

المبحث الأول

نبذة عن عينة البحث

أولاً: شركة سيراميك رأس الخيمة:⁽¹⁾

1/ النشأة والتأسيس:

تعتبر شركة سيراميك رأس الخيمة من أكبر الشركات العالمية في مجال تصنيع حلول السيراميك العصرية عالية الجودة متخصصة في بلاط الأرضيات والجدران من نوع السيراميك والبورسلان، أطقم الحمامات وأدوات المائدة والحنفيات. شركة سيراميك رأس الخيمة هي الوجهة المثالية للحلول المتكاملة للجدران والأرضيات والحمامات والمطابخ .

من أكبر الشركات عالمياً، يصل حجم إنتاج سيراميك رأس الخيمة السنوي العالمي إلى 117 مليون متر مربع من بلاط السيراميك والبورسلان، و 4.6 مليون قطعة من أطقم الحمامات، و 24 مليون قطعة من أدوات المائدة ومليون قطعة من الحنفيات، وتقدر قيمة أعمالها حوالي مليار دولار أمريكي، وتورد منتجاتها إلى 160 دولة .

وتأسست الشركة بإمارة رأس الخيمة في العام 1989 على يد صاحب سمو الشيخ سعود بن صقر القاسمي، حاكم إمارة رأس الخيمة وعضو المجلس الأعلى لدولة الإمارات العربية المتحدة. وفي ظل القيادة الرشيدة للشيخ خالد بن سعود القاسمي، رئيس مجلس الإدارة تتمتع الشركة بنمو سريع واعتراف رسمي كونها شركة رائدة عالمياً في مجال السيراميك في غضون عقدين من الزمن .

وفي ظل القيادة الرشيدة للرئيس التنفيذي عبد الله مسعد، تتمتع الشركة بكونها علامة تجارية دولية متميزة، معروفة بمجموعة منتجاتها المبتكرة بالاعتماد على التقدم التكنولوجي والإنتاج العالي الجودة.

متخصصة في بلاط السيراميك والبورسلان العالي الجودة وأطقم الحمامات، تستخدم الشركة أكثر من عشرة آلاف نموذج لإنتاج البلاط، و13 نموذج لإنتاج أطقم الحمامات في الوقت الذي تتم فيه إضافة تصاميم جديدة إلى محفظتها الواسعة أسبوعياً. ويصنّع البلاط في مجموعة متنوعة

(1) منشورات ، مصنع سيراميك رأس الخيمة.

من الأحجام، بدءاً من 10 سم × 10 سم وصولاً إلى الحجم الأكبر البالغ 150 سم × 300 سم، لتقدم بذلك لعملائها أوسع تشكيلة من المنتجات في مجال السيراميك /2 التطور.

تم إنشاء شركة سيراميك رأس الخيمة في السودان في العام 2003م وبدأ الإنتاج بالمصنع 2004/4/12م بشراكة بين ولي عهد أمارة رأس الخيمة وسمو الشيخ سعود بن صقر القاسمي بنسبة 80% ورجل الأعمال السوداني الهادي حسن الفاضل بنسبة 20% ويقع المصنع بمنطقة قرى شمال ولاية الخرطوم على مساحة تبلغ 2 مليون متر مربع وحجم الأموال المستثمرة فيه حوالي 30 مليون يورو ما يعادل 80 مليار سوداني ويوفر المصنع أكثر من 300 وظيفة مختلفة و 75% من العاملين فيه من السودانييين ومن المقرر أن تعم كل الوظائف للسودانيين بعد ستة أشهر يتم من خلالها تدريبهم جميعاً على تقنيات هذه الصناعة

تم إنشاء مصنع سيراميك رأس الخيمة فرع السوق الشعبي ام درمان في العام 2008 جوار مصانع دباغة الجلود امتداد للفروع الرئيسية لمصنع سيراميك رأس الخيمة بالسودان وينتج سيراميك، بور سلين، الأسقف المستعارة و تبلغ مساحته 1500 متر مربع وله مراكز توزيع متعددة بأم درمان فيها مركز سالومي اطلي بحمد النيل أم درمان ومركز سيراميك رأس الخيمة ود البشير تقاطع شارع العرضة وود البشير بعد النفق الجديد ومركز سيراميك رأس الخيمة بشارع العرضة جوار إستاد المريخ ومركز توزيع حمدي للسيراميك جوار إستاد الهلال.

تم إنشاء مصانع أخرى منها مصانع الطوب الحراري والقرميد والأواني المنزلية والأدوات الصحية والاسمنت بحجم استثمار كلي 100 مليون يورو وتم توقيع عقد مع الشراكة العربية سودا نل على تمويل الخطة الاستثمارية للشركة العربية سودا نل بغرض 40 مليون دولار.

لها ثورة تقنية عالية جعلت سيراميك رأس الخيمة ترتقي لصناعة السيراميك إلى أبعاد جديدة غير مسبوقه سواء من حيث المنافسة أو التميز وتزويد العملاء بأكبر مجموعة من خيارات التصميم المثالية التي تفوق الخيال.

وساهمت تكنولوجيا الطباعة الرقمية في إنتاج وتصاميم أكثر تعقيدا وروعة من إي وقت مضى وقد ساعد أفضل المصممين إلى جانب فريق البحث والتطوير في ابتكار كاتالوج يضم أكثر من

800 تصميم مع إضافات جديدة كل أسبوع ولقد أدى ذلك إلى خلق طلب استثنائي على التصاميم والمؤشرات التي هي اقرب إلى العناصر الطبيعية مثل الرخام والحجر .
توفر شركة سيراميك رأس الخيمة حلاً متكاملة ومتنوعة من خلال شراكاتها مع شركات عالمية مختلفة إلى تصنيع مجموعة من العنا وال وغيرها من الملحقات الصحية ومجموعة من أدوات المائدة من المنتجات العالية الجودة والراقية المتخصصة في قطاع الفنادق .

3/ أنواع المنتجات:

تنتج سيراميك رأس الخيمة أفضل وأجود أنواع بلاط السيراميك للجدران والأرضيات وبلاط البورسلان، الأدوات الصحية وأحواض المطابخ .حيث تنتج الشركة 12 ألف متر مربع من السيراميك و10 الآلاف متر مربع من البورسلان في اليوم إي حوالي 4.8 مليون متر مربع في العام ويستخدم في إنتاجه أحدث تقنيات هذه الصناعة التي تم شراؤها من شركة سيكمي الإيطالية أكبر منتج للسيراميك في العالم .

ويستخدم 95% من المواد الخام التي يستخدمها المصنع من الكارلين والتراب الأسود والرمل متوفرة بالمنطقة. فيما يستورد المصنع 5% من مواده الخام وهو عبارة عن الألوان من اسبانيا ومن أنواع المنتجات مايلي:

أ- بلاط السيراميك

سيراميك رأس الخيمة تنتج مجموعة واسعة من بلاط السيراميك للأرضيات والجدران من مختلف الأحجام والألوان وأنماط التصميم بما في ذلك بلاط الديكور والبنسيل ومستلزمات متنوعة .

ب- بلاط البورسلان

سيراميك رأس الخيمة تنتج مجموعة واسعة من بلاط البورسلان بتشطيبات مختلفة وأحجام متعددة تناسب جميع التطبيقات في الأماكن السكنية والتجارية .

ج- أطقم الحمامات

تقدم سيراميك رأس الخيمة مجموعة متنوعة من أطقم الحمامات وإكسسوارات الحمامات لتلبي بذلك كل متطلبات العملاء في ما يخص الحمامات .

د- أحواض المطابخ

والجدير بالذكر أن سيراميك رأس الخيمة عضو مؤسس لمجلس الإمارات للمباني الخضراء الذي يدعم تطوير المباني المستدامة في الدولة، كما منحت الشركة شهادة الأداء البيئي من وزارة

البيئة والمياه في الإمارات تقديراً لجهودها الناجحة والتزامها بمعايير ولوائح حماية البيئة. من جهة أخرى كرمت هيئة الأوراق المالية والسلع الشركة لالتزامها بالشفافية وفقاً لأفضل مقاييس الممارسات الدولية.

هـ - راك بورسلان

مجموعة من منتجات أدوات المائدة التي تستهدف قطاع الضيافة الراقى.

و - كلودي راك

مشروع مشترك مع شركة كلودي الألمانية لتصنيع مجموعة من الصنابير والحنفيات وغيرها من المستلزمات الصحية الصديقة للبيئة .

4/ إنجازات سيراميك رأس الخيمة:

أ- إنشاء محطة مفصلية جديدة بتغطية ما يوازي مليار متر مربع، من بلاط السيراميك منذ بداية انطلاق عمليات إنتاجها في عام 1991 متخطية بأشواط القدرة الإنتاجية للشركات المنافسة.

ب- حصلت سيراميك رأس الخيمة على شهادة ايزو 9001 وايزو 14001 لضمان أعلى المستويات المعتمدة من قبل نظم إدارة الجودة.

ج- تضم شركة توزيع عالمية واسعة تمتد إلى أكثر من 160 دولة ولقد تمكنت على مر العقود من توطيد علاقاتها بقاعدة عملائها بفضل حقبة منتجاتها المبتكرة والمصممة حسب متطلبات كل منطقة كما توفيرها خدمة عملاء مميزة ورفيعة المستوى.

د- منحت جائزة أفضل علامة تجارية (Best. Brand) خلال قيمه وجوائز قادة الأعمال في الشرق الأوسط 2010م في دبي.

هـ - الاعتراف بها رسمياً بالشركة كأكبر مصنع لبلاط السيراميك في العالم من قبل مجلة سيراميك و ورلد ريقبو. ceramic. World review.

5/ الفروع التابعة للشركة:

مصنع رجدروم للطوب الأحمر السودان - الخرطوم اركويت مربع 61 مربع 26

مصنع سيراميك رأس الخيمة السودان المنطقة الصناعية الحديثة قري مصنع سالومي اطي

للسيراميك السودان - المنطقة الصناعية شارع الصناعات شركة اتش تي ام المحدودة السودان
- المقرن شارع الغابة مصنع سيراميك رأس الخيمة - العمارات امتداد شارع 15 شركة تاج
العالمية - السودان حي الصفاء - شارع عبيد ختم شرق مطار الخرطوم مصنع سيراميك رأس
الخيمة - أم درمان السوق الشعبي جوار مصانع دباغة الجلود.

