

دور التجارة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للوحدات الاقتصادية من خلال استراتيجية قيادة التكلفة

زياد هاشم السقا
قسم المحاسبة/كلية الإدارة والاقتصاد
جامعة الموصل

المستخلص

تناول البحث موضوعاً مهماً يتعلق بأحد التطورات التي حدثت في بيئة الأعمال الحديثة وهو التجارة الإلكترونية، وتميز البحث عن غيره من البحوث في محاولة ربط كيفية مساهمة نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية للوحدات الاقتصادية من خلال إستراتيجية قيادة التكلفة (التي تمثل أحد إستراتيجيات تحقيق الميزة التنافسية) نظراً لأهميتها وعلاقتها بالعمل المحاسبي.

وقد تم تحديد مجموعة من المجالات التي يمكن من خلالها الإستفادة من العمل في بيئة التجارة الإلكترونية لتخفيض تكاليف المنتجات في الوحدات الاقتصادية والتي يمكن أن تشمل تخفيض كلاً من: التكاليف الصناعية، التكاليف التسويقية، التكاليف الإدارية والتمويلية.

كما تم تحديد مجموعة من الأساليب المحاسبية التي يمكن أن تساهم في تحقيق أهداف إستراتيجية إدارة التكلفة والمتمثلة أساساً بإمكانية تخفيض تكلفة المنتجات، وبما يمكن أن يساهم في تحقيق ميزة تنافسية للوحدة الاقتصادية، ومن أهم هذه الأساليب: نظام التكاليف على أساس الأنشطة (ABC)، سلسلة القيمة (VC)، دورة حياة المنتج (PLC)، نظام تكاليف الإنتاج في الوقت المحدد (JIT)، تخفيض التكلفة من خلال التكلفة المستهدفة (TC).

وقد توصل البحث الى أنه نظراً للمزايا العديدة التي يمكن الإستفادة منها عند العمل في بيئة التجارة الإلكترونية بما يمكن أن يساهم في تخفيض تكاليف المنتجات، فضلاً عن إمكانية الإستفادة من العمل في بيئة

تقنيات المعلومات التي تتطلبها بيئة التجارة الإلكترونية والتحول نحو المحاسبة الإلكترونية، تبرز لدينا الحاجة إلى تصميم قاعدة بيانات مركزية تحتوي على جميع البيانات التي تساهم في تطبيق أي أسلوب من أساليب إستراتيجية إدارة التكلفة، فضلاً عن تأمين العلاقات الإيجابية بين مختلف هذه الأساليب وصولاً إلى تحقيق الهدف العام وهو تحقيق ميزة تنافسية للوحدة الاقتصادية من خلال تخفيض تكلفة المنتجات وصولاً إلى تخفيض أسعارها في السوق.

Abstract

The research aims to study an important topic related to one of the developments in the modern business environment, it is electronic commerce.

The research has been distinguished from other research in attempt to make link between the accounting information systems and the competitive advantage of economic units through the cost leadership strategy Due to their importance and relevance to accounting procedures.

The researchers have identified many areas that take advantage of the businesses in the e-commerce environment to reduce the product costs which can include: industrial costs, marketing costs and administrative costs.

The researcher also have identified some of the accounting methods like (VC), (PLC), (JIT) and (TC) that can be contribute to achieve the objectives of the cost management strategy by the possibility of reducing the cost of the products which can contribute in achieving the competitive advantage of the economic unit.

The research found that due to of the many advantages that can be utilized when working in the e-commerce environment, which can contribute to reducing the cost of products, as well as the possibility of benefiting from the work in the IT environment required by the e-commerce environment and the shift towards electronic accounting the need arises to design a central database containing all the data that contribute to the implementation of any method of cost management strategy, as well as to secure positive relationships between these different methods to achieve the overall goal of a competitive advantage of the units economic by reducing the cost of products and leading to lower their prices in the market.

المقدمة

في ظل التطورات العديدة التي تشهدها بيئة الأعمال الحديثة وما يتبعها من تطورات مستمرة ومتلاحقة في بيئة تقنيات المعلومات لجأت الوحدات الاقتصادية إلى الاستفادة من ذلك وخاصة في مجال مزاوله النشاط الإقتصادي من خلال الاستفادة من تقنيات الإتصالات فيما أطلق عليه "بيئة التجارة الإلكترونية".

كما إن قيام الوحدات الاقتصادية بمزاوله نشاطاتها الاقتصادية في بيئة التجارة الإلكترونية يمكن أن يساهم في تحقيق فوائد عديدة من خلال الاستفادة من المزايا التي تتحقق لها في مجالات عديدة لعل من أبرزها ما يتعلق بإمكانية تخفيض تكاليف المنتجات بمختلف أنواعها وصولاً إلى تحقيق أدنى كلفة يمكن أن تحقق للوحدة الاقتصادية ميزة تنافسية من خلالها في الأسواق التي تعمل فيها.

وعليه فإن المشكلة البحثية التي يمكن أن نحددها في هذا البحث تتعلق بتساؤل رئيسي هو:

((كيف يمكن الاستفادة من العمل في بيئة التجارة الإلكترونية لتحقيق الميزة التنافسية للوحدات الاقتصادية من خلال تخفيض تكاليف المنتجات؟)).

