

أولاً: بيئة الأعمال الحديثة

Modern Business Environment

1. مفهوم الأعمال الحديثة

يقصد بالأعمال الحديثة (Modern Business)، الإستراتيجيات والإجراءات المتطورة التي تستخدمها الشركات في القرن الحادي والعشرين. لديها مجموعة متنوعة من الخصائص. هذه الخصائص تميزها عن نماذج الأعمال التقليدية. التكنولوجيا أمر بالغ الأهمية للأعمال الحديثة. فهي تمكن المؤسسات من استخدام الأدوات والمنصات الرقمية لمجموعة متنوعة من الوظائف. على سبيل المثال، تستخدم الشركات منصات عبر الإنترنت للتواصل مع العملاء وأتمتة الإجراءات. كما تقوم أيضاً بجمع المعلومات لاتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات (data-driven decision-making). قد تعمل الشركات بشكل أكثر فعالية وكفاءة بسبب هذا الاعتماد على التكنولوجيا. كما تسمح بتحسين الإنتاج (المخرجات) وزيادة رضا المستهلك.

في عالم الأعمال سريع الخطى اليوم، تقدر الشركات الحديثة سرعة الحركة والمرونة والتركيز على العملاء *agility, flexibility, and customer-centricity*. فهي تقوم بتحليل سلوك العميل وتفضيلاته باستخدام تحليلات موقع الويب المتقدمة، والتي تمكنها من تخصيص اقتراحات المنتجات، وتشكيل الحملات التسويقية، وتعزيز تجارب المستخدم. كما يمكنها الحفاظ على قدرتها التنافسية في الصناعة عبر الإنترنت وتقديم تجربة شراء لا تشوبها شائبة بسبب قدرتها على التكيف. على سبيل المثال، تستخدم شركات تطوير البرمجيات المعاصرة تقنية تطوير سريعة لمواكبة الاتجاهات وتعديل سلعها وخدماتها. تركز الشركات الحديثة أيضاً على معرفة عملائها، والحصول على مدخلاتهم، ودمج تلك المعلومات بشكل فعال في عمليات صنع القرار الخاصة بهم. يُعرف هذا بأنه يتمحور حول العملاء *customer-centric*.

بالإضافة إلى ذلك، تؤكد الشركات الحديثة على المسؤولية الاجتماعية للشركات (Corporate Social Responsibility)، وتتبنى سياسات الاستدامة (Sustainability)، لتقليل أثارها الاجتماعية والبيئية السلبية. على سبيل المثال، قد تعطي شركة الأزياء المعاصرة أولوية عالية لتقنيات التصنيع الأخلاقية، والمواد العضوية، وأساليب التوريد المستدامة، وربط مبادئ الشركة بمصالح عملائها، وتعزيز صورة العلامة التجارية المفضلة.

II. تعريف الأعمال الحديثة

هناك عدة تعريفات للأعمال الحديثة نذكر منها:

