

**BỘ CÔNG THƯƠNG**  
**TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH**



**GIÁO TRÌNH**

**MÔN HỌC: QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH**

**NGÀNH: QUẢN LÝ VÀ KINH DOANH DU LỊCH**

**TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 409/QĐ-CĐTMDL ngày 05 tháng 07 năm 2022 của trường Cao đẳng Thương mại & Du lịch)*

**Thái Nguyên, năm 2022**

**(Lưu hành nội bộ)**

## **LỜI GIỚI THIỆU**

Hiện nay, sự phát triển của dịch vụ là một xu hướng tất yếu trên toàn thế giới. Tỷ trọng của các ngành công nghiệp dịch vụ trong GDP của một quốc gia ngày càng được chuyển dịch theo hướng tăng cao hơn và đóng góp ngày càng nhiều hơn cho sự phát triển của nền kinh tế. Trong quá trình toàn cầu hóa kinh tế, tất cả các quốc gia cũng như các doanh nghiệp đều phải đặt ưu tiên hàng đầu vào việc cung cấp sản phẩm – dịch vụ có chất lượng ngày càng phù hợp và thỏa mãn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng và thực sự xem chất lượng dịch vụ như là một công cụ để duy trì lợi thế cạnh tranh. Du lịch là một ngành dịch vụ đặc biệt luôn chiếm vị trí quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Ở nước ta, trong thời gian qua, ngành du lịch đã có những bước phát triển mạnh mẽ về cả số lượng các tổ chức kinh doanh du lịch cũng như chất lượng sản phẩm – dịch vụ du lịch ngày càng đa dạng và được nâng cao.

Để nắm rõ được những kiến thức cơ bản về quản lý chất lượng dịch vụ du lịch và để có tài liệu phục vụ giảng dạy cho học sinh chuyên ngành trong trường Cao đẳng thương mại và du lịch, tập thể tác giả đã biên soạn giáo trình “Quản lý chất lượng dịch vụ du lịch”. Giáo trình để làm tài liệu giảng dạy cho học sinh ngành Quản lý và kinh doanh du lịch trình độ trung cấp.

Trong quá trình biên soạn giáo trình “Quản lý chất lượng dịch vụ du lịch” tác giả đã nhận được những ý kiến đóng góp hiệu quả của các giảng viên khoa quản trị kinh doanh, các thầy cô giáo trong hội đồng khoa học nhà trường. Tác giả xin trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ của các đồng nghiệp.

Mặc dù đã rất cố gắng nhưng không thể tránh khỏi những thiếu sót và những hạn chế. Chúng tôi rất mong nhận được sự góp ý, bổ sung của độc giả để giúp cho quá trình được hoàn thiện hơn. Mọi ý kiến đóng góp xin gửi về Khoa Quản trị kinh doanh, trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch – số 478 đường Thống Nhất, phường Tân Thịnh, TP Thái Nguyên

Chân thành cảm ơn!

Nhóm tác giả

## MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU .....	2
MỤC LỤC.....	3
CHƯƠNG 1 KHÁI QUÁT VỀ QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, DỊCH VỤ .....	10
1. Sản phẩm.....	12
1.1. Khái niệm sản phẩm.....	12
1.2. Các thuộc tính của sản phẩm.....	12
2. Chất lượng sản phẩm .....	13
2.1. Khái niệm .....	13
2.2. Các đặc điểm của chất lượng sản phẩm .....	14
2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm .....	14
3. Dịch vụ .....	17
3.1. Khái niệm dịch vụ .....	17
3.2. Đặc điểm của dịch vụ .....	17
4. Chất lượng dịch vụ.....	18
4.1. Khái niệm .....	18
4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ.....	18
4.3. Các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ .....	18
5. Quản lý chất lượng sản phẩm, dịch vụ.....	19
5.1. Khái niệm: .....	19
5.2. Các nguyên tắc trong QLCL .....	19
5.3. Các chức năng cơ bản của quản lý chất lượng.....	21
CHƯƠNG 2 HỆ THỐNG QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG.....	24
1. Khái quát về hệ thống chất lượng .....	26
1.1. Khái niệm về hệ thống quản lý chất lượng .....	26
1.2. Chức năng của hệ thống QLCL .....	26
1.3. Vai trò của hệ thống QLCL.....	26
2. Hệ thống quản lý chất lượng ISO 9000 .....	26
2.1. Nội dung.....	26
2.2. Nguyên tắc quản lý chất lượng theo ISO 9000.....	27
2.3. Vai trò của bộ tiêu chuẩn ISO 9000.....	28
3. Hệ thống quản lý chất lượng TQM.....	29

3.1. Khái niệm .....	29
3.2. Mục tiêu của TQM.....	29
3.3.Các nguyên tắc của TQM.....	29
4. Hệ thống quản lý nhà nước và quản lý của DN về chất lượng SP và dịch vụ.	31
4.1. Hệ thống quản lý nhà nước về chất lượng sản phẩm và dịch vụ .....	31
4.2. Hệ thống quản lý của doanh nghiệp về chất lượng SP và dịch vụ.....	33
<b>CHƯƠNG 3 QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH.....</b>	<b>35</b>
1. Các đặc điểm cơ bản quản lý chất lượng dịch vụ du lịch .....	37
1.1. Đảm bảo đồng bộ với các chính sách của doanh nghiệp .....	37
1.2. Phù hợp với mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp .....	37
1.3. Thỏa mãn và định hướng nhu cầu của du khách.....	37
1.4. Con người là nhân tố quyết định chất lượng dịch vụ du lịch.....	39
2. Các phương pháp quản lý chất lượng dịch vụ du lịch .....	39
2.1.Phương pháp kiểm soát chất lượng .....	39
2.2. Phương pháp đảm bảo chất lượng.....	39
2.3. Phương pháp quản lý chất lượng toàn diện.....	40
3. Đo lường chất lượng dịch vụ du lịch .....	41
4. Quản lý lỗ hổng chất lượng dịch vụ du lịch.....	41
4.1. Khái niệm .....	41
4.2. Mô hình lỗ hổng chất lượng dịch vụ du lịch.....	42
4.3.Quản lý lỗ hổng chất lượng dịch vụ du lịch.....	42

## GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: Quản lý chất lượng dịch vụ du lịch

3.1. Vị trí:

Môn học Quản lý chất lượng dịch vụ du lịch dùng cho hệ tuyển học sinh tốt nghiệp THCS trở lên chuyên ngành quản lý và kinh doanh du lịch.

3.2. Tính chất:

Môn học quản lý chất lượng dịch vụ du lịch là môn học quan trọng thuộc nhóm các môn khoa học xã hội, trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản lý chất lượng dịch vụ trong kinh doanh du lịch.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Về kiến thức:

Môn học cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản:

- Định nghĩa được chất lượng sản phẩm nói chung và chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch nói riêng;

- Chỉ ra được các yếu tố cấu thành chất lượng sản phẩm;

- Trình bày được được hệ thống quản lý chất lượng ISO 9000, TQM;

- Phân tích được các yếu tố tác động đến chất lượng sản phẩm, dịch vụ;

- Đánh giá được chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch ;

- So sánh được các mức chất lượng dịch vụ du lịch;

- Xây dựng các chuẩn mực chất lượng dịch vụ du lịch;

4.2. Về kỹ năng:

Sau khi học xong môn học, người học hình thành được kỹ năng:

- Tổ chức được hệ thống quản lý chất lượng dịch vụ tại một cơ sở kinh doanh du lịch cụ thể;

- Thực hiện được việc giám sát chất lượng dịch vụ tại các cơ sở cung ứng các dịch vụ du lịch;

- Vận dụng được lý thuyết quản lý lỗi hỏng chất lượng dịch vụ vào thực tiễn quản lý chất lượng dịch vụ du lịch.

- Nâng cao kỹ năng mềm như kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng tìm kiếm, tổng hợp và phân tích thông tin...

4.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

+ Ý thức và rèn luyện tác phong công nghiệp

+ Có trách nhiệm hơn trong việc sử dụng, đánh giá sản phẩm dịch vụ tiêu dùng.

5. Nội dung của môn học

5.1. Chương trình khung

Mã MH	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/ thực tập/ bài tập/	Kiểm tra

					<b>thảo luận</b>	
<b>I</b>	<b>Các môn học chung</b>	<b>12</b>	<b>255</b>	<b>94</b>	<b>148</b>	<b>13</b>
MH01	Chính trị	2	30	15	13	2
MH02	Pháp luật	1	15	9	5	1
MH03	Giáo dục thể chất	1	30	4	24	2
MH04	Giáo dục quốc phòng và an ninh	2	45	21	21	3
MH05	Tin học	2	45	15	29	1
MH06	Ngoại ngữ	4	90	30	56	4
<b>II</b>	<b>Các môn học chuyên môn</b>	<b>61</b>	<b>1590</b>	<b>452</b>	<b>1074</b>	<b>64</b>
<b>II.1</b>	<b>Môn học cơ sở</b>	<b>14</b>	<b>210</b>	<b>197</b>	<b>-</b>	<b>13</b>
MH07	Quản trị học	2	30	28	-	2
MH08	Tổng quan về du lịch	2	30	28	-	2
MH09	Kinh tế du lịch	2	30	28	-	2
MH10	Tâm lý du khách và kỹ năng GT	2	30	28	-	2
MH11	Tuyến điểm du lịch VN	2	30	28	-	2
MH12	Văn hóa du lịch	4	60	57	-	3
<b>II.2</b>	<b>Môn học chuyên môn</b>	<b>45</b>	<b>1350</b>	<b>227</b>	<b>1074</b>	<b>49</b>
MH13	Ngoại ngữ chuyên ngành DL	4	60	57	-	3
MH14	Marketing du lịch	2	30	28	-	2
MH15	Lý thuyết nghiệp vụ HDDL	4	60	57	-	3
MH16	Quản trị DN du lịch lữ hành	4	60	57	-	3
MH17	Quản lý chất lượng dịch vụ DL	2	30	28	-	2
MH18	Thực hành thiết kế tour du lịch	3	90	-	82	8
MH19	Thực hành hướng dẫn du lịch	3	90	-	82	8
MH20	Thực hành thuyết minh	3	90	-	82	8
MH21	Thực hành quản trị DN du lịch	4	120	-	108	12
MH22	Thực tập TN	16	720		720	
<b>II.3</b>	<b>Môn học tự chọn (chọn 1 trong 2)</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
MH23	Tổ chức sự kiện	2	30	28	-	2
MH24	Nghiệp vụ thanh toán	2	30	28	-	2
	<b>Tổng cộng</b>	<b>73</b>	<b>1845</b>	<b>546</b>	<b>1222</b>	<b>77</b>

## 5.2. Chương trình chi tiết môn học

Số TT	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra
1	Khái quát về quản lý chất lượng SP,DV	12	12	-	
2	Hệ thống quản lý chất lượng	8	7	-	1
3	Quản lý chất lượng dịch vụ du lịch	10	9	-	1
	<b>Cộng</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>2</b>

### 6. Điều kiện thực hiện môn học:

6.1. Phòng học Lý thuyết/Thực hành: Đáp ứng phòng học chuẩn

6.2. Trang thiết bị dạy học: Projeor, máy vi tính, bảng, phấn

6.3. Học liệu, dụng cụ, mô hình, phương tiện: Giáo trình, mô hình học tập,...

6.4. Các điều kiện khác: Người học tìm hiểu thực tế về công tác xây dựng phương án khắc phục và phòng ngừa rủi ro tại doanh nghiệp.