وتكمن أهمية البحث من خلال الآتي:

1. أهمية العمل المحاسبي في بيئة التجارة الإلكترونية.
2. ضرورة الأخذ بالأساليب المحاسبية الحديثة وتطبيقها في بيئة التجارة الإلكترونية.
3. أهمية إستراتيجية قيادة التكلفة للوحدات الاقتصادية عند عملها في بيئة التجارة الإلكترونية.

وعليه فإن أهداف البحث سوف تتعلق بالآتي:

1. توضيح المنظور المحاسبي لتحقيق الميزة التنافسية للوحدات الاقتصادية في بيئة التجارة الإلكترونية.
2. تحديد مجالات الاستفادة من العمل في بيئة التجارة الإلكترونية لتحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة للوحدات الاقتصادية.
3. إيجاد علاقات التكامل بين الأساليب المحاسبية الملائمة لتحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة في بيئة التجارة الإلكترونية.

ولتحقيق أهداف البحث يتم الإعتماد على الفرضية الرئيسة الآتية:

" يمكن تحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة في بيئة التجارة الالكترونية من خلال التكامل بين أساليب المحاسبة الادارية الحديثة".

وتم الإعتماد على المنهج الوصفي في البحث وذلك من خلال الإستفادة مما تناولته الأطاريح والرسائل والدوريات العلمية والكتب في مجالات كل من المحاسبة الإدارية والتجارة الالكترونية.

عليه فان خطة البحث سوف تشمل ثلاثة مباحث هي:

المبحث الأول . المنظور المحاسبي لتحقيق الميزة التنافسية للوحدات الإقتصادية في بيئة التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني . مجالات الإستفادة من العمل في بيئة التجارة الإلكترونية لتحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة للوحدات الإقتصادية.

المبحث الثالث . التكامل بين الأساليب المحاسبية الملائمة لتحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة في بيئة التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: المنظور المحاسبي لتحقيق الميزة التنافسية للوحدات الإقتصادية في بيئة التجارة الإلكترونية

مما لا شك فيه أن المزايا العديدة التي يمكن أن تتحقق نتيجة إستخدام تقنيات المعلومات بصورة عامة وتقنيات الإتصالات بصورة خاصة (وفي مقدمتها الإنترنت) قد ساهم في تشجيع الوحدات الإقتصادية على دخول البيئة الرقمية من خلال عدة مداخل كان منها مدخل التجارة الإلكترونية.

وعليه فقد قامت العديد من الوحدات الإقتصادية بإنشاء مواقع إلكترونية لها على شبكة الإنترنت للإستفادة من مزاياها في تحقيق ما تصبو إليه ضمن متطلبات العمل في بيئة الأعمال الحديثة، وبذلك أخذت الوحدات الإقتصادية تمارس نشاطاتها الإقتصادية المختلفة في بيئة التجارة الإلكترونية.

وقد حققت الوحدات الإقتصادية العديد من المزايا نتيجة العمل في بيئة التجارة الإلكترونية منها:

1. سهولة الوصول إلى الأسواق العالمية والتعامل مع عدد كبير من الوحدات الاقتصادية والزبائن في أي مكان في العالم، مع تسهيل وسائل الإتصال فيما بينها وبينهم.
 2. تساعد تطبيقات التجارة الإلكترونية الوحدات الاقتصادية في إنتاج المنتجات وتوفير الخدمات وفقاً للمواصفات التي يحددها الزبائن بأنفسهم وبتكلفة بسيطة، مما وفر لها ميزة تنافسية هامة.
 3. تتيح تطبيقات التجارة الإلكترونية للشركات إمكانية استخدام نماذج جديدة للأعمال التجارية، مما يوفر أيضاً مزايا تنافسية للشركات التي تستخدمها.
 4. ساعدت التجارة الإلكترونية في تقليل الزمن اللازم بين ظهور الفكرة وتطبيقها تجارياً، وذلك بفضل تحسن تقنيات الاتصال والتنسيق والعمل التعاوني.
 5. ساعد انخفاض تكاليف الاتصالات في تطوير واستخدام أدوات العمل التعاوني كالأجتماعات الإلكترونية والعمل من المنزل وإمكانية المشاركة في المعلومات وغيرها.
 6. إستمرارية تزويد البيانات والمعلومات المحدثة مع سرعة الحصول أو الوصول إليها في أي وقت تطلب به.
- وبما أن نظم المعلومات المحاسبية تمثل نظاماً رئيسة ورسمية في الوحدات الاقتصادية فلا بد أن أية تأثيرات تحدث فيها سوف تتسحب على العمل المحاسبي، وهو ما يتطلب أن تعمل نظم المعلومات المحاسبية على التنسيق والتكامل والتبادل بالبيانات مع كافة النظم الفرعية للمعلومات في الوحدة الاقتصادية وصولاً إلى المعلومات التي يمكن أن تتحقق منها فائدة لمتخذي القرارات.

