

مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي

شعبة : مالية ومحاسبة

تخصص: مالية المؤسسة

### العنوان

دور محاسبة التكاليف في تحديد سعر البيع في المؤسسة الاقتصادية  
- دراسة ميدانية : مجموعة من المؤسسات الاقتصادية-

### إعداد الطلبة:

- بلغيتي مولاي عبد المالك

-خيضاوي عدنان

### لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
اقاسم عمر	استاذ التعليم العالي	رئيسا
بلوافي عبد المالك	استاذ محاضر - أ	مشرفا
قويدري عبد الرحيم	استاذ محاضر - ب	مناقشا

السنة الجامعية: 2020/2019

# إهداء

إلى الذي عَظَّم اللهُ شأنه ورفع قدره سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه  
عدد ما كان وعدد ما يكون وعدد الحركات والسكون  
أهدي ثمرة جهدي أيضا إلى أبي الذي شَمَلني بحبِّه وحنَّانِه وعَلَّمني كيف يكون  
الإنسان متخلِّقا رغبة في مرضاة الله، أدعو الله أن يسكنه فسيح جنَّاتِه ويجعل قبره  
روضة من رياض الجنَّة.  
إلى زهرة البستان ووردة الرِّيحان و التي وصَّي بها الرَّحمان لكِ يا أحلى وأغلى ما في  
الوجود \* أمي \* بارك الله في عمرك.  
إلى من تربطني بهم صلة الدم والقراية إخوتي الأعزاء كل واحد باسمه صغيرا وكبيراً  
إلى من شَدَّ بيدي وأنار بصيرتي وساهم في نجَّاحي أستاذي الفاضل  
إلى رفقائي في مقاعد الدراسة من الطور الابتدائي  
إلى رفقائي في الدراسات العليا  
إلى أحبتي في الله الأخ والصديق \* نذير \* وجميع أحبتي .  
إلى \* أساتذة \* كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير  
إلى كلِّ من انفتح له قلبي ورقت له عيني وترنم بذكره لساني أهدِي هذا العمل  
المتواضع

خيضاوي عدنان

# إهداء

اللهم لك الحمد ولك الشكر في يقظتي وغفوتي عدد ما خلقت وما رزقتني إليك أهدي كل شيء من جزيل عطائك ورحمتك فتقبله منا ونفع غيرنا به إلى الذي عظم الله شأنه ورفع قدره سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه عدد ما كان وعدد ما يكون وعدد الحركات والسكون إلى من علمني النجاح والصبر... إلى من علمني العطاء بدون انتظار... أبي. إلى من علمتني وعانت الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه... إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي... أمي. إلى جميع أفراد أسرتي العزيزة والكبيرة كل باسمه أينما وجدوا. إلى ملاكي في الحياة سعاد . إلى أصدقائي رفقاء دربي من داخل الجامعة وخارجها وعلى رأسهم ياسين حسناوي. إلى الأستاذ المشرف ، إلى أساتذتي الكرام الذين أناروا دروبنا بالعلم والمعرفة وبالأخص تيقاوي العربي. إلى كل من يقتنع بفكرة فيدعو إليها ويعمل على تحقيقها، لا يبغى بها إلا وجه الله ومنفعة الناس.

عبد المالك بلغيتي



# شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ

الشكر ترجمان النِّيَّة و لسان الطَّوَيَّة و شاهد الإخلاص و عنوان الاختصاص،  
الحمد لله الذي منَّ عليَّ بإتمام هذا العمل، و الصلاة و السلام على خير الأنام و  
عرفانًا مئِّي أتقدّم بالشكر إلى من لا يفي حقه ألف شكر و تقدير الأستاذ  
المشرف عبد المالك بلوافي الذي تحمّل معنا أعباء هذا العمل من  
أجل الخروج به إلى الوجود  
إلى كل الذين أكرموني بعبطائهم العلمي أساتذتي الأفاضل من الطور  
الابتدائي حتّى الجامعي، إلى كل أساتذ في قسم التجارة أحسنوا إستقبالنا و  
ساعدونا و لو بكلمة  
كما لا أنسى فضل من ساهم معي في سبيل إتمام هذا العمل وفقهم  
الله إلى ما يطمحون. و أسأل الله أن يتقبل هذا العمل إلى وجهه  
الكريم

إليكم تحدي ثمرة هذا العمل المتواضع



الصفحة	البيان
	إهداء
	شكر وتقدير
I	فهرس المحتويات
III	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال و الملاحق
أ - د	المقدمة العامة
<b>الفصل الأول : الأدبيات النظرية لعلاقة محاسبة التكاليف بسعر البيع</b>	
07	تمهيد
15-8	المبحث الأول: المفاهيم النظرية لمحاسبة التكاليف وسعر البيع
08	المطلب الأول: مفاهيم نظرية حول محاسبة التكاليف وسعر البيع
08	الفرع الاول : مفاهيم حول محاسبة التكاليف
11	الفرع الثاني: مفاهيم حول سعر البيع
17	المطلب الثاني :علاقة محاسبة التكاليف بسعر البيع :
17	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
17	المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة
20	المطلب الثاني: أوجه التشابه و الاختلاف
21	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
23	تمهيد
24	المبحث الأول: الطريقة والأدوات والنموذج المتبع
24	المطلب الأول : مجتمع وعينة الدراسة
24	أولا :مجتمع الدراسة
25	ثانيا : اختيار عينة الدراسة
25	ثالثا : شرح متغيرات الدراسة
25	رابعا : نموذج الدراسة
27	المطلب الثاني : تحليل البيانات ونموذج الدراسة
27	أولا :أداة جمع البيانات وتحليلها
27	ثانيا : إعداد الاستبيان
28	ثالثا : إجراءات ثبات وصدق الأداة
29	رابعا : أساليب المعالجة الإحصائية المعالجة لاستبيان الدراسة .
30	المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج
30	المطلب الأول : عرض وتحليل البيانات
30	وصف خصائص العينة
30	الفرع الأول : وصف المتغيرات الشخصية
35	الفرع الثاني : التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة حسب سلم ريكارت الخماسي
35	أولاً: تحليل النتائج المتعلقة بتصورات واستجابة أفراد الدراسة لمحاوّر محاسبة التكاليف
37	ثانيا: تحليل النتائج المتعلقة بتصورات واستجابة أفراد الدراسة لمحاوّر سعر البيع
40	ثالثا :قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات الدراسة
44	المطلب الثاني :اختبار فرضيات الدراسة:
44	أولا :نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى
46	ثانيا :نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية
48	ثالثا :نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة
50	خلاصة الفصل
51	الخاتمة
-	قائمة المصادر والمراجع
-	الملاحق

## قائمة الجداول

### قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	بيانات الاستثمارات الموزعة	24
2- 2	معامل " ألفا - كرونباخ " للثبات بالنسبة لمحاور و أبعاد الإستبانة	28
5-2	توزيع عينة الدراسة وفق متغير الجنس	30
6-2	توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر	31
7-2	توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي	32
8-2	توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي	33
9-3	توزيع عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة	34
10-2	نتائج التحليل الوصفي لمتغير محاسبة التكاليف	35
11-2	نتائج التحليل الوصفي لمتغير بعد المزيج التسويقي	37
12-2	نتائج التحليل الوصفي لمتغير بعد التكلفة	38
13-2	نتائج التحليل الوصفي لمتغير بعد توقعات الوسطاء وردود فعل الزبائن	38
14-2	نتائج التحليل الوصفي لمتغير بعد الأهداف	39
15-2	نتائج التحليل الوصفي لمتغير بعد الحصة السوقية والمنافسة	40
16-2	معامل الاتساق الداخلي لمحاور محاسبة التكاليف	40
17-2	معامل الاتساق الداخلي لمحاور العوامل المؤثرة في سعر البيع	42
18-2	معامل الارتباط بين المحورين	43
19-2	اختبار تجانس التباين لمتغير محاسبة التكاليف	44
20-2	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لمعرفة الفروق في تصورات المبحوثين فيما يتعلق بمحاسبة التكاليف حسب المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة	44
21-2	نتائج تحليل التباين الثنائي (teste of Between -subjectsEffects) لمعرفة الفروق في آراء المبحوثين فيما يتعلق بمحاسبة التكاليف حسب المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة	45
22-2	اختبار تجانس التباين لمتغير سعر البيع	46
23-2	نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) ( نتائج تحليل التباين الأحادي لمعرفة الفروق في تصورات المبحوثين فيما يتعلق بسعر البيع حسب المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة	46

## قائمة الجداول

47	نتائج تحليل التباين الثنائي (teste of between-subjectsEffects) لمعرفة الفروق في آراء المبحوثين فيما يتعلق بسعر البيع حسب المستوى الوظيفي وسنوات الخبر معا	24-2
48	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط بينمحاكاة التكاليف وبين سعر البيع فيالمؤسساتالمبحوثة	25-2



قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
16	نموذج العوامل المؤثرة في تحديد سعر البيع	01-1
25	نموذج محاسبة التكاليف	02-2
26	نموذج المتغيرات الشخصية	03-2
26	نموذج التسعير و العوامل المؤثرة فيه	04-2
31	وصف خصائص العينة " النوع "	05-2
32	وصف خصائص العينة " العمر "	06-2
33	وصف خصائص العينة " المؤهل العلمي "	07-2
34	وصف خصائص العينة " المستوى الوظيفي "	08-2
35	وصف خصائص العينة " سنوات الخبرة "	09-2

قائمة الملاحق

عنوان الملحق	رقم الملحق
استمارة استبيان	01
مخرجات SPSS	02
مؤسسات الدراسة	03

مَقِيمَةٌ

عَالِمَةٌ

### توطئة:

من خلال التطور الذي يشهده العالم في ظل العولمة التي ألفت بظلالها على كل القطاعات ، خاصة الاقتصادية منها و كذا توفر وسائل الإنتاج و تحديث طرق التصنيع، أدى ذلك إلى تنوع و تعدد المنتجات و تضاعف حجم المبادلات التجارية ؛ ومع ازدياد درجة المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية من خلال التوسع و الهيمنة على الأسواق ، و تصريف منتجاتها للاستحواذ على أكبر حصة ممكنة في السوق بغرض مضاعفة الأرباح ، وبلوغ أكبر قدر من الأهداف المسطرة .

الأمر الذي يعكس أساسا بقائها في خضم المنافسة مع باقي المؤسسات الاقتصادية الأخرى ، ما يوجب الاستغلال الأمثل لإمكانياتها و قدراتها المالية و الإنتاجية من خلال نظام التسيير الفعال و الكفاء للعملية الإنتاجية لضمان تحقيق أهدافها الإستراتيجية. و من المعلوم أن التسيير الجيد لإمكانيات و موارد المؤسسة الاقتصادية يتطلب وجود و توفير معلومات صحيحة ، دقيقة ، مفصلة و ملائمة تكتسي الموضوعية ، يتم الحصول عليها من مصادر متنوعة و موثقة ، بحيث يعتمد عليها المسير في اتخاذ القرارات و وضع السياسات و إستراتيجيات بما يخدم واقع و مكانة مؤسسته .

وتعتبر السياسات و القرارات المتعلقة بالتسيير تحظى باهتمام كبير من طرف المسير في المؤسسة الاقتصادية لإعتبارت عديدة أهمها أن السعر يعد من العوامل الهامة في المنافسة بين مختلف المنتجات و المؤسسات فهو يرمز لنوعية المنتج و العلامة التجارية للمؤسسة و سمعتها لدى العملاء و المستهلكين و يعبر عن مكانتها و سمعتها في السوق إضافة إلى دوره التسويقي فهو يساهم بدرجة كبيرة في تحديد حجم مبيعات المؤسسة ، إضافة للإيرادات لمالية التي يحققها التي تضمن استمرار التدفقات النقدية التشغيلية التي تسهم في تحديد نتيجة المؤسسة و وضعها المالي عموما .

وقد يحدد السعر وجودها و مستقبلها إن اكتملت فيه بعض المميزات.

إن تحديد سياسة معينة للتسعير يتطلب مبدئيا وضع إستراتيجية تسويقية واضحة للمؤسسة يتم في ضوئها صياغة أهداف المؤسسة الاقتصادية ، كما يتطلب كذلك استعمال تقنيات تسيير منظمة و فعالة تضمن تزويد المسير بالمعلومات الملائمة و الدقيقة خصوصا ما يتعلق منها و أعباء و التكاليف التي قد تتحملها المؤسسة أثناء مختلف مراحل نشاطها ، و هنا يظهر دور المحاسبة التكاليف كونها أداة محاسبية مهمة تساعد في تحديد و مراقبة التكاليف و تحليلها مما يمكن من تحديد سعر التكلفة لأي منتج ، و من ثم فهي عامل أساسي يسمح للمسير باتخاذ قرار التسعير و بالتالي تحديد سياسة تسعير تتواءم مع نشاط المؤسسة الاقتصادية و طبيعة منتجها و درجة الجودة المستهدفة و تتوافق مع قدراتها الاقتصادية و امكانياتها الإنتاجية و تأخذ بعين الاعتبار ظروف المنافسة.

من خلال الدراسة الاستطلاعية الأولية التي أجراها الطالبين في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية محل الدراسة ، تبين وجود قصور في تصور و إدراك عمق العلاقة بين أدوات محاسبة التكاليف و مراقبتها و بين تحسين مبيعات المؤسسات و تحقيق ربحيتها ، سواء على المستوى النظري أو التطبيقي الأمر الذي حتم على الباحثين ضرورة إجراء دراسة للوصول إلى تحدد الارتباط الفعلي و الحقيقي .

### إشكالية الدراسة :

ومن خلال ذلك يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي:  
ما أثر استخدام أسلوب محاسبة التكاليف في تحديد أسعار بيع المنتجات داخل المؤسسات الاقتصادية المبحوثة بولاية أدرار؟  
الأسئلة الفرعية :

ويمكن إبراز المشكلة انطلاقاً من التساؤلات الفرعية التالية:

1. هل تساعد فعلاً محاسبة التكاليف ومتابعتها في تفعيل سياسة البيع في المؤسسات الاقتصادية؟
2. إلى أي مدى يمكن الاستفادة من التقنيات والأدوات لمحاسبية والتكنولوجيات من الضبط الجيد والمحكم للتكاليف وترشيدها بما يحقق حافز لخلق سياسة بيع مربحة ؟
3. ما الأثر الذي تحدثه العلاقة بين محاسبة التكاليف وبين سياسة البيع على تطوير وتحسين أداء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لتحقيق التميز ؟

### الفرضيات :

انطلاقاً من الأسئلة الفرعية السابقة يمكن وضع الفرضيات التالية :  
الفرضية الرئيسية الأولى:  $H_0$  لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية لأراء العينة المبحوثة حول محاسبة التكاليف تعزى لمتغيري المستوى الوظيفي.  
الفرضية الرئيسية الثانية:  $H_1$  لا توجد فروقات ذات دلالة احصائية لأراء العينة المبحوثة حول سعر البيع تعزى لمتغيري المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة عند مستوى معنوية اقل من 0.01.  
الفرضية الرئيسية الثالثة:  $H_3$  لا توجد علاقة اثر ذات دلالة احصائية بين محاسبة التكاليف وبين سعر البيع عند مستوى معنوية اقل من 0.01.

### أهمية الدراسة :

تظهر أهمية الدراسة من أهمية القطاع المبحوث والذي يسعى جاهد إلى تحقيق تحسين التنمية المحلية، باعتبار أن المؤسسات الاقتصادية تعد القلب النابض للاقتصاد، حيث أصبح الاستثمار الانجع نحو تحقيق تنمية محلية مستدامة، وما يبين أهمية الموضوع سعى الدول الجزائرية إلى ضبط القطاع الاقتصادي من خلال البحث عن الفرص التنافسية.

وكما تظهر أهمية الدراسة في كونها قيمة مضافة على موضوع في منتهى الأهمية وهو دور محاسبة التكاليف في تحديد السعر إضافة الى ما تضيفه هذه الدراسة من إثراء معرفي للدراسة و الإجتهدات السابقة باللغة العربية ، حيث تستمد الدراسة أهميتها من خلال انها :

تسلط الضوء على متغيرين أحدهما محاسبي كمي ويتمثل في محاسبة التكاليف, و الثاني يتعلق بالتسعير بحيث يبرز أهمية محاسبة التكاليف كأداة عملية تساعد في وضع إحدى أهم السياسات المتعلقة بتسيير المؤسسة والمحددة لمكانتها التنافسية وهي سياسة التسعير

## أهداف الدراسة :

تتبع اهداف الدراسة من النقاط التالية:

- التعرف على مدى إدراك المسيرين للدور الذي قد تلعبه محاسبة التكاليف و إمكانية تطبيقها والاستفادة من مخرجاتها في الواقع العملي للمؤسسات الاقتصادية
- الإشارة إلى الأهمية النسبية لمحاسبة التكاليف ومتابعتها في تفعيل سياسة البيع في المؤسسات الاقتصادية.
- التعرف على كيفية الاستفادة من التقنيات و الأدوات لمحاسبية والتكنولوجيات من الضبط الجيد والمحكم للتكاليف وترشيدها بما يحقق حافز لخلق سياسة بيعية مربحة.
- تقديم توصيات للقيادات المؤسسات المبحوثة تبين مستوى العلاقة بين محاسبة التكاليف وبين سياسة البيع للعمل على تطوير وتحسين أداء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لتحقيق التميز والازدهار
- ابراز وتوضيح المعارف الخاصة بمحاسبة التكاليف في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية محل الدراسة.

