

ترشيد تكاليف الجودة من خلال الايحاء الواسع

خضير سلمان ذياب

كلية مدينة العلم الجامعة

قسم المحاسبة

Khdier.salman@yahoo.com

المستخلص

يعد الايحاء الواسع احد النماذج الجديدة التي تؤدي الى الاستجابة السريعة لطلبات الزبائن اي مشاركة الزبون في عمليات تصميم المنتج او الخدمة التي تلبي رغباتهم واحتياجاتهم، وتهدف هذه الدراسة إلى تخفيض تكاليف الجودة في الوحدات الاقتصادية من خلال الايحاء الواسع وإنهاء تكاليف الفشل الخارجي والداخلي، اهم ما توصلت إليه الدراسة هو ان نظام الايحاء الواسع من الوسائل الحديثة التي من شأنها ان تساعد إدارة الوحدات الاقتصادية على برمجة انتاجها حسب رغبة الزبون واهم استنتاج توصلت اليه الدراسة هو ضرورة اعتماد الانظمة المؤتمته وذات التقنيات العالية ومن ثم سيتم الغاء كل تكاليف الفشل الخارجي والداخلي.

الكلمات المفتاحية : تكاليف الجودة : الايحاء الواسع

Reduction of quality costs through mass customization

Khدير salman aithiab

Madenat al–elem university college; Accounting department.

Khدير.salman@yahoo.com

Abstract

The mass customizations is one of the new models that leads to quick response to customer requests customer participation in product or service design processes that meet their needs. The aim of this study is to reduce the cost of quality in the economic units through mass customization and to finish the costs of external and internal failure. The most important conclusion of the study is that the system of mass customization of modern means that will help the management of economic units to program their production according to the customer's desire and the most important conclusion The study reached is the need to adopt high–tech and high–tech systems, and then all costs of external and internal failure will be eliminated.

Key words: cost of quality, mass customizations

المقدمة

1 -الكتب العربية والاجنبية والرسائل والاطاريح
الجامعية

2 -الدوريات والبحوث المنشورة

3 -المعلومات من الشركة العامة للصناعات الجلدية

المبحث الثاني : تكاليف الجودة والايباء الواسع

اولا: تكاليف الجودة :- قبل ان نتطرق الى تكاليف الجودة لا بد من ان نتعرف على الجودة فهي تعني الخصائص والصفات لمنتج او لخدمة المقدمة الى الزبائن في وقت الشراء او اثناء استخدامهما وتعرف تكاليف الجودة على انها تلك المصاريف التي تتحملها الشركة لتمنع انتاج منتجات بجودة رديئة. (1)

انواع تكاليف الجودة تشمل الاتي:

1. تكاليف الوقاية (المنع): وهي التكاليف التي تؤدي الى تجنب انتاج منتجات غير مطابقة للمواصفات مثل (هندسة وتدريب الجودة، تدقيق مطابقة الجودة، التصميم الاساسي للمنتج).

2. تكاليف التقييم: وهي تلك التكاليف التي تتم من خلالها معرفة المواصفات هل هي مطابقة ام لا، مثل: (فحص واختبار المنتجات التامه والشبه التامه ومن ثم التحقق من ذلك).

3. تكاليف الفشل الداخلي: وهي تكاليف تصليح وتصحيح العيوب والاطفاء في المنتجات الغير مطابقة للمواصفات، مثل: (اعادة التصنيع، اعادة الرقابة، اعادة اختبار والتحقق ثم الاصلاح).

4. تكاليف الفشل الخارجي: وهي التكاليف التي تتحملها الوحدة الاقتصادية بعد تسليم البضائع غير المطابقة للمواصفات او المعيبة للزبائن، مثل: (انخفاض

يعتبر الزبون هو الدافع والهاجس الاكثر اهمية في الوحدات الاقتصادية التي تسعى الى تحقيق رغباته فلم تعد مسؤوليتها تقديم منتجات بل عليها اشباع رغبات الزبون ونيل رضاه وذلك بالاستفادة من التطور التكنولوجي والاتصالات السريعة وشبكة المعلوماتية واصبح كسب رضا الزبون والاستجابة السريعة لرغباته من اهم اهداف الوحدات الاقتصادية ويعد الايباء الواسع من الاساليب الحديثة التي تساعد ادارة هذه الوحدات في هذا المجال.

