



Khái niệm về sản phẩm, chất lượng sản phẩm

Bởi:

truonghoabinh
vothituyet

Khái niệm sản phẩm.

Theo C.Mác: Sản phẩm là kết quả của quá trình lao động dùng để phục vụ cho việc làm thỏa mãn nhu cầu của con người. Trong nền kinh tế thị trường, người ta quan niệm sản phẩm là bất cứ cái gì đó có thể đáp ứng nhu cầu thị trường và đem lại lợi nhuận.

Theo TCVN 5814: sản phẩm là “kết quả của các hoạt động hoặc các quá trình” (Quản lý chất lượng và đảm bảo chất lượng- Thuật ngữ và định nghĩa- TCVN 6814-1994).

Có nhiều cách phân loại sản phẩm theo những quan điểm khác nhau. Một trong cách phân loại phổ biến là người ta chia sản phẩm thành 2 nhóm lớn:

- Nhóm sản phẩm thuần vật chất: là những vật phẩm mang đặc tính lý hóa nhất định
- Nhóm sản phẩm phi vật phẩm: đó là các dịch vụ. Dịch vụ là “kết quả tạo ra do các hoạt động tiếp xúc giữa người cung ứng và khách hàng và các hoạt động nội bộ của người cung ứng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng”. (Quản lý chất lượng và đảm bảo chất lượng- Thuật ngữ và định nghĩa- TCVN5814-1994). Hoạt động dịch vụ phát triển theo trình độ phát triển kinh tế và xã hội. Ở các nước phát triển thu nhập qua dịch vụ có thể đạt tới 60-70% tổng thu nhập xã hội.

Khái niệm chất lượng sản phẩm

Một số quan điểm:

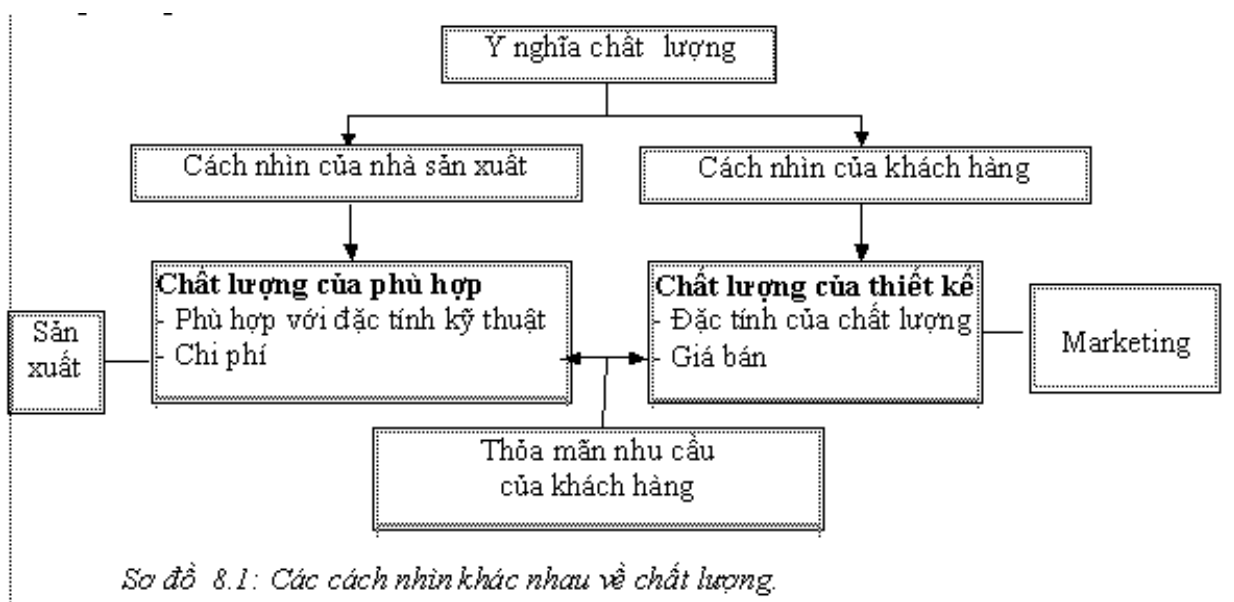
- Chất lượng sản phẩm là một phạm trù phức tạp, một khái niệm mang tính chất tổng hợp về các mặt kinh tế - kỹ thuật, xã hội.

Khái niệm về sản phẩm, chất lượng sản phẩm

- Chất lượng sản phẩm được hình thành trong quá trình nghiên cứu, triển khai và chuẩn bị sản xuất, được đảm bảo trong quá trình tiến hành sản xuất và được duy trì trong quá trình sử dụng.

