

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي
الميدان: علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير
التخصص: تسويق خدمات

بعنوان:

**أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية
(دراسة ميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR-ورقلة)**

من إعداد الطالب: بوزيان عبد الصمد

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2022/06 /19

أمام اللجنة المكونة من السادة:

- الأستاذ/السعيد السعيدية (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا.
د/كاهي فطيمة (أستاذ محاضر ب- جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا.
الأستاذ/بن الحبيب محسن (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا.

السنة الجامعية: 2022-2021

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي
الميدان: علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير
التخصص: تسويق الخدمات
بعنوان:

أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات
المصرفية
(دراسة ميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR-ورقلة)

من إعداد الطالب: بوزيان عبد الصمد

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2022/06/20

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ/السعيد سعدي (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا.

د/ كاهي فطيمة (أستاذ محاضر ب- جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا.

الأستاذ/ بن الحبيب محسن (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا.

السنة الجامعية: 2021-2022

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم وصلّ الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم تسليماً

قال تعالى { وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله المؤمنون... }

صدق الله العظيم.

أهدي ثمرة هذا العمل البسيط إلى من قرن الرحمن طاعته بطاعتها، الوالدان الكريمان أمدهما الله
بوفير الصحة والعافية.

إلى من علمني حرفاً أضاء لي ما أظلم من الدروب فاللهم جازهم عنا خير الجزاء.

إلى من له فضل علي، ذكرته أو سقط بحكم السهو أهديك هذا العمل البسيط .

بوزيان عبد الصمد

شكر و عرفان

أولا الشكر لله رب العالمين الذي نور دربي ويسر أمري وأعانني لإكمال هذا العمل فالحمد لله حتى يرضى والحمد لله إذا رضي والحمد لله بعد الرضى .

عملا بقول خير الأنام نبينا صل الله عليه وسلم { من لا يشكر الناس لا يشكر الله } أتقدم بجزيل الشكر للأستاذة المشرفة :**كاهي فاطمة** على قدمته لنا من توجيهات وتصويبات و إلى المشرفة في المؤسسة محل الدراسة **السيدة حودميسة وردة** رئيسة قسم المحاسبة والمالية على النصائح المقدمة وعلى مد يد العون.

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان أثر أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية, تمت الدراسة ببنك الفلاحة والتنمية الريفية Badr بورقلة وفرعه بحاسي مسعود, ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي, باستخدام (55) استبانة موزعة على عينة غير عشوائية بسيطة من موظفي قسم المالية والمحاسبة بالبنك تم استرجاع (42) استبانة , وبعد تحليل هذه الردود باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية" المختصر ب (spss) v22 وقد توصلت الدراسة إلى أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية يمتلك المقومات والمتطلبات اللازمة لتطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية وان البنك يحقق مزايا من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة , لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية تعزي إلى المتغيرات الشخصية.

الكلمات المفتاحية: تكلفة مستهدفة, تسعير الخدمات المصرفية, بنك الفلاحة والتنمية الريفية

Abstract:

This study aims to demonstrate the impact of the target cost method on banking pricing, The study was carried out by the Agricultural and Rural Development Bank Badr in ouargla and its branch in HassiMassoud, and to achieve these objectives the study relied on the descriptive analytical approach, using (55) questionnaires distributed over a simple non-random sample of the employees of the Department of Finance and Accounting of the Bank was retrieved (42) questionnaires, and after analyzing these responses using the program "Statistical Packages for Social Sciences", acronym (spss)v22, the study found that the Bank of Agriculture and Rural Development He has the ingredients and The requirements for applying the target cost method in the pricing op banking services and that the bank achieves advantages from the application of the target cost method, there are no statistically significant differences attributable to personal variables.

Keywords: Target cost, banking pricing , agricultural bank and rural development

فهرس المحتويات

الإهداء.....	IV
شكر و عرفان.....	IV
الملخص.....	IV
فهرس المحتويات.....	IV
فهرس الجداول.....	IV
فهرس الأشكال.....	IV
مقدمة.....	أ

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لأسلوب التكلفة المستهدفة وتسعير الخدمات المصرفية...

تمهيد:.....	1
المطلب الأول: مدخل لأسلوب التكلفة المستهدفة.....	2
أولاً: التطور التاريخي لأسلوب التكلفة المستهدفة.....	2
ثانياً: مفهوم التكلفة المستهدفة:.....	3
المطلب الثاني: خصائص, أهمية وأسباب الجوع إلى أسلوب التكلفة المستهدفة.....	5
المطلب الثالث: مراحل تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة :.....	7
المطلب الرابع: ماهية تسعير الخدمات المصرفية:.....	12
المطلب الخامس: أهداف التسعير المصرفي واتخاذ قرارات التسعير.....	15
المطلب السادس: إستراتيجيات التسعير للخدمات المصرفية ومناهج قرارات التسعير.....	17
المبحث الثاني: الدراسات السابقة.....	22
المطلب الأول: الدراسات السابقة العربية.....	22
المطلب الثاني: الدراسات السابقة الأجنبية:.....	24

25.....	المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.
26.....	خلاصة الفصل.
	الفصل الثاني ماهية أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية لدى بنك BADR
29.....	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستعملة في الدراسة الميدانية.
29.....	المطلب الأول: الطريقة المتبعة في الدراسة.
29.....	المطلب الثاني: بيانات الدراسة وأدوات جمعها.
	المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج
31.....	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة.
36.....	المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة.
	الخاتمة:
	نتائج الدراسة.
	التوصيات.
	آفاق الدراسة.
	المراجع.

قائمة الجداول

- الجدول رقم(01):المقارنة بين أسلوب التكاليف التقليدية وأسلوب التكلفة المستهدفة.....7
- الجدول رقم(02):مقارنة الدراسة بالدراسات السابقة.....25
- الجدول رقم(03): معامل الثبات باستخدام طريقة ألفا كرونباخ.....27
- الجدول رقم(04):توزع أفراد العينة حسب خاصية الجنس.....28
- الجدول رقم(05): توزع أفراد العينة حسب خاصية المؤهل العلمي.....29
- الجدول رقم(06): توزع أفراد العينة حسب خاصية السن.....30
- الجدول رقم(07):توزع أفراد العينة حسب خاصية المهنة.....33
- الجدول رقم(08):توزع أفراد العينة حسب خاصية الخبرة.....34
- الجدول رقم(09):نتائج اختبار طبيعة التوزيع للمتغيرين.....35
- الجدول رقم(10)مجال المتوسط الحسابي المرجح لمقياس ليكارت الثلاثي.....35
- الجدول رقم(11):المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة.....35
- الجدول رقم(12):المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية.....36
- الجدول رقم(13):معامل الارتباط الخطي بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....37
- الجدول رقم:(14) مصفوفة الارتباطات بيرسون لأبعاد المتغيرين.....38
- الجدول رقم(15):قيم تباين خط الانحدار لمتغيرات الدراسة: تحليل التباين الأحادي^aANOVA.....39
- الجدول رقم(16):قيم معاملات خط الانحدار المعاملات^aCoefficients.....40
- الجدول رقم(17):قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية حسب الخصائص الشخصية.....43

قائمة الأشكال

- الشكل رقم 1: مراحل تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة.....11
- الشكل رقم 2 : استراتيجيات التسعير المختلفة.....19
- الشكل رقم 3: الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية الجنس.....27
- الشكل رقم 4: الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية المؤهل العلمي.....28
- الشكل رقم 5: الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية السن.....30
- الشكل رقم 6: الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية المهنة.....32
- الشكل رقم 7: الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية الخبرة.....33
- الشكل رقم 8: الرسم البياني لمدى ملائمة خط الانحدار للعلاقة بين المتغير التابع والمتغير المستقل

قائمة الملاحق

ملحق 1 : الاستبيان.....

ملحق 2 : استمارة صدق المحكمين.....

المقدمة

أ.توطئة:

في ظل التحولات النوعية والحركية الدائمة التي تشهدها بيئة المؤسسة الاقتصادية والتي أصبحت تتسم بالتسارع والتعقيد، بحيث قصرت من دورة حياة المنتجات وسرعت زوال المزايا التنافسية وأصبح المستهلك في ظل هذه الظروف يجد كل ما يحتاجه وحتى ما يفكر به، أصبح من الضروري للمؤسسة الاقتصادية أن يكون لها رد فعل سريع وحتى توقعي بما ستكون عليه هذه البيئة، وعلى ما تمنحه من فرص وما تفرضه من تهديدات وعلى ما يجعلها تتميز عن غيرها في نظر المستهلك، ذلك لأن من بين أهم الوسائل التي تساعد المؤسسة على مواجهة الأشكال المختلفة للمنافسة هي عملية التوجه نحو الزبون و إرضائه من خلال تقديم خدمات تلبي احتياجاته وتكون على مستوى مقبول من الجودة، أي العمل بشكل مستمر على تحسين العلاقة (الجودة/السعر)، ولكي يتحقق ذلك فإنه يتعين عليها استخدام أساليب حديثة تمكنها من التحكم من تكاليفها والضغط عليها باستمرار، ذلك أن تخفيض التكاليف والتحكم فيها يعتبر مصدرا لخلق قيمة مضافة للمؤسسة وهو القاعدة أو المنطلق نحو تخفيض الأسعار.

بما أن السعر الذي يدفع للحصول على منتج ما يأتي ضمن أولويات الزبون، أصبح المستهلك هو المحدد الرئيسي للسعر في ظل المفهوم التسويقي الحديث وهو ما يطلق عليه "التسعير انطلاقا من مدركات العميل"، حيث يعتبر العميل من أهم العناصر المؤثرة في نجاح المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية.

ب- الإشكالية:

يعتبر قرار تسعير الخدمات المصرفية من القرارات الإستراتيجية المهمة بالنسبة للإدارة، وذلك لأن قرار التسعير له انعكاساته فهو يؤثر بشكل كبير على ربحية البنك، وعلى قدرته للبقاء والمحافظة على مكانته السوقية وقوته أمام المنافسين، كما أن قرار التسعير يجعل من الخدمة التي يقدمها البنك مقبولة ومرغوبة من قبل العملاء، فهو يؤثر على كل أوجه نشاط المصرف والخدمات المرتبطة به، فعدم الدقة في تسعير الخدمات المصرفية يترتب عليه فقدان للعملاء و بالتالي فقدان فرص تسويقية لها، كل هذه الظروف فرضت على القطاع المصرفي تبني أساليب حديثة لمحاسبة التكاليف أهمها أسلوب التكلفة المستهدفة الذي يقوم على فلسفة إجراء تحليل حاسم لاحتمالات نجاح المنتج أو الخدمة قبل تخصيص الموارد الإنتاجية لها و التي تعود بنتائج ايجابية على البنك، وبناءا على ما تقدم ذكره نطرح الإشكالية الرئيسة للدراسة كما يلي :

كيف يساهم تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية

؟BADR.

ويمكن تقسيم الإشكالية الرئيسية إلى جملة من الإشكاليات الفرعية كما يلي:

1. هل يمتلك بنك الفلاحة والتنمية الريفية المقومات والمتطلبات اللازمة لتطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية؟؛
2. هل يحقق بنك الفلاحة والتنمية الريفية مزايا من استخدام أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية؟؛
3. هل توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة والمزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية".
4. هل يوجد أثر لامتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة على المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية؟؛
5. هل توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية؟.

ج-فرضيات الدراسة:

بناء على ما سبق يمكن صياغة فرضية الدراسة كما يلي:

يساهم تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة بشكل فعال في تسعير خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية .BADR

وتتفرع عن هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية:

1. يمتلك بنك الفلاحة والتنمية الريفية المقومات والمتطلبات اللازمة لتطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية؛
2. يحقق بنك الفلاحة والتنمية الريفية مزايا من استخدام أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية؛
3. توجد علاقة ارتباط إيجابي دال إحصائياً بين امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة والمزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية".
4. يوجد إيجابي أثر دال إحصائياً الامتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة على المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية؟؛
5. هل توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية.

د-مبررات اختيار الموضوع:

- ميل ورغبة الباحث في دراسة الموضوع .

- يعتبر الموضوع بمثابة الإضافة العلمية كما أنه يخدم التخصص.

ه- أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من كون استخدام أسلوب التكلفة المستهدفة في القطاع الخدماتي عموماً والقطاع المصرفي خصوصاً من المواضيع الحديثة نسبياً، والتي يمكن أن تكون لها إضافة علمية من خلال التطرق إلى التكلفة المستهدفة ودور تطبيقاتها في البنك، الأمر الذي يمكن من التحسين من خدماته وتسعيها بكل دقة وتخفيض التكلفة مما يزيد من حدة المنافسة في السوق المصرفي.

و- أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق أهداف رئيسة أهمها:

- إلقاء الضوء على أسلوب التكلفة المستهدفة وخطوات تطبيقه في المؤسسات وذلك من خلال مراجعة أدبيات الموضوع؛

- تشجيع المؤسسات الخدماتية على تبني هذا الأسلوب؛

- التعرف على مراحل التسعير باستخدام الأسلوب الحديث لقياس التكاليف؛

- التحقق من صحة الفرضيات الموضوعية.

ز- حدود الدراسة:

وتتمثل في الآتي:

- الحدود الزمنية: تمت هذه الدراسة في الفترة الممتدة من 20 مارس إلى 10 أبريل 2022م.

- الحدود المكانية: تمت الدراسة على مستوى المديرية الجهوية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بورقلة وعلى مستوى الوكالة التابعة لها بحاسي مسعود.

ح- منهج البحث والأدوات المستخدمة:

من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة وإثبات صحة الفرضيات من عدمها تبيننا في الجانب النظري المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى جمع البيانات عن ظاهرة ما مع محاولة تحليلها للوصول إلى نتائج الظاهرة موضوع الدراسة، بالإضافة إلى الجانب التطبيقي للدراسة.

أما الأدوات المستخدمة في هذه الدراسة فتمثلت فيما يلي:

المسح المكتبي: تم الاستعانة بالكتب، المقالات، الرسائل الجامعية، المجلات، المحاضرات وكذا المواقع الإلكترونية التي لها علاقة بالموضوع من أجل تعزيز الفهم.

الملاحظة الشخصية: وتكون من خلال استنباط المعلومات من خلال المراقبة والمتابعة داخل المؤسسة

الاستبيان: هو إحدى تقنيات الاستقصاء وجمع المعلومات المتعلقة بأراء الزبائن في المؤسسة، كما تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS22) لتفريغ البيانات والحصول على المقاييس الإحصائية لاختبار فرضيات الدراسة.

ط- مرجعية البحث:

من أجل الإلمام بجوانب الموضوع تم الاستعانة بمجموعة من المصادر والمراجع لتغطية جوانبه النظرية والميدانية، ففي الجانب النظري تم الاعتماد على :
- المراجع العربية وبعض الكتب المتعلقة بالموضوع
- مذكرات الماستر والماجستير وأطروحات الدكتوراة والمجلات التي تناولت هذا الموضوع.

أما في الجانب الميداني فقد قمنا بجمع البيانات من خلال الاستبيان كأداة رئيسة للدراسة.

ي- صعوبات البحث:

أهم الصعوبات التي واجهتنا:

- صعوبة إيجاد المؤسسة محل البحث.
- صعوبات تتعلق بتحفظ المؤسسة محل الدراسة حول المعلومات.

ك- هيكل الدراسة :

يهدف انجاز هذه الدراسة والتوصل إلى النتائج المطلوبة قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى فصلين:
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لأسلوب التكلفة المستهدفة وتسعير الخدمات المصرفية، حيث تطرقنا فيه إلى مبحثين، المبحث الأول ماهية أسلوب التكلفة المستهدفة وتسعير الخدمات المصرفية أما المبحث الثاني فاهتم ببعض الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع. والفصل الثاني تمثل في الجانب التطبيقي وقسم إلى مبحثين، المبحث الأول تضمن الأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية أما المبحث الثاني تضمن عرض ومناقشة النتائج المتوصل إليها .

