

QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM

TS. NGUYỄN VĂN MINH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH
ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
098 311 8969; email: nguyenvm2002@gmail.com;
minhnmv@ftu.edu.vn

BÀI MỞ ĐẦU

- ☐ Giới thiệu chung về môn học
- ☐ Đối tượng nghiên cứu của môn học
- ☐ Mục đích của môn học
- ☐ Yêu cầu đối với sinh viên
- ☐ Phương pháp giảng dạy
- ☐ Đánh giá quá trình và kiểm tra

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

2

BÀI MỞ ĐẦU

- ☐ Nội dung của môn học

STT	Tên chương	Tổng số tiết	Lý thuyết	Thực hành
1.	Sản phẩm và phân loại sản phẩm	6	4	2
2.	Chất lượng sản phẩm	6	4	2
3.	Nguyên tắc và phương pháp quản lý chất lượng	12	8	4
4.	Quản lý chất lượng ở doanh nghiệp	12	8	4
5.	Kiểm soát, đánh giá và chứng nhận chất lượng	9	6	3
6.	Quản lý nhà nước về chất lượng	Tự học	--	--
Tổng cộng		45	30	15

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

3

BÀI MỞ ĐẦU

□ Tài liệu tham khảo

- Trần Sửu. Quản lý chất lượng sản phẩm. HN.: Thống kê, 2004.- 214tr.
- Tạ Thị Kiều An và các tác giả khác. Quản lý chất lượng trong các tổ chức. HN.: Thống kê, 2004. - 474tr.
- Phó Đức Trù, Phạm Hồng. ISO 9000:2000. HN.: Khoa học và Kỹ thuật, 2002. - 512tr.
- Phillip B. Crosby. Quality is Free. New York: McGraw-Hill, 1979. (Chất lượng là thứ cho không. Mai Huy Tân, Nguyễn Bình Giang dịch. Hà Nội: Khoa học xã hội, 1989.
- Kaoru Ishikawa. What Is Total Quality Control? - The Japanese Way. NY.: Prentice Hall, 1985. (Quản lý chất lượng theo phương pháp Nhật/Nguyễn Như Thịnh, Trịnh Trung Thành. Hà Nội: Khoa học và kỹ thuật, 1990.
- John Ivancevich, Peter Lorenzi, Steven Skinner, Phillip Crosby. Management Quality and Competitiveness. Irwin, 1994.
- Bộ sách Quản trị sản xuất và vận hành. Business Edge. TP. HCM: Trẻ, 2004.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

4

THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Họ và tên:
2. Sinh ngày tháng.... năm...
3. Quê quán:
4. Địa chỉ liên lạc(phone, e-mail)
5. Mục đích học tập và dự định tương lai
6. Ý kiến đề xuất (nếu có)

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

5

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

Nội dung chính

- I. Một số khái niệm cơ bản
- II. Phân loại sản phẩm
- III. Ký hiệu sản phẩm, nhãn, nhãn hiệu hàng hóa

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

6

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

I. Một số khái niệm cơ bản

1.1. Khái niệm sản phẩm

- ☐ Sản phẩm là gì?
- ☐ Sản phẩm là kết quả các *hoạt động* hay của các *quá trình*. (ISO 9000:2000)
 - *Hoạt động gì? Quá trình nào?*
 - *Hoạt động có mục đích nhằm tạo của cải vật chất đáp ứng nhu cầu của con người.*
 - *Quá trình biến đổi các yếu tố đầu vào thành các SP đầu ra.*
 - ☐ Các yếu tố đầu vào nào?
 - ☐ Bản chất của quá trình biến đổi là gì?
 - ☐ Sản phẩm đầu ra nào?