وعليه فإن العمل المحاسبي في بيئة التجارة الإلكترونية يتطلب الآتي:

1. ضرورة توسيع مجالات تصميم نظم المعلومات المحاسبية بحيث تأخذ بنظر الإعتبار إمكانية العمل مع الشبكات الحاسوبية بما فيها شبكة الإنترنت، الأمر الذي يتطلب معه ضرورة فتح موقع أو أكثر للوحدة الاقتصادية المعنية على شبكة الإنترنت وتأمين عملية الإتصال من خلالها.
2. توفير الوسائل التقنية التي يمكن من خلالها تخزين البيانات وإدخالها إلى الحواسيب بما يؤدي إلى تسهيل عملية التبادل الإلكتروني للبيانات بين الوحدة الاقتصادية المعنية والوحدات الاقتصادية الأخرى التي يتم التعامل معها

عبر شبكة الإنترنت، وبما يؤمن إمكانية تحديث البيانات المخزونة أولاً بأول، وذلك من خلال مواقع الوحدة الاقتصادية على الإنترنت.

3. الأخذ بنظر الاعتبار إمكانية استخدام البرمجيات الخاصة بالحاسبة الإلكترونية وضرورة تكاملها مع البرمجيات التي تعمل بها الوحدات الاقتصادية الأخرى على شبكة الإنترنت.

4. توسيع الإفصاح المحاسبي، بحيث يأخذ بنظر الاعتبار تصميم التقارير والقوائم المالية بالشكل واللغة التي تمكن من نشرها على شبكة الإنترنت، وكذلك ضرورة إحتوائها على البيانات الخاصة بالعمليات التي تمت من خلال التجارة الإلكترونية.

5. ضرورة تهيئة الكادر المحاسبي المؤهل للقيام بالعمل المحاسبي في بيئة التجارة الإلكترونية، ويتبع ذلك ضرورة الإلمام بكافة الوسائل المستخدمة ضمن تقنيات المعلومات وكيفية تشغيل نظام المعلومات المحاسبية الذي يستخدمها.

6. ضرورة زيادة الإجراءات الرقابية على البيانات والمعلومات المتعلقة بالأعمال التي تقوم بها الوحدة الاقتصادية عبر شبكة الإنترنت وخاصة ما يتعلق بالتجارة الإلكترونية نظراً لزيادة المخاطر المترتبة على القيام بتلك الأعمال، ويمكن تحقيق ذلك في ضوء مجموعة المعايير التي حددها كل من (AICPA) و(CICA) اللازمة لتأكيد الثقة في عمليات التجارة الإلكترونية والتي تتعلق بالآتي:

أ. التأكد من وجود أساليب ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية وضمان الخصوصية، على أن تتضمن الإفصاح الكامل عن السلعة أو الخدمة المقدمة وكيفية تنفيذ العملية والإجراءات المتوفرة لدى الوحدة الاقتصادية بخصوص إستفسارات الزبائن.

ب. الإحتفاظ بإجراءات رقابية فعالة عن إكتمال وموضوعية وشفافية الصفقات، على أن تتضمن تأكيدات بتنفيذ الصفقات الإلكترونية طبقاً للإتفاقيات مع الزبائن.

ج. الإحتفاظ بإجراءات فعالة تؤكد حماية وسرية المعلومات.

ويرى الباحث أن تصميم نظم المعلومات المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية سوف يتطلب الآتي:

1. التحول نحو إلكترونية الأعمال المحاسبية، وتصميم نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية.

2. معالجة البيانات المحاسبية وفق ما يطلق عليه بالمحاسبة الفورية.
3. تسهيل عمليات التبادل الإلكتروني للبيانات داخل وخارج الوحدة الاقتصادية، من خلال الاستفادة من ميزات شبكات الإتصال بأنواعها المختلفة (إنترنت، إكسترنت، إنترنت) في أداء العمل المحاسبي.
4. تصميم قواعد البيانات المحاسبية بما يؤمن وجود علاقات التنسيق والترابط بين مختلف الإدارات والأقسام في إستدعاء ومعالجة البيانات المحاسبية.
5. تصميم واستخدام برامج الرقابة الداخلية الإلكترونية، وخاصة فيما يتعلق بالرقابة الإلكترونية الفورية.
6. إعداد التقارير والقوائم المالية بموجب متطلبات الإفصاح الإلكتروني.

وعلى إعتبار أن الميزة التنافسية تمثل أحد الاستراتيجيات المهمة التي تسعى الوحدات الاقتصادية الى تحقيقها كي تضمن بقائها ونموها في ظل التنافس الكبير بينها، فإن الأمر يتطلب من تلك الوحدات البحث المتواصل عن كيفية الاستفادة من كافة المجالات التي يمكن من خلالها تحقيق الميزة التنافسية، ولعل من بين أهم تلك المجالات هو مجال التجارة الإلكترونية نظراً لما يمثله من مجال مهم ضمن التطورات الحديثة التي حدثت في بيئة الأعمال الحديثة.