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتكلفة المستهدفة
وتسعير الخدمات

تمهيد:

إن التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال كانت تعني دائما ابتكار أحدث الطرق للإدارة الشاملة التي تهدف إلى تحسين عملية الإدارة وزيادة فاعليتها, ومن منظور تسويقي يعني ذلك المنافسة الشديدة أمام المنافسين وفي ظل محدودية المورد المتاح, ويعتبر أسلوب التكلفة المستهدفة أحد تلك الطرق الحديثة لإدارة التكاليف والذي يعتبر سلاح استراتيجي في يد المؤسسة يمكنها من قياس التكاليف وتخفيضها

وبالتالي تحسين ربحيتها.

المبحث الأول: ماهية التكلفة المستهدفة وتسعير الخدمات المصرفية

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

المبحث الأول: ماهية التكلفة المستهدفة وتسعير الخدمات المصرفية

المطلب الأول: مدخل لأسلوب التكلفة

أولا: التطور التاريخي لأسلوب التكلفة المستهدفة

بدأ ظهور هذا الأسلوب في اليابان خلال عام 1960 حيث وجد أن 80% من الصناعات الكبرى كانت تتبع هذا الأسلوب بالفعل، بالإضافة إلى قيام الصناعات اليابانية بتطوير بعض الأساليب والمفاهيم الأمريكية وإكسابها خصائص جديدة تتوافق مع متغيرات الأعمال التي تواجه الصناعة، حيث قام خبراء الصناعة اليابانية بتطوير فكرة أمريكية بسيطة يطلق عليها هندسة القيمة، ومن ثم تم تحويلها إلى نظام ديناميكي لخفض التكلفة وتخطيط الربحية، وقد ظهرت هندسة القيمة في شركة (جنرال إلكتريك) الأمريكية أثناء الحرب العالمية الثانية، وذلك كمنهج أو أسلوب هندسي منظم يسعى إلى إنتاج المنتج في ظل وجود نقص في عناصر الإنتاج من المواد الخام والمنتجات الوسيطة، وأسفرت التجارب العلمية عن إمكانية إنتاج منتج ذو فعالية عالية ويتكون من أقل عدد ممكن من الأجزاء الداخلة في تركيبه، ثم تطور هذا الأسلوب حتى أصبح يؤدي إلى إنتاج منتج بأقصى درجة كفاءة وفعالية مع خفض التكلفة إلى أدنى مستوى، واليوم أصبحت مجموعة كبيرة من الصناعات التجميعية تستخدم هذا الأسلوب مثل صناعة السيارات، الإلكترونيات، الأدوات المنزلية وغيرها ومعظم الشركات اليابانية العملاقة مثل: تويوتا، نيسان، سوني، تستخدم هذا الأسلوب¹

لقد كان أول استعمال لتحليل القيمة في اليابان تحت اسم GenkaKikaku في مؤسسة Toyota سنة 1963 غير أنها لم تظهر في الكتابات اليابانية حتى سنة 1978، فيما بعد ترجم المصطلح إلى "Target costing" وهو المصطلح المستعمل في كل أنحاء العالم، وفي سنة 1995 وأثناء الاجتماع السنوي لجمعية التكلفة اليابانية (Japan cost society) تم وضع الاسم الرسمي (Target costing management)

بالرغم من استخدام اليابانيين لمدخل التكلفة المستهدفة باعتباره سلاحا استراتيجيا لإدارة التكاليف إلا أن المديرين خارج اليابان لم يكن لديهم المعرفة الكافية التي تظهر لهم الأهمية الكبيرة لهذا المدخل، فقد كان الاعتقاد السائد لديهم أن أي مقال أو كتاب يحتوي على جملة نظام التكاليف فإنه يناقش

(1) Dhavale, D.A. Manufacturing Cost Model for Computer – Integrated Manufacturing System, International Journal OF Opertions & Production Management, New York, Vol. 10, No.8, 1990, PP. 10.

موضوع خاص بعمل المحاسبين فهو خارج اهتمامهم بالرغم من أن مدخل التكلفة المستهدفة هو أسلوب شامل لإدارة التكاليف والأرباح¹.

ثانياً: مفهوم التكلفة المستهدفة:

عرفت التكلفة المستهدفة على أنها "أداة من أدوات التكلفة الإستراتيجية التي تبحث حول إمكانية خفض التكلفة على مستوى مرحلة تصميم المنتج والتأكيد على جودته في ضوء المنافسة الكاملة لتوليد ربحية في ضوء السعر التنافسي"².

كما عرفت على أنها "أداة لإدارة التكلفة تهدف إلى خفض تكلفة المنتج أثناء مرحلة التخطيط والتطوير والتصميم من مراحل دورة حياة المنتج ومن ثم فإن هذه الأداة تركز جهود خفض التكلفة عند مرحلة التصميم لسرعة وكبر الوفورات التي يمكن تحقيقها عند تلك المرحلة عنها في المراحل التالية لها"³.

كما عرف (Kaplan & Atkinson, 1999; 224) التكلفة المستهدفة بأنها "عبارة عن أداة من أدوات التكاليف الإدارية التي يستخدمها المخططون خلال مرحلة تصميم المنتج بهدف تطوير الأسلوب مع خفض التكاليف، من خلال تسهيل التواصل بين أعضاء الفريق المسؤول عن التصميم، ويقوم الأسلوب على أساس البدء بتحديد السعر المستهدف الذي يرغب ويستطيع الزبون دفعه للخدمة ومن ثم تحديد هامش الربح الذي ترغب به الإدارة لي طرح ذلك الهامش من السعر المستهدف، وبعبارة أخرى يسير ذلك الأسلوب باتجاه معاكس للأسلوب التقليدي في التسعير أي يبدأ من السعر المستهدف وصولاً إلى التكلفة المستهدفة"⁴.

¹ احمد راجح خليل أبو عواد، أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين كفاءة تسعير الخدمات المصرفية، مذكرة تدخل في متطلبات نيل شهادة الماجستير في المحاسبة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا عمان، الأردن، رسالة (غير منشورة)، 2008م، ص 58.

² محمد شحاتة خطاب، التكامل بين أدوات إدارة التكلفة وحوكمة الشركات، بحث مقدم في الندوة الثانية عشر لسبل تطوير المحاسبة في المملكة العربية السعودية جامعة الملك سعود كلية إدارة الأعمال، الرياض 18-19 مايو 2010م، ص 13.

³ شوقي فودة إطار مقترح للتكامل بين أسلوب التكلفة المستهدفة وتحليل القيمة، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الإسكندرية، العدد الأول، المجلة 44، مارس 2007، ص 207.

⁴ نبراس محمد عباس استعمال منهج أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية، مجلة الإدارة والاقتصاد جامعة كربلاء، العدد 114، المجلد 41، 2018، ص 10.

من خلال التعريفات السابقة يمكن استخلاص ما يلي¹:

1. التكلفة المستهدفة هي أحد أهم أساليب إدارة التكاليف الذي يسعى إلى تحديد وظائف المؤسسة من تخطيط , وتصميم وإنتاج ورقابة حتى يمكنهم من اكتساب القوة التنافسية في السوق .

2. تسعى التكلفة المستهدفة إلى خفض التكاليف مع المحافظة على الجودة وإشباع رغبات العميل مع تحقيق الربح المطلوب .

كتعريف للباحث يمكن تعريف التكلفة المستهدفة بأنها التكلفة التي يتم تحديدها مقدما للخدمة بالموصفات التي يرغبها العميل بالجودة المناسبة وبالسعر المناسب وتكون في حدود استطاعت المؤسسة وفي ظل إمكانياتها.

المطلب الثاني: خصائص , أهمية وأسباب اللجوء إلى أسلوب التكلفة المستهدفة

الفرع الأول: خصائص أسلوب التكلفة المستهدفة :

يختص أسلوب التكلفة بالآتي:

1- أنها تطبق في مرحلة التطوير والتصميم وهي تختلف عن نظم مراقبة التكاليف المعيارية التي تطبق في مرحلة الإنتاج.

2- أنها ليست أسلوب إداري لمراقبة التكاليف بالمعنى التقليدي ولكنها أسلوب يهدف إلى خفض التكاليف.

3- يتم استخدام بعض أساليب علم الإدارة في تحديد التكاليف المستهدفة لأن الأهداف الإدارية والتكاليف المستهدفة تتضمن الأساليب الفنية لتطوير وتصميم المنتج.

4- تطبيق أسلوب التكاليف المستهدفة يتطلب تعاون العديد من الإدارات داخل المؤسسة.²

وهذا بالإضافة إلى أنه يشرح ويصف هيكل أو خطة التطوير مع الأخذ في الاعتبار ديناميكية التسعير وتعقد مكونات المنتج والعلاقة مع الموردين¹ .

¹ إبراهيم عثمان علي محمد، أثر استخدام التكلفة المستهدفة على تسعير المنتجات الصناعية، مذكرة تدخل متطلبات نيل شهادة الماجستير في التكاليف والمحاسبة الإدارية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا، الخرطوم، السودان، 2019م ص47

² جبر إبراهيم الداور، التكاليف المستهدفة وخفض التكاليف، مجلة المحاسب الفلسطيني، جامعة غزة، العدد 13 ، 2002م، ص27

إن أسلوب التكلفة المستهدفة يتميز بخصائص تساهم بتعزيز الموقف التنافسي للمؤسسة أهمها²:

- أ. أنه نظام مفتوح يهتم بالتفاعل القائم بين المؤسسة وبيئتها الخارجية، من خلال التعرف على رغبة العميل وتلبيتها، وذلك بتهيئة الظروف وتسخير الإمكانيات أي انه ذو توجه خارجي.
- ب. يساعد على تكوين مستقبل قوي للمؤسسة من خلا التركيز على الإدارة الموجهة للسوق .

الفرع الثاني: أسباب اللجوء إلى أسلوب التكلفة المستهدفة:

1- الأسباب:

هناك عدة أسباب ودوافع ساهمت في لجوء المؤسسات إلى أسلوب التكلفة المستهدفة نوجزها في ما يلي³:

1. نمو واشتداد المنافسة العالمية للعديد من الصناعات إذ تتمثل هذه التقنية بمجموعة من الأساليب والأدوات المستخدمة لتوجيه أهداف إدارة التكلفة والأنشطة في التصميم والتخطيط للإنتاج لتقديم أساس للرقابة الفعالة بما يضمن تحقيق الربح المستهدف .
2. التطورات التقنية والتغيرات المستمرة في السوق فرضت على المؤسسات تبني إستراتيجيات تنافسية.
3. التوجه نحو الزبون وتلبية ما يحقق رضاه من الأبعاد الأساسية لهذه التقنية .
4. ليس للمؤسسة إمكانية السيطرة والتحكم في الأسعار الحقيقية وإذا تجاهلت ذلك فستعرض للخطر ولذلك يؤخذ سعر السوق بعين الاعتبار عند تحديد التكلفة المستهدفة.
5. قصور المدخل المحاسبي التقليدي في التسعير والذي يعتمد التكلفة الأساس في التسعير دون اللجوء إلى تحليل القيمة وتحليل الأنشطة وهو ما يجعل التعرف على خطوات تنفيذ أسلوب التكلفة المستهدفة أمر ضروري .
6. الإدارات التقليدية لا تأخذ في الحسبان قرارات الزبائن قبل عملية الإنتاج ، ولكن تهتم بذلك بعد عملية الإنتاج ، هذا على عكس النظم الحديثة ومنها التكلفة المستهدفة .

الفرع الثالث أهمية أسلوب التكلفة المستهدفة:

2 Cooper. R. and chew. B. Control Tomorrow, s Costs ThroughToday's designs. Harvard Business Review, Vol, 74, No.1,jan/fab, 1996,P. 93.

² غسان فلاح المطارنة، متطلبات ومعوقات تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية 'دمشق، المجلد 24 ، العدد2، 2008م، ص290.

³ زياد عوده أنيبه العمر، العوامل المؤثرة في تحديد التكلفة المستهدفة في الشركات الصناعية الأردنية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة آل البيت، رسالة ماجستير، 2007م، ص16-17

تظهر أهمية استخدام أسلوب التكلفة المستهدفة نتيجة لمجموعة أسباب من أهمها ازدياد المنافسة , ومن منطلق أن التكلفة المستهدفة أساس لتخطيط الربحية وبناء معايير التكلفة خاصة في ظل انتشار التكنولوجيا وما صاحب ذلك من وجود منافسة تنسم بسرعة التغيير , ولم يعد التفوق التكنولوجي هو العنصر الأساس في اكتساح الأسواق وتحقيق أرباح مقبولة خاصة بعد انخفاض فروق الجودة في المنتجات المنافسة, ولكن أصبح في مقدور المنافسين الذين يستخدمون تكنولوجيا أقل تقديم منتج بتكاليف أقل واكتساب الأسواق , وتحقيق الربحية المطلوبة .

يوضح الجدول التالي أهم الفروقات بين أسلوب التكاليف التقليدية وأسلوب التكلفة المستهدفة :

جدول رقم(01):المقارنة بين أسلوب التكاليف التقليدية وأسلوب التكلفة المستهدفة

أساليب التكاليف التقليدية	أساليب التكاليف المستهدفة
اعتبارات السوق جزء من التكلفة	اعتبارات السوق التنافسية تقود وتتحكم في تخطيط التكلفة
التكاليف تساهم في تحديد سعر البيع	سعر البيع يساهم في تحديد التكلفة
تطبيق أساليب تخفيض التكلفة للقضاء على عوامل ضياع والتلف وضعف الإنتاج	أساليب تخفيض التكلفة تعتمد على عمليات تصميم المنتج ومراحل تصنيعه
يتم اشتراك الموردين بعد إتمام عملية خلق الخدمة	يتم إشراك الموردين في مراحل المبكرة من التصميم
الغرض هو خفض سعر البيع الذي يدفعه العميل	الهدف هو تخفيض تكلفة الخدمة بنسبة للعميل
لا توجد علاقة بين سلسلة القيمة وتخطيط التكلفة	هناك تداخل كبير بين سلسلة القيمة وعملية تخطيط التكلفة

المصدر:حسين محمد عيسى,الاتجاهات الحديثة في المحاسبة الإدارية, الدار الجامعية للنشر، مصر، 4, 2001م، ص15.

المطلب الثالث:مراحل تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة :

تمر عملية تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة بثلاث مراحل أساسية كالتالي:

المرحلة الأولى : تخطيط التكلفة المستهدفة:

تبدأ عملية التخطيط للتكلفة المستهدفة من خلال البحث السوقي لمستوى جودة المنتج التي يمكن أن تجذب العملاء المتوقعين والسعر المتوقع له والذي عادة ما يعكس ظروف السوق المستقبلية لا الحالية¹. وتتم هذه المرحلة بالخطوات التالية:

1. تحديد سعر البيع المستهدف :

يتم من خلال تحديد السعر الذي سيدفعه الزبون للحصول على المنتج ومن خلال دراسة السوق لأسعار المنتجات المنافسة والوظائف التي يؤديها المنتج².

توجد هناك حالتين:

الحالة الأولى: تعتبر حالة سهلة على اعتبار أن المنتج مطروح في السوق والمعلومات المتعلقة به متوفرة مما يسمح بوضع تقديرات حول أسعاره .

الحالة الثانية: تكون صعبة نوعاً ما على اعتبار أنها تتمثل في تعيين سعر مستهدف جديد سيطرح في السوق وفي هذا يمكن اختيار أحد الإستراتيجيتين:

أ- إستراتيجية التغلغل (الاختراق):

بناءً على هذه الإستراتيجية يتم البيع بأسعار منخفضة مبدئياً للحصول على حصة سريعة من السوق نتيجة لإقبال العملاء على الأسعار المنخفضة خاصة في حالة وجود منتجات منافسة تتمتع بنفس الجودة، وتتطلب هذه الإستراتيجية التضحية بالأرباح في الأجل القصيرة من أجل الحصول على حصة من السوق في الأجل الطويل³.