المبحث الاول : منهجية البحث :-

أولا : مشكلة البحث :- عدم مواكبة الوحدات الاقتصادية للأساليب الادارية والانتاجية في تحقيق رضا الزبون نتيجة التغير المستمر في اذواق الزبائن ورغبتهم ومنها الايباء الواسع الذي يسعى لذلك بكلفة مرشدة وجودة ملائمة.

ثانيا : أهداف البحث :- يهدف البحث الى التعرف على تكاليف الجودة وتخفيضها من خلال الايباء الواسع.

ثالثا : أهمية البحث :- يستمد البحث اهميته من خلال تبني الوحدات الاقتصادية مشاركة زبائنهم في تصميم منتجاتها والاهتمام بطلباتهم وذلك باتباع منهج يعتمد على نظام انتاج مؤتمت وهو الايباء الواسع ومن خلال ذلك يتم المحافظة على الزبائن بل وزيادتهم وكسب رضاهم بانتاج منتجات بجودة عالية وكلفة منخفضة .

رابعا : فرضية البحث :- تكمن فرضية البحث في تخفيض تكاليف الجودة وانهاء تكاليف الفشل الخارجي والداخلي تتم من خلال الاعتماد على نظام الايباء الواسع .

خامسا : مصادر جمع البيانات :-

الايرادات، كلفة معالجة الشكاوي القانونية، المسؤولية الاجتماعية عن المنتجات).

ثانيا:- الايصاء الواسع:

1) نشأت الايصاء الواسع

تاريخ هذا المصطلح يعود الى عام 1970 والذي توقعه (Alvin Toffar) وذكره في كتابه صدمة المستقبل (3) ان اول الباحثين الذين درسوا هذا المصطلح بعمق هما : (Davis1987) و (pine 1993) وصفوه بأنه العملية المطبقة في الشركات الصناعية ذات تكنولوجيا واساليب ادارية حديثة توفر من خلالها منتجات مخصصة ومتنوعة اعتمادا على مرونتها وقدرتها على الاستجابة السريعة لتوفر منتجات حسب احتياجات الزبون (4) وتم الانتاج بهذه الطريقة بمراحل تطور مختلفة سيتم عرضها في الجدول التالي:

الجودة تعني المطابقة للمواصفات كان هذا المفهوم سائدا لفترة قريبة جدا فعندما يكون المنتج مطابقا للمواصفات المحددة مسبقا فانه سيلاقي رضا الزبون الا ان التقدم الهائل في مجال التكنولوجيا والاتصالات والانترنت والتغير الذي طرأ على اذوق الزبائن والعولمة كل هذا احدث تغييرا في الوعي الاستهلاكي واصبح الزبون قادر على الحصول على احتياجاته من المنتجات من كل انحاء العالم وبذلك اصبح قادرا على المفاضلة بين تلك المنتجات واصبح مفهوم المطابقة والملائمة لا يحقق رضا الزبون لانها تعني الجودة من وجهة نظر المنتجين فقط وهذه لا تؤدي إلى رضا الزبائن. (2)

جدول رقم (1): مراحل تطور نماذج الانتاج

النموذج/	الانتاج الحرفي (Craft production)	الانتاج الواسع Mass(production)	الانتاج المرن (Flexible production)	الايصاء الواسع Mass(Customization)	الانتاج المستدام Sustainable (Production)
الفترة	1850	1913	1980	2000	?2020
احتياجات المجتمع	المنتجات حسب الطلب	انخفاض كلفة المنتجات	منتجات متنوعة	المنتج مخصص	المنتجات النظيفة
التسويق	صغيرة الحجم جدا	الطلب العرض طلب منتظم	العرض الطلب كمية حجم المنتج صغير	العولمة تذبذب الطلب	بيئية
نموذج الاعمال	سحب - بيع - تصميم - تصنيع - تجميع	دفع - تصميم - تصنيع - تجميع - بيع	دفع - سحب - تصميم - تصنيع - بيع - تجميع	سحب - تصميم - بيع - تصنيع - تجميع	سحب - تصميم - بيئية - بيع - تصنيع - تجميع
التكنولوجيا	الكهرباء	أجزاء قابلة لتبديل	الحاسوب	تقنية المعلومات	نانو , بايو , تقنية المواد
العمليات	أدوات الآلة	خط التجميع المتحرك	نظام التصنيع المرن وريپورت	نظام تصنيع إعادة التشكيل	زيادة التصنيع