وعليه فإن الدور المحاسبي يمكن أن يكون فاعلاً في تحقيق أهداف الوحدات الاقتصادية التي تعمل في بيئة التجارة الإلكترونية وخاصة في إمكانية تحقيق الميزة التنافسية لها والتي يمكن أن تساهم فيها نظم المعلومات المحاسبية من خلال إستخدام الأساليب المحاسبية اللازمة وفي مقدمتها تلك الأساليب التي تساعد في تحقيق ميزة تخفيض التكلفة من خلال إستراتيجية قيادة التكلفة.

المبحث الثاني: مجالات الاستفادة من العمل في بيئة التجارة الإلكترونية لتحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة للوحدات الاقتصادية

تهدف إستراتيجية قيادة التكلفة (أو أقل تكلفة) Cost Leadership Strategy إلى تحقيق أقل تكلفة مقارنة مع المنافسين مع الإحتفاظ بمستوى الجودة المقبول، وذلك من خلال القيام بالتحليل الإستراتيجي لتكاليف

الأنشطة الداخلة في العملية الإنتاجية، وبما يمكن أن يساهم في تحقيق ميزة تنافسية للوحدة الاقتصادية في السوق عندما يتصف الطلب على المنتج بالمرونة السعرية، مما يشجع تخفيض التكلفة لزيادة المبيعات وتحقيق الأرباح.

وبذلك فإن التحكم في التكاليف يمثل بعداً تنافسياً يكون السعي إلى تحقيقه هو اهتمام مستمر لكل متخذ قرار في الوحدة الاقتصادية من أجل اكتساب الميزة التنافسية، فإذا اكتشفت وحدة اقتصادية ما مصدراً مهماً لتحسين وتخفيض التكاليف يجب عليها إذاً أن تبحث عن طرق لتخفيض تكاليف نشاطها وبشكل مستمر، ذلك أن نشاط تخفيض التكاليف ليس ثابتاً أو دائماً فهو يتطلب تحسين مستمر وبحوث متواصلة وأساليب أكثر كفاءة لتوصيل الخدمة. (بتس و لي، 2008: 317).

وبما أن بيئة الأعمال الحديثة تتميز بالتغيرات والتطورات المستمرة فضلاً عن أن العمل في بيئة التجارة الإلكترونية قد ساهم في زيادة شدة المنافسة بين الوحدات الاقتصادية في الأسواق المحلية والدولية، فإن الأمر يتطلب من الوحدات الاقتصادية عند العمل في بيئة التجارة الإلكترونية أن تبحث وبصورة مستمرة عن مجالات تخفيض تكلفة منتجاتها بما يمكن أن يساهم في تحقيق ميزة تنافسية لها في الأسواق التجارية المفتوحة.

ويرى الباحث أن مجالات الاستفادة من العمل في بيئة التجارة الإلكترونية لتخفيض تكاليف المنتجات في الوحدات الاقتصادية يمكن أن تشمل تخفيض كلاً من: التكاليف الصناعية، التكاليف التسويقية، التكاليف الإدارية والتمويلية، وكما يلي:

1. تخفيض التكاليف الصناعية (تكاليف الإنتاج).

وهي تتعلق بتكاليف كل من: المواد المباشرة، الأجور المباشرة، التكاليف الصناعية غير المباشرة (تكلفة الخدمات الأخرى)، ويمكن القول أن العمل في بيئة التجارة الإلكترونية يمكن أن يؤدي إلى تخفيض التكاليف الصناعية كما يأتي:

أ. يمكن تخفيض تكلفة المواد المباشرة من خلال مساهمة التجارة الإلكترونية في الحصول على أنسب الأسعار بجهد أقل، حيث تتيح تطبيقات التجارة الإلكترونية إمكانية الحصول على أكبر ما يمكن من العروض التي تقدمها الوحدات الاقتصادية الأخرى والتفاوض المباشر معها.

ب. إمكانية تخفيض تكلفة الأجور المباشرة فيما يتعلق باستبعاد بعض العمليات التي لا تحتاج إلى عاملين، ويكون تأثير ذلك واضحاً وكبيراً في حالة التجارة الإلكترونية بالخدمات الإلكترونية التي تحتاج إلى عاملين بشكل قليل.

ج. تتعلق التكاليف الصناعية غير المباشرة بالنفقات الصناعية التي تؤدي للمنتجات المختلفة أو للوحدة الاقتصادية ككل، مثل: تكلفة القوى المحركة، إندثار وصيانة الآلات، الإيجار، الإنارة، التأمين على الآلات وهكذا، ويمكن تخفيض التكاليف الصناعية غير المباشرة من خلال مساهمة التجارة الإلكترونية في تقليل مجالاتها المختلفة، حيث أن العمل في بيئة التجارة الإلكترونية قد ساهم في تقليل الحاجة إلى المباني وما يتعلق بها من تكاليف.

2. تخفيض التكاليف التسويقية.

تتعلق التكاليف التسويقية بكافة التكاليف التي تتحملها الوحدة الاقتصادية بعد الانتهاء من عملية الانتاج والتي تتضمن كل من: تكاليف الدراسات والبحوث التسويقية والإعلان والترويج والتوزيع والنقل وغيرها من التكاليف المرتبطة بالنشاط التسويقي.

