

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروعات ...

د/ هبة حسن محمد حسن خطوة

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروعات المتوسطة والصغيرة

هبة حسن محمد حسن خطوة

المخلص:

يظهر تأثير العلاقة ما بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة واضح في نجاح المشروعات المتوسطة والصغيرة وفي تحمل مسئوليتيها كما تساعد نظام محاسبة التكاليف والمحاسبة الإدارية في تقديم المعلومات لأغراض (الإدارة واتخاذ القرارات) اللازمين لضمان الحفاظ علي استمرارية المشروعات المتوسطة والصغيرة في ظل التطور التكنولوجي الهائل وفي طرق الإنتاج، وسائل الاتصالات والمعلومات الحديثه.

ويهدف هذا البحث الي دراسة اثر الحصول علي البيانات التي يتم استحداثها في ايجاد طرق إنتاجية متطورة باستخدام دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة، بما يجعل من عملية جمع المعلومات عن المراحل المختلفة لدورة حياة المنتج وتكاليفها امراً هاماً عند اتخاذ القرارات المختلفة المتعلقة بالمنتج سواء كانت قرارات الإنتاج أو التصميم أو التسعير أو غيرها من القرارات التي تساعد المشروعات المتوسطة والصغيرة في تحديد التكلفة المستهدفة لمنتجها بالسعر التنافسي الذي يحقق ريادة في التكاليف عن مثيل هذه المنتجات بالسوق بل وزيادة المساحة التسويقية.

الكلمات المفتاحية:

تكلفة دورة حياة المنتج - التكلفة المستهدفة - المحاسبة الادارية - المشروعات المتوسطة والصغيرة.

Abstract:

The effect of the relationship between both product life cycle cost and target cost systems appears through the success of both medium and small projects and bearing their responsibilities as

cost accounting systems and management accounting systems help in presenting and providing full information necessary for the purpose of effective management and decision making necessary to ensure the success and continuity of the medium and small projects under the great technological evolution in production methods and means of communication,

This research aims at studying the effect of data and information obtained when used in finding new production developed methods by using product life cycle cost system to make gathering information process about the different stages of the product life cycle and their costs an important matter when making decisions that help medium and small projects in determining target cost, competitive price which leads to reduction of costs of production against the similar products in the market and leads also to increase in their market share.

Key words:

Product life cycle cost- Target cost- Management accounting- Medium and small projects.

الفصل الاول الاطار العام للبحث

اولاً : مقدمة البحث:

ظهر أسلوب دورة حياة المنتج ومدخل التكلفة المستهدفة نتيجة لشدة المنافسة بين المشروعات المتوسطة والصغيرة، علي أثر الانفتاح العالمي الكبير أو ما يعرف باسم ظاهرة العولمة، إذ شعرت هذه المشروعات بمخاطر وجودها في الأسواق المحلية والعالمية إن لم تسلك المسارات التي تمكنها من ذلك، في حين أن بقاءها مرهون بجودة منتجاتها وقبول المستهلك لأسعار تلك المنتجات، لذا بدأت تسعى حثيثاً لإيجاد ما يمكنها من ذلك في خضم عالم الأعمال المتسارع، فظهر أسلوب دورة حياة المنتج من خلال تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة الذي يساعد المشروعات علي الوقوف أمام المنافسة، إلا أن هذا المدخل ظهر لمعالجة تخفيض التكاليف في الشركات الصناعية وتوضيح مدى الاستفادة منه في ترشيد تكاليف المشروعات المتوسطة والصغيرة.

ثانياً: مشكلة البحث:

تبرز مشكله الدراسة في كيفية تطبيق الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية وتطبيق أسلوبى دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة حيث هما جوهر التقييم المستقبلي لتحقيق ريادة في التكلفة بالمشروعات المتوسطة والصغيرة، بالإضافة إلي تقييم القدرة التنافسية للمشروعات من خلال الموازنة بين خفض التكلفة من جهة، والحفاظ على جودة المنتج سواء خدمة أو سلعة من جهة أخرى، وما يترتب عليه من تأثير في الأداء المالي، لذلك فان يجب قياس مدى تأثير استخدام أساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية في رفع الكفاءة الائتمانية للمشروعات المتوسطة والصغيرة حيث ان تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة يهدف الي عملية التخطيط واتخاذ القرارات والرقابة مما يساعد في نجاح المشروعات.

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروعات ...

د/ هبة حسن ممد حسن خطوة

ثالثاً: اهداف البحث:

- محاولة إبراز أهم أساليب المحاسبة الإدارية التي تساعد في حل المشكلات التي تتعرض لها المشروعات المتوسطة والصغيرة في ظل الاقتصاديات الحالية في مصر.
- تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروعات المتوسطة والصغيرة.

رابعاً: أهمية البحث:

في توفير البيانات المالية التي تساعد في إدارة التشغيل للمشروعات المتوسطة والصغيرة باستخدام أسلوبى دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة في اتخاذ القرارات الصحيحة المبنية علي المعلومات الدقيقة وذلك في ظل التحولات الاقتصادية الجديدة وتقليل المعوقات التي تتعرض لها هذه المشروعات. لذا يمكن إبراز أهمية البحث من خلال الأهمية العملية:

- ١- لقاء الضوء علي أهمية تطبيق أسلوب دورة حياة المنتج في المشروعات المتوسطة والصغيرة حيث هي السلاح الاقتصادي للقضاء علي البطالة وزيادة دخل الفرد وتحقيق التنمية الاقتصادية.
- ٢- تمثل هذه الدراسة إضافة إلى موضوع استخدام التكلفة المستهدفة بالمشروعات المتوسطة والصغيرة ودورها في تخفيض التكاليف.

الأهمية العلمية:

يعتبر هذا البحث محاولة متواضعة لمعالجة بعض المشروعات المتوسطة والصغيرة باستخدام أسلوبى دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة ، كما يعتبر البحث فرصة للدارسين والباحثين لاستكمال دراسة عوامل وعناصر اخري ترتبط بتلك المشروعات بما يساعد علي نجاحها ونموها وتقديمها.

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرهما في نجاح المشروع ...

د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

خامساً: منهج الدراسة:

تتبع الباحثة المنهج الاستقرائي الاستنباطي من خلال:

المنهج الاستقرائي:

حيث المنهج الاستقرائي على تمهيد تكوين الفروض وتعد الكتب والمراجع والمؤتمرات والأبحاث والدوريات والرسائل أهم الأدوات التي اعتمدت عليها الباحثة، وكذلك عبر الانترنت تمهيداً لاستنباط الإجابة عن تساؤلات البحث في قياس اثر أساليب المحاسبة الإدارية ائراستخدام اسلوبى دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة علي المشروعات المتوسطة والصغيرة التنمية الاقتصادية في مصر. وتقوم الدراسة النظرية علي أساس المنهج الاستقرائي باستعراض الباحثة عما تم من دراسات في مجال البيانات والمعلومات المالية لأساليب المحاسبة الإدارية وربطها بالمشروعات المتوسطة والصغيرة.

