

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم التجارية

السنة الجامعية : 2017 / 2016

السنة الثانية - ميدان: العلوم الاقتصادية، التسيير والعلوم التجارية - فرع: علوم تجارية - تخصص: إدارة المشاريع - السداسي الثالث

الفرع: 1 الفوج: 1

تاريخ النسخ: 2017/01/12

كشف النقاط لمادة مراقبة الجودة / UF332 / وحدات اساسية

الرقم	رقم التسجيل	اللقب و الإسم	الحالة	إن.	أم.	أ.ت.	محاضرة	ملتقى	مشروع	تريص	الخرى
1	20111500346	ماجي مرصلي	ع	16,1	15						
2	20111500347	عامر امال	ع	14,1	14						
3	20111500348	مكي هشام	ع	13	13,1						
4	20111500349	بن طاهر كريمة	ع	16	15						
5	20111500350	بن عومر خيرة	ع	12	11						
6	20111500351	صحراوي توفيق	ع	09	14,1						
7	20111500352	شباب نسمة	ع	5,1	14						
8	20111500353	لعناني المعتمد بالله	ع	13	11						
9	20111500354	ناصر حمزة	ع	2,1	14						
10	20111500355	بن قاسمي حنان	ع	9,1	14						
11	20111500356	مبخوتي سهام	ع	12	14,1						
12	20111500357	حسين عبد العزيز	ع	06	14						
13	20111500359	بوديرة ايمان	ع	11,1	14,1						
14	20111500360	حزاب عبد القادر	ع	05,1	14						
15	20111500361	عوالي جهاد	ع	12,1	14						
16	20111500362	تمزين نادية	ع	13	14						
17	20111500363	بروس عز الدين	ع	2,1	14						
18	20111500365	ماجي سفيان	ع	06	12						
19	20111500366	برمضان بومدين	ع	04	14						
20	20111500367	شريقي سميرة	ع	18,1	14						
21	20111500368	شريف رحيل	ع	10	14						
22	20111500370	بودران محمد	ع	13,1	14						
23	20111500371	سليمان الحاج احمد	ع	7,1	13,1						
24	20111500372	سويح محمد امين	ع	05	13,1						
25	20111500374	بريار ميلود	ع	08	13,1						
26	20111500407	شارف خيرة	ع	08	13						
27	20111500409	حصاني رقية	ع	08	13,1						
28	20111500410	مقدم مولود	ع	ع	13						
29	20111500411	مالكي نبيل	ع	04	13,1						
30	20111500426	بوخشة زهير	ع	03	10						

الاستاذ: خراز الحفص

## الاجابة النموذجية لامتحان مراقبة الجودة

### الجواب الاول: (06)

إن ممارسة القياس الدائم لرضا و ولاء العملاء له أهمية كبيرة من أجل عمل محصلة من المعلومات عن العملاء و تحديد فرص جديدة لتحسين المنتجات، بحيث يكون تركيز المؤسسة في هذه الحالة على الزبون بالدرجة الأولى، الأمر الذي يجعل تحديد ملامح المنتج أو الخدمة الجديدة يتمثل في قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة أو المنتج الجديد وفق توقعات الزبون و مفاجأة الزبون بما يتجاوز توقعاته بإبداعات جديدة و هو ما يظهر جليا في المتطلبات الجاذبة التي يوضحها نموذج كانو حيث أن هذه الأخيرة تعتبر جوهر عملية التحسين المستمر و الذي يعبر عنه بأنه ممارسات لا نهاية لها من التحسينات في مختلف أوجه عمل المؤسسة و الهدف منه بلوغ الكمال الذي لا يدرك فيستمر و يدوم السعي اليه ، و يساهم نموذج كانو في تحقيق ذلك (عملية التحسين المستمر) من خلال تحديد ومعرفة تصورات الزبون وتوقعاته، و تقوم الفكرة الأساسية لنموذج كانو على فرضية بأنه لا توجد هناك علاقة خطية بين مستوي الأداء للمنتج و رضا العملاء المستفيدين، الأمر الذي يعكس لنا مدى تعقيد تفضيلات (رغبات) الزبون.