وقد أثبتت بعض الدراسات أن التجارة الإلكترونية يمكن أن تساهم في تخفيض التكاليف التسويقية كما يلي: (العبيدي وآخرون، 2011: 15)

أ. تخفيض تكاليف الإعلان عن المنتجات وتخفيض رواتب وأجور ومكافآت الموظفين والعاملين في قسم الإعلان وتخفيض كلفة البرامج والدورات التدريبية التي تقام في قسم الإعلان.

ب. تقليل مخزون الوحدة الاقتصادية ورواتب وأجور العاملين في المخازن وتخفيض تكاليف السفر إلى الأسواق المستهدفة وتخفيض مصاريف التأمين على المخازن ومصاريف الأدوات المكتبية واستهلاك المكائن والمعدات المستخدمة في المخازن .

ج. إن الوحدة الاقتصادية تسعى من خلال استخدام التجارة الإلكترونية الى تقليل رواتب وأجور ومكافآت الموظفين والعاملين في قسم بحوث التسويق.

3. تخفيض التكاليف الإدارية والتمويلية.

هي مجموعة النفقات المتعلقة بالخدمات التي تقدم إلى كافة إدارات الوحدة الاقتصادية، مثل: الأدوات الكتابية والمطبوعات، أجور العاملين في الأقسام الإدارية والتمويلية، أتعاب مدققي الحسابات ، الفوائد والعمولات البنكية، إندثار مباني وأثاث الإدارة والتأمين عليها.

ويلاحظ أن العديد من هذه الخدمات يمكن تخفيض تكلفتها في بيئة التجارة الإلكترونية وخاصة فيما يتعلق بالأدوات الكتابية والمطبوعات وأجور العاملين في الأقسام الإدارية الذين يمكن أن يقل عددهم، فضلاً عن أن التجارة الإلكترونية تخفض الفترة الزمنية ما بين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات، وهو ما يمثل إيجابية أخرى في تخفيض تكلفة استثمار الأموال.

وتشير إحدى الدراسات إلى أن التجارة الإلكترونية تؤدي دوراً بارزاً في تخفيض هذه التكاليف من خلال تحسين وتدقيق المعلومات وزيادة تنسيق الأعمال، وكذلك انخفاض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشتريين المحتملين والبائعين في السوق، وأن خفض التكاليف الإدارية لعمليات الشراء قد يصل إلى 85%، مما يؤدي في نهاية المطاف (<http://zinano.blogspot.com>).

ويركز الباحث في هذا المجال على أن هناك بعض التكاليف المستحدثة التي تنشأ عند العمل في بيئة التجارة الإلكترونية وخاصة فيما يتعلق كل من:

1. تكاليف شراء أجهزة الحواسيب والبرامج اللازمة لها، وصيانتها واندثاراتها.
2. تكاليف الإشتراك بشبكة الإنترنت، مع الأخذ بالإعتبار أن العمل في بيئة التجارة الإلكترونية يساهم في تخفيض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية، فالإنترنت أرخص بكثير من شبكات القيمة المضافة Value Added Networks.
3. تكاليف إنشاء المواقع الإلكترونية وصيانتها وتحديثاتها.

المبحث الثالث: التكامل بين الأساليب المحاسبية الملائمة لتحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة في بيئة التجارة الإلكترونية

هناك العديد من الأساليب المحاسبية الملائمة لتحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة، إلا أن العمل في بيئة التجارة الإلكترونية يتطلب التكامل فيما بينها في ضوء الإمكانيات التقنية العالية والمتعددة التي يمكن أن توفرها الوحدات الاقتصادية عند مزاوله نشاطاتها وتحولها نحو إلكترونية الأعمال.

ويمكن تناول أهم الأساليب المحاسبية الملائمة لتحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة في بيئة التجارة الإلكترونية كما يلي:

1. تخفيض التكلفة من خلال نظام التكاليف على أساس الأنشطة (ABC).

يشير نظام التكاليف على أساس الأنشطة (ABC) إلى إمكانية احتساب التكاليف وفقاً لمجموعة من الأنشطة التي يمر بها المنتج، وبما يؤدي إلى المساعدة في إيجاد فرصة لتخفيض التكاليف، من خلال إظهار الأنشطة التي لا تضيف قيمة كي يتم إستبعادها.

ويساعد نظام التكاليف على أساس الأنشطة ABC في تعيين الفرصة المتاحة أمام الإدارة لتخفيض التكاليف بكل دقة ووضوح، حيث يبين العمليات والمراحل التي يمر بها المنتج والأنشطة التي تساهم في تكوينه بشكل منفصل، وأن تخفيض تكلفة أي نشاط أو إيقاف الأنشطة الزائدة وإلغاء تكلفتها سيؤدي إلى تخفيض تكلفة المنتج التام، ويعتبر ذلك هدف وسبب إيجاد النظام وخصوصاً في الوحدات ذات المنافسة العالية (التكبريتي)، (2007: 164)، نظراً لما يمثله مبلغ التكاليف من وزن نسبي كبير قياساً بالكلفة الكلية لكل منتج.

2. تخفيض التكلفة من خلال سلسلة القيمة (VC).