المنهج الاستنباطي:

يعتمد على الدراسة الميدانية المقدمة عن طريق عرض قائمة الاستقصاء وذلك للحصول على البيانات الحقيقية والفعلية من خلال تحليل عينات الدراسة موضوع البحث لقياس اتجاهات عينة من تطبيقي اسلوب دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة علي المشروعات المتوسطة والصغيرة.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت أسلوب التكلفة المستهدفة ودورة حياة المنتج والتي جاءت بأهمية الاسلوبين في بناء إطار لاستخدامه في تحسين التكاليف من خلال الاستناد الي دراسة العلاقة التكاملية بين أسلوب التكلفة المستهدفة ودورة حياة المنتج وأدوات إدارة التكلفة المختلفة وذلك لتحقيق الأهداف الاستراتيجية المتمثلة في تحسين التكاليف التي يمكن تحقيقها من خلال هذه العلاقة التكاملية منها.

- دراسة أحمد، نهي جودت عطية (٢٠١٧) هدفت الدراسة الي: التركيز علي استخدام تقنيتان فقط لإدارة التكلفة ألاوهما تكاليف دورة حياة والثانية تقويم دورة حياة المنتج LCA وحيث يصعب تناول جميع تقنيات إدارة التكلفة والتركيز علي كيفية

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروع...

د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

ترشيد إدارة التكلفة مع الحفاظ علي المعايير البيئية السليمة والتي توصلت يعد النجاح وليدا لتنفيذ استراتيجيات فعالية باستخدام أساليب المحاسبة الإدارية وعليه توصي الدراسة باستخدام الاطار المقترح للتكامل بين تكلفة دورة الحياة وتقييم دورة من خلال سلسلة القيمة لتقديم التقارير اللازمة لدعم اتخاذ القرار .

دراسة: (الصدیق ،أدریس وهلال يوسف ٢٠١٥) أهمية الدراسة الي: معرفة أثر تطبيق التكلفة المستهدفة في المشروعات الصناعية على تخفيض تكلفة المنتجات من خلال دراسة العلاقة بين السعر والتكلفة.، معرفة الدور الذي تلعبه التكلفة المستهدفة في تخفيض التكاليف وإيجاد ميزة تنافسية للمشروعات الصناعية.

توصلت الي: ضرورة الأهتمام بتحليل الأنشطة المختلفة لتحديد تكلفتها عند وضع سعر البيع المستهدف وهامش الربح.، الإهتمام بمتطلبات ورغبات العملاء والموارد التي يستطيع التضحية بها عند تحليل مسببات التكلفة لوضع السعر المستهدف

دراسة Michal Steinbergera, Iris Reinhartz-Bergera, Amir Tomerb ٢٠١٩ هدفت الدراسة الي تحليل متغيرات دورة حياة المنتج واستخدام المتطلبات والاختبار والآثار التي يعد من خلالها تحليل التباين نشاطاً أساسياً يدعم زيادة وتنظيم إعادة الاستخدام دورة حياة المنتج عبر برامج مماثلة للمنتجات. توصلت الدراسة الي: تقصير الوقت للسوق وخفض التكاليف أمر ضروري للمشروعات صغيرة او متوسطة. عند تطوير برامج مماثلة للمنتجات . توفر المساعدات المناسبة لتحسين الإنتاجية وزيادة الجودة وخفض التكلفة واحتياجات العمل.

سابعاً: خطة البحث: ستقوم الباحثة بتقسيم البحث إلي الفصول التالية:-

الفصل الاول: الاطار العام للبحث.

الفصل الثاني: اثر اسلوب تكلفة دورة حياة المنتج علي المشروعات الصغيرة والمتوسطة

الفصل الثالث: اثر اسلوب التكلفة المستهدفة علي المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

الفصل الثاني

اثر تطبيق تكلفة دورة حياة المنتج علي المشروعات الصغيرة والمتوسطة

تمهيد:

يعتبر أسلوب دورة حياة المنتج أحد أهم أساليب المحاسبة الإدارية التي تنسم بالنظرة الشمولية لتكلفة المنتج خلال حياته، وقد تم استخدام هذا الأسلوب لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية ثم توالي استخدامها في العديد من دول العالم وتعد ألمانيا من أكثر الدول التي يتم تطبيق أسلوب تكلفة دورة حياة المنتج في شركاتها .

١- تطبيق أسلوب دورة حياة المنتج:-

أ. يعد أسلوب تكلفة دورة حياة المنتج من أهم العوامل التي تتعرف علي مدى نجاح المنتج في السوق وتعتبر عامل مساعد في عملية تصنيع القرارات المتعلقة بالمنتج، وترتبط تحديد تكلفة المنتج خلال مراحل دورة حياة المنتج المختلفة بضرورة التعرف علي المراحل المختلفة لدورة حياة المنتج حيث توجد وجهات نظرة مختلفة لمراحل دورة حياة المنتج منها وجهة النظر التسويقية ووجهه النظر الإنتاجية ووجهه النظر للمستهلك. وقد تعددت الدراسات التي نادت باستخدام أسلوب تكلفة دورة حياة المنتج والتي تضمن مجموعة من الأبعاد:

المجموعة الأولى: البعد الذي يتناول العلاقة التكاملية بين أسلوب دورة حياة المنتج وبين أدوات إدارة التكلفة مثل نظام إدارة التكلفة على أساس النشاط والتكلفة المستهدفة، مدخل إدارة الجودة الشاملة، تحليل القيمة، هندسة القيمة، سلسلة القيمة.

المجموعة الثانية: المفاهيم أسلوب دورة حياة المنتج:

المنافع التي يقدمه أسلوب تكلفة دورة حياة المنتج في ضوء بيئة التصنيع الحديثة.