ب _ إستراتيجية تصفح السوق:

تكون هذه الإستراتيجية في حالة كون المنتج يتمتع بخصائص عن المنتجات المنافسة، وتقتضي هذه الإستراتيجية بتحديد أسعار مرتفعة مبدئياً لتعظيم الربح في الأجل القصير ، ومن ثم تخفيضها فيما بعد لمواكبة السوق والمنافسة .

¹ محمد منصور الشبلي، ماهية التكاليف المستهدفة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير (غير منشورة) جامعة الأزهر، القاهرة، 2008م ص10

² ناجي شايب الركابي، أهمية التكلفة المستهدفة في تحسين الوضع التنافسي للشركات الصناعية الإلكترونية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة بغداد، الكلية التقنية، 2010م ص44

³ نضال محمد الخلف ، إنعام محسن حسن زويلف، التسعير باستخدام منهج التكلفة المستهدفة، دراسة ميدانية في قطاع صناعة الأدوية الأردني مجلة جامعة الملك عبد العزيز الرياض، العدد 1، 2007م ص109.

تقوم المؤسسة باختيار واحدة من الإستراتيجيتين وفقاً لمقدراتها وأهدافها .

2. وضع هامش الربح :

ذلك من خلال وضع التخطيط الإستراتيجي للمؤسسة على المدى الطويل ومحفظة الأنشطة متوسطة الأجل , فتحديد الربح المستهدف يكون بناءً على إستراتيجية حصة المنتج من السوق في المدى القصير.

يحدد هذا الهامش بناءً على عوامل كثيرة مثل الربح المتوقع للنتائج التاريخية , تحليل المنافسة وغيرها, وينبغي أن يكون هامش الربح واقعي وكافي لتعويض تكاليف دورة حياة المنتج¹.

3. تحديد التكلفة المسموح بها:

يمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية²:

$$\text{التكلفة المسموح بها} = \text{سعر البيع المتوقع} - \text{الربح المستهدف}$$

بعد حساب التكلفة المسموح بها والمحددة وفقاً لمتطلبات السوق , تقوم المؤسسة بتحديد التكلفة المقدرة للمنتج وفقاً لقدراتها وظروفها الداخلية ثم تقوم المؤسسة بالمقارنة بين التكلفة المسموح بها والتكلفة الجارية, وإذا ما كانت هذه الأخيرة أكبر من الأولى, تبذل المؤسسة مجهوداً لتحليل الفجوة ومحولة إيجاد الحلول لتقليصها قدر الإمكان .

4. تحديد وتحليل هدف خفض التكلفة للوصول للتكلفة المستهدفة³:

هدف خفض التكلفة هو الفرق بين التكلفة الجارية والتكلفة المسموح بها ويقصد بالتكلفة الجارية : تكلفة المنتج المقترحة بافتراضات التصنيع الحالية دون إجراء محاولة خفض التكلفة .

وتتكون هذه الأخيرة من جزأين هما :

أ- هدف خفض التكلفة الممكن :

هو التكاليف القابلة للتحقيق عن طريق تطوير تصميم المنتج وتطوير الطاقات المتاحة لدى المؤسسة وهو الفرق بين التكلفة الجارية والتكلفة المستهدفة للمنتج .

¹ ميساء محمود راجحان, دور التكلفة المستهدفة في تخفيض التكاليف وتطوير المنتجات, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, جامعة الملك عبد العزيز, الرياض, 2002م ص8.

² محمود منصور شبلي, مرجع سابق, ص10

³ محمد عماد, صلاح عبد الحفيظ, التكلفة المستهدفة, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, جامعة الأزهر, مصر, 2008م ص76

ب- التحدي الإستراتيجي لخفض التكلفة :

هذا الجزء يصعب تحقيقه في ظل الظروف الحالية من تكنولوجيا وغيرها , وهو عبارة عن الفرق بين التكلفة المسموح بها والتكلفة المستهدفة ويمكن التعبير عن ما سبق بالمعادلات التالية:

1) _ التكلفة المسموح بها = سعر البيع المستهدف - هامش الربح المستهدف

2) _ هدف التكلفة المنخفضة = التكلفة المسموح بها - التكلفة الجارية

3) _ هدف خفض التكلفة الممكن = التكلفة الجارية - التكلفة المستهدفة

4) _ التحدي الإستراتيجي لخفض التكلفة = التكلفة المسموح بها - التكلفة المستهدفة

وباستخدام المعادلة 4 نجد أن:

التكلفة المستهدفة = سعر البيع المستهدف - التحدي الإستراتيجي لخفض التكلفة (5)

وبالتعويض التكلفة المسموح بها في المعادلة (1) في (5) نجد:

التكلفة المستهدفة = سعر البيع المستهدف - هامش الربح المستهدف - هامش التحدي الإستراتيجي لخفض التكلفة .

المرحلة الثانية: تحقيق التكلفة المستهدفة¹ :

بانتهاؤ المرحلة من مراحل تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة يتم معرفة التكلفة المسموح بها والتكلفة المستهدفة وكذلك أن يكون تم تحديد فجوة التكاليف بين تكلفة التصميم المبدئي (التكلفة الجارية) والتكلفة المسموح بها, وبالتالي مقدار الخفض الممكن في التكاليف, وعند هذه النقطة يأتي دور أدوات تحجيم التكلفة وهي "مجموعة من الأساليب والإجراءات يتم استخدامها للقضاء على الفجوة التكاليفية بين التكلفة المستهدفة والتكلفة المبدئية لتصميم المنتج (التكلفة الجارية) ومن ثم تحقيق غرض خفض التكلفة الممكن, وهناك العديد من الأدوات التي تستخدم لتحقيق هذا الهدف", ومن أشهر هذه الأدوات ما يلي:

هندسة القيمة. — الهندسة المتزامنة. — جداول التكلفة. — تحليل الكلفة الوظيفي. — نظم دعم الكلفة المستهدفة.

¹ أمجاد محمد الكومي, تصميم إطار فكري متكامل لتفعيل أسلوب التكلفة المستهدفة في تحقيق إستراتيجية التميز التنافسي - دراسة حالة, المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة, جامعة عين شمس, القاهرة, العدد 3, 2011م ص92-96.

المرحلة الثالثة: التكلفة المستهدفة باستخدام أسلوب التكلفة المطور (kaizen costing):¹

يعتبر تطبيق هذا المدخل أو ما يعرف بمدخل التكلفة المطورة , أمر في غاية الأهمية وذلك من أجل المحافظة على الربحية خاصة في ظل ضغوط المنافسة المتزايدة, أو إذا كانت تخطط لتخفيض التكاليف في المستقبل, ولا يعني الوصول إلى التكلفة المستهدفة نهاية الأمر وإنما يعني بداية مرحلة جديدة في البحث المستمر عن مواطن لاختراق التكلفة وتخفيضها كلما أمكن .

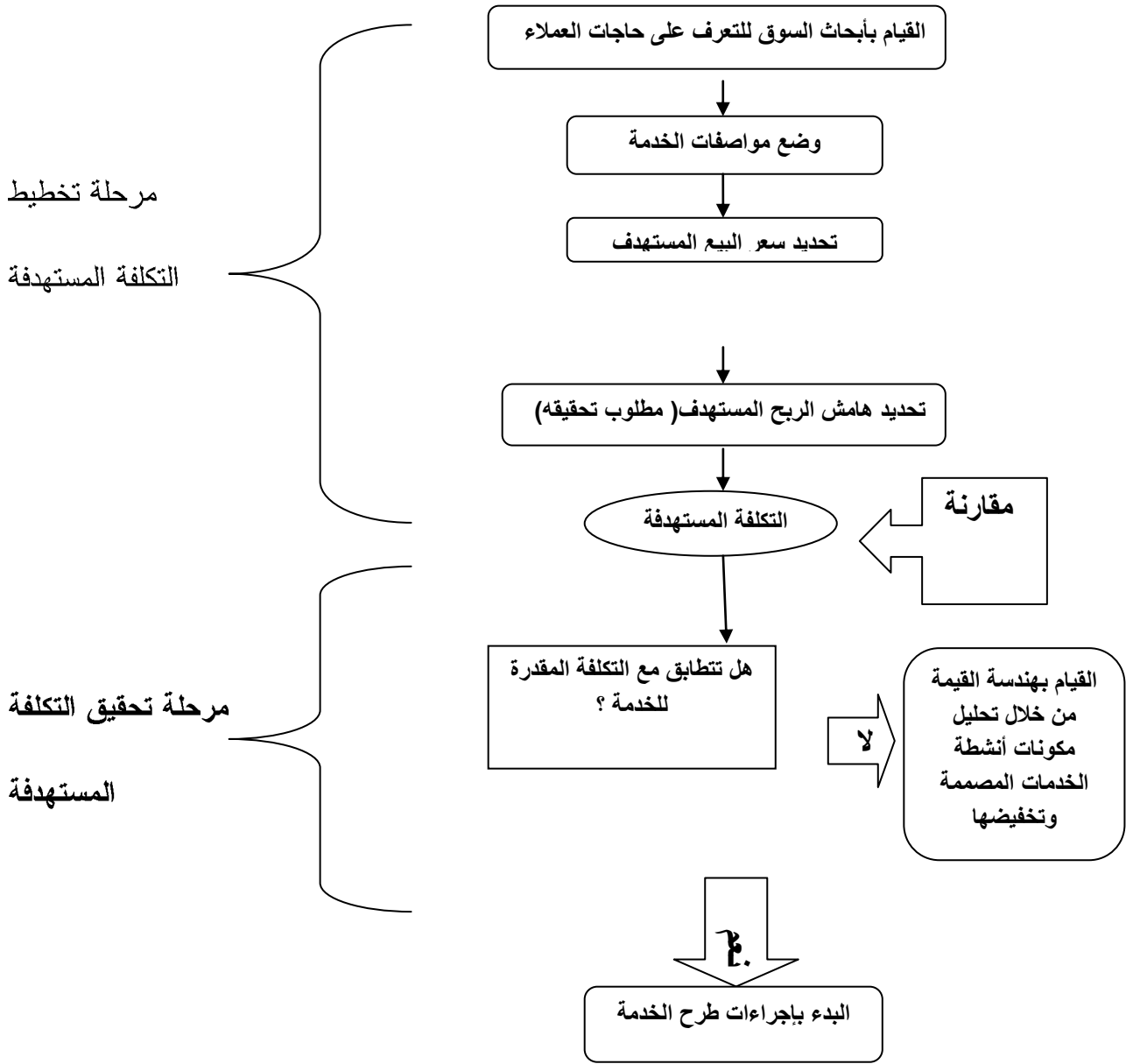
واهم ما يميز التكلفة المطورة خاصية الاستمرارية في التحسين ومهما كانت التخفيضات محدودة فإنها تعطي بمرور الوقت نتائج مهمة إيجابية, حيث يهدف المدخل إلى تخفيض التكاليف في مرحلة الإنتاج أو تقديم الخدمة, أما منهج التكلفة المستهدفة يتم تطبيقه في مرحلة التصميم والتطوير, ووفق هذا المدخل تكون التحسينات عن طريق تطوير وتحسين أداء الآلات لتقليل نسبة العطل أو التوقف عن تقديم الخدمة, كما يتم زيادة العمالة وتأهيلها لأن هذا المدخل يركز على العملية وليس على المنتج.²

الشكل التالي يبين مراحل تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية:

الشكل رقم (1): مراحل تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية

¹Tiago pacoalfilomena,francisco Jose Kliemannneto ,Michael Robert Duffey, **Target costing Operationization Development: Model and Application**, International journal of production Economics, Vol.118, 2009,P.398.

²إبراهيم عثمان علي محمد, أثر استخدام التكلفة المستهدفة على تسعير المنتجات الصناعية , مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا, الخرطوم , 2019م ص70



المصدر: عز الدين فكري، التكلفة المستهدفة كأداة لتسعير المنتجات الجديدة في ظل بيئة الأعمال الحديثة، مجلة مركز صالح كامل الاقتصادي الإسلامي، العدد 16، 2002م ص 53.

المطلب الرابع: ماهية تسعير الخدمات المصرفية.

الفرع الأول: الخدمة المصرفية .

1. مفهوم الخدمة المصرفية:

الخدمة عبارة عن الأنشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تقدم مرتبطة مع السلع المباعة, كما تعرف الخدمة بأنها أداء لنشاط موجه لإشباع حاجات المستفيد,

(لم يفصل بين الخدمة المقترنة بالسلع والخدمات التي تقدم دون أن تكون مرتبطة بسلع)

كما تعرف الخدمة بأنها نشاط يرافقه عدد من العناصر غير ملموسة والتي تتضمن التفاعل مع الزبائن أو مع خاصية الحياة (الامتلاك) وليس نتيجة انتقالها للمالك . ويلاحظ أن هذا التعريف يؤكد على أن الخدمة نشاط ترافقه عناصر غير ملموسة ويتضمن التفاعل مع العملاء وبالتالي يؤكد على أن الخدمة يجب أن تكون غير مقترنة بسلع معينة, كما عرفت على أنها (أي فعل أو أداء غير ملموس يقدمه طرف إلى طرف آخر دون أن ينتج عن ذلك ملكية لشيء ما)¹.

تعرف الخدمة المصرفية بأنها الأنشطة التي يقوم بها المصرف بهدف مساعدة زبائنه في نشاطهم المالي واجتذاب زبائن جدد أو زيادة موارده المالية ولا يتعرض عند ممارسته لها لمخاطر التجارة , وتمتاز عملية تقديم الخدمة المصرفية بدورها الحاسم بالنسبة للزبائن نتيجة للاتصال بين تقديم الخدمة والزبون , حيث يكون تقديم الخدمة جزء من العملية الإنتاجية للخدمة المصرفية وتمثل مصدرا للربحية من منظور المصرف².

2. خصائص الخدمة المصرفية:

تتميز الخدمة المصرفية كغيرها من الخدمات بعدد من الخصائص وذلك على النحو التالي:

(1-2) اللاملموسية :

تتصف الخدمات المصرفية بأنها غير ملموسة حيث لا تشغل حيزا من الفراغ , لذا فإن المصارف تعتمد على الجهود الترويجية التي يمكن من خلالها شرح وتوضيح مزايا الخدمات المقدمة , فالخدمة

¹ أحمد عماد الدين أحمد السندي, أثر طرق تسعير الخدمات المصرفية على الإيرادات في المصارف السودانية خلال الفترة 2000-2005 مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, أكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية. 2008م. ص41
2 نيراس محمد عباس, مرجع سابق, ص4

المصرفية تتميز بأنها تباع أولا ومن ثم يشعر العميل بقيمة التعامل بها ومدى إشباعها لحاجته بمعنى أنه يلمس مزاياها بعد التعامل بها وليس قبل ذلك.

هذا بالإضافة إلى الخصائص التالية¹:

(2-2) التلازمية :

يقصد بها وجود تلازم زمني ومكاني بين العملية الإنتاجية وعملية التوزيع , أي أن الخدمة المصرفية لا تنتج إلا بعد طلبها من طرف العميل وفي نفس الوقت توزع لتسلم له , عليه يستلزم وجود علاقة شخصية مباشرة بين المصرف والعميل , وهذا ما يسهل عملية التعرف بصفة سهلة على تفضيلات ورغبات العملاء وقياس مدى رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة .

(2-3) التماثل والمعيارية :

تتشابه الخدمات المصرفية المقدمة من مختلف البنوك فيما بينها, أي أنها تحتوي تقريبا على نفس الجوهر , إذا أخذنا خدمة ما في مجموعة من البنوك فإنه يصعب التمييز والتفريق فيما بينها لوجود التشابه الكبير بين المواصفات , وهذا ما يعني وجود نوع من المعيارية للخدمة بين البنوك والذي يقلل من حدة المنافسة . وعليه يتم التركيز وإعطاء الاهتمام الأكبر إلى رفع مستوى جودة الخدمة والإبداع .

(2-4) اختلاف معايير الاختيار من عميل لآخر:

تعتبر مواصفات الخدمة المقدمة معيارا أساسيا في عملية اختيار العميل, لأن السبب يرجع إلى اختلاف رغبات العملاء, فنجد العملاء لنفس الخدمة مختلفين من حيث التركيز على المواصفات الأساسية وتفضيلاتهم, كما تجد أن نفس العميل يغير من تركيزه على صفة في خدمة ما أما في خدمة أخرى فيركز على صفة مغايرة .