### 7. Nội dung và phương pháp đánh giá:

#### 7.1. Nội dung:

- Kiến thức: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

- Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:

+ Nghiên cứu bài trước khi đến lớp.

+ Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

+ Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

+ Nghiêm túc trong quá trình học tập.

#### 7.2. Phương pháp:

Người học được đánh giá tích lũy môn học như sau:

##### 7.2.1. Cách đánh giá

- Áp dụng quy chế đào tạo Cao đẳng Thương mại & Du lịch Thông tư số 04/2022/TT-LĐTĐ, ban hành ngày 30/3/2022 của Bộ trưởng Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội; Quy chế Tổ chức đào tạo trình độ trung cấp, cao đẳng theo phương thức tích lũy môn học, tín chỉ của Nhà trường ban hành kèm theo Quyết định số 246/QĐ-CĐTMDL ngày 01/6/2022 và hướng dẫn cụ thể theo từng môn học/Modun trong chương trình đào tạo.

- Hướng dẫn thực hiện quy chế đào tạo áp dụng tại Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch như sau:

Điểm đánh giá	Trọng số
+ Điểm kiểm tra thường xuyên (Hệ số 1)	40%
+ Điểm kiểm tra định kỳ (Hệ số 2)	
+ Điểm thi kết thúc môn học	60%

### 7.2.2. Phương pháp đánh giá

Phương pháp đánh giá	Phương pháp tổ chức	Hình thức kiểm tra	Thời điểm kiểm tra
Thường xuyên	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm	Sau 10 giờ.
Định kỳ	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm	Sau 14 giờ
Kết thúc môn học	Viết	Tự luận và trắc nghiệm	Sau 29 giờ

### 7.2.3. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc môn học được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

- Điểm môn học là tổng điểm của tất cả điểm đánh giá thành phần của môn học nhân với trọng số tương ứng. Điểm môn học theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định của Bộ Lao động Thương binh và Xã hội về đào tạo theo tín chỉ.

## 8. Hướng dẫn thực hiện môn học

8.1. Phạm vi, đối tượng áp dụng: Đối tượng trung cấp Quản lý và kinh doanh du lịch.

### 8.2. Phương pháp giảng dạy, học tập môn học

#### 8.2.1. Đối với người dạy

\* Lý thuyết: Áp dụng phương pháp dạy học tích cực bao gồm: thuyết trình ngắn, nêu vấn đề, hướng dẫn đọc tài liệu, bài tập tình huống, câu hỏi thảo luận....

\* Thảo luận: Phân chia nhóm nhỏ thảo luận theo nội dung đề ra.

\* Hướng dẫn tự học theo nhóm: Nhóm trưởng phân công các thành viên trong nhóm tìm hiểu, nghiên cứu theo yêu cầu nội dung trong bài học, cả nhóm thảo luận, trình bày nội dung, ghi chép và viết báo cáo nhóm.

#### 8.2.2. Đối với người học: Người học phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Nghiên cứu kỹ bài học tại nhà trước khi đến lớp. Các tài liệu tham khảo sẽ được cung cấp nguồn trước khi người học vào học môn học này (trang web, thư viện, tài liệu...)



- Tham dự tối thiểu 80% các buổi giảng lý thuyết. Nếu người học vắng >20% số tiết lý thuyết phải học lại môn học mới được tham dự kì thi lần sau.

- Tự học và thảo luận nhóm: là một phương pháp học tập kết hợp giữa làm việc theo nhóm và làm việc cá nhân. Một nhóm gồm 8-10 người học sẽ được cung cấp chủ đề thảo luận trước khi học lý thuyết, thực hành. Mỗi người học sẽ chịu trách nhiệm về 1 hoặc một số nội dung trong chủ đề mà nhóm đã phân công để phát triển và hoàn thiện tốt nhất toàn bộ chủ đề thảo luận của nhóm.

- Tham dự đủ các bài kiểm tra thường xuyên, định kỳ.

- Tham dự thi kết thúc môn học.

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

9. Tài liệu tham khảo:

- Đặng Minh Trang, *Quản lý chất lượng trong các doanh nghiệp*, NXB Giáo dục, 1999.

- Phạm Xuân Hậu, *Quản trị chất lượng dịch vụ khách sạn du lịch*, NXB Đại học quốc gia Hà nội, 2001.

- Geory R. Beilharz and Ross L. Chapman, *Quality Management in Service organizations*, Longman Business & Professional, 1994.

- Wiliem F.G Mastenbroek, *Managing for Quality in the Service sector*, Blackwell, 1991.

# **CHƯƠNG 1**

## **KHÁI QUÁT VỀ QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, DỊCH VỤ**

### **GIỚI THIỆU CHƯƠNG**

Chương 1 là chương giới thiệu về một số nội dung cơ bản như các khái niệm về chất lượng sản phẩm và quản lý chất lượng sản phẩm, dịch vụ; phân tích được các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm, dịch vụ để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo

### **MỤC TIÊU**

#### **1. Về kiến thức:**

- Trình bày được các khái niệm về chất lượng sản phẩm và quản lý chất lượng sản phẩm, dịch vụ
- Trình bày được khái niệm, đặc điểm, các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.
- Trình bày được khái niệm, đặc điểm dịch vụ, các yếu tố ảnh hưởng, các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ.
- Trình bày được khái niệm, nguyên tắc, chức năng của quản lý chất lượng

#### **2. Về kỹ năng:**

Vận dụng được các kiến thức vào thực tế công việc;

#### **3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:**

Thể hiện được năng lực học tập tự giác, tích cực, chủ động trong việc tiếp cận kiến thức môn học, có tinh thần trách nhiệm trong việc học nhằm vận dụng kiến thức, kỹ năng trong công tác sau này.

### **PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 1**

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận 1 (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 1) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 1 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

### **ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 1**

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- Các điều kiện khác: Không có

### **KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 1**

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: 1 điểm kiểm tra (hình thức: kiểm tra viết)

## NỘI DUNG

### 1. Sản phẩm

#### 1.1. Khái niệm sản phẩm

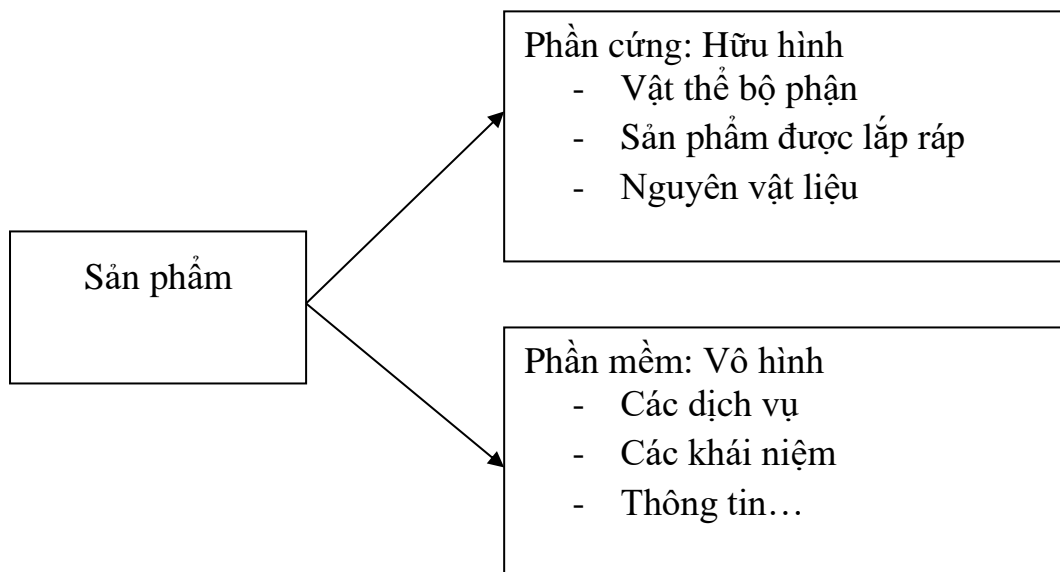
\* Khái niệm theo ISO 9000:2000

*Sản phẩm là kết quả của các hoạt động hay các quá trình.*

Như vậy, sản phẩm được tạo ra từ tất cả mọi hoạt động bao gồm: hoạt động sản xuất ra vật chất cụ thể và các dịch vụ.

\* Cấu trúc của một sản phẩm hoàn chỉnh:

Sản phẩm được hình thành từ các thuộc tính vật chất hữu hình và vô hình, tương ứng với 2 bộ phận cấu thành là phần cứng và phần mềm của sản phẩm.



#### 1.2. Các thuộc tính của sản phẩm

##### 1.2.1. Nhóm thuộc tính kỹ thuật:

Phản ánh công dụng, chức năng của sản phẩm được quy định bởi các chỉ tiêu kết cấu vật chất, thành phần cấu tạo và đặc tính về cơ, lý, hóa của sản phẩm.

##### 1.2.2. Thuộc tính tiện dùng

Phản ánh đòi hỏi về tính sẵn có, tính dễ vận chuyển, bảo quản, dễ sử dụng của sản phẩm và khả năng thay thế khi có những bộ phận bị hỏng.

### ***1.2.3. Thuộc tính kinh tế***

Đây là yếu tố quan trọng đối với những sản phẩm khi sử dụng có tiêu hao nhiên liệu, năng lượng. Tiết kiệm nguyên liệu, năng lượng trong sử dụng trở thành một trong những yếu tố phản ánh chất lượng và khả năng cạnh tranh của các sản phẩm trên thị trường.

### ***1.2.4. Thuộc tính thẩm mỹ***

Đặc trưng cho sự truyền cảm, sự hợp lý về hình thức, dáng vẻ, kết cấu, kích thước, sự hoàn thiện tính cân đối, màu sắc, trang trí, tính thời trang...

### ***1.2.5. Độ tin cậy***

Được coi là một trong những yếu tố quan trọng nhất phản ánh chất lượng của một sản phẩm và đảm bảo cho doanh nghiệp có khả năng duy trì và phát triển thị trường của mình.

### ***1.2.6. Tuổi thọ của sản phẩm***

Đây là yếu tố đặc trưng cho tính chất của sản phẩm giữ được khả năng làm việc bình thường theo đúng tiêu chuẩn thiết kế trong một thời gian nhất định trên cơ sở đảm bảo đúng yêu cầu về mục đích, điều kiện sử dụng và chế độ bảo dưỡng quy định.