(ب) مع تعدد المفاهيم الخاصة بها تستخدم دورة حياة المنتج في صنع القرارات الإدارية. تعرف دورة حياة المنتج: بأنها تلك المراحل التي يمر بها المنتج من نقطة تصوره كفكرة مطروحة للدراسة والتقييم حتي انتهاء حياة المنتج وسحبه من السوق والتوقف عن إنتاجه، وتعرف دورة حياة المنتج علي وفق محور الإنتاج بأنها " سلسلة من الأنشطة داخل الشركة والتي تبدأ مع البحث والتطوير تليها التصميم والتسويق والتوزيع وخدمة العملاء "

وبذلك ترى الباحثة ضرورة التعرف الي تعريف والمراحل الأربع لدورة حياة المنتج ويمكن توضيح المراحل الأربعة لدورة حياة المنتج والمتمثلة (التقديم، النمو، النضج، الانحدار)، كما تقيس دورة حياة المنتج الوقت من بداية البحوث والتطوير الأولية الي امداد العملاء بالمنتج ويتوقف طول حياة المنتج علي التطور التكنولوجي الذي عليه المنتج وسهولة دخوله الي السوق بل ووجود المنتجات البديلة ودرجة القبول بالسوق أي المساحة السوقية.تظهر الأهداف الأساسية لمدخل دورة حياة المنتج الكلية أهمها:

- ١- تساعد تكلفة دورة حياة المنتج الكلية في تطوير معني التكلفة الكلي للتكلفة.
- ٢- تساعد في تحديد تكلفة التخطيط خلال مرحلة التصميم وإدارة التكلفة.
- ٣- تساعد في تحديد التكاليف البيئية للمنتج كما انها تحث على تخفيض التكاليف.
- ٤- تساعد في التركيز على الاختلافات ما بين التكاليف الكلية التي تمت في المراحل الاولية للمنتجات.

حيث يقوم مفهوم دورة حياة المنتج علي عدد من الافتراضات وهي:

- ان كل مرحلة من مراحل دورة حياة المنتج تختلف المبيعات والأرباح تبعاً لاختلاف هذه المراحل ويمكن القول إن حياة المنتج تقصر كلما زادت المنافسة في السوق.
- إن عملية تطبيق استراتيجية تسويقية في مرحلة معينة من مراحل حياة المنتج قد لا يمكن تطبيقها في مرحلة لاحقة.
- إن للمنتجات حياة محددة وهي أشبه بحياة الإنسان منذ ولادته وحتى مماته أي يمكن أن تكون الحياة طويلة أو قصيرة.
- إن المنتج لا يشترط أن يمر بجميع مراحل دورة حياته فقد ينتهي في أي مرحلة.
- ج. إن عملية تحقيق النجاح للمنتج عبر مراحل دورة حياته يستلزم الأمر دراسة طبيعة المنتج وحالة التنافس القائمة في السوق وأي جوانب أخرى.

٢- مراحل دورة حياة المنتج وتأثيرها على المشروعات المتوسطة والصغيرة:

للقوف علي هدف دورة حياة المنتج الي تحديد المراحل المختلفة التي يمر بها المنتج لتحقيق أهداف المشروعات المتوسطة والصغيرة في تخفيض التكاليف الخاصة بمنتجاتها وتقسيم تكلفة المنتج من خلال مراحل دورة حياة المنتج، وتبدأ من عملية تحليل مستقبلي لحالة المنافسة الذي سيشهدها المنتج في مراحل إنتاجه وصولاً الي المعاملة التي يتعامل بها عند دخوله للسوق، من المعروف إن المنتج يمر إثناء دورة حياته بمجموعة من المراحل شأنها في ذلك شأن الكائن الحي في التقديم والنمو والنضوج انتهاءً بمرحلة الانحدار.

٣- النظرة التسويقية:

هي عملية تحديد مراحل دورة حياة المنتج من وجهة نظر تسويقية حيث يتم وصف للتنبؤ بنمط مبيعات المنتج خلال حياة المنتج أي ان وجهه النظر التسويقية لا تهتم بعنصر تكلفة المنتج انما تهتم بحجم مبيعاته، حيث تمثل دورة حياة المنتج من وجهه النظر التسويقية دورة حياة الإيرادات والتي ترتبط بالتغيير في منحني البيانات.

أ- مرحلة التقديم:

هذه المرحلة هي المرحلة الأولى من دورة حياة المنتج هي ولادة المنتج وخروجه من المصنع وبدأ عرضة في السوق علي العملاء وغيرهم ، ولان هذه المرحلة هي عملية تقديم المنتج للعملاء للمرة الاولي فإنها تأخذ وقتاً طويلاً في تقديم مميزاتا حيث يعني هذا ان المستهلك لا يعلم شيء عن المنتج لأنه منتج جديد يتعامل معه لأول مرة، وماهية الخصائص والمزايا التي يتمتع بها بالمقارنة مع منتجات سابقة وتمتاز هذه المرحلة بعدد من الخصائص والتي تري الباحثة ان أبرزها:

- انخفاض حجم المبيعات وارتفاع في سعر المنتج لتغطية تكاليف الإنتاج والتسويق.
- ارتفاع تكاليف الإنتاج وانخفاض عدد الوحدات المنتجة وعدم المجازفة بإنتاج عدد أكبر من الوحدات.

- ارتفاع التكاليف بسبب حرص المشروع على تقديم المنتج بجودة عالية عن مثيله بالسوق دون عيوب أو شوائب.
- ارتفاع التكاليف الخاصة بقياس معدل المخرجات ويرجع ذلك لما تواجهه المشروعات المتوسطة والصغيرة من مشكلات التكنولوجيا وخاصة في مجال الإنتاج مثل (عدم تحقق الاستقرار الكامل في التعامل بالإنتاج على نمط موحد، عدم وجود دافع للمجازفة في إنتاج)

ب- مرحلة النمو:

وتعد هذه المرحلة الثانية من مراحل دورة حياة المنتج حيث يحدد نجاح المنتج في هذه المرحلة بالتقدم في زيادة الطلب علي المنتج والذي يضيف عليها المزيد من المنافسين الذين يسعون للدخول إلي السوق أيضا وبنفس المنتج او منتج مماثل وخصوصا بعد أن تتضح مؤشرات الزيادة في الطلب وارتفاع حجم المبيعات لتنعكس علي زيادة في هامش الربح والتي يقابلها انخفاض واضح في تكاليف الإنتاج مما يصاحبها (استقرار نسبي في تكاليف التسويق).

- وتتراوح الفترة الزمنية لمرحلة النمو للمنتج ما بين عدة أيام وعدة سنوات، معتمد المشروع فيها علي طبيعة ونوع المنتج وسرعة اكتساب ثقة العملاء والزبائن والمستهلكين واستمرار هذه الثقة له.
- المشروع يستطيع في هذه المرحلة تحقيق أقصى أرباح ممكنة الا إن الوصول إلي هذا المستوي يمثل مؤشر لبدء مرحلة جديدة ألا وهي مرحلة انخفاض الأرباح أيضاً.
- في نهاية هذه المرحلة يجب علي المشروع أن يقوم بجمع المعلومات المهمة بخصوص نقاط الضعف ونقاط القوة التي تتعلق بالمنتج ورد فعل العملاء .
- يجب القيام بعمل تخفيض طفيف علي الأسعار في الوقت المناسب خلال هذه المرحلة وذلك لكسب الزبائن الذين لا يزالون مترددين في الشراء لأن حياة المنتج في منحنى الربح تستمر بالارتفاع وتصل إلي أعلى نقطة لها في نهاية مرحلة النمو إذ تبدأ بعدها بالانخفاض بسبب دخول المنافسين

واضطرار المشروع إلي تخفيض الأسعار وبالتالي تقليل نسبة الربحية.