(Boer ,Claudio R. and Duly Sergio (2007):450)

انتاج منتجات مخصصة للبيئة وحسب رغبة الزبون.
(10)

ويعرفه الباحث:- (بانه تحسين المنتجات وفق رغبات الزبائن
وبكلفة مرشدة بلاعتماد على تقنيات حديثة في مجالات
التصنيع والمعلومات لتقديم منتج بجودة ملائمة للاستخدام)

(3) اهمية الايضاء الواسع

قام (Kratoche) بتحديد اهمية نظام الايضاء الواسع
(11) وتشمل :-

- 1 - تخفيض التكلفة : وذلك عن طريق الغاء
الخطوات الغير ضرورية وتشكيلة الانتاج
في الوقت المحدد ونظام سلسلة التوريد.
- 2 - تقليل استنزاف الموارد : وذلك بالقضاء على
حالات انعدام التطابق وذلك باستخدام
البرمجيات الحديثة.
- 3 - زيادة ولاء الزبون بسبب حسن الاتصال
معه, وذلك من خلال ادارة علاقات الزبون.
- 4 - خدمات اسهل خلال فترة قصيرة واستجابة
سريعة لاحتياجات الزبون.

(4) انواع الايضاء الواسع :-

(12)(13)

1- **الايضاء الخالص:-** وهي عملية تعبير الزبائن عن
احتياجاتهم الخاصة ابتداء من التصميم فصاعدا ويتعاون
الزبون مع المنتج للحصول على افضل المنتجات وهنا تصبح
العملية (تصميم -تصنيع -تجميع -توزيع) ،مثل شركات
الملابس والمقاولات وحرف الحدادة والنجارة.

2- **الايضاء بالتصنيع :-** وهنا يكون التأثير للزبون على
الانشطة التحويلية ولا يتدخل بعملية التصميم ويكون التعديل

ادى ظهور نظام الايضاء الواسع الى تجاوز
النظم القديمة للانتاج الواسع لضعف استجابة
النظم التقليدية للظواهر غير اعتيادية كتتنوع
المنتجات وفرصة الدخول للتجارة الالكترونية
الامر الذي ادى الى ظهور نموذج باستطاعته
مواجهه الحالة الجديدة المتمثلة بالتنوع
والايضاء وعدم التجانس السوقي و قصر دورة
حياة المنتج من خلال الاستجابة السريعة
وتقديم أفضل الخدمات من اجل الوصول لذروة
التصنيع السريع. (5)

(2) **تعريف الايضاء الواسع :-** يعرف الايضاء الواسع من
قبل العديد من الباحثين كلاتي:

عرف (Pine) في عام 1993 نظام الايضاء الواسع بانه
وسيلة لزيادة مشاركة الزبائن وانتاج منتجات بتكاليف
منخفضه من خلال القيام بتغيرات في انظمة التصنيع.
اما (Kotha) في سنة 1996 فقد عرفه بانه امكانية
الوحدة الاقتصادية على توفير منتجات مختلفة باستخدام
المرونة وسرعة الاستجابة الصناعية. (6)

اما (Skjelestad) فعرفه بانه انتاج سريع بكلفة منخفضة
حسب رغبة الزبائن. (7)

وعرفه (الطويل) في عام 2009 بانه نظام انتاجي هدفه
ملائمة التقنيات الحديثه مع قابلية الوحدة الاقتصادية
للحصول على منتج يلائم رغبة الزبائن. (8)

اما (Krajewski) عام 2010 فعرفه بانه قيام الوحدة
الاقتصادية بانتاج السلع والخدمات بتكلفة منخفضة
وامكانية اختيار المنتجات حسب رغبة الزبون. (9)

وعرفه (Barman & Canizares) بانه الجمع بين
ترشيد كلفة الوحدة الواحدة مع المرونة الفردية وذلك لغرض

تطبيق تكاليف الجودة في احد معامل الشركة العامة للصناعات الجلدية: تم اختيار الحذاء موديل 70120 كنموذج لغرض الدراسة وتم اعتماد البيانات لسنة 2014 ان وحدة التكاليف في الشركة لا تحتسب تكاليف الجودة باقسامها (المنع و التقييم و الفشل الداخلي والخارجي) لهذا تم احتساب التكاليف باستخدام المعايير الميدانية.

