

Chương 5: Chỉ tiêu chất lượng sản phẩm

Nội dung

- 5.1. Khái niệm về sản phẩm
- 5.2. Các thuộc tính sản phẩm
- 5.3. Chất lượng sản phẩm
- 5.4. Các chỉ tiêu chất lượng sản phẩm

5.1. Khái niệm sản phẩm?

Khái niệm sản phẩm được định nghĩa từ nhiều góc độ khác nhau, tuy nhiên, sản phẩm được chia làm hai nhóm chính:

- + Nhóm sản phẩm thuần vật chất: là những vật phẩm mang các đặc tính lý hoá nhất định.
- + Nhóm sản phẩm phi vật phẩm: là các dịch vụ, thông tin...

5.2. Các thuộc tính của sản phẩm

- Thuộc tính của sản phẩm là tất cả những đặc tính vốn có của sản phẩm qua đó sản phẩm tồn tại và nhờ đó mà có thể phân biệt được sản phẩm này với sản phẩm khác.
- Nghiên cứu tính chất, đặc trưng của sản phẩm giúp xác định được quá trình chế tạo thích hợp và trang bị những kiến thức để khảo sát, quy định các chỉ tiêu chất lượng của sản phẩm, xác định những biện pháp, điều kiện bảo vệ chất lượng sản phẩm trong quá trình sản xuất và lưu thông tiêu dùng.
- Mỗi một sản phẩm đều có một số giá trị sử dụng nhất định mà giá trị sử dụng của sản phẩm lại tạo thành từ thuộc tính cụ thể.

Sản phẩm có thể bao gồm các thuộc tính sau:

- *Nhóm thuộc tính chức năng công dụng:* giá trị sử dụng của sản phẩm, nhằm thoả mãn một loại nhu cầu nào đó,
- *Nhóm thuộc tính kỹ thuật công nghệ:* cấu trúc, kích thước, khối lượng, các thông số kỹ thuật, độ bền, độ tin cậy.
- *Nhóm thuộc tính sinh thái:* Sản phẩm phải đảm bảo các yêu cầu về môi sinh, không gây ô nhiễm môi trường khi sử dụng.

- *Nhóm thuộc tính thẩm mỹ*: Thẩm mỹ là thuộc tính quan trọng, ngày càng được đề cao khi đánh giá chất lượng sản phẩm.
- *Nhóm thuộc tính kinh tế- xã hội*: Nhóm thuộc tính này quyết định mức chất lượng của sản phẩm, phản ánh chi phí lao động xã hội cần thiết để chế tạo sản phẩm.

5.3. Chất lượng sản phẩm

" Chất lượng của sản phẩm là tổng hợp những tính chất, đặc trưng của sản phẩm tạo nên giá trị sử dụng, thể hiện khả năng, mức độ thoả mãn nhu cầu tiêu dùng với hiệu quả cao trong điều kiện sản xuất- kỹ thuật- kinh tế - xã hội nhất định".

- Những tính chất đặc trưng đó thường được xác định bằng những chỉ tiêu, những thông số về kinh tế-kỹ thuật-thẩm mỹ,...có thể cân, đo, tính toán được, đánh giá được;
- Chất lượng sản phẩm không những chỉ là tập hợp các thuộc tính mà còn là mức độ các thuộc tính ấy thoả mãn nhu cầu tiêu dùng trong những điều kiện cụ thể (SP A có thuộc tính về màu sắc & kích thước).
- Chất lượng sản phẩm là một phạm trù kinh tế - xã hội - công nghệ tổng hợp (phải quan tâm tới cả 3 yếu tố);
- Chất lượng sản phẩm là một khái niệm có tính tương đối thường xuyên thay đổi theo thời gian (trước mắt và tương lai) và không gian. Nó luôn phải được cải tiến để phù hợp với khách hàng từng thời điểm, từng thị trường;
- Chất lượng là khái niệm vừa trừu tượng (nhận thức chủ quan khách hàng) vừa cụ thể (cân đo đong đếm được).
- Có nhiều phân loại chất lượng: chất lượng thiết kế, chất lượng chuẩn, chất lượng thực, chất lượng cho phép (cho phép về độ lệch giữa chất lượng thực vs chuẩn) và chất lượng tối ưu (đạt được mức độ hợp lý nhất trong điều kiện kinh tế nhất định).

5.4. Các chỉ tiêu chất lượng sản phẩm

Chất lượng sản phẩm gồm 2 hệ thống chỉ tiêu:

+ Hệ thống chỉ tiêu nhằm nghiên cứu xác định chất lượng trong chiến lược phát triển kinh doanh.