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

7

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

1.2. Các loại hình SP

- ☐ Sản phẩm có 2 loại hình cơ bản: sản phẩm vật chất (SPVC) và sản phẩm dịch vụ (SPDV)
 - *SPVC là SP có khối và kích thước có thể nhận biết được bằng các giác quan của con người.*
 - *SPDV là SP đáp ứng nhu cầu sử dụng thông qua hoạt động tiếp xúc giữa người cung cấp và người sử dụng DV.*
 - *Hàng hóa là những SP vật chất được trao đổi và mua bán trên thị trường.*

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

8

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

1.3. Các thuộc tính của SP

- ☐ *Thuộc tính là gì? SP có những thuộc tính nào?*
 - *Thuộc tính là những tính chất gắn liền, không thể tách rời của sự vật, hiện tượng (sản phẩm).*
- ☐ Sản phẩm có hai thuộc tính cơ bản:
 - *Giá trị - đo bằng giá trị của lượng lao động kết tinh trong SP.*
 - *Giá trị sử dụng - là giá trị mà SP đem lại cho người tiêu dùng khi sử dụng. Giá trị này có thể : hữu hình (ích lợi, công dụng), vô hình (cảm hứng, sự hài lòng).*
 - *Điều kiện để SP có được giá trị và giá trị sử dụng?*
 - ☐ SP phải rõ mục đích
 - ☐ Đáp ứng được các y/c kinh tế, kỹ thuật
 - ☐ Đáp ứng được y/c thẩm mỹ.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

9

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

1.4. Phân biệt giữa SPVC và SPDV

- ☐ Hãy chọn hai đại diện tiêu biểu của SPVC và SPDV để so sánh?
- ☐ Tiêu chí so sánh
 - Quá trình tạo ra SP
 - Bản chất của SP
 - Khả năng đánh giá chất lượng
 - Quyền sở hữu
 - Hậu quả của sai hỏng
 - Phạm vi tiếp xúc với người sử dụng
 - Khả năng dự trữ.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

10

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

1.4. Phân biệt giữa SPVC và SPDV

#	Tiêu chí so sánh	SPVC	SPDV
1.	Quá trình sản xuất		
2.	Bản chất của sản phẩm		
3.	Chất lượng		
4.	Quyền sở hữu		
5.	Hậu quả của sai sót		
6.	Phạm vi tiếp xúc với người sử dụng		
7.	Khả năng dự trữ		

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

11

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

1.4. Phân biệt giữa SPVC và SPDV

Lưu ý khi so sánh:

- ☐ Trong SP dịch vụ thường có mặt SPVC nhưng ở mức độ khác nhau.
- ☐ Hãy sắp xếp các DV sau theo sự tăng dần hàm lượng SPVC:
 - DV bán hàng, DV vận tải, DV giáo dục, DV tư vấn, DV hàng không, DV nhà hàng, DV chăm sóc khách hàng, DV y tế.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

12

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

1.5. Quá trình tạo sản phẩm

- Tạo SP là một trong những chức năng chủ chốt của DN. Đó là quá trình đi tìm câu trả lời cho 3 câu hỏi kinh điển: Sản xuất cái gì? SX cho ai? SX như thế nào?
- Các bước của quá trình tạo sản phẩm mới:
 - Nghiên cứu thị trường
 - Thiết kế sản phẩm
 - Sản xuất
 - Tiêu thụ sản phẩm
 - Chăm sóc khách hàng sau bán hàng.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

13

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

1.6. Chu kỳ sống và tuổi thọ của SP

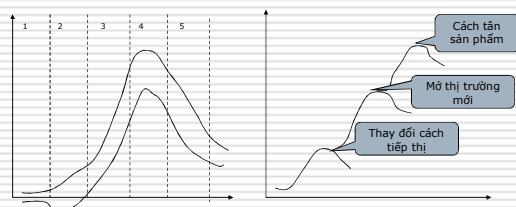
- Chu kỳ sống của SP là khoảng thời gian từ khi SP hình thành, xuất hiện cho đến khi biến mất khỏi thị trường hoặc đổi mới thành một sản phẩm khác.
- Chu kỳ sống của SP cũng tuân theo qui luật của tự nhiên:
 - Con người: Sinh-lão-bệnh-tử
 - Vạn vật: Thành-trụ-dị-diệt
 - Sản phẩm: Hình thành-xâm nhập-tăng trưởng-chín muồi-suy thoái.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