### ***1.2.7. Độ an toàn***

Thuộc tính này đặc biệt quan trọng đối với những sản phẩm trực tiếp ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng như các thực phẩm ăn uống, thuốc chữa bệnh... Khi thiết kế sản phẩm luôn phải coi đây là thuộc tính cơ bản không thể thiếu được của mọi sản phẩm.

### ***1.2.8. Mức độ gây ô nhiễm***

Mức độ gây ô nhiễm được coi là một yêu cầu bắt buộc của các nhà sản xuất phải tuân thủ khi đưa sản phẩm của mình ra thị trường.

## **2. Chất lượng sản phẩm**

### **2.1. Khái niệm**

Theo tổ chức quốc tế về tiêu chuẩn hóa ISO 9000: ***Chất lượng là mức độ thỏa mãn của một tập hợp các thuộc tính đối với các yêu cầu.***

Yêu cầu có nghĩa là những nhu cầu hay mong đợi được nêu ra hay tiềm ẩn. Định nghĩa này thể hiện sự thống nhất giữa các thuộc tính nội tại khách quan của sản phẩm với đáp ứng nhu cầu chủ quan của khách hàng.

## **2.2. Các đặc điểm của chất lượng sản phẩm**

### ***2.2.1. Chất lượng chỉ được thể hiện và được đánh giá đầy đủ khi tiêu dùng***

Căn cứ vào khả năng thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng của sản phẩm mà quyết định chất lượng sản phẩm cao hay thấp. Sản phẩm khi đưa ra thị trường, trở thành hàng hóa phải thỏa mãn được khách hàng về cả hai mặt: giá trị sử dụng và giá trị.

### ***2.2.2. Chất lượng sản phẩm có tính tương đối biến đổi theo không gian, thời gian, theo sự phát triển của xã hội và theo sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật.***

Chất lượng sản phẩm không ở trạng thái cố định, mà thay đổi theo từng thời kỳ, phụ thuộc vào sự biến động của các yếu tố sản xuất của khoa học công nghệ và tiến bộ kỹ thuật và yêu cầu của từng thị trường.

### ***2.2.3. Chất lượng là vấn đề đặt ra với mọi trình độ sản xuất***

Tùy vào trình độ sản xuất mà mức độ chất lượng đặt ra có khác nhau. Loại chất lượng này phụ thuộc chặt chẽ vào tính chất đặc điểm và trình độ công nghệ, trình độ tổ chức quản lý, sản xuất của từng thời kỳ, từng doanh nghiệp. Do đó chất lượng không dành riêng cho trình độ sản xuất nào.

### ***2.2.4. Chất lượng sản phẩm được hình thành trong mọi hoạt động, mọi quá trình tạo ra sản phẩm***

Chất lượng phải được xem xét trong mối quan hệ chặt chẽ, thống nhất giữa các quá trình trước, trong và sau sản xuất: nghiên cứu thiết kế, chuẩn bị sản xuất, sản xuất và sử dụng sản phẩm.

Chất lượng phải được xem xét trong mối quan hệ chặt chẽ, thống nhất giữa các quá trình trước, trong và sau sản xuất: nghiên cứu thiết kế, chuẩn bị sản xuất, sản xuất và sử dụng sản phẩm.

## **2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm**

### **2.3.1. Các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài doanh nghiệp**

### ***a. Tình hình phát triển kinh tế thế giới***

+ Xu hướng toàn cầu hóa với sự tham gia hội nhập của doanh nghiệp vào nền kinh tế thế giới của mọi quốc gia.

+ Sự phát triển nhanh chóng của tiến bộ khoa học – công nghệ, đặc biệt là sự phát triển của công nghệ thông tin đã làm thay đổi nhiều tư duy cũ, đòi hỏi các doanh nghiệp phải có khả năng thích ứng.

+ Sự thay đổi nhanh chóng của những tiến bộ xã hội với vai trò của khách hàng ngày càng cao,

+ Cạnh tranh tăng lên gay gắt cùng với sự bão hòa của thị trường.

+ Vai trò của các lợi thế về năng suất chất lượng đang trở thành hàng đầu.

### ***b. Tình hình thị trường***

+ Xu hướng phát triển và hoàn thiện chất lượng sản phẩm phụ thuộc chủ yếu vào đặc điểm và xu hướng vận động của nhu cầu thị trường. Yêu cầu về mức chất lượng đạt được của sản phẩm phải phản ánh được đặc điểm và tính chất của nhu cầu.

+ Nhu cầu phụ thuộc vào tình trạng kinh tế, khả năng thanh toán, trình độ nhận thức, thói quen, truyền thống, phong tục tập quán, lối sống, mục đích sử dụng của khách hàng.

+ Xác định đúng nhu cầu, cấu trúc, đặc điểm và xu hướng vận động của nhu cầu là căn cứ đầu tiên, quan trọng nhất đến hướng phát triển chất lượng sản phẩm.

### ***c. Trình độ tiến bộ khoa học – công nghệ***

+ Tiến bộ khoa học – công nghệ tạo ra phương tiện điều tra, nghiên cứu khoa học chính xác hơn, xác định đúng nhu cầu và biến đổi nhu cầu nhờ trang bị những phương tiện đo lường, dự báo, thí nghiệm tốt và hiện đại.

+ Công nghệ, thiết bị mới ứng dụng trong sản xuất giúp nâng cao các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật của sản phẩm.

+ Nhờ tiến bộ khoa học – công nghệ làm xuất hiện các nguyên liệu mới, rẻ hơn nguồn nguyên liệu sẵn có.

+ Khoa học kỹ thuật phát triển hình thành phương pháp quản lý hiện đại góp phần nắm bắt nhanh và chính xác hơn nhu cầu khách hàng và giảm chi phí sản xuất từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng mức thỏa mãn khách hàng.

#### ***d. Cơ chế chính sách quản lý kinh tế của các quốc gia.***

+ Cơ chế quản lý kinh tế tạo môi trường thuận lợi cũng như sức ép tới việc nâng cao chất lượng sản phẩm. Như thông qua cơ chế khuyến khích cạnh tranh bắt buộc các doanh nghiệp phải chủ động sáng tạo và nâng cao chất lượng sản phẩm.

+ Cơ chế tạo môi trường lành mạnh, công bằng, đảm bảo quyền lợi cho các doanh nghiệp làm ăn chính đáng.

#### ***e. Các yếu tố về văn hóa xã hội***

+ Nhu cầu về văn hóa, đạo đức, xã hội và tập tục truyền thống, thói quen tiêu dùng có ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp đến chất lượng sản phẩm.

+ Chất lượng là toàn bộ những đặc tính thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng nhưng không phải tất cả mọi nhu cầu cá nhân đều được thỏa mãn. Những đặc tính chất lượng của sản phẩm chỉ thỏa mãn toàn bộ nhu cầu cá nhân nếu nó không ảnh hưởng tới lợi ích xã hội.

### **2.3.2. Các yếu tố bên trong doanh nghiệp**

#### ***a. Lực lượng lao động trong doanh nghiệp***

Con người là nhân tố trực tiếp tạo ra và quyết định đến chất lượng sản phẩm.

+ Chất lượng phụ thuộc vào trình độ chuyên môn, tay nghề, kinh nghiệm, ý thức trách nhiệm và tinh thần hiệp tác phối hợp giữa mọi thành viên và bộ phận trong doanh nghiệp.

+ Chất lượng phụ thuộc vào năng lực và tinh thần của đội ngũ lao động, những giá trị chính sách nhân sự đặt ra trong mỗi doanh nghiệp.

#### ***b. Trang thiết bị, công nghệ hiện có của doanh nghiệp***

- Mỗi doanh nghiệp tiến hành hoạt động trong những điều kiện xác định về công nghệ.

- Máy móc thiết bị và quy trình công nghệ ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng sản phẩm.



- Cơ cấu công nghệ, thiết bị, khả năng bố trí, phối hợp máy móc thiết bị, phương tiện sản xuất ảnh hưởng lớn đến chất lượng các hoạt động, chất lượng sản phẩm.
- Công nghệ lạc hậu khó có thể tạo ra sản phẩm chất lượng cao phù hợp với nhu cầu khách hàng.

### ***c. Nguyên vật liệu và hệ thống cung ứng nguyên vật liệu của doanh nghiệp***

- Nguyên vật liệu tham gia cấu thành sản phẩm và hình thành các thuộc tính chất lượng.
- Nguyên liệu khác nhau sẽ hình thành những đặc tính chất lượng khác nhau.
- Tính đồng nhất và tiêu chuẩn hoá của nguyên liệu là cơ sở quan trọng cho ổn định chất lượng sản phẩm
- Cần tổ chức tốt hệ thống cung ứng, đảm bảo nguyên liệu cho quá trình sản xuất.
- Đảm bảo chủng loại, chất lượng, số lượng và thời gian.

### ***d. Trình độ tổ chức quản lý của doanh nghiệp***

- Quản lý chất lượng dựa trên quan điểm lý thuyết hệ thống.
- Mức chất lượng đạt được phụ thuộc rất nhiều vào trình độ tổ chức quản lý của mỗi doanh nghiệp.
- Sự phối hợp, khai thác hợp lý các nguồn lực hiện có để tạo ra sản phẩm phụ thuộc vào nhận thức, sự hiểu biết về chất lượng và quản lý chất lượng.

## **3. Dịch vụ**

### **3.1. Khái niệm dịch vụ**

Theo ISO 8402: Dịch vụ là kết quả tạo ra do các hoạt động tiếp xúc giữa người cung ứng với khách hàng và các hoạt động nội bộ của nhà cung ứng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

### **3.2. Đặc điểm của dịch vụ**

#### ***3.2.1. Dịch vụ có tính vô hình (phi vật chất)***

Vô hình (phi vật chất): Không thể nhìn thấy, không nếm được, không nghe được, không cầm được dịch vụ trước khi tiêu dùng chúng

#### ***3.2.2. Dịch vụ không thể chia cắt được***

Quá trình sản xuất và tiêu thụ dịch vụ diễn ra đồng thời. Sản xuất dịch vụ không thể sản xuất sẵn để vào kho, sau đó mới tiêu thụ. Dịch vụ không thể tách rời khỏi nguồn gốc của nó.

### **3.2.3. Dịch vụ có tính chất không ổn định**

Chất lượng dịch vụ dao động trong một khoảng rất rộng, tùy thuộc vào hoàn cảnh tạo ra dịch vụ.

### **3.2.4. Không lưu giữ được dịch vụ**

- Dịch vụ không lưu giữ được, đó là lý do mà các công ty hàng không đưa vào điều khoản phạt trong trường hợp khách hàng huỷ bỏ chuyến bay.
- Dịch vụ có tính thời vụ?
- Có thể áp dụng biện pháp nào để tăng nhu cầu khách hàng?