1. تعريف غاري هامل Gary Hamel 2017 : "تعتمد الشركات الحديثة بشكل متزايد على الابتكار والتكنولوجيا والبيانات لإضافة قيمة لأصحاب المصلحة، بما في ذلك العملاء والموظفين والعملاء أنفسهم".
2. تعريف توم بيترز Tom Peters, 2018: "تتمحور الشركات الحديثة حول العميل، وهي قابلة للتكيف وتستجيب للتغيير. إنهم يعملون باستمرار لفهم متطلبات ورغبات عملائهم بشكل أفضل ويبحثون دائمًا عن طرق مبتكرة لتعزيز عروضهم".
3. تعريف جيريمي ريفكين Jeremy Rifkin, 2015: "أصبحت المؤسسات الحديثة أكثر تواصلًا وتعاونًا من المؤسسات السابقة. لإنتاج القيمة، يتعاونون مع الموردين والشركاء والشركات الأخرى".
4. تعريف بول بولمان Paul Polman, 2016: "نكتسي المسؤولية الاجتماعية والاستدامة أهمية كبيرة بالنسبة للشركات الحديثة. إنها تبحث عن طرق للعمل بشكل أكثر استدامة وبتأثير أقل على البيئة".
5. تعريف كريس أندرسون Chris Anderson, 2018: "تستخدم الشركات الحديثة البيانات لاتخاذ قرارات أكثر ذكاءً. فهي تقوم بجمع المعلومات من العديد من المصادر المختلفة، مثل استطلاعات المستخدمين، ووسائل التواصل الاجتماعي، وحركة المرور على موقع الويب. ثم تستخدم هذه المعلومات للتعرف على الأنماط وفهم متطلبات العملاء وتحسين سلعهم وخدماتهم".
6. تعريف شيب هيكن Shep Hyken, 2019: "يعد إنشاء تجربة رائعة للعملاء أولوية قصوى للشركات الحديثة. فهي تحقق ذلك من خلال توفير المنتجات والخدمات التي تلي متطلبات عملائها، وتوفير خدمة عملاء استثنائية، وتسهيل التعامل معهم".
7. تعريف جيم كولينز Jim Collins, 2017: "تُبنى الشركات الحديثة على ثقافات ومبادئ قوية. توجه هذه المبادئ كيفية تصرف الشركة وتساعد في تعزيز بيئة عمل داعمة للعاملين".
8. تعريف ستيف بلانك Steve Blank, 2018: "تبتكر الشركات الحديثة باستمرار وتبحث عن طرق جديدة للنمو. فهي لا تتردد في تجربة أشياء جديدة واغتنام الفرص".
9. تعريف جون إلكينجتون John Elkington, 2019: "الشركات الحديثة ناجحة وطويلة الأمد. يمكنها كسب المال وتحقيق الأرباح بينما تقوم أيضًا بإدارة أعمالها بشكل أخلاقي".
10. تعريف محمد يونس Muhammad Yunus, 2018: "الشركات الحديثة لها آثار مفيدة على هذا الكوكب. إنها تستخدم قدراتها ومواردها لمعالجة القضايا وتحسين حالة العالم".

من التعاريف السابقة يمكن القول أن الأعمال (الشركات) الحديثة (Modern Businesses) هي تلك التي تستخدم التكنولوجيا والابتكار والتكيف لتوليد قيمة لجميع المشاركين في مجموعة من الصناعات. بما في ذلك العملاء والموظفين والمستهلكين. أما بيئة الأعمال الحديثة فتوصف بأنها تشكلت من خلال التطور التكنولوجي والعولمة. وكذلك تغير احتياجات العملاء، والتأكيد على الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية.

III. خصائص الأعمال الحديثة

تتميز الأعمال الحديثة بالعديد من الخصائص التي تميزها عن النماذج التقليدية. يساعد فهم هذه الخصائص في تسليط الضوء على الجوانب الفريدة لكيفية عمل الشركات في العصر الحالي.

1. تبني التكنولوجيا Embracing Technology

تعتمد الشركات الحديثة بشكل كبير على التكنولوجيا لتحسين الإنتاج وزيادة الكفاءة وتبسيط العمليات. ولأتمتة العمليات وجمع البيانات وتحليلها والتفاعل مع المستهلكين، فإنها تستفيد من الأدوات الرقمية والبرامج والمنصات عبر الإنترنت. على سبيل المثال، يتم استخدام التحليلات المتقدمة من قبل شركة التجارة الإلكترونية لمتابعة نشاط العميل وتخصيص الاقتراحات وتعزيز تجربة الشراء عبر الإنترنت.

2. خفة الحركة والقدرة على التكيف Agility and Adaptability

في بيئة الأعمال الحالية سريعة التطور، تعد خفة الحركة والمرونة من الصفات الحيوية التي تتبناها الشركات الحديثة. حيث تتفاعل هذه الشركات بسرعة مع التغيرات في السوق والاتجاهات الجديدة وتوقعات العملاء المتغيرة. وقد تستفيد هذه الشركات من الإمكانيات وتحافظ على ميزة تنافسية من خلال الحفاظ على القدرة على التكيف والمرونة. على سبيل المثال، تستخدم أعمال تطوير البرمجيات أساليب سريعة للتكيف بسرعة مع احتياجات العملاء المتغيرة وديناميكيات السوق.