1) تكاليف المنع (الوقاية) :- التكلفة التي تقوم الشركة بانفاقها لمنع حدوث العيوب خلال الانتاج او التقليل منها ويمكن توضيح عناصر تكاليف المنع كما يأتي :-

تكلفة البحث والتطوير :- وهو البحث عن تطوير للمنتجات والموديلات وايجاد بدائل مختلفة للمواد الاولية بتكلفة اقل وبنفس الجوده تشمل الاتي:

وفقا لرغبات وتفضلات الزبون مع وجود درجة من المرونة ويكون التعديل ثانوي وليس على التصميم الاساسي،مثل شركات المطابخ.

3- الايحاء بالتجميع :- وهنا يكون تأثير الزبون على الانشطة التجميعية فقط وليس للزبون اي دور في عملية تعديل التصميم او التصنيع، مثل شركات الاثاث والكومبيوتر.

4- الايحاء بالتوزيع :- وهنا يكون تأثير الزبون في عملية التوزيع وليس له علاقة بالعمليات الاخرى، مثل شركة امزون.

5-المتنوعة بدون ايحاء :- تأثير الزبون يكون في الاختيار بين البدائل فقط من خلال ما معروض من المنتجات.

المبحث الثالث الجانب العملي :-

جدول(2): احتساب تكلفة البحث والتطوير

البيان	التكلفة
مجموع الرواتب و الاجور	17686569
مجموع المستلزمات السلعية	106200
مجموع المستلزمات الخدمية	0
الاندثار	30000
المجموع /معمل بغداد	177003769
حصة المعمل	16091251

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على سجلات التكلفة.

تكلفة تصميم المنتج :- يتم تصميم المنتج حسب رغبة الزبون وتوقعاته من ناحية الجودة والتشكيل والسعر وبمراجعة السجلات وجد التالي:

الجدول(3): تكلفة تصميم المنتج

التكلفة	البيان
781270140	مجموع الرواتب والأجور
1820300	مجموع المستلزمات السلعية
2404972	مجموع المستلزمات الخدمية
976427	الاندثار
786471839	المجموع /معمل بغداد
96302674	حصة المعمل 6 موديلات من 49 موديل

المصدر: اعداد الباحث اعتمادا على سجلات التكاليف

تكلفة تخطيط الجودة:- وهو التخطيط باستخدام الخطط وبرامج الجودة الخاصة للمحافظة على المستوى المطلوب للجودة وفقا لمواصفات ايزو وذلك من خلال وضع الخطط للمواصفات ومستوى الجودة للمنتج ومتطلبات الزبون كالآتي:-

الجدول (4): تكلفة تخطيط الجودة

التكلفة	البيان
80023324	مجموع الرواتب والأجور
16000	مجموع المستلزمات السلعية
1260000	مجموع المستلزمات الخدمية
502000	الاندثارات
81801324	المجموع /معمل بغداد
81801324	حصة معمل(7) فقط - معمل الوحيد

المصدر: اعداد الباحث اعتمادا على سجلات التكاليف

تكلفة نشاط الصيانة الوقائية :- حيث يقوم قسم الصيانة الموجود في الشركة بتخفيض او القضاء على التوقفات التي قد تحصل في الشركة كالآتي:-

الجدول (5): تكلفة نشاط الصيانة الوقائية

التكلفة	البيان
721180516	مجموع الرواتب والأجور
104416520	مجموع المستلزمات السلعية
3514300	مجموع المستلزمات الخدمية
22507830	الاندثار
851619166	المجموع /معمل بغداد
71156508	حصة المعمل (63) مستند من (754) مستند