## **4. Chất lượng dịch vụ**

### **4.1. Khái niệm**

Theo ISO 8402, chất lượng dịch vụ là “ Tập hợp các đặc tính của một đối tượng, tạo cho đối tượng đó khả năng thoả mãn các yêu cầu đã nêu ra hoặc tiềm ẩn.”

### **4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ**

- Khách hàng: Là người thụ hưởng chất lượng do người cung ứng đem lại và là người đặt ra yêu cầu cụ thể về chất lượng cho người cung ứng. Khách hàng sẽ thừa nhận hoặc không thừa nhận, sẽ hài lòng hoặc không hài lòng với chất lượng dịch vụ.

- Cơ sở vật chất, trang thiết bị: Bao gồm nhà xưởng, máy móc, thiết bị, địa điểm phục vụ của dịch vụ.

- Trình độ, năng lực, kỹ năng, thái độ làm việc của cán bộ và nhân viên phục vụ.

- Chất lượng của quá trình thực hiện và chuyển giao dịch vụ

- Môi trường hoạt động dịch vụ: bao gồm môi trường vĩ mô như luật, văn hóa, kinh tế... môi trường liên ngành: Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp và môi trường vi mô: Quản lý nội bộ doanh nghiệp.

### **4.3. Các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ**

- Trách nhiệm: Sẵn sàng giúp đỡ khách hàng và cung cấp dịch vụ nhanh chóng.
- Độ tin cậy: Khả năng thực hiện dịch vụ đã hứa hẹn một cách đáng tin cậy và chính xác.
- Sự đảm bảo: Kiến thức và tác phong của nhân viên phục vụ, cũng như khả năng gây lòng tin và sự tin nhiệm của họ.
- Tính hữu hình: Điều kiện vật chất, thiết bị và hình thức bên ngoài của nhân viên phục vụ
- Sự thấu cảm: Thể hiện sự quan tâm lưu ý cá nhân đối với từng khách hàng.

## **5. Quản lý chất lượng sản phẩm, dịch vụ**

### **5.1. Khái niệm:**

Theo ISO 9000:2000: “*Quản lý chất lượng là các hoạt động phối hợp với nhau để điều hành và kiểm soát một tổ chức về mặt chất lượng*”.

### **5.2. Các nguyên tắc trong QLCL**

#### **5.2.1. Chất lượng định hướng bởi khách hàng**

- Trong cơ chế thị trường, khách hàng là người chấp nhận và tiêu thụ sản phẩm. Khách hàng đề ra các yêu cầu về sản phẩm, chất lượng và giá cả sản phẩm.
- Chất lượng phải hướng tới khách hàng, nhằm đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng.
- Các hoạt động điều tra nghiên cứu thị trường, nhu cầu khách hàng, xây dựng và thực hiện chính sách chất lượng, thiết kế sản phẩm, sản xuất kiểm tra, dịch vụ sau bán đều lấy việc phục vụ, đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng làm mục tiêu.

#### **5.2.2. Coi trọng con người**

- Con người giữ vị trí quan trọng hàng đầu trong quá trình hình thành, đảm bảo, nâng cao chất lượng sản phẩm.
- Hoạt động chất lượng của doanh nghiệp sẽ không có kết quả và hiệu quả nếu không có sự liên kết triết để của lãnh đạo với cán bộ, công nhân viên của doanh nghiệp.
- Công nhân là người trực tiếp thực hiện các yêu cầu về đảm bảo và nâng cao chất lượng. Họ được trao quyền, có trách nhiệm thực hiện các yêu cầu về đảm bảo,

cải tiến chất lượng và chủ động sáng tạo đề xuất các kiến nghị về đảm bảo và nâng cao chất lượng.

### **5.2.3. QLCL phải được thực hiện toàn diện và đồng bộ**

- Chất lượng sản phẩm là kết quả tổng hợp của các lĩnh vực kinh tế, tổ chức, kỹ thuật, xã hội... liên quan đến các hoạt động như nghiên cứu thị trường, thiết kế, chế tạo, kiểm tra, dịch vụ sau bán...

- Phải đảm bảo tính toàn diện và đồng bộ trong các mặt hoạt động liên quan đến việc đảm bảo và cải tiến chất lượng.

### **5.2.4. QLCL phải được thực hiện đồng thời với các yêu cầu đảm bảo và cải tiến chất lượng**

- Đảm bảo chất lượng bao hàm việc duy trì và cải tiến để đáp ứng nhu cầu khách hàng.

- Cải tiến chất lượng bao hàm việc đảm bảo chất lượng và nâng cao hiệu quả, hiệu suất của chất lượng nhằm thỏa mãn tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Như vậy đảm bảo và cải tiến chất lượng là sự phát triển liên tục, không ngừng của công tác quản lý chất lượng.

### **5.2.5. Quản lý theo quá trình**

- Quản trị theo quá trình: quản lý chất lượng ở mọi khâu liên quan đến tới việc hình thành chất lượng đó là các khâu từ nghiên cứu nhu cầu khách hàng, thiết kế sản xuất, dịch vụ sau bán hàng.

- Quản trị theo mục tiêu tài chính: Doanh nghiệp chú trọng tới lợi nhuận, kiểm tra chất lượng ở khâu cuối cùng.

- Để ngăn chặn kịp thời các nguyên nhân gây ra chất lượng kém, giảm chi phí kiểm tra và sai sót trong khâu kiểm tra cần quản lý chất lượng theo quá trình.

### **5.2.6. Nguyên tắc kiểm tra**

- Kiểm tra là khâu rất quan trọng trong quản lý, không kiểm tra sẽ không biết công việc được tiến hành đến đâu, kết quả ra sao.

- Kiểm tra nhằm hạn chế và ngăn ngừa những sai sót, tìm biện pháp khắc phục khâu yếu, phát huy thế mạnh để đảm bảo và nâng cao chất lượng sản phẩm.

### **5.3. Các chức năng cơ bản của quản lý chất lượng**

#### **5.3.1. Chức năng hoạch định**

- Đặc điểm: Hoạch định chất lượng là một hoạt động xác định mục tiêu và các phương tiện, nguồn lực và biện pháp nhằm thực hiện mục tiêu chất lượng sản phẩm.

- Nhiệm vụ:

+ Nghiên cứu thị trường để xác định yêu cầu của khách hàng về sản phẩm hàng hóa dịch vụ và thiết kế sản phẩm dịch vụ.

+ Xác định mục tiêu sản phẩm cần đạt được và chính sách chất lượng của doanh nghiệp.

+ Chuyển giao các kết quả hoạch định cho các bộ phận tác nghiệp.

- Tác dụng:

+ Định hướng phát triển chất lượng cho toàn công ty

+ Tạo điều kiện để nâng cao khả năng cạnh tranh, giúp DN chủ động thâm nhập và mở rộng thị trường.

+ Khai thác và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực và tiềm năng trong dài hạn, góp phần làm giảm chi phí chất lượng

#### **5.3.2. Chức năng tổ chức thực hiện**

- Đặc điểm: Tổ chức hệ thống quản lý chất lượng. Mỗi doanh nghiệp phải lựa chọn cho mình hệ thống quản lý chất lượng phù hợp: TQM, ISO 9000, HACCP, GMP, Q-Base, giải thưởng chất lượng Việt Nam...

- Nhiệm vụ:

+ Làm cho người thực hiện kế hoạch biết rõ mục tiêu, sự cần thiết và nội dung công việc mình phải làm.

+ Tổ chức các chương trình đào tạo và giáo dục cần thiết.

+ Cung cấp nguồn lực mọi lúc, mọi nơi.

#### **5.3.3. Chức năng kiểm tra, kiểm soát**

- Đặc điểm: Kiểm tra, kiểm soát chất lượng là quá trình điều khiển, đánh giá các hoạt động tác nghiệp thông qua những kỹ thuật, phương tiện, phương pháp và hoạt động nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm theo đúng yêu cầu đã đặt ra.

- Nhiệm vụ:

- + Tổ chức các hoạt động nhằm tạo ra sản phẩm có chất lượng như yêu cầu.
- + Đánh giá việc thực hiện chất lượng trong thực tế của doanh nghiệp.
- + So sánh chất lượng thực tế với kế hoạch để phát hiện những sai lệch.
- + Tiến hành các hoạt động nhằm khắc phục những sai lệch.

- Lưu ý:

Khi kiểm tra, kiểm soát các kết quả thực hiện kế hoạch cần đánh giá độc lập các vấn đề:

- + *Liệu kế hoạch có được tuân theo một cách trung thành hay không?*
- + *Liệu bản thân kế hoạch đã đủ chưa?*

Nếu mục tiêu không đạt được có nghĩa là một trong hai hoặc cả hai vấn đề trên chưa được giải quyết.

#### **5.3.4. Chức năng kích thích**

- Đặc điểm: Kích thích việc đảm bảo và nâng cao chất lượng được thực hiện thông qua áp dụng chế độ thưởng phạt về chất lượng đối với người lao động và áp dụng giải thưởng quốc gia về đảm bảo và nâng cao chất lượng đối với các doanh nghiệp.

#### **5.3.5. Chức năng điều chỉnh, điều hoà phối hợp**

- Đặc điểm: Hoạt động điều chỉnh, điều hoà, phối hợp đối với quản lý chất lượng được hiểu rõ ở nhiệm vụ cải tiến và hoàn thiện chất lượng.

- Nhiệm vụ:

- + Cải tiến và hoàn thiện chất lượng được tiến hành theo các hướng:

Phát triển sản phẩm mới, đa dạng hoá sản phẩm.

Đổi mới công nghệ.

Thay đổi và hoàn thiện quá trình nhằm giảm khuyết tật.

+ Khi tiến hành các hoạt động điều chỉnh cần phân biệt rõ ràng giữa việc loại trừ hậu quả và loại trừ nguyên nhân của hậu quả.

Sửa lại những phế phẩm và phát hiện những nhầm lẫn trong quá trình sản xuất là hoạt động xoá bỏ hậu quả

Cần tìm nguyên nhân gây ra khuyết tật và có biện pháp khắc phục ngay từ đầu.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 1**

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Khái niệm và các thuộc tính của sản phẩm
- Khái niệm, đặc điểm và các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm
- Khái niệm, đặc điểm dịch vụ; các yếu tố ảnh hưởng, các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ.
- Khái niệm, nguyên tắc, chức năng của quản lý chất lượng

## **CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 1**

- Trình bày được các khái niệm về chất lượng sản phẩm và quản lý chất lượng sản phẩm, dịch vụ
- Trình bày được khái niệm, đặc điểm, các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.
- Trình bày được khái niệm, đặc điểm dịch vụ, các yếu tố ảnh hưởng, các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ.
- Trình bày được khái niệm, nguyên tắc, chức năng của quản lý chất lượng

## CHƯƠNG 2

# HỆ THỐNG QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG

### GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Chương 2 là chương giới khái niệm, chức năng, vai trò của hệ thống quản lý chất lượng, nội dung, nguyên tắc, vai trò ISO 9000, TQM, hệ thống quản lý nhà nước, doanh nghiệp về chất lượng sản phẩm và dịch vụ để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

### MỤC TIÊU

#### 1. Về kiến thức:

Nắm vững các vấn đề cơ bản sau: khái niệm, chức năng, vai trò của hệ thống quản lý chất lượng, nội dung, nguyên tắc, vai trò ISO 9000, TQM, hệ thống quản lý nhà nước, doanh nghiệp về chất lượng sản phẩm và dịch vụ

#### 2. Về kỹ năng:

Vận dụng được các kiến thức vào thực tế công việc;

#### 3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

Thể hiện được năng lực học tập tự giác, tích cực, chủ động trong việc tiếp cận kiến thức môn học, có tinh thần trách nhiệm trong việc học nhằm vận dụng kiến thức, kỹ năng trong công tác sau này.

### PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 2

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 2) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 2 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

### ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 2

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không

- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác

- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

### KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 2

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức



- + Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.
- + Năng lực tự chủ và trách nhiệm:
  - Trong quá trình học tập, người học cần:
  - Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
  - Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
  - Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
  - Nghiêm túc trong quá trình học tập.
- Phương pháp:
- + Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)
- + Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có

## **NỘI DUNG**

### **1. Khái quát về hệ thống chất lượng**

#### **1.1. Khái niệm về hệ thống quản lý chất lượng**

**Theo ISO 9000:2000:** “ Hệ thống quản lý chất lượng là hệ thống quản lý để chỉ đạo và quản lý một tổ chức vì mục tiêu chất lượng.”

Hệ thống quản lý chất lượng bao gồm nhiều bộ phận hợp thành và giữa các bộ phận hợp thành đó có quan hệ mật thiết hữu cơ với nhau.

#### **1.2. Chức năng của hệ thống QLCL**

- Thiết kế và phát triển hệ thống quản lý chất lượng
- Thực hiện hệ thống quản lý chất lượng
- Thẩm định hệ thống quản lý chất lượng
- Duy trì hệ thống quản lý chất lượng

#### **1.3. Vai trò của hệ thống QLCL**

- Hệ thống quản lý chất lượng là một bộ phận hợp thành quan trọng của hệ thống quản trị kinh doanh.

- Tác động qua lại với các hệ thống khác trong hệ thống quản trị như hệ thống quản trị marketing, quản trị công nghệ, quản trị tài chính, quản trị nhân sự.

- Bảo đảm sản phẩm và dịch vụ thoả mãn các yêu cầu của khách hàng.

- Duy trì các tiêu chuẩn mà công ty đạt được một cách thành công.

- Cải tiến tiêu chuẩn trong những lĩnh vực cần thiết

- Kết hợp hài hoà các chính sách và sự thực hiện của các bộ phận phòng (ban).

- Cải tiến hiệu quả

- Tạo sự ổn định và giảm thiểu sự biến động.

- Loại bỏ sự phức tạp và giảm thời gian xử lý.

- Tập trung quan tâm đến chất lượng.

- Đảm bảo sản phẩm và dịch vụ được phân phối đúng lúc.

- Giảm chi phí hoạt động.

### **2. Hệ thống quản lý chất lượng ISO 9000**

#### **2.1. Nội dung**

ISO 9000 là bộ tiêu chuẩn do Tổ chức quốc tế về Tiêu chuẩn hoá (ISO) ban hành nhằm đưa ra các chuẩn mực cho hệ thống quản lý chất lượng và có thể áp dụng rộng rãi trong các lĩnh vực sản xuất, kinh doanh và dịch vụ.

ISO 9000 đề cập đến các lĩnh vực chủ yếu trong quản lý chất lượng: chính sách và chỉ đạo về chất lượng, nghiên cứu thị trường, thiết kế và triển khai sản phẩm, cung ứng, kiểm soát quá trình, bao gói, phân phối, dịch vụ sau khi bán, xem xét đánh giá nội bộ, kiểm soát tài liệu, đào tạo,...

ISO 9000 là tập hợp các kinh nghiệm quản lý chất lượng tốt nhất đã được thực thi ở nhiều quốc gia và khu vực, đồng thời được chấp nhận thành tiêu chuẩn quốc gia của nhiều nước.

## **2.2. Nguyên tắc quản lý chất lượng theo ISO 9000**

- Nguyên tắc 1: Định hướng vào khách hàng: Chất lượng là sự thỏa mãn khách hàng vì vậy quản lý chất lượng không nhằm đáp ứng mục tiêu đó.
- Nguyên tắc 2: Vai trò lãnh đạo: Lãnh đạo công ty thống nhất mục đích, định hướng vào môi trường nội bộ của công ty, huy động toàn bộ nguồn lực để đạt được mục tiêu của công ty.
- Nguyên tắc 3: Sự tham gia của mọi người: Con người là yếu tố quan trọng nhất cho sự phát triển. Việc huy động con người một cách đầy đủ sẽ tạo cho họ kiến thức và kinh nghiệm thực hiện công việc, đóng góp cho sự phát triển công ty.
- Nguyên tắc 4: Phương pháp quá trình: Quá trình là một hoạt động hoặc một tập hợp các hoạt động sử dụng các nguồn lực để biến các đầu vào thành các đầu ra.
- Nguyên tắc 5: Quản lý theo phương pháp hệ thống: Việc quản lý một cách có hệ thống sẽ làm tăng hiệu quả và hiệu lực của công ty.
- Nguyên tắc 6: Cải tiến liên tục: Là mục tiêu của mọi công ty. Tổ chức phải thường xuyên nâng cao tính hiệu lực và hiệu quả củ hệ thống quản lý chất lượng thông qua việc sử dụng chính sách chất lượng.
- Nguyên tắc 7: Quyết định dựa trên thực tế: Các quyết định và hành động có hiệu lực dựa trên sự phân tích dữ liệu và thông tin.

- Nguyên tắc 8: Quan hệ cùng có lợi với bên cung cấp: Thiết lập mối quan hệ cùng có lợi với bên cung ứng và sẽ nâng cao khả năng tạo ra giá trị của cả hai bên.

### **2.3. Vai trò của bộ tiêu chuẩn ISO 9000**

#### **\* Lợi ích về mặt quản lý**

- Giúp Lãnh đạo quản lý hoạt động của Tổ chức khoa học và hiệu quả.
  - Giảm các công việc không có người phụ trách.
  - Tạo được mối quan hệ chặt chẽ giữa Lãnh đạo và nhân viên.
  - Mọi việc đều được kiểm soát, không bỏ sót, trách nhiệm rõ ràng.
  - Chuẩn hóa công việc, làm việc có kế hoạch và mục tiêu.
  - Giúp cải tiến liên tục hệ thống quản lý và chất lượng sản phẩm.
  - Giúp Tổ chức quản lý hiệu quả nguồn nhân lực.
  - - Tạo lập khung pháp lý cho các hoạt động của tổ chức.
  - Nâng cao chất lượng công việc.
  - Thuận lợi cho việc đào tạo nhân viên mới, tiết kiệm thời gian và công sức của cán bộ quản lý.
  - Nâng cao tinh thần nhân viên nhờ sự hiểu rõ đóng góp với mục tiêu chất lượng, đào tạo thích hợp, trao đổi thông tin hiệu quả.
  - Cung cấp cách nhận biết, giải quyết các sai sót và ngăn ngừa sự tái diễn. π
- Lợi ích về kinh tế - Cải thiện hiệu quả kinh doanh, tăng lợi nhuận nhờ sử dụng hợp lý các nguồn lực.
- - Giảm thiểu và loại trừ các chi phí phát sinh sau kiểm tra, chi phí bảo hành và làm lại.
  - Giảm được chi phí kiểm tra cho cả công ty và khách hàng.
  - Giảm chi phí nhờ các quá trình được hoạch định tốt và thực hiện có hiệu quả.

#### **\* Lợi ích về thị trường**

- Củng cố và phát triển thị phần.
- Giành ưu thế trong cạnh tranh và chiếm lĩnh thị trường.

- Thuận lợi trong việc thâm nhập thị trường quốc tế và khu vực: Đáp ứng yêu cầu quá trình hội nhập quốc tế, vượt qua rào cản kỹ thuật trong thương mại xuất nhập khẩu.

Khẳng định uy tín về chất lượng sản phẩm.

- Đáp ứng đòi hỏi của Ngành và Nhà nước về quản lý chất lượng.
- Tăng lượng hàng hoá/dịch vụ bán ra nhờ nâng cao khả năng thoả mãn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.
- Nâng cao hình ảnh của Tổ chức.
- Tạo lập uy tín với các bên đối tác và duy trì sự gắn bó của khách hàng.

### **3. Hệ thống quản lý chất lượng TQM**

#### **3.1. Khái niệm**

*ISO 8402:1994: “Quản lý chất lượng toàn diện – TQM là cách quản lý một tổ chức tập trung vào chất lượng, dựa trên sự tham gia của tất cả các thành viên nhằm đạt được sự thành công lâu dài nhờ việc thoả mãn khách hàng và đem lại lợi ích cho các thành viên của tổ chức đó và cho xã hội”.*

Như vậy, TQM là hoạt động mang tính khoa học, hệ thống, được thực hiện trong toàn bộ tổ chức, đòi hỏi sự tham gia của tất cả các thành viên, các bộ phận từ thiết kế, sản xuất đến tiêu dùng,... Nó dựa vào sự phát triển, phân tích, truy tìm nguồn gốc của những nguyên nhân gây ra sai sót trong toàn bộ quá trình hoạt động của tổ chức, để rồi từ đó đề ra các giải pháp nhằm đảm bảo, cải tiến chất lượng.

#### **3.2. Mục tiêu của TQM**

Mục tiêu của TQM là cải tiến chất lượng sản phẩm dịch vụ và nâng cao sự thoả mãn khách hàng ở mức tốt nhất. Đặc điểm nổi bật của TQM so với các phương pháp quản lý chất lượng trước đây là cung cấp một hệ thống toàn diện cho công tác quản lý và cải tiến mọi khía cạnh có liên quan đến chất lượng và huy động sự tham gia của mọi bộ phận và mọi cá nhân để đạt mục tiêu chất lượng đã đề ra.