14

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM



Chu kỳ sống của sản phẩm

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

15

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

II. Phân loại sản phẩm

2.1. Khái niệm

- Ví dụ minh họa: Hãy phân loại mạng sách văn học dưới đây và giải thích tại sao? Sách bao gồm:
 - Tiểu thuyết, thơ, truyện ngắn, ký, truyện thiếu nhi.
 - Sách Việt Nam và nước ngoài
 - Thuộc nhiều thời kỳ: TK18, 19, 20
- Có nhiều cách phân loại: theo thể loại, thời gian, tác giả.
- Phân loại SP là công việc phân chia một nhóm SP thành các nhóm nhỏ hơn mang đặc trưng riêng.
 - Khâu phân loại: công việc như trên
 - Hệ thống phân loại: kết hợp nhiều khâu phân loại liên tiếp
 - Bậc phân loại: bậc từ khâu này sang khâu khác.
 - Hàng hóa thường có các bậc phân loại sau: ngành, phân ngành, nhóm hàng, loại hàng, kiểu dáng và chủng loại.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

16

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

2.2. Nguyên tắc phân loại

- Nhằm vững mục đích phân loại: phân loại để làm gì?
- Phân loại theo một tiêu chí nhất định, tránh tình trạng lộn xộn thiếu thống nhất.
- Trong một hệ thống phân loại: ở bậc cao dùng dấu hiệu khái quát, bậc thấp dùng dấu hiệu mang tính riêng biệt.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

17

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

2.3. Yêu cầu đối với hệ thống phân loại

- Hệ thống phân loại phải phù hợp với thực tế
- Hệ thống phân loại phải đảm bảo tính khoa học
- Hệ thống phân loại phải ổn định trong một khoảng thời gian thích hợp.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

18

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

2.4. Các dấu hiệu thường dùng để phân loại SP

Theo ngành: SP công nghiệp, nông nghiệp, y tế.

- ☐ Mục đích sử dụng: tư liệu, nguyên liệu, lương thực.
- ☐ Đối tượng sử dụng: nam, nữ, học sinh
- ☐ Các sử dụng: dùng ngay, hay phải qua chế biến.
- ☐ Thời gian sử dụng: dài, ngắn ngày.
- ☐ Nguồn gốc nguyên liệu: gỗ, kim loại, nhân tạo hay tự nhiên.
- ☐ Thành phần hóa học: hóa chất, dược liệu, nhiên liệu.
- ☐ Phương pháp sản xuất: thủ công, công nghệ cao...
- ☐ Nhìn từ góc độ marketing SP được phân làm hai dạng cơ bản:
 - Hàng tiêu dùng: hàng thiết yếu, hàng tiêu dùng dài hạn
 - Hàng công nghiệp: nguyên liệu, phương tiện SX, bán thành phẩm.
 - (Tham khảo Giáo trình 1, tr. 13-17)

2.5. Cơ cấu mặt hàng và danh mục hàng hóa (tự đọc [1, tr. 13-17])

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

19

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

III. Ký hiệu, nhãn, nhãn hiệu hàng hóa

3.1. Ký hiệu sản phẩm

- ☐ Ký hiệu là các dấu hiệu qui ước để chỉ định hàng hóa và sản phẩm.
- ☐ Người ta thường dùng chữ cái, số hoặc kết hợp chữ và số để lập ký hiệu. Cần phân biệt hai loại ký hiệu:
 - Ký hiệu mang ý nghĩa thương mại – do người SX đặt cho hàng hóa của mình nhằm mục đích quảng bá hoặc để tiện cho việc quản lý danh mục sản phẩm.
 - ☐ Xe máy Honda: C50, C70, C90, GL 50...
 - ☐ Điện thoại Nokia: 3310, 3330, 8910, 8250.
 - Ký hiệu mang ý nghĩa kỹ thuật – do các cơ quan quản lý tiêu chuẩn chất lượng qui định cho các SP, chi tiết, linh kiện... được tiêu chuẩn hóa và đưa vào sử dụng rộng rãi.
 - ☐ Ví dụ: xi măng: P300, P500; sắt, thép có phi 6, phi 12...
 - ☐ Qui ước về tên sp: T: máy tiện; B: máy bào, máy bơm; L: SP được làm mát.
 - ☐ Ký hiệu động cơ ô tô: 8D 20/18 HL – 8 xi lanh, 20-dường kính xi lanh, 18 – đường đi piston, H – cải tiến lần thứ 8, L – làm nguội bằng không khí.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