يعتبر أسلوب تحليل سلسلة القيمة من الأساليب التي يركز عليها التحليل الإستراتيجي في تخفيض التكاليف، من خلال قيام هذا الأسلوب بتحليل الأنشطة وتقويم قدرتها على الإضافة إلى القيمة، وتوفير المعلومات التي تساعد في الكشف عن أوجه القصور في أدائها، وإعادة تصميم المنتج أو تغيير المواد المستخدمة أو إدخال تغييرات في أساليب الإنتاج، أو تصحيح مسار الأنشطة، ومن ثم إعادة صياغة وتشكيل سلسلة القيمة (الزعبيري، 2010: 66)

وتعد سلسلة القيمة أسلوب أو طريقة لتخفيض الكلف يتم من خلالها احتساب التكاليف على أساس الأنشطة الرئيسية منها والفرعية من خلال إعادة هيكلة الأنشطة بهدف تعظيم قيمة تلك الأنشطة بدءاً من عملية شراء المواد الأولية ولغاية تسليم المنتج للمستهلك، وإن عملية تحليل كلفة الأنشطة يساعد الإدارة في التعرف على مقدار ما تمثله كلفة كل نشاط قياساً بالكلفة الإجمالية وبالتالي يتم التركيز على الأنشطة ذات التكلفة المرتفعة قياساً بالأنشطة الأخرى وبالتالي يتم البحث عن كل السبل التي تؤدي إلى تخفيض تلك الكلفة وبالشكل الذي يؤدي إلى الحفاظ على نوعية المنتجات أو الخدمات المقدمة، وبما يكفل لها تحقيق سلسلة القيمة ومنافسة الوحدات الأخرى، وكل ذلك يتطلب خبرة وفهماً واسعاً عن الأنشطة المراد تخفيض كلفها فضلاً عن ذلك فالأمر يتطلب المزيد من المعلومات للنظر في وضع الوحدة الاقتصادية وماهي علاقاتها الداخلية والخارجية وكذلك الأمر يتطلب قيام الوحدة الاقتصادية بمقارنة كلف أنشطتها مع كلف أنشطة الوحدات المماثلة لغرض تحقيق الميزة التنافسية (يوسف،

2009: 63)، ومعرفة موقفها التنافسي في الأسواق التجارية، الأمر الذي يمكن أن يؤثر في طبيعة القرارات الادارية والانتاجية والمالية المصاحبة للنتائج المتحصل عليها من خلال ذلك.

3. تخفيض التكلفة من خلال دورة حياة المنتج (PLC).

يمثل أسلوب دورة حياة المنتج (PLC) أحد أهم أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية التي تساعد على تخفيض التكاليف، حيث أنه يعتبر أن تكاليف المنتج تتكون من ثلاث عناصر أساسية وذلك من وجهة نظر المعهد الياباني للمحاسبين القانونيين وتتمثل في كل من: التكاليف المبدئية (كتكاليف البحوث والتطوير، التخطيط، التصميم) والتكاليف العادية (كالتكاليف الصناعية، وتكاليف أنشطة المبيعات) والتكاليف النهائية (كتكاليف الصيانة، الإصلاح، والتخلص من الأصل)، وأن السيطرة على التكاليف في المراحل الأولى من أطوار المنتج سوف تؤدي إلى تخفيض التكاليف بشكل حقيقي دون المساس بجودة المنتج، وبذلك يعد هذا الأسلوب من الأساليب المهمة في دعم إستراتيجية قيادة الكلفة (أمين، 2012: 131).

ومما يجب أخذه بالإعتبار أن طول دورة حياة المنتج تؤثر في تكاليف المنتج، ولذلك فالتحكم في طول دورة حياة المنتج يعمل على زيادة أو تخفيض تكاليف المنتج، وبما يعني أن هناك علاقة عكسية بين طول دورة حياة المنتج وبين تكاليف دورة حياة المنتج.

4. تخفيض التكلفة من خلال نظام تكاليف الإنتاج في الوقت المحدد (JIT)

إن استخدام التجارة الالكترونية في ظل نظام تكاليف الإنتاج في الوقت المحدد (JIT) يعمل على تحسين الأداء وان الوحدة الاقتصادية المطبقة يكون لها ميزة تنافسية، كما انه يؤدي إلى خفض الكلف وتحسين الإنتاجية والارتقاء بالجودة ويؤدي إلى خفض الفترات الزمنية بدءاً من استلام طلب العميل وانتهاءً بالتسليم، وتتمثل المجالات التي تستخدم فيها التجارة الالكترونية في ظل نظام (JIT) لخفض التكاليف بالاتي: (المعاضيدي والحديدي، 2009: 30)

أ. تخفيض التكاليف المتعلقة بالمخزون والإنتاج.

ب. تخفيض التكاليف المتعلقة من ناحية الموردين أو المجهزين.

ج. تخفيض التكاليف المتعلقة بالأنشطة التي لاتضيف قيمة من ناحية الزبائن والمستهلكين (نيل رضا المستهلك).

د. تخفيض التكاليف المتعلقة بالوقت من ناحية الفترة الزمنية.

5. تخفيض التكلفة من خلال التكلفة المستهدفة (TC).