3. نهج يركز على العملاء Customer-Centric Approach

يعد فهم احتياجات العملاء وتلبيتها من أولويات الشركات الحديثة. حيث تقوم هذه الأخيرة بجمع معلومات العملاء من خلال مجموعة متنوعة من الأساليب. بما في ذلك الدراسات الاستقصائية ووسائل التواصل الاجتماعي وأبحاث السوق. يمكن لهذه الشركات تكييف سلعها وخدماتها وتجارب عملائها لتناسب توقعات العملاء بفضل هذا النهج الذي يركز على العملاء. ومن الأمثلة الرائدة على ذلك سلسلة من الفنادق التي تتبع تفضيلات العملاء وتقدم اقتراحات مخصصة لزيادة متعة العملاء وولائهم.

4. الابتكار والإبداع Innovation and Creativity

تعيش الشركات اليوم على الإبداع والابتكار. إنها تزرع ثقافة تمكن الموظفين من التفكير بشكل إبداعي ومستقل. قد تكتسب الشركات ميزة تنافسية من خلال التحسين المستمر لسلعها وإجراءاتها واستراتيجيات أعمالها. ومن الأمثلة على ذلك الأعمال التكنولوجية التي تقوم باستثمارات في البحث والتطوير لإطلاق منتجات رائدة وقلب السوق رأسًا على عقب.

5. الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية Sustainability and Social Responsibility

تعطي الشركات الحديثة الأولوية للممارسات المستدامة والمسؤولية الاجتماعية. إنها تدرك أهمية تقليل تأثيرها البيئي والمساهمة بنشاط في تحسين المجتمع. وقد يشمل ذلك اعتماد عمليات تصنيع صديقة للبيئة، أو دعم المبادرات الخيرية، أو تعزيز المصادر الأخلاقية. على سبيل المثال، تركز إحدى العلامات التجارية للملابس على المواد المستدامة، وممارسات التجارة العادلة، وتعلن بنشاط عن التزامها بالقضايا الاجتماعية والبيئية.

6. المنظور العالمي Global Perspective

تعمل الشركات الحديثة في عالم معولم. فهي توسع نطاق وصولها إلى ما هو أبعد من الأسواق المحلية وتغتنم الفرص التي توفرها التجارة الدولية والعولمة. إنها تتكيف مع الثقافات المختلفة، وتتعامل مع الأنظمة المتنوعة، وتؤسس شبكات عالمية للاستفادة من الأسواق الجديدة. إن الشركة متعددة الجنسيات التي لديها مرافق تصنيع في بلدان متعددة وتخدم العملاء في جميع أنحاء العالم تجسد هذا المنظور العالمي.

7. التعاون والشراكات Collaboration and Partnerships

تدرك الشركات الحديثة قيمة التعاون والشراكات في دفع عجلة الابتكار والنمو. إنها تبحث بنشاط عن تحالفات استراتيجية مع الموردين وأقران الصناعة وحتى المنافسين للاستفادة من نقاط القوة والموارد الجماعية. يمكن أن تؤدي الجهود التعاونية إلى مشاريع بحث وتطوير مشتركة، أو قنوات توزيع مشتركة، أو تطوير منتجات جديدة. على سبيل المثال، قد تشكل شركات تصنيع السيارات شراكات للمشاركة في تطوير تقنيات المركبات الكهربائية والبنية التحتية.

8. اتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات Data-Driven Decision Making

البيانات هي أحد العناصر الحاسمة في اتخاذ القرارات في الأعمال الحديثة. حيث تقوم الشركات بجمع ودراسة المعلومات من العديد من المصادر المختلفة، بما في ذلك المؤشرات التشغيلية واتجاهات السوق وسلوك العملاء. قد ترى الشركات الاتجاهات (Trends) وتكتشف الفرص وتحسن الأداء

بفضل الرؤى المستندة إلى البيانات. على سبيل المثال، تستخدم سلسلة البيع بالتجزئة بيانات المبيعات وتفضيلات العميل لاتخاذ قرار بشأن إدارة المخزون، وتحسين خطط التسعير، وتحريك جهود التسويق.

9. التعلم والتطوير المستمر Continuous Learning and Development

تعزز الشركات الحديثة ثقافة التعلم والتطوير المستمر. حيث تستثمر في برامج تدريب وتطوير الموظفين لتعزيز المهارات ومواكبة اتجاهات الصناعة المتطورة. ومن خلال رعاية بيئة التعلم، تعمل الشركات على تمكين الموظفين من التكيف مع التحديات الجديدة ودفع الابتكار. ومن الأمثلة على ذلك شركة تكنولوجيا تقدم دورات تدريبية منتظمة لتزويد الموظفين بأحدث لغات وأدوات البرمجة.

10. عقلية المبادرة Entrepreneurial Mindset

تشجع الشركات الحديثة موظفيها على التفكير مثل رجال الأعمال. فهي تشجع الابتكار واغتنام الفرص وأخذ زمام المبادرة لحل المشكلات. قد تشجع الشركات الأشخاص على تحمل المسؤولية عن عملهم، وممارسة التفكير النقدي، والبحث عن إمكانيات جديدة من خلال تعزيز ثقافة ريادة الأعمال. يعزز الموقف الريادي الابتكار ويدفع توسع الشركات. أحد الأمثلة هو حاضنة الشركات الناشئة (Startup incubator)، التي تقدم الأدوات والتوجيه وبيئة ترحيبية لرواد الأعمال الناشئين لتطوير مفاهيم شركاتهم.

ثانياً: المحاسبة الإدارية Managerial Accounting

أولاً: مفهوم المحاسبة الإدارية (التسيير)

تتضمن المحاسبة الإدارية عرض المعلومات المالية للأغراض الداخلية لتستخدمها الإدارة في اتخاذ قرارات العمل الرئيسية. التقنيات المستخدمة من قبل المحاسبين الإداريين لا تملها المعايير المحاسبية، على عكس المحاسبة المالية.

تهدف المحاسبة الإدارية إلى تحسين جودة المعلومات المقدمة للإدارة حول مقاييس العمليات التجارية. يستخدم المحاسبون الإداريون المعلومات المتعلقة بالتكلفة وإيرادات مبيعات السلع والخدمات التي تنتجها الشركة. محاسبة التكاليف هي مجموعة فرعية كبيرة من المحاسبة الإدارية التي تركز بشكل خاص على تسجيل إجمالي تكاليف الإنتاج للشركة من خلال تقييم التكاليف المتغيرة لكل خطوة من خطوات الإنتاج، بالإضافة إلى التكاليف الثابتة. فهي تسمح للشركات بتحديد وتقليل الإنفاق غير الضروري وتحقيق أقصى قدر من الأرباح.

يمكن تعريف المحاسبة الإدارية على أنها ممارسة تحديد وقياس وتحليل وتفسير وتوصيل المعلومات المالية إلى المديرين لتحقيق أهداف المنظمة.

ثانياً: ركائز (أركان) المحاسبة الإدارية

يمكن تلخيص ركائز المحاسبة الإدارية في النقاط التالية:

1. التخطيط Planning
2. إتخاذ القرارات Decision-Making
3. الرقابة Controlling
4. التنبؤ Forecasting
5. تتبع الأداء Performance Tracking

ومن خلال هذه الركائز، يقدم المحاسبون الإداريون المعلومات التي تهدف إلى مساعدة الشركات والإدارات في هذه المجالات الرئيسية.