## دوافع اختيار الموضوع :

توجد أسباب ودوافع عدة لاختيار موضوع الدراسة منها :

أسباب شخصية : تمثلت في اهتمامي بالبحث وانجذابي لدراسة هذا الموضوع نظريا وتطبيقيا ,وبذلك اكون قد اضفت إسهامات جديدة للموضوع من حيث الجانب المعرفي و التطبيقي حول المنشآت المدروسة الناشطة بأدرار

أسباب موضوعية: وتمثلت فيما يلي :

- ✓ إعتبار الموضوع يدخل ضمن إطار تخصص المالية والمحاسبة العامة
- ✓ اعتبار الموضوع من المواضيع الحديثة التي ستولى إهتماما واسعا مستقبلا
- ✓ محاولة إسقاط الدراسة النظرية على الواقع و الخروج بنتائج تثري جانب البحث و التطوير
- ✓ استحداث الأساليب و السياسات المستعملة في هذه المنشآت

## حدود الدراسة :

- ✓ عينة الدراسة : اقتصرت على العاملين في قسم المحاسبة داخل المؤسسات الاقتصادية
- ✓ المجال الزمني : أجريت الدراسة خلال 2020/2/2 الى 2020-05-24
- ✓ المجال المكاني : أجريت الدراسة بمؤسسات داخل ولاية " أدرار " فقط
- ✓ المجال الموضوعي : التركيز على معرفة دور محاسبة التكاليف في تحديد سعر البيع

## المنهج المتبع :

تم الاعتماد على المنهج التحليلي الوصفي ,حيث اعتمدنا على الكتب و البحوث العربية وكذا الأجنبية وكذا الدراسات السابقة التي لها صلة بالموضوع بغرض تكوين إطار نظري للموضوع ، إبراز

## مقدمة عامة

وتوضيح متغيرات الدراسة المبحوثة ، أما في الجانب التطبيقي فقد اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة واستخدم الأسلوب التحليلي بهدف تحليل بيانات الدراسة و كذا الطرق الإحصائية الملائمة لذلك باختبار فرضياتها باستخدام برنامج SPSS

### صعوبات الدراسة :

- واجهتنا بعض الصعوبات أثناء إعداد هذه الدراسة تعلقت بالإطار النظر و التطبيقي من أهمها :
- محدودية الدراسات الأكاديمية المتخصصة التي تناولت الموضوع في حدود علم الباحثين
- ضيق الوقت وقلة وسائل التنقل
- تفرع وتشعب موضوع الدراسة من الناحية النظرية
- عدم اهتمام غالبية أفراد العينة بالاستبيان بسبب الثقافة السائدة في مؤسساتنا الاقتصادية

### تقسيمات هيكل الدراسة

- من أجل دراسة هذا الموضوع و الإجابة على إشكالية البحث و اختبار الفرضيات ومحاولة الإحاطة بجميع جوانب الموضوع ، قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين ، فصل نظري و آخر تطبيقي وفق ما يلي :
- الفصل الأول : الأدبيات النظرية لعلاقة محاسبة التكاليف بسعر البيع
  - الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

## الفصل الأول

الأدبيات النظرية لعلاقة محاسبة

التكاليف بسعر البيع

**تمهيد:**

إن التطور المتسارع الذي شهدته المحاسبة بفضل التقدم العلمي و تطور معايير المحاسبة الدولية ولمواكبة هذه المتطلبات المختلفة للمؤسسات تجلى مدى الدور الذي تلعبه محاسبة التكاليف التي هي إحدى أهم فرع من فروع المحاسبة يختص بتكاليف دون سواها في المؤسسات ، كونها أهم لتقنيات الحديثة في مجال الإدارة والتسيير ، خصوصا ما يتعلق بجانب الإنتاج والتسويق .

فمحاسبة التكاليف لها دور أساسي في تحليل التكاليف وتحدد سعر تكلفة تحديد سعر التكلفة المنتجات واتخاذ القرارات المناسبة للمؤسسة

ولتمكين المسيرين من معرفة مختلف التكاليف التي تتحمل وطأتها ، وتصنيف تكاليف كل قسم أو نشاط على حدى ، فمحاسبة التكاليف هي أفضل أداة قد تتاح لمسيرين نظرا لحداتها ومواكبتها لجل التغيرات التي مست المؤسسات على وجه الخصوص و الاقتصاد بشكل أعم

بغرض اتخاذ القرار بما يتيح إعطاء صورة تعكس سعر البيع الذي تحدده المؤسسة لمنتجاتها بما يضمن تحقيق أهدافها و وضع سعر في متناول للمحافظة على زيائنها

ولهذا المبتغى قسمنا فصلنا هذا إلى مبحثين رئيسيين هما :

**المبحث الأول:** المفاهيم النظرية لمحاسبة التكاليف وسعر البيع

**المبحث الثاني:** الدراسات السابقة .



## المبحث الأول: المفاهيم النظرية لمحاسبة التكاليف وسعر البيع

باعتبار ان محاسبة التكاليف من بين أهم الأدوات لتحليل بعض المعلومات والبيانات المحصلة من المحاسبة العامة بعد تبويبها وتصنيفها بما يتيح للإدارة الاستفادة منها في التخطيط والتسيير . في حين أن سعر البيع يعكس نجاعة سياستها التسويقية بما يخدم تحقيق أهدافها لذا يتوجب على المؤسسة الاقتصادية وضع سياسات وقرارات ملائمة بما يحافظ على حصصها السوقية واستمرارها .

## المطلب الأول: مفاهيم نظرية حول محاسبة التكاليف وسعر البيع

حيث يتضمن هذ الفصل فرعين رئيسيين هما :

### الفرع الأول : مفاهيم حول محاسبة التكاليف

إن محاسبة التكاليف هي احد فروع المحاسبة المالية ، تجلت نتيجة لزيادة المتطلبات من قبل المستقدمين الداخليين و الأطراف الخارجية إلى بيانات كانت المحاسبة المالية عاجزة عن تقديمها وسوف نتطرق في المطلب الأول إلى مفهوم محاسبة التكاليف وأهدافها ووظائفها وعلاقة محاسبة التكاليف بنظيرتها المالية .

### . أولاً: مفاهيم محاسبة التكاليف

يطلق مصطلح محاسبة التكاليف على " مجموعة الأساليب والطرق المستخدمة في تحديد تكلفة الوحدة المنتجة أو عملية من العمليات أو أحد المشروعات "، ونتيجة لظهور الثورة الصناعية وما صاحبها من الإنتاج الكبير ، أصبحت عوامل الإنتاج غير متوفرة بالقدر اللازم والوقت المناسب أمام المشروعات الكبيرة، مما أدى الى ضرورة استخدام عوامل الإنتاج التي يتم الحصول عليها استخدام أمثالا. ولكي يتم هذا كان لابد من إيجاد وسيلة أو أداة يمكن من خلالها الرقابة على استخدام هذه العوامل ،لذا ففي تلك الفترة بدأ المحاسبون والمنظمات المهنية للمحاسبين بالتفكير في تطوير المحاسبة المالية لكي تتناسب احتياجات الإدارة في الرقابة على عوامل الإنتاج ، حيث ظهر في تلك الفترة عجز المحاسبة المالية عن تلبية احتياجات الإدارة والتي منها:

1. البيانات التفصيلية لتكاليف الوحدة الواحدة المنتجة .

2. البيانات التفصيلية عن عناصر التكاليف الخاصة بالبيع والتوزيع لكل سلعة

3. المعلومات الخاصة بمدى تغير التكلفة مع تغير حجم الإنتاج

4. التغير في سعر البيع نتيجة التغير في تكلفة أحد عناصر الإنتاج

إضافة إلى تحديد الأرباح المتحققة من كل سلعة أو أمر إنتاجي مقارنة بالإيرادات الكلية كل هذه التساؤلات وغيرها كانت المحاسبة المالية عاجزة عن الإجابة عليها لذا ظهرت الحاجة إلى علم محاسبي جديد هو محاسبة التكاليف ولكن النظر إلى محاسبة التكاليف كنظام يهدف إلى توفير البيانات التكلفة لغرضين أساسيين هما

• إعداد القوائم المالية

- لغرض تزويد الإدارة بالمعلومات التي تفيد في مجالات التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات وبهذا الصدد كثير ما يحدث خلط بين المصطلحات, التمييز بين التكاليف والأعباء والمصاريف.
- التكاليف : هي مجموعة الأعباء التي يتحملها المنتج أو خدمة انطلاقا من البداية إلى غاية نهاية جمع العمليات أو المراحل اللازمة لصنعه أو لإنتاجه (رحال، 1992).
- مفهوم الأعباء : هي جزء من التكاليف أو عنصر من عناصرها وهي عادة قيم حسابية فقط يستعان بها في تحميل التكاليف أو توزيعها على المنتجات أو الخدمات
- مفهوم المصاريف : هي نفقات حقيقية مالية تخرج من صندوق المؤسسة مقابل سلع , مواد أو خدمات (رحال، 1992)

### 1) - مفهوم المحاسبة التكاليف في الاجتهادات الغربية: توجد عدة تعريفات منها :

- أما T Horengern فيرى أن محاسبة التكاليف هي :المحاسبة الإدارية مضافا إليها جزء من المحاسبة المالية بالمدة الذي يجعل من محاسبة التكاليف قادرة على توفير معلومات تساعد في إكمال متطلبات التقارير المالية المطلوبة للجهات الخارجية من مستثمرين ومقرضين وجهات حكومية (سعاد، 2013)
- ما Lasary عرفها على أنها نظام معلومات داخلي خاص بهيكل المؤسسة وطبيعتها و محيطها .يسمح للمسيرين بمتابعة تطور التكاليف و أسعار التكلفة و , باتخاذ مجموعة من قرارات التسيير (Y, 2007)

### 2) - مفهوم المحاسبة التكاليف في الاجتهادات العربية:

- يذهب Maher إلى أنها حقل من حقول المحاسبة الذي يهتم بقياس وتسجيل والتبليغ عن المعلومات التكاليفية (التكريتي، 2009).
- ويمكن تعريفها أنها أحد فروع المحاسبة المالية وأداة تحليلية تحكمها مجموعة من المبادئ و الأصول المحاسبية لما هو مثبت من مبالغ مالية في المحاسبة المالية لعناصر التكاليف وربط هذه العناصر بمراكز الكلف من أجل تحديد تكلفة الوحدة في كل قسم إنتاجي تمر عليه , والرقابة على هذه العناصر ومساعدة الإدارة في التخطيط والرقابة و اتخاذ القرار. (الرزق، 2013)

- 3) - المفهوم الشامل : تتضمن البيانات الإحصائية وتطبيق طرق الرقابة على التكاليف وتحديد ربحية الأنشطة سواء المنفذة أو المخططة وينظر إليها على أنها توظيف مبادئ وطرق و أساليب التكاليف لخدمة وممارسة الرقابة على التكاليف وتحديد الربحية وتتضمن عملية تقديم عملية المستمدة من ذلك لاتخاذ القرارات الإدارية . (الرزق، 2013)

- 4) تعريف المحاسبة التكاليف :إذن يمكن القول بأن "محاسبة التكاليف هي حقل من حقول المحاسبة المالية وأداة من أدوات التسيير تهتم بالدرجة الأولى بدراسة وحساب التكاليف ومراقبتها لمختلف الوظائف الممارسة من طرف المؤسسة , وتمتد المسيرين بمعلومات عن التدفقات الداخلية للمؤسسة بغرض اتخاذ قرارات التسيير الناجعة " .

### ثانيا :أهداف محاسبة التكاليف

- تسعى محاسبة التكاليف إلى خدمة مجموعة متعددة من الأهداف باعتبار ما تشتمل عليه من أساليب وإجراءات أنها أداة وليست غاية , فينبغي أن تعمل على تحقيق الأهداف التالية (ساقى، 2008):
- (1)- تحديد كلفة الإنتاج واحتساب كلفة كل عنصر من عناصر الإنتاج كالمواد الأولية والأجور والمصاريف الأخرى
  - (2)- تحديد كلفة الإنتاج التام والإنتاج تحت التشغيل آخر المدة الأغراض إعداد الحسابات الختامية والميزانية العمومية
  - (3)- مساعدة الإدارة و تحديد الأسعار وفي رسم السياسات السعرية السليمة للمنتجات أو الخدمات المختلفة التي تقوم الشركة بإنتاجها أو تقديمها.
  - (4) - توفير المعلومات الضرورية للإدارة من أجل تمكينها من القيام بوظائفها المختلفة من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة
  - (5)- توفير المعلومات الضرورية للإدارة الأغراض اتخاذ القرارات عن طريق المفاضلة بين البدائل المختلفة، وكذلك لتقييم أداء الوظائف المختلفة في الشركة
  - (6)- توفير المعلومات الضرورية لإعداد الموازنات التخطيطية، والرقابة على عناصر التكاليف وترشيد استخدامها، واستغلال الطاقة الإنتاجية المتاحة من أجل تخفيض التكاليف وتحقيق الكفاءة الإنتاجية، وزيادة ربحية الشركة

### ثالثا : وظائف محاسبة التكاليف

**الوظيفة التسجيلية:** الإثبات الفعلي أو التاريخي للأحداث ذات الطابع لتكالييفي و التي نستخرجها من الوثائق و المستندات و تتم على الإثبات في السجلات و دفاتر التكاليف .

**الوظيفة التحليلية:** تعكس التعامل مع البيانات و المعلومات التكاليفية لاستخلاص النتائج و تفسير الأحداث فهي تتولى فحص ومتابعة كل عنصر من عناصر الإنفاق وتحديد طبيعة ونوع استخدام ونمط سلوكه و ارتباطه بوظائف المشروع أو الإنتاج أو المبيعات (خيل، 1999)

**الوظيفة التفسيرية الإخبارية:** القيام بصياغة النتائج العملية إنشاء التسجيل و التحليل و الرقابة في شكل قوائم وتقارير توضع أمام الإدارة بما حدث من وقائع تكاليفي وتفسر لها تفسيراً علمياً مدلول هذه الوقائع الرقابية: من خلال تحديد المعايير لكل عنصر من عناصر التكلفة ولكل مركز تكلفة ما ينبغي أن تحتاجه الوحدة المنتجة ومقارنة هذه المعايير بما ينفق فعلاً و لكل عناصر التكلفة وتحديد الانحرافات بأنواعها سواء كانت ملائمة أو غير ملائمة لأن الانحرافات الملائمة قد تكون مثلاً ملائمة ظاهرياً لكن بالحقيقة هي انحرافات غير ملائمة (التكريتي، 2009)

### رابعا : علاقة محاسبة التكاليف بالمحاسبة المالية:

إن لمحاسبة التكاليف علاقة وثيقة بفروع المحاسبة الأخرى فعلى سبيل المثال، نلاحظ ان محاسبة التكاليف تقوم بتزويد المحاسبة المالية بتكاليف المخزون من الإنتاج التام و الإنتاج تحت التشغيل آخر المدة بغرض إعداد الحسابات الختامية والميزانية العمومية.

أوجه التشابه بين محاسبة التكاليف والمحاسبة المالية :

(1)- كلاهما يعتمدان على مصادر تسجيل واحدة من مستندات ووثائق لذلك فإن النتائج الفعلية بينهما تكون متطابقة .

(2)- كلاهما يتعامل مع بيانات فعلية تاريخية عن نشاط الشركة مع ملاحظة أن محاسبة التكاليف تتجاوز البيانات الفعلية التاريخية في مجالات معينة لتتعامل مع تقديرات مستقبلية

(3)- كلاهما يحققان الرقابة على عمليات الشركة وتظهر النتائج الفعلية لنشاطها, مع ملاحظة أن المحاسبة المالية تظهر هذه النتائج بصورة إجمالية ، بينما تظهرها محاسبة التكاليف تحليلية تفصيلية.

أوجه الاختلاف بين محاسبة التكاليف والمحاسبة المالية :

✓ المستفيد من بيانات المحاسبة المالية هي الأطراف الخارجية المتمثلة بالمستثمرين و المقرضين و الدائنين ، أما محاسبة التكاليف فهي موجهة للأطراف الداخلية المتمثلة بإدارة المشروع نفسه وأقسام المشروع

✓ صفة المعلومات المقدمة من المحاسبة المالية بيانات مالية ومتعلقة بالنفقات والإيرادات و إجمالية إضافة الى أن بياناتها تتصف بالموضوعية وقابليتها للتحقق لأنها بيانات تاريخية عكس، أما بيانات محاسبة التكاليف فهي ليست فقط مالية ، وإنما مالية وكمية وتفصيلية تحليلية وتتعلق بالتكاليف وتتسم بالمرونة

✓ فترة المحاسبة المالية عادة تكون لسنة مالية وتكون الكلف في القوائم المالية بشكل إجمالي لكل الوحدات المنتجة ، أما فترة تقرير محاسبة التكاليف فتكون قصيرة وبشكل دوري ومستمر وتتوقف على الهدف من إعدادها (التكريتي، 2009)

### الفرع الثاني : مفاهيم حول سعر البيع

حيث يعالج مفهوم و أهمية ومتطلبات ومراحل التسعير ومبينا أهم العوامل المؤثرة به إضافة إلى علاقته مع محاسبة التكاليف

فهو يعتبر السعر إحدى أهم مكونات المزيج التسويقي وأكثرها مرونة ، لأنه يمكن أن يتغير بسرعة مقارنة مع العناصر الأخرى فسعر البيع المصدر الأساسي لتحقيق الأرباح والحصول على تدفقات نقدية داخلية ، لذا فإن قرار التسعير أو رسم سياسة تسعيرية ناجحة يعتبر من بين أهم القرارات الممكن اتخاذها نظرا لحيوية وحساسية السعر، فنجاح المسيرين في اتخاذ قرار التسعير على وجهه الأمثل يساهم في تحقيق الربح وتعظيمه ما ينعكس إيجابا على المكانة التنافسية للمؤسسة في السوق ، وخلاف ذلك قد يؤدي إلى انخفاض الأرباح وحجم المبيعات وقد تفقد بعض عملائها ناهيك عن خسارة جزء من حصتها السوقية وفقدان المكانة التنافسية.

ويعزى العسر الذي يكتسي قرار التسعير في كيفية ترجمة المضمون السلعي أو الخدمات إلى قيمة نقدية تلخص مختلف عناصر المزيج وتراعي الطلب والعرض وتكتسي نوع من المرونة في حال تغيرات الأسعار

**أولا : تعريف سعر البيع**

وله مفاهيم عديدة بتعدد الاتجاهات العلمية و النظرية بحيث يمكن القول أنه :

السعر بالمفهوم الضيق: هو مبلغ من النقود يتم دفعه في مقابل الحصول على منتج محدد "سلعة أو خدمة"

أما السعر بالمفهوم الواسع: "فهو مجموع القيم التي يتم دفعها في مقابل الحصول على المنافع التي تتحقق من امتلاك أو استخدام المنتج " (فارة، 2010).

فيما ذهب كوتلر و زملاءه " Kotler,etal,1999 " إلى تعريف السعر بأنه كمية النقد المدفوعة مقابل سلعة أو خدمة أو كم من القيم التي يبادلها المستهلك بالنقد من أجل الحصول على المنافع التي يحملها المنتج المستعمل من قبل المستهلك، ويركز هذا التعريف على كمية النقد المدفوعة من أجل الحصول على المنافع,فهو يربط بين المنفعة المتوقعة والنقد المدفوع من قبل المشتري للمنتج. (الجياشي، 2004)

وبناء على ما ورد فإن السعر بمعناه البسيط هو انعكاس لقيمة شيء ما خلال فترة زمنية معينة.

ومنه يمكن القول أنه : تكلفة الإنتاج مضافا إليها هامش الربح المرغوب في تحقيقه

**ثانيا :أهمية التسعير:**

يولي المشتري بالغ الأهمية للسعر تبعا للعائد المترتب من اقتناء المنتج ومدى تحقيقه للإشباع المطلوب,وهل ما يتم دفعه مقابل الخدمة يماثل المنفعة المترتبة أم لا ؟

ومن بين أهم صورها (فارة، 2010):

- (1)-**أهمية التسعير على مستوى الاقتصاد:** إن التسعير هو أحد الركائز والعناصر المهمة لأي اقتصاد في أية سوق و أية دولة، إذ أن أساس أي اقتصاد يقوم على مجموعة من السلع والخدمات, وهذه السلع و الخدمات لا يمكن التعاطي م معها بمنظور اقتصادي إلا إذا تم تحديد سعر كل منها
- (2)-**أهمية التسعير على مستوى المنظمة :**

إضافة إلى أهمية التسعير على مستوى الاقتصاد ككل، فإن للسعر أهمية كبيرة على مستوى المنظمة، إذا يتم استخدام عملية التسعير كأداة لتحقيق أهداف المنظمة على المستوى العام وعلى مستوى وحدات الأعمال الاستراتيجية SBU's وعلى المستوى الوظيفي و التشغيلي .