(2-5) الموافقة بين النمو والمخاطرة :

تختلف الخدمات فيما بينها من حيث درجة الخطر الموجودة في معاملاتها, فمنها خدمات ذات درجة خطر كبيرة وأخرى صغيرة, ويزداد الخطر مع زيادة القطاع السوقي ومنه يجب وضع نوع من التوازن بين التوسع في سوق الخدمة ودرجة مخاطرتها.

¹حسين بن يحيى, عبد القادر بودي, عبد الله علي الصيفي, حقيقة تسعير الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية (الجزائر , مجلة البشائر الاقتصادية , المجلد السادس , العدد 2 , 2020, ص4

(2-6) الانتشار الجغرافي:

لكي يحقق المصرف النجاح المرغوب فإنه يتعين عليه أن يكون قادراً على الوصول إلى الزبائن الفعليين والمحتملين في الأماكن التي يتواجدون بها من حيث الحاجة إلى الخدمة المصرفية.

الفرع الثاني: التسعير

يعتبر قرار تسعير الخدمات المصرفية من القرارات الإستراتيجية الهامة بالنسبة للإدارة , وذلك لأن قرار التسعير له انعكاساته فهو يؤثر بشكل كبير في ربحية المصرف , وفي قدرته على البقاء والمحافظة على مكانته في السوق وقوته أمام المنافسين, كما أن قرار التسعير يجعل من الخدمة التي يقدمها مقبولة ومرغوبة من العملاء , وبالتالي قرار التسعير يؤثر على كل أوجه نشاط المصرف والخدمات المرتبطة به.

فعدم الثقة في عملية التسعير يترتب عليها فقدان العملاء وبالتالي فقدان فرص تسويقية للخدمات, كما قد يترتب عليه خسائر للمصرف.

1. مفهوم السعر المصرفي:

قبل التطرق إلى مفهوم السعر المصرفي نتعرف على مفهوم السعر بشكل أولي

فقد عرف السعر بأنه " قيمة المنتج التي يمكن تعديلها صعوداً أو نزولاً وفقاً لمتغيرات داخلية وخارجية تحيط بعمل المؤسسة وبما يتفق وإمكانات الشراء لدى المنتفعين ووفق أذواقهم"¹.

كما يجب علينا التعرف على عملية التسعير وذلك من أجل الوصول إلى مفهوم السعر المصرفي فعملية التسعير تعرف بأنها "قرار تحديد الأسعار الذي يتخذ من خلال عملية إدارية متكاملة مع مراعاة جملة من الأمور المتداخلة في مفهوم السعر.

فالتسعير هو وضع أسعار عالية بما يكفي لتغطية التكاليف والحصول على الأرباح هذا من جانب, وأسعار منخفضة بما يكفي لاجتذاب الزبائن من جانب آخر, والتسعير الأمثل ليس طريقة لتغطية تكاليف وإحداث غطاء إيجابي فحسب بل إنه إستراتيجية كبيرة يجب أن تأخذ بعين الاعتبار كل الأهداف التسويقية خلال عملية التسويق"².

¹ عبيدات محمد, أساسيات التسعير في التسويق المعاصر: مدخل سلوكي, دار المسيرة للنشر والتوزيع, عمان, 2004م ص20
² ثامر ياسر البكري, تسويق الخدمات الصحية, دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, 2005م ص56.

كما عرفت عملية التسعير بأنها " فن ترجمة القيمة في وقت معين ومكان معين للسلع والخدمات المعروضة إلى قيمة نقدية وفقا للعملة المتداولة في المجتمع مع الأخذ بعين الاعتبار الظروف الداخلية للمنشأة¹.

مفهوم السعر المصرفي: هو معدل الفائدة على الودائع والقروض والرسوم والمصروفات الأخرى التي يتحملها المصرف لقاء تقديم الخدمات المصرفية أو العمولات التي يتلقاها المصرف نتيجة تقديمه الخدمات للغير².

المطلب الخامس: أهداف التسعير المصرفي واتخاذ قرارات التسعير:

أولا: الأهداف

تشكل عملية وضع أهداف التسعير للخدمة المصرفية، المهمة الأساسية للمخططين الإستراتيجيين ذلك أن تحديد أهداف التسعير بوضوح وبشكل مرن تساعد المخططين في وضع الأطر النظرية والسياسات الواقعية الخاصة بالتسعير ، فقد أشارت عدة أبحاث إلى أن العميل يقوم بعمل مقارنات بين معالم وأبعاد الخدمة المقدمة له فقد يقارن العميل بين سعر الخدمة ومستوى جودة الخدمة³ ويمكن لنا توضيح بعض الأهداف التي تسعى المصارف لتحقيقها من عملية التسعير كالتالي:

(1-2) أهداف مرتبطة بالتعامل: وتشمل على هدفين كالتالي:

أ- الوصول إلى أكبر عدد ممكن من العملاء:

هذا الهدف مرتبط بالحصة السوقية من العملاء في السوق المصرفي أي حجم عملاء المصرف منسوبا إلى الجمهور المصرفي، فبعض المصارف تهدف من تسعير خدماتها للحفاظ على هذه النسبة أو زيادتها ويكون عنصر التسعير أحد الأدوات لتحقيق ذلك، ولعل هذا الهدف يتميز بمرونة السعر وقابليته للتكيف مع أوضاع المصرف التنافسية وقبول المصرف بخسائر محدودة بشكل مؤقت في سبيل تعظيم الحصة السوقية من العملاء وتحقيق الأرباح على المدى الطويل⁴.

¹صالح بن أحمد البيحاني، العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسعير، دراسة تطبيقية على الشركات السعودية بمحافظة جدة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير غير منشورة ، جامعة الملك عبد العزيز، 1999م ص5

²ناجي معلا، أصول التسويق المصرفي، معهد الدراسات المصرفية، عمان 1994م ص153

³عبيدات محمد ، مرجع سابق، ص20

⁴العجارمة، تيسير ، التسويق المصرفي ، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان، الأردن ، 2005م ص287.

ب- المحافظة على الحصة السوقية للمصرف:

بعض المصارف ترى أن وضعها الحالي مثالي في السوق فتحاول المحافظة عليه بدون إيجاد صراعات مع المنافسين والعمل على تحقيق نوع من الاستقرار الأمر الذي يؤدي لتوليد صورة ايجابية لدى العملاء نتيجة استقرار الأسعار وهو شيء محبذ لدى العميل¹.

(2-2) أهداف مرتبطة بالأرباح:

أ- تعظيم الأرباح:

حيث يعد الربح أحد الأهداف الأساسية للمصرف وهو ما يعنى بتحقيق معدلات معقولة من الأرباح للمساهمين ويختلف مستوى الأرباح المطلوبة من مصرف لآخر .

ب- تعظيم العائد على الاستثمار:

فقد يكون الهدف من عملية التسعير هو تحقيق نسبة العائد المطلوب على الأموال المستثمرة في المصرف, لذا فقد تقوم إدارة المصرف بتحديد الأسعار على أساس هذه النسبة بمعنى أن يتم إضافة نسبة العائد المطلوبة لتكلفة الخدمة.

(2-3) أهداف مرتبطة بالمحافظة على القيم :

أ- المحافظة على الصورة الذهنية للمصرف:

وذلك من خلال التميز في تقديم الخدمة المصرفية في أذهان العملاء والذي يؤدي بشكل ما لإدراك الفروقات بين ما يقدمه المصرف من خدمات والمصارف الأخرى².

ب- تحقيق مستوى عالي من الجودة:

فقد يكون هدف المصرف شريحة من المجتمع تتصف بعدم حساسيتها للسعر وينصب اهتمامها على جودة الخدمة التي يحصلون عليها وهذا الهدف يتطلب جودة عالية للخدمة مما يعني تكلفة عالية وبالتالي أسعار أعلى.

¹Macdonald Scott S & Koch , Timothy w , management of banking 6th edition, Thomson, 2006, p354.

²الصميدعي, محمود جاسم محمد و يوسف, ردينه عثمان , التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي , دار المناهج للنشر والتوزيع الأردن , عمان , 2001م ص291 .

ثانيا. اتخاذ قرارات التسعير:

يعتبر قرار التسعير من القرارات الهامة التي تقدم عليها الإدارة، وذلك نظرا لما يحدثه من تأثيرات على صعيد الوضع التنافسي للمصرف وعلى المستوى الربحي للمصرف وأهدافه، وغالبا ما يتخذ قرار التسعير عند تسعير خدمات جديدة أو تغيير في أسعار خدمات موجودة إما لتغيير في تكلفة الخدمة أو لمواكبة المنافسة وغيرها.

وعموما فإن قرارات التسعير تتخذ غالبا في حالتين رئيسيتين هما¹:

تسعير الخدمة المصرفية الحالية :

قد يضطر المصرف لتغيير أسعار الخدمات القائمة لأسباب قد تكون داخلية أو خارجية وفيما يلي توضيح للأسباب التي قد تدفع بالمصرف لتعديل أسعاره ،

فالسباب الداخلية تتمثل في:

1- تنشيط الطلب على خدمة تعاني من انخفاض حصتها السوقية.

2- التغييرات في تكلفة الخدمة المقدمة.

3- عدم وجود اتساق بين الخدمات التي تنتمي المجموعة.

والأسباب الخارجية تتمثل في:

1- إذا كانت أسعار بعض الخدمات أعلى نسبيا من أسعار مثيلاتها في المصارف الأخرى.

2- عدم ملائمة أسعار الخدمات المقدمة مع إمكانيات وحاجات بعض شرائح المجتمع .

3- اعتقاد العملاء بأن أسعار الخدمات المقدمة مرتفعة مقارنة بأسعار مثيلاتها في المصارف الأخرى.

4- تعديل الأسعار استجابة لظروف المنافسة .

5- تعديل الأسعار استجابة للتشريعات والقوانين.

¹ناجي معلا، مرجع سابق، ص 175

تسعير الخدمات المصرفية الجديدة:

عند تسعير الخدمة المصرفية الجديدة فإنه غالباً ما يكون أمام إدارة المصرف ثلاثة أهداف تسعى إلى تحقيقها وهي:

1- تحقيق قبول سريع للخدمة المصرفية الجديدة من قبل العملاء.

2- المحافظة على وضع المصرف في السوق

3- تحقيق الربح.

وفي هذه الحالة هناك ثلاث استراتيجيات يمكن إتباعها: إستراتيجية القشط، إستراتيجية التغلغل، إستراتيجية قيادة السعر¹.

المطلب السادس: إستراتيجيات التسعير للخدمات المصرفية ومناهج قرارات التسعير:

أولاً : استراتيجيات التسعير

يعتبر اختيار الإستراتيجية التسعيرية من الأمور المعقدة، كما أن للإستراتيجية التسعيرية تأثير كبير في تحقيق الأهداف التسويقية للمصارف، ولها أهمية وذلك لارتباطها بأهداف المصرف وإيراداته.

وهناك ثلاثة إستراتيجيات لتسعير الخدمات المصرفية:

الإستراتيجية الأولى:(إستراتيجية التغلغل في السوق المصرفية) :

ويطلق على هذه الإستراتيجية أيضاً إستراتيجية اختراق التسعير، وتقوم فكرتها على تسعير الخدمات المصرفية بأسعار منخفضة، وذلك من أجل الحصول على حصة سوقية وجلب العملاء نتيجة للسعر المنخفض، ويتطلب تطبيق هذه الإستراتيجية التضحية بالأرباح قصيرة الأجل من أجل الحصول على حصة سوقية في الأجل الطويل، إذا كان المنتج في مرحلة التقديم يمكن تقسيم هذه الإستراتيجية إلى نوعين:

التغلغل السريع: وتقوم هذه الإستراتيجية على فكرة تقديم الخدمة بسعر منخفض وجهد ترويجي مرتفع والهدف من ذلك هو اختراق السوق بسرعة كبيرة والحصول على حصة كبيرة منه وتستعمل في الحالات التالية:

¹ إبراهيم عثمان علي محمد، مرجع سابق ص89. بتصرف

1. حجم الطلب كبير.

2. وجود حساسية عالية للسعر.

3. معرفة المستهلك بالخدمة.

4. وجود منافسة شديدة.

التغفل البطيء: وتقوم على تقديم الخدمة بسعر منخفض مع جهد ترويجي منخفض لأن السعر المنخفض يشجع السوق على قبول الخدمة وإبقاء التكاليف منخفضة تستعمل في الحالات التالية:

1 وجود سوق كبير.

2 معرفة الخدمة من قبل المستهلكين.

3 وجود منافسة سعرية .

الإستراتيجية الثانية: قشط(استخلاص)السوق:

تعرف هذه الإستراتيجية باسم إستراتيجية التصفح للتسعير, وفكرتها تقوم على تحديد أسعار مرتفعة للخدمة المصرفية منذ البداية وذلك لتعظيم الأرباح في الأجل القصير, حيث يكون هناك فئة من العملاء لديهم رغبة واستعداد لدفع السعر والحصول على الخدمة, ثم يقوم المصرف بتخفيض السعر بهدف الحصول على فئات أخرى من العملاء, والتجاوب مع السوق والمنافسة, ويمكن التمييز بين شكلين من هذه الإستراتيجية هما:

القشط السريع: تركز هذه الإستراتيجية على تقديم الخدمة بأسعار عالية و ببذل جهد ترويجي مكثف لتغطية التكاليف المرتفعة وتحصيل هامش ربح كبير عن كل خدمة مباعه وتطبق في الحالات التالية :

جهل العملاء بالخدمة

قدرة واستعداد العميل لدفع السعر المرتفع للخدمة

وجود منافسة شديدة .

القشط البطيء: تقوم على أساس تقديم الخدمة بسعر مرتفع وجهد ترويجي منخفض من أجل تحقيق أقصى ربح بالإضافة إلى تخفيض تكاليف الترويج عند حدها الأدنى وتستعمل في الحالات التالية:

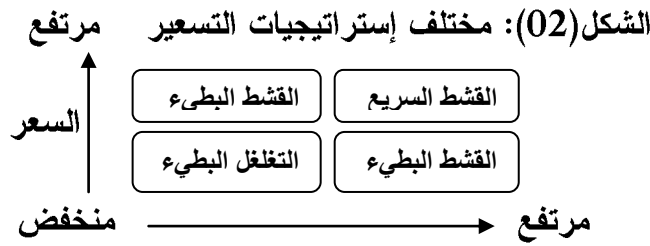
صغر حجم السوق.

استعداد العميل لدفع السعر المرتفع للخدمة.

وجود معرفة بالخدمة من قبل المستهلكين.

نقص في شدة المنافسة.

الشكل التالي يبين مختلف إستراتيجيات التسعير السابقة:



الجهد الترويجي

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على محاضرات مقياس تسويق الخدمات المالية للأستاذة فرحي نعيمة

الإستراتيجية الثالثة : إستراتيجية قيادة السعر:

وتتجسد هذه الحالة عندما يكون هنالك مصرف معين معروف بشكل عام من بقية المصارف باعتباره القائد للأسعار حيث إنه هو الذي يحدد السعر وتتبعه بقية المصارف.

ويعتمد اختيار الإستراتيجية التي يتبعها المصرف على عدة عوامل منها أهداف المؤسسة , وماذا ترغب في تحقيقه, وتحليل الإستراتيجية التي لها فرص نجاح أكبر.

ويعد تسعير الخدمات الجديدة احد المشاكل الأكثر صعوبة التي تواجه المصرف وذلك بسبب الغموض والشك المحيط بإمكانية تقبل العملاء للأسعار المعروضة لهذه الخدمة الجديدة, فمن الأفضل عمل دراسة وجمع معلومات من السوق قبل التسعير وذلك للاستئارة بها عند تسعير الخدمات, وذلك

لأن إتباع السياسة المناسبة للتسعير يؤدي إلى ترشيد قرارات التسعير ويساهم في تحقيق أهداف المؤسسة سواء على المدى القصير أو البعيد.