المصدر: اعداد الباحث اعتمادا على سجلات التكاليف

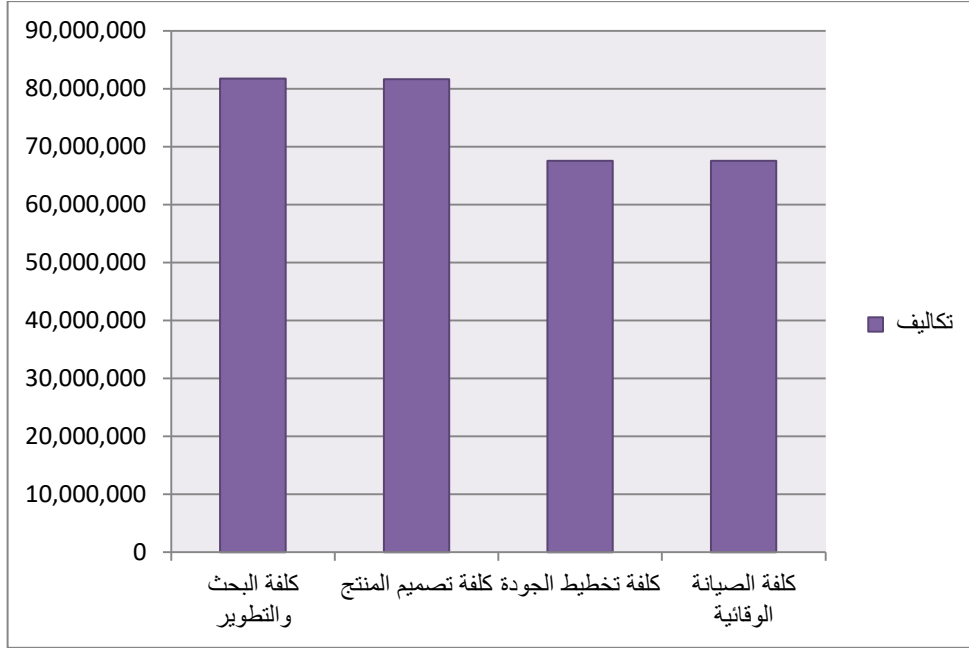
ويوضح تكلفة المنع (الوقاية) للمعمل في الجدول الرقم (6):-

الجدول (6): أجمالي تكلفة المنع

التكلفة	عناصر تكاليف الجودة (المنع)
16091251	تكلفة البحث والتطوير
96302674	تكلفة تصميم المنتج
81801324	تكلفة تخطيط الجودة
71156508	تكلفة الصيانة الوقائية
265351757	الاجمالي

المصدر: اعداد الباحث

الشكل (1): تكاليف المنع



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على الجدول (6)

2- تكلفة التقييم :- تستعمل لتقويم المنتج اثناء عملية الانتاج وبعد اكتمال المنتج وتتضمن الاتي :-

الجدول (7) تكاليف الفحص

البيان	الكلفة
مجموع الرواتب والأجور	52881504
مجموع المستلزمات السلعية	257650
مجموع المستلزمات الخدمية	416280
الاندثار	29500
المجموع /المعمل	53584934

المصدر: اعداد الباحث اعتمادا على سجلات التكاليف

من مراحل الانتاج وهي الفصال ويبين الجدول (10) كلفتها.

ب-فحص المنتجات نصف المصنعة:- فحص المنتجات يقع على عاتق المشرفين المسؤولين على

أ-فحص المواد الاولية:- يتم اجراء فحوصات خاصة على المواد الاولية للتأكد من مطابقتها للمواصفات قبل ادخالها عملية الفصال ويتم الفحص من قبل لجنة خاصة ابتداء من قبل دخولها الفحص الى اول مرحلة

بعد الانتهاء من المرحلة الأخيرة من الانتاج (عملية السحب) حيث يقومون بفحص المنتج بصورة نهائية قبل عملية تغليفه لفرض التأكد من مدى ملائمة لمتطلبات وتوقعات الزبون.

د- فحص المنتجات المعادة:- وهو قيام الفاحصين باعادة فحص الاجزاء غير المطابقة للمواصفات و من ثم اعادتها الى العملية الانتاجية ومن ثم اعادة الفحص مرة اخرى وقد قام الباحث بالاتفاق مع المهندسين والمشرفين على خط الإنتاج ان وقت الذي يستغرقه الفاحصين لفحص المنتجات نصف المصنعة هو 20% من عملية الفحص.

العملية الانتاجية حيث يتم فحص المنتج لكل جزء على حدى ابتداء من عملية الفصال والخياطة والجر ويخصص الفاحصين وقتهم لفحص المنتج اثناء العملية الانتاجية اضافة الى اعادة فحص المواد التي تمت اعادتها لمصنع وذلك لفشلها ومن خلال معرفة المعايير الميدانية والقيام باستشارة الخبراء والفنيين وجد ان (80 %) من وقتهم كان مخصص للفحص خلال الانتاج اما الوقت المتبقي فقد كان مخصصاً للمواد المعادة الى المصنع.

