

Chương 1. Tổng quan về chất lượng sản phẩm

Nội dung

1. Khái niệm chất lượng là gì?
2. Đặc điểm của chất lượng
3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm
 - 3.1. Nhóm các yếu tố bên ngoài
 - 3.2. Nhóm yếu tố bên trong

1. Chất lượng là gì?

- Một thuật ngữ rất quen thuộc, được sử dụng khắp mọi nơi từ sản phẩm cho đến dịch vụ.

- Tồn tại nhiều tranh cãi do góc độ nhìn nhận, cách tiếp cận khác nhau của mỗi người.

Theo ISO 9000: 2015, Chất lượng là gì?

- Chất lượng của một sản phẩm hay dịch vụ được xác định bằng khả năng đáp ứng được sự mong đợi của khách hàng và ảnh hưởng mong muốn, cũng như không mong muốn đến các bên liên quan.

- Chất lượng của sản phẩm và dịch vụ không những bao gồm khả năng công dụng dự kiến, mà còn bao gồm cả cảm nhận của khách hàng.

Theo một số chuyên gia đại thụ trong ngành

Theo J.M Juran

“Chất lượng là sự phù hợp với mục đích sử dụng”.

Theo W.E Deming

“Chất lượng là mức độ có thể dự đoán được về tính đồng đều và có thể tin cậy được, tại mức chi phí thấp nhất và được thị trường chấp nhận”.

Theo A.Feigenbaum

“Chất lượng là khi sử dụng sản phẩm hay dịch vụ, đáp ứng được sự mong đợi của khách hàng”.

Theo Philip B.Crosby

“Chất lượng là sự phù hợp với yêu cầu”.

2. Đặc điểm của chất lượng

- Chất lượng được đo bởi sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng

Nếu một sản phẩm vì lý do nào đó mà không được nhu cầu chấp nhận thì phải bị coi là có chất lượng kém, cho dù trình độ công nghệ để chế tạo ra sản phẩm đó có thể rất hiện đại.

- Chất lượng luôn luôn biến động

Do chất lượng được đo bởi sự thỏa mãn nhu cầu, mà nhu cầu luôn luôn biến động nên chất lượng cũng luôn luôn biến động theo thời gian, không gian và điều kiện sử dụng.

- Đánh giá chất lượng của một đối tượng

Khi đánh giá chất lượng của một đối tượng, ta phi xét và chỉ xét đến mọi đặc tính của đối tượng có liên quan đến sự thỏa mãn những nhu cầu cụ thể. Các nhu cầu này không chỉ từ phía khách hàng mà còn từ các bên có liên quan; ví dụ như các yêu cầu mang tính pháp chế, nhu cầu của cộng đồng xã hội.

- Nhu cầu của người sử dụng không được miêu tả rõ ràng

Nhu cầu có thể được công bố rõ ràng dưới dạng các quy định, tiêu chuẩn nhưng cũng có những nhu cầu không thể miêu tả rõ ràng, người sử dụng chỉ có thể cảm nhận chúng hoặc có khi chỉ phát hiện được trong chúng trong quá trình sử dụng.

- Chất lượng được các chuyên gia đánh giá và kiểm soát chặt chẽ

Chất lượng không phải chỉ là thuộc tính của sản phẩm, hàng hóa mà ta vẫn hiểu hàng ngày. Chất lượng có thể áp dụng cho một hệ thống, một quá trình và phải có sự kiểm tra nghiêm ngặt của các chuyên gia đánh giá và kiểm soát chất lượng.

- Chất lượng hiểu đơn giản nhất là *“Đúng chuẩn, hay đáp ứng yêu cầu”*.

- Xét theo khía cạnh rộng hơn thì, đáp ứng đúng yêu cầu còn có ý nghĩa bên trong nội bộ của tổ chức. Tổ chức được vận hành bởi rất nhiều quy trình. Mà mỗi quy trình lại có yêu cầu đầu vào và đầu ra, mỗi công việc đều có yêu cầu. Nên chất lượng còn có nghĩa là mình làm công việc của mình đúng theo những yêu cầu của công việc. Do đó, chất lượng không chỉ là công việc của trưởng phòng chất lượng hay nhân viên chất lượng; mà nó là công việc của tất cả mọi thành viên của tổ chức/doanh nghiệp.