ثانياً. **مناهج قرارات التسعير¹:**

تنوعت مناهج التسعير خاصة في ظل تطور الحاصل في التكنولوجيا، واشتداد المنافسة فنجد أن كل فترة من الزمن يكون هناك منهج جديد، ولكن سننتظر هنا إلى أكثر مناهج التسعير استخداماً كالتالي:

(1-5) المنهج الاقتصادي للتسعير:

وفق هذا المنهج يتم دراسة العرض والطلب للخدمة المصرفية ومرونتها السعرية، فإذا قام البنك بزيادة أسعار خدماته فإن هذا سيؤدي إلى انخفاض مبيعاته منها ولهذا يجب الموازنة عند وضع السعر بحيث يتم الاستفادة من الإيراد للوحدة الواحدة (الإيراد الحدي) مقابل انخفاض حجم المبيعات الناتج عن زيادة السعر، ويتحدد السعر الأمثل للخدمة عند السعر الذي يحقق أقصى درجة ممكنة من الأرباح².

(2-5) منهج التسعير على أساس التكلفة:

تلعب التكلفة دوراً مهماً في قرارات التسعير للخدمات، لأن المصرف لا يستطيع أن يحقق عوائد إذا كان التسعير بأقل منه، ويمكن تقسيم هذا المنهج إلى قسمين كالتالي:

أ- **المنهج التقليدي في التسعير:** وهو يعتمد على تحديد التكلفة الكلية للخدمة ثم وضع هامش الربح التي ترغب به إدارة المصرف وبذلك تشكل السعر النهائي للخدمة التي يتم طرحها به، وهناك العديد من سياسات التسعير التي تتخذ التكلفة كأساس لتحديد سعر البيع من أهمها:

(أ-1) التسعير على أساس التكلفة الكلية: ويقصد بهذا المدخل أن يكون سعر البيع كافياً لتغطية كافة التكاليف الثابتة والمتغيرة للإنتاج وعلى أن يغطي هامش الربح أو الفائض الذي يضاف إلى تلك التكاليف المصاريف البيعية والإدارية والضرائب، وما يلزم لتحقيق مستوى الربح المقبول والمرضي للمؤسسة، ويجب التأكيد عند فرض السعر أنه يغطي كافة التكاليف بما فيها المصاريف ويحقق الربح المستهدف.

¹ علي عدنان أبو عودة، أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين كفاءة تسعير الخدمات المصرفية، دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في قطاع غزة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2010م ص59.

² Garrison, Ray H. & Norreen, Eric W. and Brewer, Peter C., **Managerial Accounting**, 10th Edition, Boston: mcgraw-hill, 2006, p825

(أ-2) التسعير على أساس التكلفة المتغيرة:

تمثل هذه الطريقة أدنى سعر يمكن للمصرف أن يبيع فيه خدماته، وفلسفة هذه الطريقة تعتمد على أن يقوم المصرف بتسعير خدماته بأقل من التكلفة الكلية حيث أنه في الأجل القصير يكون من الأفضل للمصرف تسعير الخدمة بسعر يزيد عن التكلفة المتغيرة ولكنه أقل من التكلفة الكلية وذلك بهدف تعريف العملاء بالخدمة واستحواذه على حصة سوقية مناسبة، ولكن في الأجل الطويل تستطيع أن تغطي التكاليف الكلية .

(أ-3) التسعير على أساس العائد على الاستثمار:

يهدف مدخل التسعير على أساس العائد على الاستثمار إلى الربط بين تحديد مقدار الإضافة إلى التكاليف لغرض تحديد سعر البيع وبين رأس المال المستثمر، وبالتالي يمكن تحديد السعر الذي يحقق عائداً معيناً على رأس المال المستثمر ويتم تحديد العائد المستهدف على الاستثمار، ثم يحدد الفائض الذي يحقق هذا العائد المستهدف.

أوجه القصور في المنهج التقليدي للتسعير:

إغفال الطلب على الخدمة فكل ما يتوجب على المصرف فعله هو تحديد التكاليف للخدمة ومن ثم تحديد هامش الربح الذي يرغب به حيث تفترض هذه الطريقة بأن العميل يحتاج ويطلب الكمية المتوقعة وبغض النظر عن السعر¹.

السعر يتم تحديده اعتماداً على أرقام تقديرية لكل من التكاليف وبافتراض كمية معينة من المبيعات قد لا تتحقق².

استخدام التكاليف وحدها عند حساب الأسعار قد يخفض الدافع الحقيقي من المراقبة على التكاليف³.

ب- منهج التكلفة المستهدفة:

هو منهج حديث لتحديد تكلفة المنتج من الخدمات المصرفية، ويقوم على أساس البدء بتحديد السعر المستهدف الذي يرغب ويستطيع العميل دفعه للخدمة ومن ثم بناءً لذلك تحديد هامش الربح الذي يرغب بتحقيقه البنك لي طرح هذا الهامش بعد ذلك من السعر المستهدف ليتم من خلال ذلك تحديد التكلفة

¹ أبو عواد، راجح خليل، مرجع سابق، ص 56.

² Garrison, Ray H. and Noreen, Eric W., **Managerial Accounting, 11th Edition, Boston : mcgraw-Hill, 2006, p832.**

³ الضمور، هاني حامد، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع الطبعة الخامسة الأردن. عمان، 2009 ص 259.

المستهدفة وبعبارة أخرى يسير هذا المنهج باتجاه معاكس للمنهج التقليدي في التسعير أي يبدأ من السعر المستهدف وصولاً إلى التكلفة المستهدفة¹.

التكلفة المستهدفة = سعر البيع - هامش الربح المستهدف

المبحث الثاني: الدراسات السابقة :

المطلب الأول: الدراسات العربية

.دراسة (2017دبابش)²:

بعنوان: "تحقيق التفوق التنافسي باستخدام أسلوب التكلفة المستهدفة "

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات أسلوب التكلفة المستهدفة في تحقيق التفوق التنافسي لمؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب وكذا إبراز الآثار عند تطبيقه، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن المؤسسة محل الدراسة تستخدم الأساليب التقليدية لتحديد أسعار منتجاتها وهذا ما انعكس سلباً على وضعها التنافسي، ومن خلال محاولة تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة للتسعير في هذه المؤسسة تم تحسين صورتها في نظر الزبائن وذلك بتوفير منتجات وفقاً لرغباتهم من ناحية الجودة، السعر والوقت وهذا ما انعكس إيجاباً على وضعها التنافسي.

دراسة(2016 خليل الدليمي, حازم علي عبد الله المومني)³:

بعنوان: "أثر تطبيق احتساب طريقة التكلفة المستهدفة في تخفيض التكاليف وتسعير المنتجات"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق التكلفة المستهدفة في تسعير منتجات الأغذية بالتطبيق في مصانع الأغذية الأردنية. وقد أسفرت الدراسة على عدة نتائج أبرزها وجود أثر ذو دلالة إحصائية لقيام مصانع الأغذية الأردنية باستخدام مدخل التكلفة المستهدفة لتخفيض التكاليف وفي تسعير المنتجات، وبالتالي أوصت هذه الدراسة بضرورة قيام هذه المصانع بالتوسع في تطبيق مدخل التكلفة لما يحققه من مزايا ومقدرة تنافسية، وكذا الاهتمام بالتكلفة المستهدفة لزيادة فعالية إدارة التكلفة في دعم وتحقيق التحسين والتطوير المستمر، وبالتالي تحقيق الأثر الإيجابي في عملية تسعير منتجات مصانع الأغذية الأردنية.

¹ أبو عواد، مرجع سابق، ص58.

² محمد نجيب دبابش، تحقيق التفوق التنافسي باستخدام أسلوب التكلفة المستهدفة، دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب بسكرة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 17، العدد 02، 2017م، ص57-74.

³ خليل الدليمي، حازم علي عبد الله المومني، أثر تطبيق احتساب التكلفة المستهدفة في تخفيض التكاليف وتسعير المنتجات، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 13، العدد 39، 2016، ص 386-387

دراسة(2012حمدي شحدة زعرب, علي أبو عودة)¹

بعنوان: "أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين كفاءة تسعير الخدمات المصرفية":هدفت الدراسة إلى بيان أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين كفاءة تسعير الخدمة, وما إذا كانت هناك إمكانية لتطبيق هذا المنهج على المصارف العاملة في قطاع غزة مع الوقوف على المعوقات التي تحول دون تطبيقه في المصارف, وكذلك المزايا التي يمكن تحقيقها من خلا تطبيقه, ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها إمكانية تطبيق منهج التكلفة المستهدفة في المصارف مع وجود نظام تكاليف فعال في البنك, كما أوصت المصارف بضرورة تطوير أنظمتها المحاسبية لتواكب التطور المستمر في بيئة الأعمال المصرفية لما يحققه ذلك من ترشيد وتحسين في القرارات الإدارية المختلفة دراسة (2002 راجحان)²

بعنوان " دور التكاليف المستهدفة في تخفيض التكاليف وتطوير المنتجات — دراسة ميدانية على الشركات الصناعية في مدينة جدة"

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور التكاليف المستهدفة في عملية تخفيض التكاليف وتطوير المنتجات في المشاريع الصناعية في اليابان خاصة وكذلك في الدول المتقدمة التي عملت على استخدام هذا النظام في مشاريعها الصناعية, إضافة للتعرف على إمكانية هذا النظام للتخفيف من التكاليف وتطوير المنتجات في المشاريع الصناعية العاملة في السعودية والاستفادة من التجربة اليابانية . وقد استخلصت الدراسة إلى أن السبيل لتطبيق مدخل التكاليف المستهدفة في المشاريع الصناعية يستلزم إتباع العديد من المبادئ والأسس التي يقوم عليها مدخل التكاليف المستهدفة وأن استخدام معادلة التكاليف المستهدفة تعد الأساس الأول لهذا النظام, وعليه هناك إمكانية تطبيق مدخل التكاليف المستهدفة ولكن استخدامها سيحتاج لبعض الوقت.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

دراسة (Borgernas and Fridh 2003)³

بعنوان "استخدام وتطبيق الكلفة المستهدفة في الشركات الصناعية السويدية"

¹حمدي شحدة محمود زعرب, مدخل متكامل لإدارة التكلفة الإستراتيجية لدعم القدرة التنافسية لشركات قطاع الخدمات, مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية, المجلد21, العدد1, 2012 ص 48-49

²راجحان, ميساء محمود محمد, دور التكاليف المستهدفة في تخفيض التكاليف وتطوير المنتجات, دراسة ميدانية على الشركات الصناعية في مدينة جدة, رسالة ماجستير غير منشورة, كلية الاقتصاد والإدارة جامعة الملك بن عبد العزيز 2002م

³Borgernas H and Fridh, G(2003) The Use of Target Costing in Swedish Manufacturing Frims, Goteborg commercial law. &University, School of Economics

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تطبيق الكلفة المستهدفة في الشركات الصناعية السويدية وما المستوى الذي تطبق فيه بالمقارنة مع الشركات الأخرى . وقد خلصت الدراسة إلى أن 16.5% من الشركات التي أجريت عليها الدراسة تستخدم الكلفة المستهدفة من أصل 81 شركة صناعية سويدية وإن أحد أهم أسباب عدم تطبيق التكلفة المستهدفة يرجع إلى خوف الشركات من تبني أساليب جديدة تختلف عن الأساليب التقليدية.

دراسة (Kocsoy, et. Al2008)

بعنوان: "التكاليف المستهدفة في المشاريع الصناعية التركية"

Target costing in Turkish Manufacturing enterprises

كان الهدف من الدراسة هو التعرف على مقدار الاستفادة من التقنيات الحديثة في المحاسبة الإدارية ومالها من أهمية في نظام التكلفة المستهدفة, في ظل التطورات المتسارعة التي تحصل في التكنولوجيا والتغيرات في توقعات الزبائن, وتقصير دورة حياة المنتج, وزيادة قوة المنافسة العالمية, وقد أجريت الدراسة على أحد أكبر شركات التصنيع في اسطنبول والحاصلة على الأيزو ومقارنة الاختلافات الأساسية بين تلك الشركات التي تطبق نظام التكلفة المستهدفة وبين التي لا تطبق نظام التكلفة المستهدفة وتوصلت الدراسة على أن غالبية الشركات تعمل في ظل ظروف السوق التنافسية, ولكي تحصل الشركات على الفوائد المتوقعة من التكاليف المستهدفة, عليها إعطاء أهمية أكبر لتحديد توقعات الزبائن قبل تصميم المنتج وإتباع استراتيجيات تنافسية متوازية¹.

دراسة (Filomena and Duffey2009)²

بعنوان: "تفعيل الكلفة المستهدفة لتطوير المنتجات: النموذج والتطبيق"

Target costing operationalization during product development model and application

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تجارب الدول النامية في مرحلة مبكرة وقد تطرقت الدراسة إلى تفعيل أسلوب التكاليف المستهدفة لخفض تكلفة المنتج , مع التعرف على معايير لضبط النفقات من خلال عملية الشراء, وقد تم استخدام حالة دراسية بهدف استخدام إستراتيجية للتكلفة المستهدفة, وقد توصل البحث من خلالها إلى أن المهندسين والمصممين هم الفئة الأكثر تحكما في الكلفة بشكل دقيق.

¹Kocsoy, M. Gurdal, k. and Karabayir, M. E. Target Costing in Turkish Manufacturing enterprises, European Journal of Social Sciences, Vol. 7, no. 2, 2008.

²Filomena, T, KliemannNeto F, and Duffey M, Target costing operationalization during product development: model and application, **International Journal of production economics**, vol. 118, 2009, pp398-409

المطلب الثالث: مقارنة الدراسة بالدراسات السابقة

جدول رقم (02): مقارنة الدراسة بالدراسات السابقة

الدراسة الحالية	الدراسات السابقة	من حيث المتغيرات
حاولت هذه الدراسة التعرف على أثر أسلوب التكلفة المستهدفة على تسعير الخدمات المصرفية	اغلب الدراسات السابقة تناولت أحد متغيري الدراسة وربطها بمتغير آخر	من حيث العينة
تمت الدراسة على عينة من القطاع الخدمي	الدراسات السابقة تمت على عينات تدخل تحت القطاع الصناعي	من حيث الحدود المكانية والزمانية
تمت الدراسة الحالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) خلال الفترة من 20 مارس إلى 10 أبريل 2022	تمت الدراسات السابقة في عدة دول عربية و أجنبية في الفترة الممتدة ما بين (2002-2017)	

التعليق على بيانات جدول المقارنة :

بينت الدراسة وتعرفت على اثر أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بورقلة بوكالتبيها الفرعيتين, على مستوى المستخدمين خلال الفترة الممتدة ما بين 20 مارس و 10 أبريل 2022م, في حين كانت الدراسات السابقة تهدف إلى دراسة أثر أسلوب التكلفة المستهدفة في المنتجات الصناعية وخفض تكلفتها خلال الفترة الممتدة ما بين 2002 و 2017م

خلاصة الفصل:

تطرقنا من خلال هذا الفصل إلى أسلوب التكلفة المستهدفة من خلال تبيان مختلف التعريفات وأنها تصب في صالح أنه أسلوب يلعب دور أساسي في إدارة التكاليف لما له من مميزات تمكن المؤسسات من تحليل التكاليف وإدارتها, الأمر الذي من شأنه أن يساهم في تحقيق الأهداف المسطرة ومعالجة الإختلالات والحد منها بالرغم من الصعوبات والتحديات التي تواجه تطبيقه

و تناولنا أيضا التسعير من منظور الأهمية بالنسبة للمؤسسة والعوامل المؤثرة فيه بالإضافة إلى طرق تحديده وأنه أداة في يد المؤسسة تسعى من خلالها إلى كسب لرضا الزبون والمحافظة عليه.