ثانياً: مصنع فوزي للبسكويت والحلويات⁽¹⁾

1- النشأة:

أن التنمية الاقتصادية السليمة تقتضي بناء قاعدة صناعية واسعة متطورة تستوعب كافة الموارد
المتاحة وترفع الكفاءة الإنتاجية كماً ونوعاً وترفع القدرات الفنية للقوى العاملة وتضيف منتجات
وتقنيات متطورة في مجالات عديدة مما يساعد على تحقيق النهضة التنموية.

تم إنشاء مصنع فوزي للبسكويت والحلويات في مارس 1998م بموجب قانون التجارة كمصنع
يعمل في مجال التصنيع والاستيراد في أنشطة البسكويت والحلويات برأس مال
يبلغ 17.16.675 جنيه بنهاية العام 2014م بعد زيادة رأس المال.

2- الأهداف:

هنالك عدة أهداف يرمي إليها المصنع في مجال الصناعة وما يرتبط بها من أنشطة صناعية
وخدمية.

أ/ بناء قاعدة إنتاجية وتنويع الأنشطة الإنتاجية.

ب/ التعامل في شراء وبيع مستلزمات ومدخلات الإنتاج.

ج/ تقديم خدمات وتطوير العلاقات الداخلية والخارجية.

د/ استيراد المنتجات المماثلة لتلبية حاجات ورغبات العملاء.

3- الموقع والأفرع:

(1) مقابلة، الزبير إبراهيم حسن، المدير الإداري، مصنع فوزي للبسكويت والحلويات - أم درمان السوق الشعبي، 2016/1/11م، الساعة
12 ظهراً.

يقع مصنع فوزي للبسكويت والحلويات بالمنطقة الصناعية ام درمان السوق الشعبي تحد من الناحية الجنوبية السوق الشعبي والناحية الشمالية أحياء الثورات ومن الناحية الشرقية مصنع المشرف للمواد الغذائية فرع أم درمان ومن الناحية الغربية مصانع الصناعات الوطنية للطحينية والحلويات.

ويعمل المصنع في إنتاج البسكويت والحلويات وله مواقع توزيع بكل من ام درمان السوق جوار إستاد الهلال وبحري كوبر مربع 3 والخرطوم السوق الشعبي وهو مركز توزيع جمالي بها وكلاء بيع وتوزيع لتجار التجزئة.

4- انواع المنتجات:

منتجات البسكويت الجاف والمحشو بالكريمة وكذلك العريض المسطح والأصابع ومع منتجات لها سمعة طيبة في الأسواق وأيضا بسكويت الشاي ورقائق الخبز العريض المغطى بالشكولاته. الكعك المحشو وقائمة من منتجات الشيبس ومنتجات الذرة السادة وحلويات القز قز والدر بس والطحينية.

(بسكويت، فشار، مكسرات، منتجات الذرة، فطائر)

منتجات البسكويت والحلويات المستوردة بمراكز التوزيع التابعة للمصنع.

بسكويت حليب بالشعير، بسكويت جلوكوز، بسكويت قشطه، ميموريز بأنواعه المختلفة، أبراج الذهب، ذكريات، البطل.

تحت شعار شغلنا بالتميز يدفعنا إلى إنتاج أفضل المنتجات على الدوام دون أن نقفل الهدف الاسمي، جودة عاليه ورضاء العميل.

ثالثاً: ظهرت نتائج المسح الميداني للمصنع أن:

1/المحافظة على العملاء:

يعمل المصنع بسياسة الاحتفاظ بالعملاء تركز على تقديم التشجيع مثل الخصومات والهدايا وتقديم خدمات ما بعد البيع وتقديم الضمانات ، والتحسين المستمر في الجودة والاستجابة لشكاوي العملاء.

أ- معرفة ما يطلبه العملاء وتلبية احتياجاتهم.

ب- تجويد الخدمات المقدمة.

ج- المحافظة على الخدمة الجيدة التي تقدم للعميل.

د- الاتصال التلفوني بالعميل لفترات متعددة.

هـ - المشاركة الاجتماعية.

و - الزيارات الميدانية المتكررة لمقر عمل العملاء والوكلاء.

2/ كيفية بناء علاقات مع العملاء:

أ- تقوية العلاقة الاجتماعية مع العملاء عن طريق الزيارات الميدانية.

ب- تنويع الخدمات للعميل حتى يرتبط ارتباطاً وثيقاً .

ج- خلو جو ودي مع كبار العملاء المميزين.

3/ مبررات دراسة مصانع الحلويات والبسكويت، والسيراميك:

ركزت الدراسة على هذا القطاع الذي يعمل في الصناعة التحويلية لما يمثله من ثقل الصناعة في المنطقة وهذا بالإضافة إلى:

أ- أن الصناعة التحويلية تستخدم أكبر قدر ممكن من الخامات ومصدر الطاقة.

ب- تتطلب استخدام قدر كبير من العمل الإنساني ومن التكنولوجيا علماً بأن التكنولوجيا هي كذلك نتاج نوعي للعمل الإنساني.

ج- الصناعة التحويلية تعزز من حركة المجتمع وتقوى عملية إنتاج القيم الاستعمالية.

د- أن أطار الصناعات التحويلية واسع جداً ويحتوى على عدد كبير من الأيدي العاملة وهذا العدد يتزايد مع تطور المجتمع وتقدمه.

هـ- أن الصناعات التحويلية تسهم في تطور الطلب الاجتماعي على المنتجات كما تسهم في تطور الحاجات ولها أثر ايجابي وتراكمي في جميع زوايا الاقتصاد والمجتمع.

المبحث الثاني

تحليل البيانات واختبار الفرضيات

أولاً : إجراءات الدراسة الميدانية:

تناول البحث في هذا الجزء وصفاً للطريقة والإجراءات التي اتبعتها في تنفيذ هذا البحث ويشمل وصفاً لمجتمع البحث وعينته , وطريقة أعداد أدواتها , والإجراءات التي اتخذت للتأكد من صدقها والطريقة التي اتبعت لتطبيقها , والمعالجة الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخلاص النتائج.

1/ أساليب جمع البيانات :-

تم في هذه الدراسة الاعتماد على مصدرين لجمع البيانات هما :-

أ.المصادر الثانوية: وذلك من خلال إجراء المسح المكتبي والاطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية والمواقع المختلفة (الإنترنت) لأجل بلورة الأسس والمنطلقات التي يقوم عليها الإطار النظري للدراسة.

ب.المصادر الأولية: وقد تمثلت في إعداد إستبانة وهي أداة قياس تم تحكيمها من قبل مجموعة من المتخصصين في مجال الموضوع للحصول على البيانات الأولية اللازمة لاستكمال الجانب التطبيقي للدراسة ،وروعي فيها الوضوح لهدفها ،ومكوناتها ،ودقتها ،ووضوحها وتجانسها ،والتي تم تطويرها من قبل الباحث وقد تمثلت الإستبانة من مقدمة بسيطة بتعريف المبحوثين بهذه الدراسة ومن جزأين ،الجزء الأول: يحتوي على بيانات شخصية عن المبحوثين كالمؤهل العلمي وسنوات الخبرة والتخصص العلمي، المسمى الوظيفي والعمر في مجال المهنة. أما الجزء الثاني: والذي يتكون من عبارات الإستبانة والتي تختبر صحة الفرضيات من عدمها .

2/ مجتمع الدراسة:-

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين بشركة سيراميك رأس الخيمة ومصانع فوزي للبسكويت والحلويات بولاية الخرطوم المنطقة الصناعية أم درمان السوق الشعبي وقد تم اختيار

مجموعة من العاملين بطريقة عشوائية ،بالإضافة إلى مجموعة ممارسي مهنة التكليف والمحاسبة الإدارية والمحاسبة المالية والإدارة بمختلف درجاتهم العلمية، والمختصين في المجال وذلك لغرض استكمال البحث .

3/ عينة البحث:-

أعتمد الباحث في إجراء الدراسة علي عينة قوامها العاملين بمصنعي فوزي للبسكويت والحلويات وسيراميك رأس الخيمة , تم توزيع الاستبانة على العاملين حيث بلغ العدد الكلي للاستبيانات الموزعة للعينة المستهدفة (100) إستبانة وكان ذلك على عدة مراحل فاسترجعت منها (97) إستبانة ، وتم استبعاد (5) لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي ، ليصبح عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل (92) إستبانة ،لتشكل نسبته (92%) من مجتمع الدراسة وهي نسبة مقبولة لأغراض البحث العلمي .

4/ أداة البحث:-

قام الباحث بتطوير إستبانة وذلك بالرجوع للكتب والأبحاث والدراسات العلمية ،حيث جرى تطبيقها علي دراسة التكلفة المستهدفة ودورها في نجاح إستراتيجية زيادة التكلفة. وتكونت الاستبانة من جزأين يتضمن الجزء الأول البيانات الشخصية (العمر , المؤهل العلمي, سنوات الخبرة ،المسمى الوظيفي والتخصص العلمي) ،أما الجزء الثاني فيشتمل على عبارات تتعلق بالتكلفة المستهدفة ودورها في نجاح إستراتيجية زيادة التكلفة. عبر (3) فرضيات رئيسة و(18 عبارة) ، واستخدمت الآراء عن العبارات مؤشراً لاختبار فرضيات الدراسة وكل عبارة مسبوقة بمقياس تدرجي (مقياس ليكارت الخماسي) .

مقياس ليكارت الخماسي

جدول (1/2/3)

أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق بشدة
5	4	3	2
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	أوافق بشدة
1	2	3	4

المصدر : أعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2016م

تم تحديد درجة الموافقة طبقاً للقياس الآتي :

طول الفئة = $\frac{\text{الحد الأعلى للبديل} - \text{الحد الأدنى للبديل}}{\text{عدد المستويات}}$

عدد المستويات

$$5-1/4 = 4/5 = 0.80$$

وبذلك تصبح آراء المبحوثين حول العبارات على النحو التالي:

غيرموافق بشدة من (1- أقل من 1.80).

غير موافق من (1.80 - أقل من 2.60) .

محايد من (2.60 - أقل من 3.40) .

موافق من (3.40 - أقل من 4.20) .

موافق بشدة (4.20 - 5.00) .