وتستخدم المنظمة عملية التسعير في تجزئة السوق بحيث تستهدف بكل سعر قطاعا سوقيا محددا, وتتيح عملية التسعير للمنظمة إمكانية تحديد حجم الطلب على منتجاتها, ويجري التحكم في كثير من الحالات بحجم الطلب من خلال عملية التسعير ويتم ذلك من خلال استخدام العلاقة بين السعر و الكمية المطلوبة، مع مراعاة مرونة الطلب السعرية , و السعر هو الأداة التي تستخدمها المنظمة في تحقيق الإيرادات و الأرباح ,إذا يتم تحديد هامش زيادة فوق تكاليف المنتج لتحقيق الأرباح المخططة .

وفي ظل فترات تقلب الأعمال Business Flux فإنه من الأغلب فيبدو أن هنالك قواعد جديدة للمنافسة، ولكن ومع ذلك، فإن عملية تحقيق القيمة الاقتصادية المناسبة للمنظمة أصبحت مرة جديدة في الحكم النهائي Final Arbiter لنجاح الأعمال والقيمة الاقتصادية هي لا شيء Nothing إذا انعدمت الفجوة Gap بين السعر والكلفة، ويمكن الاعتماد بصورة أساسية على الربحية المستدامة Sustained Profitability في

قياس تحقق القيمة الاقتصادية المناسبة للمنظمة ، ولذلك فإن الربحية تظل قيمة جوهرية للحكم على نجاح المنظمات سواء الاقتصاد المعرفي أو الاقتصاد التقليدي

3- أهمية التسعير على مستوى الزبون: للسعر أهمية كبيرة للزبون، فأسعار المنتجات (التي يهتم بشرائها الزبون) هي مؤشرات أساسية تعبر عن الدخل الحقيقي لهذا الزبون والدخل الحقيقي هو مجموعة المنتجات (سلع وخدمات) التي يتمكن الزبون من شرائها باستخدام الدخل النقدي ، ويختلف هذا الدخل من سوق إلى سوق ومن وقت إلى آخر باختلاف أسعار المنتجات المطروحة في الأسواق وتوسع الكثير من الدول إلى وضع آليات تكفل طرح المنتجات الأساسية للزبائن بأسعار مناسبة تتوافق من قدراتهم الشرائية وتتيح لهم شراء الكميات الكافية من هذه المنتجات أي أن مستوى رفاهية الفرد في المجتمع يتأثر بمستوى أسعار المنتجات (سلع أو خدمات) في ذلك المجتمع ومما سبق يمكن القول أن التسعير يلعب دورا أساسيا ويحظى بأهمية كبيرة على مستوى الاقتصاد القومي وعلى مستوى المنظمات وعلى مستوى الزبائن.

### ثالثا: متطلبات ومراحل تحديد السعر:

تمر عملية تحديد السعر للسلعة أو الخدمة بعدد من المراحل والتي من خلالها يتم تجنب الكثير من حالات عدم التأكد المرتبطة بقبول أو عدم قبول السعر المفروض عليها من وجهة نظر المشتري الحالي أو المحتمل وكما يلي (عبيدات، 2014):

#### 1. أهداف التسعير :

تشكل عملية وضع أهداف التسعير لهذه السلعة أو الخدمة المهمة الأساسية للمخططين الاستراتيجيين. ذلك أن تحديد أهداف التسعير بوضوح وبشكل مرن تساعد المخططين لوضع الأطر النظرية والسياسات الواقعية الخاصة بالتسعير عمليا ، تقوم إدارات التسويق في المؤسسات بوضع وتطوير أهداف التسعير التي تتناسب وتتوافق مع الأهداف العامة لتلك المؤسسات والمنوي إتباعها خلال فترات زمنية معينة وكما يلي.

أ. البقاء: يعتبر هدف البقاء أو الاستمرار الهدف العام الأول لكافة المؤسسات أو الشركات . ذلك أن المؤسسات تقوم أو تؤسس لتستمر ما دامت عوامل البقاء والاستمرار مصونة أو مضمونة . كما أن هذا الهدف يساعد المؤسسات في إبقائها في العمل الأساسي لها ، وبالرغم من أن بعض المؤسسات قد تتحمل بعض الخسائر في البداية من أجل ضمان استمرارها لاحقا، إلا أنها تضع بعض الشروط الكفيلة لمنع أية خسائر مؤلمة لها في مراحل تأسيسها الأولى. أيضا تقوم المؤسسات المعنية على وضع تلك الأسعار المرنة والتي يمكن تعديلها خاصة إذا استجدت أية ظروف طارئة ومؤثرة على العمل في تلك المؤسسات. على سبيل المثال قد تضطر شركة ما تنتج سلعة استهلاكية تسويقية إلى تخفيض السعر إلى الحد الذي يمكن أن تتساوى مع التكاليف الكلية للوحدة الواحدة وذلك من أجل ضمان تحقق هدف البقاء. بشكل عام يعتبر هدف البقاء والاستمرار الهدف الأساسي والأول والذي تشتق منه باقي الأهداف الخاصة بالسعر

ب. الربح: يعتبر تحقيق الربح من الأهداف الأساسية التي تسعى مختلف المؤسسات للعمل على إنجازه وذلك بهدف ضمان بقائها وتسديد التزاماتها المترتبة عليها .

وبالتالي فان تحقيق هذه الهدف يعتبر مطلباً أساسياً للمساهمين أو المالكين لهذه المؤسسات. عملياً توجد صعوبة كبيرة في وضع تعريف واضح لهذا الهدف وخاصة إذا أخذنا في الاعتبار هدف تحقيق الربح في الأجل القصيرة أو المتوسطة أو الطويلة ، بالإضافة إلى عدم وجود معايير متفق عليها في عمليات التسعير.

أيضاً يمكن النظر لهذا الهدف من خلال التعرف على درجة الرضا أو عدم الرضا المتحققة لدى شرائح المستهلكين التي تشتري هذه السلعة أو الخدمة بالإضافة إلى تحديد كافة العوامل المؤثرة على تحقق هذا الهدف أم لا وتوضيح العوامل الأساسية التي تعمل على تحقيق هدف الربح بطريقة أسرع أم لا؟ بشكل عام، يعتبر هدف تحقيق الربح من الأهداف المشروعة للمؤسسات والتي تسعى إلى تحقيقها أو إنجازها بشكل تدريجي يحقق التوافق بين هدفي البقاء والاستمرار للمؤسسات العاملة من جهة ورضا المشتريين المستهلكين من جهة أخرى.

**ج. العائد على الاستثمار:** ومن الأهداف شائعة الاستخدام في المؤسسات المعاصرة العمل على تحقيق نسبة عائد مربحة على الأموال التي يتم استخدامها أو استثمارها في هذه الناحية أو تلك.

**د. الحصة السوقية:** بشكل عام المقصود بالحصة السوقية تلك العلاقة بين المبيعات المتحققة لسلعة أو خدمة معينة منسوبة للمبيعات الكلية لكافة المؤسسات التي تبيع نفس السلعة أو الخدمة وتحت مسميات مختلفة. وبناء عليه تقوم المؤسسات بالسعي لتحقيق حصص سوقية محددة وبنسب معينة كهدف لا بد من تحقيقه من خلال ممارسة كافة الأنشطة التسويقية الموضوعة للمساعدة في الوصول إلى الهدف.

**هـ . التدفق النقدي:** كما يعتبر ضمان عملية التدفق النقدي الداخل للمؤسسات من الأهداف الأساسية التي تسعى لتحقيقها إدارات عديدة ومنها إدارتي التسويق والمالية وذلك للوفاء بالالتزامات المترتبة التي تترتب على المؤسسة نتيجة عمليات الإنتاج والتشغيل والتسويق وغيرها وفي الكميات والأوقات المناسبة.

كما يعتبر تحقيق أهداف التدفق النقدي بمستويات محددة وسيلة فعالة وأساسية للمؤسسات العاملة لاستعادة أكبر جزء ممكن من التكاليف التي يتم التعهد بدفعها للمتعاملين معها وخلال فترات زمنية متفق عليها. كما قد يكون التدفق النقدي كهدف للتسعير هاما في بعض المواقف حيث بالالتزامات حتمية ولا بد من الوفاء بها ضمن التوقيتات المتفق عليها وقد لا يكون ملحا إذا كانت فترات السداد أو الوفاء بالالتزامات تأخذ فترات زمنية أطول.

**2. دراسة الأسواق المستهدفة:** من الأمور الأساسية التي تسبق وضع السعر النهائي لهذه السلعة أو الخدمة تلك المرتبطة بدراسة الخصائص الديموغرافية والنفسية للمستهلكين الحاليين والمحتملين وغيرهم وذلك بهدف تحديد العوامل الديموغرافية - كالدخل الشهري للفرد أو الأسرة والنفسية الأكثر تأثيراً في عملية التحديد أو الوصول للسعر النهائي المقبول للسلعة أو الخدمة. كما يهدف هذا النوع من الدراسات إلى التعرف على مشاعر وآراء ومواقف المستهلكين ومن كافة الأنواع حول الأسعار الحالية لكافة الماركات من السلعة أو الخدمة والبناء عليها عن وضع الأسعار في المراحل اللاحقة تخفيضاً أو رفقا. يضاف إلى ذلك أن نتائج دراسة الأسواق المستهدفة لا بد أن تحدد فيما إذا كانت هناك حاجة أو رغبة لشراء السلعة أو الاستفادة من

الخدمة ومقدار هذه الحاجة ومقدار التأثير المحتمل لكافة السلع أو الخدمات المنافسة ، وتجدر الإشارة هنا أنه لا بد من تحديد واضح لتوقعات المشتريين الحاليين والمتوقعين للسلعة أو الخدمة. ذلك أن تحديد مستويات سعرية تتفق مع توقعات مختلف شرائح المستهلكين قد يساعد المؤسسات المعنية الوضع الأسعار الأكثر تقبلا وملائمة للمشتريين أو المستهلكين.

**3. الطلب وجداوله وتقلباته ومرونته:** من المعروف أن تحديد كمية الطلب على السلع أو الخدمات أو الماركات منها يقع من ناحية المسؤولية على أطراف عديدة داخل المؤسسة ومنها إدارات التسويق و الإنتاج بالإضافة إلى الإدارة المالية وبموافقة الإدارة العليا. ذلك أن تقدير حجم المبيعات المتوقع خلال فترة زمنية محددة هو المدخل العملي لفهم وتقدير حجم الطلب الكلي لأن تلك

التقديرات العلمية للمبيعات تساعد في توضيح العلاقة بين سعر السلعة أو الخدمة والكمية المطلوبة فيها. أما بالنسبة لجداول الطلب فتوجد علاقة عكسية بين السعر المفروض والكميات المطلوبة من السلع والخدمات ، على سبيل المثال كلما زادت الكميات المطلوبة من ماركة سلعية أو خدمية كلما أدى إلى انخفاض سعرها. ومن الناحية الأخرى كلما ارتفع سعر السلعة أو الخدمة كلما أدى ذلك إلى تناقص في الكميات المطلوبة منها لكن مع ثبات أو استقرار حاجات وإمكانات المستفيدين أو المشتريين، بالإضافة إلى تأثير العوامل البيئية الخارجية والداخلية الأخرى. كما توجد أيضا عدة أنواع من الطلب خاصة تلك التي ترتبط بالسلع والخدمات المدركة على أنها ذات سمعة جودة عاليتين . على سبيل المثال قد تكون العلاقة بين السعر والكمية المطلوبة من السلع الفاخرة ذات الجودة العالية حيث يكون الطلب مرتفعا في بعض البلدان بالرغم من ارتفاع الأسعار. أما تقلبات الطلب فترتبط بموضوع تأثير حجم الطلب على الماركة السلعية أو الخدمية بعدد من العوامل كمواقف المشتريين المحتملين ومدركاتهم وتوقعاتهم إلى جانب تأثير بعض عناصر المزيج التسويقي بالإضافة إلى تأثير العوامل البيئية الخارجية والتي لا يمكن السيطرة عليها بسهولة وخاصة في المؤسسات المتوسطة الصغيرة.

يضاف إلى ذلك إلى أنه بالرغم من أن تقلبات الطلب التي قد تحدث بطريقة لا يمكن التنبؤ بها في أحيان عديدة إلا أن معظم المؤسسات يتوجب عليها إجراء سلسلة من الممارسات الهادفة للتكيف والتعديل في برامجها الإنتاجية والتسويقية وبما يتفق وحجم الطلب الكلي على الماركة السلعية أو الخدمية وباعتبار وتقدير كامل لتأثير العوامل الاقتصادية والاجتماعية والقانونية والتكنولوجية المحيطة بعملها. كما أن النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة والتي حدثت نتيجة تغير نسبي في السعر قد تكون أكبر في حالة الطلب المرن منها بالمقارنة من حالة الطلب غير المرن حيث يتصف الطلب على الماركة السلعية أو الخدمية كالكهرباء بأنه غير مرن.

**4. تحليل الطلب والتكلفة والربح المتوقع:** من المعروف أن المؤسسات تحدد عدة مستويات من الأسعار وذلك من أجل تغطية التكاليف التي أنفقتها لإنتاج السلع والخدمات بشكل نهائي. بشكل عام هناك أسلوبين يمكن استخدامهما لتحليل وفهم العلاقة بين الطلب والكلفة والربح وكما يلي:



أ. تحليل نقطة التعادل: يمكن النظر لنقطة التعادل على أنها تلك النقطة التي تتساوى فيها التكاليف الكلية لإنتاج الماركة السلعية مع الإيرادات التي سيتم تحقيقها بعد بيعها للمستهلكين في الأسواق المستهدفة.

ب. التحليل الحدي: تتركز عملية التحليل الحدي على أساس أن نقطة الربح القصوى هي النقطة التي تتساوى فيها التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي. بشكل عام يمكن النظر للإيراد الحدي بأنه ذلك التغير في الإيراد الكلي والذي ينتج أو يتم التوصل إليه بعد بيع وحدة إضافية أخرى من الماركة السلعية أو الخدمة.

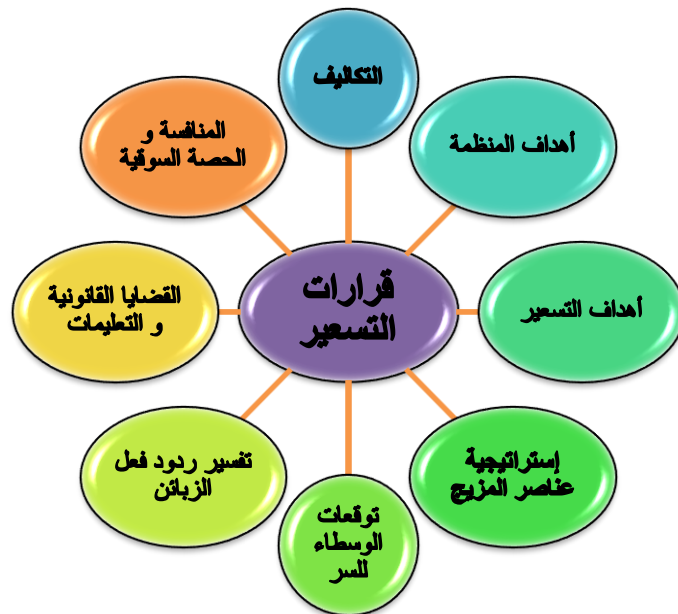
ج- تحليل أسعار المنافسين: وينبغي للقيام بذلك توفير قاعدة معلوماتية واسعة عن تكاليف وإيرادات المنافسين الرئيسيين في الصناعة، وبناء عليه تقوم الجهات المختصة بإدارات التسويق في المؤسسات الصناعية والتسويقية بمهمة جمع هذه المعلومات من مختلف المصادر الداخلية والخارجية وتحليلها وبيان نقاط الضعف والقوة فيها بالنسبة لكل منافس رئيسي، وعلى أساس المعلومات والبيانات المجمعة توضع الأسعار المقبولة من قبل المشتريين النهائيين والصناعيين

هـ- اختيار سياسة التسعير: تعتبر سياسة التسعير الدليل العلمي الذي يجب أن يوضح المضامين الشكلية والمادية لسياسة السعريّة التي سيتم إتباعها من قبل هذه المؤسسة بالإضافة إلى الأهداف المعنوية تحقيقها من قبل السياسة السعريّة، باختصار تعتبر السياسة السعريّة البرنامج العملي الذي تقوم مؤسسة ما بالالتزام بتطبيقه لتحقيق الأهداف السعريّة الموضوع

#### رابعاً: العوامل المؤثرة في سياسة التسعير

يعد السعر عاملاً هاماً في التخطيط التسويقي، وتحليل السوق والتنبؤ بالمبيعات، فالسعر قضية هامة عند تقييم مكانة العلامة ومقارنتها مع مثيلاتها لعلامات المنافسين. ويمكن توضيح العوامل المؤثرة في اتخاذ قرار السعر في الشكل التالي (السويدان، 2010):

الشكل (01): نموذج العوامل المؤثرة في تحديد سعر البيع.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مرجع (السويدان، 2010)

من خلال هذا النموذج نرى أن الباحث ركز على مختلف العوامل الكامنة خلف تحديد السعر ( التكاليف . الأهداف، توقعات الوسطاء .. ) سواء داخلية أو خارجية حيث تحددتها درجة التحكم فيها ، حيث تكون ذات فائدة للمنظمة إلا إذا تم استخدامها من خلال مناهج واضحة المعالم، فهذا النموذج يقوم على أساس فرضية مفادها أن محاسبة التكاليف تعد ركيزة مهمة في تحديد القرارات التسعيرية إذا كانت مختلف متطلبات التسعير مستوفاة .

### المطلب الثاني: علاقة محاسبة التكاليف بسعر البيع :

تعتبر محاسبة التكاليف من أهم المواضيع في المحاسبة داخل المؤسسة إذ تعد ركيزة لا غنى عنها في ترشيد القرارات وتوفير المعلومات للإدارة بخصوص مختلف التكاليف التي تتحملها المؤسسة فيجل أنشطتها الممارسة فيما تعتبر التكلفة المحددة من خلالها من أهم الروافد في عملية التسعير وهذا يبين دور محاسبة التكاليف في حل مختلف المشاكل السعرية التي قد تواجه المؤسسة في حال اعتمادها العشوائية في التسيير .