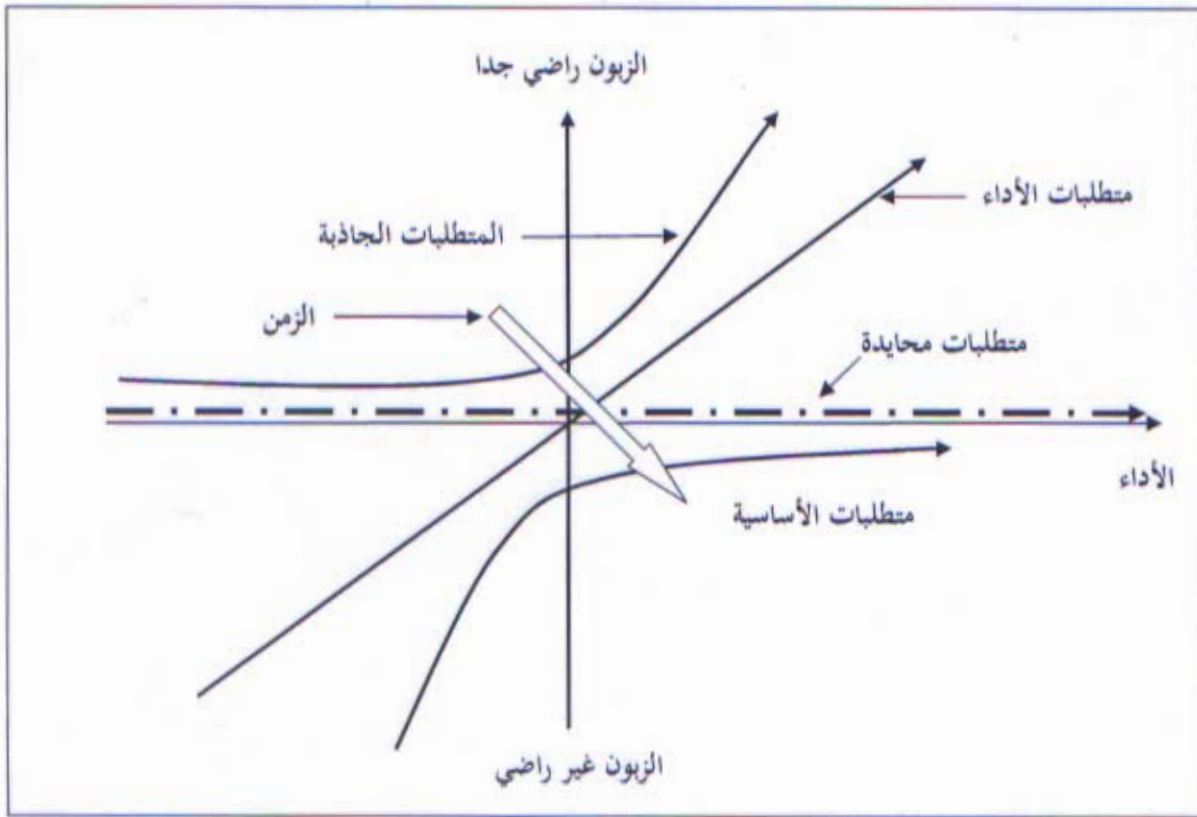
#### مبادئ عمل نموذج كانو

يقوم نموذج كانو على المبدأين الأساسيين التاليين:

#### أ) المبدأ الأول :

الأفكار الغير مرئية في نوعية المنتج يمكن أن نجعلها مرئية، و يظهر لنا نموذج كانو من خلال المنحني و القائم على أن المنتج المطور يتموضع على محورين ، محور أفقي يوضح لنا أداء المنتج، و محور عمودي يوضح لنا مستوى الرضا الناتج عن أداء المنتج ، و من خلال المنحني تحددت لنا أربعة فئات:

## الشكل محاور نموذج كانو



1- هناك بعض المتطلبات يكون فيها رضا الزبون يمثل علاقة طردية مع أداء المنتج و يعبر عنها بمتطلبات "الأداء".