ج- مرحلة النضج:

في هذه المرحلة يبدأ المنافسون بتقديم منتجات منافسة لمنتجات المشروع للحصول علي الحصة التسويقية التي تسعى الي تحقيقها المشروعات المتوسطة والصغيرة .
وتعد مرحلة النضج هي المرحلة الأطول من بين مراحل دورة حياة المنتج حيث ان معظم المنتجات في هذه المرحلة تكون في نهاية دورتها وتتعامل مع هذه المرحلة بجد للدخول فيها وتنقسم الي مجموعة من الفترات:

الفترة الأولى:

مرحلة النضج المتصاعد وفي هذه الفترة يأخذ معدل النمو في المبيعات بالاستمرار في الزيادة نظرا لدخول بعض قطاعات جديدة من مستهلكي المنتج والتي تزيد من تعداد العملاء الزبائن.

الفترة الثانية:

النضج المستقر تبدأ المبيعات في الاستقرار النسبي نتيجة حدوث تشبع في السوق من المنتج ولا يلوح في الأفق ما يدعو لزيادة الطلب نتيجة لتوقف دخول زبائن جدد.

الفترة الثالثة:

النضج المتضائل وهي مرحلة النضج المنحدر وهنا تبدأ المبيعات بالانخفاض الواضح من جراء المنافسة الشديدة في السوق وفقدان المنتج لمميزاته التنافسية ويبدأ الزبائن بالتحول التدريجي نحو إشكال جديدة من المنتجات الأخرى المماثلة.
لذلك يجب:

- ١- تحسين جودة المنتج بإضافة خصائص جديدة.
- ٢- اجراء تعديل بشكل منظم في المنتج تبعا لتغيير اذواق واحتياجات المستهلك.
- ٣- تخفيض سعر المنتج لجذب عملاء جدد.
- ٤- مضاعفة الجهود في أنشطة الترويج والاعلان والتسويق.

د- مرحلة الانكسار:

حيث تبدأ الحاجة الي انتاج منتج جديد لإشباع رغبات واحتياجات المستهلكين

بالتوجه نحو شراء منتجات بخصائص وامكانيات أخرى تختلف عن إمكانيات المنتج الحالي، يتم في هذه المرحلة سحب المنتج من السوق والبدء في تقديم منتجات جديدة تحافظ علي مكانه المشروع وحصته السوقية وفتح أسواق جديدة،

- وتعد مرحلة الانكسار هي المرحلة الأخيرة لدورة حياة المنتج والتي تؤول في نهايتها إلي خروج المنتج من السوق ويحاول المشروع إنتاج منتجات جديدة للدخول بها الي السوق مرة أخرى إذ تحاول المشروعات اعادة تجنب الدخول إلي هذه المرحلة عن طريق التطوير والابتكار المستمر إذ يتم من خلال ذلك تجديد دورة حياة المنتج.وتبدأ هذه المرحلة بالانخفاض الشديد في مستوى المبيعات وارتفاع واضح في التكاليف.

- يستمر المشروع في مرحلة الانحدار وبعد انخفاض المبيعات وارتفاع التكاليف في الإنتاج قياساً بما تحصل عليه من أرباح محدودة أوخسارة مقابل ما يقدمه من منفعة اجتماعية أو إنسانية للمجتمع من خلال ذلك المنتج. كما قد تلجأ المشروعات في هذه المرحلة إلي تبني أحد التوجهات وهي إما الخروج من السوق كلياً أو البقاء في السوق مع تخفيض عدد من المنتجات المعروضة أو التركيز أو الاستغناء عن قطاعات معينة في السوق أو حتي الي خفض تكاليف التوزيع والترويج أو تخفيضات كبيرة في الأسعار.وهناك بعض الانتقادات أو المحددات في استخدام دورة حياة المنتج في مجال أعمال المشروعات.

- ليس بالضرورة تماماً أن تمر جميع المنتجات مراحل دورة حياة المنتج كاملة وهذا يعني بأنه لا يمكن تطبيق المفهوم بشكل متكامل على عدد غير قليل من المنتجات.

- اختلاف وجهات النظر الي دور دورة حياة المنتج لاختلاف أولويات انتاج المنتج وكذلك المراحل الإنتاجية التي يمر بها علي مدار عمرة الإنتاجي، حيث تري الباحثة ضرورة النظر الي وجهه النظر التسويقية والانتاجية لتحقيق الاستغلال الأمثل من استخدام أسلوب تكلفة دورة حياة المنتج للوصول الي التكلفة المستهدفة المطلوب تنفيذها لتحقيق الميزة التنافسية للمنتج عن مثيله من المنتجات بالسوق. لذا يجب التعرف علي كل من النظرة " التسويقية والانتاجية "

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروع...

د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

٤- وجهه النظر الإنتاجية:

وجه النظر الإنتاجية تهدف الي التعرف علي تكلفة المنتج خلال دورة حياة المنتج من خلال تقدير تكاليف دورة الحياة المتعلقة بالأنشطة التي يتم القيام بها من قبل المنتج.

أ- مرحلة ما قبل الإنتاج:

تضم هذه المرحلة مجموعة من الأنشطة التي يتم القيام بها قبل ان يظهر المنتج في صورة مادية حيث الأنشطة الهامة التي يتم اتخاذها في هذه المرحلة حيث تأثيرها علي التكاليف في باقي المراحل التي يتم تحديدها والتي تؤثر عليها من خلالها عمل دراسة تسويقية للتعرف علي رغبات واحتياجات واذواق المستهلكين والبدء في التخطيط المبدئي للمنتج.

ب- مرحلة الإنتاج:

تبدأ عملية الإنتاج بالقيام ببعض الأنشطة والتي تهدف الي استخدام عناصر الإنتاج من (مواد، أجور، خدمات) وذلك لإتمام العملية الإنتاجية وتتضمن الأنشطة الأساسية (المدخلات- العمليات- المخرجات)

وتختلف العمليات الأساسية من منتج الي اخر حسب نوعية المنتج ذاته وكذلك اختلاف طريقة الإنتاج. فقد تطورت اساليب الإنتاج الحديثة وتزايد الاعتماد على تكنولوجيا الآلات الحديثة والاتصالات في عملية الإنتاج والتسويق.