ونظراً لأن المحاسبة الإدارية ليست مخصصة للمستخدمين الخارجيين، فيمكن تعديلها لتلبية احتياجات المستخدمين المقصودين. قد يختلف هذا بشكل كبير حسب الشركة أو حتى حسب القسم داخل الشركة. على سبيل المثال، قد يرغب المديرون في قسم الإنتاج في رؤية معلوماتهم المالية

معروضة كنسبة مئوية من الوحدات المنتجة في الفترة. بينما قد يكون مدير قسم الموارد البشرية مهتمًا برؤية رسم بياني للرواتب حسب الموظف على مدار فترة زمنية. فالمحاسبة الإدارية قادرة على تلبية احتياجات كلا الإدارتين من خلال تقديم المعلومات بأي تنسيق يكون أكثر فائدة لتلك الحاجة المحددة.

ثالثًا: خصائص المحاسبة الإدارية

يمكن تلخيص خصائص المحاسبة الإدارية في النقاط التالية:

1. تتضمن المحاسبة الإدارية عرض المعلومات المالية للأغراض الداخلية لتستخدمها الإدارة في اتخاذ قرارات العمل الرئيسية.
2. التقنيات المستخدمة من قبل المحاسبين الإداريين لا تملأها المعايير المحاسبية، على عكس المحاسبة المالية.
3. يمكن تعديل عرض بيانات المحاسبة الإدارية لتلبية الاحتياجات المحددة للمستخدم النهائي.
4. تشمل المحاسبة الإدارية العديد من جوانب المحاسبة، بما في ذلك تكاليف المنتج، وإعداد الميزانية، والتنبؤ، والتحليل المالي المتنوع.
5. وهذا يختلف عن المحاسبة المالية، التي تنتج وتشر بيانات مالية رسمية للاستخدام العام تتوافق مع المعايير المحاسبية السائدة.

رابعًا: أدوات وتقنيات المحاسبة الإدارية

تشمل بعض الأساليب الشائعة الاستخدام في المحاسبة الإدارية تحليل التباين، والتكلفة الهامشية، والتكلفة على أساس النشاط. توفر هذه الأدوات للمديرين رؤى قيمة حول هيكل تكلفة مؤسستهم، مما يمكنهم من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن التسعير والإنتاج والاستثمار.

تتضمن تقنيات المحاسبة الإدارية الحديثة التكلفة على أساس النشاط (ABC)، ونمذجة التكلفة، وتكلفة تقارير الجودة، والتكلفة المستهدفة، والمحاسبة الإدارية الإستراتيجية (SMA)، ومحاسبة الإنتاجية، وتكلفة التدفق العكسي، وتكلفة دورة الحياة.

- التكلفة على أساس النشاط Activity Based Costing
- نمذجة التكلفة Cost Modeling
- تكلفة تقارير الجودة Cost of Quality Reporting
- التكلفة المستهدفة Target Costing
- المحاسبة الإدارية الإستراتيجية Strategic Management Accounting
- محاسبة الإنتاجية Throughput Accounting

- تكلفة التدفق العكسي Backflush Costing
- تكلفة دورة الحياة Lifecycle Costing

1. التكلفة على أساس النشاط Activity Based Costing

2. نمذجة التكلفة Cost Modeling

يمكن تعريف نمذجة التكلفة على أنها نموذج إحصائي متقدم يقدم رؤى دقيقة تتعلق بالتكلفة والتي تفيد المنظمة وتساعد في تحديد التكلفة الحقيقية لتصنيع منتج أو خدمة.

تعد نمذجة التكلفة أداة إستراتيجية تستخدم لتحليل تحركات الأسعار لمحركات التكلفة الرئيسية ومراقبة تأثيرها على المنتجات أو الخدمات النهائية. فهي تمكن المؤسسة من تحديد فرص توفير التكاليف وتحسين إنفاقها على المشتريات.

تنظر النمذجة المالية إلى مبيعات الشركة وإيراداتها ونفقاتها وبيئة السوق الأوسع، بينما تركز نمذجة التكلفة حصرياً على جميع التكاليف أو النفقات الحالية والمحتملة في عملك.