الفصل الثاني:

واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره
في تسعير الخدمات المصرفية بينك الفلاحة
والتنمية الريفية

تمهيد:

بعدها تطرقنا في الجانب النظري إلى أهم المفاهيم والجوانب الملزمة بموضوع التكلفة المستهدفة وتسعير الخدمات المصرفية, سوف نتطرق في هذا الفصل إلى واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية ورقلة وقد تم اختيار هذا البنك باعتباره ينشط في بيئة تشهد فيها المنافسة مما جعله يهتم بالتكاليف وإدارتها في تسعير خدماته

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

في هذا المبحث يتم استعراض أهم الخطوات والإجراءات المنهجية التي يتم الاعتماد عليها في الدراسة الميدانية من خلال توضيح كيفية اختيار مجتمع وعينة الدراسة, تحديد المتغيرات وكيفية قياسها, وتحديد كيفية جمع المعطيات المجمع والأدوات الإحصائية المستخدمة لاختبار الفرضيات.

المطلب الأول: الطريقة المستخدمة في الدراسة

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في مستخدمي بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بولاية ورقلة والوكالتين التابعتين له بورقلة وحاسي مسعود, إذ يعد البنك فرع جهويا لبنك الفلاحة والتنمية الريفية المنشأ في 13 مارس 1982 والكائن مقره بالجزائر العاصمة, وقد تم اختيار عينة الدراسة بطريقة غير عشوائية بحيث تم توزيع 55 استمارة استبيان , في حين تم استرجاع 45 استمارة, فكان عدد الاستثمارات الصالحة 42 أي ما نسبته 76(%)

الفرع الثاني : متغيرات الدراسة

أولا : المتغير المستقل: ويتمثل في أسلوب التكلفة المستهدفة

ثانيا: المتغير التابع: تسعير الخدمات المصرفية

الفرع الثالث: تلخيص معطيات الدراسة

لتلخيص بيانات ومعطيات الدراسة المجمع باستخدام مقياس ليكارت الثلاثي ثم الاعتماد على حساب التكرارات النسبية, النسب المئوية, المتوسطات الحسابية والمرجحة والانحرافات المعيارية.

المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة

الفرع الأول: أسلوب جمع البيانات

من أجل جمع البيانات اللازمة للدراسة تم استخدام استبيان وفق مقياس ليكارت الثلاثي وذلك بهدف معرفة دور أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية وقد تم تقسيمه على ثلاثة محاور وجزأين:

الجزء الأول يتعلق بالخصائص الديمغرافية للعينة (الجنس, السن , المستوى التعليمي)

الجزء الثاني خصص هذا الجزء لمتغيرات الدراسة التكلفة المستهدفة بالإضافة إلى متغير تسعير الخدمات المصرفية وقد وزعت المستقل كالاتي:

العبارات الخاصة بالمتغير من العبارة 1 إلى العبارة 13

والعبارات الخاصة بالمتغير التابع من العبارة 14 إلى العبارة 19

الفرع الثاني: الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار صحة الفرضيات تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي، حيث تم ترميز وإدخال المعطيات إلى الحاسوب باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) للتوصل إلى ما يلي:

1- معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات؛

2- مقاييس الإحصاء الوصفي وذلك لوصف عينة الدراسة وإظهار خصائصها، وهذه الأساليب هي التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية للإجابة عن أسئلة الدراسة وترتيب عبارات كل متغير تنازلياً؛

3- اختبار كولموغوروف سميرونوف لاختبار طبيعة التوزيع للمتغيرين التابع والمستقل؛

4- مصفوفة الارتباطات لمعرفة العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة؛

- 5- تحليل الانحدار المتعدد لاختبار صلاحية نموذج الدراسة وتأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع (المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية)؛
- 6- تحليل اختبار تي تاست (T test) وتحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لاختبار تأثيرات المتغيرات الشخصية على المتغير التابع.

الفرع الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

لقد تم استخدام التحكيم وإجراء الاختبارات للتحقق من صدق وثبات الاستبيان كما يلي:

- 1- **صدق المحكمين:** لمعرفة مدى وضوح وملائمة العبارات بالاستبيان الأولى تم عرضه على خمس أساتذة متخصصين في مجال التخصص (الملحق رقم 01)، وبعدها قاموا بتصويب الاستبيان ظهر في شكله النهائي (الملحق رقم 02).
- 2- **ثبات الاستبيان:** تم فحص عبارات الاستبيان من خلال معامل ألفا كرونباخ الذي يعتبر نسبته مقبولة عند القيمة (0.62) لكي نعتمد النتائج المتوصل إليها والجدول التالي يمثل قيمة معامل ألفا كرونباخ لإجابات أفراد العينة كما يلي:

الجدول رقم (03):معامل الثبات باستخدام طريقة ألفا كرونباخ

معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	المقياس
0.706	13	امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة
0.747	6	المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الفصل الثاني واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

من الجدول نلاحظ أن معامل ألفا كرونباخ لمقياس امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة قدر بـ 0.706 أي أن 70.6 بالمائة من المبحوثين سيكونون ثابتين في إجاباتهم في حالة إعادة القياس وهو ما يشير إلى ثبات المقياس، ووصل معامل ألفا كرونباخ لمقياس المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية إلى 0.747 أي أن 74.7 بالمائة من المبحوثين سيكونون ثابتين في إجاباتهم في حالة إعادة القياس وهو ما يشير إلى ثبات المقياس، وتعتبر النتائج على مستوى ممتاز من الثقة والثبات، وهذا يعني أن هناك استقرار بدرجة عالية في نتائج الاستبيان.

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج

يقدم هذا المبحث عرض لمختلف نتائج الدراسة الميدانية التي تم التوصل إليها من خلال جمع البيانات من الاستبيان وتحليلها ومناقشتها وللوصول إلى نفي أو إثبات الفرضية من خلال استنتاجات الدراسة.

المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص أفراد عينة الدراسة

قصد التعرف على الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة وتحليلها نتعرض إليها كما يلي:

الفرع الأول- توزيع أفراد العينة بالنسبة لخاصية الجنس:توزع أفراد عينة الدراسة حسب هذه الخاصية كما يلي:

الجدول رقم(04): توزيع أفراد العينة حسب خاصية الجنس

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة (%)
1	الجنس	الذكور	16	38.1
		الإناث	26	61.9
المجموع الكلي			42	100

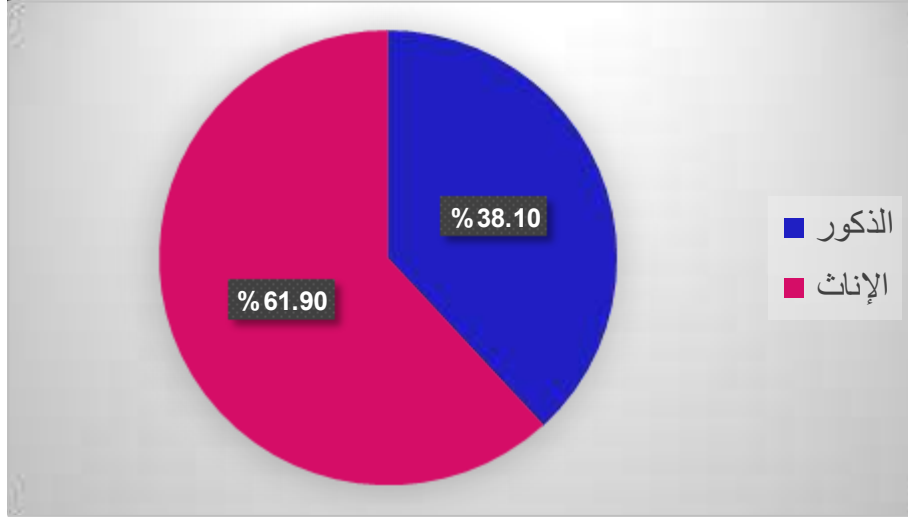
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الفصل الثاني واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

يظهر من الجدول السابق أن 38.1 بالمائة من المبحوثين ذكور بينما 67.9 بالمائة من المبحوثين إناث.

وفيما يلي التمثيل البياني لأفراد العينة حسب هذه الخاصية:

الشكل رقم (03): الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الفرع الثاني - توزيع أفراد العينة بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي: توزيع أفراد عينة الدراسة

حسب هذه الخاصية كما يلي:

الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب خاصية المؤهل العلمي

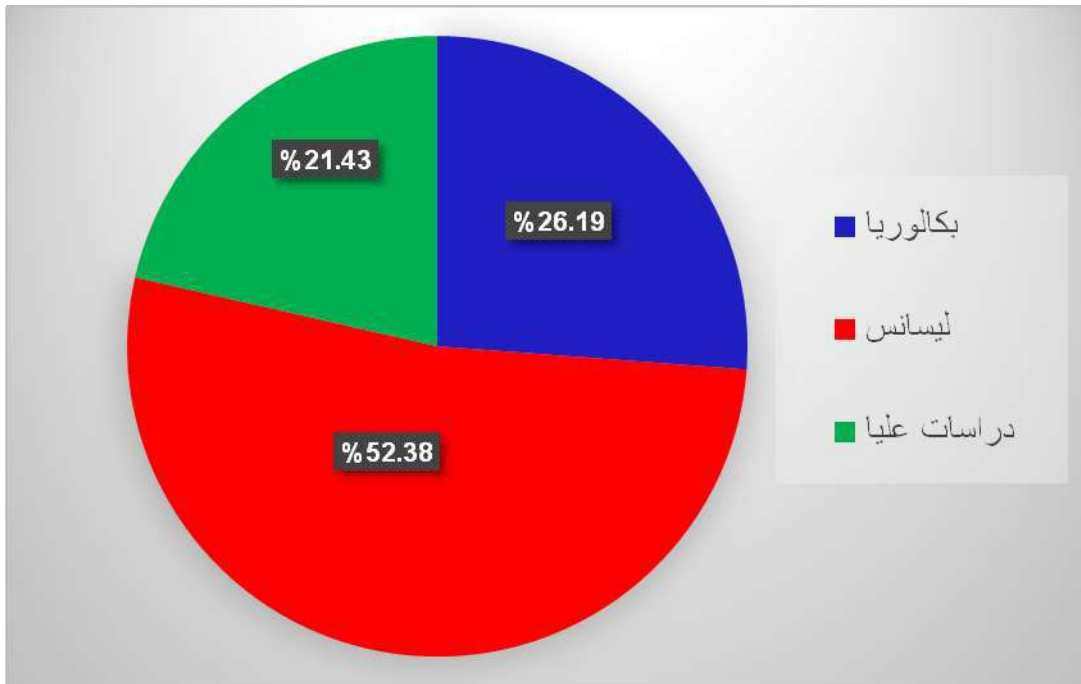
النسبة (%)	التكرار	الفئة	المتغير	الرقم
26.2	11	بكالوريا	المؤهل العلمي	2
52.4	22	ليسانس		
21.4	9	دراسات عليا		
100	42	المجموع الكلي		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نجد أن 52.4 بالمائة من المبحوثين حاصلين على ليسانس بينما 21.4 بالمائة مستواهم دراسات عليا في حين 26.2 بالمائة مستواهم بكالوريا.

وفيما يلي التمثيل البياني لأفراد العينة حسب هذه الخاصية:

الشكل رقم (04): الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الفرع الثالث - توزيع أفراد العينة بالنسبة لمتغير السن: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب هذه

الخاصية كما يلي:

الجدول رقم(06): توزيع أفراد العينة حسب خاصية السن

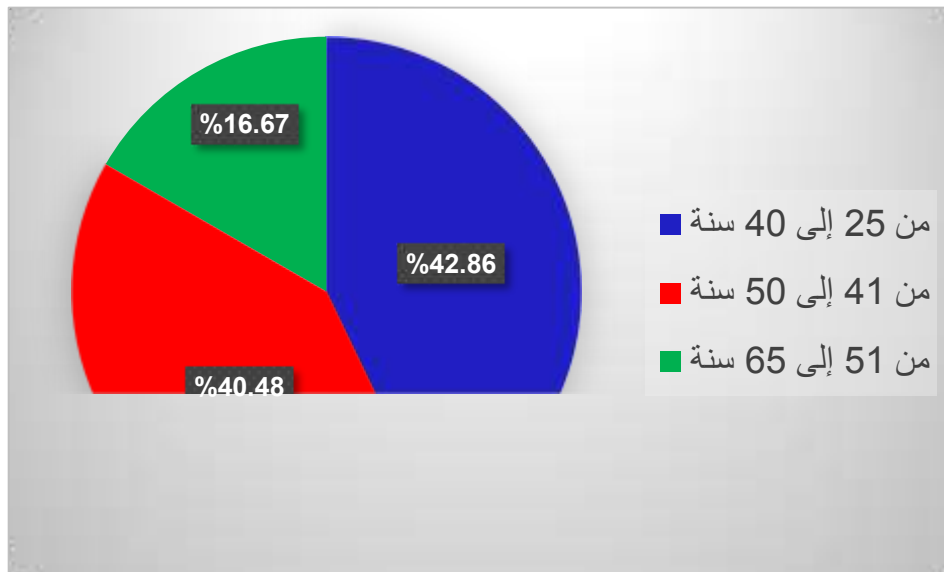
النسبة (%)	التكرار	الفئة	المتغير	الرقم
42.9	18	من 25 إلى 40 سنة	السن	3
40.5	17	من 41 إلى 50 سنة		
16.7	7	من 51 إلى 65 سنة		
100	42	المجموع الكلي		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نجد أن 42.9 بالمائة من المبحوثين سنهم بين 25 و40 سنة بينما 40.5 بالمائة سنهم من 41 إلى 50 سنة في حين 16.7 سنهم يفوق 50 سنة.

وفيما يلي التمثيل البياني لأفراد العينة حسب هذه الخاصية:

الشكل رقم (05): الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية السن



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الفصل الثاني واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

الفرع الرابع - توزيع أفراد العينة بالنسبة لمتغير المهنة: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب هذه الخاصية كما يلي:

الجدول رقم(07): توزيع أفراد العينة حسب خاصية المهنة

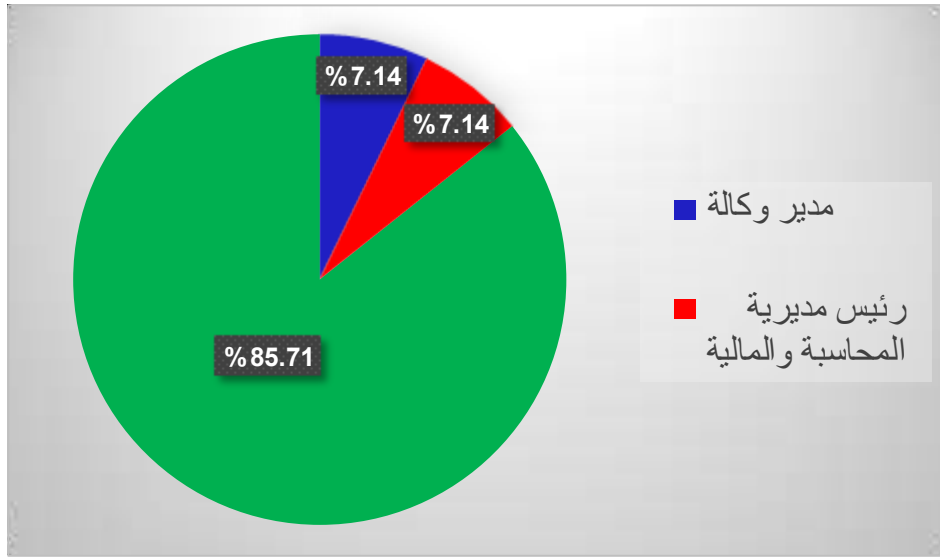
النسبة (%)	التكرار	الفئة	المتغير	الرقم
7.1	3	مدير وكالة	المهنة	3
7.1	3	رئيس مديرية المحاسبة والمالية		
85.7	36	موظف قسم المحاسبة والمالية		
100	42	المجموع الكلي		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نجد أن 50 بالمائة من المبحوثين يمتنون الاعمال الحرة و43.75 بالمائة يعملون في القطاع الحكومي، بينما 6.25 بالمائة فقط يعملون في القطاع الخاص.