وقد أثبتت محاسبة التكاليف منذ استخدامها لأول مرة في ت المؤسسات الصناعية دورها في المساعدة في اتخاذ مختلف القرارات خاصة في مجال التسعير وهذا تبعا للتطورات التي لحقتها والمرونة التي اكتسبتها. فبوجد نظام محاسبة تكاليف فعال يتيح للمسير إمكانية تحديد مختلف التكاليف بغرض بناء القاعدة الأساسية للأسعار(سعر مرجعي) و التحكم الجيد فيها بما يقتضي التعامل مختلف التغيرات فضلا عن المرونة في تحديد الأسعار المناسبة لمنتجات المؤسسة لغرض تسويقها و إفراح المجال لاستخدام مختلف أساليب السعرية لمجابهة المنافسة بما يمكن من رسم سياسة تسعيرية ناجحة . وبما أن قرار تحديد سعر بيع المنتج لا يقتصر على كونه مجرد قرار تسويقي أو تمويلي فقط بل يعتمد على كل الأنشطة ويعكس غالبا قدرة المؤسسة ف التحكم الجيد في مختلف تكاليفها، والإيرادات الداخلية ، وتحديد كمية الطلب على منتجاتها لذا يجب على متخذ القرار التسعير الإلمام التام بكيفية حساب المنتج و القدرة على مناقشة وتبرير النتائج المتوصل إليها وهذا راجع إلى كون التكلفة مرجع للسعر .

فمن خلال هذه المعلومات تبين لنا مدى قوة الرابط بين محاسبة التكاليف و سياسة التسعير حيث تعتمد هذه الأخيرة كمرجع من أجل اتخاذ قرار سليم ورسم سياسة تسعير ناجحة تساهم في تطوير المؤسسة.

### المبحث الثاني: الدراسات السابقة.

إن هذه الدراسة التي نقوم بها ليست هي الوحيدة أو الأولى في هذا الموضوع، بل سبقتها العديد من الدراسات تطرقت إلى نفس الموضوع أو جزء منه لذلك وجب التطرق إليها للإحاطة بالموضوع و لمعالجة هذه الدراسة، و نورد البعض من هذه الدراسات ضمن ما يلي في المطالب اللاحقة:

### المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة

**الدراسة الأولى :** مجيد نبو و محمد بن الدين , "مدخل التكلفة المستهدفة كأداة لترشيد قرارات التسعير في المؤسسة الخدمية, دراسة تطبيقية للشركة الجزائرية للتأمين CAAT مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية , المجلد 8 العدد 05 السنة : 2019

تمحورت إشكالية الدراسة حول :كيف يمكن استخدام مدخل التكلفة المستهدفة -كإحدى الأساليب الحديثة لخفض التكلفة وترشيد قرارات التسعير بالشركة الجزائرية للتأميناتCAAT؟ , فيما تمثلت أهدافها في بيان دور أسلوب التكلفة المستهدفة في ترشيد قرارات التسعير في قطاع التأمينات ومحاولة التعرف على الإطار العملي لاستخدام مدخل التكلفة المستهدفة كأحد أنظمة التكلفة الحديثة مستخدمين المنهج الرياضي الإحصائي ,فيما تم تقديم اقتراحات لقياس وتحديد سعر البيع الخدمة التأمينية باستخدام هذا المدخل فيما تمثلت النتائج في كون نظام محاسبة التكاليف المعتمد غير ملائم ومحدود فيما توصي هذه الدراسة بضرورة اعتماد قسم خاص بالتسويق على مستوى الوكالة تحت إشراف خبراء لدراسة السوق و اتجاهاتها في الجزائر

**الدراسة الثانية :مجدي الكبيحي بعنوان :**"مدى تطبيق التكلفة المستهدفة وهندسة القيمة كمدخل لتخفيض التكاليف في الشركات الصناعية المساهمة العامة الفلسطينية", مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 41، العدد 02 ، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين2014

حيث تمحورت إشكالية الدراسة إلى معرفة إلى أي مدى يؤدي تطبيق منهج التكلفة المستهدفة ومنهج القيمة كأداة لتخفيض التكاليف في الشركات الصناعية ،فيما تمثلت أهدافها التعرف على مدى توافر مقومات تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة في المؤسسات الصناعية المساهمة العامة الفلسطينية، وبيان مدى الإدراك لمفاهيم ومبادئ وأهمية استخدام مدخل التكلفة المستهدفة في إدارة تكاليفها، للحصول على منتجات بتكاليف أقل وبنفس الجودة .

وموضحة تأثير استخدام مدخل هندسة القيمة على تخفيض تكلفة المنتجات والتعرف على الصعوبات التي تحول دون تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة وأسلوب هندسة القيمة, معتمدا المنهج الإحصائي الوصفي وبغرض تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام استبانة لغرض جمع البيانات من أفراد العينة، التي تم توزيعها على المديرين الماليين ورؤساء الحسابات في المؤسسات والبالغ عددها (11) مؤسسة، وقد تمثلت عينة الدراسة التي تجاوبت مع الباحث (9) مؤسسات صناعية مساهمة عامة، وتم استخدام برنامج (SPSS) الإحصائية للعلوم الاجتماعية الحسابية لتحليل بيانات الاستبانة، بمختلف الاختبارات كالمتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الارتباط، مربع كاي للاستقلالية، تحليل التباين الأحادي و غيرها من الاختبارات , وقد أظهرت النتائج أنه يتوفر لدى المؤسسات الصناعية مقومات تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة، مما يدل على أن المؤسسات الصناعية الفلسطينية لديها البيئة المناسبة لتطبيق مدخل التكلفة المستهدفة، كما تبين أن المؤسسات تدرك مفاهيم ومبادئ وأهمية استخدام مدخل التكلفة المستهدفة في إدارة تكاليفها ولتحسين الربحية، وأنها تستخدم مدخل هندسة القيمة لتحقيق تخفيضاً في التكاليف وذلك للوصول إلى التكلفة المستهدفة. كما

أظهرت النتائج أن هناك بعض الصعوبات التي قد تواجهها المؤسسات عند تبنيها لهذا المدخل والتي أهمها، الكلفة المالية العالية التي تفوق عائد تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة وهندسة القيمة

**الدراسة الثالثة :** نضال بدر شيت ، السياسات التسعيرية وأثرها في رضا الزبون ، مجلة دورية نصف سنوية ، ايار 2014 ، المجلد السادس ، العدد الثاني عشر .

تمحورت إشكالية الدراسة حول ما إذا كانت المنظمات المبحوثة لديها فكرة عن التسعير و أهميته وطرقه ومدى انعكاسه على رضا الزبون أم لا ، كما أن هدف الدراسة في بلورة إطار نظري يضم القرارات الأكثر أهمية للتسعير ورضا الزبون أما أهمية البحث تنبع من أهمية عملية التسعير التي تقوم بها المنظمات كونه العنصر الأساسي و الوحيد الذي يربط المنظمة بالزبون ومن بين النتائج التي توصلت إليها الباحثة أن أن المنظمات المبحوثة تعتمد التكلفة كأساس للتسعير كما أنها لا تغير من الأسعار صعودا أو هبوطا كنتيجة للتغيرات التي تحصل .

**الدراسة الرابعة :** هادفي خالد ، "دور المحاسبة التحليلية في تحديد سياسة التسعير للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية " مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل

شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص محاسبة ، جامعة محمد خيضر - بسكرة 2012-2013  
تمحورت إشكالية الدراسة في البحث على " معرفة ما هو دور المحاسبة التحليلية في تحديد سياسة التسعير للمؤسسة الاقتصادية ، حيث تمثلت أهداف الدراسة في معرفة مدى إدراك المسيرين للدور الذي قد تلعبه المحاسبة التحليلية وإمكانية تطبيقها و الاستفادة من مخرجاتها في الواقع العملي للمؤسسة الاقتصادية خاصة الصناعية منها.

فيما تم اعتماد منهج التحليلي الوصفي ، حيث توصل الباحث من خلال دراسته إلى عدم توفر معظم المؤسسات الاقتصادية نظام محاسبة تحليلية ، إضافة لغياب واضح لأنظمة التسيير الحديثة نظرا لعدم الدراية بمنفعته أو الاعتقاد بعدم الجدوى منه .

**الدراسة الخامسة:** BOUKSSESSA Souhilakheira. La mise en place d un système de comptabilité analytique dans une entreprise ; mémoire de magister . universite 2009-2010

تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة كيفية التعامل مع مدا خيل الشركة وتحويلها إلى مخرجات ، كما أن البحث يهدف إلى دراسة محاسبة التكاليف و مكانتها في الأعمال الجزائرية مع ضرورة تحليل العلاقة بين المعلومات و النظام المحاسبي وتتمثل أهمية الدراسة حول إبراز المعلومات التفصيلية اللازمة لإدارة أكثر كفاءة و إنشاء نظام محاسبة التكاليف أمر مفيد للغاية و ضروري ، وقد قام الباحث بإجراء دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للسباكة بوهران ، من بين نتائجها : أن محاسب التكاليف تركز في الأغلب على ثلاثة أدوار رئيسية من بينها حساب سعر التكلفة للمنتجات بغرض تلبية المتطلبات ، تقييم المخزون القانوني لإعداد الميزانية العمومية ، و تحديد الربح و الخسارة .

المطلب الثاني :: اوجه التشابه والاختلاف

الدراسة الأولى:

كانت أوجه الشبه بين الدراستين في المنهج بالنسبة للجزء النظري و تشابه في المضمون حيث ركزت كلا الدراستين على ترشيد قرارات التسعير وخفض التكلفة لكن اختلاف في الاداة المستخدمة و كانت دراستنا أشمل و أوسع منها

الدراسة الثانية :

كانت أوجه الشبه بين الدراستين من خلال المنهج المتبع في الجانب النظري و التطبيقي وهو إتباع المنهج الوصفي و التحليلي تواليا و تشابهان كذلك من ناحية الأداة المستخدمة وكذا برنامج المعالجة و الذي هو برنامج الحزم الإحصائي spss .

الدراسة الثالثة :

كانت أوجه الشبه بين الدراستين من حيث المنهج المتبع وطريقة طرح الإشكالية، إلا أنهما اختلفتا من حيث المضمون والطريقة المتبعة في الطرح حيث أن دراستنا كانت أوسع و أشمل من حيث المعلومات مقارنة بهذه الدراسة

الدراسة الرابعة :

تشابه الدراستان من حيث المنهج المتبع في الجزء النظري و التطبيقي وهو إتباع المنهج الوصفي في الجانب النظري ، والمنهج التحليلي في الجانب التطبيقي ، وتشابهان كذلك من ناحية الأداة و التي هي الاستبيان ، اما أوجه الاختلاف تمثلت في الموضوع ومضمون الدراسة .أن هناك اتفاق واضح بين الدراسة الحالية والدراست السابقة فيما كان درجة الاتفاق نسبية مع الدراسة الأجنبية فيما يخص اختيار الأبعاد لمتغير السعر.

الدراسة الخامسة :

بالنسبة لهذه الدراسة فقد كان وجه الشبه في المنهج في الجزء النظري وكذا بعض النتائج المتوصل إليها إلا أن هناك اختلاف نسبي من حيث المضمون حيث ركزت هذه الدراسة على ثلاثة محاور فيما كانت دراستنا محصور على محور واحد .

كما أنه في إطار التطرق إلى الدراسات السابقة جاءت الدراسة الحالية بناء على ما طرحته الدراسات السابقة في مجال محاسبة التكاليف والتسعير وما تم الوصول إليه من استنتاجات وما أفرزته من توصيات ، حيث كانت بمثابة خلفية وإطار مفاهيمي فقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في :

✓ إعطاءنا خلفية وإطار مفاهيمي لمتغيرات الدراسة من خلال التعرف على بعض المصادر النظرية و التطبيقية مما سهل لنا الطريق في بناء منهجية الدراسة

✓ إبراز أساليب أخرى لتحليل نتيج معالجة موضوعنا كبرنامج الحزم الإحصائي spss .

## خلاصة الفصل :

من خلال ما تم التطرق له في هذا الفصل من معرفة ماهية محاسبة التكاليف ومختلف أهدافها وأهميتها ووظائفها تبين لنا أنها من بين الوسائل الضرورية التي تحتاج لها المؤسسة الاقتصادية من أجل وضع سياسات وتسعيرية واتخاذ قرارات رشيدة ومن جانب آخر نستنتج مدى الأثر الذي قد تحدثه محاسبة التكاليف على تحديد السعر داخل المؤسسات الاقتصادية من حيث المردودية والاستمرارية في ظل التطور الحالي للمنظمات التي تهتم بشكل أساسي على الرقمنة باعتبارها أهم أسباب استمرارها.

ومن المفاهيم الأساسية المتعلقة بالسعر يتبين لنا مدى أهميته الاستراتيجية في تحديد مستقبل المؤسسة الاقتصادية , كونه أحد أهم عناصر المزيج , وهذا ما يعزى للأهمية البالغة التي يحظى بها وبخصائصه مثل كونه مصدر أساسي للإيراد فضلا عن مرونته.

لذا يتحتم على المؤسسة امتلاك فعالية تتيح لها استغلاله مع الأخذ بعين الاعتبار تحديد هدفها الأساسي والتحكم في مختلف العوامل الداخلية التي قد تحول دون ذلك .

الفصل الثاني

الدراسة

الميدانية

تمهيد:

بعد التطرق إلى الأسس النظرية و الإطار المفاهيمي و المنهجي لمفهوم محاسبة التكاليف و التسعير، يأتي هذا الفصل التطبيقي كإسقاط لما تم دراسته نظريا على إحدى المنشآت ذات الأهمية الفعلية في الوطن، لما لها من تدعيم الساحة الوطنية و تلبية احتياجاتها بمنتجاتها الأساسية بالإضافة إلى تدعيم الساحة الاقتصادية في ولاية أدرار على وجه أخص .

حيث نسعى من خلال هذا الفصل إلى تحقيق الهدف الأساسي من الدراسة، و المتمثل في الكشف عن دور محاسبة التكاليف في تحديد السعر داخل هذه المجموعة من المؤسسات الاقتصادية.

سيتم التطرق في هذا الفصل إلى وصف أفراد مجتمع الدراسة و عينة الدراسة بالإضافة إلى نموذج الدراسة، و كذا أداة الدراسة المستخدمة و طرق تصميمها و إعدادها، كذلك ثباتها و صدقها، كما يشمل وصفا للإجراءات التي تم اعتمادها في تقنين أدوات الدراسة و تطبيقها، و المعالجات الإحصائية التي اعتمد عليها في تحليل الدراسة، وتحليل فقرات الاستبانة ، و في الأخير اختبار فرضيات الدراسة، لأجل الوصول إلى الاستنتاجات و التوصيات التي تخدم الدراسة؛ من أجل ذلك تم تقسيم الفصل على النحو التالي:

**المبحث الأول : الطريقة والأدوات والنموذج المتبع**

**المبحث الثاني : عرض و تحليل نتائج الدراسة**



### المبحث الأول : الطريقة والأدوات والنموذج المتبع

سنحاول من خلال هذا المبحث إعطاء النموذج الافتراضي للدراسة و الأساليب والطرائق التي تم اعتمادها في الدراسة التطبيقية لهذه الدراسة حول هذه المؤسسات المختلفة النشاط والملكية ...

#### المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى النموذج الافتراضي للدراسة و الأساليب والطرائق التي تم اعتمادها في الدراسة التطبيقية لهذه الدراسة، و هي تتضمن مجتمع البحث و العينة المدروسة.

**أولاً : مجتمع الدراسة** "مؤسسات اقتصادية تنشط في ولاية أدرار" :

حيث اشتمل مجتمع الدراسة على 10 مؤسسات اقتصادية جزائرية عمومية وخاصة في مجالات اقتصادية مختلفة ما بين صناعية , خدماتي , تجارية انحصرت في ولاية أدرار مع مراعاة اختيار عينة الدراسة بما يمثل بشكل شامل المجتمع الإحصائي المدروس من حيث :

عدد المؤسسات الاقتصادية المدروسة

طبيعة النشاط الاقتصادي الممارس من طرف كل مؤسسة

الصفة القانونية للمؤسسات الاقتصادية

وهي كما يلي :

الجدول رقم (01) بيانات الاستثمارات الموزعة و المستردة

البيان	العدد	النسبة المئوية
الاستثمارات الموزعة	54	100
الاستثمارات المسترجعة	47	87.03
الاستثمارات غير المسترجعة	7	12.96
الاستثمارات الملغاة	7	12.96
الاستثمارات الصالحة للدراسة	40	74.07

من إعداد الطالبين: اعتماد على عملية توزيع الاستثمارات

بعد الحصول على الموافقة من طرف الأستاذ المساعد تم توزيع استبيانات الدراسة على عينة الدراسة و البالغ عددها (54) استبانة. استرد الطالبين (40) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، و هو ما يشكل نسبة 80% من العدد الإجمالي للعينة، حيث وجدت (14) استبانة مفقودة لم تسترجع بسبب الإهمال أو عدم صلاحيتها .  
تعداد المؤسسات: وهو متضمن في الملحق رقم (03)

ثانيا : اختيار عينة الدراسة

وتم حساب عينة الدراسة بالاعتماد على المعادلة التالية (شكيب بشماني، 2014):  
بتطبيق معادلة هيربرت أركن

$$n = \frac{p(1-p)}{(SE \div t) + [p(1-p) \div N]}$$

n : حجم العينة

N : حجم مجتمع الدراسة و الذي يبلغ 54

t : الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 و بذلك تكون الدرجة المعيارية ( 1.96 ).

SE : نسبة الخطأ المسموح به و قد اعتبر في حدود ( 1 % ).

p : نسبة وجود الظاهرة و الخاصة و المحايدة حيث اعتمدت بـ ( 50 % ).

بالتعويض في المعادلات السابقة باتخاذ حجم المجتمع 54 نجد أن حجم العينة يقدر بـ : " 47 "

ثالثا : شرح متغيرات الدراسة :

1- المتغير المستقل : محاسبة التكاليف

تعتبر محاسبة التكاليف هي حقل من حقول المحاسبة وأداة من أدوات التسيير تهتم بالدرجة الأولى بدراسة وحساب التكاليف ومراقبتها لمختلف الوظائف الممارسة من طرف المؤسسة ,وتمد المسيرين بمعلومات عن التدفقات الداخلية للمؤسسة بغرض اتخاذ قرارات التسيير الناجعة "

2- المتغير التابع : سعر البيع والعوامل المؤثرة به

هو السعر الملائم لمنتج أو خدمة التي تقدمها المؤسسة بحيث يكون متاح للمستهلك اقتنائها مع تحقيق ربح يمكن المؤسسة من الوفاء بالالتزامات القصير الأجل و تحقيق أهدافها المسطرة اعتمادا على هذه الإيرادات .

