

## MANAGEMENTUL CALITATII COSTULUI

**Dr. Vitanova Gordana<sup>1</sup>**

Facultatea de Economie – Prilep, Macedonia

**Tatjana Spaseska<sup>2</sup>**

Administrarea Afacerilor

Facultatea de Economie – Prilep, Macedonia

**Rezumat:** În condițiile economice contemporane, companiile pot obține un avantaj competitiv numai dacă vând bunuri și servicii de calitate superioară și la prețuri mici. Clienții, de obicei preferă bunurile la prețuri acceptabile, în timp ce aceste bunuri crează o reputație marcii respective. Sistemul de control perfect este necesar pentru a obține un produs de calitate ridicată, pentru care managementul calității costului este considerat indispensabil. Calitatea costului este creată pentru a se asigura că cerințele clienților sunt obținute în mod convenabil. Cel mai important obiectiv al controlului calității costului este asistarea managementului în asigurarea valorii permanente a produsului. Controlul superior al calității costului ajută managementul să obțină obiectivele strategice, cum ar fi: producția de bunuri cu costuri acceptabile și livrarea produselor către clienți la timp.

Cuvinte cheie: companie, bunuri, clienti, prețuri, marci, calitate, controlul calitatii pretului, management.

### Introducere

În condițiile economice contemporane, companiile pot obține un avantaj competitiv numai dacă vând bunuri și servicii de calitate superioară și la prețuri mici. Avantajele competitive se referă la abilitatea companiilor să-și îndeplinească operațiunile mai bine decât celelalte companii, întrucât ei sunt experți să producă bunuri și servicii mai eficient și efectiv. Avantajul competitiv este caracterizat de câțiva factori, cum ar fi: eficiența, calitatea, inovația, și nevoile clientului.

Companiile pot atinge o eficiență ridicată dacă reușesc să reducă resursele necesare (forța de muncă și materii prime)

## COST QUALITY MANAGEMENT

**PhD Vitanova Gordana<sup>4</sup>**

Faculty of Economics – Prilep, Macedonia

**Tatjana Spaseska<sup>5</sup>**

Faculty of Economics – Prilep, Macedonia

**Abstract:** Within the contemporary economic conditions, enterprises might achieve a competitive advantage if only they sell goods and services with high quality and lower prices. Customers, usually, prefer quality goods with acceptable prices, while such goods create reputation with the particular brand. The perfect control system is necessary to achieve a high quality product, which the cost quality management is considered to be an indispensable part in. The cost quality is nevertheless created to ensure that customers' requirements are being appropriately attained. The most important objective of quality costs controlling is to assist the management in enhancing the product's value permanently. The superior cost quality control system helps the management to achieve other strategic objectives, such as: producing goods with acceptable costs and deliver the products to their customers in time.

Key words: enterprise, goods, clients, prices, brands, quality, cost quality control, management.

### Introduction

Within the contemporary economic conditions, enterprises might achieve a competitive advantage if only they sell goods and services with high quality and lower prices. Competitive advantage refers to the ability of enterprises to accomplish their operations better than the other companies, since they are proficient to produce goods and services more efficiently and effectively. The competitive advantage itself is being characterized by several factors, such as: efficiency, quality, innovation and customer's needs.

pentru fabricarea produselor și serviciilor lor. Prin intermediul condițiilor competitive, companiile caută metode noi pentru a reduce resursele de consum, pentru a-și îmbunătăți eficiența. Angajații au fost educați de companii să învețe tehnici și metode noi, care sunt obligatorii pentru obținerea diferitelor operații pe echipamentul computerizat. Japonia și Germania investesc mai mult în angajații lor decât SAD.

Competiția globală cere companiilor să îmbunătățească abilitățile angajaților, care vor contribui la crearea de bunuri și servicii cu o calitate superioară. Companiile aplică tehnici diferite pentru a îmbunătăți calitatea produselor, cum ar fi TQM (MTC) – Managementul Total al Calității. De exemplu, angajații care sunt implicați în procesul TQM sunt organizați în echipe pentru controlul calității și sunt obligați să investigheze tehnici noi și mai bune pentru a-și îndeplini operațiile, și de asemenea să controleze și să evalueze calitatea produselor lor.

Inovația este procesul creării de produse noi și servicii pe care clientul le dorește, pe când explorarea metodelor moderne ale producerii de produse noi este o provocare detaliată. Managementul ar trebuie să creeze un mediu propice pentru angajați pentru a-i motiva să fie inovativi. Managementul inovației este unul dintre cele mai grele lucruri dintre obligațiile managementului.