ج- مرحلة ما بعد الإنتاج:

هي المرحلة التي تبدأ بعد الانتهاء من المنتج النهائي وتبدأ عملية التسويق له، عملية البيع وتحقيق الأرباح المرغوب فيها والمحافظة على الحصة التسويقية للمنتج في السوق وتعتبر هذه المرحلة من المراحل الهامة حيث لا يجب اغفائها عند اتخاذ أي قرارات تتعلق بالمنتج. وتتضمن هذه المرحلة عدة أنشطة تساعد في جذب المستهلك واقباله على شراء هذه السلعة وهي التعبئة والتغليف والدعاية والاعلان والبيع وعملة التوزيع للمنتج في النهاية حيث: -

- التعبئة والتغليف من الأنشطة الهامة جداً التي تحافظ علي المنتج وجعله صالح لعملية البيع ويتم في هذه المرحلة وضع محددات المنتج في العبوات المصممة

خصيصا له مع اظهار مميزاته وجودته.
-الدعاية والاعلان المساعد الاولي لترويج المنتج من خلال توفير المعلومات اللازمة عن المنتج وإبراز أهمية خصائصه .
-عملية البيع والتوزيع وهي من الأنشطة الرئيسية التي يتم عن طريقها انتقال حيازة المنتج من الجهة المنتجة الي المستهلك ونقله بطريقة سليمة.
ويستنتج من ذلك ان مراحل دورة حياة المنتج من وجه النظر الإنتاجية تعتبر من اهم المراحل المفيدة في التعرف على التكاليف الحقيقية للمنتج في كل مرحلة من مراحلها.

الفصل الثالث

اثر اسلوب التكلفة المستهدفة علي المشروعات الصغيرة والمتوسطة

من أهم أساليب التكلفة التي تهدف الي إدارة تكلفة المنتج خلال دورة حياة المنتج الكلية من خلال اختراق التكلفة، مع الحفاظ علي الجودة المستهدفة (القيادة المستهدفة للتكلفة)، وذلك بالتكامل مع التكلفة المستهدفة من وجهة نظر منشآت الاعمال طبقا للإمكانيات الداخلية ومستوي التكنولوجيا، وعلي الجانب الاخر من وجه نظر العميل وبين التكلفة المستهدفة والتي سوف يدفعها مقابل استخدام المنتج في ظل ظروف تنافسية معقدة تساعد العميل علي الاختيار بين البدائل المتعددة ليصبح مدخل التكلفة المستهدفة احد أهم أساليب التكلفة الحديثة الذي يحقق لمنشآت الاعمال ميزة تنافسية تدعم استمراريتها.

وقد ظهر مدخل التكلفة المستهدفة نتيجة لشدة المنافسة بين المشروعات المتوسطة والصغيرة، علي أثر الانفتاح العالمي الكبير أو ما يعرف باسم ظاهرة العولمة، إذ شعرت هذه المشروعات بمخاطر وجودها في الأسواق المحلية والعالمية إن لم تسلك المسارات التي تمكنها من ذلك، في حين أن بقاءها مرهون بجودة منتجاتها وقبول المستهلك لأسعار تلك المنتجات فظهر مدخل التكلفة المستهدفة الذي يساعد المشروعات علي الوقوف أمام المنافسة.

١ - التكلفة المستهدفة:

التكلفة المستهدفة: هي نظام تخطيط الربح وإدارة التكلفة للوصول الي السعر

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرهما في نجاح المشروع...

د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

المنافس من خلال التركيز علي المراحل الأولية لتصنيع المنتج وتطوره في دورة حياة المنتج الكلية وتحليل الأنشطة في سلسلة القيمة مع متطلبات العملاء.

- التكلفة المستهدفة " هي أداة لإدارة التكلفة تهدف الي تخفيض تكلفة المنتج اثناء مراحل التخطيط والتصميم من خلال مراحل دورة حياة المنتج ومن ثم فان هذه الأداة تحاول تخفيض التكلفة عند مرحلة التصميم لكبر حجم الوفرات التي يمكن تحقيقها عند تلك المرحلة عنها في المراحل التالية لها"

- تعد التكلفة المستهدفة هي " نظام تخطيط الربح وإدارة التكلفة للوصول الي السعر المنافس من خلال التركيز علي المراحل الأولية لتصنيع المنتج وتطويره في دورة حياة المنتج"

وترى الباحثة ان التعريف الأمثل لمدخل التكلفة المستهدفة والذي يوضح العديد من الابعاد لتحقيق الهدف الأصلي هي تخفيض التكاليف الخاصة بالمنتج حيث انها "مدخل لتخفيض التكاليف في كافة المراحل بدأ من مرحلة التخطيط للمنتج وانتهاءً بمرحلة ما بعد البيع كما انها من أهم الأساليب التي يصلح تطبيقها في حالة المنتجات الجديدة. ولا تتمثل أهمية مدخل التكلفة المستهدفة في تخفيض التكاليف فقد بل هي جزء من استراتيجيات كاملة لإدارة الإنتاج.

وتظهر الركيزة الأساسية للبعد النظري والتطبيقي لمدخل التكلفة المستهدفة ودورة حياة المنتج ومن خلال العرض لبعض التعريفات التي اوضحتها الباحثة يمكن التوصل الي إيضاح لأبعاد مدخل التكلفة المستهدفة:

البعد النظري:

الجزء الأول في هذا البعد: هو إدارة التكلفة المستهدفة من خلال دورة حياة المنتج: حيث يلاحظ ان مدخل التكلفة المستهدفة يتم من خلال الابعاد الاستراتيجية – تظهر تكلفة دورة حياة المنتج من وجهه نظر العميل والمتمثلة في عناصر التكلفة الخاصة بملكية المنتج طوال حياته مثل (سعر الشراء تكلفة التشغيل والصيانة تكاليف إحلال المنتج بمنتج جديد) والتي يقوم المشروع بتحليلها للوصول الي كافة المراحل التي يجب ان يسلكها المنتج لتحقيق القيمة المستهدفة منذ بدء المنتج كفكرة الي الوصول به

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروعات ...

د/ هبة حسن مملد حسن خطوة

الي مرحلة الانتهاء من المنتج وإعادة تدويره.

الجزء الثاني: يتمحور في النظرة الشمولية لمدخل التكلفة المستهدفة والذي يهدف الي اعتبار التكلفة المستهدفة مؤشراً هاماً لتصميم المنتج لما يساهم في خفض التكاليف للمنتج بنسبة مرتفعة بالمقارنة بالتكاليف الإجماليه في باقي مراحل المنتج، ويمتد ليصبح أداة لمعايرة وتقييم أداء الأنشطة المالية والتشغيلية خلال مرحلتي الإنتاج وما بعد الإنتاج.