رابعا: نموذج الدراسة: في ضوء مراجعة الدراسات السابقة تم إعداد

النموذج التالي لاعتماده في دراسة موضوع الدراسة

الشكل (02.2) نموذج محاسبة التكاليف

محاسبة التكاليف

الشكل (03.2) : نموذج المتغيرات الشخصية



المتغيرات الشخصية:

- (1) الجنس
- (2) العمر
- (3) المؤهل العلمي
- (4) المستوى الوظيفي
- (5) سنوات الخبرة

المتغير التابع: التسعير والعوامل المؤثرة

وله خمسة أبعاد:

الشكل (04.2) : نموذج المتغير التابع



- ✓ بعد التكلفة
- ✓ بعد توقعات الوسطاء وردود فعل الزبائن
- ✓ الأهداف
- ✓ بعد استراتيجية المزيج التسويقي
- ✓ المنافسة والحصة السوقية

**المصدر :** من إعداد الطالبين اعتماد على مرجع (شكيب بشماني، 2014)

### المطلب الثاني : تحليل البيانات و نموذج الدراسة

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى أداة الدراسة المستخدمة و طرائق جمع البيانات بالإضافة إلى الإجراءات اللازمة لذلك و كذلك ثبات و صدق أداة الدراسة.

#### أولاً : أداة جمع البيانات وتحليلها

من خلال طبيعة البيانات التي يراد جمعها، و على المنهج المتبع في الدراسة و الوقت المسموح به و الإمكانيات المادية المتاحة، وجدنا أن الأداة المناسبة لتحقيق أهداف الدراسة هي استبانة .  
تم اعتماد برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة و الذي يرمز له اختصاراً بالرمز (SPSS)، حيث يحتوي البرنامج على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تتدرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل التكرارات، المتوسطات و الانحرافات المعيارية...إلخ، و كذلك ضمن الإحصاء الاستدلالي مثل معامل الارتباط، التباين الأحادي...إلخ. و سنعرض في ما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في هذه الدراسة.

#### ثانياً : إعداد الاستبيان

و عليه قمنا بتصميم استبانة الدراسة معتمداً على الدراسات السابقة في نفس المجال، واستشارت من ذوي الاختصاص ؛ حيث ضمت الاستبانة ثلاثة أجزاء :  
الجزء الأول- يتعلق بالمتغيرات الشخصية و الخصائص الوظيفية لعينة الدراسة ( الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة ) .

#### الجزء الثاني:

فتمثل في محاور الاستبانة التي تضمنت محورين

**المحور الأول:** يعالج المتغير المستقل محاسبة التكاليف و يتكون من (11) عبارة

**المحور الثاني:** المتمثل في المتغير التابع سعر البيع يتكون من (20) عبارة مقسمة على خمس فقرات

كالتالي:

الفقرة الأولى تتعلق ببعد استراتيجية عناصر المزيج و تشتمل على ( 04 ) عبارات.

الفقرة الثانية تتعلق ببعد التكلفة و تشتمل على ( 04 ) عبارات.

الفقرة الثالثة تتعلق ببعد توقعات الوسطاء وردود فعل الزبائن، وتشتمل على ( 04 ) عبارات.

الفقرة الرابعة تتعلق ببعد الأهداف و تشتمل على ( 04 ) عبارات.

الفقرة الخامسة تتعلق ببعد المنافسة والحصة السوقية و تشتمل على ( 04 ) عبارات.

حيث استخدم التقسيم الخماسي اللي كارتى بحيث يقابل كل عبارة من فقرات أداة الدراسة خمسة خيارات مقسمة إلى درجات كالآتي:

درجة " 1 " غير موافق تماما.

درجة " 2 " غير موافق.

درجة " 3 " محايد.

درجة " 4 " موافق.

درجة " 5 " موافق بشدة.

إضافة إلى الاعتماد على المقابلات كأداة تستخدم في شرح و مساءلة مجموعة من العاملين بمختلف المستويات، و ذلك من أجل الوقوف على قابلية أداة الدراسة و مدى وضوحها. بغرض إزالة اللبس إن وجد بغية الحصول على معلومات دقيقة وموضوعية .

**ثالثا : إجراءات ثبات وصدق الأداة :**

**(1) - ثبات أداة الدراسة:**

ويقصد بها مدى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو كررت الدراسة في ظروف مماثلة ولهذا الغرض استعملنا معامل ألفا كرونباخ الذي هو من أشهر مقاييس ثبات الاستبيان، و هو يعتمد على حساب الارتباط الداخلي بين إجابات الأسئلة و يحسب وفق المعادلة التالية (جولي بلانت ; خالد العامري، 2009):

$$\alpha = \frac{K}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_{yi}^2}{\sigma_x^2} \right)$$

حيث:  $K$  عدد الأسئلة.

$\sigma_{yi}^2$  الانحراف المعياري لإجابات السؤال  $i$

$\sigma_x^2$  الانحراف المعياري لكل الإجابات ( الإجابات جميع الأسئلة ).

من خلال إجراء خطوات الثبات على العينة بطريقة " ألفا - كرونباخ " لقياس ثبات الاستبانة تم احتساب معامل الثبات الكلي للاستبانة إضافة إلى الثبات حسب كل بعد و محور من الاستبانة .

**الجدول رقم (02.2): معامل " ألفا - كرونباخ " للثبات بالنسبة لمحاور و أبعاد الاستبانة**

البيان	عدد الفقرات	معامل " ألفا - كرونباخ " للثبات
معامل الثبات الكلي محاسبة التكاليف	11	0.884

0.737	04	إستراتيجية المزيج التسويقي
0.742	04	التكاليف
0.700	04	توقعات الوسطاء وردود فعل الزبائن
0.824	04	الأهداف
0.876	04	المنافسة والحصة السوقية
0.921	20	معامل الثبات الكلي سعر البيع
0.937	31	الثبات الكلي للاستبانة

**المصدر:** من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يشير الجدول أعلاه إلى معامل قيمة الثبات الداخلي "ألفا" حيث يظهر أن معامل الثبات لكل محور من محاور الاستبانة جيدة حيث بلغت قيمة معامل الثبات في المحور الأول والذي يمثل المتغير المستقل (0.884) وهي موجبة ومرتفعة ،

أما المتغير التابع (0.921) وهي قيمة جيدة جدا فهي موجبة ومرتفعة .

فيما كان معامل الثبات للاستبانة ككل هو (0.937) وهي أيضا جيدة جدا كونها تفوق (0.6) وهو ما يدل على أن الاستبانة ثابتة أي أنها تعطي نفس النتائج إن أعيد توزيعها مجددا في ظروف مماثلة ، ومنه فإن أداة القياس صادقة في قياس ما وعت لأجله وثابتة

## 2-الصدق الظاهري و التطبيقي لأداة الدراسة:

صدق الاستبيان يعني تمثيله للمجتمع المدروس بشكل جيد، أي أن الإجابات تعطينا المعلومات التي وضعت لأجلها الأسئلة و لمعرفة مدى صدق أداة الدراسة في قياس و اختبار الفرضيات الموضوعة أساس الدراسة، تم عرضها على مجموعة من طلبة الدكتور وكذا بعض الأساتذة و المحكمين. كما تم الأخذ بملاحظاتهم و إعادة تشكيل بعض العبارات و الفقرات، وفقا للتعديلات المطلوبة، بشكل يضبط التوازن بين مضامين الاستبانة و فقراتها وهذا ما يبينه الجدول رقم وقد انحصر تعداد الأساتذة في اثنين فقط نظرا للوضع السائد حينها. وهو ما سيؤكدده معامل الاتساق الداخلي في التحليل الموالية

رابعا: أساليب المعالجة الإحصائية لاستبيان الدراسة:

وتم باستخدام SPSS و الأساليب الإحصائية الموالية :

➤ **المدى:** الفرق بين أكبر قراءة وأصغر قراءة في مجموعة القراءات، و لتحديد طول خلايا مقياس

ليكارت الخماسي المستخدم في الاستبيان تم حساب المدى بين أكبر و أصغر قيمة لدرجات مقياس

ليكارت (5-1=4)، ثم تقسيمه على درجات المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي

(5/4=0.8)، و بعدها تضاف هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس و التي هي (1) و ذلك من

أجل تحديد الحد الأعلى للفئة (1+0.8=1.8)، و بذلك تتحصل على أطوال الفئات كما يلي:

- من 1 إلى 1.8 يمثل الخلية لا أوافق بشدة.
- من 1.81 إلى 2.6 يمثل الخلية لا أوافق.
- من 2.61 إلى 3.4 يمثل الخلية محايد.
- من 3.41 إلى 4.2 يمثل الخلية أوافق.
- من 4.21 إلى 5 يمثل الخلية أوافق بشدة.
- التكرارات و النسب المئوية: اعتمدت التكرارات و النسب المئوية لمعرفة الخصائص الشخصية و الوظيفية لأفراد عينة الدراسة، و كذا لتحديد استجابات أفراد العينة اتجاه عبارات محاور الاستبانة.
- اختبار ألفا كرونباخ: تم استخدامه لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.
- معامل ارتباط سبيرمان: استعمل هذا المعامل لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (الاتساق الداخلي لأداة الدراسة).
- أسلوب تحليل التباين: أستخدم تحليل التباين لقياس الفروق للمتغيرات الشخصية في تصورات آراء العينة نحو المتغير المستقل والتابع و بين متوسطا تهما.
- أسلوب الارتباط البسيط و الجزئي " بيرسون " : أستخدم لمعرفة قوة العلاقة بين المتغير المستقل من جهة و بين المقياس الإجمالي لمتغيرات الدراسة و المقاييس الفرعية لكل منها على حدى .
- أنموذج الانحدار البسيط: أستخدم لتحديد درجة تأثير كل متغير مستقل على المتغير التابع .

### المبحث الثاني: عرض و تحليل النتائج و اختبار الفرضيات

في هذا المبحث سيتم التطرق إلى وصف المتغيرات و البيانات الشخصية، و عرض مستويات تواجد أبعاد المتغيرين المستقل و المتغير التابع في المؤسسات المبحوثة، وصولاً إلى اختبار فرضيات الدراسة.

**المطلب الأول: عرض و تحليل البيانات.**

#### أولاً : وصف خصائص العينة

من خلال الأسئلة التي تم وضعها في الاستبيان و المتعلقة بالمعلومات الخاصة، و جدنا أن خصائص عينات كالتالي :

#### الفرع الأول: وصف المتغيرات الشخصية.

وتظهر نتائجه من خلال الجداول التالية :

#### 1 - توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس

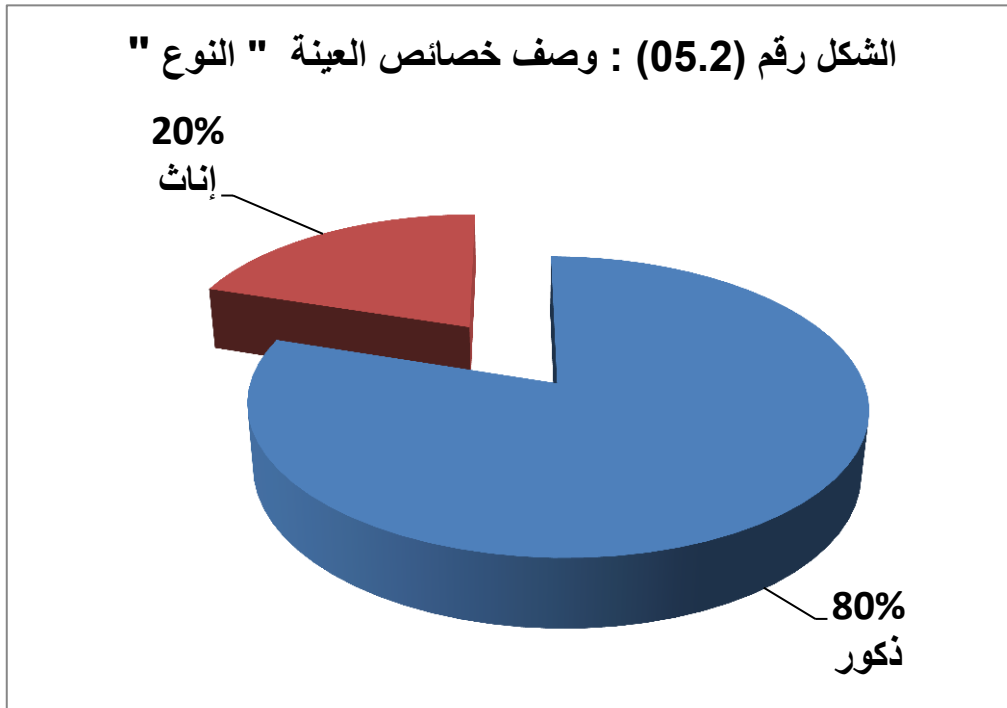
الجدول رقم (05.2) : توزيع عينة الدراسة وفق متغير الجنس

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	32	80 %

أنثى	08	% 20
الاجمالي	40	% 100

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يظهر لنا من خلال الجدول رقم : (05.2) والشكل أدناه أن توزيع الذكور في العينة يبلغ (32) فرد بنسبة 80 % من التعداد الكلي للعينة , وهذا ما يشير إلى أن أكثر من ثلاثة أرباع العينة ذو جنس ذكوري بينما يبلغ عدد الإناث (9) إناث بنسبة 20 % ويعزى هذا الأولية الممنوحة لهم بإعطاء عطلة عمل الحكومية لأكثر من 50% من عمال المؤسسات إضافة إلى كون غالبية المؤسسات الخاصة تسعى للاستثمار في الجنس الذكور للضغط المهني المتزايد وكذا قلة العطل السنوية الممنوحة لهم بينما تفضل الإناث العمل في مجالات أخرى كالصحة والتعليم. ويتضح هذا من خلال الشكل الموالي.



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

(2) - توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر:

وتظهر نتائجه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (06.2): توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر

العامل	الفئة	العدد	النسبة المئوية
العمر	من 20 إلى 29 سنة	08	% 20

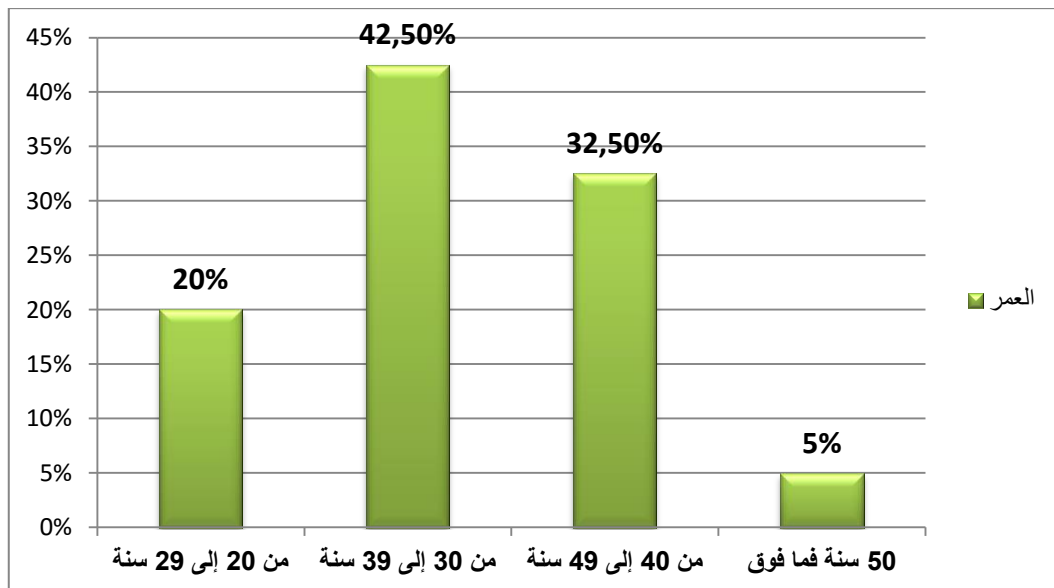


42.5 %	17	من 30 إلى 39 سنة	
32.5 %	13	من 40 إلى 49 سنة	
05 %	02	50 سنة فما فوق	
100 %	40	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن الفئة الكبرى هي من نصيب فئة الشباب حيث بلغت (17) عامل بنسبة 42.5% حيث حصرت ما بين 30 إلى 39 سنة ، بينما نلاحظ أن (13) عامل أعمارهم من 40 إلى 49 سنة بنسبة 32.5 % ، بينما الفئة الفنية بلغت (8) عمال بنسبة 20 % أما فئة 50 سنة فما فوق فبلغ بها تعداد العمال عاملين فقط من إجمالي عينات الدراسة بنسبة 05 % وهذا ما يعزى الى وجود فرص تكافؤ بين بعض الفئات لمحاولة دمج الشباب و الفتيان و المحافظة على عنصر الخبرة كسياسة منتهجة من قبل المؤسسات وكذلك المحافظة على توازن السلم العمري وهذا ما يؤكد الشكل أسفله

الشكل رقم (06.2): وصف خصائص العينة "العمر "



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

### (3) - توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي:

وتظهر نتائجه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (07.2): توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

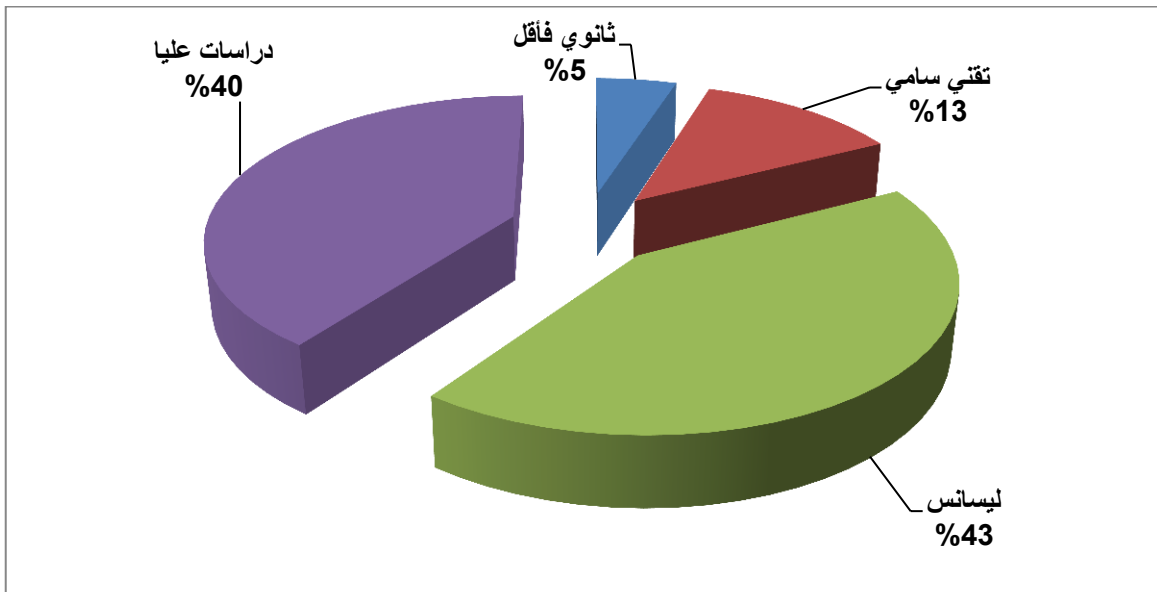
العامل	المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية
--------	---------------	-------	----------------

05%	02	ثانوي فأقل	المؤهل العلمي
12.5%	05	تقني سامي	
42.5%	17	ليسانس	
40%	16	دراسات عليا	
100%	40		المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن فئة العمال ذوي المؤهل العلمي ليسانس هم الفئة الغالبة بمقدار (17) بنسبة 42.5% . بينما تليها فئة المؤهل العلمي دراسات عليا ب (16) عامل وهو ما يمثل نسبة 40% فيما تأتي فئة العمال ذوي العلمي تقني سامي في المرتبة الثالثة ب (05) عامل بنسبة 12.5% ، أما فئة المؤهل العلمي ثانوي فأقل حازت آخر المراكز بعاملين فقط ، أي ما نسبته 05% من إجمالي العينات المدروسة . ويظهر هذا من خلال الشكل التالي .

