

TS. NGÔ PHÚC HẠNH

GIÁO TRÌNH

QUẢN LÝ
CHẤT LƯỢNG

 NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

TS. NGÔ PHÚC HẠNH

**GIÁO TRÌNH
QUẢN LÝ
CHẤT LƯỢNG**

**TRƯỜNG ĐH.KINH TẾ & QT.KD
PHÒNG MƯỢN**

NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

LỜI NÓI ĐẦU

Trong một bối cảnh nền kinh tế thế giới cạnh tranh ngày càng gay gắt như hiện nay, các doanh nghiệp chỉ có thể tồn tại nếu đảm bảo được chất lượng hàng hoá và dịch vụ của mình. Lấy lợi nhuận trước mắt để đánh đổi chất lượng chỉ giúp các doanh nghiệp tồn tại trong một thời gian ngắn. Điều này có nghĩa chất lượng đồng nghĩa với chân lý sống còn của doanh nghiệp.

Mặt khác do hiện nay nền kinh tế Việt Nam và thế giới đang có những biến đổi sâu sắc, Việt Nam đã gia nhập ASEAN, APEC và mới đây nhất là WTO, điều này cũng đồng nghĩa với việc các doanh nghiệp Việt Nam sẽ có rất nhiều những cơ hội và thách thức mới, vận hội mới để tồn tại, cạnh tranh và hoà nhập vào các thị trường. Sự cạnh tranh này không những chỉ diễn ra giữa các thị trường ở trong nước mà còn cả với thị trường nước ngoài. Một trong những yếu tố không kém phần quan trọng để có thể quyết định những vấn đề nêu trên là các doanh nghiệp Việt Nam cần phải thiết lập một hệ thống quản lý chất lượng trong bất cứ một tổ chức nào nếu muốn có lợi nhuận cao, sản phẩm, dịch vụ sản xuất ra thoả mãn tối đa nhu cầu của khách hàng.

Quản lý chất lượng (*Quality Management*) là môn khoa học bao gồm cả lý thuyết và thực hành trong nghiên cứu, giảng dạy và áp dụng cả trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh. Quản lý chất lượng đề cập toàn bộ các yếu tố ảnh hưởng đến sự hình thành chất lượng sản phẩm, dịch vụ trong tất cả các giai đoạn từ thiết kế, sản xuất đến tiêu dùng, trong đó yếu tố quan trọng nhất chính là yếu tố con người - chủ nhân của các quá trình quản lý, công nghệ.

Cuốn sách này được giới thiệu tới bạn đọc như là giáo trình lý thuyết và thực hành đối với ngành quản trị doanh nghiệp nói riêng và ngành quản trị kinh doanh nói chung. Đặc biệt giáo trình đã cố gắng tiếp cận các vấn đề của quản lý chất lượng gắn với các yêu cầu của thị trường và khách hàng. Trong quá trình hoàn thiện cuốn sách tác giả đã có sự nghiên cứu và tham

khảo các tài liệu nước ngoài, các công trình trong nước cùng với những kinh nghiệm giảng dạy, làm việc ở các doanh nghiệp.

Nội dung giáo trình được chia làm 12 chương, bao gồm:

Chương 1. Chất lượng sản phẩm và dịch vụ

Chương 2. Khách hàng và thị trường sản phẩm

Chương 3. Chi phí chất lượng và năng suất

Chương 4. Quản lý chất lượng trong doanh nghiệp

Chương 5. Hệ thống quản lý chất lượng

Chương 6. Các phương pháp, kỹ thuật quản lý chất lượng

Chương 7. Hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn

Chương 8. Tiêu chuẩn hoá và đo lường chất lượng

Chương 9. Kiểm tra, đánh giá chất lượng

Chương 10. Các công cụ thống kê trong quản lý chất lượng

Chương 11. Quản lý Nhà nước về chất lượng

Chương 12. Mã số - Mã vạch

Giáo trình “Quản lý chất lượng” lần đầu được biên soạn cho chuyên ngành Quản trị doanh nghiệp – Khoa Kinh tế – Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Phương Đông, nên không tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả cuốn sách rất mong nhận được ý kiến đóng góp để cuốn giáo trình được hoàn thiện hơn.