5/أختبار صدق وثبات أداة البحث:-

تم عرض الإستبانة على بعض المحكمين ، بلغ عدد المحكمين من أعضاء هيئة التدريس المنتمين إلى علوم محاسبة التكاليف والمحاسبة المالية ودارة الأعمال والإحصاء (5) بقصد الإفادة من خبراتهم ،مما جعل المقياس أكثر دقة وموضوعية في القياس . بلغ معامل التوافق بينهم 85% وهي نسبة تفيد الغرض من الدراسة (ينظر الملحق) للتحقق من مدى صدق عبارات الإستبانة ، ولقد تم الأخذ بملاحظاتهم ،وإعادة صياغة بعض العبارات وحذف بعضها ، ولجراء التعديلات المطلوبة ، بشكل دقيق يحقق صدق بناء الإستبانة في عباراتها .

6/ الاعتمادية والموثوقية لمقياس البحث الإحصائي:-

يقصد بثبات الصدق (validity) هو مدى نجاح فقرات الإستبانة في قياس ما خصصت لقياسه بحيث تكون الفروق بين آراء الأفراد فروقا حقيقية ، ويعني اختبار ثبات المقياس إعطاء نفس النتيجة فيما لو اجريت الدراسة مرة ثانية على نفس أفراد عينة الدراسة ، وكقاعدة عامة فإن المعامل الأقل من 60% يعتبر ضعيفا ، والذي في حدود 70% يعتبر مقبولا ، أما الذي يبلغ 80% يعتبر جيد ، بحيث انه كلما اقتربت قيمة المعامل من الواحد الصحيح كانت درجة الثبات أفضل .

قام الباحث باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ ، لقياس ثبات الإستبانة ، والذي يعد من أشهر المقاييس المستخدمة لقياس ثبات الاتساق الداخلي ، و قد تبين أن معامل ألفا كرونباخ لمحاور " التكلفة المستهدفة ودورها في نجاح إستراتيجية زيادة التكلفة " قد بلغ (0.813) مما يدل على

الثبات المرتفع لعينة الدراسة ، الأمر الذي انعكس أثره على الصدق الذاتي حيث بلغ (0.905) وهو يمثل الجزر التريبيعي لمعامل الثبات .

الجدول التالي يوضح معامل الثبات ومعامل الصدق لعبارات البحث

جدول(2/2/3)

م	العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
1	هناك اهتمام من قبل الإدارة بدعم التكلفة المستهدفة بإستراتيجية زيادة التكلفة	0.820	0.906
2	أسلوب التكلفة المستهدفة يتماشى مع إستراتيجية زيادة التكلفة ويحقق أهداف المنشأة	0.807	0.898
3	تساهم التكلفة المستهدفة في خفض الشامل لتكلفة الإنتاج وبالتالي يحقق الريادة في التكلفة	0.809	0.899
4	التكلفة المستهدفة تساعد في تفسير العلاقة بين تكلفة الإنتاج وتكلفة المنافسين	0.799	0.893
5	تعمل التكلفة المستهدفة علي إشباع رغبات واحتياجات العملاء من حيث السعر والتكلفة والجودة	0.795	0.892
6	تعتمد التكلفة المستهدفة وريادة التكلفة لنظم هندسة وسلسلة القيمة والتحسين	0.807	0.898
7	أسلوب التكلفة المستهدفة هو الأفضل في توفير معلومات عن التكاليف تساعد في فعالية إستراتيجية زيادة التكلفة	0.802	0.896
8	التكاليف المستهدفة تعمل علي توفير معلومات عن المنافسين تساعد علي تعزيز نجاح تطبيق إستراتيجية زيادة التكلفة	0.809	0.899
9	تطبيق التكلفة المستهدفة يوفر معلومات اكثر دقة ويمكن الاستفادة منها في تلبية رغبات واحتياجات المستهلك في إستراتيجية زيادة التكلفة	0.802	0.896
10	التكلفة المستهدفة تعزز تطبيق إستراتيجية التكلفة من خلال توفير معلومات عن تحديد مزايا المنتج مقارنة مع مزايا المنافسين	0.808	0.899
11	وعي وإدراك العملاء بالمنتجات وقدرتهم علي عقد المقارنات من حيث الجودة والسعر تلزم علي دراسة بحوث السوق وتلبية رغبات العملاء	0.800	0.894
12	تطبيق التكلفة المستهدفة يوفر التقنية التكنولوجية الحديثة مما يحسن إستراتيجية زيادة التكلفة	0.798	0.893
13	هناك تكامل بين عناصر التكلفة المستهدفة ومضامين إستراتيجية زيادة التكلفة	0.806	0.898

0.898	0.807	14	هنالك تناسق بين المبادئ التي تحكم أسلوب التكلفة المستهدفة وموجهات تطبيق إستراتيجية زيادة التكلفة
0.896	0.803	15	اهتمام الادارة بالتدريب علي تطبيق استخدام التكلفة المستهدفة يساهم في إستراتيجية زيادة التكلفة
0.900	0.810	16	يوجد توافق تام بين الأفكار الأساسية للتكلفة المستهدفة ومتطلبات الريادة الفعالة للتكلفة
0.892	0.795	17	هنالك توافق بين التكلفة المستهدفة وزيادة التكلفة من حيث التركيز علي المستهلك وبناء ميزة تنافسية
0.892	0.795	18	تعتمد كل من التكلفة المستهدفة وإستراتيجية زيادة التكلفة علي سعر السوق التنافسي في تحديد تكلفة المنتج
0.905	0.813		كل عبارات الاستبانة مجتمعة

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016م

يتضح للباحث من بيانات الجدول (5/2/3) أن معامل الثبات لكل العبارات كانت قيمته (0.813)، كما أن معامل الثبات لكل عبارة منفردة توزع بين القيمتين (0.800) و(0.700) وهي قيم جيدة ومقبولة تؤكد أن إعادة الدراسة لنفس أفراد العينة تمكن من الحصول علي نفس النتائج .

17/ إجراءات وأساليب التحليل الإحصائي :-

أتبع الباحث الإجراءات التالية لإتمام التحليل الإحصائي للدراسة :

أ/ مرحلة إدخال ومعالجة البيانات:-

تم مراجعة استمارة الإستبانة والبالغ عددها (100) استبانة وتم استرجاع (97) للتأكد من صلاحيتها لإدخال البيانات والتحليل الإحصائي حيث تم استبعاد عدد (5) استبانة التي لا تتوافر بها الشروط اللازمة ، تم ترميز المتغيرات والبيانات ثم تفريغها بالحاسب الآلي لاختبار صحة فرضياتها ، تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي ، وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social

Sciences(SPSS) لتحليل بيانات الإستبانة لمعرفة أراء عينة الدراسة حول عبارات الإستبانة.

ب/ مرحلة الإحصاءات الوصفية :-

الإحصاء الوصفي : (Descriptive statistics) ويشتمل على :

- **الوسط الحسابي المرجح** : وهو المقياس الأوسع استخداماً من مقاييس النزعة المركزية ويتم استخدام الوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة عن الإستبانة لأنه يعبر عن مدى أهمية العبارة عند أفراد العينة .

- **الانحراف المعياري**: وهذا المقياس من مقاييس التشتت ، ويستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات عينة الدراسة عن الإستبانة حول وسطها الحسابي ، ويكون هناك اتفاق بين أفراد العينة على عبارة معينة إذا كان انحرافها المعياري صغيراً.
-**الترتيب** وذلك لتحديد سمات اتجاهات استجابات مفردات عينة الدراسة.

ج/ مرحلة اختبار فرضيات الدراسة :-

وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية :

-الأوساط الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية.

- حساب الفروقات بين أراء المبحوثين عن طريق اختبار Chi-Square فإذا كانت الفروقات معنوية دل ذلك على قبول الفرضية ، ويتم التوصل إلى ذلك عن طريق مقارنة مستوى الدلالة (Sig) مع مستوى المعنوية (0.05) فإذا كانت قيمة مستوي الدلالة أقل من مستوي المعنوية دل ذلك علي أن الفروقات معنوية ويتم قبول الفرضية أو العكس.

* ثانياً: -تحليل البيانات الشخصية

-العمر:

يوضح الجدول رقم (3/2/3) التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير العمر.

جدول رقم (3/2/3)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر.

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
2	26.1%	24	أقل من 30 سنة
1	44.6%	41	30 وأقل من 40 سنة
3	22.8%	21	40 وأقل من 50 سنة
4	6.5%	6	50 سنة فأكثر
	100%	92	المجموع

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016م

يبين الجدول رقم (3/2/3) أن أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية (30 وأقل من 40 سنة) في المرتبة الأولى ، إذ بلغ عددهم (41) فرداً و بنسبة (44.6%) من العينة الكلية ، ثم يليهم بالعدد أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية (أقل من 30 سنة)، إذ بلغ عددهم (24) فرداً وبنسبة (26.1%) من العينة الكلية ، ويليهم أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية (40 وأقل من 50 سنة) إذ بلغ عددهم (21) وبنسبة (22.8%) ، وأخيراً الفئة العمرية (50 سنة فأكثر) والبالغ عددهم (6) أفراد و بنسبة (6.5%) من العينة الكلية. ويتضح أن نسبة (73.9) من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة إلى 50 سنة فأكثر مما يدل على أن المؤشر جيد لاختيار عينة الدراسة.

المؤهل العلمي :-

يوضح الجدول رقم (3/2/4) التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير المؤهل العلمي.

جدول (4/2/3)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير المؤهل العلمي.

المؤهل	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
بكالوريوس	47	51.1%	1
دبلوم عالي	9	9.8%	3
دبلوم وسيط	6	6.5%	4
ماجستير	23	25%	2
دكتوراه	4	4.3%	5
أخرى	3	3.3%	6
المجموع	92	100%	

المصدر : إعدادا لباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016م

يتبين من الجدول رقم (4/2/3) أن (51.1%) من المبحوثين هم من حملة درجة البكالوريوس ويأتون في المرتبة الأولى ، وتليها نسبة (25%) لحملة الماجستير، بينما الدرجات العلمية الأخرى والمتمثلة في الدبلوم العالي والدبلوم الوسيط والدكتوراه والمؤهلات الأخرى في المراتب التالية بنسب (9.8%) ، (6.5%)، (4.3%) و(3.3%) علي الترتيب ، مما كان له أثر كبير في فهم أفراد العينة لعبارات الإستبانة والإجابة عنها بموضوعية ، الأمر الذي ساعد على دقة النتائج . ويتضح أن نسبة (80.4) من أفراد العينة مؤهلاتهم العلمية تتاسب خبراتهم.