3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng SP

3.1. Nhóm các yếu tố bên ngoài

a. Nhu cầu của nền kinh tế

+ *Đòi hỏi của thị trường*: Thay đổi theo từng loại thị trường, các đối tượng sử dụng, sự biến đổi của thị trường.

+ *Trình độ kinh tế, trình độ sản xuất*: khả năng kinh tế (tài nguyên, tích lũy, đầu tư..) và trình độ kỹ thuật (trang thiết bị công nghệ và các kỹ năng cần thiết) có cho phép phát triển một sản phẩm nào đó có mức chất lượng tối ưu hay không.

b. Sự phát triển của khoa học-kỹ thuật (KH-KT)

Ngày nay, chất lượng của bất kỳ sản phẩm nào cũng gắn liền và bị chi phối bởi sự phát triển KH-KT.

Ứng dụng KH-KT tăng về năng suất, chất lượng và hiệu quả.

Emerged trend:

- + Sáng tạo vật liệu mới hay vật liệu thay thế;
- + Cải tiến hay đổi mới công nghệ;
- + Cải tiến sản phẩm cũ và chế thử sản phẩm mới.

c. Hiệu lực của cơ chế quản lý kinh tế

Chất lượng sản phẩm chịu tác động, chi phối bởi các cơ chế quản lý kinh tế, kỹ thuật, xã hội như :

- + Kế hoạch hóa phát triển kinh tế;
- + Giá cả;
- + Chính sách đầu tư;
- + Tổ chức quản lý về chất lượng.

d. Các yếu tố về phong tục, văn hóa, thói quen tiêu dùng

- Tôn giáo: Phật giáo Đại Thừa ăn chay, người theo đạo hồi không ăn thịt lợn và uống rượu, rượu vang và bánh mì là biểu tượng của người theo Thiên chúa giáo, mua đồ cúng giá cao hơn chất lượng vốn có SP.

- Đẳng cấp, sự biểu thị tầng lớp xã hội giàu sang.

- Sản phẩm lạ: nhiều người rất ưa thích sản phẩm lạ, ví dụ người Việt Nam ưa vang, bia và coca ngoại hoặc các sản phẩm đóng hộp, người phương Tây lại ưa nem, phở.

- Phụ gia: người tiêu dùng luôn lo lắng với sản phẩm có bổ sung chất phụ gia, chất màu tổng hợp, xử lý phóng xạ,...

- Những yếu tố tâm lý xã hội thay đổi rất lớn theo quốc gia, thời đại, vị trí xã hội và cá nhân,... Hình ảnh bao bì ảnh hưởng tức thời khi người tiêu dùng chọn sản phẩm.

3.2. Nhóm yếu tố bên trong

Trong nội bộ doanh nghiệp, các yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm có thể được biểu thị bằng qui tắc 4M, đó là:

- Con người (Men)

Bao gồm: lãnh đạo, nhân viên và khách hàng. Yếu tố này quan trọng nhất vì mọi quá trình đều do con người thực hiện.

- Phương pháp, công nghệ (Methods)

PP quản trị, công nghệ, trình độ tổ chức quản lý và tổ chức sản xuất của doanh nghiệp. Có nguyên liệu tốt, có kỹ thuật công nghệ thiết bị hiện đại nhưng không biết tổ chức quản lý lao động, tổ chức sản xuất, tổ chức kiểm tra chất lượng sản phẩm, tiêu thụ, bảo quản, sửa chữa, bảo hành... thì không thể nâng cao được chất lượng sản phẩm.

- Máy móc, thiết bị (Machines)

Khả năng về công nghệ, máy móc thiết bị của doanh nghiệp. Kỹ thuật, công nghệ, thiết bị có tầm quan trọng đặc biệt và có tác dụng quyết định việc hình thành chất lượng sản phẩm.

- Nguyên vật liệu (Materials)

Vật tư, nguyên liệu, nhiên liệu và hệ thống tổ chức đảm bảo vật tư, nguyên nhiên vật liệu của doanh nghiệp.