Hà Nội, tháng 1 năm 2011

TS. NGÔ PHÚC HẠNH

Chương 1

CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ

1.1. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM VÀ VAI TRÒ CỦA CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM

1.1.1. Khái niệm sản phẩm, chất lượng sản phẩm

* *Khái niệm sản phẩm*

Trong nền kinh tế hàng hoá, sản phẩm sản xuất ra để trao đổi trên thị trường. Mỗi sản phẩm khi được sản xuất ra đều nhằm mục đích đáp ứng những nhu cầu nhất định của người tiêu dùng. Càng ngày, khi xã hội càng phát triển thì nhu cầu của con người về các loại sản phẩm với số lượng đa dạng, chất lượng cao càng nhiều. Ngày nay, khi sản phẩm do các doanh nghiệp sản xuất ra không chỉ đáp ứng những nhu cầu về giá trị vật chất mà cả về những yếu tố về tinh thần, văn hoá của người tiêu dùng.

Theo ISO 9000:2000, trong phần thuật ngữ thì sản phẩm được định nghĩa là “*kết quả của các hoạt động hay quá trình*”. Như vậy, sản phẩm được tạo ra từ tất cả mọi hoạt động bao gồm cả những hoạt động sản xuất ra của cải vật chất cụ thể và các dịch vụ. Tất cả các tổ chức hoạt động trong mọi lĩnh vực của nền kinh tế quốc dân đều có thể tạo ra và cung cấp sản phẩm của mình cho xã hội. Mặt khác, bất kỳ một yếu tố vật chất nào hoặc một hoạt động do tổ chức nào cung cấp nhằm đáp ứng những yêu cầu bên trong và bên ngoài của doanh nghiệp đều có thể được gọi là sản phẩm.

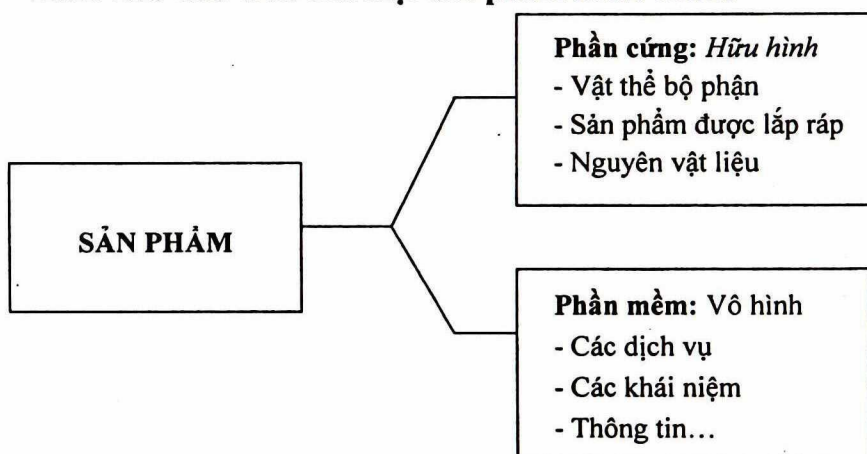
Sản phẩm được hình thành từ các thuộc tính vật chất hữu hình và vô hình tương ứng với hai bộ phận cấu thành là phần cứng và phần mềm của sản phẩm.

Phần cứng của sản phẩm là các thuộc tính vật chất hữu hình thể hiện dưới một hình thức cụ thể rõ ràng bao gồm những vật thể bộ phận và những vật thể được lắp ráp, kể cả những nguyên vật liệu đã được chế biến. Các thuộc tính phần cứng phản ánh giá trị sử dụng khác nhau như chức năng, công dụng kỹ thuật, kinh tế của sản phẩm. Tính hữu ích của các thuộc tính

sản phẩm này phụ thuộc rất chặt chẽ vào mức độ đầu tư của lao động và trình độ kỹ thuật sử dụng trong quá trình sản xuất của các doanh nghiệp.

