

تابع الفصل الثاني "المدخل الكمي في اتخاذ قرارات إدارة الإنتاج والعمليات" - المحاضرة 8

الحل: (2) حالة عدم التأكد

د. معيار الأسف

- نقوم بإعداد مصفوفة الأسف كما يلي:
- نقوم بطرح أكبر ربح لكل حالة من جميع أرباح الحالة:
- نقوم باختيار أكبر أسف لكل استراتيجية:

أكبر أسف	حالات الطلب المتوقع						استراتيجيات الإنتاج
	45	44	43	42	41	40	
20	160 - 180 20 =	160 - 176 16 =	160 - 172 12 =	160 - 168 8 =	160 - 164 4 =	160 - 160 صفر =	40
16	164 - 180 16 =	164 - 176 12 =	164 - 172 8 =	164 - 168 4 =	164 - 164 صفر =	157 - 160 3 =	41
12	168 - 180 12 =	168 - 176 8 =	168 - 172 4 =	168 - 168 صفر =	161 - 164 3 =	154 - 160 6 =	42
9	172 - 180 8 =	172 - 176 4 =	172 - 172 صفر =	165 - 168 3 =	158 - 164 6 =	151 - 160 9 =	43
12	176 - 180 4 =	176 - 176 صفر =	169 - 172 3 =	162 - 168 6 =	155 - 164 9 =	148 - 160 12 =	44
15	180 - 180 صفر =	173 - 176 3 =	166 - 172 6 =	159 - 168 9 =	152 - 164 12 =	145 - 160 15 =	45

- نقوم باختيار الاستراتيجية التي تحقق أقل أسف من عمود أكبر أسف
- بالتالي نجد ان القرار المناسب وفقاً لمعيار الاسف هو انتاج 43 وحدة يومياً

الفصل الثالث "تقدير حجم الطلب (التنبؤ بالإنتاج)"

يمثل تقدير حجم الطلب الكلي على منتجات المنظمة نقطة البدء في إعداد خطة الإنتاج

أولاً: أهمية تقدير حجم الطلب (التنبؤ)

❖ تقوم معظم المنظمات بتقدير حجم الطلب الكلي على منتجاتها لثلاثة أغراض رئيسية:

- 1 تحديد ما إذا كان حجم الطلب المتوقع يكفي لتحقيق عائد مناسب.
 - إذا ما وجد من الإيرادات المتوقعة من بيع المنتج بالكمية المتوقعة تقل عن تكاليف التي تتحملها المنظمة في سبيل إنتاج تلك الكمية فإنه يجب عدم البدء في الإنتاج.
- 2 تحديد الاحتياجات من الطاقة الإنتاجية حالياً ومستقبلاً.
 - حيث يتم ترجمة الكمية المطلوبة إنتاجها الى عدد من الآلات والمعدات والمواد وغيرها من عناصر الإنتاج
 - ✓ التحديد الدقيق للكمية المطلوب إنتاجها يجب المنظمة:
 - الكثير من النفقات التي قد تتحملها نتيجة وجود طاقات عاطلة تزيد عن احتياجات الإنتاج.
 - فقدان نسبة من الأرباح نتيجة عدم وجود طاقة كافية لإنتاج الكمية المطلوبة.
- 3 إعداد معدلات التشغيل.
 - إعداد معدلات التشغيل لكل منتج من المنتجات المراد إنتاجها
 - تخطيط الاحتياجات قصيرة الأجل من المواد والعمالة وغيرها بما يضمن توفير المنتجات المطلوبة في مواعيدها

ثانياً: الخصائص العامة لتقدير حجم الطلب:

❖ بالرغم من تعدد الأساليب المستخدمة في تقدير حجم الطلب إلا ان هناك عدد من الخصائص المشتركة بين تلك الأساليب أهمها ما يلي:

- 1 تفترض جميع الأساليب أن هناك علاقة سببية بين ما حدث في الماضي وما ينتظر حدوثه في المستقبل بعبارة أخرى ما ينتظر حدوثه في المستقبل امتداد لما حدث في الماضي وما يحدث في الحاضر.
- 2 نتائج تقدير حجم الطلب باستخدام جميع الأساليب غير مؤكدة مائة بالمائة وغالباً ما تختلف النتائج الفعلية عن نتائج التقدير.
- 3 إن التنبؤ بحجم الطلب لمجموعة من المنتجات عادة ما يكون أكثر دقة من التنبؤ بحجم الطلب من منتج معين.
- 4 هناك علاقة عكسية بين دقة التنبؤ وطول الفترة الزمنية التي يغطيها بعبارة أخرى نتائج تقدير حجم الطلب تكون أكثر دقة في الأجل القصير عنها في الأجل الطويل.

ثالثاً: خطوات تقدير حجم الطلب

❖ تتمثل الخطوات الرئيسية الواجب إتباعها في تقدير حجم الطلب المتوقع من منتجات المنظمة فيما يلي:

- 1 تحديد الغرض من التقدير والوقت الذي يجب أن يتم فيه.
 - يفيد ذلك في تحديد مستوى التفصيل المطلوب مثل حجم الموارد اللازمة لتنفيذ حجم الإنتاج اللازم لتغطية الطلب المتوقع بالإضافة الى الدقة المطلوبة.
- 2 تحديد المدة التي يجب أن تغطيها عملية التقدير.
 - يجب الأخذ في الاعتبار أن درجة الدقة في التقدير تتناقض كلما زادت المدة التي يغطيها التنبؤ
- 3 اختيار أسلوب أو طريقة التقدير.
- 4 جمع وتحديد البيانات المناسبة لأعداد تقديرات الطلب المتوقع.
- 5 مراجعة التقديرات التي تم التوصل إليها وإعادة فحص أساليب التقدير ونوعية البيانات المستخدمة في إعداد تلك التقديرات إذ ما اقتضى الأمر