ج-فحص المنتجات النهائية:- حيث تقوم مجموعة مختصة من الفاحصين بفحص المنتجات بصورة نهائية

الجدول (8): تكلفة الفحص في المعمل

البيان	عدد العاملين	الكلفة
فحص المواد الأولية	1	6698117
فحص المنتجات النصف المصنعة	5	33490584
فحص المنتجات النهائية	2	13396233
الإجمالي	8	53584934

المصدر: اعداد الباحث

ويوضح الجدول (9) والشكل (2) أجمالي تكاليف التقييم وتفصيلها

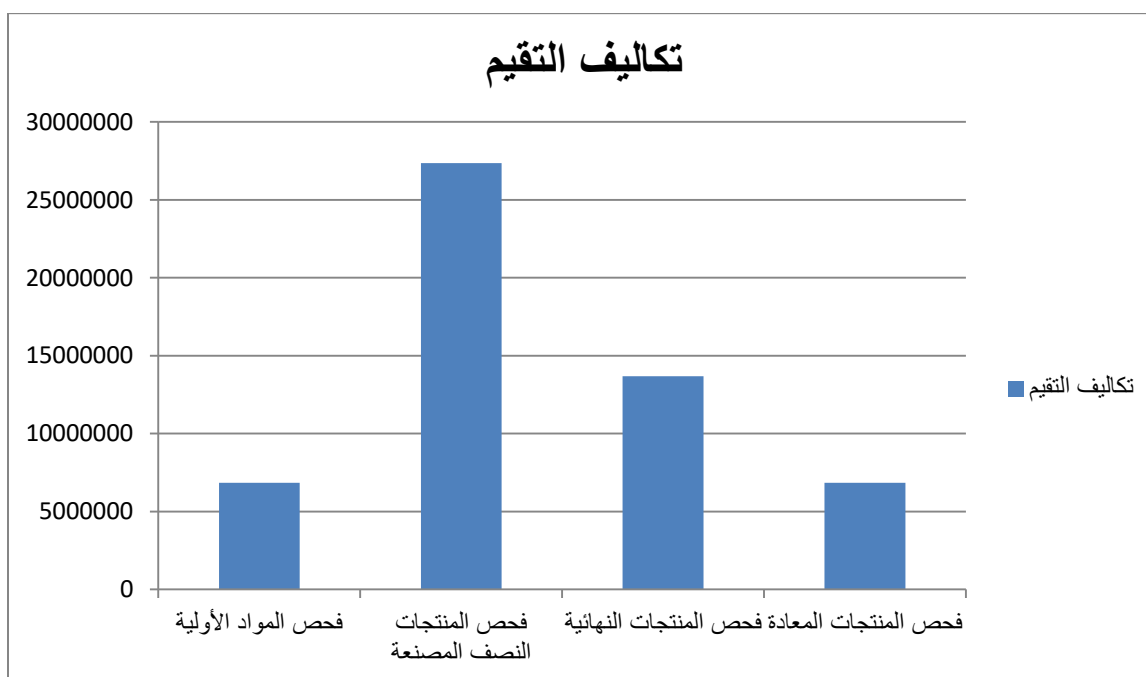
الجدول (9): أجمالي تكاليف التقييم

عناصر تكاليف الجودة التقييم	الكلفة
فحص المواد الأولية	669811675
فحص المنتجات النصف المصنعة	26792467
فحص المنتجات النهائية	133962335
فحص المنتجات المعادة	669811675
الإجمالي	53584934

المصدر: اعداد الباحث اعتمادا على سجلات التكاليف

الشكل (2)

تكاليف التقييم



المصدر : اعداد الباحث اعتمادا على الجدول (9)

ويلاحظ من الشكل (2) بان تكاليف الفحص للمنتجات نصف المصنعة هي اعلى جزء من تكاليف التقييم.

3- الفشل الداخلي:-

وهي تكاليف المنتج غير المطابقة للمواصفات حيث ان عناصر واجزاء المنتجات التالفة لا يمكن اعادة تصليحها او حتى استعمالها لذلك هي تعتبر تالفة نهائيا ويحدث هذا الفشل لاسباب مختلفة و من خلال طريقة المعايضة الميدانية في المعمل والمناقشة مع المختصين في المعمل تم اكتشاف الاسباب التالية وهي:-

- عيوب في عملية تقطيع وتفصيل الجلد نتيجة لتلف السكاكين لكثرة استخدامها في عملية التكرار .
- عيوب في عملية الخياطة مثل كسر ابرة الخياطة او استخدام خيط الألوان مختلف عن اللون الدقيق.
- عيوب في عملية السحب والجر.