Companiile dispun de produse și servicii de calitate pentru ca, consumatorii să trăiască pe măsura așteptărilor lor. Deci, companiile sunt obligate să-și educe permanent angajații. De exemplu, produsele reduse, serviciile de comerț, băncile, spitalele etc., depin cu adevărat de atitudinea angajaților.

Clienții, de obicei, preferă bunuri cu prețuri acceptabile, în timp ce aceste bunuri creează reputația unei mărci, ele ajută compania să vândă produsele la un preț mai mare decât competitorii. Pe de altă parte, intensificarea calității denotă o mai bună eficiență, și oportunitatea pentru companie să

Enterprises might achieve enhanced efficiency if only they accomplish to reduce necessary resources (manpower and raw material) in manufacturing their products and services. Within contemporary competitive conditions, enterprises are looking for new, better methods to reduce resources consumption, to improve their efficiency. The employees have been educated by their companies to learn new skills and techniques, which are compulsory to accomplish different operations on computerized equipment. Japan and Germany invests more in their employees than SAD.

Global competition require from companies to improve employees' skills and abilities, which contributes goods and services with better quality. Companies apply different techniques to improve product's quality, such as TQM – Total Quality Management. Namely, employees who are involved in the process of TQM are organized in quality control teams and they are obligated to investigate new and better techniques to achieve their operations, as well as controlling and evaluating quality of their products.

Innovation is process of creating new products and services which customer desired, whereas exploring modern methods of producing new products is particular challenge. Management ought to create ambience for employees to motivate them to be innovative. Innovation management is one of the most difficult management's obligations.

Enterprises dispose quality products and services to the costumers to live up their expectations. Therefore, they are obliged to permanently educate their employees. Namely, retail subjects, services trade, banks, hospitals etc., truthfully depend of their employee's attitude.

Customers, usually, prefer quality goods with acceptable prices, while such goods create reputation with the particular brand, ensures to the company to sell the products with higher price than the

reducă costurile și să crească profitul.

Strategiile companiilor ar trebui să se bazeze pe calitatea produselor și serviciilor, pentru că aduc mai multe avantaje, cum ar fi:

- Clienții pot cumpăra produse cu o valoare mai mare;
- Companiile își îmbunătățesc reputația, pentru că produsele lor au fost cumpărate de viitori clienți și au dobândit o participare mai bună pe piață, deci și un rezultat financiar mai bun;
- Managementul dobândește rezultate mai bune, și rezultatele mai bune contribuie la salarii mai mari și la creșterea producției;
- Angajații au un control mai bun asupra activităților lor;
- Proprietarii de capital dobândesc capital și venituri adiționale pentru diverse investiții.

### **1. Tipuri de costuri de concept și calitate**

Costul calității este creat pentru a se asigura că cerințele clienților sunt satisfăcute corect.

Multe companii își clasifică costurile calității în mai multe categorii: costuri preventive, de evaluare, costuri pentru greșelile interne, costuri pentru greșelile externe<sup>3</sup>.

**Costurile preventive** sunt create pentru a evita apariția problemelor de calitate. Costurile preventive sunt de fapt acelea pentru educarea și pregătirea personalului de obicei asociate cu producția bunurilor de calitate încercându-se reducerea produselor defecte.

**Costurile de evaluare** sunt create pentru a evalua și controla activitățile în contact cu calitatea. De fapt acestea sunt costurile departamentului de control care au obligația să confirme produsele defecte.

**Costurile pentru greșelile interne** sunt create odată cu corectarea produselor defecte descoperite înainte de a fi vândute clienților. De fapt, aceste costuri sunt create în re-procesarea produselor defecte.

competitors. On the other side, enhanced quality denotes better efficiency, and opportunity for the company to reduce the costs and to increase the profit.

Enterprises' strategy ought to base on quality products and services, because that brings many advantages, such as:

- customers can buy products with higher value;
- enterprises enhanced their reputation, because their products have been bought by further customers and they achieve better market participation, such as better financial result;
- management achieve better results, and better results contribute higher salaries and increased production;
- employee have better control on their activities;
- capital owners achieve additional revenues for different investments.

### **1. Concept and quality costs types**

The cost quality is nevertheless created to ensure that customers' requirements are being appropriately attained.

Many enterprises classify quality costs in subsequently categories: prevent costs, evaluation, internal failure costs and external failure costs<sup>6</sup>.

**Preventive costs** are nevertheless created to avoid occurrence of quality problems. The preventive costs are actually those for education and personnel training ones usually associated with the production of the quality goods intended to reduce the defected products.

**Assessment costs** are created to evaluate and control activities tie with the quality. In fact, these are the costs in control department which have obligation to confirm the defected products.

**Internal failure costs** are created with the defected products correction revealed before their selling to the customers. Actually, these costs are created in defected products re-processing.