20

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

III. Ký hiệu, nhãn, nhãn hiệu hàng hóa

3.1. Ký hiệu sản phẩm

- ☐ Ký hiệu kiện hàng
 - Tên hàng
 - Nơi sản xuất
 - Ga hoặc cảng xếp hàng
 - Ga hoặc cảng dỡ hàng
 - Trọng lượng hàng hóa
 - Và nhiều dấu hiệu khác.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

21

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.2. Nhãn hiệu và nhãn hàng hóa

- Nhãn hiệu hàng hóa là các dấu hiệu do nhà sản xuất đặt ra và được các cơ quan pháp luật chấp nhận dùng để phân biệt hàng hóa cùng loại của các nhà SX khác nhau.
- Nhãn hiệu hàng hóa cùng với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, tên gọi xuất xứ hàng hóa là các đối tượng được pháp luật VN bảo hộ (Luật Dân sự 2005, phần VI).
- Nhãn hiệu hàng hóa có thể là từ ngữ, hình ảnh hoặc sự kết hợp giữa hai yếu tố trên, được thể hiện bằng 1 hoặc nhiều màu sắc.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

22

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.2. Nhãn hiệu và nhãn hàng hóa

- Những dấu hiệu thường sử dụng:
 - Các chữ có khả năng phát âm như một từ ngữ được trình bày dưới dạng chữ viết, chữ in thông thường.
 - Chữ hoặc tập hợp chữ được trình bày dưới dạng hình họa.
 - Hình vẽ, ảnh chụp.
 - Chữ hoặc tập hợp chữ được kết hợp với hình vẽ, ảnh chụp tương ứng.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

23

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.2. Nhãn hiệu và nhãn hàng hóa

- Những dấu hiệu không được sử dụng làm nhãn hiệu hàng hóa:
 - Giống quốc kỳ, quốc huy, quân kỳ của một nước.
 - Giống huy hiệu của các đoàn thể xã hội.
 - Trùng hoặc giống nhãn hiệu đã đăng ký trước.
 - Chân dung lãnh tụ hoặc của người mà chưa được đồng ý.
 - Dấu hiệu không có khả năng phân biệt được là dấu hiệu gì.
 - Các dấu hiệu chỉ thời gian, địa điểm, phương pháp sản xuất, chủng loại, số lượng.
 - Dấu hiệu làm sai lệch xuất xứ, tính năng, công dụng.
 - Giống hoặc tương tự với dấu chất lượng, dấu kiểm tra.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

24

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.2. Nhãn hiệu và nhãn hàng hóa

- ☐ Nhãn hàng hóa – là nhãn được gắn, in lên sản phẩm hoặc bao bì của từng đơn vị hàng hóa.
- ☐ Nội dung thông tin trên nhãn hàng hóa thường có 2 phần: bắt buộc – theo quy định của các cơ quan quản lý nhà nước + phần giới thiệu, quảng cáo cho hàng hóa.
- ☐ Tùy theo loại hình SP mà nội dung thông tin bắt buộc sẽ khác nhau để bảo vệ tối đa quyền lợi của người tiêu dùng.
- ☐ Nhãn hàng hóa phải đăng ký với cơ quan nhà nước về chất lượng. Việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu không thay thế cho việc đăng ký nhãn.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

25

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.2. Nhãn hiệu và nhãn hàng hóa

- ☐ Những thông số cần có trên nhãn hàng hóa
 - Tên SP
 - Tên hãng SX
 - Nhãn hiệu hàng hóa
 - Địa chỉ nơi SX
 - Đặc tính của hàng hóa: quy cách, chỉ tiêu, mức chất lượng, khối lượng, dung tích, số lượng hàng hóa trong đơn vị bao gói.
 - Thời hạn bảo hành.
 - Ngày xuất xưởng
 - Thời hạn sử dụng, ngày hết hạn
 - Phạm vi sử dụng, phạm vi cấm sử dụng
 - Hướng dẫn sử dụng và bảo quản
 - Số đăng ký chất lượng