Phần mềm của sản phẩm bao gồm các loại dịch vụ cung cấp cho khách hàng và các yếu tố như thông tin, khái niệm, các dịch vụ đi kèm... đáp ứng những nhu cầu tinh thần, tâm lý xã hội của khách hàng. Những yếu tố phần mềm của sản phẩm ngày càng thu hút sự chú ý của khách hàng nhiều hơn. Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt như hiện nay, chính những yếu tố phần mềm lại tạo ra nhiều lợi thế cạnh tranh khó sao chép hơn là những yếu tố phần cứng của sản phẩm. Cấu trúc của một sản phẩm hoàn chỉnh có thể được biểu diễn qua sơ đồ sau:

Hình 1.1: Cấu trúc của một sản phẩm hoàn chỉnh



*** Phân loại sản phẩm**

Trong cuộc sống sinh hoạt và hoạt động sản xuất hàng ngày, con người sử dụng rất nhiều loại sản phẩm khác nhau. Nhu cầu của con người rất phức tạp và phát triển theo hướng ngày càng đa dạng và phong phú hơn. Để thoả mãn những nhu cầu đa dạng đó của con người, các doanh nghiệp sản xuất ra hàng trăm nghìn loại sản phẩm với công dụng và tên gọi khác nhau. Để tạo điều kiện dễ dàng thuận lợi trong công tác quản lý và tổ chức sản xuất – kinh doanh trên thị trường, người ta phân loại sản phẩm thành những nhóm khác nhau. Đối với doanh nghiệp, mỗi cách phân loại nhằm những mục đích riêng, tạo cơ sở cho việc xây dựng hệ thống tiêu chuẩn kinh tế – kỹ thuật cho công tác quản lý, bảo quản, vận chuyển và các dịch vụ kèm theo thích hợp.

Trong phạm vi nền kinh tế quốc dân, việc phân loại sản phẩm giúp các cơ quan quản lý Nhà nước dễ dàng quản lý và có cơ sở để định hướng chính sách phát triển cơ cấu sản phẩm hợp lý trong từng thời kỳ. Có nhiều căn cứ khác nhau để phân loại sản phẩm như phân loại theo chức năng, công dụng của sản phẩm, theo đặc điểm công nghệ sản xuất, theo nguyên liệu sử dụng, theo thành phần hoá học. Dưới góc độ của quản lý chất lượng, người ta chỉ xem xét cách phân loại căn cứ vào công dụng chức năng của sản phẩm. Và đây cũng là cách phân loại phổ biến nhất. Trong số những sản phẩm có cùng công dụng, người ta lại có thể chia thành các nhóm sản phẩm dựa theo mục đích, lĩnh vực, đối tượng, điều kiện và thời gian sử dụng.

Theo mục đích sử dụng, sản phẩm được chia thành ba loại:

- Sản phẩm dùng để đáp ứng nhu cầu của sản xuất sản phẩm,
- Sản phẩm dùng để tiêu dùng,
- Sản phẩm để bán.

Mỗi doanh nghiệp phải có những giải pháp trọng tâm khác nhau để đảm bảo cho sản phẩm sản xuất ra phù hợp với mục đích và yêu cầu của người sử dụng. Trong nhóm sản phẩm tiêu dùng, căn cứ vào thời gian sử dụng lại chia thành các sản phẩm tiêu dùng thường xuyên và sản phẩm lâu bền. Cứ như vậy, sự phân loại sản phẩm thành những nhóm nhỏ với những đòi hỏi cụ thể riêng biệt và giá trị sử dụng, yêu cầu bảo quản, quản lý.