وفيما يلي التمثيل البياني لأفراد العينة حسب هذه الخاصية:

الشكل رقم (06): الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية المهنة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الفرع الخامس - توزيع أفراد العينة بالنسبة لمتغير الخبرة: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب

هذه الخاصية كما يلي:

الجدول رقم(08): توزيع أفراد العينة حسب خاصية الخبرة

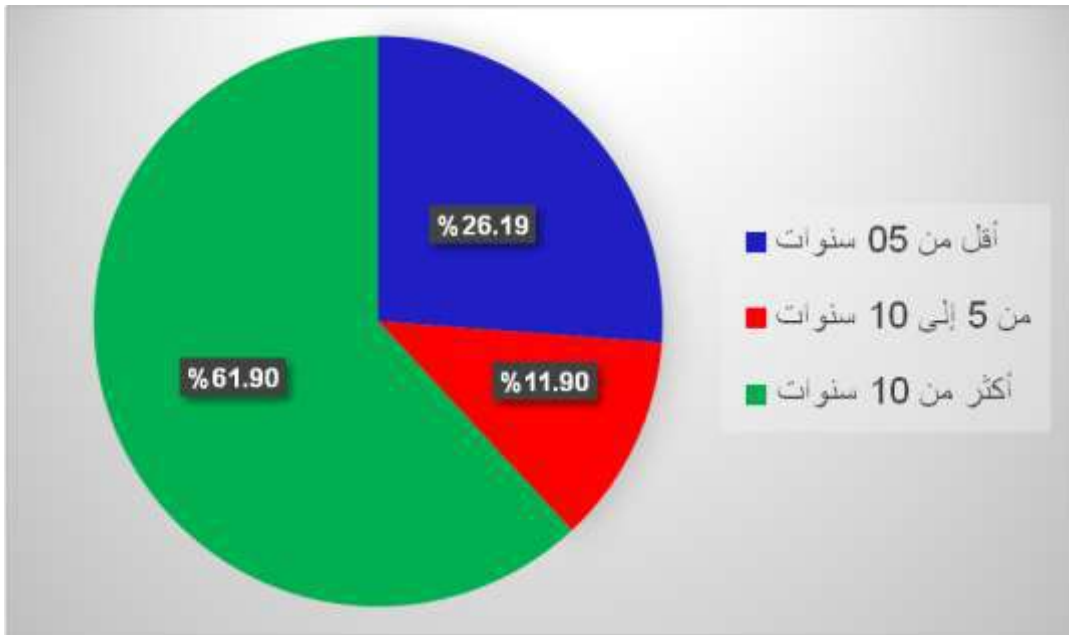
الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة (%)
5	الخبرة	أقل من 05 سنوات	11	26.2
		من 5 إلى 10 سنوات	5	11.9
		أكثر من 10 سنوات	26	61.9
	المجموع الكلي		42	100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نجد أن 61.9 بالمائة من المبحوثين خبرتهم أكثر من 10 سنوات بينما 26.2 بالمائة خبرتهم أقل من 05 سنوات في حين 11.9 بالمائة خبرتهم من 05 إلى 10 سنوات.

وفيما يلي التمثيل البياني لأفراد العينة حسب هذه الخاصية:

الشكل رقم (07): الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية الخبرة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

الفرع السادس: التحقق من اعتدالية التوزيع:

لاختبار الفرضيات يجب أولاً معرفة طبيعة التوزيع لمتغيري (امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة، المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية)، وعليه قمنا بحساب اختبار كولموغوروف سميرنوف، والنتائج مبينة في الجدول التالي:

الفصل الثاني واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

جدول رقم (09): يبين نتائج اختبار طبيعة التوزيع للمتغيرين (امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة، المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية)

المقياس	قيمة اختبار كولموغوروف	العينة	الدلالة الإحصائية
امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة	0.197	42	0.060
المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية	0.136	42	0.059

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن الدلالة الإحصائية في الحالتين أكبر من 0.05 وعليه فإن متغيري امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة والمزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية يتبعان التوزيع الطبيعي، فهما إذن يحققان شرط الاعتدالية، وعليه يمكننا حساب الفروق باستخدام الاختبارات المعلمية (اختبار ت TEST واختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA)

الفرع السابع: اختبار الفرضيات

الجدول رقم (10): مجال المتوسط الحسابي المرجح لمقياس ليكارت الثلاثي

مجال المتوسط الحسابي	المستوى الموافق له
----------------------	--------------------

الفصل الثاني واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

المرجح	
من 1 إلى 1.66	منخفض
من 1.67 إلى 2.33	متوسط
من 2.34 إلى 3	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالب

وعليه قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والترتيب لكل عبارة، وهذا ما توضحه الجداول التالية.

1. الفرضية الفرعية الأولى:

جدول رقم (11) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والترتبة لمقياس امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة	العبارات
مرتفع	0.44	2.83	2	يوجد في البنك قسم متخصص أو إدارة متخصصة لإدارة التكاليف
مرتفع	0.63	2.55	4	المحاسبون في قسم المحاسبة ببنك BADR على درجة عالية من الكفاءة في مجال تسعير الخدمات المصرفية
مرتفع	0.75	2.33	7	يقوم البنك على فلسفة أن العميل هو العنصر الأهم في تحديد التكلفة المستهدفة للخدمة المصرفية
مرتفع	0.67	2.52	5	العاملون في إدارة التكاليف يعملون على خفض وتحسين تسعير الخدمات المصرفية
مرتفع	0.58	2.64	3	توجد في البنك إدارة متخصصة لتسويق الخدمات المصرفية
متوسط	0.77	2.29	1	توجد في البنك إدارة متخصصة تعمل على تحديد وتخطيط التكلفة

الفصل الثاني واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

المستهدفة وتطويرها				
مرتفع	0.74	2.48	6	تعطي إدارة البنك أهمية لاستخدام الأساليب الحديثة والأدوات المساعدة للإدارة الفعالة للتكاليف
مرتفع	0.35	2.52		البعد الأول
مرتفع	0.67	2.48	6	تسعير الخدمات المصرفية بموجب أسلوب التكلفة المستهدفة أكثر عدالة من تسعيرها بموجب أسلوب التكلفة الفعلية
مرتفع	0.63	2.55	4	تسعير الخدمات المصرفية بموجب أسلوب التكلفة المستهدفة يوفر المزيد من المرونة في تسعير هذه الخدمات
مرتفع	0.56	2.69	1	تسعير الخدمات المصرفية بموجب أسلوب التكلفة المستهدفة يمكن المصرف من زيادة حصته السوقية
مرتفع	0.61	2.67	2	تبني أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية يولد الحوافز لتخفيض تكلفة تلك الخدمات
مرتفع	0.62	2.64	3	تبني أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية يولد الحوافز لتحسين نوعية تلك الخدمات
مرتفع	0.74	2.55	5	تبني أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية يحسن من سمعة المصرف
مرتفع	0.36	2.60		البعد الثاني
مرتفع	0.31	2.55		امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة
قيمة ت = 11.697		درجة الحرية = 41		الدلالة الإحصائية = 0.000

المصدر: من اعداد الطالب بناء على نتائج تحليل الاستبيان

يبين الجدول السابق أن امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة جاء بدرجة مرتفعة وهذا بمتوسط حسابي قدره 2.55 وانحراف معياري قدره 0.31، كما يتضح من خلال الجدول أن أكثر الأبعاد أهمية هو الثاني بمتوسط حسابي 2.60 وانحراف معياري 0.31، يليه البعد الأول بمتوسط حسابي 2.52 وانحراف معياري 0.35.

الفصل الثاني واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

ومن خلال الجدول نجد أن قيمة ت قدرت بـ 11.697 درجة حرية قدرها 41 وكانت الدلالة الإحصائية SIG أقل من 0.05 وعليه نقول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة لصالح متوسط عينة الدراسة والذي قدر بـ 3.46 وانحراف معياري قدره 0.62 وهذا يثبت وجود امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة بدرجة مرتفعة لدى عينة الدراسة، وهو ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

2. الفرضية الفرعية الثانية:

جدول رقم (12) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة	العبرة	
مرتفع	0.63	2.52	3	أسلوب التكلفة المستهدفة يزيد من عدد الخدمات المباعة من ثم يقلل من الكلفة الكلية للخدمة	
مرتفع	0.67	2.50	4	يحقق أسلوب التكلفة المستهدفة هامش الربح الذي تطمح له إدارة البنك	
مرتفع	0.66	2.60	2	أسلوب التكلفة المستهدفة يعطي أهمية للرقابة التي تقوم بها الإدارة من أجل خفض التكاليف	
مرتفع	0.73	2.38	5	إتباع أسلوب التكلفة المستهدفة يؤدي إلى تفادي الأخطاء ومن ثم خفض تكاليف الخدمات المصرفية	
متوسط	0.86	2.00	6	يوجد في المصرف قسم متخصص لتحليل ربحية العميل	
مرتفع	0.52	2.69	1	تسعير الخدمات المصرفية بموجب أسلوب التكلفة المستهدفة يمكن البنك من الحصول على ميزة تنافسية	
مرتفع	0.31	2.45		المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية	
الدلالة الإحصائية = 0.000				درجة الحرية = 41	قيمة ت = 9.472

المصدر: من اعداد الطالب بناء على نتائج تحليل الاستبيان

يبين الجدول السابق أن المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية جاء بدرجة مرتفعة وهذا بمتوسط حسابي قدره 2.45 وانحراف معياري قدره 0.52، كما يتضح من خلال الجدول أن أكثر العبارات أهمية هي عبارة (6) بمتوسط حسابي 2.69 وانحراف معياري 0.52، تليها عبارة (3) بمتوسط حسابي 2.60 وانحراف معياري 0.66، ثم تأتي بعدها عبارة (1) بمتوسط حسابي 2.52 وانحراف معياري 0.63

من خلال الجدول نجد أن قيمة ت قدرت بـ 9.472 عند درجة حرية قدرها 41 وكانت الدلالة الإحصائية SIG أقل من 0.05 وعليه نقول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية لصالح متوسط عينة الدراسة والذي قدر بـ 2.45 وانحراف معياري قدره 0.52 وهذا يثبت وجود المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية بدرجة مرتفعة لدى عينة الدراسة، وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

3. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

أولاً - اختبار الفرضية الثالثة الخاصة بالعلاقة الارتباطية: ويمكن ذلك من خلال تحليل الانحدار الخطي باستخدام طريقة المربعات الصغرى Entry عند مستوى دلالة 0.05 حيث المتغير المستقل هو امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة والمتغير التابع هو المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية، والجدول الموالي يوضح الارتباط الخطي بين المتغير المستقبل والمتغير التابع:

جدول رقم (13): معامل الارتباط الخطي بين المتغير المستقل والمتغير التابع

معامل التحديد	معامل الارتباط	النموذج
(R-deux)	(R)	

الفصل الثاني واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

0.328	0.572	<p>أ- المتغير المستقل: امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة</p> <p>ب- المتغير التابع: المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية</p>
-------	-------	--

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول السابق معامل الارتباط الخطي بين امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة والمزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية هو (0.572) أي هناك ارتباط طردي متوسط بين المتغيرين بحيث كلما زاد امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة زاد المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية، ومدى الدقة في تقدير المتغير التابع هو (0.328)، بمعنى أن (32.8) بالمائة من المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية يعود لتأثير امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة والنسبة المتبقية (67.2) بالمائة ترجع للعوامل الأخرى المؤثرة في المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية.

وعليه: "توجد علاقة طردية متوسطة بين امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة والمزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية".

وقد بلغت القيمة الإجمالية للعلاقة الارتباطية بين أبعاد امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة والمزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية ككل (0.572) والجدول التالي يمثل توزيع القيم حسب الأبعاد:

الجدول رقم (14) مصفوفة الارتباطات بيرسون لأبعاد متغير امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة على المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية

الفصل الثاني واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

عدد أفراد العينة (n)	قيمة ثابت الدلالة الموافق (Sig)	معامل الارتباط مع المتغير التابع	الأبعاد
42	0.000	**0.577	البعد الأول
42	0.008	**0.406	البعد الثاني
42	0.000	**0.420	المتغير المستقل: امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن أقوى العلاقات الارتباطية كانت مع البعد الأول بقيمة (0.577)، يليه البعد الثاني بقيمة (0.406)، وهذا ما يعكس النتائج المتحصل عليها من الاستبيان الموزع على العينة. وترتبط الأبعاد حسب نتائج المصفوفة مع المتغير التابع المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية كما يلي:

- البعد الأول: يوجد تأثير طردي متوسط على المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية.

- البعد الثاني: يوجد تأثير طردي متوسط على المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية.

4. الفرضية الفرعية الرابعة

- تباين خط الانحدار للمتغير التابع والمستقل: يوضح الجدول أدناه تحليل خط الانحدار حيث يدرس مدى ملائمة خط انحدار المعطيات وفرضيته الصفرية التي تنص على أن خط الانحدار لا يلائم المعطيات المقدمة.

جدول رقم (15): قيم تباين خط الانحدار لمتغيرات الدراسة: تحليل التباين الأحادي^a ANOVA

النموذج	مجموع مربعات الانحدار	درجة حرية الانحدار	معدل مربعات الانحدار	قيمة اختبار تحليل التباين	مستوى دلالة
---------	-----------------------	--------------------	----------------------	---------------------------	-------------

الاختبار Sig.	F	Moyenne des carrés	Ddl	Somme des carrés	
^b 0.000	19.496	1.263	1	1.263	1 الانحدار Régression
		0.065	40	2.592	البقايا Résidu
			41	3.855	المجموع Total

b. المتغير المستقل امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة.

A المتغير التابع المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نجد ما يلي:

- مجموع مربعات الانحدار يساوي 1.263 ومجموع مربعات البواقي هو 2.592 ومجموع المربعات الكلي يساوي 3.855

- درجة حرية الانحدار هي 1 ودرجة حرية البواقي هي 40؛

- معدل مربعات الانحدار هو 1.263 ومعدل مربعات البواقي هو 0.065؛

- قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار هو 19.496؛

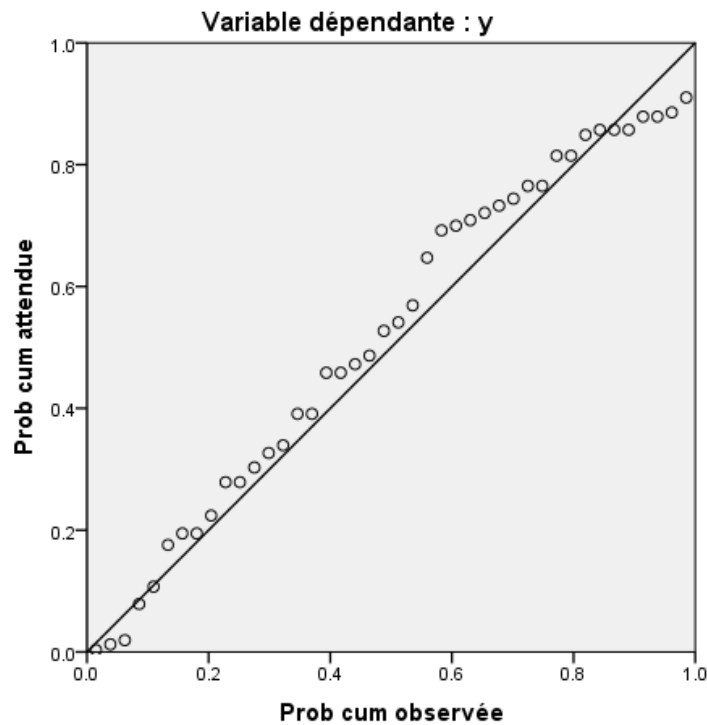
- مستوى دلالة الاختبار 0.000 وهي أقل من مستوى دلالة الفرضية الصفرية 0.05 فنرفض الفرضية

العدم، ونقبل الفرض البديل وبالتالي فإن خط الانحدار يلانم المعطيات والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (08): الرسم البياني لمدى ملائمة خط الانحدار للعلاقة بين المتغير التابع والمتغير

المستقل

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés



المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي SPSS

نلاحظ من خلال الرسم البياني أن النتائج تتجمع حول خط مستقيم مما يدل أن الدالة تأخذ شكل خطي وهو ما يتوافق مع الانحدار الخطي البسيط.

