concurenței specifice economiei de piață, produsele realizate și comercializate trebuie să îndeplinească simultan două condiții de bază: să fie utile și să fie rentabile.

Pentru a atinge aceste două obiective inseparabile, la realizarea calității participă o serie de factori care acționează în procesul de producție cât și în sfera circulației mărfurilor (producător – comerciant - consumator). Clasificarea în cele două categorii este redată în tabelul nr.1.

**Tab. nr.1. Factori determinanți ai calității**

Factori determinanți ai calității	
	– cercetate și proiectate
	– materiile prime și materiale
– în procesul de producție	– procesul tehnologic
	– calificarea profesională a salariaților
	– asigurarea și controlul calității
	– standarde și norme
	– ambalare
– în domeniul circulației mărfii	– transport
	– păstrare

Înainte de a începe o sumară analiză a fiecăruia dintre acești factori, considerăm necesar, sublinierea următorului aspect: fiecare etapă aferentă realizării produsului finit, trebuie luată ca de sine stătătoare și realizată sub ”imperialismul calității.” Aceste etape pot fi comparate cu verigile unui lanț. Dacă una dintre verigi nu este integră atunci există posibilitatea ruperii la un moment dat al lanțului. Altfel spus, dacă fiecare etapă în care are loc realizarea proiectarea, fabricarea și vânzarea produsului, nu are la bază calitatea, integritatea produsului sub aspect calitativ are de suferit.

Analiza acestor factori dorim să o realizăm în raport cu un anumit sortiment din produsele lactale – și anume laptele de consum. Caracteristicile de baza ale lui litru de lapte de vacă sunt<sup>6</sup>:

- compoziție: - 100 g apă, 34-36 g grăsime, 47-52 g lactoză, 33-36 g azotați, 6 g proteine, 9 g minerale, 1,3 g calciu, 1 g fosfor, 1,6 g potasiu;

<sup>5</sup> Grosu, Corina, *Costul calității: indicator în aprecierea performanței întreprinderii* Tribuna calității, nr.5, 2002 p.19;

<sup>6</sup> Colecția gastronomică, *Gidul brânzeturilor*, Ed. House of Guides, 2004, p.7;

- valoare calorică: - 668 Kcalorii;
- microorganisme: 1.000.000 nr. germeni patogeni/ml, 600.000 nr. celule somatice/ml;
- proprietăți organoleptice: - culoare alb-gălbui în funcție de grăsime,

Legislația Uniunii Europene prevede anumite standarde în ceea ce privește procesarea laptelui, ca și materie primă și anume: reducerea numărului total de germeni/ml lapte materie primă < 100.000 și a numărului de celule somatice/ml lapte materie primă < 400.000.<sup>7</sup> Comparativ cu datele prezentate mai sus, la nivel de țară problema pornește de la numărul ridicat de germeni patogeni pe litru de lapte. Acesta este posibil de stăpânit printr-o grijă acordată materiei prime sub aspect igienic și calitativ.

Înainte ca un produs să existe pe piața sub o anumită formă tangibilă, putem spune că el se regăsește pentru prima dată sub o formă intangibilă în mintea consumatorului. De aceea proiectarea și cercetarea ocupă un loc important în asigurarea calității și complexității produsului, lucru evidențiat de japonezi.

Pentru produsele alimentare, componența materiilor prime are un răsunet covârșitor, deoarece proprietățile acestora se transformă într-o mare măsură în valoarea principalelor caracteristici de calitate. De aceea, orice neconcordanță sau lipsuri sub aspect calitativ ale materiei prime va avea rezonanță negativă în produsul finit.

Pentru asigurarea calității produselor finite este necesară ca activitățile de aprovizionare să fie planificate și ținute sub control prin proceduri scrise. Aceste activități se referă la:

- definirea cerințelor privind produsele care vor fi achiziționate pe baza specificațiilor contractului;
- selectarea subcontractanților se poate realiza prin evaluarea produselor acestora sub aspect calitativ;
- stabilirea sistemului de asigurare a calității, întreprinderea poate avea încredere în sistemul de calitate a subcontractanților la baza acestora aflându-se standardizarea;
- stabilirea metodelor de verificare;
- planificarea și ținerea sub control a recepției calitative.