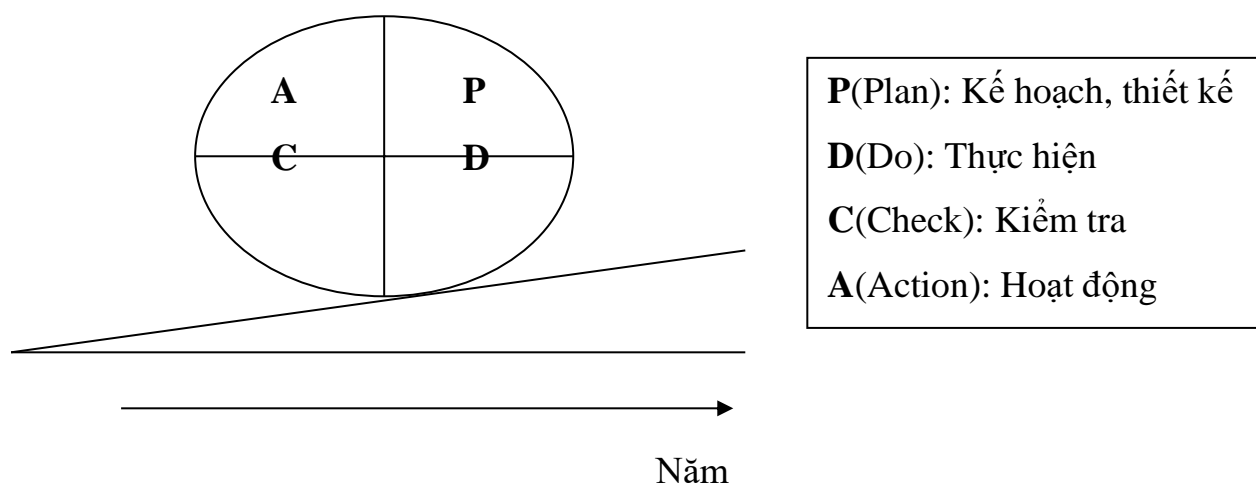
#### **3.3. Các nguyên tắc của TQM**

+ Thoả mãn mọi yêu cầu của khách hàng:

Khách hàng theo quan điểm của TQM bao gồm khách hàng nội bộ của mình và khách hàng ngoài doanh nghiệp. Thoả mãn yêu cầu của khách hàng là phải đảm bảo thích ứng về 3 mặt: Giá, hiệu năng và thời điểm cung ứng.

+ Liên tục cải tiến chất lượng bằng cách áp dụng vòng tròn Deming

Bằng cách áp dụng vòng tròn chất lượng của Deming



+Hoạch định chất lượng (P):

- Xác lập những mục tiêu chất lượng tổng quát và chính sách chất lượng
- Xác định khách hàng
- Xác định nhu cầu và đặc điểm nhu cầu khách hàng
- Phát triển quá trình có khả năng tạo ra những đặc điểm của sản phẩm
- Chuyển giao các kết quả hoạch định cho các bộ phận tác nghiệp

+Tổ chức thực hiện (D)

- Đảm bảo mọi người có trách nhiệm thực hiện các kế hoạch, nhận thức một các đầy đủ mục tiêu và sự cần thiết của chúng.
- Giải thích cho mọi người biết chính xác những nhiệm vụ kế hoạch chất lượng cần thiết phải thực hiện.
- Tổ chức những chương trình đào tạo và giáo dục, cung cấp những kiến thức, kinh nghiệm cần thiết đối với thực hiện kế hoạch
- Cung cấp đầy đủ các nguồn lực ở những nơi và lúc cần thiết, kể cả những phương tiện kỹ thuật dùng để kiểm soát.

#### +Kiểm tra (C)

- Đánh giá tình hình thực hiện chất lượng và xác định mức độ đạt được trong thực tế của doanh nghiệp.
- So sánh chất lượng thực tế với kế hoạch để phát hiện các sai lệch và đánh giá các sai lệch đó trên các phương diện kinh tế kỹ thuật và xã hội.
- Phân tích các thông tin về chất lượng làm cơ sở cho cải tiến và khuyến khích cải tiến chất lượng.
- Tiến hành các hoạt động cần thiết nhằm khắc phục những sai lệch, đảm bảo thực hiện đúng các yêu cầu ban đầu hoặc thay đổi dự kiến:
  - Mức độ tuân thủ nghiêm túc kế hoạch đã đặt ra.
  - Tính chính xác, đầy đủ và khả năng khả thi của bản thân các kế hoạch.

#### +Hoạt động điều chỉnh và cải tiến (A)

- Điều chỉnh:
  - Xác định những đòi hỏi cụ thể về cải tiến chất lượng từ đó xây dựng các dự án cải tiến chất lượng;
  - Cung cấp các nguồn lực cần thiết như: Tài chính, kỹ thuật, lao động;
  - Động viên, đào tạo và khuyến khích quá trình thực hiện dự án cải tiến chất lượng.
- Cải tiến:
  - Thay đổi quá trình nhằm làm giảm khuyết tật.
  - Thực hiện công nghệ mới.
  - Phát triển sản phẩm mới, đa dạng hóa sản phẩm.

## **4. Hệ thống quản lý nhà nước và quản lý của DN về chất lượng SP và dịch vụ**

### **4.1. Hệ thống quản lý nhà nước về chất lượng sản phẩm và dịch vụ**

-> Mỗi quốc gia có một cách thức khác nhau trong việc đẩy mạnh hoạt động quản lý chất lượng tùy theo mức độ quản lý của Chính phủ Trung ương đối với các doanh

nghiệp. Nhìn chung, trong nền kinh tế thị trường, Chính phủ đóng vai trò hỗ trợ cho các hoạt động quản lý chất lượng độc lập tại các doanh nghiệp. Trong xu thế cạnh tranh toàn cầu ngày càng gay gắt, sự tham gia của nhà nước vào quản lý chất lượng trong các doanh nghiệp tư nhân càng tăng. Kinh nghiệm thực tiễn trên thế giới đã cho thấy, ở nước nào mà nhà nước quan tâm đầy đủ và đúng mức tới công tác này thì nền kinh tế phát triển nhanh và vững chắc, nền ngoại thương nước đó phát triển mạnh, năng lực cạnh tranh cao, năng suất lao động tăng và đời sống nhân dân ổn định.

-> Chính phủ hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân và quản lý chất lượng của họ theo nhiều cách. Ở Nhật Bản, Bộ Công Thương(MITI) đóng vai trò chủ chốt trong việc thúc đẩy và triển khai hoạt động quản lý chất lượng toàn diện trong các doanh nghiệp công nghiệp. Các nhân viên chính phủ được đào tạo kỹ càng về quản lý chất lượng và được các nhà thực hành quản lý chất lượng tại các doanh nghiệp coi trọng. Chính phủ đã có những tác động mạnh thông qua việc ban hành tiêu chuẩn bắt buộc và đầu hợp chuẩn cho các lĩnh vực công nghiệp xuất khẩu nhạy cảm. Các tiêu chuẩn này đòi hỏi các phương pháp kiểm soát chất lượng trong quá trình và chịu sự kiểm tra của nhà nước. Tuy nhiên, trong nền kinh tế thị trường, chính phủ không can thiệp quá sâu vào hoạt động quản lý chất lượng của doanh nghiệp mà chỉ thông qua các chính sách. Những biện pháp cụ thể, nếu có, cũng chỉ bắt buộc đối với các hợp đồng của các cơ quan nhà nước và đối với các chính sách quản lý tài chính và quản lý công cộng.

-> Ở Mỹ và Canada, cũng như tại nhiều quốc gia, luật bảo vệ người tiêu dùng rất coi trọng đảm bảo chất lượng. Đây là một cách thức truyền thống của đảm bảo chất lượng do chính phủ áp đặt và phù hợp với lợi ích công cộng. Trong những lĩnh vực không có tính bắt buộc, chính phủ có vai trò hỗ trợ. Chính phủ thúc đẩy quản lý chất lượng chủ yếu qua các giải thưởng, các chiến dịch vận động mang tính quốc gia, các chương trình hỗ trợ về tài chính, công tác đào tạo, thiết lập tiêu chuẩn và cung ứng cho các cơ quan nhà nước. Trong các hoạt động này có sự tương tác giữa chính phủ, các doanh nghiệp, trường đại học, các tổ chức nghiên cứu và cơ quan công ích. Các



lễ trao giải thưởng chất lượng được các chính phủ sử dụng để trình bày chính sách của chính phủ và những thành tựu đạt được. Giải thưởng Malcolm Baldrige đã được chính tay tổng thống Mỹ trao tặng cho doanh nghiệp hàng năm. Điều này làm tăng uy tín của giải thưởng và tạo tiếng vang lớn.

-> Tại nhiều quốc gia, chính phủ đã hỗ trợ về tài chính cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Năm 1982 Bộ Thương mại Anh đã trình nghị viện một “Điệp văn trắng” với nhan đề “tiêu chuẩn chất lượng và cạnh tranh quốc tế”. Trong văn điệp chính phủ yêu cầu phải có sự cộng tác đối với các cơ sở có quan tâm những tín dụng thích hợp trong lĩnh vực này để đẩy mạnh cuộc vận động nhận chức về chất lượng, trong đó nhấn mạnh hoạt động đào tạo và huấn luyện. Chính phủ đã đăng ký và công bố các doanh nghiệp phù hợp với tiêu chuẩn về hệ thống chất lượng đã ban hành vào thời điểm đó. Năm 1984, Trung tâm thông tin chất lượng quốc gia được thành lập là kết quả của cuộc vận động chất lượng quốc gia và việc đảm bảo chất lượng điều hành. Trung tâm này công bố hàng năm một bản danh mục các lớp huấn luyện và đào tạo đảm bảo chất lượng.

-> Một ví dụ khác về sự hỗ trợ của chính phủ đối với quản lý chất lượng và hoạt động của Bộ Công nghiệp Đan Mạch. Năm 1987, Bộ đã tuyên bố lĩnh vực quản lý chất lượng là một “khu vực sáng kiến” với mục tiêu là tăng cường khả năng cạnh tranh của các công ty Đan Mạch. Kế hoạch hành động bao gồm :

-> Tổ chức một cuộc vận động để thu hút sự quan tâm.

#### **4.2. Hệ thống quản lý của doanh nghiệp về chất lượng SP và dịch vụ**

- DN là nơi tạo ra chất lượng, nơi đảm bảo và nâng cao chất lượng. Các bộ phận của hệ thống quản lý chất lượng của doanh nghiệp bao gồm:

- + Tổ chức của DN (ban lãnh đạo, các bộ phận hợp thành)
- + Các chính sách chất lượng (các nguyên tắc, các biện pháp)
- + Các đầu vào của hệ thống.

-Đảm bảo và nâng cao chất lượng là mục tiêu hàng đầu có tầm chiến lược của DN

-DN có các chức năng chủ yếu về quản lý chất lượng như:

- + Lãnh đạo, hướng dẫn, kiểm tra

+ Lập mục tiêu kế hoạch và nhiệm vụ chất lượng

## **CÂU HỎI ÔN TẬP**

Câu 1. Trình bày khái niệm, chức năng và vai trò của hệ thống quản lý chất lượng.