Những sản phẩm có cùng chức năng, công dụng đáp ứng một mục đích tiêu dùng nhất định lại do các doanh nghiệp khác nhau sản xuất và cung cấp. Để phục vụ công tác quản lý, phân biệt các loại sản phẩm có nguồn gốc sản xuất ra từ những đơn vị khác nhau, thông thường các cơ quan quản lý Nhà nước về chất lượng yêu cầu mỗi doanh nghiệp phải sử dụng nhãn hiệu sản phẩm riêng biệt. Nhãn hiệu được đăng ký và thống nhất hoá, tiêu chuẩn hoá về quy cách và chất lượng và được bảo hộ nhãn hiệu khi đã đăng ký với cơ quan quản lý Nhà nước về chất lượng dùng để phân biệt hàng hoá cùng loại của các cơ sở sản xuất khác nhau. Trên nhãn hiệu có ghi những thông tin cần thiết về chất lượng, số đăng ký, tiêu chuẩn chất lượng, các quy định về điều kiện và phạm vi sử dụng, thời hạn sử dụng, thời hạn bảo hành nhằm bảo vệ người sản xuất cũng như người tiêu dùng. Các doanh nghiệp dùng nhãn hiệu hàng hoá là để cung cấp những thông tin cần thiết về sản phẩm và khẳng định chất lượng sản phẩm của mình trước người tiêu dùng trên thị trường.

* *Chất lượng sản phẩm*

Chất lượng sản phẩm là một khái niệm đã xuất hiện từ lâu và được sử dụng rất phổ biến trong mọi lĩnh vực hoạt động của con người. Tuy nhiên, hiểu như thế nào là chất lượng sản phẩm lại là vấn đề không đơn giản. Đây là một phạm trù rất rộng và phức tạp, phản ánh tổng hợp các nội dung kỹ thuật, kinh tế và xã hội. Đứng ở những góc độ khác nhau và tùy theo mục tiêu, nhiệm vụ sản xuất kinh doanh có thể đưa ra những quan niệm về chất lượng xuất phát từ sản phẩm, từ người sản xuất hay từ đòi hỏi của thị trường.

Trong nền kinh tế thị trường, vấn đề chất lượng là một yếu tố quan trọng nhất trong việc nâng cao mức sống, kinh tế, xã hội và an ninh sinh thái. Chất lượng là một khái niệm phức tạp, nó đặc trưng cho tính hiệu quả của tất cả mọi mặt hoạt động: Thiết kế chiến lược, tổ chức sản xuất, marketing... Chất lượng sản phẩm là thành phần quan trọng nhất của toàn bộ hệ thống chất lượng.

Quan niệm siêu việt cho rằng chất lượng là sự tuyệt vời và hoàn hảo nhất của sản phẩm. Quan niệm này mang tính trừu tượng, chất lượng sản phẩm không thể xác định được một cách chính xác.

Quan niệm xuất phát từ sản phẩm lại cho rằng chất lượng sản phẩm được phản ánh bởi các thuộc tính đặc trưng của sản phẩm đó. Chẳng hạn, theo quan niệm của các nhà sản xuất thì chất lượng là sự hoàn hảo và phù hợp của một sản phẩm/dịch vụ với một tập hợp các yêu cầu hoặc tiêu chuẩn, quy cách đã được xác định trước, như: *“Chất lượng là tổng hợp những tính chất đặc trưng của sản phẩm thể hiện mức độ thoả mãn các yêu cầu định trước cho nó trong điều kiện kinh tế, xã hội nhất định”*.

Ngày nay thường nói đến chất lượng tổng hợp bao gồm chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ.

Trong nền kinh tế thị trường, đã có hàng trăm định nghĩa về chất lượng sản phẩm được đưa ra bởi các tác giả khác nhau. Những khái niệm chất lượng này xuất phát và gắn bó chặt chẽ với các yếu tố cơ bản của thị trường như nhu cầu, cạnh tranh, giá cả. Có thể xếp chúng trong một nhóm chung gọi là “quan niệm chất lượng hướng theo thị trường”. Đại diện cho nhóm này có một số các định nghĩa sau:

Trong lĩnh vực quản trị chất lượng, tổ chức kiểm tra chất lượng châu Âu – European Organization For Quality Control cho rằng: *“Chất lượng là chất phù hợp đối với yêu cầu của người tiêu dùng”*.