Datorită conștientizării importanței calității materiilor prime, multe firme alocă o atenție deosebită furnizorilor, principiul subordonat alegerii lor fiind calitatea care este urmată apoi de preț.

Reduceri relative a cantității de materii prime naturale a stârnit preocupări intense din partea specialiștilor pentru reducerea consumului de materii prime însă, fără a afecta calitatea, având la bază creșterea eficienței întreprinderii respective.

O tendință întâlnită la fabricarea produselor românești este diminuarea consumului de materii prime care are însă la bază înlocuirea acestora cu alte produse de calitate inferioară, tendință întâlnită cu preponderență în industria alimentară, lucru care poate afecta inocuitatea produsului respectiv. Dar aceste firme trebuie să știe că se află în competiție doar pe termen scurt, exigențele consumatorului anului 2005 începând să pună mai presus calitatea decât un produs mai ieftin dar cu o calitate inferioară.

În cazul produselor lactate, aprovizionarea cu materie primă trebuie să corespundă anumitor norme sanitare veterinare. Încă mai întâlnim un "tradiționalism mioritic" în procurarea materiei prime din spații inadecvate igienic, direct de la țaran, fapt care are repercursiuni asupra produsului finit. Integrarea agriculturii românești la nivelul celorlalte țări membre U.E. impune multă muncă, care își va găsi succesul în schimbarea unor mentalități deșuete și cultivarea unei culturi a calității, achiziționarea tehnologiei necesare cât și voința de a ne lăsa modelați sub schimarea atât de necesară.

Dacă încă mai întâlnim pe piața românească lapte de consum nepasteurizat, ambalat în flacoane, intrarea României în U.E. va spulbera aceste imagini, lăsând în picioare doar pe cei care sunt dotați din punct de vedere tehnologic și cu personal calificat.

O atitudine pentru calitate o reprezintă modul de ambalare și ecoetichetarea. Ambalajul după părerea lui Kotler<sup>8</sup> reprezintă prima "întâlnire" a produsului și cumpărătorului. Pentru consumator, produsul și ambalajul formează un cuplu indisociabil care prezintă un număr de caracteristici

<sup>7</sup> Ordin nr. 1106 din 23 decembrie 2003 privind aprobarea Programului de acțiuni pentru îmbunătățirea calității și salubrității laptelui materie primă Publicat în Monitorul Oficial, Partea I nr. 61 din 23 ianuarie 2004, p.1;

<sup>8</sup> preluat după Tomescu, Ada, *Bazele merceologiei*, Ed. Universității din Oradea, 2001, p.110;

percepute la nivel global, de multe ori consumatorul apreciind calitatea produsului prin prisma ambalajului. Totodată ambalajul permite identificarea produsului. Consumatorii doresc un ambalaj practic, lejer, ecologic și atractiv. Cu cât un ambalaj va reuși să satisfacă aceste cerințe, va spori calitatea produselor. Profesorul B. Perconte apreciază chiar că "întreprinderile trebuie să ambaleze produsul pentru a ambala mai bine clientul."

Ecoetichetarea este o activitate care are ca obiect stabilirea unui sistem voluntar de acordare a etichetelor ecologice, pentru promovarea produselor cu impact minim asupra mediului, pe parcursul întregului ciclu de viață, cât și informarea corectă a consumatorului în legătură cu criteriile ecologice ale produselor oferite pe piață<sup>9</sup>. În cadrul ecoetichetării, se distinge eticheta ecologică europeană, care este voluntară și permite consumatorilor să identifice cu ușurință produsele cu impact redus asupra mediului. Produsele care prezintă un logo sub formă de floare a cărei pete sunt date de 12 stele care încadrează un E, garantează consumatorului respectarea criteriilor ecologice.

Tendențele întâlnite evidențiază tipologii de consumatori europeni în ceea ce privește utilizarea materialelor de ambalare:

- germanii sunt progresiști – consideră că ecologia este o prioritate și rămân la pânza noutăților tehnice;
- olandezii și suedezii sunt conservatori – foarte sensibili la valoarea ecologică a materialelor și preferă hârtia și cartonul, mai "naturale";
- francezi, italienii și spanioli sunt sensibili la prezentare și estetică, iubesc sticla și plasticul;
- britanicii se păstrează pe o linie conservatoristă, caută o minimalizare a ambalajului (mai puțină greutate și mai puțin volum) preferând cartonul.