الشكل رقم (07.2) : وصف خصائص العينة "المؤهل العلمي "



المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

#### 4) - توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي:

وتظهر نتائجه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (08.2): توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي

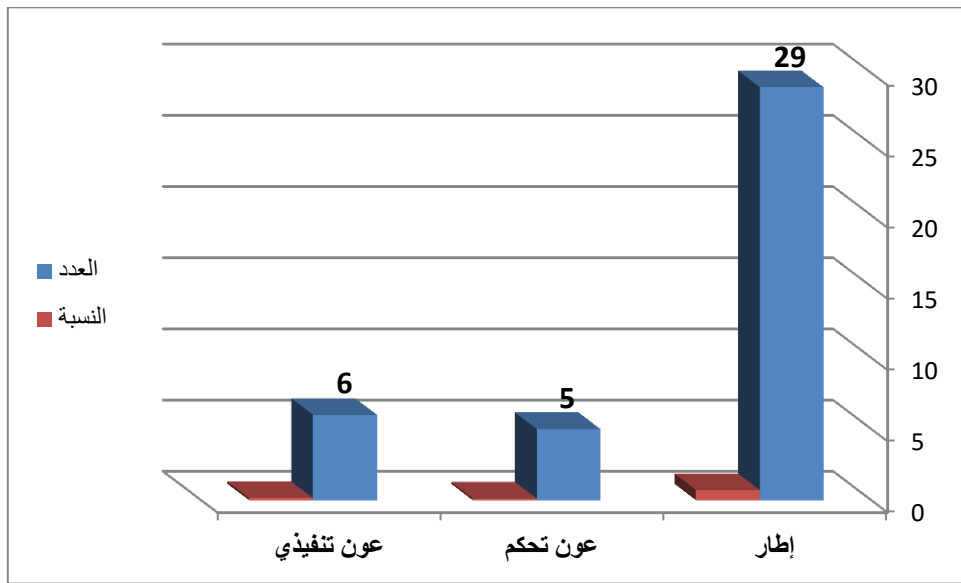
العامل	الفئة	العدد	النسبة المئوية
--------	-------	-------	----------------

إطار	29	72.5 %
عون تحكم	05	12.5 %
عون تنفيذي	06	15 %
المجموع	40	100 %

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 )

يتبين من الجدول أعلاه أن جل أفراد العينة المبحوثة هم في مستوى وظيفي "إطار" حيث بلغت نسبتهم ( 72.5 %)، تليها فئة الناشطين كـ"عون تنفيذي" حيث يمثلون ما نسبته (15%) من أفراد العينة المبحوثة، و أخيراً تمثل فئة العاملين في رتبة "عون تحكم" الفئة الأقل التي بلغت نسبتهم (12.5%) وهو ما يوضحه الشكل أدناه .

الشكل رقم (08.2) : وصف خصائص العينة "المستوى الوظيفي"



المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

(5)-توزيع عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة:

وتظهر نتائجه من خلال الجدول التالي:

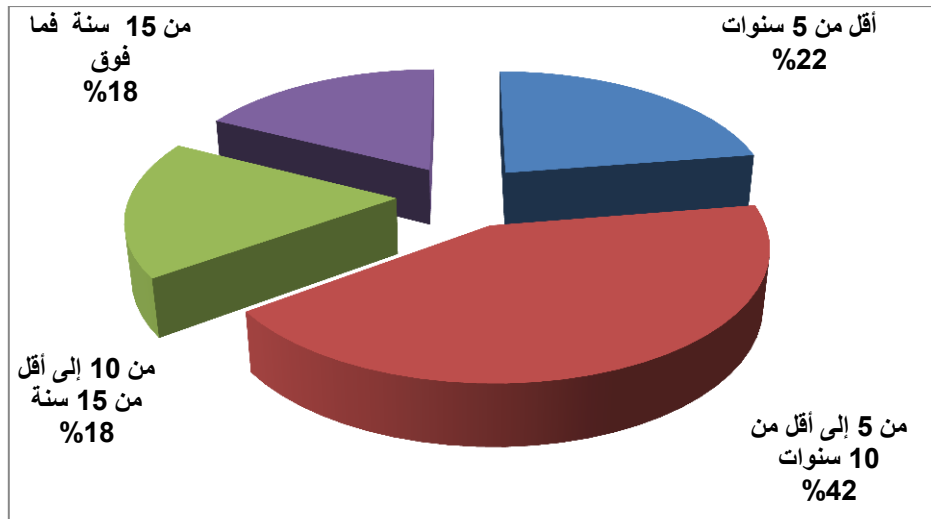
الجدول رقم (09.2) توزيع عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة

العامل	الفئة	العدد	النسبة المئوية
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	09	22.5 %
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	17	42.5 %

من 10 إلى أقل من 15 سنة	07	17.5 %
من 15 سنة فما فوق	07	17.5 %
المجموع	40	100 %

**المصدر:** من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).  
 يتبين من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة لديهم خبرة أقل (من 5 إلى 10 سنوات) حيث يمثلون (42.5 %) من إجمالي أفراد العينة المبحوثة نظرا لحدائثة استخدام هذا النوع من المحاسبة في الجزائر ، وتليهم فئة أقل من 5 سنوات ( بنسبة 22.5 %) في حين نجد الفئتين : (10 إلى أقل من 15 سنة) و(من 15 سنة فأكثر ) نسبتها متساوية وتقدر ب (17.5%) من إجمالي العينة المدروسة وهي الفئة الأقل. كما في الشكل الموالي .

الشكل رقم (09.2) : وصف خصائص العينة " سنوات الخبرة "



**المصدر:** من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).  
**الفرع الثاني: التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة حسب سلم ريكارت الخماسي**  
**أولاً: تحليل النتائج المتعلقة بتصورات واستجابة أفراد الدراسة لمحاور محاسبة التكاليف**  
 سنقوم بهذا التحليل لمعرفة مستويات تطبيق محاسبة التكاليف وتواجدها حيث تم حساب المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد الدراسة للفقرات الممثلة لمحاسبة التكاليف . و ذلك وفقا العبارات (11) المعروضة في الاستبيان.  
 وتظهر نتائجه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (10.2) نتائج التحليل الوصفي لمتغير محاسبة التكاليف

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	مستوى الاستجابة
01	تعتبر محاسبة التكاليف أداة مساعدة في اتخاذ	3.80	0.911	06	مرتفع

				القرار داخل مؤسستي	
مرتفع	02	0.764	4.08	تعد أهداف محاسبة التكاليف كوسيلة لتدنية وتقدير التكلفة قدر الإمكان	02
مرتفع	05	0.641	4.00	تهدف محاسبة التكاليف في مؤسستي لتقديم معلومات مالية حول القوائم المالية	03
مرتفع	04	0.862	4.03	تلعب محاسبة التكاليف دور رئيسي في قياس تكلفة الأداء في مؤسستنا	04
مرتفع	09	1.132	3.73	تؤثر محاسبة التكاليف في تحديد أسعار البيع للسلع المنتجة او الخدمات المقدمة في مؤسستي	05
مرتفع جدا	01	0.733	4.23	تتيح محاسبة التكاليف قدرة لمؤسستنا على مراقبة مختلف عناصر التكاليف	06
مرتفع	10	0.931	3.58	تستخدم محاسبة التكاليف كأداة للتنبؤ و التخطيط في مؤسستنا	07
مرتفع	11	1.001	3.35	تعمل مؤسستنا على تحديد التكاليف لا سيما الإنتاجية بدقة اعتماد على محاسبة التكاليف	08
مرتفع	08	0.905	3.73	يتم احتساب مختلف تكاليف الأنشطة الممارسة من قبل مؤسستنا من خلال محاسبة التكاليف	09
مرتفع	07	0.954	3.75	تسمح محاسبة التكاليف بترشيد استخدام الطاقة الإنتاجية المتاحة لدينا	10
مرتفع	03	0.764	4.08	يؤدي تحليل وتفسير نتائج محاسبة التكاليف بمؤسستنا لمعرفة أسباب علاجها	11
مرتفع	--	<b>0.59</b>	<b>3.84</b>	القيمة الإحصائية الكلية لمتغير محاسبة التكاليف	

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يتضح من خلال الجدول أعلاه نتائج تحليل بعد المتغير المستقل محاسبة التكاليف، حيث

اشتمل على (11) فقرة إجمالاً كما جاء في استبانة الدراسة ( الملحق رقم 08 )، حيث كان المتوسط الحسابي لهذا المتغير هو (3.84) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة موافقة مرتفعة و هو ما يشير إلى تطبيق والاستفادة بدرجة عالية من محاسبة التكاليف في العديد من هذه المؤسسات، حيث جاءت الفقرات متماثلة تقريبا في قيمة المتوسط الحسابي حيث حصر بين (4.23 و 3.58) عدا الفقرة (08) التي كانت متوسطها الحسابي مقدر ب (3.35) فيما كانت العبارات مرتبة كالتالي: (06)-(02)-

(11)-(04)-(03)-(01)-(10)-(09)-(05)-(07)-(08) والجدول السابق يبين مدى الانحراف

المعياري لكل منها. ومن خلال الجدول نلاحظ أن مستوى تطبيق محاسبة التكاليف مرتفع داخل هذه

المؤسسات الاقتصادية .

**ثانيا: تحليل النتائج المتعلقة بتصورات واستجابة أفراد الدراسة لمحاوّر سعر البيع**

لمعرفة سياسة التسعير سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد

الدراسة للفقرات الممثلة لمحور التسعير. و ذلك وفقا للأبعاد المكونة لهذا المحور و المتمثلة في:

تحليل النتائج المتعلقة بتصورات و استجابة أفراد الدراسة لمتغير المزيج التسويقي

وتظهر نتائجه من خلال الجدول التالي:

**الجدول رقم (11.2): نتائج التحليل الوصفي لمتغير استراتيجية المزيج التسويقي**

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	مستوى الاستجابة
01	يقوم العاملين بمؤسستنا بتحديد السعر اعتماد على عنصر الجودة	3.38	0.979	03	متوسط
02	تعتمد مؤسستنا على الأسعار المدروسة كوسيلة للترويج للمنتجات	3.63	1.030	02	مرتفع
03	يعتبر الموردون أحد المؤثرين على بيع خدماتنا أو منتجاتنا	3.68	1.071	01	مرتفع
04	تتسم منتجات مؤسستي بالسعر المنخفض مقارنة بالمنافسين	3.30	1.137	04	متوسط
	<b>القيمة الإحصائية الكلية لمتغير المزيج التسويقي</b>	<b>3.49</b>	<b>0.78</b>	--	مرتفع

**المصدر:** من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

من خلال الجدول يتضح لنا أن عينة الدراسة موافقين وبمستوى استجابة مرتفع على أن هناك دور

لاستراتيجية المزيج التسويقي في تحديد السعر، حيث اشتمل الجدول أعلاه على (04) فقرات كما جاء في

استبانة الدراسة (الملحق رقم 01)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (3.49) مما يعني أنه حقق

مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة موافقة مرتفعة و هو ما يشير إلى مدى شعور العمال بالأثر الذي يحدثه

المزيج التسويقي في تحديد أسعار المنتج أو الخدمة داخل مؤسستهم ، حيث جاءت الفقرات (03)،(02) و

في المراتب الأولى بدرجة موافقة مرتفع بمتوسط حسابي (3.68)، لتليها الفقرة (01) في المرتبة الثانية

بمستوى استجابة متوسط أما الأخيرة بدرجة موافقة متوسطة و بمتوسط حسابي (3.30) هي الفقرة رقم (04)

**تحليل النتائج المتعلقة بتصورات و استجابة أفراد الدراسة لبعء التكلفة:**

وتظهر نتائجه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (12.2): نتائج التحليل الوصفي لمتغير لبعد التكلفة

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	مستوى الاستجابة
05	تنتهج مؤسستي استراتيجية قيادة التكاليف	3.73	1.132	02	مرتفع
06	يوجد بمؤسستي مختصين لاحتساب تكلفة المنتج أو الخدمة	4.23	0.733	01	مرتفع جدا
07	تركز مؤسستي على تقليل تكاليف النقل و التخزين و ترشيد النفقات الكلية	3.58	0.931	03	مرتفع
08	تعمل مؤسستي على تحديد التكاليف الكلية الحقيقية عند تحديد سعر بيعها	3.35	1.001	04	مرتفع
	<b>القيمة الإحصائية الكلية لمتغير بعد التكلفة</b>	<b>3.66</b>	<b>0.68</b>	--	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن نتائج تحليل بعد التكلفة، حيث اشتمل على (04) فقرات كما جاء في استبانة الدراسة ( الملحق رقم 07 )، إذ بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (3.66) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة موافقة مرتفعة و هو إشارة إلى إدراك أفراد عينة الدراسة إلى وجود تحكم في التكاليف داخل مؤسساتهم، حيث جاءت كل الفقرات على مستوى واحد في مستوى الاستجابة بدرجة مرتفعة عدا الفقرة رقم (06) التي حظيت بمستوى مرتفع جدا.

تحليل النتائج المتعلقة بتصورات و استجابة أفراد الدراسة لبعد توقعات الوسطاء ورد فعل الزبائن:

وتظهر نتائجه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (13.2): نتائج التحليل الوصفي لمتغير توقعات الوسطاء ورد فعل الزبائن

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	مستوى الاستجابة
09	نسعى دائما في مؤسستنا للتلبية السريعة لحاجات و تطلعات الزبائن و الوسطاء	4.33	0.526	01	مرتفع جدا
10	تؤثر أسعار منتجات وخدمات مؤسستي في القدرة الشرائية للزبائن	3.93	1.095	03	مرتفع
11	نهتم بردود أفعال الزبائن والوسطاء عند تحديد أسعار منتجاتنا وخدماتنا	3.90	0.900	04	مرتفع
12	تساعد أسعار بيع منتجاتنا على إقبال الوسطاء لاقتنائها	4.10	0.778	02	مرتفع
	<b>القيمة الإحصائية الكلية لمتغير توقعات الوسطاء وردود فعل الزبائن</b>	<b>4.06</b>	<b>0.61</b>	--	مرتفع

**المصدر:** من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يظهر من خلال الجدول السابق أن نتائج تحليل لبعده توقعات الوسطاء وردود فعل الزبائن، حيث اشتمل على (04) فقرات كما جاء في استبانة الدراسة ( الملحق رقم 01 )، حيث كان المتوسط الحسابي لهذا البعد (4.06). مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة موافقة مرتفع و هو إشارة إلى وجود استجابة متميزة لحاجات الزبائن وردود أفعالهم اتجاه المنتج أو الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة ، حيث جاءت كل الفقرات على مستوى واحد في مستوى الاستجابة بدرجة مرتفعة ومقدار الوسط الحسابي بين (3.90-4.10)، مع تباين في حجم الانحراف المعياري لكل منها .

تحليل النتائج المتعلقة بتصورات و استجابة أفراد الدراسة لبعده الأهداف: وتظهر نتائجها من خلال الجدول التالي:

**الجدول رقم (14.2) نتائج التحليل الوصفي لمتغير الأهداف**

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	مستوى الاستجابة
13	تقوم مؤسستي بدراسة الأسواق المستهدفة عند وضع السعر النهائي	3.53	0.933	04	مرتفع
14	تمتلك مؤسستي سيولة نقدية لمواجهة المتطلبات السعرية	3.63	0.925	03	مرتفع
15	تحصل مؤسستي على عوائد استثمارية جراء تحصيل مبيعاتها	3.75	1.014	01	مرتفع
16	يعد تحديد الهدف من سعر البيع ركيزة لسياستنا السعرية	3.75	1.032	02	مرتفع
	<b>القيمة الإحصائية الكلية لمتغير الأهداف</b>	<b>3.66</b>	<b>0.80</b>	--	مرتفع

**المصدر:** من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يظهر من خلال الجدول السابق نتائج تحليل لبعده الأهداف ، حيث اشتمل على (04) فقرات كما جاء في استبانة الدراسة ( الملحق رقم 07 )، حيث كان المتوسط الحسابي لهذا البعد هو (3.66) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة موافقة مرتفع و هو إشارة إلى أن هذه المؤسسات غالباً ما تحقق معظم أهدافها المسطرة وتمتلك مرونة تتيح لها التعامل مع الظروف المفاجئة و استغلال الفرص الممكنة ، حيث جاءت كل من الفقرات على مستوى واحد في مستوى الاستجابة بدرجة مرتفعة، وقيمة الوسط الحسابي واحدة مقدر ب الفقرتين (16)،(15)بمتوسط قدره (3.75) لتليها الفقرة (14) ثم (13) بمتوسط قدره (3.63)، (3.53) على الترتيب.

تحليل النتائج المتعلقة بتصورات و استجابة أفراد الدراسة بعد الحصة السوقية والمنافسة: وتظهر نتائجها من خلال الجدول التالي:



الجدول رقم (15.2): نتائج التحليل الوصفي لمتغير الحصة السوقية والمنافسة

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب المتوسط	مستوى الاستجابة
17	تهدف مؤسستي لوضع أسعار مناسبة لضمان بقاءها في سوق المنافسة	4.03	0.891	01	مرتفع
18	تعتمد مؤسستي على سياسة تسعيرية مرنة لتوسيع الحصة السوقية	3.75	0.891	02	مرتفع
19	يمكن لمؤسستي التحكم بمختلف العوامل الداخلية التي تؤثر على تحديد السعر	3.48	0.784	04	مرتفع
20	تعتمد مؤسستي خفض أسعار المنتجات للحفاظ على زبائنها وحصتها السوقية	3.73	0.933	03	مرتفع
	بعد الحصة السوقية و المنافسة	3.74	0.76	--	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يظهر من خلال الجدول السابق، أن نتائج تحليل لبعده الحصة السوقية و المنافسة ، حيث اشتمل على (04) فقرات كما جاء في استبانة الدراسة ( الملحق رقم 07 )، حيث كان المتوسط الحسابي لهذا البعد هو (3.74) مما يعني أنه حقق مستوى موافقة أفراد العينة بدرجة موافقة مرتفع و هو إشارة إلى وجود حصص سوقية معتبرة لهذه المؤسسات في الساحة الاقتصادية وامتلاكها مؤهلات تمكنها من المنافسة بغرض زيادة هذه الحصص أو الحفاظ عليها ، حيث حظيت كل الفقرات بمستوى واحد في مستوى الاستجابة بدرجة مرتفعة مع تباين في حجم المتوسط الحسابي لتكون مرتبة كالتالي: الفقرات رقم (17)،(18)،(20)،(19) وبمتوسط قدره (4.03) ، (3.75)،(3.73)،(3.48) على التوالي.