تعرف التكلفة المستهدفة بأنها: أحد الأدوات الإستراتيجية التي تعمل على تخفيض تكاليف المنتجات خلال دورة حياتها (Brausch, 1994:45)، وهي تهدف إلى تخفيض تكاليف دورة حياة المنتج ذي الجودة العالية، والذي يلبي احتياجات العملاء عن طريق فحص جميع الأفكار التي يمكن من خلالها تخفيض تلك التكاليف في مرحلتي التخطيط والتطوير (kato, 1993: 33).

ويشير (Fitzgerald.1997: 64) إلى أن نظام التكاليف المستهدفة يعتبر أحد أهم وأفضل نظم إدارة التكاليف المبتكرة، وذلك لأنه يفترض فيه العمل على تخفيض التكاليف وتطوير المنتجات دون المساس بالجودة النوعية للمنتجات، كما يفترض فيه تحقيق رضا الزبائن بصفة مستمرة وتحقيق أعلى نسبة ممكنة من المبيعات والأرباح.

ومن خلال ماتقدم يمكن توضيح مجالات ومزايا التكامل بين الأساليب المحاسبية الملائمة لتحقيق إستراتيجية قيادة التكلفة في بيئة التجارة الإلكترونية كما يلي:

1. من مزايا الانترنت القدرة على ربط نشاط معين بنشاطات اخرى وجعل البيانات الخاصة بنشاط معين متاحة بشكل واسع النطاق داخل الوحدة الإقتصادية وخارجها، وهو ما يسهل تجميع وتبادل جميع البيانات بما يتعلق بتطبيق أي أسلوب من أساليب إستراتيجية قيادة التكلفة.

2. تمثل دورة حياة المنتج المحور الأساس في تطبيق معظم أساليب إستراتيجية التكلفة، مما تتطلب الحاجة أن يتم تصميم قاعدة بيانات مركزية تحتوي على كافة البيانات المتعلقة بدورة حياة المنتج كي يتم تبادلها وتنسيقها وفقاً لحاجة أي أسلوب من أساليب إستراتيجية التكلفة.

3. يمكن تخفيض تكاليف دورة الحياة الكاملة للمنتج بتوجيه الجهود نحو أنشطة المراحل المبكرة لدورة الحياة وقبل بداية مرحلة الإنتاج، ولذلك فإن أفضل توجه هو أن يتم تحليل تكاليف دورة حياة المنتج في نفس توقيت تطبيق نظام التكاليف المستهدفة.

4. ان استخدام سلسلة القيمة عند تطبيق أسلوب تكلفة دورة الحياة الكاملة للمنتج، تعمل على تخفيض التكاليف خلال مراحل دورة حياة المنتج من خلال استبعاد الأنشطة التي لا تضيف قيمة مما يؤدي الى قصر دورة حياة المنتج وبالتالي تخفيض تكلفة المنتج.

5. يمكن اعتبار نظام التكلفة على أساس النشاط من أهم أدوات ادارة التكاليف استراتيجياً بالتكامل مع أسلوب دورة حياة المنتج , حيث يهدف إلى: (<http://walidsamir7.blogspot.com>)

أ. تحديد تكلفة المواد المستخدمة في أداء الأنشطة الأساسية خلال دورة حياة المنتج.

ب. تقييم كفاءة وفعالية تلك الأنشطة (مقاييس الأداء).

ج. تقييم الأنشطة الجديدة لتطوير وتحسين أدائها في المستقبل (ادارة الاستثمارات).

د. تحقيق الأهداف الثلاثة السابقة في بيئة تتسم بالتغيرات التقنية.

6. لتحقيق التكامل بين أسلوب دورة حياة المنتج ونظام التكلفة على أساس النشاط, فانه يجب تبويب الأنشطة تبعاً لدورة حياة المنتج, ويتبع ذلك الربط بين تكاليف هذه الأنشطة مع المراحل المختلفة لدورة الحياة. ان هذا التبويب يربط بين الأنشطة وبين الفترة التي تمثل مرحلة معينة وذلك عندما تتم الاستفادة من مخرجات النشاط, وبالتالي يمكن اعتبار أن تحقيق المنافع في فترات تالية في دورة الحياة على أنه نوع من العلاقات التشابكية بين الأنشطة التي تم تبويبها تبعاً لدورة حياة المنتج.

7. إن التكامل بين كل من: سلسلة القيمة ونظام تكاليف الإنتاج في الوقت المحدد يمكن أن يؤدي إلى المساهمة في تحقيق أهداف نظام التكاليف على أساس الأنشطة، حيث يتم إستبعاد تلك الأنشطة غير الضرورية والتي يمكن الإستغناء عنها عند العمل في بيئة التجارة الإلكترونية وخاصة فيما يتعلق بتكاليف البحث والتطوير وتكاليف الشراء والبيع والمخزون.

الاستنتاجات والتوصيات

بما أن نظم المعلومات المحاسبية تمثل نظاماً رئيساً ورسمية في الوحدات الإقتصادية فلا بد أن أية تأثيرات تحدث فيها سوف تتسحب على العمل المحاسبي، وهو ما يتطلب أن تعمل نظم المعلومات المحاسبية على التنسيق والتكامل والتبادل بالبيانات مع كافة النظم الفرعية للمعلومات في الوحدة الإقتصادية وصولاً إلى المعلومات التي يمكن أن تتحقق منها فائدة لمتخذي القرارات.

