

## تحليل القيمة

- ◆ تحليل القيمة هي طريقة للتنافسية منظمة خلاقية و مبدعة تستهدف أرواء الزبواب عن طريق تصميم ذو مسعى خصوصى وظيفى ، إقتصادى متشعب
- قيمة المنتج تتمثل فى الحكم الصادر عليه من طرف المستعمل وترتكز على
- قيمة الأستعمال ( تتمثل فى أهمية المنتج )
  - قيمة التقدير ( تتمثل فى مستوى تقدير المنتج )
  - قيمة التبادل ( تتمثل فى كلفة ، والصيانة... )
- وبصفة عامة يمكن ربط قيمة منتج بـ:
- وظائف الخدمة

$$\text{القيمة} = \frac{\text{النسبة للزبون}}{\text{التمن}}$$

$$\text{القيمة} = \frac{\text{النوعية}}{\text{الكلفة}} \text{ بالنسبة للمؤسسة}$$

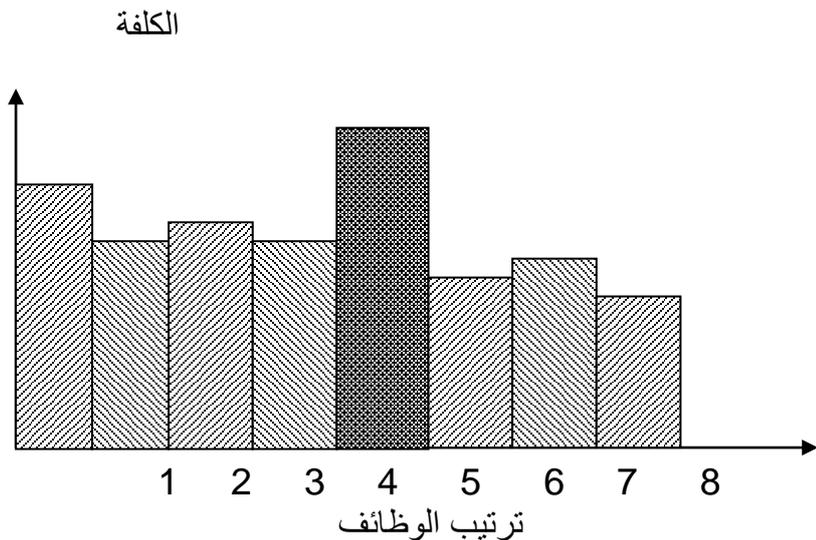
$$\text{القيمة} = \frac{\text{الوظائف التقنية}}{\text{الكلفة}} \text{ بالنسبة للمصمم - المنجز}$$

النوعية: نوعية منتج أو خدمة هي قابلية إرواء حاجيات المستعمل

الكلفة: هي المصاريف المتحملة من طرف متدخل إقتصادى نظير إنجاز أو استعمال منتج

## ◆ تقييم التكاليف

1. بالنسبة للمنتج  
الكلفة الكاملة : هي كلفة المنتج + مصاريف التوزيع  
الكلفة الإجمالية : هي الكلفة الكاملة + مصاريف الصيانة + مصاريف التخلص من المنتج  
الكلفة الهادفة : هو أقصى كلفة محددة من طرف طالب الحاجة
2. بالنسبة للوظائف  
◆ تحليل التكاليف (مخطط يبين ترتيب الوظائف حسب الأهمية بدلالة الكلفة)



يلاحظ أن الوظيفة 5 أقل أهمية من الوظائف 1،2،3،4 لكنها أكثرهم كلفة لذا ينبغي إعادة دراستها

- ◆ تحسين قدر المستطاع العلاقة الكلفة/ قابلية المنافسة (اقتراح تغييرات تحليل القيمة على اساس
  - على مستوى معاملات التقدير
  - المرونة
- Niveaux de criteres d'appréciation**
- Flexibilité**

3. بالنسبة للمكونات التكنولوجية
- ◆ إنجازها خصوصا: اوجد الكلفة المباشرة
  - ◆ شراءها : الثمن يتغير حسب النوع و العدد
- مقارنة الثمن و النوعية ، مستويات التقدير