ثالثاً- دراسة معاملات خط الانحدار

يمثل الجدول أدناه قيم معاملات خط الانحدار للعلاقة بين امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة والمزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية

الجدول رقم(16): قيم معاملات خط الانحدار المعاملات Coefficients^a

النموذج	معاملات غير قياسية Coefficients non standardisés	معاملات قياسية Coefficients standardisés	قيمة t	مستوى الدلالة
---------	--	--	-----------	------------------

الفصل الثاني واقع تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره في تسعير الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

Sig.		Bêta	Erreur standard	B	
0.005	2.975		0.333	0.990	الثابت (Constante)
0.000	4.415	0.572	0.129	0.571	المتغير المستقل

a. المتغير التابع المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نجد أن ثابت خط الانحدار يساوي 0.990 والذي يمثل قيمة B بالجدول، وبلغت الدلالة الإحصائية Sig (0.005) وهي مقبولة لأنها أقل من 0.05 فتصبح معادل خط الانحدار مبدئياً هي:

$$Y=a+bX$$

وبتعويض القيم نجد المعادلة التالية:

$$Y=0.990+ 0.571 X$$

حيث أن X يمثل المتغير المستقل امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة و Y يمثل المتغير التابع المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية

نستنتج من معادلة خط الانحدار أن زيادة امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة ولو بقيمة 1 سيزيد المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية بقيمة 0.571.

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الرابعة "القائلة بوجود أثر لامتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة على المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية"

5. الفرضية الفرعية الخامسة: "عدم وجود دلالات إحصائية للفروق في المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية حسب الخصائص الشخصية والوظيفية لدى أفراد العينة"

كانت الفرضية الرئيسية الخامسة هي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) لإجابات أفراد عينة الدراسة حول المتغير التابع المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية تعود إلى الخصائص الشخصية التالية: (الجنس، المؤهل العلمي، المهنة، السن والخبرة).

الجدول رقم (17): قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية حسب الخصائص الشخصية

الخاصية	الطريقة المعتمدة	مستوى الدلالة sig	النتيجة
الجنس	اختبار (T test)	0.399	غير دال
المؤهل العلمي	ANOVA	0.862	غير دال
المهنة	ANOVA	0.056	غير دال
السن	ANOVA	0.820	غير دال

الخبرة	ANOVA	0.244	غير دال
--------	-------	-------	---------

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من نتائج الجدول أعلاه سيتم تأكيد قبول أو رفض الفرضية حسب كل متغير على حدي كمايلي:

أولاً- بالنسبة لخاصية الجنس: يوضح الملحق رقم نتيجة اختبار تي تاست (t test) للفروق بين إجابات المبحوثين حول المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية تبعا لخاصية الجنس.

نلاحظ من خلال الجدول قيمة Sig قدرت ب 0.399 وهي أكبر من قيمة الدلالة 0.05 حيث يتم قبول فرضية العدم أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في مستوى المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية لدى المبحوثين تبعا لمتغير الجنس.

ثانياً- بالنسبة لخاصية المؤهل العلمي: يوضح الملحق رقم نتيجة تحليل التباين الأحادي للفروق بين إجابات المبحوثين حول المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية تبعا لخاصية المؤهل العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول قيمة ثابت الدلالة Sig قدرت ب 0.862 وهي أكبر من قيمة الدلالة 0.05 حيث يتم قبول فرضية العدم أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في مستوى المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية لدى المبحوثين تبعا للمؤهل العلمي.

ثالثاً- بالنسبة لخاصية المهنة: يوضح الملحق رقم نتيجة تحليل التباين الأحادي للفروق بين إجابات المبحوثين حول المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية تبعا لخاصية المهنة.

نلاحظ من خلال الجدول قيمة ثابت الدلالة Sig قدرت بـ 0.056 وهي أكبر من قيمة الدلالة 0.05 حيث يتم قبول فرضية العدم أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في مستوى المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية لدى المبحوثين تبعاً للمهنة.

رابعاً- بالنسبة لخاصية السن: يوضح الملحق رقم نتيجة تحليل التباين الأحادي للفروق بين إجابات المبحوثين حول المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية تبعاً لخاصية السن.

نلاحظ من خلال الجدول قيمة ثابت الدلالة Sig قدرت بـ 0.820 وهي أكبر من قيمة الدلالة 0.05 حيث يتم قبول فرضية العدم أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في مستوى المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية لدى المبحوثين تبعاً للسن.

خامساً- بالنسبة لخاصية الخبرة: يوضح الملحق رقم نتيجة تحليل التباين الأحادي للفروق بين إجابات المبحوثين حول المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية تبعاً لخاصية الخبرة.

نلاحظ من خلال الجدول قيمة ثابت الدلالة Sig قدرت بـ 0.244 وهي أكبر من قيمة الدلالة 0.05 حيث يتم قبول فرضية العدم أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في مستوى المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية لدى المبحوثين تبعاً للخبرة.

مما سبق ذكره: تؤكد صحة الفرضية الفرعية الخامسة أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين إجابات المبحوثين حول المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية (الجنس، المؤهل العلمي، المهنة، السن والخبرة).

خلاصة:

من خلال هذا الفصل قمنا بعرض نتائج الدراسة التي تمثلت في تحليل الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة, وكذا حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات العينة حول امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة, كما تم حساب معامل الارتباط بيرسون بين المتغيرين, حيث وجدنا ان هناك تأثير طردي متوسط بين المتغيرين بحيث كلما زاد امتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة زاد المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية.

خاتمة

الخاتمة:

يعد الاهتمام بالتسعير من أولويات المؤسسات الخدمية مؤخرًا، نظرًا للتطور الحاصل من جهة والمنافسة المشتدة من جهة أخرى، فهو واجهة أمامية لاستقطاب الزبون نظرًا لدرجة الحساسية العالية لهذا الأخير اتجاه السعر، فكان من الضروري على المؤسسات الإلمام بكل العوامل والمحددات المساهمة والمؤثرة فيه إرضاءً للزبون لضمان بقائه وتعزيزاً للمركز التنافسي.

نتائج الدراسة :

بناءً على الدراسة التي قمنا بها تم التوصل إلى النتائج التالية:

1. يمتلك البنك للمقومات والمتطلبات اللازمة لتطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية.
2. يحقق بنك الفلاحة والتنمية الريفية مزايا من تطبيقه لأسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية.
3. توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين امتلاك المصرف المقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة والمزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية.
4. يوجد أثر لامتلاك المصرف للمقومات والمتطلبات اللازمة لأسلوب التكلفة المستهدفة على المزايا المحققة من تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية.
5. لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات العينة تعزى للمتغيرات الشخصية .

التوصيات :نوصي المؤسسة محل الدراسة بالتالي:

- القيام بتدريب الموظفين في قسم التكاليف حول الأساليب الحديثة لمحاسبة التكاليف كأسلوب التكلفة المستهدفة , أسلوب التكلفة على أساس الأنشطة وغيرها.
- ضرورة إعطاء عنصر الزبون أهمية أكبر وجعله المنطلق في أي إستراتيجية تسعيرية.
- ضرورة تبني البنك لفكرة حذف الأنشطة التي لا تضيف قيمة.
- تدريس الطرق الحديثة لقياس التكلفة في الجامعات, فمحاسبة التكاليف في الجامعات الجزائرية تدرس الطرق التقليدية فقط مما يجعل موظفي البنوك يجهلون تطبيق الأساليب الحديثة لقياس التكاليف الأمر الذي يعيق توظيفهم.

• توعية البنوك حول أسلوب التكلفة المستهدفة والمزايا التي يحققها استخدامه من خلال عقد الندوات وجلب الخبراء الأجانب في هذا الجانب لاكتساب المعارف.

• العمل على تحسين الخدمات المصرفية وتسعيرها بطريقة دقيقة ومقبولة.

آفاق الدراسة: نظرا لأهمية التكلفة المستهدفة وأهمية التسعير والتي هي من المواضيع المستر تطويرها، وبالتالي لا يمكن الإلمام بجميع جوانبها في دراسة واحدة يمكن اقتراح المواضيع التالية:

• أسلوب التكلفة المستهدفة ودوره تحسين كفاءة تسعير المنتجات الصناعية .

• دور أسلوب التكلفة المستهدفة في ترشيد التكاليف لدى المؤسسات الخدمائية .

• التسعير المصرفي وأثره في الصورة الذهنية لدى العملاء.

المراجع العربية:

- احمد راجح خليل أبو عواد، أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين كفاءة تسعير الخدمات المصرفية، مذكرة تدخل في متطلبات نيل شهادة الماجستير في المحاسبة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا عمان، الأردن، رسالة (غير منشورة)، 2008م، ص 58.
- أمجاد محمد الكومي، تصميم إطار فكري متكامل لتفعيل أسلوب التكلفة المستهدفة في تحقيق إستراتيجية التميز التنافسي - دراسة حالة، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس، القاهرة، العدد 3، 2011م ص 92-96.
- إبراهيم عثمان علي محمد، أثر استخدام التكلفة المستهدفة على تسعير المنتجات الصناعية، مذكرة تدخل متطلبات نيل شهادة الماجستير في التكاليف والمحاسبة الإدارية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا، الخرطوم، السودان، 2019م ص 47.
- أحمد عماد الدين أحمد السندي، أثر طرق تسعير الخدمات المصرفية على الإيرادات في المصارف السودانية خلال الفترة 2000-2005 مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، أكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية. 2008م. ص 41
- الضمور، هاني حامد، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع الطبعة الخامسة الأردن. عمان، 2009 ص 259.
- الصميدعي، محمود جاسم محمد و يوسف، ردينه عثمان ، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي ، دار المناهج للنشر والتوزيع الأردن ، عمان ، 2001م ص 291 .
- العجارمة، تيسير ، التسويق المصرفي ، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان، الأردن ، 2005م ص 287.
- جبر إبراهيم الداغور ، التكاليف المستهدفة وخفض التكاليف، مجلة المحاسب الفلسطيني، جامعة غزة، العدد 13 ، 2002م، ص 27
- حسين بن يحي، عبد القادر بودي، عبد الله علي الصيفي، حقيقة تسعير الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية (الجزائر ، مجلة البشائر الاقتصادية ، المجلد السادس ، العدد 2 ، 2020 ، ص 4
- حمدي شحده محمود زعرب، مدخل متكامل لإدارة التكلفة الإستراتيجية لدعم القدرة التنافسية لشركات قطاع الخدمات، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 21، العدد 1، 2012 ص 48-49.

- خليل الدليمي, حازم علي عبد الله المومني, أثر تطبيق احتساب التكلفة المستهدفة في تخفيض التكاليف وتسعير المنتجات, مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية, المجلد 13, العدد 39, 2016, ص 386-387.
- راجحان, ميساء محمود محمد, دور التكاليف المستهدفة في تخفيض التكاليف وتطوير المنتجات, دراسة ميدانية على الشركات الصناعية في مدينة جدة, رسالة ماجستير غير منشورة, كلية الاقتصاد والإدارة جامعة الملك بن عبد العزيز 2002م.
- زياد عوده أنيبه العمرو, العوامل المؤثرة في تحديد التكلفة المستهدفة في الشركات الصناعية الأردنية, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, جامعة آل البيت, رسالة ماجستير, 2007م, ص 16-17
- محمد شحاتة خطاب, التكامل بين أدوات إدارة التكلفة و حوكمة الشركات, بحث مقدم في الندوة الثانية عشر لسبل تطوير المحاسبة في المملكة العربية السعودية جامعة الملك سعود كلية إدارة الأعمال, الرياض 18-19 مايو 2010م, ص 13.
- شوقي فودة إطار مقترح للتكامل بين أسلوب التكلفة المستهدفة وتحليل القيمة, مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية, جامعة الإسكندرية, العدد الأول, المجلة 44, مارس 2007, ص 207
- نبراس محمد عباس استعمال منهج أسلوب التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية, مجلة الإدارة والاقتصاد جامعة كربلاء, العدد 114, المجلد 41, 2018, ص 10.
- غسان فلاح المطارنة, متطلبات ومعوقات تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية, مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية 'دمشق, المجلد 24, العدد 2, 2008م, ص 290.
- محمد منصور الشبلي, ماهية التكاليف المستهدفة, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير (غير منشورة) جامعة الأزهر, القاهرة, 2008م ص 10
- ناجي شايب الركابي, أهمية التكلفة المستهدفة في تحسين الوضع التنافسي للشركات الصناعية الإلكترونية, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, جامعة بغداد, الكلية التقنية, 2010م ص 44.
- نضال محمد الخلف, إنعام محسن حسن زويلف, التسعير باستخدام منهج التكلفة المستهدفة, دراسة ميدانية في قطاع صناعة الأدوية الأردني مجلة جامعة الملك عبد العزيز الرياض, العدد 1, 2007م ص 109.
- محمد عماد, صلاح عبد الحفيظ, التكلفة المستهدفة, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, جامعة الأزهر, مصر, 2008م ص 76.

- عبيدات محمد, أساسيات التسعير في التسويق المعاصر :مدخل سلوكي, دار المسيرة للنشر والتوزيع, عمان, 2004م ص20
- ثامر ياسر البكري, تسويق الخدمات الصحية, دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, 2005م ص56.
- صالح بن أحمد البيحاني, العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسعير, دراسة تطبيقية على الشركات السعودية بمحافظة جدة, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير غير منشورة , جامعة الملك عبد العزيز, 1999م ص5
- ناجي معلا, أصول التسويق المصرفي ,معهد الدراسات المصرفية, عمان 1994م ص153.
- علي عدنان أبو عودة , أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين كفاءة تسعير الخدمات المصرفية, دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في قطاع غزة, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, الجامعة الإسلامية بغزة, فلسطين, 2010م ص59.
- محمد نجيب دبابش, تحقيق التفوق التنافسي باستخدام أسلوب التكلفة المستهدفة (دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب بسكرة, مجلة العلوم الإنسانية, المجلد 17, العدد 02, 2017م) ص57-74.

المراجع الأجنبية:

- 1Borgernas H and Fridh, G(2003) The Use of Target Costing in Swedish Manufacturing Frims, Goteborg University, School of Economics & commercial law.
- 2 Cooper. R. and chew. B. **Control Tomorrow, s Costs Through Today's designs.** Harvard Business Review, Vol, 74, No.1,jan/fab, 1996,P. 93.
- 3 Dhavale,D.A **Manufacturing Cost Model for Computer** – Integrated Manufacturing System, International Journal OF Opertions & Production Management, New York, Vol. 10, No.8, 1990,PP. 10.
- 4Filomena, T, Kliemann Neto F, and Duffey M, Target costing operationalization during product development: model and application, **International Journal of production economics**, vol. 118, 2009, pp398-409
- 5 Tiago pacoal filomena, francisco Jose Kliemann neto ,Michael Robert Duffey, **Target costing Operationization Development: Model and Application**, International journal of production Economics, Vol.118, 2009,P.398.

6 Garrison, Ray H.&Norreen, Eric W .and Brewer, peter C ,**Manageria Accounting**, 10th Edition,Boston: mcgraw-hill,2006, p825

7 Kocsoy, M. Gurdal, k. and Karabayir, M. E. Target Costing in Turkish Manufacturing enterprises, European Journal of Social Sciences, Vol. 7, no. 2, 2008.

8 Macdonald Scott S &Koch ,Timothy w ,**management of banking** 6th edition, Thomson, 2006, p354.

الجامعة	القسم	الأستاذ المحكم
قاصدي مرباح ورقلة	العلوم التجارية	الأستاذ: بن تقات عبد الحق
		الأستاذ: بن جروة حكيم
		الأستاذ: خويلدات صالح
		الأستاذة: كاهي فطيمة
		الأستاذة: فرحي نعيمة