- البعد التطبيقي:

ويعد البعد التطبيقي هو الركيزة الثانية في عمل فريق متكامل يضم كافة التخصصات لتحديد البدائل واختيار أفضلها، حيث يتميز هذا الفريق بالخبرات والمهارات التي تسهل عملهم في تقليل التكاليف الخاصة بالمنتج .

- يعتمد البعد التطبيقي في تطبيقه على اختيار المشروع لفريق عمل يضم التخصصات (البحوث والتطوير، التسويق والمبيعات، إدارة التكلفة، خدمات ما بعد البيع والصيانة). لفحص وتقييم البدائل المتاحة التي يخدم بها تحقيق أهدافه الأساسية ويتجاوب مع متطلبات السوق بالتالي تظهر أهمية التكلفة المستهدفة في بعد استراتيجي يتمثل في المحرك الذاتي في كفاءة وفعالية الأداء حيث يعتبر نظاما متطور لتحسين الأداء نحو تحقيق اهداف إدارة التكلفة.

وللتعرف علي مدخل التكلفة المستهدفة من خلال مجموعة من الخصائص:

- تحديد التكلفة مقدماً في مرحلة تصميم المنتج والتي يجب الا تتعداها التكلفة الفعلية لهذا المنتج، ويجب أن تقوم المنشأة بتحديد هيكل المنتج.

- تعد أحد أدوات إدارة التكلفة التي يمارسها المشروع بفرض الرقابة وخفض التكاليف بشكل مستمر، بهدف إرضاء العميل ودعم القدرة التنافسية للمشروع وضمان بقاؤه ونموه واستمراريته.

- أحد أدوات الإدارة الاستراتيجية للتكلفة التي تمزج بين مدخل الإدارة الاستراتيجية ومدة إدارة التكلفة والتي تعتمد على أدوات أخرى بخلاف التكلفة المستهدفة مثل " تحليل الأنشطة وهندسة القيمة تحليل القيمة- إدارة الجودة الشاملة"

وتقوم التكلفة المستهدفة بتوفير ميزتين أساسيتين هما: ميزة قيادة التكلفة، وميزة

التمايز بمعنى أنالمشروعات تتفوق على خصومها من وجهة نظر عملائها: ميزة قيادة التكلفة: تشير إلي قدرة المشروع في أداء عملياته بتكاليف أقل من المنافسين. حيث يكون السعر الأقل هو خيار العميل لتقليل التكلفة؛ مما يدعو المشروع لإتباع استراتيجية قيادة التكلفة

ميزة التمايز: وتشير ميزة التمايز عموماً إلي المكانة الفريدة والمنتج الفريد الذي يتيح للمشروع أن يحتل به وضعاً تنافسياً متميزاً في السوق، في الاعتماد علي عوامل وأبعاد ذات قيمة لدي المشتري غير السعر أو تقليل التكلفة كما في ميزة قيادة التكلفة. عند ذلك يصبح المشروع قادرة علي تحقيق ميزة التمايز والتي تنقسم لنوعين هما: ميزة التمايزالسوقي: يتحقق عندما يستطيع المشروع إيجاد صورة ذهنية فريدة لمنتجاته في السوق مما يكسبها ولاء العميل بناء علي قدرتها في تلبية رغباته وحاجاته من المنتج.

ميزة التمايز بالابتكار: يتحقق عندما يستطيع المشروع إنتاج وتقديم أكثر المنتجات حداثة وجاذبية حتي اليوم؛ سواء فيما يتعلق بالخدمة أو السلعة. و تتضح أهم المرتكزات التي يبني عليها مدخل التكلفة المستهدفة في:

- أسلوب يركز علي تخطيط وإدارة التكلفة بما لا يتعارض مع الجودة والوقت.
- التركيز علي مراحل البحث وتطوير وتصميم المنتج.
- تقديم المنتج بالجودة والسعر المناسب بحسب متطلبات العملاء.
- يتم الاعتماد علي أسعار السوق في تحديد التكلفة المستهدفة للمنتج.
- يركز علي المنتجات ذات الدورات الحياتية قصيرة الأجل نسبياً.

- النظرة الشمولية لمدخل التكلفة المستهدفة:

وذلك باعتبار أن مؤشرات تصميم المنتج في حدود تكلفة معينة في مرحلة التخطيط والتصميم تتيح إمكانية خفض نسبة ٨٥% من اجمالي تكاليف المنتج في هذه المراحل وتمتد خلال مرحلتي الإنتاج وما بعد الإنتاج وتعد هذه الاستراتيجيات من الاستراتيجيات الحديثة للتكلفة المستهدفة.

- الاستعانة بالأساليب والتقنيات الحديثة لإدارة التكلفة المستهدفة: حيث يستعين مدخل

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرهما في نجاح المشروع... ..

د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

التكلفة المستهدفة بمجموعة من الأساليب الحديثة مثل أسلوب تكلفة دورة حياة المنتج، وتحليل سلسلة القيمة للتكاليف علي أساس العمليات والنشاط والمواصفات.

٣- كيفية قياس التكلفة المستهدفة:

١/٣ تحديد سعر البيع المحدد في السوق (المنافس):

يستخدم مدخل التكلفة المستهدفة كنقطة البداية في تحديد سعر البيع للمنتج وذلك لوجود العديد من العوامل التي تؤثر في بيع المنتج مثل طبيعة المنتج، صفات العملاء ومتطلباته، ظروف السوق، دورة حياة المنتج، كمية المبيعات، استراتيجيات المنافسين، والسوق كل ذلك يحدد السعر التنافسي الذي يجب ان تقوم المشروعات بتحديد أسعار منتجاتها في السوق.

٢/٣ تحديد هامش الربح المرغوب فيه:

يرتبط الربح المستهدف بما تعي المشروعات والمتوسطة والصغيرة الوصول اليه من أرباح مخطط لها وبخاصة على المدى المتوسط مع الاخذ بالاعتبار تكلفة الأموال التي تولد تلك الأرباح، حيث يقوم مدخل التكلفة المستهدفة باحتساب اجمالي الربح المستهدف علي ضوء خطط الأرباح متوسطة الاجل التي تغطي الفترة من ٣-٥ سنوات ثم يتم تقسيم الربح الي أرباح مستهدفة لكل المنتجات التي يتم تسويقها في السوق مستقبلا.

يجب تحقيق الأهداف الاستراتيجية للتكلفة المستهدفة حيث لا بد من تحقيق الشقين الأساسيين الا وهما مرحلتي التخطيط والتصميم باعتبارهما الهدف الأساسي في تجديد تكلفة محددة وذلك خلال مرحلة التصميم، اما الهدف الثاني في مرحلة الإنتاج وما بعد الإنتاج هدف الي تحقيق اعتبار التكلفة المستهدفة معيار لتقييم الأداء.

