

1 - **تمهيد** : حتى تبقى المؤسسة الإنتاجية وظيفية و دائما منافسة تتطلب تلبية إحتياجات الزبون و ذلك بتحسين النوعية من جهة و تخفيض الأسعار من جهة أخرى أي بكلفة منخفضة و لا يتم ذلك إلا بإتباع منهجية منظمة و إبداعية في التصميم و إنجاز هذه المنتجات فتدعى **بتحليل القيمة**

(1-1) **تعريف** : تحليل القيمة هي طريقة منظمة و إبداعية في المنافسة تهدف إلى ما يلي

✧ تلبية الإحتياج

✧ تحسين النوعية

✧ كلفة بسيطة

نوعية الوظائف

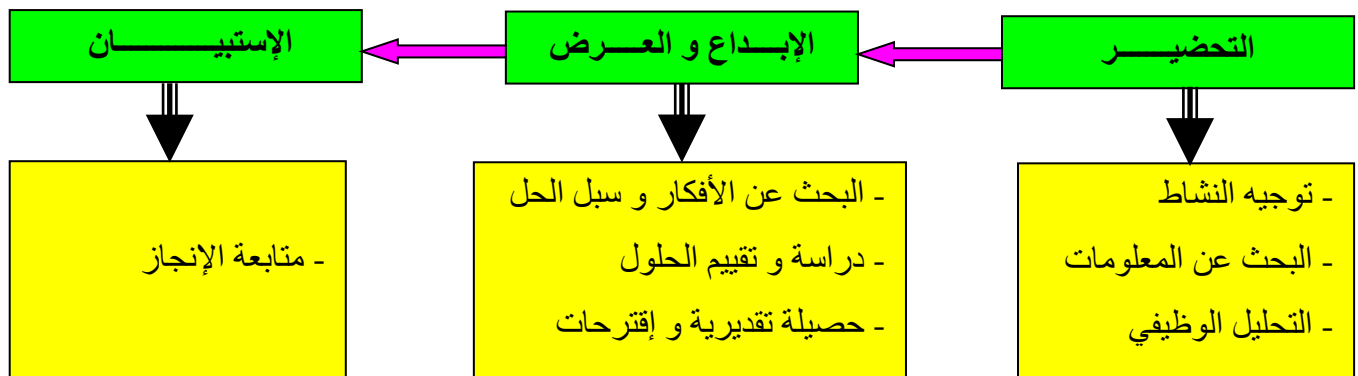
= قيمة المنتج

تكلفة الوظائف

2 - **مفاهيم أساسية** :

- السوق : هو مجموعة العروض و الطلبات لتسهيل المبادلات و ضمان التوازن بينهما
- الإحتياج : هو المنتج الذي يريده المستعمل و المعبر عنه من خلال دفتر الشروط
- المنتج : هو الشي المقدم للمستعمل لتلبية إحتياجه
- الزبون : هو الشخص أو الهيئة التي تريد المنتج
- المصمم - المنجز : هو المسؤول عن تصميم المنتج مع مراعاة المتطلبات التقنية ، التكاليف ، آجال الإنجاز
- الوظيفة : هي تأثير المنتج أو إحدى مكوناته لتحقيق غاية ما
- القيمة : هي الحكم الصادر عن المنتج و ذلك على أساس تطلعات و تحفيزات المستعمل

3- **مخطط مسعى تحليل القيمة** :



1- تمهيد :

.....

.....

.....

(2-1) تعريف :

..... ✧

..... ✧

..... ✧

.....

..... = قيمة المنتج

.....

2 - مفاهيم أساسية :

- السوق :
- الإحتياج :
- المنتج :
- الزبون :
- المصمم - المنجز :
- الوظيفة :
- القيمة :

3- مخطط مسعى تحليل القيمة :