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

26

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.2. Nhãn hiệu và nhãn hàng hóa

- ☐ Yêu cầu khi trình bày nhãn hàng hóa:
 - Phù hợp với quy định về quản lý chất lượng của chính quyền sở tại và nơi tiêu thụ hàng hóa.
 - Nếu bật các đặc tính quan trọng, những ưu việt của SP để thu hút sự chú ý của khách hàng.
 - Nhãn hiệu sản phẩm cần phải hòa hợp với việc trang trí trên bao bì, tạo thành một thể thống nhất, làm tăng tính thẩm mỹ và trở thành đặc trưng để nhận biết sản phẩm.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

27

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.3. Mã số và mã vạch

- ☐ Mã vạch (Barcode) là một dãy các các vạch và khoảng trống được bố trí theo một quy tắc nhất định để thể hiện các số liệu dưới dạng có thể đọc được bằng máy.
- ☐ Một số công cụ để đọc mã vạch:
 - Nhận dạng ký tự quang học (Optical Character Recognition OCR).
 - Nhận dạng ký tự bằng mực từ (Magnetic ink character Recognition MICR)
 - Sọc từ (Magnetic Stripe)
 - Nhận dạng bằng tần số radio (Radio Frequency Identification RFID)
 - Chíp điện tử.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

28

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.3. Mã số và mã vạch

- ☐ Cấu tạo của mã vạch

Vùng trống bắt đầu	Ký tự bắt đầu	Ký tự dữ liệu	Ký tự kiểm tra	Ký tự kết thúc	Vùng trống kết thúc
--------------------------	------------------	------------------	-------------------	-------------------	---------------------------

- ☐ Vùng trống là vùng không ghi ký hiệu gì để máy quét chuẩn bị đọc
- ☐ Ký tự bắt đầu và ký tự kết thúc – chỉ hướng cho máy quét
- ☐ Ký tự kiểm tra nhằm đảm bảo tính đúng đắn của các ký tự được mã hóa.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

29

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.3. Mã số và mã vạch

- ☐ Mã số EAN (European Article Numbering System). Có hai loại EAN 8 và EAN 13

	Quốc gia	Doanh nghiệp	Mã hàng	Kiểm tra
Mã EAN 8	3	0	4	1
Mã EAN 13	3	4	5	1

- ☐ Mã quốc gia do EAN quốc tế cấp. Ví dụ: Việt Nam 893, Indonexia 899, Ấn Độ 890, Singapore 888, Thái Lan 885.
- ☐ Mã DN do EAN quốc gia cấp.
- ☐ Mã hàng do DN cấp. Sau khi cấp mã hàng DN phải đăng ký với cơ quan quản lý nhà nước về chất lượng và không được trùng nhau.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

30

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.3. Mã số và mã vạch

- Mã kiểm tra để người tiêu dùng, nhà chức trách quan tâm kiểm tra. Mã kiểm tra được tính như sau:
 - Đánh số thứ tự từ 1-12 tính từ phải qua trái, không kể số kiểm tra tận cùng bên phải.
 - Tính $A = \text{tổng các số ở vị trí lẻ} \times 3 + \text{tổng các số ở vị trí chẵn}$.
 - Lấy số chẵn chục lớn hơn A trừ đi A thì ra số kiểm tra.
 - Tính thứ với SP cụ thể.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

31

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.3. Mã số và mã vạch

- Lợi ích của việc dùng mã vạch
 - Tăng năng suất
 - Tiết kiệm: nhân lực và thời gian
 - Chính xác: nhờ mã vạch có thể phân biệt và biết chính xác trình trạng các loại hàng hóa để tính giá.
 - Cung cấp thông tin tương đối đầy đủ về hàng hóa và dịch vụ

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

32

Chương I. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM

3.3. Xây dựng thương hiệu cho DN

- Viết không quá 1000 chữ về đề tài: Bạn hiểu thế nào là thương hiệu? Và nếu bạn là nhà quản trị DN, bạn sẽ làm gì để xây dựng thương hiệu cho DN mình.

© Nguyễn Văn Minh,
2007

Quality Management

33