2- وهناك متطلبات أساسية: هي متطلبات للزبون في المنتج لا بد من وجودها و ليس بالضرورة أن يطلبها الزبون أو يذكرها لأنه يفترض وجودها و غيابها يضر برضا الزبون بشكل كبير لأنها أمور أساسية. و هي غالبا لا تذكر، و يتوقع الزبون وجودها في المنتج بشكل أكيد و مسلم به، و عدم وجودها يؤدي إلى تدني رضا الزبون بشكل كبير، نذكر على سبيل المثال النظافة في مطعم ما تعتبر مطلباً أساسياً رغم أن غياب النظافة ينتج عنه درجة عدم رضا كبيرة لدى الزبائن إلا أنه في حالة وجودها يكونون غير مباليين بها و ذلك لأنها تعتبر من المسلمات المتوقعة وجودها.

3- المتطلبات الجاذبة : تظهر هذه المتطلبات في حالة إستجابة المنتج و تكون محايدة في حالة عدم إستجابته، و هي عبارة عن أمور لم يطلبها الزبون و لم يفكر فيها أو يتوقع وجودها في المنتج بل يتفاجأ لوجودها في حال وجدت في المنتج، و لو كانت موجودة و أفادت الزبون و حازت على إعجابهم فإنها تعتبر

كالقيمة المضافة للسلعة و تؤدي إلى ارتفاع رضا الزبون بشكل كبير و قد يؤدي ذلك إلى زيادة ولاء الزبون لهذا المنتج، و هذا هو مستوى المنتج المطور الذي يجعل الزبون مبهتجا حسب نموذج كانو، و هو المستوى المتعلق بالمعرفة و المعلومات الإضافية المقدمة للزبون حول إمكانيات إستخدام المنتج الجديد أو التحسينات للمنتج المتوافقة مع توقعات الزبون، تكوين جماعات مشتركة مع الزبون من أجل الحوار المستمر و إيجاد القناة السريعة و الفعالة، و تعتبر المؤسسات الريادية التي تبذل هي الأكثر حساسية لهذه الفئة من المتطلبات، وهذه المتطلبات غالبا لا يطلبها و لا يتوقعها الزبون لأنه لم يفكر في وجودها (لعدم إبداعها بعد) أو لعدم وجودها في المنتج سابقا(إبداع التحسين)، لها أكبر أثر على رضا الزبون، و تزيد من ولاء الزبون، و تختلف المتطلبات الجاذبة باختلاف المنافسين.

4- أما الفئة الرابعة من المتطلبات هي تلك الرغبات التي لا يختلف فيها الزبائن سواء إستجاب المنتج أم لم يستجب للمتطلبات المرغوبة و هي تدرج ضمن المتطلبات المحايدة.

و هكذا نستنتج أنه لا توجد بالضرورة علاقة خطية بين الأداء الجيد للمنتج و مستوى الرضا الذي يوفره للزبون، و أنه لا يكفي فقط وجود منتج يستجيب للمتطلبات الأساسية من أجل بلوغ الريادة في السوق، وأنه يجب علينا عدم إهمال الموارد التي تخلق عدم الرضا (كإهمال المتطلبات الأساسية التي ينتج عنها عدم الرضا) من أجل الحصول على منتج أكثر نجاحا. و كذلك نلاحظ أنه توجد إمكانية الإبداع و التميز في المتطلبات الجاذبة .

ب) المبدأ الثاني:

يتم تقييم متطلبات الزبائن ضمن إستبانتان، تمثل أحدها جهة الأسئلة الوظيفية و الجهة الأخرى تمثل الأسئلة الغير الوظيفية، و الهدف من هذا الأسلوب هو معرفة الإنطباعات (التصورات) عن المنتج المستقبلي و الجدول يوضح الطريقة العملية للإجابة على الاستمارتين.