Câu 2. Trình bày nội dung, nguyên tắc và vai trò ISO 9000

Câu 3. Trình bày khái niệm, mục tiêu và các nguyên tắc TQM

Câu 4. Trình bày hệ thống quản lý nhà nước về chất lượng sản phẩm và dịch vụ

Câu 5: Trình bày hệ thống quản của doanh nghiệp về chất lượng sản phẩm và dịch vụ

## **CHƯƠNG 3**

### **QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH**

#### **GIỚI THIỆU CHƯƠNG**

Chương 3 là chương giới thiệu các nội dung về đặc điểm, các phương pháp quản lý chất lượng dịch vụ du lịch; Đo lường chất lượng dịch vụ du lịch; Thiết lập được các biện pháp nhằm hạn chế các lỗi hỏng trong quá trình cung cấp dịch vụ cho khách hàng tại 1 cơ sở cung ứng dịch vụ du lịch cụ thể để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

#### **MỤC TIÊU**

##### 1. Về kiến thức:

Nắm vững các vấn đề cơ bản: Đặc điểm, các phương pháp quản lý chất lượng dịch vụ du lịch; Đo lường chất lượng dịch vụ du lịch; quản lý lỗi hỏng quản lý chất lượng dịch vụ du lịch.

##### 2. Về kỹ năng:

Vận dụng được các kiến thức vào thực tế công việc;

##### 3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

Thể hiện được năng lực học tập tự giác, tích cực, chủ động trong việc tiếp cận kiến thức môn học, có tinh thần trách nhiệm trong việc học nhằm vận dụng kiến thức, kỹ năng trong công tác sau này.

#### **PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 3**

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 3) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 3 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

#### **ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 3**

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- Các điều kiện khác: Không có

#### **KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 3**

- Nội dung:
  - + Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có

## **NỘI DUNG:**

### **1. Các đặc điểm cơ bản quản lý chất lượng dịch vụ du lịch**

#### **1.1. Đảm bảo đồng bộ với các chính sách của doanh nghiệp**

Chính sách chất lượng đề ra nhằm đảm bảo rằng mọi sản phẩm du lịch đưa ra phục vụ du khách đều đạt chất lượng cao nhất. Doanh nghiệp du lịch không thể giải quyết bài toán chất lượng theo từng yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ du lịch một cách riêng lẻ mà phải xem xét toàn bộ các yếu tố tác động đến chất lượng một cách hệ thống và đồng bộ, phối hợp hài hoà các yếu tố này, phối hợp toàn bộ nguồn lực để phục vụ mục tiêu chung của doanh nghiệp du lịch.

#### **1.2. Phù hợp với mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp**

Chất lượng dịch vụ luôn được xem là một yếu tố tạo nên sự thành công của doanh nghiệp du lịch. Một doanh nghiệp du lịch có thể có công nghệ hiện đại, cơ sở hạ tầng vững chãi nhưng nếu thiếu chất lượng dịch vụ ko tốt thì doanh nghiệp đó khó có thể tồn tại lâu dài và tạo dựng được lợi thế cạnh tranh. Do vậy, doanh nghiệp du lịch cần xem xét chính sách chất lượng mà doanh nghiệp thực hiện hàng năm để điều chỉnh hoạt động duy trì chất lượng dịch vụ sao cho có thể mang lại hiệu quả cao nhất. Thiết lập được chính sách chất lượng, mục tiêu chất lượng phù hợp với mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp du lịch.

#### **1.3. Thỏa mãn và định hướng nhu cầu của du khách**

Ngày nay, du khách có nhiều quyền hơn trong việc lựa chọn sản phẩm dịch vụ du lịch mà họ muốn mua. Sự lựa chọn của họ căn cứ vào nhận thức của chính họ về chất lượng và giá trị của sản phẩm dịch vụ du lịch. Các doanh nghiệp cung cấp sản phẩm dịch vụ du lịch cần nắm được những yếu tố quyết định giá trị và sự thỏa mãn du khách. Giá trị dành cho du khách là sự chênh lệch giữa tổng giá trị du khách nhận được so với tổng chi phí mà du khách phải bỏ ra để nhận được sản phẩm dịch vụ du lịch. Du khách thường chọn những sản phẩm dịch vụ du lịch nào thỏa mãn tốt nhất (phù hợp nhất) nhu cầu và mong muốn của họ.

Doanh nghiệp du lịch luôn luôn thực hiện phương châm “lấy thị trường làm trung tâm và định hướng theo nhu cầu của du khách - khách hàng là chìa khóa để tạo khả

năng sinh ra lợi nhuận và phát triển bền vững của doanh nghiệp du lịch”. Điều này đồng nghĩa với việc khẳng định “Mấu chốt để đạt được mục tiêu của doanh nghiệp du lịch là đảm bảo mức độ thỏa mãn nhu cầu của du khách bằng việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao trên thị trường”.

Để có thể thực hiện phương châm trên doanh nghiệp du lịch phải quan tâm chặt chẽ đến chất lượng sản phẩm và chất lượng dịch vụ du lịch nhằm đáp ứng yêu cầu và mong đợi của du khách.

Những quan điểm kinh doanh dưới đây phải được các nhân viên của doanh nghiệp hiểu rõ, thấm nhuần và tuyệt đối tuân thủ theo:

- Không bán hàng kém chất lượng, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ...
- Luôn cung cấp cho các khách hàng những sản phẩm tốt đi kèm với những chế độ dịch vụ hoàn hảo nhất.
- Luôn đặt chữ tín lên hàng đầu, luôn luôn giữ lời hứa với khách hàng.
- Luôn đặt mình vào địa vị của khách hàng để có những quyết định, xử sự phải lễ nhất...
- Luôn làm hài lòng mọi khách hàng với quan điểm: "Khách hàng luôn luôn đúng".

Sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp du lịch được thể hiện thông qua sự đáp ứng thỏa mãn những yêu cầu của du khách đối với những sản phẩm dịch vụ du lịch do doanh nghiệp du lịch cung cấp. Vì vậy công tác định hướng nhu cầu khách hàng rất quan trọng.

Doanh nghiệp du lịch tiếp nhận thông tin từ du khách, sau đó tiến hành xem xét các yêu cầu của du khách đồng thời đánh giá năng lực của doanh nghiệp du lịch trong việc thỏa mãn các yêu cầu của du khách thông qua các giai đoạn đàm phán, giao dịch... để đi đến ký kết hợp đồng cung cấp dịch vụ du lịch.

Những yêu cầu được xem xét phải được đảm bảo rằng; các yêu cầu của du khách sẽ đáp ứng được, mọi thắc mắc về dịch vụ du lịch hoặc bất cứ mâu thuẫn nào sẽ được giải quyết trong thời gian sớm nhất. Những thay đổi về yêu cầu của du khách cũng được xem xét và thông báo cho tất cả các phòng ban có liên quan.

Tóm lại, để tồn tại và đứng vững trong môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt, các doanh nghiệp du lịch cần phải biết sử dụng một cách thông minh các nguồn lực sẵn có để đáp ứng nhu cầu và mong muốn của du khách. Những nỗ lực và công hiến của doanh nghiệp bạn đối với du khách ngày hôm nay sẽ quyết định thành công và phát triển trong tương lai.

#### **1.4. Con người là nhân tố quyết định chất lượng dịch vụ du lịch**

Chúng ta biết rằng, con người là nhân tố quan trọng, quyết định trong tất cả những yếu tố nằm trong lực lượng sản xuất và du lịch là ngành có định hướng con người rõ rệt, nguồn nhân lực trong ngành là một yếu tố rất quan trọng, ảnh hưởng lớn tới hiệu quả hoạt động của ngành cũng như chất lượng dịch vụ cung cấp cho du khách. Chính vì vậy, cần phải xây dựng kế hoạch tuyển dụng và đào tạo để đáp ứng được yêu cầu về chuyên môn cho từng loại hoạt động của doanh nghiệp du lịch.

## **2. Các phương pháp quản lý chất lượng dịch vụ du lịch**

### **2.1. Phương pháp kiểm soát chất lượng**

Kiểm soát chất lượng dịch vụ du lịch là quá trình điều khiển các hoạt động tác nghiệp thông qua những kỹ thuật, phương tiện, phương pháp và hoạt động nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ theo đúng yêu cầu đề ra. Kiểm soát chất lượng dịch vụ có những nhiệm vụ chủ yếu sau:

- Tổ chức các hoạt động nhằm tạo ra sản phẩm dịch vụ có chất lượng như yêu cầu.
- Đánh giá việc thực hiện thực tế với kế hoạch để phát hiện sai lệch.
- Tiến hành các hoạt động cần thiết nhằm khắc phục sai lệch đảm bảo đúng yêu cầu đề ra.

Kiểm soát chất lượng dịch vụ du lịch bao gồm những hoạt động của quá trình theo dõi và quá trình làm giảm thiểu, loại bỏ những nguyên nhân gây lỗi, sự không thích hợp, hay không thoả mãn chất lượng của sản phẩm dịch vụ du lịch tại mọi công đoạn trong quá trình chế biến, phục vụ... để đạt được mục tiêu hiệu quả kinh tế.

### **2.2. Phương pháp đảm bảo chất lượng**

Mục đích của đảm bảo chất lượng là cung cấp cho du khách những bằng chứng hợp lý rằng sẽ đạt được những yêu cầu về chất lượng dịch vụ du lịch mà doanh

nghiệp cung cấp. Đó thực chất là một hệ thống được xây dựng để kiểm soát những hành động tại tất cả các công đoạn, từ thiết kế sản phẩm du lịch, mua sản phẩm du lịch đến bán sản phẩm và dịch vụ đi kèm nhằm đảm bảo chất lượng của sản phẩm dịch vụ du lịch.

Đảm bảo chất lượng không chỉ quan tâm đến niềm tin của du khách, mà còn cả niềm tin nội bộ về chất lượng dịch vụ du lịch. Đó là niềm tin nội bộ có được từ sự luôn luôn nắm bắt những yêu cầu của du khách và xác định được rằng bạn đã thiết lập năng lực để đáp ứng các yêu cầu đó với chi phí thấp và hợp lý nhất, và do đó doanh nghiệp du lịch của bạn đang tạo ra lợi nhuận.

Việc thiết lập một hệ thống đảm bảo chất lượng tốt có thể giảm những một số hoạt động kiểm soát chất lượng như thanh tra, theo dõi... bởi vì hệ thống đảm bảo chất lượng đã làm giảm hay ngăn ngừa được những nguyên nhân của sự tạo ra các lỗi, hay thiếu sót trong các quá trình, và do đó, sẽ làm giảm được chi phí.

### **2.3. Phương pháp quản lý chất lượng toàn diện**

TQM (Total Quality Management): là phương pháp quản lý của một tổ chức-doanh nghiệp, định hướng vào chất lượng dựa trên sự tham gia của mọi thành viên nhằm đem lại sự thành công dài hạn thông qua sự cải tiến không ngừng của chất lượng nhằm thoả mãn nhu cầu khách hàng và lợi ích của mọi thành viên của công ty cũng như đóng góp vào lợi ích cho xã hội.