### ثالثاً: قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات الدراسة

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة تم تطبيقها ميدانياً على بيانات العينة الكلية حيث تم حساب معامل الارتباط لمعرفة درجة ارتباط بين كل فقرة مع البعد الذي تنتمي إليه ضمن محاور الاستبانة، و تم الاقتصار على ثلاثة أرقام بعد الفاصلة. و هذا ما تبينه الجداول التالية:

#### 1- المحور الأول : العوامل المؤثرة في محاسبة التكاليف

تحليل النتائج المتعلقة بتصورات و استجابة أفراد الدراسة حول تطبيق محاسبة التكاليف في المؤسسة الاقتصادية

الجدول رقم (16.2): معامل الاتساق الداخلي لمحاور محاسبة التكاليف

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
-------	---------	----------------	----------------

01	تعتبر محاسبة التكاليف أداة مساعدة في اتخاذ القرار داخل مؤسستي	0.690	0.000
02	تعد أهداف محاسبة التكاليف كوسيلة لتدنية وتقدير التكلفة قدر الإمكان	0.665	0.000
03	تهدف محاسبة التكاليف في مؤسستي لتقديم معلومات مالية حول القوائم المالية	0.633	0.000
04	تلعب محاسبة التكاليف دور رئيسي في قياس تكلفة الأداء في مؤسستنا	0.647	0.000
05	تؤثر محاسبة التكاليف في تحديد اسعار البيع للسلع المنتجة او الخدمات المقدمة في مؤسستي	0.733	0.000
06	تتيح محاسبة التكاليف قدرة لمؤسستنا على مراقبة مختلف عناصر التكاليف	0.580	0.000
07	تستخدم محاسبة التكاليف كأداة للتنبؤ و التخطيط في مؤسستنا	0.684	0.000
08	تعمل مؤسستنا على تحديد التكاليف لاسيما الإنتاجية بدقة اعتماد على محاسبة التكاليف	0.718	0.000
09	يتم احتساب مختلف تكاليف الأنشطة الممارسة من قبل مؤسستنا من خلال محاسبة التكاليف	0.590	0.000
10	تسمح محاسبة التكاليف بترشيد استخدام الطاقة الإنتاجية المتاحة لدينا	0.769	0.000
11	يؤدي تحليل وتفسير نتائج محاسبة التكاليف بمؤسستنا لمعرفة أسباب علاجها	0.696	0.000

\*\* دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يبين الجدول أعلاه معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المتعلقة بفقرة (محاسبة التكاليف) والمجموع الكلي لعبارته المتعلقة بهذه الفقرة تتراوح ما بين (0.580) كأدنى معامل ارتباط مثلته العبارة (06) و(0.769) كأعلى معامل ارتباط مثلته العبارة (05)، وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط قوية لكل عبارة مع المجموع الكلي للعبارات المتعلقة بمحاسبة التكاليف ، كما يلاحظ أيضا أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل

من مستوى المعنوية (0.05)، والذي يبين أن جميع معاملات الارتباط المبينة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05)، وبذلك تعتبر عبارات محاسبة التكاليف صادقة لما وضعت لقياسه.

(2) - المحور الثاني : العوامل المؤثرة في سعر البيع

في الجداول الموالية معاملات ارتباط سبيرمان لفقرات المتغير التابع (سعر البيع):

الجدول رقم (17.2): معامل الاتساق الداخلي لمحاور العوامل المؤثرة في سعر البيع

الرقم	العبرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	يقوم العاملین بمؤسستنا بتحديد السعر اعتماد على عنصر الجودة	0.757	0.000
02	تعتمد مؤسستنا على الأسعار المدروسة كوسيلة للترويج للمنتجات	0.809	0.000
03	يعتبر الموردون أحد المؤثرين على بيع خدماتنا أو منتجنا	0.317	0.046
04	تتسم منتجات مؤسستي بالسعر المنخفض مقارنة بالمنافسين	0.616	0.000
05	تنتهج مؤسستي إستراتيجية قيادة التكاليف	0.352	0.026
06	يوجد بمؤسستي مختصين لاحتساب تكلفة المنتج أو الخدمة	0.705	0.000
07	تركز مؤسستي على تقليل تكاليف النقل و التخزين و ترشيد النفقات الكلية	0.414	0.008
08	تعمل مؤسستي على تحديد التكاليف الكلية الحقيقية عند تحديد سعر بيعها	0.748	0.000
09	نسعى دائما في مؤسستنا للتلبية السريعة لحاجات و تطلعات الزبائن و الوسطاء	0.534	0.000
10	تؤثر أسعار منتجات وخدمات مؤسستي في القدرة الشرائية للزبائن	0.564	0.000
11	نهتم بردود أفعال الزبائن والوسطاء عند تحديد أسعار منتجاتنا وخدماتنا	0.662	0.000
12	تساعد أسعار بيع منتجاتنا على إقبال الوسطاء لاقتنائها	0.437	0.005
13	تقوم مؤسستي بدراسة الأسواق المستهدفة عند وضع السعر النهائي	0.702	0.000
14	تمتلك مؤسستي سيولة نقدية لمواجهة متطلباتها السعرية	0.646	0.000
15	تحصل مؤسستي على عوائد استثمارية جراء تحصيلات	0.730	0.000

		مبيعاتها	
0.000	0.760	يعد تحديد الهدف من سعر البيع ركيزة لسياستنا التسعيرية	16
0.000	0.725	تهدف مؤسستي لوضع أسعار مناسبة لضمان بقاءها في سوق المنافسة	17
0.000	0.756	تعتمد مؤسستي على سياسة تسعيرية مرنة لتوسيع الحصة السوقية	18
0.000	0.672	يمكن لمؤسستي التحكم بمختلف العوامل الداخلية التي تؤثر على تحديد السعر	19
0.000	0.766	تعتمد مؤسستي خفض أسعار المنتجات للحفاظ على زبائنها وحصتها السوقية	20

\*\* دال عند مستوى دلالة إحصائية 0.01

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يبين الجدول أعلاه معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المتعلقة بفقرة (سعر البيع) والمجموع الكلي لعباراته المتعلقة بهذه الفقرة تتراوح ما بين (0.3147) كأدنى معامل ارتباط مثلته العبارة (03) و(0.809) كأعلى معامل ارتباط مثلته العبارة (02)، وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط قوية لكل عبارة مع المجموع الكلي للعبارات المتعلقة بسعر البيع، كما يلاحظ أيضاً أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من مستوى المعنوية (0.05)، والذي يبين أن جميع معاملات الارتباط المبينة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05)، وبذلك تعتبر عبارات سعر البيع صادقة لما وضعت لقياسه.

(3) - معامل الارتباط بين المحورين

الجدول (18.2) : معامل الارتباط بيرسون للمحورين

العوامل المؤثرة في سعر البيع	محاسبة التكاليف		
.068	1	Pearson Correlation	محاسبة التكاليف
.676	40	Sig. (2-tailed)	
40		N	
1	.068	Pearson Correlation	العوامل المؤثرة في سعر البيع
40	.676	Sig. (2-tailed)	
	40	N	

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

نلاحظ من خلال الجدول أن معامل ارتباط بيرسون يساوي (0.68) وهي قيمة موجبة مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بينهما .

#### المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة

في هذا الجزء يقوم الباحثين باختبار فرضيات دراسته بإجراء اختبارات ترمي إلى قبول أو رفض فرضيات البحث حسب ما يلي:

#### أولاً: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

تنص الفرضية الأولى على أنه:

$H_0$  لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لآراء العينة المبحوثة حول محاسبة التكاليف تعزى لمتغيري المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة عند مستوى معنوية اقل من 0.01.

قبل إجراء تحليل التباين يقوم الطالبان بقياس مستوى تجانس التباين، وذلك بالاعتماد على قيمة Levene Statistic والتي بلغت  $P\text{-value} = \text{Sig } 0.151$  وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد في هذه الدراسة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بالنسبة إلى متغير المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة مجتمعة، كما بلغت (0.102) بالنسبة إلى متغير المستوى الوظيفي، و(0.251) بالنسبة إلى متغير سنوات الخبرة، ولهذا لا يمكن رفض فرضية تجانس التباين، وبالتالي يمكن إكمال تحليل التباين الأحادي، كما هو موضح في الجدول أدناه.

#### الجدول(19.2): اختبار تجانس التباين لمتغير محاسبة التكاليف

العناصر	Levene Statistic	Sig
محاسبة التكاليف تبعاً للمستوى الوظيفي	2.433	0.102
محاسبة التكاليف تبعاً سنوات الخبرة	1.425	0.251
محاسبة التكاليف تبعاً للمستوى الوظيفي و سنوات الخبرة معاً	1.652	0.151

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 21

يتم اختبار هذه الفرضية من خلال إجراء تحليل التباين الأحادي والثنائي لمحاسبة التكاليف، والتي تظهر نتائجها في الجدول التالي:

#### الجدول(20.2): نتائج تحليل التباين الأحادي لمعرفة الفروق في تصورات المبحوثين فيما يتعلق بمحاسبة

التكاليف حسب المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	الدلالة
محاسبة	بين المجموعات	0.095	3	0.047	0.129	0.879	غير معنوية

التكاليف تبعاً للمستوى الوظيفي	خارج المجموعات الإجمالي	13.565	36	0.367		(توجد فروق)
		13.659	39			
محاسبة التكاليف تبعاً لسنوات الخبرة	بين المجموعات	1.779	3	0.593	1.797	0.165
	خارج المجموعات	11.881	36	0.330		
	الإجمالي	13.659	39			

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 23

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن قيمة F المحسوبة لمحاسبة التكاليف بلغت  $F=0.129$  وذلك بدرجة حرية (3، 36)، كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة تساوي  $Sig= 0.879$  وهي أكبر من مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ )، مما يدل على عدم معنويتها (نقبل الفرضية البديلة)، أي وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتصورات الباحثين فيما يتعلق بمحاسبة التكاليف تعزى لمتغير المستوى الوظيفي.

أما بالنسبة الى سنوات الخبرة يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة لمحاسبة التكاليف بلغت  $F=1.797$  وذلك بدرجة حرية (3، 36)، كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة تساوي  $Sig= 0.165$  وهي أكبر من مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ )، مما يدل على عدم معنويتها (نقبل الفرضية البديلة)، أي وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتصورات الباحثين فيما يتعلق بمحاسبة التكاليف تعزى لمتغير سنوات الخبرة

و تظهر نتائجه نتائج تحليل التباين الثنائي لمحاسبة التكاليف حسب المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة معاً في الجدول التالي:

الجدول (21.2): نتائج التحليل التباين الثنائي لمعرفة الفروق في آراء الباحثين فيما يتعلق بمحاسبة

التكاليف حسب المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة معاً.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	الدلالة
محاسبة التكاليف	المستوى الوظيفي	0.029	2	0.15	0.044	0.957	(لا توجد فروق)
	سنوات الخبرة	0.854	3	0.285	0.844	0.480	
	التفاعل	1.207	3	0.402	1.194	0.328	
	الخطأ	10.449	31	0.337			
	الكل المصحح	13.659	39				

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 23

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن قيمة F المحسوبة لمتغير محاسبة التكاليف تبعاً لمتغيري المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة المهنية مجتمعة بلغت  $F=1.194$  وذلك بدرجة حرية (3، 31)، كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة لتحليل التباين الثنائي بلغت  $\text{Sig}= 0.328$  وهي أكبر من مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ )، مما يدل على عدم معنويتها (نقبل الفرضية البديلة)، أي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء العينة حول طبيعة وممارسة محاسبة التكاليف في المؤسسات محل الدراسة تعزى لمتغيري المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة المهنية مجتمعة.

#### ثانياً: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

تنص الفرضية الأولى على أنه:

$H_1$  لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لآراء العينة المبحوثة حول سعر البيع تعزى لمتغيري المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة عند مستوى معنوية اقل من 0.01.

قبل إجراء تحليل التباين يقوم الطالبان بقياس مستوى تجانس التباين، وذلك بالاعتماد على قيمة Levene Statistic والتي بلغت  $P\text{-value} = \text{Sig} 0.020$  وهي أقل من مستوى المعنوية المعتمد في هذه الدراسة ( $\alpha \leq 0.01$ ) بالنسبة إلى متغير المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة مجتمعة، كما بلغت (2.766) بالنسبة إلى متغير المستوى الوظيفي، و(0.043) بالنسبة إلى متغير سنوات الخبرة، ولهذا لا يمكن رفض فرضية تجانس التباين، وبالتالي يمكن إكمال تحليل التباين الأحادي، كما هو موضح في الجدول أدناه.

#### الجدول (22.2): اختبار تجانس التباين لمتغير سعر البيع

العناصر	Levene Statistic	Sig
محاسبة التكاليف تبعاً للمستوى الوظيفي	1.330	0.277
محاسبة التكاليف تبعاً لسنوات الخبرة	3.011	0.043
محاسبة التكاليف تبعاً للمستوى الوظيفي و سنوات الخبرة معاً	2.766	0.020

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 23

يتم اختبار هذه الفرضية من خلال إجراء تحليل التباين الأحادي والثنائي لسعر البيع، والتي تظهر نتائجها في الجدول التالي:

#### الجدول (23.2): نتائج تحليل التباين الأحادي لمعرفة الفروق في تصورات المبحوثين فيما يتعلق بسعر البيع حسب المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	الدلالة

غير معنوية (توجد فروق)	0.759	0.278	0.104	2	0.207	بين المجموعات	سعر البيع تبعاً للمستوى الوظيفي
			0.372	37	13.768	خارج المجموعات	
				39	13.975	الإجمالي	
غير معنوية (توجد فروق)	0.651	0.551	0.205	2	0.614	بين المجموعات	سعر البيع تبعاً لسنوات الخبرة
			0.371	37	13.361	خارج المجموعات	
				39	13.975	الإجمالي	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 23

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن قيمة F المحسوبة لسعر البيع بلغت  $F=0.278$  وذلك بدرجة حرية (2)، كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة تساوي  $Sig= 0.759$  وهي أكبر من مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ )، مما يدل على عدم معنويتها (نقبل الفرضية البديلة)، أي وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتصورات الباحثين فيما يتعلق بسعر البيع تعزى لمتغير المستوى الوظيفي.

أما بالنسبة إلى سنوات الخبرة يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة لسعر البيع بلغت  $F=0.551$  وذلك بدرجة حرية (2، 37)، كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة تساوي  $Sig= 0.651$  وهي أكبر من مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ )، مما يدل على عدم معنويتها (نقبل الفرضية البديلة)، أي وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتصورات الباحثين فيما يتعلق بسعر البيع تعزى لمتغير سنوات الخبرة وتظهر نتائجه نتائج تحليل التباين الثنائي لسعر البيع حسب المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة معاً في الجدول التالي:

الجدول (24.2.): نتائج التحليل التباين الثنائي لمعرفة الفروق في آراء الباحثين فيما يتعلق بسعر البيع

حسب المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة معاً.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	الدلالة
سعر البيع	المستوى الوظيفي	0.199	2	0.100	0.297	0.745	غير معنوية (توجد فروق)
	سنوات الخبرة	0.039	3	0.013	0.038	0.990	
	التفاعل	2.386	3	0.795	2.373	0.089	
	الخطأ	10.388	31	0.335			
	الكل المصحح	13.975	39				

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 23



من خلال الجدول أعلاه يتبين أن قيمة F المحسوبة لمتغير سعر البيع تبعاً لمتغيري المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة المهنية مجتمعة بلغت  $F=2.373$  وذلك بدرجة حرية (3، 31)، كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة لتحليل التباين التائي بلغت  $Sig= 0.089$  وهي أكبر من مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ )، مما يدل على عدم معنوياتها (نقبل الفرضية البديلة)، أي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء العينة حول سعر البيع في المؤسسات محل الدراسة تعزى لمتغيري المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة المهنية مجتمعة .

ثالثاً : نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة:

تنص الفرضية الأولى على أنه:

$H_3$  لا توجد علاقة اثر ذات دلالة إحصائية بين محاسبة التكاليف وبين سعر البيع عند مستوى معنوية اقل من 0.01.

الجدول (25.2): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط بين محاسبة التكاليف وبين سعر البيع في المؤسسات المبحوثة.

سعر البيع								المتغيرات
الخطأ المعياري	اختبار f		معامل الارتباط	معامل التحديد	اختبار t		معامل الانحدار	
	المعنوية Sig	قيمة f	R	R <sup>2</sup>	المعنوية Sig	قيمة t		
0.47	0.000	25.14	0.631	0.39	0.000	5.01	1.27	محاسبة التكاليف
		9		8		5	0.638	

**المصدر:** من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 23

انطلاقاً من الجدول أعلاه يتبين لنا وجود علاقة تأثير موجبة ذات دلالة إحصائية (معنوية) بين محاسبة التكاليف وبين سعر البيع - خلال فترة الدراسة- فقد بلغ معامل الانحدار (0.638)، وهذا يعني أن محاسبة التكاليف تساهم بنسبة (63.8%) من ما قام به المؤسسات المبحوثة من الضبط الجيد لمستوى أسعار البيع بافتراض ثبات العوامل الأخرى- وهذا الأثر ذو دلالة معنوية عند مستوى معنوية (1%)، أو أقل، أما القيمة 1.27 تأثيرها فتمثل مساهمة العوامل الأخرى مجتمعة في سعر البيع.

وتمثل القابلية التفسيرية للنموذج والمتمثلة في معامل التحديد  $R^2$  التي بلغت (0.398)، والتي تعني أن (39.8%) من التغيرات التي حدثت على المتغير التابع - سعر البيع - خلال فترة الدراسة يعود سببها إلى محاسبة التكاليف، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين الذي بلغ نحو (63.1%)، والتي تبين العلاقة الطردية القوية بين المتغيرين.

إن نموذج الانحدار البسيط يعد مقبولاً من الناحية الإحصائية، لان قيمة اختبار  $f$  المحسوبة التي بلغت (25.149)، هي ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (0.01)، أو أقل وبدرجة ثقة (99%)، أو أكثر. وبهذه النتائج نرفض الفرضية الرئيسية الثالثة والتي تنص على أنه لا توجد علاقة اثر ذات دلالة إحصائية بين محاسبة التكاليف وبين سعر البيع عند مستوى معنوية اقل من 0.01، لتحل محلها الفرضية البديلة والتي تنص على أنه (توجد علاقة اثر ذات دلالة إحصائية بين محاسبة التكاليف وبين سعر البيع عند مستوى معنوية اقل من 0.01)

## خلاصة الفصل :

من خلال هذه الدراسة الميدانية تم التعرف عمليا على طبيعة العلاقة بين محاسبة التكاليف وسياسة وطرق التسعير المنتهجة في هذه المؤسسات الاقتصادية, فبعد بيان المنهج المتبع وتحديد مختلف الأدوات المستخدمة فيها ,حيث تم عرض نتائج الاستبيان المحققة وتحليلها بهدف إظهار واقع هذا النوع من المحاسبة في المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة والتعرف على مدى إسهامها في صياغة سياسة تسعيرية لكل منها وقد نتج عن الدراسة الميدانية :

- أهمية وجود محاسبة التكاليف داخل أي مؤسسة اقتصادية
- وجود عدة عوامل مؤثرة في التسعير منها الداخلية و الخارجية
- أثر محاسبة التكاليف في تحديد طرق وسياسة التسعير في المؤسسات المدروسة هو " (68%) .
- كم تم تحليل مختلف محاور الاستبيان عمل الجداول التكرارية الخاصة بالعوامل الديموغرافية وكذلك حساب معامل الثبات و الصدق للدراسة ، ومعامل الارتباط واختبار الانحدار المتعدد واختبار الفرضيات .