تساعدك نمذجة التكلفة على معرفة تكلفة إنتاج منتج/خدمة وإدارة الأعمال - وفي النهاية، ما إذا كان بالإمكان تحقيق الربح أم لا.

تعد نمذجة التكلفة عنصراً حاسماً في تسعير السلع والخدمات - فنحن بحاجة إلى معرفة تكاليفنا قبل أن نتمكن من حساب كيفية تسعير منتجاتنا لتحقيق نشاطات قابلة للحياة والتصدير.

3. تقارير تكلفة الجودة Cost of Quality Reporting

تكلفة الجودة هي طريقة لحساب التكاليف التي تتكبدها الشركات لضمان تلبية المنتجات لمعايير الجودة، بالإضافة إلى تكاليف إنتاج السلع التي لا تستوفي معايير الجودة. الهدف من حساب تكلفة الجودة هو خلق فهم لكيفية تأثير الجودة على النتيجة النهائية.

يجب أن تكون الشركات استباقية في إدارة تكلفة الجودة وتستثمر بكثافة في تكاليف الوقاية والتقييم من أجل تقليل التعرض لكل من الفشل الداخلي وتكاليف الفشل الخارجي. ويمكن تحقيق ذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأساليب مثل مراقبة الماكينة أو اعتماد تقنية IIoT.

يتم تعريف تكلفة الجودة (COQ) على أنها منهجية تسمح للمنظمة بتحديد مدى استخدام مواردها للأنشطة التي تمنع الجودة الرديئة، والتي تعمل على تقييم جودة منتجات أو خدمات المنظمة، والتي تنتج عن عوامل فشل داخلية وخارجية. إن الحصول على مثل هذه المعلومات يسمح للمنظمة بتحديد الوفورات المحتملة التي يمكن تحقيقها من خلال تنفيذ تحسينات العملية.

- أنواع تكاليف الجودة

هناك أربعة مكونات عامة: تكاليف الوقاية، وتكاليف الفشل الداخلي، وتكاليف الفشل الخارجي، وتكاليف التقييم.

4. التكلفة المستهدفة Target Costing

التكلفة المستهدفة هي طريقة لتحديد تكلفة دورة حياة المنتج والتي يجب أن تكون كافية لتطوير وظائف وجودة محددة، مع ضمان الربح المطلوب. ويتم تحديد التكلفة المستهدفة عن طريق طرح هامش الربح المطلوب من سعر السوق التنافسي.

الهدف من التكلفة المستهدفة هو التأكد من أن الشركة يمكنها كسب هامش الربح المطلوب من خلال تصميم وإنتاج المنتجات أو الخدمات. كما يمكن بيعها بسعر جذاب للعملاء مع الحفاظ على تكاليف الإنتاج ضمن التكلفة المستهدفة.

التكلفة المستهدفة هي أسلوب لإدارة التكلفة يستخدم في الشركات لتحديد التكلفة المطلوبة للمنتج بناءً على ظروف السوق وتوقعات العملاء. وهو يتضمن تحديد التكلفة المستهدفة للمنتج ثم العمل على تحقيق هذه التكلفة من خلال التصميم والإنتاج والعمليات الأخرى، مع الحفاظ على المستوى المطلوب من الجودة والربحية.

5. المحاسبة الإدارية الإستراتيجية Strategic Management Accounting

وفقاً لـ CIMAC، يتم تعريف المحاسبة الإدارية الإستراتيجية على أنها "شكل من أشكال المحاسبة الإدارية حيث يتم التركيز على المعلومات التي تتعلق بعوامل خارجية للكيان، بالإضافة إلى المعلومات غير المالية والمعلومات المولدة داخلياً".

وندرک من خلال التعريف أن العوامل الخارجية هي عنصر أساسي في مفهوم المحاسبة الإدارية الاستراتيجية.

