

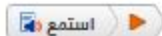


ضبط الجودة وتطور الأسواق

الرأي



د أحمد الكويتي | الأربعاء، ١٠ / ٠٨ / ٢٠٢٢



نظرا لأهمية الدور الذي يقوم به السوق والآثار الاقتصادية الناتجة عنه لكونه هو الوسيلة التي يتلاقى من خلالها البائع والمشتري لنقل ملكية السلعة إلى المشتري وملكية الثمن إلى البائع، فلا بد وحتى تتم عملية البيع والشراء داخل الأسواق دون أن يكون هناك أي نزاعات من ضبط الجودة داخل الأسواق وسوف نبين من خلال هذا المقال مفهوم ضبط الجودة وكيف أن ضبط الجودة يعمل على تطور الأسواق ونموها.

لكي نتعرف على مفهوم ضبط الجودة داخل الأسواق لا بد لنا أن نكون ملمين بكل الأبعاد التي تعين على فهم آليات الجودة بشكل واضح.

ويعتبر من أفضل ما يبين آليات الجودة والتي تساعد بطبيعة الحال في التعرف على مفهوم ضبط الجودة داخل الأسواق هو (المواصفات والمعايير والمقاييس) وهذا يعني أن الجودة داخل الأسواق قابلة للتعريف أو القياس وأن تكون وفق مواصفات معينة.

وبهذا نخلص إلى أن مفهوم ضبط الجودة هو عبارة عن اختيار أفضل الوسائل التي تعمل على ضبط المنتجات بأن تكون مطابقة للمواصفات.

لقد بات من المسلم به في الإطار النظري والعملية أن ضبط الجودة لها دور هام ومحوري لتحقيق متطلبات نمو الأسواق وتطورها وتحسين أبعاد المنتجات التي تتم داخل الأسواق والتي يتعامل معها الناس باستمرار في حياتهم اليومية.

ونستطيع أن نقول إن الناس هي من يحكم على جودة الأسواق من خلال عين الرائي التي ترى جودة السلع والخدمات وأنها مطابقة للمواصفات وتتماشي مع المعايير التي يتوقعها العملاء من عدمه. وفي إطار ذلك نستطيع أن نقول بأن هناك سوقا متطورة وأخذة في النمو وتعمل على التحسين المستمر لجودة البضائع والخدمات والعمليات والأشخاص القائمين عليها وسوق آخر على عكس ذلك تماما لا تهتم سوى بالمكسب السريع على حساب ضبط الجودة ولا شك أن مثل هذه الأسواق سوف يكون لها مردود عكسي مع المشتريين في المستقبل القريب حيث إن من يشتري ويرى رداءة الجودة في المنتج الذي اشتراه لن يفكر في الشراء مرة أخرى من تلك الأسواق، فضلا عن السمعة السيئة التي سوف ينشرها من اشترى من تلك الأسواق ينصح الآخرين بعدم الشراء منها والسبب واضح وهو (رداءة المنتج وعدم ضبط الجودة).

أخبار متعلقة

توازن الفرص.. وتفق المنظومة الاقتصادية

كلمة اليوم

العولمة والهيمنة الاقتصادية



في جنة الخلد يا خضير



خلاصة القول: إن ضبط الجودة في المنتجات أصبح العنصر الأساسي في تحقيق المرادوبة داخل السوق، وبالتالي تحسين مركزها التنافسي، وأصبح نجاح الأسواق يتوقف على مدى قدرتها على إنتاج منتجات بالجودة المناسبة وبأقل تكلفة، وهذا يتطلب التحسين المستمر والذي يبدأ من مرحلة التصميم والإنتاج وصولا إلى الغاية المقصودة والهدف المنشود.