Thông thường người ta cho rằng sản phẩm có chất lượng là những sản phẩm hay dịch vụ hảo hạng, đạt được trình độ của khu vực hay thế giới và đáp ứng được mong đợi của khách hàng với chi phí có thể chấp nhận được. Nếu quá trình sản xuất có chi phí không phù hợp với giá bán thì khách hàng sẽ không chấp nhận giá trị của nó, có nghĩa là giá bán cao hơn giá mà khách hàng chịu bỏ ra để đổi lấy các đặc tính của sản phẩm.

Như vậy ta thấy cách nhìn về chất lượng giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng khác nhau nhưng không mâu thuẫn nhau.



Sơ đồ 8.1: Các cách nhìn khác nhau về chất lượng.

Xuất phát từ những quan điểm khác nhau, hiện có hàng trăm định nghĩa khác nhau về chất lượng sản phẩm.

TCVN 5814-1994 trên cơ sở tiêu chuẩn ISO-9000 đã đưa ra định nghĩa: *Chất lượng là tập hợp các đặc tính của một thực thể (đối tượng) tạo cho thực thể đó có khả năng thỏa mãn những yêu cầu đã nêu ra hoặc tiềm ẩn.* (Quản lý chất lượng và đảm bảo chất lượng- Thuật ngữ và định nghĩa-TCVN5814-1994). Như vậy, “khả năng thỏa mãn nhu cầu” là chỉ tiêu cơ bản nhất để đánh giá chất lượng sản phẩm.

Thông thường, người ta rất dễ chấp nhận ý tưởng cho rằng cải tiến và nâng cao chất lượng sản phẩm là phải tập trung cải tiến và nâng cao đặc tính kỹ thuật, sự hoàn thiện của sản phẩm. Quan niệm này sẽ dẫn đến xu hướng đồng hóa việc đầu tư vào đổi mới dây chuyền sản xuất, công nghệ sản xuất là nâng cao chất lượng sản phẩm. Trong nhiều trường hợp, quan niệm này tỏ ra đúng đắn, nhất là khi sản phẩm đang được sản xuất

Khái niệm về sản phẩm, chất lượng sản phẩm

ra với công nghệ quá lạc hậu. Tuy nhiên, chất lượng đã vượt ra khỏi phạm vi của sản phẩm. Doanh nghiệp sản xuất ra các sản phẩm có chất lượng và nhờ những sản phẩm tốt mà được khách hàng tín nhiệm. Song muốn thật sự được người tiêu dùng tín nhiệm, thì cùng với sản phẩm tốt, doanh nghiệp còn phải thực hiện một loạt dịch vụ cần thiết khác như: bảo hành, hướng dẫn sử dụng, bảo dưỡng kỹ thuật định kỳ và các dịch vụ phụ trợ khác.

Điều đó có nghĩa là doanh nghiệp không chỉ bán sản phẩm tốt mà còn phải giúp khách hàng giải quyết các vấn đề nảy sinh trong khi sử dụng. Ví dụ khi những sản phẩm đầu tiên của Nhật Bản bán ra thị trường nước ngoài, khách hàng không thể đọc được các bản hướng dẫn sử dụng vì nó viết bằng tiếng Nhật, nhưng sau đó họ đã rút kinh nghiệm và hàng hóa của Nhật ngày càng được chấp nhận nhiều hơn ở nước ngoài.

Chất lượng sản phẩm phải thể hiện thông qua các yếu tố sau:

- Sự hoàn thiện của sản phẩm: đây là yếu tố để giúp chúng ta phân biệt sản phẩm này với sản phẩm khác. thường thể hiện thông qua các tiêu chuẩn mà nó đạt được. Đây cũng chính là điều tối thiểu mà mọi doanh nghiệp phải cung cấp cho khách hàng thông qua sản phẩm của mình.

- Giá cả: thể hiện chi phí để sản xuất (mua) sản phẩm và chi phí để khai thác và sử dụng nó. Người ta thường gọi đây là giá để thỏa mãn nhu cầu.

- Sự kịp thời, thể hiện cả về chất lượng và thời gian.

- Phù hợp với các điều kiện tiêu dùng cụ thể: sản phẩm chỉ có thể được coi là chất lượng khi phù hợp với điều kiện tiêu dùng cụ thể. Doanh nghiệp phải đặc biệt chú ý điều này khi tung sản phẩm vào các thị trường khác nhau để đảm bảo thành công trong kinh doanh.

Trong thực tế sản xuất kinh doanh, nếu không chú ý đầy đủ đến các yếu tố trên sẽ dẫn đến thiệt hại không nhỏ.