تتضمن المحاسبة الإدارية الإستراتيجية تقييم المعلومات الخارجية المتعلقة بالمنافسين في السوق، والسياسات السياسية/النقدية التي تؤثر على السوق، والاتجاهات الحالية في الأسعار، والحصة والتكاليف. ثم تركز نتيجة هذا التقييم على الموارد المتاحة للشركة. وبذلك تستطيع الإدارة تحديد الاستجابات المطلوبة للمنظمة لتكون في القمة في السوق.

6. محاسبة الإنتاجية Throughput Accounting

محاسبة الإنتاجية هي طريقة محاسبة نظرية القيود التي لا تخصص التكاليف ولكنها تركز بدلاً من ذلك على زيادة الإنتاجية. تعكس محاسبة الإنتاجية الواقع التشغيلي الذي تعمل فيه الشركات وبالرغم من بساطتها إلا إنها فعالة للغاية.

لا يمكن تطبيق هذا النوع من المحاسبة إلا في ظل وجود الظروف التالية:

- معاناة النشاط من بعض الإختناقات (bottleneck)
- إنتاج الشركة لأكثر من منتج واحد، وتستخدم هذه المنتجات موارد نادرة بنسب مختلفة.

تشير نظرية القيود إلى الحالة التي تؤدي فيها بعض العوامل المقيدة إلى إيقاف الإنتاج. وتسمى هذه العوامل المقيدة أيضاً بعنق الزجاجة أو الموارد النادرة، ويجب إدارة خطة الإنتاج بما يتماشى مع القيود.

نظرية القيود (بالإنجليزية: Theory of constraints (ToC) تعتمد المبدأ المعروف أن «قوة السلسلة هي بقوة أضعف حلقاتها» كنموذج الإدارة الجديدة. وهذا يعني أن العمليات والمنظمات وغيرها، هي عرضة لأن يسبب أضعف شخص أو أضعف جزء منها الضرر فيها أو تخريبها، أو على الأقل التأثير سلباً على النتائج المرجوة.

7. تكلفة التدفق العكسي Backflush Costing

يعد تحديد تكاليف التدفق العكسي نظاماً لتكلفة المنتج ويُستخدم بشكل عام في نظام المخزون في الوقت المناسب (JIT). باختصار هي طريقة محاسبية تسجل التكاليف المرتبطة بإنتاج السلعة أو الخدمة فقط بعد إنتاجها أو إكمالها أو بيعها. ويُشار أيضاً إلى تكاليف التدفق العكسي عادةً باسم محاسبة التدفق العكسي.

تعتبر تكلفة التدفق العكسي طريقة محاسبية تسجل التكاليف بعد بيع السلعة أو اكتمال الخدمة. تعد تكلفة التدفق العكسي أمراً شائعاً بين الشركات التي تستخدم نظام إدارة المخزون في الوقت المناسب. فهو يتجنب إعداد التقارير المكلفة والمعقدة عن جميع النفقات عند حدوثها، وبدلاً من ذلك "يمسح" « Flushes » جميع النفقات في إدخال واحد بمجرد اكتمال عملية الإنتاج.

- تعتبر تكلفة التدفق العكسي طريقة محاسبية تسجل التكاليف بعد بيع السلعة أو اكتمال الخدمة.
- تستخدم طريقة تحديد تكاليف التدفق العكسي تكلفة قياسية لكل وحدة وتضرب هذه التكلفة بعدد الوحدات المنتجة لتحديد مبلغ المصروفات.

- تعد تكلفة التدفق العكسي ذات قيمة خاصة للشركات التي لديها العديد من التكاليف المرتبطة بالإنتاج؛ ومع ذلك، فهو غير مناسب للشركات التي تباع منتجات قابلة للتخصيص.

يعد أسلوب التكلفة بالتدفق العكسي من أكثر الأساليب شيوعاً في الاستخدام مع الأنظمة الإنتاجية الحديثة فهو يقوم على فلسفة التركيز على المخرجات ثم يعمل بالعودة إلى الخلف لتطبيق واحتساب تكاليف الإنتاج على الوحدات المباعة والمخزنة وهنا يظهر تأثير هذا الأسلوب على النظام التكاليفي من خلال تحسين أداءه وجودة مخرجاته.