1. إن الدور المحاسبي يمكن أن يكون فاعلاً في تحقيق أهداف الوحدات الإقتصادية التي تعمل في بيئة التجارة الإلكترونية وخاصة في إمكانية تحقيق الميزة التنافسية لها والتي يمكن أن تساهم فيها نظم المعلومات المحاسبية

من خلال إستخدام الأساليب المحاسبية اللازمة وفي مقدمتها تلك الأساليب التي تساعد في تحقيق ميزة تخفيض التكلفة من خلال إستراتيجية قيادة التكلفة.

2. بما أن بيئة الأعمال الحديثة تتميز بالتغيرات والتطورات المستمرة فضلاً عن أن العمل في بيئة التجارة الإلكترونية قد ساهم في زيادة شدة المنافسة بين الوحدات الإقتصادية في الأسواق المحلية والدولية، فإن الأمر يتطلب من الوحدات الإقتصادية عند العمل في بيئة التجارة الإلكترونية أن تبحث وبصورة مستمرة عن مجالات تخفيض تكلفة منتجاتها بما يمكن أن يساهم في تحقيق ميزة تنافسية لها في الأسواق التجارية المفتوحة.

3. إن مجالات الإستفادة من العمل في بيئة التجارة الإلكترونية لتخفيض تكاليف المنتجات في الوحدات الإقتصادية يمكن أن تشمل تخفيض كلاً من: التكاليف الصناعية، التكاليف التسويقية، التكاليف الإدارية والتمويلية.

4. هناك العديد من الأساليب المحاسبية التي يمكن أن تساهم في تحقيق أهداف إستراتيجية إدارة التكلفة والمتمثلة أساساً بإمكانية تخفيض تكلفة المنتجات، وبما يمكن أن يساهم في تحقيق ميزة تنافسية للوحدة الإقتصادية التي تستخدم هذه الأساليب.

5. نظراً للمزايا العديدة التي يمكن الإستفادة منها عند العمل في بيئة التجارة الإلكترونية بما يمكن أن يساهم في تخفيض تكاليف المنتجات، فضلاً عن إمكانية الإستفادة من العمل في بيئة تقنيات المعلومات التي تتطلبها بيئة التجارة الإلكترونية والتحول نحو المحاسبة الإلكترونية، تبرز لدينا الحاجة إلى تصميم قاعدة بيانات مركزية تحتوي على جميع البيانات التي تساهم في تطبيق أي أسلوب من أساليب إستراتيجية إدارة التكلفة، فضلاً عن تأمين العلاقات الإيجابية بين مختلف هذه الأساليب وصولاً إلى تحقيق الهدف العام وهو تحقيق ميزة تنافسية للوحدة الإقتصادية من خلال تخفيض تكلفة المنتجات وصولاً إلى تخفيض أسعارها في السوق.

المصادر

- إسماعيل يحي التكريتي (2007)، محاسبة التكاليف المتقدمة- قضايا معاصرة، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن.
- روبارت، بنس وديفيد، لي (2008)، الإدارة الإستراتيجية. بناء الميزة التنافسية، ترجمة عبد الحكم الخزامي، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- زينب جبار يوسف (2009)، إدارة وتخفيض الكلفة بأستخدام سلسلة القيمة - دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الانشائية، مجلة التقني، المجلد 22، العدد 5، هيئة التعليم التقني.

ساكار ظاهر عمر أمين (2012)، دور المحاسبة الإستراتيجية في تعزيز القدرات التنافسية - دراسة استطلاعية في مجموعة مختارة من الشركات العراقية، أطروحة دكتوراه في المحاسبة، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة الموصل.

عادل عبد الغني قائد الزعيتري (2010)، استخدام أساليب التحليل الإستراتيجي بغرض تخفيض التكاليف - دراسة نظرية تطبيقية على المنشآت الصناعية اليمنية، أطروحة دكتوراه في المحاسبة، كلية التجارة، جامعة أسيوط، ج.م.ع.

علي قاسم حسن العبيدي وجاسم عيدان براك المعموري وجليل كاظم مدلول العارضي (2011)، اثر استخدام التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية . دراسة تطبيقية في شركة زين للاتصالات، مجلة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 19، العدد 1.

منى سالم حسين المعاضيدي وهشام عمر الحديدي (2009)، استخدام التجارة الإلكترونية في مساندة تطبيق فلسفة JIT ودورها في تخفيض التكلفة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد التاسع عشر.

Brausch J. (1994), Target Costing for Profit Enhancement, Management Accounting , Vol.76, No.5, Nov.

K. Fitzgerald,(1997). Cost tops all Design Concerns, Purchasing, Vol.122, US, No.5, Apr3.

Kato Y.(1993), Target Costing Support System: Lesson from Leading Japanese Companies, Management Accounting Research, Japan, Vol.4, No.1, Mar.

http://zinano.blogspot.com/2010/09/blog-post_511.html

<http://walidsamir7.blogspot.com/2012/12/blog-post-15.html>.