**Costurile pentru greșelile externe** sunt create pentru corectarea produselor defecte expuse de clienți, cum ar fi repararea produselor aflate în perioada de garanție.

## **2. Sistemul pentru Managementul Calității**

Sistemul pentru Managementul Calității este un proces foarte complex care începe cu nevoile clientului și se încheie cu reacția clientului la calitatea produsului. De fapt, acest proces cuprinde șase faze, cum ar fi:

- Înțelegerea nevoilor clientului;
- Stabilirea obiectivelor calității;
- Stabilirea procesului comercial pentru atingerea obiectivelor;
- Îndeplinirea activităților și remunerației prin efecte;
- Livrarea produsului către clienți și controlul experienței clienților și
- Analizarea surselor.

Primul pas al managementului calității de obicei ia în considerare cerințele clienților în legătură cu performanța produselor și serviciilor.

Faza următoare în sistemul managementului calității este transformarea nevoilor clienților în obiective de calitate adecvate. În zilele noastre multe companii consideră procentul produselor fără defect ca obiectivul calității de bază.

Faza a treia în sistemul managementului calității cuprinde procese de afaceri care asigură fabricarea produselor cu nivelul necesar de calitate. Aceasta implică întreținerea permanentă a mașinilor, crearea de sisteme de control, controlul calității materiilor prime, etc. Toate aceste activități sunt întreprinse pentru a se evita eventualele defecte, și sunt în esență costuri preventive.

Obiectivul acestei faze este să încerce activități pentru a depista defectele sau greșelile. Și anume, verificarea calității produselor pentru a depista dacă sunt satisfăcute nevoile clienților. Aceste costuri sunt costuri de evaluare. Dacă sunt observate

**External failure costs** are created in correction of defected products exposed by the customers, such as repairing products in guarantee period.

## **2. Quality Management System**

Quality Management System is very complexity process which starts with the customers' needs and ends with customer reaction on product quality. Actually, this system comprises six phases, such as:

- understanding customers' needs;
- establishing quality objectives;
- establishing business processes to achieve the objectives;
- accomplishing the activities and remuneration by effects;
- delivering the product to the customers and controlling the customers' experience and
- analyzing the sources.

Quality management first step usually considers the customers' requirements related to the quality. At this point the management evaluates the customers' necessities with respect to the performances of products and services.

The next phase in quality management system is transformation of customers' needs in adequate quality objective. Nowadays, many enterprises consider the percent of undefected products as the ultimate quality objective.

More complexity products conveys increased opportunity for products' defects.

The third phase in quality management system comprises business processes that ensure producing products with required level of quality. This, imply permanently machine maintenance, creating control systems, controlling quality of raw materials, etc. All this activities are undertaking to avoid eventually defects, and essentially they are preventive costs.

The objective of this phase is to attempt activities to find out the defects or

produse defecte, ar trebui re-fabricate, iar costurile atribuite produselor defecte sunt costuri pentru greșeli interne.

Când produsul este complet, este livrat clienților și se așteaptă reacția lor. Dacă produsul nu se ridică la nivelul așteptărilor lor, clienții pot avea obiecții sau să returneze produsul, sau să ceară corectarea prețului. Toate costurile care au legătură cu corectarea defectelor, sunt costuri pentru greșelile externe.

Dacă nu există plângeri despre produs și produsul se ridică la așteptările clienților, atunci managementul calității nu este complet.

Experiența mai multor companii confirmă faptul că tot timpul clienții se vor aștepta la ceva nou și la o calitate mai bună decât precedentul. De aceea, companiile își continuă cercetările pentru a face perfectă performanța produselor și serviciilor.

Ultima faza a managementului calității este analizarea principalelor motive pentru defectele produselor. Analiza va descoperi motivele pentru apariția defectelor și va oferi instrucțiuni pentru satisfacerea nevoilor clienților. Rezultatele analizelor pot fi folosite pentru a re-schița activitățile și pentru a evita probleme de același fel sau asemănătoare.

**Concluzie:** Sistemul de control perfect este necesar pentru a dobândi un produs de calitate ridicată, pentru care managementul calității costului este considerat o parte indispensabilă. Costul calității este totuși creat pentru a se asigura că cererile clienților sunt satisfăcute corect. Sistemul superior de control al costului calității ajută managementul să atingă alte obiective strategice, cum ar fi: producția de bunuri cu prețuri acceptabile și livrarea produselor către consumatori la timp. De exemplu, un sistem al controlului costului calității bun ajută managementul calității și compania poate să concureze pe piață cu un produs de calitate.

Cel mai important obiectiv în

mistakes. Namely, it's verifying the quality of products whether they satisfy the customers' needs. This costs are assessment costs. If defected products are noticed, it should be re-processed, and the costs created for accreting the defected products are internal failure costs.