+ Hệ thống các chỉ tiêu nhằm kiểm tra, đánh giá chất lượng sản phẩm hàng hoá trong sản xuất kinh doanh.

Hệ thống các chỉ tiêu nghiên cứu xác định chất lượng trong chiến lược phát triển kinh tế

Nghiên cứu một hệ thống các chỉ tiêu chất lượng sản phẩm trọng chiến lược kinh doanh nhằm mục đích kéo dài chu kỳ sống của sản phẩm, kéo dài thời gian cạnh tranh trên thị trường.

Hệ thống gồm có:

- *Chỉ tiêu công dụng*: giá trị dinh dưỡng trong thực phẩm, lượng gió sinh ra từ quạt.
- *Chỉ tiêu công nghệ*: tiết kiệm nguyên vật liệu, chi phí thấp, hạ giá thành.
- *Chỉ tiêu thống nhất hoá*: các linh kiện phụ tùng trong sản xuất hàng loạt.
- *Chỉ tiêu độ tin cậy*: Đảm bảo thông số kỹ thuật làm việc trong khoảng thời gian nhất định.
- *Chỉ tiêu độ an toàn*: Đảm bảo thao tác an toàn đối với công cụ sản xuất cũng như đồ dùng sinh hoạt gia đình.
- *Chỉ tiêu kích thước*: gọn nhẹ thuận tiện trong sử dụng trong vận chuyển.
- *Chỉ tiêu sinh thái*: Mức gây ô nhiễm môi trường.
- *Chỉ tiêu lao động*: Là mối quan hệ giữa người sử dụng với sản phẩm (Công cụ dụng cụ phải được thiết kế phù hợp với người sử dụng để tránh ảnh hưởng tới sức khoẻ và cơ thể).
- *Chỉ tiêu thẩm mỹ*: Tính chân thật, hiện đại hoặc dân tộc, sáng tạo phù hợp với quan điểm mỹ học chân chính.
- *Chỉ tiêu sáng chế phát minh*: chấp hành nghiêm túc pháp lệnh bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp, quyền sáng chế phát minh.

Hệ thống các chỉ tiêu kiểm tra đánh giá chất lượng sản phẩm trong sản xuất kinh doanh.

Hệ thống chỉ tiêu này dựa trên các tiêu chuẩn nhà nước, tiêu chuẩn ngành hoặc các điều khoản trong hợp đồng kinh tế:

- + *Nhóm chỉ tiêu sử dụng*: Thời gian sử dụng, tuổi thọ, mức độ an toàn trong sử dụng, khả năng thay thế sửa chữa, hiệu quả sử dụng (tính tiện lợi).

- + *Nhóm chỉ tiêu công nghệ*: Kích thước, cơ lý, thành phần hoá học
- + *Nhóm chỉ tiêu hình dáng thẩm mỹ*: Hình dáng, tiêu chuẩn đường nét, sự phối hợp trang trí màu sắc, tính thời trang (hiện đại hoặc dân tộc), tính văn hoá, ... Đánh giá nhóm chỉ tiêu này chủ yếu phụ thuộc vào kinh nghiệm và trình độ thẩm mỹ, hiểu biết của người làm công tác kiểm nghiệm (chủ yếu sử dụng bằng cảm quan so sánh được với mẫu chuẩn).
- + *Nhóm tiêu chuẩn về bao gói ghi nhãn, vận chuyển và bảo quản*: cho phép truy tìm nguồn gốc của sản phẩm thông qua nhãn mác.
- + **Nhóm các chỉ tiêu về nguyên tắc thủ tục**: quy định những nguyên tắc thủ tục, những yêu cầu cần thiết nhằm bảo quản cho quá trình hoạt động thống nhất, hợp lý và có hiệu quả.
- + *Nhóm chỉ tiêu kinh tế* : Chi phí sản xuất, giá cả, chi phí trong quá trình sử dụng sản phẩm. Nhóm chỉ tiêu này rất quan trọng vì nó liên quan đến quyết định sản xuất sản phẩm của doanh nghiệp, hiệu quả của doanh nghiệp và cả quyết định mua sản phẩm của khách hàng.
 - Các chỉ tiêu này không tồn tại độc lập tách rời mà có mối liên hệ chặt chẽ với nhau.
 - Mỗi loại sản phẩm cụ thể sẽ có những chỉ tiêu mang tính trội và quan trọng hơn những chỉ tiêu khác. Do đó, mỗi doanh nghiệp phải lựa chọn và quyết định những chỉ tiêu quan trọng nhất làm cho sản phẩm của mình mang sắc thái riêng phân biệt với sản phẩm đồng loại khác trên thị trường (ví dụ: chỉ tiêu sử dụng).