التخصص العلمي :-

يوضح الجدول رقم (3/2/5) التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق التخصص العلمي.

جدول رقم (5/2/3)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير التخصص العلمي

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	التخصص العلمي
1	41.3%	38	تكاليف ومحاسبة إدارية
2	32.6%	30	محاسبة وتمويل
3	12%	11	إدارة أعمال
4	5.4%	5	اقتصاد
5.5	3.3%	3	بنوك ومصارف
5.5	3.3%	3	نظم معلومات
7	2.2%	2	أخرى
	100%	92	المجموع

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016م

يتبين من الجدول (5/2/3) أن (73.9%) من المبحوثين متخصصون في المحاسبة ويأتون في المرتبة الأولى ، ونسبة (26.1%) للتخصصات الاخرى بواقع (12%) لتخصص إدارة الأعمال و(5.4%) لتخصص الاقتصاد ونسبة (3.3%) لتخصصات البنوك والمصارف ونظم المعلومات وفي المرتبة الأخيرة التخصصات الأخرى بنسبة (2.2%). منه يتضح أن نسبة (73.9) من أفراد العينة لهم علاقة بموضوع الدراسة من خلال تخصصاتهم العلمية ويعد هذا من المؤشرات الجيدة لنجاح آراءهم في دور التكلفة المستهدفة في إستراتيجية زيادة التكلفة المسمى الوظيفي:-

يوضح الجدول رقم (3/2/6) التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير المسمى الوظيفي.

جدول رقم (6/2/3)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المسمى الوظيفي

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الوظيفة
5	3.3%	3	مدير إداري
4	5.4%	5	مدير مالي
1	47.8%	44	محاسب تكاليف
2	37%	34	محاسب مالي
3	4.3%	4	موظف

أخري	2	2.2%	6
المجموع	92	100%	

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016م

يتبين من الجدول رقم (6/2/3) أن نسبة (47.8%) من أفراد عينة الدراسة هم محاسبين تكاليف في المرتبة الأولى ، ويليهما المحاسبون الماليون في المرتبة الثانية بنسبة (37%)، وفي المرتبة الثالثة و بنسبة (5.4%) المدراء الماليين ، و في المرتبة الرابعة وبنسبة (3.3%) المدراء الإداريين ، وأخيرا الوظائف لأخرى بنسبة (5.7%) من إجمالي مفردات عينة البحث ما بين موظفين ووظائف اخري. ومنه يتضح أن نسبة (90.2) من أفراد العينة لهم علاقة بموضوع الدراسة من خلال المسمى الوظيفي ويعد هذا من المؤشرات الجيدة لنجاح العينة وهذا يؤكد مدى معرفة الباحثين بأهمية التكلفة المستهدفة ودورها في نجاح إستراتيجية زيادة التكلفة.

سنوات الخبرة :-

يوضح الجدول رقم (3/2/7) التوزيع التكراري لأفراد عينة البحث وفق متغير سنوات الخبرة.

جدول رقم (7/2/3)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	فئات سنوات الخبرة
2	27.1%	25	أقل من 5 سنوات
1	41.3%	38	5 وأقل من 10 سنوات
3	26%	24	10 وأقل من 15 سنة
1	5.6%	5	15 سنة فأكثر
	100	92	المجموع

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2016م

يتبين من الجدول رقم (7/2/3) أن توزيع مفردات عينة البحث وفقاً لسنوات الخبرة تشير إلى أن فئة الخبرة (5 وأقل من 10 سنوات) في المرتبة الأولى تليها الفئة (أقل من 5 سنوات) والفئة (10 وأقل من 15 سنة) بنسب متقاربة وهي (27.1%) و(26%) علي التوالي ، وأخيراً فئة الخبرة (15 سنة فأكثر) بنسبة بلغت (5.6%) من إجمالي عينة البحث. مما يدل على أن معظم أفراد عينة الدراسة يتمتعون بخبرات تؤهلهم لفهم متغيرات الدراسة. ويتضح أن نسبة (68.4) من أفراد العينة تجاوزت خبراتهم من سنة إلى 10 سنوات مما يدل على وجود خبرة مناسبة في مجال عملهم وبالتالي آراءهم على أسئلة الاستبانة تنبع من وجود هذه الخبرة.

ثانياً:-تحليل عبارات الاستبانة

1- عرض ومناقشة عبارات الفرضية الأولى :-

الفرضية الأولى: "تطبيق نظام التكاليف المستهدفة يؤثر في فعالية إستراتيجية زيادة التكلفة".
اختبرت الدراسة هذه الفرضية للتعرف على أن تطبيق نظام التكاليف المستهدفة يؤثر في فعالية إستراتيجية زيادة التكلفة.

ولتوضيح ذلك فقد قام الباحث بإيجاد المتوسط الحسابي، والنسب المئوية والانحراف المعياري، ومستوى الدلالة والتفسير لكل عبارة من عبارات هذه الفرضية، وتم رصد الآراء وفقاً للجدول رقم (8/2/3) التالي:-

يوضح الجدول رقم (3/2/8) التوزيع التكراري لعبارات الفرضية الأولى

جدول رقم (3/2/8)

توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الأولى "هنالك اهتمام من قبل الإدارة بدعم التكلفة المستهدفة بإستراتيجية زيادة التكلفة" الفرضية الأولى.									
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوي الدلالة	التفسير
18	57	9	8	-	3.92	0.802	0.00	أوافق	

				-	%8.7	%9.8	%62	%19.6	النسبة
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الثانية "أسلوب التكلفة المستهدفة يتماشى مع إستراتيجية زيادة التكلفة ويحقق أهداف المنشأة" الفرضية الأولى.									
التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
العدد	0.00	0.871	4.21	1	5	6	42	38	
النسبة				%1.1	%5.4	%6.5	%45.7	%41.3	
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الثالثة "تساهم التكلفة المستهدفة في خفض الشامل لتكلفة الإنتاج بالتالي يحقق الريادة في التكلفة" الفرضية الأولى.									
التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
العدد	0.00	0.935	3.93	-	8	19	36	29	
النسبة				-	%8.7	%20.7	%39.1	%31.5	
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الرابعة "التكلفة المستهدفة تساعد في تفسير العلاقة بين تكلفة الانتاج وتكلفة المنافسين" الفرضية الأولى.									
التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
العدد	0.00	0.791	4.49	-	4	5	25	58	
النسبة				-	%4.3	%5.4	%27.2	%63.1	
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الخامسة "تعلم التكلفة المستهدفة علي إشباع رغبات واحتياجات العملاء من حيث السعر والتكلفة و الجودة" الفرضية الأولى.									
التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
العدد	0.00	1.023	4.09	1	9	11	31	40	
النسبة				%1.1	%9.8	%12	%33.7	%43.5	
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة السادسة "تعتمد التكلفة المستهدفة وريادة التكلفة لنظم هندسة									

وسلسلة القيمة والتحسين" الفرضية الأولى.									
التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العدد
موافق بشدة	0.00	0.846	4.36	1	2	10	29	50	
				%1.1	%2.2	%10.9	%31.5	%54.3	النسبة

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الاستبانة، 2016م

من خلال الجدول رقم (8/2/3) يلاحظ الباحث أن اتجاهات آراء عينة الدراسة قد أظهرت اتجاهاً عام نحو الموافقة بشدة علي أن تطبيق نظام التكلفة المستهدفة يؤثر في فعالية إستراتيجية زيادة التكلفة وذلك بمتوسط حسابي عام قدره (4.02). وقد كانت أكثر العبارات اتفاقاً هي العبارة "التكلفة المستهدفة تساعد في تفسير العلاقة بين تكلفة الإنتاج وتكلفة المنافسين" بمتوسط حسابي بلغ (4.49) تليها العبارة "تعتمد التكلفة المستهدفة و زيادة التكلفة لنظم هندسة وسلسلة القيمة والتحسين" بمتوسط حسابي بلغ (4.36) ثم العبارة " أسلوب التكلفة المستهدفة يتماشى مع إستراتيجية زيادة التكلفة ويحقق أهداف المنشأة" بمتوسط حسابي (4.21) والعبارة " تعمل التكلفة المستهدفة علي إشباع رغبات واحتياجات العملاء من حيث السعر والتكلفة و الجودة" بمتوسط حسابي (4.09) ثم العبارة " تساهم التكلفة المستهدفة في خفض الشامل لتكلفة الإنتاج قبل حدوثه بالتالي يحقق الريادة في التكلفة" بمتوسط حسابي (3.93)، وفي المرتبة الأخيرة كانت العبارة " هنالك اهتمام من قبل الإدارة بدعم التكلفة المستهدفة بإستراتيجية زيادة التكلفة" بمتوسط حسابي بلغ (3.92).

كذلك يلاحظ الباحث أن الوسط الحسابي لغالبية العبارات أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يشير إلى أن آراء المبحوثين نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الايجابي أي موافقتهم عليها. أما الانحراف المعياري لهذه العبارات يتراوح ما بين (1.023 - 0.791) وهذا يشير إلى تجانس آراء المبحوثين.

وكذلك يتبين من الجدول رقم (8/2/3) ما يلي:-

1. استجابات العبارة الأولى تدل على توجه عام بالموافقة لدي المبحوثين على أن هنالك اهتمام من قبل الإدارة بدعم التكلفة المستهدفة بإستراتيجية زيادة التكلفة ، وقد أكد ذلك (81.6%) من أفراد العينة الموافقين بشدة والموافقين، (9.8%) محايدين، في حين أن (8.7%) من أفراد العينة لا يوافقون. ويؤكد ذلك أن المتوسط الحسابي هو (3.92) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.000) ، وهو أقل من (0.05).

2. يتضح من العبارة الثانية موافقة معظم المبحوثين على أن أسلوب التكلفة المستهدفة يتماشى مع إستراتيجية زيادة التكلفة ويحقق أهداف المنشأة ، حيث بلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة (87%) ، و(6.5%) محايدين ، في حين أن (6.5%) من أفراد العينة لا يوافقون، ويساند هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (4.21) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.000) ، وهو أقل من (0.05).

3. تشير العبارة الثالثة إلى موافقة المبحوثين على أن التكلفة المستهدفة تساهم في الخفض الشامل لتكلفة الإنتاج قبل حدوثه بالتالي يحقق الريادة في التكلفة، حيث بلغت النسبة بالإيجاب للموافقين بشدة والموافقين (70.6%)، ونسبة غير الموافقين (8.7%)، والمحايدين بنسبة (207%). يؤيد ذلك أن المتوسط الحسابي هو (3.93)، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.000)، وهو أقل من (0.05).

4. يظهر من العبارة الرابعة ما يدل على اتفاق المبحوثين على أن التكلفة المستهدفة تساعد في تفسير العلاقة بين تكلفة الإنتاج وتكلفة المنافسين، وقد أبدى نسبة الموافقين بشدة والموافقين (90.3%) موافقتهم، و بينما (5.4%)، محايدين، و (4.3%) لم يوافق. ويؤكد هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (4.49) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.00) ، وهو أقل من (0.05) .

5. يظهر من العبارة الخامسة ما يدل على اتفاق المبحوثين على أن التكلفة المستهدفة تعمل علي إشباع رغبات واحتياجات العملاء من حيث السعر والتكلفة و الجودة ، وقد أبدى الموافقين بشدة والموافقين (77.2%) موافقتهم، بينما (12%)، محايدين، و (10.9%) لم يوافق. ويؤكد هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (4.09) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.00) ، وهو أقل من (0.05) .

6. يظهر من العبارة السادسة ما يدل علي إنفاق المبحوثين علي أن التكلفة المستهدفة وريادة التكلفة تعتمد علي نظم هندسة وسلسلة القيمة والتحسين ، وقد أبدى الموافقين بشدة والموافقين (85.8%) موافقتهم، بينما(10.9%)، محايدين و (3.3%) لم يوافق. ويؤكد هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (4.36) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.00) ، وهو أقل من (0.05) .

يفسر الباحث الآراء السابقة بأن الاهتمام من قبل الإدارة بدعم التكلفة المستهدفة بإستراتيجية ريادة التكلفة ويؤثر في فعالية إستراتيجية ريادة التكلفة ، وأن أسلوب التكلفة المستهدفة يتماشى مع إستراتيجية ريادة التكلفة ويحقق أهداف المنشأة ، كذلك التكلفة المستهدفة تساهم في خفض الشامل لتكلفة الإنتاج بالتالي تحقق الريادة في التكلفة كذلك التكلفة المستهدفة تساعد في تفسير العلاقة بين تكلفة الإنتاج وتكلفة المنافسين وأن التكلفة المستهدفة وريادة التكلفة تعتمدان علي نظم هندسة وسلسلة القيمة والتحسين المستمر .

وبذلك تكون قد تم قبول الفرضية والتي تنص على " تطبيق نظام التكلفة المستهدفة يؤثر في فعالية إستراتيجية ريادة التكلفة "

2- عرض ومناقشة عبارات الفرضية الثانية :

الفرضية الثانية: " التكاليف المستهدفة توفر معلومات تعزز من نجاح إستراتيجية ريادة التكلفة "

اختبرت الدراسة هذه الفرضية للتعرف على أن التكاليف المستهدفة توفر معلومات تعزز من نجاح إستراتيجية ريادة التكلفة.

ولتوضيح ذلك فقد قام الباحث بإيجاد المتوسط الحسابي ، والنسب المئوية والانحراف المعياري ، ومستوى الدلالة والتفسير لكل عبارة من عبارات هذه الفرضية ، وتم رصد النتائج وفقا للجدول رقم (9/2/3) التالي :-

يوضح الجدول رقم (3/2/9) التوزيع التكراري لعبارات الفرضية الأولى

جدول رقم (3/2/9)

توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الأولى "أسلوب التكلفة المستهدفة هو الأفضل في توفير معلومات عن التكاليف تساعد في فعالية إستراتيجية ريادة التكلفة" الفرضية الثانية.									
موافق	موافق	محايد	غير	غير موافق	الوسط	الانحراف	مستوي	التفسير	

	الدلالة	المعياري	الحسابي	بشدة	موافق			بشدة	
العدد	0.00	0.912	4.22	-	7	9	33	43	
النسبة				-	%7.6	%9.8	%35.9	%46.7	
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الثانية "التكاليف المستهدفة تعمل علي توفير معلومات عن المنافسين مما يعمل علي تعزيز نجاح إستراتيجية ريادة التكلفة" الفرضية الثانية.									
	التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
العدد	موافق	0.00	0.891	4.33	-	6	8	28	50
النسبة	بشدة				-	%6.5	%8.7	%30.4	%54.3
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الثالثة "تطبيق التكلفة المستهدفة يوفر معلومات أكثر دقة ويمكن الاستفادة منها في تلبية رغبات واحتياجات المستهلك" الفرضية الثانية.									
	التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
العدد	موافق	0.00	0.821	4.09	1	4	9	50	28
النسبة	بشدة				1.1	4.3	9.8	%54.3	%30.4
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الرابعة "التكلفة المستهدفة تعزز تطبيق إستراتيجية التكلفة من خلال توفير معلومات عن تحديد مزايا المنتج مقارنة مع مزايا المنافسين" الفرضية الثانية.									
	التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
العدد	موافق	0.00	0.946	4.37	1	6	6	24	55
النسبة	بشدة				%1.1	%6.5	%6.5	%26.1	%59.8
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الخامسة "وعي وإدراك العملاء بالمنتجات وقدرتهم علي عقد المقارنات من حيث الجودة والسعر تلزم علي دراسة بحوث السوق وتلبية رغبات العملاء" الفرضية الثانية.									
	التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
العدد	موافق	0.00	0.807	4.09	-	4	14	44	30
النسبة	بشدة				-	%4.3	15.2	%47.8	%32.6
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة السادسة "التكلفة المستهدفة توفر التقنية التكنولوجية الحديثة مما يحسن إستراتيجية ريادة التكلفة" الفرضية الثانية.									

التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العدد
موافق بشدة	0.00	0.865	4.40	-	5	8	24	55	
				-	%5.4	8.7	%26.1	%59.8	النسبة

المصدر: أعداد الباحث اعتمادا على بيانات الاستبانة، 2016م

من خلال الجدول رقم (9/2/3) يلاحظ الباحث أن اتجاهات آراء عينة البحث قد أظهرت اتجاهها عام نحو الموافقة بشدة على أن التكلفة المستهدفة وإستراتيجية زيادة التكلفة تعتمد على التقنية التكنولوجية الحديثة لنظام المعلومات التكاليفية وذلك بمتوسط حسابي قدره (4.40) ، وقد كانت من أكثر العبارات اتفاقا في الرأي على الترتيب ، ثم التكلفة المستهدفة تعزز تطبيق إستراتيجية التكلفة من خلال تحديد مزايا المنتج مقارنة مع مزايا المنافسين ، التكاليف المستهدفة تعمل على توفير معلومات عن المنافسين تساعد على تطبيق إستراتيجية زيادة التكلفة، أسلوب التكلفة المستهدفة هو الأفضل في توفير معلومات عن التكاليف تساعد في فعالية إستراتيجية زيادة التكلفة وعي وإدراك العملاء بالمنتجات وقدرتهم على عقد المقارنات من حيث الجودة والسعر تلزم على دراسة بحوث السوق وتلبية رغبات العملاء و تطبيق التكلفة المستهدفة يوفر معلومات أكثر دقة ويمكن الاستفادة منها في تلبية رغبات واحتياجات المستهلك وذلك بمتوسطات حسابية مقدارها (4.37)،(4.33)، (4.22) ، (4.09) ، (4.09) ، (4.09) على الترتيب.

كذلك يلاحظ الباحث أن الوسط الحسابي لغالبية العبارات أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يشير إلى أن آراء المبحوثين نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الايجابي أي موافقتهم عليها. أما الانحراف المعياري لهذه العبارات يتراوح ما بين (0.807 - 0.946) وهذا يشير إلى تجانس استجابات المبحوثين .

وكذلك يتبين من الجدول رقم (9/2/3) ما يلي:

1/ آراء المبحوثين عن العبارة الأولى تدل على توجه عام بالموافقة بشدة على أن أسلوب التكلفة المستهدفة هو الأفضل في توفير معلومات عن التكاليف تساعد في فعالية إستراتيجية زيادة التكلفة، وقد أكد ذلك (82.6%) من أفراد العينة الموافقين بشدة والموافقين، و (9.8%) محايدين ، في حين أن (7.6%) من أفراد العينة لا يوافقون ويؤكد ذلك أن المتوسط الحسابي هو (4.22) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.000) ، وهو أقل من (0.05).

2/ يتضح من العبارة الثانية موافقة معظم اراء المبحوثين نحو الموافقة بشدة على أن التكاليف المستهدفة تعمل علي توفير معلومات عن المنافسين تساعد علي تطبيق إستراتيجية زيادة التكلفة ، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين (93.9%) ، والمحايدين (4.5%)، في حين أن (1.5%) من أفراد العينة لا يوافقون ، ويساند هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (4.47) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كآي يساوي (0.000) ، وهو أقل من (0.05).

3/ تشير العبارة الثالثة إلى موافقة غالبية المبحوثين على أن تطبيق التكلفة المستهدفة يوفر معلومات أكثر دقة ويمكن الاستفادة منها في تلبية رغبات واحتياجات المستهلك ، حيث بلغت النسبة بالإيجاب (84.7%) ، والنسبة بالسالب (5.4%) ، والمحايدين بنسبة (9.8%). يؤيد ذلك أن المتوسط الحسابي هو (4.09) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كآي يساوي (0.000)، وهو أقل من (0.05).

4/ يظهر من العبارة الرابعة ما يدل على موافقة معظم المبحوثين على أن التكلفة المستهدفة تعزز تطبيق إستراتيجية التكلفة من خلال تحديد مزايا المنتج مقارنة مع مزايا المنافسين ، وقد أبدى الموافقين بشدة والموافقين (85.9%) موافقتهم ، بينما (6.5%) محايدين ، و (7.6%) لم يوافق. ويؤكد هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (4.37) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.00) ، وهو أقل من (0.05).

5/ نستنتج من العبارة الخامسة ما يدل على اتفاق المبحوثين علي أن وعي وإدراك العملاء بالمنتجات وقدرتهم علي عقد المقارنات من حيث الجودة والسعر تلزم علي دراسة بحوث السوق وتلبية رغبات العملاء ، وقد وافق على ذلك الموافقين بشدة والموافقين (80.4%) موافقتهم، وبينما (4.3%) لا يوافقون، (15.2%) محايدين ومما يؤيد هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (4.09) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.000) ، وهو أقل من (0.05).

6/ نستنتج من العبارة السادسة ما يدل على اتفاق المبحوثين أن التكلفة المستهدفة وإستراتيجية زيادة التكلفة تعتمد علي التقنية التكنولوجية الحديثة لنظام معلومات التكاليف ، وقد وافق على ذلك الموافقين بشدة والموافقين (85.9%) موافقتهم، وبينما (5.4%) لا يوافقون ، (8.7%) محايدين ومما يؤيد هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (4.40) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.000)، وهو أقل من (0.05).

و يفسر الباحث الآراء السابقة بان الاهتمام بتطبيق نظام التكلفة المستهدفة يعزز تطبيق إستراتيجية التكلفة من خلال تحديد مزايا المنتج مقارنة مع مزايا المنافسين ،وان التكاليف المستهدفة تعمل علي توفير معلومات عن المنافسين تساعد علي تطبيق إستراتيجية ريادة التكلفة، وان أسلوب التكلفة المستهدفة هو الأفضل في توفير معلومات عن التكاليف تساعد في فعالية إستراتيجية ريادة التكلفة كذلك وعي وإدراك العملاء بالمنتجات وقدرتهم علي عقد المقارنات من حيث الجودة والسعر تلزم علي دراسة بحوث السوق وتلبية رغبات العملاء وفي الأخير تطبيق التكلفة المستهدفة يوفر معلومات أكثر دقة ويمكن الاستفادة منها في تلبية رغبات واحتياجات المستهلك.علي ضوء ما سبق فقد تم قبول الفرضية التي تنص على أن "التكاليف المستهدفة توفر معلومات تعزز من نجاح إستراتيجية ريادة التكلفة" .

3- عرض ومناقشة عبارات الفرضية الثالثة :

الفرضية الثالثة: "هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق التكلفة المستهدفة وإستراتيجية ريادة التكلفة".

ولتوضيح ذلك فقد قام الباحث بإيجاد المتوسط الحسابي ، والنسب المئوية والانحراف المعياري ، ومستوى الدلالة و التفسير لكل عبارة من عبارات هذه الفرضية ، وتم رصد النتائج وفقا للجدول رقم (10/2/3) التالي :-

يوضح الجدول رقم (3/2/10) التوزيع التكراري لعبارات الفرضية الأولى

جدول رقم (3/2/10)

توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الأولى "هناك تكامل بين عناصر التكلفة المستهدفة ومضامين إستراتيجية ريادة التكلفة" الفرضية الثالثة.									
التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
موافق	0.00	0.983	3.82	2	9	15	44	22	العدد
				2.2	%9.8	%16.3	%47.8	%23.9	النسبة
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الثانية "هناك تناسق بين المبادئ التي تحكم أسلوب التكلفة المستهدفة وموجهات تطبيق إستراتيجية ريادة التكلفة" الفرضية الثالثة.									

التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
موافق	0.02	0.936	3.74	-	10	25	36	21	العدد
				-	%10.9	%27.2	%39.1	%22.8	النسبة
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الثالثة "اهتمام الإدارة بالتدريب علي تطبيق استخدام التكلفة المستهدفة يساهم في استراتيجيه ريادة التكلفة" الفرضية الثالثة.									
التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
موافق	0.00	1.016	3.98	2	6	18	32	34	العدد
				%2.2	%6.5	%19.6	%34.8	%37	النسبة
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الرابعة "يوجد توافق تام بين الأفكار الأساسية للتكلفة المستهدفة ومتطلبات الريادة الفعالة للتكلفة" الفرضية الثالثة.									
التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
موافق	0.00	0.948	3.82	-	12	15	43	22	العدد
				-	%13	%16.3	%46.7	%23.9	النسبة
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة الخامسة "هنالك توافق بين التكلفة المستهدفة وريادة التكلفة من حيث التركيز علي المستهلك وبناء ميزة تنافسية" الفرضية الثالثة.									
التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
موافق	0.00	1.076	4.32	3	5	5	26	53	العدد
				%3.3	%5.4	%5.4	%28.3	%57.6	النسبة
توزيع آراء أفراد عينة الدراسة تجاه العبارة السادسة "تعتمد كل من التكلفة المستهدفة وإستراتيجية ريادة التكلفة علي سعر السوق التنافسي في تحديد تكلفة المنتج" الفرضية الثالثة.									
التفسير	مستوي الدلالة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
موافق	0.00	0.832	4.48	-	5	5	33	59	العدد
				-	%5.4	%5.4	%25	%64.1	النسبة

المصدر: أعداد الباحث اعتمادا على بيانات الاستبانة، 2016م

من خلال الجدول رقم (10/3/2) يلاحظ الباحث أن اتجاهات أراء عينة البحث قد أظهرت اتجاهاً عام نحو الموافقة بشدة على أن كل من التكلفة المستهدفة وإستراتيجية زيادة التكلفة تعتمد علي سعر السوق التنافسي في تحديد تكلفة المنتج وذلك بمتوسط حسابي قدره (4.48) ، وقد كانت من أكثر العبارات اتفاقا في الإجابة ، وأن هنالك توافق بين التكلفة المستهدفة وريادة التكلفة من حيث التركيز علي المستهلك وبناء ميزة تنافسية ، اهتمام الإدارة بالتدريب علي تطبيق استخدام التكلفة المستهدفة يساهم في إستراتيجية زيادة التكلفة، يوجد توافق تام بين الأفكار الأساسية للتكلفة المستهدفة ومتطلبات الريادة الفعالة للتكلفة ، هناك تكامل واضح بين عناصر التكلفة المستهدفة ومضامين إستراتيجية زيادة التكلفة ، هناك تناسق بين المبادئ التي تحكم أسلوب التكلفة المستهدفة وموجهات تطبيق إستراتيجية زيادة التكلفة علي الترتيب وبمتوسطات حسابية مقدارها (4.32) ، (3.98) ، (3.82) ، (3.82) ، و (3.74) تواليا .

كذلك يلاحظ الباحث أن الوسط الحسابي لغالبية العبارات أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يشير إلى أن أراء المبحوثين نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الايجابي أي موافقتهم عليها. أما الانحراف المعياري لهذه العبارات يتراوح ما بين (0.832 - 1.076) وهذا يشير إلى تجانس أراء المبحوثين . وكذلك يتبين من الجدول رقم (10/3/2) ما يلي:

1/ أراء العبارة الأولى تدل على توجه عام بالموافقة لدي المبحوثين على أن هناك تكامل بين عناصر التكلفة المستهدفة ومضامين إستراتيجية زيادة التكلفة ، وقد أكد ذلك (71.7%) من أفراد العينة الموافقين بشدة والموافقين، و (16.3%) محايدين ، في حين أن (12%) من أفراد العينة لا يوافقون . ويؤكد ذلك أن المتوسط الحسابي هو (3.82) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.000) ، وهو أقل من (0.05).

2/ يتضح من العبارة الثانية موافقة معظم المبحوثين على أن هناك تناسق بين المبادئ التي تحكم أسلوب التكلفة المستهدفة وموجهات تطبيق إستراتيجية زيادة التكلفة ،حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة والموافقين(61.9%) ، و(27.2%) محايدين ، في حين أن (10.9%) من أفراد العينة لا يوافقون ،

ويساند هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (3.74) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.02) ، وهو أقل من (0.05).

3/ تشير العبارة الثالثة إلى موافقة المبحوثين بشدة على أن اهتمام الإدارة بالتدريب علي تطبيق استخدام التكلفة المستهدفة يساهم في إستراتيجية زيادة التكلفة ،حيث بلغت النسبة بالإيجاب للموافقين بشدة والموافقين(71.7%) ، والنسبة غيرا لموافقين (8.7%) ، والمحايدين بنسبة (19.6%). يؤيد ذلك أن المتوسط الحسابي هو (3.98) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.00) ، وهو أقل من (0.05) .

4/ يظهر من العبارة الرابعة ما يدل على موافقة معظم المبحوثين على أنه يوجد توافق تام بين الأفكار الأساسية للتكلفة المستهدفة ومتطلبات الريادة الفعالة للتكلفة ، وقد أبدى الموافقين بشدة والموافقين (85.9%) موافقتهم ،بينما (6.5%) محايدين ، و (7.6%) لم يوافق. ويؤكد هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (3.82) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.00) ،وهو أقل من (0.05).

5/ نستنتج من العبارة الخامسة ما يدل على اتفاق المبحوثين علي أن هنالك توافق بين التكلفة المستهدفة وزيادة التكلفة من حيث التركيز علي المستهلك وبناء ميزة تنافسية ، وقد وافق على ذلك الموافقين بشدة والموافقين(85.9%) وبينما (8.7%) لا يوافقون و(5.4%) محايدين ومما يؤيد هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (4.32) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.000) وهو أقل من (0.05).

6/ نستنتج من العبارة السادسة ما يدل على أن كل من التكلفة المستهدفة وإستراتيجية زيادة التكلفة تعتمد علي سعر السوق التنافسي في تحديد تكلفة المنتج ، وقد وافق على ذلك الموافقين بشدة والموافقين (89.2%) ، وبينما (5.4%) لا يوافقون ، (5.4%) محايدين ومما يؤيد هذا الرأي أن المتوسط الحسابي هو (4.48) ، وأن مستوى الدلالة لاختبار كاي يساوي (0.000) ،وهو أقل من (0.05).

ويفسر الباحث الآراء السابقة بأن كل من التكلفة المستهدفة وإستراتيجية زيادة التكلفة تعتمد علي سعر السوق التنافسي في تحديد تكلفة المنتج وأن هنالك توافق بين التكلفة المستهدفة وزيادة التكلفة من حيث التركيز علي المستهلك وبناء ميزة تنافسية ،كذلك اهتمام الإدارة بالتدريب علي تطبيق استخدام التكلفة المستهدفة يساهم في إستراتيجية زيادة التكلفة ،إضافة إلي أنه يوجد توافق تام بين الأفكار الأساسية للتكلفة المستهدفة ومتطلبات الريادة الفعالة للتكلفة ،كما أن هناك تكامل بين عناصر التكلفة المستهدفة ومضامين إستراتيجية زيادة التكلفة ،وأخيرا تم تأكيد وجود تناسق بين المبادئ التي تحكم أسلوب التكلفة المستهدفة وموجهات تطبيق إستراتيجية زيادة التكلفة.

بذلك تكون قد تم قبوا الفرضية والتي تنص علي "هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق التكلفة المستهدفة وإستراتيجية زيادة التكلفة".

مما تقدم لاحظنا تحقق الفرضية الأولى لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات، وحيث أن عبارات الفرضية الأولى عددها (6) عبارة وعلى كل منها هناك (92) رأي هذا يعني أن عدد الآراء الكلية لأفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الأولى ستكون (552) رأي. ويمكن تلخيص آراء أفراد عينة الدراسة على العبارات الخاصة بالفرضية الأولى بالجدول التالي:

يوضح الجدول رقم (3/2/11) التوزيع التكراري لآراء أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الأولى

جدول (11/2/3)

التوزيع التكراري لآراء أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الأولى

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
42.2%	233	موافق بشدة
39.9%	220	موافق
10.9%	60	محايد
6.5%	36	لا أوافق
0.5%	3	لا أوافق بشدة

المجموع	552	%100
---------	-----	------

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2016م

يتبين من الجدول (11/2/3) أن عينة الدراسة تضمنت على (233) رأي ونسبة (42.2%) رأي موافق بشدة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الأولى، و (220) رأي ونسبة (39.9%) موافقة، و (60) رأي ونسبة (10.9%) محايد، و (36) رأي ونسبة (6.5%) غير موافق، و (3) رأي غير موافق بشدة على ذلك ونسبة (0.5%). نلاحظ من خلال عبارات الفرضية الأولى أن قيم مربع كأي وقيمة مستوى المعنوية (مستوى الدلالة الإحصائية) وهي قيم متفقة مع اتجاه تقديرات عينة الدراسة حسب التقدير الكلي في جميع عبارات الفرضية تساوي (0.00) وهي أقل من (0.05) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات الباحثين حول العبارات، لصالح الإجابات الموافقة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الأولى.

مما تقدم لاحظنا تحقق الفرضية الثانية لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات، وحيث أن عبارات الفرضية الثانية عددها (6) عبارة وعلى كل منها هناك (92) رأي هذا يعني أن عدد الآراء الكلية لأفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الأولى ستكون (552) رأي ويمكن تلخيص آراء أفراد عينة الدراسة على العبارات الخاصة بالفرضية الثانية بالجدول التالي:

يوضح الجدول رقم (3/2/12) التوزيع التكراري لآراء أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثانية.

جدول (12/2/3)

التوزيع التكراري لآراء أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثانية

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
%47.2	261	موافق بشدة
%36.8	203	موافق
%9.8	54	محايد
%5.8	32	لا أوافق

لا أوافق بشدة	2	0.4%
	552	100%

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2016م

يتبين من الجدول (12/2/3) أن عينة الدراسة تضمنت على (261) رأي وبنسبة (47.2%) موافق بشدة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثانية، و (203) رأي وبنسبة (36.8%) موافق، و (54) رأي وبنسبة (9.8%) محايد، و (32) رأي وبنسبة (5.8%) غير موافق، و (2) رأي غير موافق بشدة على ذلك وبنسبة (0.4%). نلاحظ من خلال عبارات الفرضية الثانية أن قيم مربع كآي وقيمة مستوى المعنوية (مستوى الدلالة الإحصائية) وهي قيم متفقة مع اتجاه تقديرات عينة الدراسة حسب التقدير الكلي في جميع عبارات الفرضية تساوي (0.03) وهي أقل من (0.05) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين آراء المبحوثين حول العبارات ، لصالح الآراء الموافقة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثانية.

مما تقدم لاحظنا تحقق الفرضية الثالثة لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات، وحيث أن عبارات الفرضية الثالثة عددها (6) عبارة وعلى كل منها هناك (92) رأي هذا يعني أن عدد الآراء الكلية لأفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثالثة ستكون (552) رأي. ويمكن تلخيص آراء أفراد عينة الدراسة على العبارات الخاصة بالفرضية الثالثة بالجدول التالي:

يوضح الجدول رقم (3/2/13) التوزيع التكراري لآراء أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثالثة.

جدول (13/2/3)

التوزيع التكراري لآراء أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثالثة

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
38.2%	211	موافق بشدة
38.8%	214	موافق
13.2%	73	محايد
8.5%	47	لا أوافق
1.3%	7	لا أوافق بشدة
100%	552	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، 2016م

يتبين من الجدول (13/2/3) أن عينة الدراسة تضمنت على (211) رأي وبنسبة (38.2%) موافق بشدة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثالثة، و(214) رأي وبنسبة (38.8%) موافق، و(73) رأي وبنسبة (13.2%) محايد و(47) رأي وبنسبة (8.5%) غير موافق، و (7) رأي غير موافق بشدة على ذلك وبنسبة (1.3%). نلاحظ من خلال عبارات الفرضية الثالثة أن قيم مربع كأي وقيمة مستوى المعنوية (مستوى الدلالة الإحصائية) وهي قيم متفقة مع اتجاه تقديرات عينة الدراسة حسب التقدير الكلي في جميع عبارات الفرضية تساوي (0.00) وهي أقل من (0.05) وهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول العبارات ، لصالح الإجابات الموافقة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثالثة.

أولاً النتائج:

- 1- اهتمام الإدارة بالتدريب على نظام التكلفة المستهدفة ساهم في نجاح إستراتيجية زيادة التكلفة.
- 2- يوجد توافق بين التكلفة المستهدفة و زيادة التكلفة من حيث التركيز على المستهلك.
- 3- اعتماد التكلفة المستهدفة و زيادة التكلفة على سعر السوق التنافسي.
- 4- هنالك تكامل بين عناصر التكلفة المستهدفة ومضامين إستراتيجية زيادة التكلفة.
- 5- هنالك تناسق تام بين المبادئ التي تحكم أسلوب التكلفة المستهدفة وموجهات إستراتيجية زيادة التكلفة.
- 6- التكلفة المستهدفة تساعد في تفسير العلاقة بين تكلفة الإنتاج وتكلفة المنافسين.
- 7- تعتمد كل من التكلفة المستهدفة وإستراتيجية زيادة التكلفة على أساليب هندسة وسلسلة القيمة والتحسين المستمر والتكلفة على أساس النشاط.
- 8- التكلفة المستهدفة تعمل على خفض الشامل لتكلفة الإنتاج.
- 9- أسلوب التكلفة المستهدفة هو الأفضل في توفير معلومات عن التكاليف تساعد في فعالية نجاح إستراتيجية زيادة التكلفة.
- 10 - التكلفة المستهدفة توفر التقنية التكنولوجية التي تدعم تطبيق إستراتيجية زيادة التكلفة.
- 11 - التكلفة المستهدفة تعمل على توفير معلومات أكثر دقة عن إستراتيجيات المنافسين.

ثانياً التوصيات:

1- توصي الدراسة لتشجيع الصناعات التحويلية في الشركات والمصانع الوطنية بتبني المفاهيم الحديثة للتكاليف التي أثبتت نجاحها بما يضمن استقرار الشركات وتحقيق الأهداف بأفضل التضحيات.

2- ضرورة اختيار إستراتيجية مدروسة وفعالة لتنشيط نظام التكاليف بما يساعد على التكيف مع المتغيرات وتوسيع الرؤيا المستقبلية.

3- وجوب تفعيل ودعم أنظمة التكاليف بالشركات والمصانع بتقنيات وموارد بشرية مؤهلة لتحقيق الجودة والميزة التنافسية.

4- على الإدارة تبني نظم التكاليف الحديثة لضمان استمرار الشركات والمصانع في ظل المنافسة العالمية المتجددة.

5- وجوب الاهتمام بالبرامج التدريبية المتقدمة في مجال التقنية الحديثة لمواكبة التطورات المتجددة في مجال الصناعة لتحقيق الميزة التنافسية.

6- أوصت الدراسة بتطوير أنظمة المعلومات المستخدمة في الشركات والمصانع لإنتاج معلومات ملائمة تفيد في اتخاذ القرارات.

7- توصيات بدراسات في المستقبل:

أ. إجراء دراسة حول العوامل التي تؤثر على نجاح تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في رقابة وخفض التكاليف لدعم القدرة التنافسية.

ب. مدى التوافق بين أنظمة التكاليف الحديثة مع الإستراتيجيات التسويقية لدعم وتحقيق الميزة التنافسية.

ج. طريقة تحديد التكلفة ارتجاعياً وأثرها على نجاح إستراتيجية زيادة التكلفة

قائمة المراجع والمصادر

القرآن الكريم.

أولاً : المراجع باللغة العربية.

أ - الكتب:

- 1- أحمد نور، محاسبة التكاليف من الناحية النظرية والتطبيقية - الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 1993م.
- 2- أحمد حسين علي حسين، المحاسبة الإدارية المتقدمة، الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر، 2002م.
- 3- إسماعيل بريمة جمعة، زينات محمد محرم، دكتور عمرو عباس، محاسبة التكاليف مدخل إداري، الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر، 1993م.
- 4- إسماعيل يحيى التكريتي، محاسبة التكاليف المتقدمة، قضايا معاصرة، عمان دار حامد للنشر، 2007م.
- 5- أمين السيد لطفي، إدارة الأعمال باستخدام معلومات المحاسبة، الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر، 2007م.
- 6- آيات عبد الفتاح النور، استراتيجيات التسويق، مدخل نظري وكمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2001م.
- 7- الحارث أسامة، المحاسبة الإدارية ، عمان دار الحامد للنشر، 2004م.
- 8- الدوري زكريا، الإدارة الإستراتيجية، مفاهيم وحالات دراسية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2005م.

- 9-الوود اس بقا، راكيش كى سارن، تعريب :د. محمد محمود الشواري، إدارة الإنتاج والعمليات مدخل حديث، الطبعة الأولى، الرياض المملكة العربية السعودية، دار المريخ للنشر، 1999م.
- 10- شارلز هل، جارديث جونز، تعريب: د. محمد سيد أحمد ومراجعة إسماعيل علي بسيوني، الإدارة الإستراتيجية مدخل متكامل، الرياض : المملكة العربية السعودية، دار المريخ للنشر، 2008م.
- 11- صلاح الدين عبد المنعم مبارك، محاسبة التكاليف للأغراض الإدارية، مدخل إدارة التكلفة، مكتبة الوفاء القانونية، الطبعة الأولى، 2013م.
- 12- تشارلز هود نجر، وجورج فوستر، تعريب أحمد حامد حجاج، محاسبة التكاليف مدخل إداري، الجزء الثاني ، دار المريخ للنشر، 2003م.
- 13- حسين محمد عيسى، الاتجاهات الحديثة في المحاسبة الإدارية، مصر - جامعة عين شمس، الطبعة الرابعة، 2001م
- 14- روبرت ميجز وريجان وليامز، ترجمة وتعريب مكرم عبد المسيح باسيلي، المحاسبة أساس لقرارات الأعمال ، الجزء الثاني، الرياض، دار المريخ للنشر 2006م.
- 15- طارق شريف يونس، الإدارة الإستراتيجية، مدخل بناء وأدما الميزة التنافسية، البحرين، مؤسسة فخرابي للدراسات والنشر، 2010م.
- 16- عبد المسيح باسلي، المحاسبة الإدارية، مكتبة الجلاء الجديدة، المقصورات، 1997م.
- 17- عبد العظيم محمد ، الأسس النظرية لمحاسبة التكاليف، مطبعة الإشعاع الحقية مصر، 2000م.
- 18- عمر أحمد عثمان المقل، عبد الله عبد الرحيم، إدارة الجودة الشاملة، شركة مطابع السودان للعملة السودان الخرطوم، 2007م.

- 19-قباة على القباني، إدارة التكلفة وتحليل الربحية، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2009م.
- 20-كارل ميول، يول بي براون، زبائن مدى الحياة، الرياض، مكتبة جرير للنشر والتوزيع، 2001م.
- 21-محمد القيوموي محمد، د. ياسر سعيد قنديل، د. يسري محمد الناجي، المحاسبة الإدارية الإستراتيجية، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2011م.
- 22-محمد عبد الفتاح العشماوي، محاسبة التكاليف المنظور التقليدي الحديث، عمان-الأردن، المكتبة الوطنية الطبعة الأولى، 2011م.
- 23-محمد عبد الله العوامرة، محمد زياد عواد، استراتيجيات التسويق منظور متكامل، عمان، مكتبة عمان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2012م.
- 24-محمد حميدان، استراتيجيات التسويق، القاهرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق، 2013م.
- 25-محمد جاسم الصميدعي، استراتيجيات التسويق، مدخل كمي وتحليل، عمان، دار حامد للنشر، 2009م.
- 26-محمد سرور الحريري، استراتيجيات التسويق الدولي، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2011م.
- 27-محمد بن عبد الله العوض، استراتيجيات التسويق التنافسية، إطار جديد لمفهوم قديم، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 10، 2013م.
- 28-محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة، تعاليم وتطبيقات، عمان، دار وائل للنشر، 2004م.
- 29-مدحت محمد أبو النصر، الإدارة الإستراتيجية والتفكير الإستراتيجي، الطبعة الثانية، القاهرة: مصر، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015م.

- 30- مؤيد محمد نور، عبد الناصر إبراهيم، المحاسبة الإدارية والمالية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2007م.
- 31- مكرم عبد المسيح باسلي، المحاسبة الإدارية والأصالة والمعاصرة، المنصورة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2007م.
- 32- ناجي معلى، إدارة التسويق، مدخل تحليلي وإستراتيجي متكامل، الأردن، أثراء للنشر والتوزيع، 2008م.
- 33- ناصر نور الدين، محمد محمود حسن البابلي، أنظمة محاسبة التكاليف لأغراض الرقابة تقسيم الأداء، الإسكندرية، دار التعليم الجامعي، 2011م.
- 34- هاشم أحمد عطية، محاسبة التكاليف في المجالات التطبيقية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، 2000م.

ب - المجالات:

- 1- أحمد ضياء الدين محمد خميس، دور التكاليف المستهدفة والنظم المعاونة في تخفيض التكاليف في المنشآت الصناعية، مجلة الدراسات والبحوث العلمية، كلية التجارة، بنها، السنة الرابعة عشر، العدد الثاني، 1994م.
- 2- أحمد محمد زامل، إطار شامل لتحديد التكلفة المستهدفة، مجلة الدراسات والبحوث التجارية، كلية التجارة، بنها، العدد الأول، 1999م.
- 3- زياد محمد محرم، استخدام مدخل التكلفة المستهدفة لرفع كفاءة قرارات تسعير المنتجات الجديدة في ظروف البيئة الصناعية المعاصرة، المجلة العلمية الأقتصادية، كلية التجارة، جامعة عين شمس، العدد الأول، 1998م.
- 4- صفاء عبد الدائم، إطار مقترح لإدارة التكلفة المستهدفة في بيئة التصنيع الحديث، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، العدد الثالث، 2001م.

- 5- عبيد محمد زكي، نموذج مقترح لتحليل هندسة القيمة في ضوء مدخل التكلفة المستهدفة، مجلة النهضة الإدارية، جامعة حلوان، 1997م.
- 6- غسان فلاح المطارنة، متطلبات ومعوقات تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد الثاني، 2008م.
- 7- جمال عبد الحميد عبد العزيز علي، إطار مقترح للتسعير المستهدف والتكلفة المستهدفة باستخدام تحليل الحساسية ونظم الخبرة الضبابية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، كلية التجارة، العدد الثاني، الجزء الأول، 2007م.
- 8- جمال الشيرازي، إمكانية تطبيق نظام التكلفة المستهدفة في الجامعات الأردنية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة المنصورة، المجلد الحادي والعشرين، العدد الثاني، 2007م.
- 9- مجدي بطرق إبراهيم، نموذج مقترح لاستخدام التكاليف المستهدفة لقياس الرقابة، المجلة العلمية، الدراسات التجارية، جامعة حلوان، العدد الثالث، 1996.
- 10- محمد سعيد محمد جندي، إطار مفاهيمي لزيادة فعالية نظام التكلفة المستهدفة، مجلة الدراسات المالية والتجارة، جامعة طنطا، كلية التجارة، العدد الثالث، 2001م.
- 11- محمد صالح هاشم، تقييم دور التكلفة المستهدفة في دعم ونجاح إستراتيجية زيادة التكلفة في بيئة الأعمال المتقدمة، مجلة البحوث الإدارية، أكاديمية السادات العدد 21، 2003م.
- 12- محمد يوسف الكاشف، دور المعلومات المحاسبية في إطار المفهوم التكامل للجودة الشاملة، مجلة الإدارة العامة، الرياض، معهد الإدارة العامة، العدد 4، 2000م.
- 13- محمود محمد حسن، مدى مساهمة العلوم المالية والمحاسبية في التعامل مع الأزمات المالية العالمية، المؤتمر الثاني للعلوم المالية والمحاسبية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الاردن، 2010م.

14- نصر عبد الكريم محمد، د. راشد فائق، مستلزمات تطبيق نظام التكاليف على أساس الأنشطة في بعض الشركات السعودية، الرياض، مجلة الإدارة العامة، العدد 36، 1997م.

ج- الرسائل الجامعية:

1- أسماء عوض محمد نور، استخدام أسلوب التكلفة المستهدفة في تخفيض تكاليف الأنشطة في المنظمات الخدمية بهدف تدعيم قدرتها التنافسية، رسالة ماجستير تكاليف منشورة، جامعة قناة السويس، كلية التجارة، 2008م.

2- تهاني محمود عبده الستار، استخدام مدخل تحليل مسببات التكاليف لتحقيق التكامل بين إدارات إدارة التكاليف ذات التوجه الاستراتيجي، كلية التجارة، جامعة المنصورة، 2003م.

3- جودة عبد الرؤوف زغلول، منهج إجرائي مقترح لزيادة فعالية أسلوب التكلفة المستهدفة كأداة خفض التكاليف ما قبل الإنتاج على سلسلة القيمة، جامعة طنطا، كلية التجارة، رسالة دكتوراه غير منشوره.

4- رحاب آدم أحمد أبكر، اثر التكلفة المستهدفة في خفض تكاليف الإنتاج في المنشآت الصناعية الليبية، ماجستير تكاليف والمحاسبة الإدارية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، رسالة ماجستير غير منشورة، 2011م.

5- شوقي السيد فوده، إطار مقترح للتكامل بين التكلفة المستهدفة والتحليل الاستراتيجي بهدف تخفيض تكاليف الأنشطة من خلال مفهوم سلسلة القيمة. جامعة الإسكندرية، كلية التجارة، 2007م.

6- عاطف عبد المجيد عبد الرحمن، مدخل التكلفة المستهدفة في مجال رقابة وخفض التكلفة لهدف استراتيجي لتدعيم القدرة التنافسية للشركات الصناعية، كلية التجارة، 2000م.

7- علي عاشور المصراطي، استخدام نظام التكاليف الحديثة في تخفيض تكاليف الإنتاج في المنشآت الصناعية الليبية، جامعة النيلين كلية الدراسات العليا رسالة دكتوراة غير منشورة، 2010م.

8- علي عدنان أبوعوده، أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين كفاءة تسعير الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة ، الجامعة الإسلامية، 2010م.

9- عماد عبد الخالق الشيخ النور، التكلفة المستهدفة ودورها في دعم القدرة التنافسية في القطاع الصناعي السوداني، ماجستير في التكاليف والمحاسبة الإدارية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا رسالة ماجستير غير منشورة، 2013م.

10- محمد حسين علي، مدى فاعلية تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة بالمنشآت الصناعية، جامعة الإسكندرية، كلية التجارة، 2005م.

11- ميسا محمد، دور التكاليف المستهدفة في تخفيض تكاليف الإنتاج وتطوير المنتجات دراسة ميدانية على المشروعات الصناعية، رسالة ماجستير في التكاليف والمحاسبة، غير منشورة، كلية الاقتصاد الإداري، 2002م.

ثانياً: المراجع باللغة الانجليزية:

- 1-Erridge.Anclew. Madding purchasing Sourcing –Butterworth oxford. 1995.p.107.
- 2- Cooper R. and Slagmudler, Target Costing for New Product Development, Level Target Costing, Journal of Cost Management, 2002, pp.36-43
- 3- Cooper, R: And slaginulder, (Target costing and value engineering. Portland-or: Productivity Press and Montvale. Institute of Management Accounting S) 1997 optic 169.
- 4- Kato: Target costing support System. Lessons Form Leading Japanese company