✓ نظام التصنيع في الوقت المحدد (JIT)

يعرف (Drury) نظام التصنيع في الوقت المحدد (JIT) أنه " تقنية لتقليل التكاليف التي لا تضيف قيمة والتكاليف طويلة الأجل، والالتزام المستمر لتحقيق التفوق من خلال تصميم وتصنيع المنتجات بالكميات والجودة المطلوبة وبالوقت المحدد بالضبط ".
نلاحظ أن هذا التعريف ركز على إضافة قيمة للمنشأة من خلال تخفيض التكاليف مع المحافظة على مستوى الجودة المطلوبة وخلق ميزة تنافسية للمنشأة.

ويعرفه (Horngren) بأنه: نظام يتم بمقتضاه إنتاج كل عنصر على خط الإنتاج حال حاجة الخطوة التالية على خط الإنتاج إليه.

✓ أهداف نظام الإنتاج في الوقت المحدد (JIT):

يسعى إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. استبعاد الأنشطة التي لا تضيف قيمة.
2. المخزون الصفري.
3. صفرية العيوب.
4. حجم الدفعة الواحدة.
5. صفرية التوقفات والاختناقات.
6. التسليم الفوري (أو بالوقت المحدد) للمنتج أو الخدمة.

وبالرغم من أن هذه الأهداف تعتبر مثالية إلا أنها تساعد على خلق المناخ للتحسين المستمر والمتميز.

8. تكلفة دورة الحياة Lifecycle Costing

تعني تكلفة دورة الحياة (LCC) النظر في جميع التكاليف التي سيتم تكبدها خلال عمر المنتج أو العمل أو الخدمة.

تكلفة دورة الحياة هي الاحتفاظ بسجلات تكلفة الأصول المادية طوال عمر الأصول بالكامل. وهذا يعني أن القرارات المتعلقة باقتناء الأصول أو استخدامها أو التخلص منها يمكن اتخاذها بطريقة تحقق الاستخدام الأمثل للأصول بأقل تكلفة ممكنة للكيان.

تكلفة دورة الحياة هي طريقة لجمع جميع التكاليف المرتبطة بالأصل بدءًا من تكلفته الأولية وحتى نهاية عمره الإنتاجي. ولا يأخذ في الاعتبار القيمة الإنقاذية أو القيمة المتبقية للأصل. توفر تكلفة دورة الحياة تقديرًا للتكلفة التي سيتكدها الأصل خلال حياته.

يتضمن حساب تكلفة دورة الحياة بشكل عام إضافة ستة أنواع من التكاليف؛ تكاليف الشراء، وتكاليف الصيانة، والتكاليف التشغيلية، وتكاليف التمويل، وتكاليف الاهتلاك، وتكاليف نهاية العمر. إن جمع هذه التكاليف يعطي قيمة تكلفة دورة الحياة. في بعض الحالات، لن تنطبق التكاليف على الأصل المعني وبالتالي فهي ليست جزءًا من الحساب.

إنترنت الأشياء (IoT) Internet of Things

هو عبارة عن شبكة من الأشياء التي تحتوي على تقنية مضمنة تسمح بالاتصال بالإنترنت، كما تُشير إلى الاتصال الذي يحدث بين هذه الأشياء والأجهزة والأنظمة الأخرى التي تدعم الإنترنت، ويمكن أن تكون هذه الأشياء آلات أو مكونات مادية أو حيوانات أو حتى أشخاصًا.

باختصار، يشير إنترنت الأشياء إلى الشبكة سريعة النمو من الكائنات المتصلة القادرة على جمع البيانات وتبادلها في الوقت الفعلي باستخدام أجهزة الاستشعار المدمجة. يمكن توصيل أجهزة تنظيم الحرارة والسيارات والأضواء والثلاجات والمزيد من الأجهزة بالإنترنت الأشياء.