

ومن أهمها نموذج دورة الحياة Life Cycle Model والذي يعتبر أن تكاليف المنتج تتكون من ثلاث عناصر أساسية وذلك من وجهة نظر المعهد الياباني للمحاسبين القانونيين ICPA وتتمثل في : وعلى أساس هذا النموذج تم استحداث نظام المحاسبة عن التكلفة على أساس دورة الحياة الكاملة للمنتج (Total Life Cycle Costing) TLCC والذي تم اعتباره اطاراً منظماً لإدارة الجودة ولإدارة خفض جميع التكاليف في ارتباطها بسلسلة القيمة (Value Chain) حيث يقوم على توفير معلومات للإدارة لفهم وإدارة التكاليف خلال مراحل تصميم، ويهتم هذا نظام دورة الحياة الكاملة للمنتج بتجميع تكاليف الأنشطة التي تحدث خلال دورة الحياة الكاملة للمنتج / الخدمة، وذلك بواسطة كل من القائم بالانتاج والعميل. ان حساب التكلفة على أساس دورة الحياة يوفر معلومات ذات قيمة ملائمة لمتخذي القرارات عن المدخلات، والتأثيرات البيئية الناتجة عن نظام معين خلال دورة حياته الكاملة. متمثلة في توفير معلومات كاملة عن المنتج وتحديد الكيفية التي يضيف بها قيمة للعميل. وتشمل اجمالي دورة الحياة الكاملة العناصر التالية: 1- تكاليف غير قابلة للاسترداد Nonrecurring Costs : وتتمثل في التكاليف القبلية أي تكاليف ما قبل التصنيع كتكاليف البحث والتطوير، كتكاليف المؤثرات الخارجية لاستخدام المنتج و تكاليف تدريب العاملين، وأيضا تكاليف التخلص من المنتج. وبناء على ذلك فيكون مفهوم ادارة التكلفة على أساس دورة الحياة الكاملة تمثل "تلك الاجراءات التي يتم اتخاذها وتؤدي الى تصميم المنتج، التخلص من المنتج بما لا يحدث ضررا بالبيئة والمجتمع حتى يمكن تعظيم أرباح دورة حياة هذا المنتج". نجد أن مفهوم دورة حياة المنتج يختلف لكل من المنتج والمستهلك، [9] للمنتج: هو كافة ما يتحملة المنتج من تكاليف نظير قيامه بتطوير وتصميم انتاج المنتج وضمانه فيما بعد البيع. [9] أما المستهلك: فهي اجمالي النفقات التي يكون المستهلك مستعد لتحملها مقابل مخزون المنافع المستقبلية المتضمنة في المنتج. ولهذا يجب أيضا دراسة دورة حياة المنتج للمستهلك، حيث أنها تؤثر على ادارة اجمالي دورة حياة المنتج الكاملة. ونجد أن هناك 3 معايير رئيسية تؤثر في قرار شراء المستهلك للمنتج، ثانياً: سعر شراء المنتج. ثالثاً: العوامل المرتبطة بالوقت (مدى توفر المنتج، وتحليل تكلفة دورة حياة المنتج للمستهلك النهائي (Final) FC) customer's product life cycle cost، فاننا نجد أنها تنتج بعد شراء المستهلك النهائي للمنتج حيث تتضمن التكاليف التالية: ولذلك نجد ان انتهاء المنتج يؤثر بشكل كبير على العوامل المرتبطة بالوقت والجودة لدورة حياة هذا المنتج. أما التكاليف التي تؤثر في دورة حياة المنتج للمنتج، فيمكن أن يطلق عليها أيضا تكلفة اجراءات دورة حياة المنتج (Producer's Product Life) PC) Cycle Cost. Design تكاليف تطوير المنتج. تكاليف الضمان. وتحليل تكاليف دورة حياة المنتج للمستهلك النهائي نجد أنها مرتبطة مباشرة بتكاليف اجراءات دورة حياة المنتج. فهذه التكاليف تكون مدرجة بفاتورة المستهلك مما يعمل على زيادة العائد . مراحل دورة حياة المنتج: نجد أن أي نوع من المنتجات، New Product Development Stage في مرحلة التقديم (او التطوير) يكون حجم السوق والنمو هزيل جداً، وتكون هذه المرحلة أساسها تكاليف البحث والتطوير للمنتج. ويتم مراقبة المنتجات بحرص لضمان البداية للنمو. والاختبار، Growth Stage حيث تنشأ الأرباح نتيجة لزيادة في المخرجات (مقياس اقتصادي) وإمكانية تحسين الأسعار. تكون أرخص للأعمال للاستثمار في زيادة الحصة السوقية مثل الاستمتاع بالنمو العام في الأسواق. وتبدأ الشركة بتحقيق أرباح , Mature Stage فالانفاق على التسويق يكون برقابة حذرة، بداية من أي تحركات هامة محتملة بالتقليد من قبل المنافسين. عادة ما تكون هذه المرحلة هي الأطول، ومن السياسات المستخدمة في هذه المرحلة لتسويق المنتج: Decline or Stability Stage يبدأ السوق بالتقلص والانكماش، وتخفيض مقدار الأرباح الكلية التي يمكن أن تقسم فيما بين المنافسين المتبقين. ففي هذه المرحلة، وأسواق البائعين. وأخيراً.