# الْخَاتِمَةُ

يقضي تسيير المؤسسات الاقتصادية في ظل الوضع الراهن والتغيرات المتجددة وجود مفاهيم جديدة وسبل حديثة تتيح إعطاء حلول ملائمة لمختلف المشاكل و المفاجآت التي قد تعترض المؤسسات خصوصا ما يمس جانب التسويقي الذي يمكن اعتباره رمز السري للمؤسسة.

فمن أبرز العقبات التي توجه المسيرين في هذا المجال بغية تحقيق أهداف المؤسسة هي إيجاد حلول لضمان تداول منتجاتها في الأسواق المستهدفة الأمر الذي لا يتأتى إلا بوجود منتج مرغوب بسعر مناسب.

لكن ارتفاع التكاليف بفعل التضخم او ارتفاع أسعار عوامل الإنتاج وازدياد الطلب عليها يمثل الهاجس الأكبر للمؤسسة أما نجاحها في تسويق منتجها وتحقيق أهدافها ،وهذا من منطلق أن التكاليف تعد القاعدة الأساسية لأسعار المنتجات ،فكلما كان التحكم في هذه القاعدة أكبر تيسرت عملية وضع الأسعار ؛وهو الأمر الذي أثبتته محاسبة التكاليف من خلال استعمالها في مختلف المؤسسات الاقتصادية ودورها في مساعدة المسيرين في اتخاذ قرارات التسيير خاصة في مجال تحديد السعر ، نظرا لما تتوفر عليه من مرونة و حداثة بفعل التطور المستمر وقد تبين لنا هذا أيضا من خلال الدراسة الميدانية و النظرية السابقة وتغير مفاهيمها، وهذا يتيح للمسير راحة أكبر في وضع أسعار المناسبة لمنتجات المؤسسة بغية نجاح تسويقها ، وفرصة لاستخدام مختلف أساليب السعريه لمجابهة المنافسة ، ورسم سياسة تسعير متميزة .

ومن خلال دراستنا مقارنة الجانب النظري و الجانب الميداني الذي أبرز الحضور المعتبر لمحاسبة التكاليف من واقع المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة وان غالبية المسؤولين هذه المؤسسات غير مدركين لأهميتها فضلا عن إدراك دورها و أهميتها .

فحالة هذه الدراسة الوصول الى هدفها و الإجابة على إشكالية الدراسة من خلال اعتماد ثلاثة فرضيات رئيسية لمعرفة العلاقة بين المتغيرين ومستوى تحقق هذه العلاقة ، وقد تم التحقق منها.

### نتائج الدراسة :

من خلال فصول هذه الدراسة يمكن أن نلخص مايلي:

#### 1-نتائج الدراسة النظرية: من خلال العرض المقدم ضمن فصول البحث النظرية توصلنا الى :

- ❖ لا يوجد اتفاق بين الأدبيات المحاسبية التي تناولت موضوع محاسبة التكاليف على مفهوم واضح وقد يعزى ذلك الى اختلاف الهدف او الغرض منه .
- ❖ يعد التحكم الجيد في التكاليف أساس لوضع أسعار تنافسية وإتاحة مجال اكبر ليكون السعر مرن .
- ❖ من خلال نموذج التسعير تبين أنه توجد مقومات معينة لوضع سعر بيع أمثل .
- ❖ ظهر أن استعمال محاسبة التكاليف ضروري بهدف تحديد التكاليف النهائية للمنتج وكذا توفير معلومات ضرورية لمساعدة المسير على اتخاذ مختلف القرارات ووضع أهداف.

- ❖ إن نجاح المؤسسة الاقتصادية في تحكم في تكاليفها لبناء سياسة تسعير ناجعة مرتبط بإمكانياتها ومدى جدية والقدرات التي يمتلكها موظفوها، وكذا الهيكل التنظيمي الملائم.
- ❖ يعتبر السعر محصلة تفاعل مجموعة متضادة ومتباينة من القوى قاعدتها التكاليف و الأهداف وسقفها ادراكات المشتري لقيمة وسعر المنتج ورد فعل الزبون وركيزتها استراتيجية المزيح المتبعة .
- ❖ غالب ما تنحصر استخدامات النظام المحاسبي الموجود في هذه المؤسسات على المحاسبة العامة فقط نظرا للإلزامية القانونية المتعلقة بهذا الجانب
- ❖ تقوم المؤسسات الاقتصادية بشكل عام بالمحافظة على ثبات تسعيراتها في حالة تغيرات السوقية احيانا كمحاولة لتخفيض التكاليف في حالة انخفاض الطلب
- ❖ يؤدي تحليل وتفسير نتائج محاسبة التكاليف بالمؤسسة لمعرفة أسبابها لأجل علاجها
- ❖ تتيح محاسبة التكاليف قدرة لمؤسستنا على مراقبة مختلف عناصر التكاليف
- ❖ تعد أهداف محاسبة التكاليف كوسيلة لتدنيه وتقدير التكلفة قدر الإمكان
- ❖ يعتبر الموردون أحد المؤثرين على سعر بيع المنتج
- ❖ يوجد ببعض المؤسسات مختصين لاحتساب تكلفة المنتج أو الخدمة فيما يغيب عن بعضها
- ❖ تساعد أسعار بيع منتجاتنا على إقبال الوسطاء لاقتنائها
- ❖ يعد تحديد الهدف من سعر البيع ركيزة لسياسة التسعير
- ❖ تهدف بعض المؤسسات لوضع أسعار مناسبة لضمان بقاءها في سوق المنافسة

### 2 - نتائج الدراسة الميدانية

و التي شملت استبيان متضمن عينة من المؤسسات الاقتصادية حاولنا تشخيص واقع محاسبة التكاليف في هذه المؤسسات و التعرف على دورها في تحديد سياسات الأسعار والنتائج كالتالي:  
2-1 نتائج المتغيرات الوصفية : تميزت الفئة التي قامت بملء استبيان بأن:

غالبيتها ذكور حيث بلغ نسبتهم 80 بالمئة من النسبة الكلية ، فيما تراوحت أعمار أغلبهم ما بين 30 الى 39 سنة بمؤهل علمي الغالب فيهم هو درجة ليسانس ب 42.5 .سنوات خبرتهم محصورة بين (5-10) ولهم نف النسبة السالفة .اغلبهم يمتلك رتبة وظيفية بمقام إطار بنسبة 72.5

### 2-2 نتائج متغيرات الدراسة :

- ✓ تتبنى بعض المؤسسات المدروسة محاسبة التكاليف من خلال وجهة نظرا العاملين بها وهذا نسبة الى قيمة الوسط الحسابي الكلي لمحاسبة التكاليف بمختلف فقراتها حيث بلغ(3.84)
- ✓ مستوى تحقق واتباع سياسة تسعيرية مرتفع ويعزى ذلك الى قيمة المتوسط الحسابي الكلي لأبعاد التسعير حيث بلغ 3.732

## الخاتمة

- ✓ عدم توفر اغلب المؤسسات المدروسة على نظام محاسبة نظرا لعدم معرفة الاستخدام او غياب الرسلكة لمواكبة التطورات الجديد
- ✓ اعتماد بعض المؤسسات المدروسة بتحديد تكاليفها بطرق حسابية عشوائية او جزافية ليس لها أساس محاسبي واضح
- ✓ وجود رغبة لدى مسيري بعض المؤسسات الاقتصادية في تحصيل نظام محاسبة تكاليف الي بغرض المساعدة في اتخاذ القرار خاصة التسعير منها في ظل احتدام المنافسة وقلة خبرة بعض الموظفين .
- ✓ في حالة تغير الأسعار من طرف المنافسين تقوم بعض من هذه المؤسسات بردود فعال غير مدروسة او ارتجالية تبعا لخصوصية كل منه
- ✓ وجود علاقة ارتباط طردية قوية نوعا ما بين محاسبة التكاليف بمحاورها ووضع سياسة تسعيرية عند مستوى دلالة إحصائية 0.01
- ✓ وجود فروق في مستوى استعمال محاسبة التكاليف في المؤسسات المدروسة ذو دلالة إحصائية عند 0.01 تعزى الى المتغيرات التالية :سنوات الخبرة ,المستوى الوظيفي الخبرة
- ✓ توجد فروقات ذات دلالة احصائية لأراء العينة المبحوثة حول سعر البيع تعزى لمتغيري المستوى الوظيفي وسنوات الخبرة عند مستوى معنوية اقل من 0.01.
- ✓ لا توجد علاقة اثر ذات دلالة احصائية بين محاسبة التكاليف وبين سعر البيع عند مستوى معنوية اقل من 0.01
- ✓ بلغ معامل الانحدار (0.638)، وهذا يعني أن محاسبة التكاليف تساهم بنسبة (63.8%) في تحديد السعر في المؤسسات المبحوثة بافتراض ثبات العوامل الأخرى.

### التوصيات :

من خلال معرفتنا واطلاع على هذه المؤسسات ونظام العمل فيها تبين لنا :

- ضرورة تحصيل معلومات لازمة حول التكاليف من المحاسبة العامة باعتبارها المصدر الأساسي لمعلومات وبيانات محاسبة التكاليف مع تبويبها قبل تحديد جل التكاليف وسعر التكلفة
- لا بد من ضرورة استخدام أفضل لبرنامج الإعلام الآلي وتقنيات المعلومات التي توفر الكم الهائل من المعلومات اللازمة لتطبيق نظام محاسبة تكاليف فعال أكثر
- تأهيل الطاقم المحاسبي بعقد دورات تدريبية متخصصة للمسؤولين وأصحاب القرار في الإدارة حول دور ز أهمية أنظمة التكاليف بغية ضمان دقة المخرجات او الاستفادة منها في مراقبة التسيير، واتخاذ القرارات ورسم سياسة المناسبة للمؤسسة .

## الخاتمة

- ضرورة وضع وإنشاء قسم او مصلحة او خاصة لحساب التكاليف ذات طاقم كفاء ، ذو دراية تامة بأنظمة التكاليف بحيث يمكن الاعتماد عليها لمجابهة المنافسة في مثل هذه القطاعات بدل ادراجها ضمن قسم التسويق او التجارة .
- الاهتمام أكثر بتوفير المعلومات والبيانات اللازمة لاتخاذ قرار التسعير بكل مناسب خصوصا ما يتعلق بجانب التكاليف ومستوى الطلب ...
- وضع سياسة تسعيرية مرنة تتكيف مع مختلف الأحوال الاقتصادية السائدة والتقلبات المختلفة وهذا ما يوجب عليها مراجعة هيكل التكاليف الخاصة بمنتجاتها قبل إقرار أي تعديل في مستوى الأسعار
- إرساء سياسة تسعيرية شاملة ومتوازنة لتشكيلة المنتجات او الخدمات المقدمة تراعي تكلفة وربحية كل منها , وبناء على ذلك تحدد الأسعار بالشكل الذي يحقق الأهداف التسويقية العامة للمؤسسة دون التركيز على منتج بحد ذاته
- ضرورة زيادة الاهتمام بدراسة الأسواق المستهدفة عند وضع السعر النهائي مع العمل على تحديد التكاليف الكلية الحقيقية عند تحديد سعر بيعها.
- الاعتناء أكثر بردود أفعال الزبائن والوسطاء عند تحديد أسعار منتجاتنا أو الخدمة مع التحكم الجيد بمختلف العوامل الداخلية التي تؤثر على تحديد السعر ضرورة اقتصادية
- إجراء بحوث تتناول موضوعات تهدف إلى تخفيض تكاليف الإنتاج

أفاق الدراسة :

نأمل من خلال تقديم هذه الدراسة تأسيس قاعدة لانطلاق بحوث تسويقية مستقبلية تتعلق بمجال التسعير وواقعه في المؤسسات الاقتصادية وكذا إبراز ادوار محاسبة التكاليف واهتمام اكبر بها ، حيث نجد أن البحث مزال مفتوحا على كل الجوانب المتعلقة بالدراسة لهذا يمكن اقتراح المواضيع التالية لتكون محل دراسة نظرية وميدانية تمكن من استدراك النقائص المسجلة على دراستنا :

- ❖ دور الطرق المحاسبية الحديثة لمحاسبة التكاليف في تحديد أسعار التنافسية
- ❖ أثر رأس المال البشري في رفع كفاءة السياسات التسعيرية
- ❖ أثر النظامي المحاسبي الجديد على الأداء المنظمي



قائمة المصادر

و

المراجع

قائمة المصادر و المراجع

أولاً: المراجع و المصادر العربية

الكتب:

1. سماويل حجازي، أ معاليم سعاد. (2013). محاسبة التكاليف الحديثة من خلال الأنشطة . عمان - الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
2. إسماعيل يحي التكريتي. (2009). محاسبة التكاليف في المنشآت الصناعية بين النظرية والتطبيق. الأردن: دار حامد للنشر و التوزيع.
- 1- د. صالح عبد الرزاق - د. عطا الله وارد خليل. (1999). محاسبة الكاليف الفعلية . عمان - الاردن : دار زهران للنشر و التوزيع .
3. صالح الرزق. (2013). مبادئ محاسبة التكاليف الحديثة من خلال الأنشطة . عمان - الاردن : دار زهران للنشر .
4. كمال حسن جمعة الربيعي - سعدون مهدي ساقى. (2008). محاسبة التكاليف الصناعية . عمان - الأردن: اثناء للنشر و التوزيع.
5. محمد إبراهيم عبيدات. (2014). أساسيات التسعير في التسويق المعاصر. عمان : دار المسيرة للنشر و التوزيع.
6. نضام موسى السويدان. (2010). التسويق المعاصر. عمان - الاردن: دار حامد للنشر والتوزيع .
7. يوسف أبو فارة. (2010). إدارة الأسعار في الأسواق التقليدية والإلكترونية وأسواق المياه. عمان الأردن: اثناء للنشر والتوزيع .
8. جولي بلانت ; خالد العامري. (2009). التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS). الجيزة، مصر: دار الفاروق للنشر و التوزيع.
9. شكيب بشماني. (2014). دراسة تحليلية مقارنة للصيغ المستخدمة في حساب حجم العينة العشوائية. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية ، 36 ( 05).
10. علي الجياشي. (2004). التسعير مدخل تسويقي . عمان الأردن : دار وائل للنشر .

## قائمة المصادر و المراجع

11. علي رحال. (1992). *سعر التكلفة و المحاسبة التحليلية*. بائنة : الدار الجامعية.
12. علي الجياشي. (2004). *التسعير مدخل تسويقي* . عمان الأردن : دار وائل للنشر .
13. خبابة عبد الله. *السياسة السعرية في اطار العولمة الإقتصادية* .  
الرسائل الجامعية:
- 1- عبد العزيز عرفات العجلة "مدى إمكانية تطبيق مدخل المحاسبة عن الإنجاز في ضوء مستجدات بيئة التصنيع الحديثة" مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في المحاسبة والتمويل 2011\1432هـ,
- 2- هادفي خالد ، "دور المحاسبة التحليلية في تحديد سياسة التسعير للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية " مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص محاسبة ، جامعة محمد خيضر - بسكرة 2012 -2013
- 3-  
الجرائد و المجلات:
- 1- نضال بدر شيت ، السياسات التسعيرية وأثرها في رضا الزبون ، مجلة دورية نصف سنوية ، ايار 2014 ، المجلد السادس ، العدد الثاني عشر
- 2- مجدي الكبيحي بعنوان : "مدى تطبيق التكلفة المستهدفة وهندسة القيمة كمدخل لتخفيض التكاليف في الشركات الصناعية المساهمة العامة الفلسطينية"، مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 41، العدد 02 ، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين 2014
- 3- مجيد نبو و محمد بن الدين ، "مدخل التكلفة المستهدفة كأداة لترشيد قرارات التسعير في المؤسسة الخدمية، دراسة تطبيقية للشركة الجزائرية للتأمين CAAT مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ، المجلد 8 العدد 05 السنة :

ثانيا: المراجع و المصادر الأجنبية

### Books:

1. BOUKSSESSA Souhilakheira. La mise en place d un systèmedecomptabilité analytique dans une entreprise ;mèmoire de magister .université 2009-2010.....
2. Daniel Boussard .(1995) .*comptabilité Analytique* .Alger: Chihab.
3. LASAR Y .(2007) .*La comptabilité analytique* .Algèrie: El Dar Otmania
4. .. Beatrice Ferancis Grandguilot .(2002) .*Comptabilité analytique* .paris: Galino èdution

الملاحق

ملحق رقم (10) :  
استمارة استبيان

# ملاحق



## جامعة أحمد دراية أدرار كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



قسم علوم التسيير  
ماستر مالية المؤسسة

سيدي المحترم ، سيدتي المحترمة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته،،،،،

لي كامل الشرف أن أتقدم إلى شخصكم المحترمة بالترحم وإعطائي جزء من وقتكم الثمين، للإجابة على بعض الأسئلة التي صممت لجمع بعض المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالاً للحصول على شهادة ماستر مالية المؤسسة تحت عنوان : "دور محاسبة التكاليف في تحديد سعر البيع داخل المؤسسة الاقتصادية".

وتهدف الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة محاسبة التكاليف في تحديد سعر بيع المنتج بـ "مؤسستكم"، ونظراً لأهمية رأيكم في هذا المجال نأمل من التكرم بالإجابة على هذه الأسئلة بدقة، حيث أن صحة النتائج تعتمد بدقة على صحة إجاباتكم، فمشاركتكم ضرورية، ورأيكم عامل أساسي من عوامل نجاحها، ونحيطكم علماً بأن جميع إجاباتكم لن تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. في انتظار إجابة موفقة من قبلكم بمشيئة الله، راغباً منكم التماس التفهم وإمداد العون من طرف شخصكم الكريم، تقبلوا سادتي الأفاضل أسمى عبارات التقدير والاحترام والشكر الجزيل.

الموسم الجامعي 2020-2021

## ملاحق

الجزء الأول : بيانات شخصية عن المجيب  
يهدف هذا القسم الى التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية و الوظيفية بغرض تحليل النتائج فيما بعد ,  
ضع علامة أمام الخانة الملائمة لاختيارك  
أولا : الجانب التنظيمي و القانوني للمