

الإستهلال

قال الله تعالى:

{وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا}

صدق الله العظيم

(سورة الفرقان الآية 67)

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي و خلاصة عملي

إلى نبع الحنان وهبة الرحمن التي رمتني في بحر الأمان

إلى أعز ما أملك في الوجود قرّة عيني وسبب وجودي

أمي حفظك الله وأطال في عمرك

إلى رائدي في الحياة،الذي ناضل لتربيتي وسعادتي وتعليمي لبلوغ أسمى المراتب

إلى الذي كان لي قدوة ومثلاً أعلى في الحياة ،إلى الذي علمني الصبر والمثابرة.

إليك أبي حفظك الله وأطال في عمرك

الى رفيقة الدرب المثالية والمثابرة والصابرة

الشمعة التي اضاءت طريقى

زوجتى العزيزة اطال الله عمرك

الى فلزات اكبادى زهرة حياتى قرّة عيني وروحي

ابنائى الاعزاء (شهد , محمد , مؤمن)

إلى إخواني وأخواتي وكل افراد اسرتى الكبيرة

إلى كل الأحباب والأصحاب

أليكم جميعاً أهدى هذا البحث

الشكر والتقدير

قال تعالى : " لئن شكرتم لأزيدنكم "

صدق الله العظيم

فالحمد والشكر لله العلي القدير،الذي هداني لطاعته،وأنار لي درب العلم والمعرفة ،وأعانني على أداء

هذا الواجب،ووقفني في إنجاز هذا العمل

واستنادا لقول رسوله صلى الله عليه وسلم:

"من لا يشكر الناس لا يشكر الله"

لايسعني إلا أن أتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان إلى

الدكتور "بابكر ابراهيم الصديق محمد " الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث ولم يبخل بنصائحه وتوجيهاته؛إلى الاخ العزيز الدكتور"إدريس الصديق عثمان" الذي كان داعما لي على مدى فترة بحثي

ولهبخل علينا بعلمة ومشورته ؛وإلى أعضاء لجنة المناقشة الذين تكرموا بالموافقة على مناقشة هذا البحث؛والى كل من وقف معي داعما لي بمجهودة وافكاره وعلمه , الى كل الشركات الصناعية التي

مدتني بمعلوماتها فيما يخص هذا المجهود

وإلى كل من شجعني على إنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة

المستخلص

تتمثلت مشكلة الدراسة بالسؤال التالي، هل توجد علاقة بين التسعير والميزة التنافسية؟، هل هناك علاقة بين التسعير وأساليب التكاليف الحديثة؟، هل هناك علاقة بين أساليب التكاليف الحديثة و الميزة التنافسية في الشركات الصناعية؟، هل تؤثر أساليب التكاليف الحديثة على التسعير والميزة التنافسية؟.

إهتمت الدراسة إهتماماً بالربط بين التسعير وأساليب التكاليف الحديثة ، للوصول الى تحقيق الميزة التنافسية للشركات الصناعية في ظل خصائص البيئة الصناعية الحديثة والمتغيرات الإقتصادية.

هدفت الدراسة الى معرفة العلاقة بين التسعير والميزة التنافسية، الإهتمام بدراسة العلاقة بين التسعير وأساليب التكاليف الحديثة في الشركات الصناعية، معرفة العلاقة بين أساليب التكاليف الحديثة والميزة التنافسية في الشركات الصناعية ، معرفة تأثير أساليب التكاليف الحديثة على التسعير والميزة التنافسية.

أختبرت الدراسة الفرضيات التالية: الفرضية الرئيسية الأولى (هناك علاقة إيجابية بين التسعير والميزة التنافسية)، وتتفرع منها الفرضيات التالية: هنالك علاقة إيجابية بين التسعير و (التكلفة، الحصة السوقية). الفرضية الرئيسية الثانية: (هنالك علاقة إيجابية بين التسعير وأساليب التكاليف الحديثة)، وتتفرع منها الفرضيات التالية : هنالك علاقة إيجابية بين التسعير و (إدارة الجودة الشاملة، الإنتاج في الوقت المحدد، التكلفة المستهدفة، التكلفة علي أساس النشاط) الفرضية الرئيسية الثالثة: (هناك علاقة إيجابية بين أساليب التكاليف الحديثة والميزة التنافسية)، وتتفرع منها الفرضيات التالية :1 هنالك علاقة إيجابية بين (إدارة الجودة الشاملة، الإنتاج في الوقت المحدد، التكلفة المستهدفة، التكلفة علي أساس النشاط) والتكلفة ، 2 هنالك علاقة إيجابية بين (إدارة الجودة الشاملة، الإنتاج في الوقت المحدد، التكلفة المستهدفة، التكلفة علي أساس النشاط) والحصة السوقية. الفرضية الرئيسية الرابعة: (أساليب التكاليف الحديثة تتوسط العلاقة الإيجابية بين التسعير والميزة التنافسية)، وتتفرع منها الفرضيات التالية:1 (إدارة الجودة الشاملة، الإنتاج في الوقت المحدد، التكلفة المستهدفة، التكلفة علي أساس النشاط) تتوسط العلاقة الإيجابية بين التسعير

والتكلفة, 2 (إدارة الجودة الشاملة, الإنتاج في الوقت المحدد, التكلفة المستهدفة, التكلفة علي أساس النشاط) تتوسط العلاقة الإيجابية بين التسعير والحصة السوقية.

إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم إختبار بيانات الدراسة من واقع بيانات الدراسة الميدانية والتي تم جمعها عبر (208) إستبانة بنسبة إستجابة بلغت (70%) من جملة الإستبانة الموزعة, وتم إختبار الفرضيات بعد التأكد من صلاحية واعتمادية الأبعاد, عن طريق إستخدام SEM AMOS, أسلوب تحليل المسار (نمذجة المعادلة البنائية) لقياس هيكلية النموذج الذي يوضح العلاقة بين المتغيرات.

توصلت الدراسة إلى نتائج منها, يؤدي إستخدام الإنتاج في الوقت المحددة من خلال تخفيض حجم المخزون وتلبية طلبات الزبون أول بأول الى تحقيق الميزة التنافسية, قيام بعض الشركات بتحديد أسعار بيع منتجاتها بأقل من أسعار بيع المنافسين للسيطرة على سوق المنافسة, تقوم الشركات الصناعية بتحديد سعر البيع بالإعتماد على سعر بيع العام السابق. تهتم الشركات الصناعية بتحسين كفاءة الأنشطة التي تضيف قيمة للمنتج , والسعى لإستبدال الأنشطة التي لا تضيف قيمة للمنتج. قيام الشركات الصناعية بتخفيض تكاليف الانتاج حتى تستطيع تحقيق الميزة التنافسية. الإهتمام بدراسة أساليب التكاليف الحديثة يؤدي الى الوصول الى السعر المناسب الذي يحقق الميزة التنافسية.

أوصت الدراسة بإلإهتمام بعملية تسعير المنتجات حتى تحجز الشركة موقعاً مناسباً في سوق المنافسة. إستبعاد الأنشطة التي لا تضيف قيمة والاهتمام بالانشطة التي تضيف قيمة. الإهتمام بجودة المنتجات اذا ارادت الشركة المحافظة على الريادة في سوق المنافسة, التركيز في الحصول على منتجات سليمة من دون عيوب من المرة الاولى, والسعى الى تخفيض حجم المخزون والزام الموردين بواعيد التسليم.

Abstract

The problem of study raised the following questions: Is there any relationship between pricing and competitive advantage? Is there any relationship between the pricing and modern methods of costing in industrial firms? Is there any relationship between the modern methods of costing and competitive advantage in industrial firms? Do the modern methods of costing effect on pricing and competitive advantage? The study focused on the link between pricing and modern methods of costing to achieve the competitive advantage for manufacturing companies within modern industrial environment and economic variables. The study aimed to identify the relationship between the pricing and competitive advantage and focused on the relationship between the pricing and modern methods of costing as well as the relationship between competitive advantage and modern methods of costing in industrial firms. It was also to identify the effect of modern methods of costing on the pricing and competitive advantage. The following hypotheses were tested: The first main hypothesis indicated that there is a significant relationship between the pricing and competitive advantage and the subsidiary hypothesis showed that there is a significant relationship between the pricing and costing and market share. The second hypothesis assumed that there is a significant relationship between the pricing and modern methods of costing and its subsidiary hypothesis stated there is a significant relationship between the pricing and total quality management, JIT production, targeted cost and ABC. The third hypothesis indicated that there is there is a significant relationship between the modern methods of costing and competitive advantage and its subsidiary hypothesis as follows: Firstly, there is a significant relationship between the costing and total quality management, JIT production, targeted cost and ABC. Secondly, there is a significant relationship between the market share and total quality management, JIT production, targeted cost and ABC. The fourth hypothesis indicated that the modern methods of costing mediated significantly between the pricing and competitive advantage and the subsidiary hypothesis as: First, the total quality management, JIT production, targeted cost and

ABC total quality management, JIT production, targeted cost and ABC. Second, the total quality management, JIT production, targeted cost and ABC mediated significantly between pricing and market share. The analytical descriptive method was used. The data were tested after being collected from the field study and totaled 208, representing 70% of the total questionnaire. The hypotheses were tested to ensure their validity and reliance of dimensions by using SEM and AMOS which is an analytical track method (model of structural equation) for measuring the model structure to show the relationship between variables. The most important findings indicated that using JIT production by reducing the amount of inventory and meeting the customer demands first would lead to achieve competitive advantage. Some companies determine to sell their products by less than their competitors' sale price in order to dominate the competitive market. Based on the sale prices of the last year, the manufacturing companies determine their prices. The manufacturing companies are interested in improving the efficiency of activities which add value to their products and remove less value added and they pursue to reduce production cost for realizing the competitive advantage. It is necessary to study the modern methods of costing for determining the suitable price to realize the competitive advantage. The study recommended that it is important to give more consideration for the pricing process in order to exist in the competitive market. Firms should exclude products with less value added and care for value added ones. The quality of products should be considered if firms desire to maintain leadership in the competitive market. It is also necessary to produce good products from the start and reduce the inventory and suppliers should be committed to the delivery date.

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	عنوان الموضوع
أ	الإستهلال
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د	المستخلص
هـ	Abstract
و	فهرس الموضوعات
ز	فهرست الجداول
ح	فهرست الأشكال
ط	فهرست الملاحق
2	المقدمة
2	ولاً: الإطار المنهجي
13	ثانياً: الدراسات السابقة
	الفصل الأول: الإطار النظري للتسعير
64	المبحث الأول: مفهوم واهداف وخصائص التسعير
65	ولاً: مفهوم التسعير
65	ثانياً: تعريف السعر
68	ثالثاً: مكونات السعر
69	إبعاً: خصائص قرارات التسعير
71	خامساً: أهداف التسعير
78	المبحث الثاني: أهمية قرارات التسعير
78	ولاً: خطوات التسعير
83	ثانياً: أهمية قرارات التسعير

83	ثالثاً : العوامل المؤثرة في قرارات التسعير
90	إبعاءً : لأعتبرات الواجب مراعاتها عند تسعير السلع والخدمات
93	المبحث الثالث : إستراتيجيات وطرق تسعير المنتجات
98	ولاً : إستراتيجيات التسعير
101	ثانياً : مناهج وطرق تسعير المنتجات والخدمات
	الفصل الثاني : الإطار النظري لأساليب التكاليف الحديثة
113	المبحث الأول : مفهوم أهداف وخصائص التكلفة المستهدفة
113	ولاً : مدخل التكلفة المستهدفة
114	ثانياً : مفهوم التكلفة المستهدفة
120	ثالثاً : خطوات تحديد التكلفة المستهدفة
128	إبعاءً : أهداف أسلوب التكلفة المستهدفة
130	المبحث الثاني : مفهوم وأهداف وخصائص أسلوب التكاليف على أساس النشاط
130	ولاً : مدخل التكلفة على أساس النشاط
131	ثانياً : مفهوم نظام التكاليف على أساس النشاط
134	ثالثاً : أهمية تطبيق أسلوب التكاليف على أساس النشاط
136	إبعاءً : أهداف أسلوب التكاليف على أساس النشاط
137	خامساً : خطوات تطبيق أسلوب التكاليف على أساس النشاط
144	سادساً : متطلبات أسلوب التكاليف على أساس النشاط
148	سابعاً : مزايا أسلوب التكاليف على أساس النشاط
151	ثامناً : عيوب أسلوب التكاليف على أساس النشاط
153	المبحث الثالث : مفهوم وأهداف الاساليب الحديثة الأخرى
153	ولاً : نظام الانتاج في الوقت المحدد
153	ثانياً : نشأة نظام الانتاج في الوقت المحدد
154	ثالثاً : العناصر الرئيسية ل نظام الانتاج في الوقت المحدد
155	إبعاءً : مراحل نظام الانتاج في الوقت المحدد

156	خامساً : أهمية نظام الانتاج فى الوقت المحدد
158	سادساً:نظام ادارة الجودة الشاملة
159	سابعاً : تعريف نظام ادارة الجودة الشاملة
161	ثامناً : المبادئ الاساسية ل نظام ادارة الجودة الشاملة
162	تاسعاً : أهداف نظام ادارة الجودة الشاملة
163	عاشرأ : فوائد نظام ادارة الجودة الشاملة
172	احدى عشر : أهمية نظام ادارة الجودة الشاملة
174	اثنا عشر : معوقات نظام ادارة الجودة الشاملة
175	ثلاثة عشر : نظام الادارة على أساس النشاط ABM
182	اربعة عشر : نظام اسعار التحويل
	الفصل الثالث : تأثير أساليب التكاليف الحديثة على التسعير و الميزة التنافسية
195	المبحث الاول : مفهوم وأهداف وخصائص الميزة التنافسية
195	اولاً : مفهوم الميزة التنافسية
200	ثانياً : أنواع المنافسة
203	ثالثاً :أنواع الميزة التنافسية ومحدداتها
211	رابعاً : أسس بناء القدرة التنافسية
216	خامساً : إستمرارية الميزة التنافسية
218	سادساً : المبادئ الأساسية لدعم القدرة التنافسية
220	سابعاً : أبعاد القدرة التنافسية
222	المبحث الثانى : إستراتيجيات ومقومات الميزة التنافسية
222	اولاً : إستراتيجيات المنافسة فى الشركات
225	ثانياً : الإجراءات المتبعة لمواجهة القوى التنافسية
226	ثالثاً : مقومات القدرة التنافسية
227	رابعاً : إستراتيجيات تأثير التجارة الالكترونية فى عالم الأعمال
230	خامساً : إستراتيجيات التغيير الحديثة

230	سادساً : مدخل متكامل لإدارة التكاليف فى ظل المنافسة
234	سابعاً : أساليب قياس القدرة التنافسية
248	المبحث الثالث : مدى تأثير أساليب التكاليف الحديثة على التسعير والميزة التنافسية
249	أولاً : أهمية إدارة الجودة الشاملة على تنافسية المؤسسة الاقتصادية
250	ثانياً : نور أساليب الادارة الاستراتيجية فى دعم إستراتيجيات وتعزيز الميزة التنافسية
253	ثالثاً : ضرورة التكامل بين نظام التكاليف على أساس النشاط وتحليل سلسلة القيمة
256	رابعاً : تأثير التكاليف على الميزة التنافسية
267	خامساً : دور سلسلة القيمة فى تحقيق الميزة التنافسية
272	سادساً : التكلفة المستهدفة وتسعير المنتجات
	الفصل الرابع : الدراسة الميدانية
277	المبحث الاول : نبذة تعريفية عن الشركات الصناعية
290	المبحث الثانى : إجراءات وتحليل البيانات
320	المبحث الثالث : إختبار الفرضيات
347	الخاتمة
247	أولاً : النتائج
360	ثانياً : التوصيات
363	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
240	الأختلافات فى الأوزان	(1/2/3)
243	عطاء أوزان لمراحل التنمية	(2/2/3)
292	مقاييس درجة الموافقة	(1/2/4)
292	نتائج إختبار الاتساق الداخلى الفاكرونباخ	(2/2/4)
295	معدلات الاستجابة وتنظيف بيانات أستمارة الأستبانة	(3/2/4)
295	تحليل المتغيرات الأساسية لعينة الدراسة	(4/2/4)
301	التحليل العاملى الاستكشافى للمتغير المستقل والوسيط	(5/2/4)
303	التحليل لعاملى الاستكشافى للمتغير التابع	(6/2/4)
304	معامل الاعتمادية ألفا كرونباخ لعبارات الاستبانة	(7/2/4)
307	معامل الاعتمادية المركبة لعبارات الاستبان للمتغير المستقل والوسيط	(8/2/4)
308	معامل الاعتمادية المركبة لعبارات الاستبان للمتغير التابع	(9/2/4)
310	مؤشرات جودة مطابقة النموذج للمتغير المستقل والوسيط	(10/2/4)
311	مؤشرات جودة مطابقة النموذج للمتغير التابع	(11/2/4)
312	لمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة	(12/2/4)
318	تحليل الارتباطات بين متغيرات الدراسة	(13/2/4)
323	قيم تحليل المسار بين التسعير والميزة التنافسية	(1/3/4)
325	قيم تحليل المسار بين التسعير وأساليب التكاليف الحديثة	(2/3/4)
327	العلاقة بين أساليب التكاليف الحديثة والميزة التنافسية	(3/3/4)
329	العلاقة بين ادارة الجودة الشاملة والتسعير والتكلفة	(4/3/4)
329	قيم تحليل الاثر غير المباشر لإدارة الجودة الشاملة والتسعير والتكلفة	(5/3/4)
331	العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة والتسعير والحصة السوقية	(6/3/4)
331	قيم تحليل الاثر غير المباشر لإدارة الجودة الشاملة والتسعير والحصة السوقية	(7/3/4)

333	العلاقة بين الانتاج فى الوقت المحدد والتسعير والتكلفة	(8/3/4)
333	قيم تحليل الاثر غير المباشر للانتاج فى الوقت المحدد والتسعير والتكلفة	(9/3/4)
335	العلاقة بين الانتاج فى الوقت المحدد والتسعير والحصة السوقية	(10/3/4)
335	قيم تحليل الاثر ل الانتاج فى الوقت المحدد والتسعير والحصة السوقية	(11/3/4)
337	العلاقة بين التكلفة المستهدفة والتسعير والتكلفة	(12/3/4)
337	قيم تحليل الاثر غير المباشر للتكلفة المستهدفة والتسعير والتكلفة	(13/3/4)
339	العلاقة بين التكلفة المستهدفة والتسعير والحصة السوقية	(14/3/4)
339	قيم تحليل الاثر غير المباشر للتكلفة المستهدفة والتسعير والحصة السوقية	(15/3/4)
341	العلاقة بين التكلفة على اساس النشاط والتسعير والتكلفة	(16/3/4)
341	قيم تحليل الاثر غير المباشر للتكلفة المستهدفة والتسعير والتكلفة	(17/3/4)
343	العلاقة بين التكلفة على اساس النشاط والتسعير والحصة السوقية	(18/3/4)
343	قيم تحليل الاثر غير المباشر للتكلفة المستهدفة والتسعير والحصة السوقية	(19/3/4)
344	ملخص اختبار الفرضيات	(20/3/4)

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	لنموذج التصويرى لمتغيرات الدراسة	(1)
76	أهداف التسعير	(1/1/1)
94	العلاقة بين التكلفة الحدية والايراد الحدى فى سوق المنافسة الكاملة	(1/3/1)
	العلاقة بين التكلفة الحدية والايراد الحدى فى سوق المنافسة الاحتكارية	(2/3/1)
119	تعريفات التكلفة المستهدفة	(1/1/2)
121	العلاقة بين التكلفة المستهدفة ودورة حياة المنتج	(2/1/2)
127	تحديد الأسعار فى ظل النظرية التقليدية والحديثة	(3/1/2)
138	خطوات تطبيق أسلوب التكاليف على أساس الأنشطة	(1/2/2)
144	أبعاد تطبيق أسلوب التكاليف المبني على الأنشطة	(2/2/2)
148	نموذج نظام التكاليف على أساس الأنشطة	(3/2/2)
179	مخطط شامل حول الادارة على أساس الأنشطة ونظام التكاليف على أساس الأنشطة	(1/3/2)
180	التداخل بين نظامى ABC / ABM	(2/3/2)
181	العلاقة بين نظامى ABC / ABM	(3/3/2)
165	مظلة Kaizan كأداة من أدوات تحسين نظام ادارة الجودة الشاملة	(4/3/2)
169	العلاقة بين تكاليف الجودة	(5/3/2)
170	المصادر الأساسية للربحية من تحسين الجودة	(6/3/2)
172	أهمية نظام ادارة الجودة الشاملة	(7/3/2)
209	دورة حياة الميزة التنافسية	(1/1/3)
212	الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية	(2/1/3)
213	تأثير الجودة على السعر	(3/1/3)
216	جزور الميزة التنافسية	(4/1/3)

223	إستراتيجية التوازن	(1/2/3)
224	القوى التنافسية فى القطاع الصناعى	(2/2/3)
229	إستراتيجية التوازن	(3/2/3)
238	أقتصاد السوق	(4/2/3)
255	التكامل بين نظام التكلفة على أساس النشاط وأسلوب سلسلة القيمة وأثره على خفض التكاليف	(1/3/3)
258	المركز الاستراتيجى للتكاليف	(2/3/3)
260	القيادة التكاليفية	(3/3/3)
269	مكونات نموذج سلسلة القيمة	(4/3/3)
305	التحليل العاملى التوكيدى للمتغير المستقل والوسيط	(1/2/4)
306	التحليل العاملى التوكيدى للمتغير التابع	(2/2/4)
312	مؤشرات جودة مطابقة نموذج متغيرات الدراسة	(3/2/4)
313	نموذج متغيرات الدراسة المعدل	(4/2/4)
314	نموذج الدراسة المعدل	(5/2/4)
322	العلاقة بين التسعير والميزة التنافسية (التكلفة , الحصة السوقية)	(1/3/4)
324	العلاقة بين التسعير وأساليب التكاليف الحديثة	(2/3/4)
326	العلاقة بين أساليب التكاليف الحديثة والميزة التنافسية	(3/3/4)
328	العلاقة بين ادارة الجودة الشاملة والتسعير والتكلفة	(4/3/4)
330	العلاقة بين ادارة الجودة الشاملة والتسعير والحصة السوقية	(5/3/4)
332	العلاقة بين الانتاج فى الوقت المحدد والتسعير والتكلفة	(6/3/4)
334	العلاقة بين الانتاج فى الوقت المحدد والتسعير والحصة السوقية	(7/3/4)
336	العلاقة بين التكلفة المستهدفة والتسعير والتكلفة	(8/3/4)
338	العلاقة بين التكلفة المستهدفة والتسعير والحصة السوقية	(9/3/4)
340	العلاقة بين التكلفة على اساس النشاط والتسعير والتكلفة	(10/3/4)
342	العلاقة بين التكلفة على اساس النشاط والتسعير والحصة السوقية	(11/3/4)

فهرست الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
ملحق (1)	إستمارة الإستبانة
ملحق (2)	محكمى إستمارة الإستبانة