٤- الأهداف الأساسية من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة:

تسعي المشروعات والمتوسطة والصغيرة يكون الهدف الأساسي في المشروعات المتوسطة والصغيرة تخفيض التكاليف بالنظام التقليدي للتكلفة فانه يتم التقليل من فرص الضياع والتلف بالمشروع دون الاخذ في الاعتبار التكلفة المستهدفة للإنتاج. كما أن التكاليف يتم تحميلها علي المنتج وتكون هي المحدد الرئيسي في تحديد سعر

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروع ...

د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

البيع دون النظر الي سعر السوق مسبقاً، لا يأخذ النظام التقليدي للتكلفة في الحسبان قرارات او مقترحات الموردين والمستهلكين قبل عملية الإنتاج ولكن يتم اخذ المقترحات بعد الانتهاء من مرحلة الإنتاج، وهذا عكس نظام أسلوب التكلفة المستهدفة. تهدف التكلفة المستهدفة الي الاخذ في الاعتبار قرارات و اراء الموردين والمستهلكين قبل مرحلة الإنتاج. ونظرا لتطور اساليب وأدوات الإنتاج والتقدم التكنولوجي وزيادة حدة المنافسة ادي ذلك الي ظهور اسباب واهمية التكلفة المستهدفة.

٥- التكامل بين اسلوبى دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة:

حيث اهم أهداف التكلفة المستهدفة التي تسعى إلى تحقيقها بالمشروعات المتوسطة والصغيرة عملية تخفيض التكاليف للمنتجات من خلال استخدام اسلوب دوة حياة المنتج وصولاً الي تطبيق دور التكاليف المستهدفة باستخدام طرق منها: استحداث وابتكار أساليب إنتاج جديدة مبتكرة غير مطبقة، وبدائل جديدة لمدخلات الخامات وباقي خطوات الإنتاج التي يمكن استخدامها.

ج) الاسترشاد بأسعار البيع التنافسية بالسوق التنافسي لتخطيط التكلفة المستهدفة، والتي تمثل مرشداً لحدود التكلفة المستهدفة من وجهة نظر المستهلك وتحقيقاً لأهداف المشروعات المتوسطة والصغيرة.

د) التعرف مسبقاً علي الجانب السلوكي للتكاليف يساعد في تحديد التكاليف المستهدفة للمنتجات المشروعات المتوسطة والصغيرة، ويمثل حافز ودافع لكافة المشاركين في البحث عن الاستخدام الاقتصادي الامثل للموارد لتحقيق الأهداف المستهدفة.

هـ) يستهدف تخفيض التكاليف الوصول الي التكلفة المستهدفة لتحقيق ميزة تنافسية للمشروعات والحفاظ علي مستوي الجودة للمنتجات، أي ان تخفيض للتكاليف لا يؤثر علي مستوي جودة المنتج.

١/٥ اهمية التكامل بين اسلوبى دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة :

ومع ظهور الارتباط ما بين كل من التكلفة المستهدفة ودورة حياة المنتج في تخفيض التكاليف وتصميم وتنفيذ الخطط الاستراتيجية في طرح المنتجات الي السوق بالتكاليف المنافسة حيث يظهر ذلك واضحاً في انها مدخل من المداخل اللازمة

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروعات ...

د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

لترشيد جوانب الانفاق المختلفة دورة حياة المنتج لهدف تخفيض عناصر التكاليف وبالتالي الوصول الي تحقيق ميزة تنافسية.

من ذلك تجد الباحثة انه من الضروري ان يكون هناك متطلبات أساسية لتطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودورة حياة المنتج حيث اكدة العديد من الدراسات ضرورة توافر الحد الأدنى من المتطلبات (النظام الداخلي والخارجي للأداء) كما انه يجب ان يكون هناك توضيح للجوانب الإدارية والمالية والتطبيقية لنظام التكلفة للمنتج لذلك بجب مراعات المتطلبات الأساسية الواجب توافرها لتطبيق مدخل التكلفة المستهدفة .
٢/٥ توافق الاتجاهات البيئية والسياسية مع بيئة الاعمال المنافسة:

حيث يجب توافر البيئة والمناخ المناسب للبيئة الاقتصادية التي تساعد المشروعات المتوسطة والصغيرة في تطبيق المزيد من الاتفاقيات الاقتصادية التي تساعد في تشجيع الاستثمارات المحلية والعالمية وتحقق الاستفادة المطلوبة لتلبية الاحتياجات الاقتصادية في خلق مجموعة من الاساسيات منها:

وتعتمد التكلفة المستهدفة بالتركيز علي سعر البيع والعميل وتصميم المنتج كما انها من الانظمة التي تساعد في تخفيض التكلفة في مرحلة تطوير وتصميم منتج جديد تمام أو اجراء تغيير شامل او بسيط في منتج قديم.

النتائج :

- ١- عدم وضوح اهمية تطبيق اساليب المحاسبة الادارية في تحديد تكاليف المنتجات للمشروعات المتوسطة والصغيرة
- ٢- عدم توضيح اهمية تطبيق اسلوب تكلفة دورة حياة المنتج علي المشروعات المتوسطة والصغيرة في تسهيل عملية الاختيار ما بين البدائل وتقديمها بطريقة أكثر فعالية عن طريق توفير المعلومات الكافية عن تكلفة البدائل
- ٣- عدم تفعيل تطبيق اسلوب التكلفة المستهدفة من خلال تطبيق دورة حياة المنتج علي المشروعات المتوسطة والصغيرة في حفص التكاليف للمنتجات لضمان الاستمرارية للمشروعات.
- ٤- توفير المعلومات المحاسبية والتسويقية ودراسة اذواق المستهلكين والتكاليف

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروع ...

د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

السوقية ومستوى الجودة يساعد علي استمرارية الشروعات المتوسطة والصغيرة.