حيث تمثل تكاليف تلف المنتجات في المعمل ما يمثل نسبة 7% من مخازن المخلفات (119411103) وتكون (8358777)

4- الفشل الخارجي:-

اما الفشل الخارجي فهو فشل الشركة وذلك لتقديمها منتجات ذات جودة رديئة الى الزبون مما يؤثر سلبا على المبيعات وامتناع الزبون عن شراء منتجات الشركة ويمكن احتسابه من خلال احتساب التعويضات والغرامات التي تقع على عاتق الشركة وذلك بسبب رفع الدعاوي القضائية التي تتحملها الشركة بالاضافة الى تكلفة انتاج المنتجات المعيبة والمعادة ولكون الشركة العامة للصناعات الجلدية لا توجد فيها تكاليف اصلاح الأضرار وكذلك لعدم رفع دعاوي قضائية عن المنتجات الرديئة او ماعدا الخصومات التي تمنحها الشركة من اجل زيادة كمية المبيعات. وقد لوحظ عدم وجود شكاوى او تعويضات او ضمان او خصومات فلذلك لا توجد تكاليف الفشل الخارجي.

الجدول (10): اجمالي تكاليف الجودة

ت	تصنيف تكاليف الجودة	التكاليف	النسبة
1	تكاليف المنع (الوقاية)	265351707	81.1 %
2	تكاليف التقييم	53584934	16.4 %
3	تكاليف الفشل الداخلي	8358777	2.5 %
4	تكاليف الفشل الخارجي	0	0
5	الإجمالي	327395468	100 %

المصدر: اعداد الباحث اعتمادا على الجداول السابقة.

الانتاج. ومن خلال الجدول رقم(11) نرى تأثير الايحاء الواسع على تلك التكاليف وذلك باستخدام تكنولوجيا متقدمة في التصنيع والاتصالات لغرض انتاج منتجات تلبي رغبات الزبائن

ويمثل الجدول(10) تقرير تكاليف الجودة للمعمل حيث تبين ان المبالغ الاجمالية لتكاليف الجودة (327295468) اذ ان المبلغ المصروف يهدف الى توفير الجودة للمنتج وللعملية حيث نلاحظ ارتفاع تكاليف التقييم وذلك لمنع حدوث معيب في

والتي صممت بناء على مشاركة الزبون في ذلك حيث ان الانتاج لطلبية خاصة ابتداء من التصميم وحسب رغبة الزبائن.

الجدول(11): اثر الايحاء الواسع على تكاليف الجودة

نوع التكاليف	عناصر التكاليف	قبل الايحاء الواسع	بعد الايحاء الواسع	الملاحظات
تكاليف المنع	تكلفة البحث والتطوير	16091251	16091251	-
	تكلفة تصميم المنتج	96302674	96302674	-
	تكلفة تخطيط الجودة	81801324	0	وذلك لعد الحاجة الى لايزو لان الجودة تقاس لدى الزبون من خلال ملائمتها لاستعماله
	تكلفة نشاط الصيانة الوقائية	71156508	0	وذلك لان المصانع ذات التقنية العالية والمرنة يتم تصليحها من تلقاء نفسها دون الحاجة الى صيانة
التقييم	فحص المواد الاولية	6698117	0	عدم الحاجة لها لتعامل الوحدة الاقتصادية مع موردين موثوق بيهم وتكون بكميات صغيرة
	فحص المنتجات نصف المصنعة	26792467	0	في حالة الاعتماد على مصانع ذات التقنية لا حاجة لوجود فحص لمنتجات النصف المصنعة وذلك لان الفحص يكون تلقائي
	فحص المنتجات النهائية	13672749	0	كذلك لا حاجة لوجود الفحص
	فحص المنتجات المعادة	669811675	0	لا يوجد منتجات معادة
الفشل الداخلي	تلف المنتجات	8358777	0	لا توجد منتجات تالفة او معابه وغير مطابقة للمواصفات الزبون
الفشل الخارجي	لا توجد	0	0	لا توجد شكواي او غرامات في ظل الايحاء الواسع لان المنتجات تتم حسب طلب الزبون

المصدر: اعداد الباحث.