When the product is completed, it is delivered to the customers and waiting their reaction. If the product doesn't live up their expectations, the customer might complain or return the product, or claim its' price correction. All costs tied with the defects correction, explored by the customer are external failure costs.

If there isn't complaint of the product and the product live up customers' expectations, than management quality isn't completed.

The experience of many enterprises confirmed that customers eternally expect something new and more quality then previous. That's why, enterprises continue their researches to make perfect products' and services' performance.

The last phase of quality management is analyzing the major reasons of products' defects. Analysis should find out the reasons for the defects and give directions to satisfy customers' needs. The results of analysis might be used to redesign the business activities and to avoid the same or appropriate problems.

**Conclusion:** The perfect control system is necessary to achieve a high quality product, which the cost quality management is considered to be an indispensable part in. The cost quality is nevertheless created to ensure that customers' requirements are being appropriately attained. The superior cost quality control system helps the management to achieve other strategic objectives, such as: producing goods with acceptable costs and deliver the products to their costumers in time. Namely, good designed cost quality control system supports effectively management quality and the enterprise might

controlarea costului calității este introducerea managementului în evaluarea permanentă a valorii produsului. Performanța produselor care nu sunt bune creează costuri pentru și pentru companie și pentru client. Performanțele îmbunătățite ale produselor reduc costurile producătorilor, din moment ce nu mai este necesară re-fabricarea produselor defecte.

#### **Bibliografie:**

1. Atkinson, Anthony A., Banker, Rajiv T., Kaplan, Robert S. și Young, S. Mark, 1995, “Managementul Contabilității” (Prentice Hall).
2. Dominiak, Geraldine F. și Louderback, Joseph G., 1997, “Contabilitate Managerială” (Editura Universitară South-Western).
3. Heitger, L., Ogan, P. și Matulich, S., 1992, “Contabilitatea Costului” (Editura Universitară South-Western).
4. Horngren, Charles T., Foster, G. și Datar, Srikant M., 1997, “Contabilitatea Costului – Un Accent Managerial” (Prentice Hall).
5. Markovski, S. și Nedev, B., 1995, “Smetkovodstvo na delovniot menadzment” (Ekonomski Fakultet-Skopje).
6. Stevanović, N. and Malinić, D., 2003, “Upravljacko rachunovodstvo” (Ekonomski Fakultet-Beograd)
7. VanDerbeck, Edward J. and Nagy, Charles F., 1999 “Contabilitatea Costului” (Editura Universitară South-Western).

compete on the market with quality product.

The most important objective of quality costs controlling is to assist the management in enhancing the product’s value permanently. Awful products’ performance creates costs for the company, as well as for the customer. The improved performances of the products reduce the manufacturers’ costs, since there is no necessity of re-processing the defected products.

#### **Bibliography:**

8. Atkinson, Anthony A., Banker, Rajiv T., Kaplan, Robert S. and Young, S. Mark, 1995, “Management Accounting” (Prentice Hall).
9. Dominiak, Geraldine F. and Louderback, Joseph G., 1997, “Managerial Accounting” (South-Western College Publishing).
10. Heitger, L., Ogan, P. and Matulich, S., 1992, “Cost Accounting” (South-Western Publishing Co.).
11. Horngren, Charles T., Foster, G. and Datar, Srikant M., 1997, “Cost Accounting-A Managerial Emphasis” (Prentice Hall).
12. Markovski, S. and Nedev, B., 1995, “Smetkovodstvo na delovniot menadzment” (Ekonomski Fakultet-Skopje).
13. Stevanović, N. and Malinić, D., 2003, “Upravljacko rachunovodstvo” (Ekonomski Fakultet-Beograd)
14. VanDerbeck, Edward J. and Nagy, Charles F., 1999 “Cost Accounting” (South-Western College Publishing).

---

<sup>1</sup> Gordana Vitanova, Marksova bb, Facultatea de Economie – Prilep, +38948427020, vitanova04@yahoo.com

<sup>2</sup> Tatjana Spaseska, Marksova bb, Facultatea de Economie – Prilep, ++38948427020, t\_taleska@yahoo.com

<sup>3</sup> Campanella, J., 1975, “Principiile costurilor de calitate-Principiile, Implementarea și folosirea; Progresul Calității”, p. 12.

<sup>4</sup> Gordana Vitanova, Marksova bb, Faculty of Economics – Prilep, ++38948427020, vitanova04@yahoo.com

<sup>5</sup> Tatjana Spaseska, Marksova bb, Faculty of Economics – Prilep, ++38948427020, t\_taleska@yahoo.com

<sup>6</sup> Campanella, J., 1975, “Principles of Quality costs-Principles, Implementation and use; Quality Progress”, p. 12.