Quản lý chất lượng toàn diện (TQM) là một triết lý quản lý. Mục tiêu của TQM là cải tiến chất lượng sản phẩm dịch vụ và nâng cao sự thoả mãn khách hàng ở mức tốt nhất. Đặc điểm nổi bật của TQM so với các phương pháp quản lý chất lượng trước đây là cung cấp một hệ thống toàn diện cho công tác quản lý và cải tiến mọi khía cạnh có liên quan đến chất lượng và huy động sự tham gia của mọi bộ phận và mọi cá nhân để đạt mục tiêu chất lượng đã đề ra.

Các đặc trưng cơ bản của TQM:

- Chất lượng được tạo nên bởi sự tham gia của tất cả mọi người
- Chú ý đến mối quan hệ với các lợi ích xã hội khác.
- Chú ý đến công tác giáo dục và đào tạo.



- Đề cao tính tự quản: chất lượng được tạo ra từ ý thức tự giác.
- Quản lý dựa trên sự kiện thực tế.
- Xây dựng và triển khai hệ thống chính sách trên toàn công ty
- Thúc đẩy ý thức tự quản và hợp tác của người lao động.
- Chia sẻ kinh nghiệm và khuyến khích các ý tưởng sáng tạo và cải tiến
- Thực hiện xem xét của lãnh đạo và đánh giá nội bộ đảm bảo hệ thống hoạt động thông suốt.
- Sử dụng các phương pháp thống kê

### **3. Đo lường chất lượng dịch vụ du lịch**

Để đo lường chất lượng dịch vụ du lịch người ta thường căn cứ vào các phương pháp sau:

- Phương pháp đo lường căn cứ vào đánh giá của người cung cấp.
- Phương pháp đo lường căn cứ vào đánh giá của các chuyên gia.
- Phương pháp đo lường căn cứ vào sự thoả mãn khách hàng.

Ngoài ra còn có các phương pháp khác như: So sánh chất lượng dịch vụ du lịch của hãng với dịch vụ du lịch của hãng tốt nhất; tham dự các giải thưởng trong nước và quốc tế...

Trên thế giới, các phương pháp kể trên vẫn đang được sử dụng, nhưng phổ biến và đem lại hiệu quả hơn cả là phương pháp đo lường căn cứ vào sự thoả mãn khách hàng. Đại diện cho phương pháp này là hai phương pháp SERVQUAL của A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, L. Berry (1988) và phương pháp của Tommy D. Anderson (1994).

Tại Việt Nam, các nhà nghiên cứu thường áp dụng phương pháp đơn giản hơn nhưng cũng khá hiệu quả là phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ căn cứ vào sự thoả mãn chung của khách hàng và nhà cung ứng về chất lượng dịch vụ.

### **4. Quản lý lỗi hỏng chất lượng dịch vụ du lịch**

#### **4.1. Khái niệm**

Lỗi hỏng chất lượng dịch vụ du lịch là khoảng cách giữa sự trông đợi (kỳ vọng) của khách du lịch về dịch vụ trước khi đi và sự cảm nhận của họ về dịch vụ sau khi tiêu dùng, được xem là một trong các thước đo chất lượng dịch vụ du lịch.

#### **4.2. Mô hình lỗi hỏng chất lượng dịch vụ du lịch**

-Lỗi hỏng 1 là sự khác biệt giữa các trông đợi của khách hàng và các cảm nhận của ban quản lý về các trông đợi này. lỗi hỏng 1 xuất hiện do sự thiếu quản lý các trông đợi của khách hàng, không hiểu biết đầy đủ về khách

-Lỗi hỏng 2 còn gọi là lỗi hỏng thiết kế bắt nguồn từ việc thiếu khả năng quản lý để xây dựng các mức độ về chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng các cảm nhận về trông đợi của khách hàng và tác nghiệp cụ thể

-Lỗi hỏng 3 còn gọi là lỗi hỏng cung cấp, là khoảng cách hình thành do sự cung cấp dịch vụ không đáp ứng cụ thể các chỉ tiêu do ban quản lý đặt ra, các nhân viên không có khả năng hoặc không muốn thực hiện dịch vụ ở mức độ yêu cầu

-Lỗi hỏng 4 là lỗi hỏng giao tiếp, là sự khác nhau giữa phân phát dịch vụ và các thông tin bên ngoài tới khách hàng dưới dạng hứa quá lời hoặc thiếu thông tin cung cấp cho nhân viên giao tiếp

- Lỗi hỏng 5 là lỗi hỏng chất lượng dịch vụ, là khoảng cách giữa cảm nhận thực tế và các trông đợi của khách hàng về chất lượng dịch vụ. Lỗi hỏng 5 phụ thuộc vào qui mô của 4 lỗi hỏng còn lại

#### **4.3. Quản lý lỗi hỏng chất lượng dịch vụ du lịch**

a. *Lỗi hỏng 1* là sự khác biệt giữa các trông đợi của khách hàng và các cảm nhận của ban quản lý về các trông đợi này. lỗi hỏng 1 xuất hiện do sự thiếu quản lý các trông đợi của khách hàng, không hiểu biết đầy đủ về khách

-Để quản trị lỗi hỏng 1 cần tập trung vào:

*\*Định hướng nghiên cứu marketing*

-Nghiên cứu marketing là biện pháp mấu chốt để hiểu các trông đợi của khách hàng, qui mô của lỗi hỏng phụ thuộc vào việc mở rộng các giao dịch hàng ngày giữa các nhà quản trị cao cấp với nhân viên và khách hàng

*\*Mở rộng và đảm bảo chất lượng các thông tin đi lên. nguồn thông tin: gồm 2 phần*

-Chính thức: thể hiện bằng văn bản

-Không chính thức: mang tính tức thời, truyền đạt nhanh nhưng hạn chế sự chịu trách nhiệm

*\*Giảm bớt các tầng quản trị: do các tầng quản trị ngăn cản thông tin và sự hiểu biết giữa người gửi và nhận thông tin*

b. Lỗ hổng 2.

-Lỗ hổng 2 còn gọi là lỗ hổng thiết kế bắt nguồn từ việc thiếu khả năng quản lý để xây dựng các mức độ về chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng các cảm nhận về trông đợi của khách hàng và tác nghiệp cụ thể

-Biện pháp quản trị

*\*Cam kết của nhà quản trị: lỗ hổng 2 tồn tại do thiếu sự cam kết của quản trị đối với chất lượng dịch vụ. cần có sự thay đổi đặc thù liên quan đến cam kết của quản trị đối với chất lượng dịch vụ hơn là những mục tiêu khác*

*\*Mở rộng thông tin đi lên*

*\*Thiết lập mục tiêu: tăng cường sự điều khiển lên toàn bộ tổ chức. chú ý thiết lập các mục tiêu chính thức liên quan đến chất lượng dịch vụ*

*\*Tiêu chuẩn hoá nhiệm vụ: tiêu chuẩn hoá trong ngành dịch vụ gồm 3 dạng: sự thay thế của công nghệ, cải thiện phương pháp làm việc hoặc cả 2*

*\*Nhận thức về sự khả thi: nhà quản trị cần nhận thức rằng tiếp xúc với các trông đợi của khách hàng là có thể làm được. nhận thức phù hợp với những trông đợi của khách hàng sẽ làm hẹp lỗ hổng 2*

c. Lỗ hổng 3

-Lỗ hổng 3 còn gọi là lỗ hổng cung cấp, là khoảng cách hình thành do sự cung cấp dịch vụ không đáp ứng cụ thể các chỉ tiêu do ban quản lý đặt ra, các nhân viên không có khả năng hoặc không muốn thực hiện dịch vụ ở mức độ yêu cầu

-Biện pháp quản trị

*\*Tạo lập các công việc theo nhóm vì mục tiêu chung của tổ chức*, trong nhóm các thành viên coi nhau như khách hàng nên nhân viên cảm thấy sự quan tâm của nhà quản trị với họ

*\*Sự phù hợp với công việc của nhân viên*: nhân viên cần được bố trí phù hợp với năng lực, sở trường, chuyên môn

*\*Sự phù hợp công nghệ*: chất lượng dịch vụ cao phụ thuộc vào sự phù hợp công nghệ mà nhân viên sử dụng

*\*Điều khiển nhận thức*: khi nhân viên tự họ nhận thức được các điều kiện gặp phải, họ ít căng thẳng hơn tạo ra sự thực hiện cao hơn.

*\*Xung đột vai trò*: các nhân viên giữ mối liên hệ giữa công ty và khách hàng, họ cần thoả mãn nhu cầu của cả 2 phía: đôi khi những trông đợi của công ty và khách hàng xung đột với nhau vì thế công ty cần nhận thức được các xung đột vốn có và loại bỏ nhược điểm của nó

*\*Sự mơ hồ về vai trò*: xuất hiện khi các nhân viên không có thông tin cần thiết để tiến hành công việc của họ một cách đầy đủ vì nhân viên không chắc chắn những nhà quản lý trông đợi điều gì từ phía họ nên phải đào tạo giúp nhân viên hiểu biết chính xác đào tạo kỹ năng thông tin, lắng nghe khách hàng

#### d. Lỗ hổng 4

-Lỗ hổng 4 là lỗ hổng giao tiếp, là sự khác nhau giữa phân phát dịch vụ và các thông tin bên ngoài tới khách hàng dưới dạng hứa quá lời hoặc thiếu thông tin cung cấp cho nhân viên giao tiếp

-Biện pháp quản trị

*\*Mở rộng thông tin theo chiều ngang* là thông tin giữa các phòng ban hoặc là giữa nhân viên giao tiếp và bộ phận quảng cáo, phối hợp hoặc hợp nhất các phòng ban trong công ty để đạt được mục tiêu chiến lược phối hợp trong các chính sách và thể chế giữa các phòng ban, các chi nhánh

*\*Giảm khuynh hướng hứa hẹn cao với khách*: làm phù hợp giữa trông đợi khách hàng và điều kiện đáp ứng thực tế của công ty

#### e. Lỗ hổng 5:

Lỗ hỏng 5 là lỗ hỏng chất lượng dịch vụ, là khoảng cách giữa cảm nhận thực tế và các trông đợi của khách hàng về chất lượng dịch vụ. Lỗ hỏng 5 phụ thuộc vào qui mô của 4 lỗ hỏng còn lại

### **CÂU HỎI ÔN TẬP**

Câu 1. Trình bày các đặc điểm cơ bản quản lý chất lượng dịch vụ du lịch

Câu 2. Trình bày các phương pháp quản lý chất lượng dịch vụ du lịch

Câu 3. Trình bày khái niệm, mô hình lỗ hỏng chất lượng dịch vụ du lịch

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Đặng Minh Trang, *Quản lý chất lượng trong các doanh nghiệp*, NXB Giáo dục, 1999.
- Phạm Xuân Hậu, *Quản trị chất lượng dịch vụ khách sạn du lịch*, NXB Đại học quốc gia Hà nội, 2001.
- Geory R.Beilharz and Ross L. Chapman, *Quality Management in Service organizations*, Longman Business & Professional, 1994.
- Wiliem F.G Mastebroek, *Managing for Quality in the Service sector*, Blackwell, 1991.