المطلب الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

اولا: الاستنتاجات

- 2- ان استخدام نظام الايحاء الواسع يعتبر من الوسائل الحديثة في الانتاج التي من تقوم بمساعدة ادارة الوحدة الاقتصادية في الانتاج حسب رغبات الزبائن.
- 3- ان الانتاج وفق رغبات الزبائن سيؤدي الى ترشيد او إنهاء تكاليف المنع و التقييم والفشل.

- 1- تعاني الشركة العامة للصناعات الجلدية شأنها شأن اي شركة صناعية من شركات القطاع العام من انخفاض في نسبة المبيعات وعدم تحديث المكائن وعدم استخدام وسائل حديثة في التصميم والاعتماد على تلك التصاميم القديمة.

ثانيا: التوصيات

- 4- Harmsel ,Maarten ter , (2012)," Mass customization as a solution for the Service Industry "Master's thesis , Business Administration, Service Management, University of Twente.
- 5 -اللامي, غسان قاسم, (2008), "تقنيات ونظم معاصرة في ادارة العمليات", اثرء للنشر والتوزيع, الطبعة الاولى, دوار المدينة الرياضية .
- 6- Kotha , suresh, (1996) , " from mass production to mass customization : the case of national industrial bicycle company of japan ", Journal European Management Vol. 14 No 5 ,pp:544
- 7- Skjelstad, Lars & Hagen,Ingvar & Alfnes, Erlend ,(2005)," GUIDELINES FOR ACHIEVING A PROPER MASS CUSTOMISATION System" , Sessio : Production and Manufacturing Management , EurOMA International Conference on Operations and Global Competitiveness .
- 8 -الطويل, اكرم احمد, والكيكي, غانم محمود احمد(2009), "أمكانية تبني مداخل نظام الايحاء الواسع في الشركة الوطنية لصناعات الأثاث المنزلي في الموصل, دراسة استطلاعية", بحث منشور مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية, المجلد(5),والعدد(20).
- 9- Krajewski , Lee J. & Ritzman , Larry P. & Malhotra , Manoj K. ,(2010) , "Operations Management – Processes and Supply Chains", (ninth) Global Edition , Pearson Education, Inc., New Jersey.

- 1 -على الشركة مواكبة التطورات الحديثة التي تستخدم في مجالات الانتاج والاتصالات وكذلك التكنولوجيا في نفس الصناعات العالمية.
- 2 -تحفيز ادارة الوحدات الاقتصادية على الاعتماد على أنظمة حديثة في الانتاج والتسويق ومن ضمنها نظام الايحاء الواسع .
- 3 -الانتاج حسب مواصفات الزبائن يستبعد تكاليف التقييم.
- 4 -ضرورة الاعتماد على نظام الانتاج المؤتمت والمصانع ذات التقنية العالية سيؤدي الى اللغاء جميع تكاليف الفشل الخارجي والداخلي.

المصادر

- 1- **Horngren ,Charles T. & Datar, Srikant M.& Rajan , Madhav V. (2012),"Cost Accounting A Managerial Emphasis " Fourteenth Edition ,Prentice Hall.**
- 2 -الساعدي, وسام عزيز شناوة, (2016) "تحدي محاسبة التكاليف (الملائمة للاستخدام في ظل الذكاء الصناعي ودورها في تحقيق رضا الزبون) ،بحث تطبيقي في شركة الصناعات الالكترونية، اطروحة دكتوراه مقدمة إلى المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية.
- 3- Chen ,Jue & Hao, Yunhong,(2010)," Mass customization in design of service delivery system: A review and prospects", African Journal of Business Management Vol. 4(6), pp. 842-848 .

- 10- Barman, Samir & Canizares, Alejandra E., (2015), " A Survey of Mass Customization in Practice", International Journal Sup Chain. Mgt Vol. 4, No. 1.
- 11- Kratochvíl, Milan & Carson, Charles, (2005), " **growing modular mass costumization of complex products, services and software**", springer berlin Heidelberg, New York.
- 12- Coletti, Paolo & Aichner, Thomas, (2011), " **Mass Customization an Exploration of European Characteristics**", Paolo Coletti
- 13- Forza, Cipriano & Salvador, Fabrizio, (2006), " **Product Information Management for Mass Customization**" First published, PALGRAVE MACMILLAN.
- 14- Boer, Claudio R. and Dulio Sergio, (2007), " **Mass Customization and Footwear Myth, Salvation or Reality?**", Springer-Verlag London Limited.