التوصيات :

- ٥- تطبيق استخدام دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة يمثلان أفضل أسلوب للبحث عن بدائل الإنتاج بأقل تكلفة دون التضحية بمستوى الجودة مما يحقق التخفيض الإيجابي والحقيقي للتكاليف.
- ٦- توفير نظام المعلومات والاتصالات لوضع قاعدة بيانات على كافة اوجه النشاط الداخلي والخارجي " تسويقية، فنية، ونتاجية" مما يساعد علي تطبيق مبدأ التكلفة المستهدفة.
- ٧- تفعيل الأهداف التي تقدمها التكاليف المستهدفة والتي تؤثر علي تكاليف المنتج المنافسة لمثيله بالسوق التنافسي وتمثل أهداف تكلفة دورة حياة المنتج والتكاليف المستهدفة.
- ٨- العمل علي تفعيل البحث والتطوير في المنتج الذي يقوم المشروع بطرحه للأسواق واجراء البحوث والدراسات اللازم للتطوير قبل عملية الإنتاج لضمان تقبله بالسوق الي فترة مناسبة.
- ٩- العمل علي تحدد تكلفة المنتج مسبقاً قبل مراحل الإنتاج، أثناء تصميم وتطوير وتجربة المنتج، مما يعني أن كافة الإجراءات المحاسبية والتكليفية التي تتم أثناء الإنتاج تمثل نسبة ضئيلة من تكلفة المنتج للمشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- ١٠- توضيح الهدف من تطبيق أسلوب تكلفة دورة حياة المنتج علي المشروعات المتوسطة والصغيرة الي تسهيل عملية الاختيار مابين البدائل وتقديمها بطريقة أكثر فعالية عن طريق توفير المعلومات الكافية عن تكلفة البدائل

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروعات ...

د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

المراجع:

- ١- أحمد ، نهي جودت عطية" اطار مقترح للتكامل بين إدارة تكلفة وتكوين دورة حياة المنتج لتدعيم التنمية المستدامة" مجلة الدراسات والبحوث التجارية - كلية التجارة جامعة بنها - العدد ٣- المجلد الأول- ٢٠١٧
- ٢- إدريس الصديق عثمان ،هلال يوسف صالح" أثر تطبيق التكلفة المستهدفة على تخفيض التكاليف الصناعية دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية العاملة بالسودان"-جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا- كلية الدراسات التجارية- ٢٠١٥م
- 3- Michal Steinbergera, Iris Reinhartz-Bergera, Amir Tomerb" Cross lifecycle variability analysis: Utilizing requirements and testing artifacts" journal homepage: www.elsevier.com/locate/jss- The Journal of Systems & Software 143 (2018) 208–230
- 4- Klaus G. et. AL., State and development of life cycle cost analysis models in strategic Cost management, production .and inventory management Journal, Vol 45, No.1.2008, p-71
- 5- (Haifeng L , et. AL., An Intelligent system for estimating full product life cycle cost at the early design stage, .International Journal production life cycle management,vol.3,2008 p.96.
- 6- Blocher, J., and Stout ,E., and Cokins, G., and Chen, H., Cost Management: A Strategic Emphases, 4th Ed, McGraw-Hill , New York, 2008
- ٧- النشار، تهاني محمود "استخدام أسلوب دورة حياة المنتج في تحسين التكاليف " اطار مقترح، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، كلية التجارة جامعة الإسكندرية - العدد الأول ٢٠٠٥م
- ٨- الطائي حميد، الصميدي محمود، العلاق بشير- الأسس العلمية للتسويق الحديث، الطبعة الثانية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، لأردن. ٢٠١٠م

تحليل العلاقة بين أسلوب تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروع... ..

د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

٩- الطائي، حميد والعلاق، بشير، - تطوير المنتجات وتسعيرها- الطبعة الأولى - دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. ٢٠٠٧م

10-Carl M.,et. Al., Introduction to Marketing, Australia, Thomson SouthWestern,2008 ,P.533

١١- فرماوي، عبد الرحمن مصطفى عبد العظيم" دور أسلوب تكلفة دورة حياة المنتج في ترشيد القرارات الإدارية- المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية" جامعة حلوان - كلية التجارة وإدارة الاعمال - العدد/ المجلد ١٤ - ٢٠١١م

١٢- سليم، أشرف صالح ط منهج محاسبي لقياس وتقييم الأداء خلال دورة حياة المنتج" دراسة ميدانية، دكتوراه، كلية التجارة جامعة عين شمس ٢٠٠٧

١٣- قرار وزير الاستثمار رقم ٢٤٣ لسنة ٢٠٠٦ بشأن معايير المحاسبة المصرية، الهيئة لعامة للمطابع الاميرية، الطبعة الثانية المعايير رقم (٢٣) الخاص بالأصول غير الملموسة. ٢٠٠٨م

١٤- الخيال، توفيق عبد المحسن " مدي فعالية تطبيق مدخل التكلفة الشامل لدورة حياة المنتج في تخفيض اجمالي التكاليف - دراسة استكشافية على المنشآت الصناعية بالمملكة العربية السعودية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة جامعة المنصورة، ٢٠٠٤ م

١٥- مراد، آيت محمد " اعتماد نظام التكلفة المستهدفة كألية لدعم تنافسية المنشآت - مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية - جامعة زيان عاشور بالجلفة - المجلد/العدد :ع ١٨ -الصفحات ٣٥-٥٣- أبريل ٢٠١٤

١٦- درويش، حنان محمد مصطفى " اطار مقترح لقياس اتجاهات محاسب التكاليف نحو أثر العلاقة التكاملية بين التكلفة المستهدفة وسلسلة القيمة على دعم القدرة التنافسية للشركات المصرية : دراسة ميدانية- المصدر :المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة -الناشر :جامعة عين شمس - كلية التجارة المجلد/العدد :ع ١ - الصفحات ٥٠٩ - ٢٢٩ يناير ٢٠١٦م

١٧- الحبيطي، قاسم محسن إبراهيم "اعتماد مدخل التكلفة المستهدفة في المؤسسات التجارية: - دراسة تطبيقية في شركة المهاري التجارية فرع نينوي" - مجلد - ٣١ عدد- ٩٥ - ٢٠٠٩م

١٨- الحيطي، قاسم محسن إبراهيم "مرجع سبق ذكره

تحليل العلاقة بين أسلوبى تكلفة دورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وتأثيرها في نجاح المشروعات ...
د/ هبة حسن هلمد حسن خطوة

19-Langerak, F.; E.Hultink and H. Robben. (2004). "The Impact of Market Orientation, Product Advantage, and Launch Proficiency on New Product Performance and Organizational Performance", Journal of Product Innovation Management, 21, (79-94).

٢٠- عبد الرحمن، عاطف عبد المجيد" مدخل التكلفة المستهدفة في مجال رقابة وخفض التكلفة كهدف استراتيجي لتدعيم القدرة التنافسية للشركات المصرية، المجلة العلمية لكلية التجارة - جامعة أسيوط- السنة ٩ عدد ٢٨ سنة ٢٠٠٠م

21-Lockamy, A. & W. Smith, " Target Costing For Supply Chain Management: Criteria And Selection ", Industrial Management & Data Systems, 100/5, MCB University Press, 2000, P211

22-Lockamy, A. & W. Smith, " Target Costing For Supply Chain Management: Criteria And Selection ", Industrial Management & Data Systems, 100/5, MCB University Press, 2000, P211