الجواب الثاني: (06)

أ) تحليل باريتو: (2)

استخدم جوران تحليل باريتو في مجال الجودة لتحديد المشاكل التي يجب إعطاؤها الأولوية و الأهمية في المعالجة و الحل قبل غيرها، لتأثيراتها الكبيرة ، و يشار إلى تحليل باريتو بمبدأ أو قاعدة 20/80 التي تعني أن 80% من المشكلات تعود إلى 20% من الأسباب، و هذه الأسباب هي التي يجب الاهتمام بها و معالجتها أولا.

## 1- (ب) خرائط التدفق: خريطة التدفق أو خريطة المسار ( Flow Chart/Flow Diagram ) (٥٢)

(Diagram) هي عبارة عن مخطط يصف طبيعة مسار العملية و الخطوات التي يمر بها المنتج فيها، فمن خلال هذه الخريطة يمكن وصف العمليات الحالية و متابعتها و هذا ما يسمح بتوضيح العمليات الرئيسية المطلوبة لإنتاج منتج ما أو تقديم خدمة معينة. كما يمكن من خلالها اقتراح التعديلات و المراجعات الضرورية في العمليات الانتاجية و الانشطة الخدمية. إذا فخرائط التدفق عبارة عن مخطط لتمثيل خطوات العملية و تحديد نقاط اتخاذ القرارات و الاجراءات التصحيحية المناسبة عليها. أنواع خرائط التدفق :

(أ) المستوى الأول :خريطة التدفق الخطية: في هذه الخريطة ترسم الخطوات الأساسية للعملية بحيث يمكن تحديد الخطوات الزائدة و التكرار الغير مفيد في الخطوات و الأنشطة.

(ب) المستوى الثاني: خريطة التدفق للإنتشار التفصيلي : تبين هذه الخريطة تسلسل الخطوات في العملية و كذلك الأشخاص و المجموعات المشاركة في كل خطوة في العملية. يمكن من خلال هذه الخريطة توضيح العلاقة بين الزبون و المورد.

(ج) المستوى الثالث : خريطة التدفق للفرص : تعتبر هذه الخريطة أكثر شمولية و تفصيلا بحيث أنها عبارة عن خريطة تدفق خطية مضاف اليها تفاصيل مهمة عن العملية مثل القيمة المضافة و التكاليف في كل خطوة من خطوات العملية. من واقع التجربة العملية يكون نوع خرائط التدفق الخطية كافيا جدا للكثير من عمليات تحسين الجودة في العديد من العمليات الانتاجية و الخدمية.

(٥٢) (ج) مخططات السيطرة للمتغيرات تستخدم عندما يكون الجانب الخاضع للرقابة قابل للقياس و التعبير عنه رقميا كالطول و الوزن و الحجم و السرعة و طول القطر و غيرها. و من انواع هذه المخططات مخطط السيطرة على الوسط الحسابي و مخطط السيطرة على المدى.

مخططات السيطرة للخصائص تستخدم عندما يكون الجانب الخاضع للرقابة غير قابل للقياس و التعبير الرقمي عنه و يتعلق بوجود صفة معينة او غيابها مثل مطابق او غير مطابق و جيد و غير جيد و صالح و غير صالح و من انواع هذه المخططات مخطط السيطرة على نسبة المعيب و مخطط السيطرة على عدد العيوب.

# إعلان



ليكن في علم جميع الطلبة السنة .....  
إدارة... أنه سيعاد

النظر في أوراق الامتحان للمقياس...  
يوم... ٥٨/٢٠١٧

على الساعة... في القاعة رقم...

الإدارة





## إعلان

ليكن في علم جميع الطلبة السنة...  
إدارة الدراسات والبحوث...  
البيانات التجارية تخصص: إدارة الدراسات والبحوث...  
البيانات التجارية تخصص: إدارة الدراسات والبحوث...

البيانات التجارية تخصص: إدارة الدراسات والبحوث...  
البيانات التجارية تخصص: إدارة الدراسات والبحوث...  
البيانات التجارية تخصص: إدارة الدراسات والبحوث...  
البيانات التجارية تخصص: إدارة الدراسات والبحوث...

تغلق الساعة: 10:00... في القاعة رقم 05...



الإدارة