Încadrarea românilor într-o anumită categorie impune o sarcină grea uneori întâlnindu-se o "penurie" de ambalaj pentru produsele alimentare iar uneori un excedent pompos care ascunde o calitate șubredă.

Elementul important de ameliorare a calității este reprezentat de standardizare. Evidențierea calității unui produs este dată de multe ori de niște simple simboluri de litere și cifre ca de exemplu ISO 9001. Acest simbol reușește să accentueze în mintea consumatorului că acel produs are încorporat în el elementele calității, că toate procesele care au stat la baza realizării sale au fost coordonate și monitorizate sub îndrumarea unor norme bine stabilite. Prin seria de standarde ISO 9000 are loc asigurarea internă și externă a calității pe baza satisfacerii unor cerințe.

În domeniul alimentar atestarea calității este întărită de sistemul HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) prin care se dorește asigurarea inocuității produselor. Chiar dacă nu este vorba de o obligativitate în ceea ce privește implementarea familiei ISO în cadrul întreprinderilor, în Uniunea Europeană, standardele joacă un rol important ajutând la crearea unei Piețe Unice printr-o serie de acte normative comasate în directivele Noii Abordări. Standardizarea la nivelul țării noastre este săracă sub aspect numeric, dar începe să se cunoască o creștere a firmelor care au conștientizat rolul important oferit de standardizare.

### **Tendențele și viitorul calității**

Sub imperialismul dezvoltării comerțului electronic, sub avangardismul noilor tehnologii cât și sub tendința globalizării, calitatea își urmează caracterul complex și dinamic.

În spațiul Uniunii Europene are loc o vastă campanie de formare a unei "culturi europene a calității" prin<sup>10</sup>:

- realizarea unei infrastructuri comune în domeniul calității;
- difuzarea unui volum mare de informații din domeniul calității în vederea consolidării Pieței Unice Europene;
- "europenizarea" întreprinderilor prin promovarea unei politici europene a calității sub forma unei politici transcendente politicilor naționale pe care le determină și le influențează;

<sup>9</sup> Dinu, Vasile, *Ecoetichetarea în România*, Revista de comerț, nr.1, 2005, p.54;

<sup>10</sup> Stanciu, Ion, *Managementul calității totale*, Ed. Cartea Universală, București, 2003 p. 9.

- elaborarea unor documente ale Uniunii Europene, precum "Politica Europeană de Promovare a Calității", "Calea Europei spre excelență", "Programul European pentru Promovarea Calității", toate acestea prevăd măsuri pentru realizarea unei viziuni strategice a calității în toate țările membre și pentru identificarea punctelor cheie ale acestui demers de maximă importanță.

Ultimii ani au adus unele schimbări vizibile, la nivel național, asupra modului de percepere a calității și implementarea acesteia în întreprinderi. Dar încă ne aflăm la început de drum. Pentru a nu ne rătăci avem nevoie de indicoare clar direcționate: un program național pentru promovarea calității și creșterii competitivității produselor noastre complementat de educare și instruire.

### **Bibliografie**

1. Cănanău, N.; Dima, O.; Eenzales Barajas, A., *Sistemul de asigurare a calității*, Ed. Junimea, București, 1998;
2. Dima, D.; Pamfilie, R.; Precopie R., *Mărfurile alimentare în comerțul internațional*, Ed. Economică, București 2001
3. Juran J.M., *Planificarea calității*, Ed. Teora, București, 2000
4. Maniu, A.I.; Vodă, V., *Manualul calității*, Ed. Economică, București, 1999;
5. Miron, M., *Comportamentul consumatorului* Ed. All, București, 1996;
6. Olaru, M., *Managementul calității*, Ed. Economică, București, 1999;
7. Stanciu, I., *Managementul calității totale*, Ed. Cartea Universală, București, 2003;
8. Summers, D.C., *Quality*, Pearson Education, New Jersey, 2000;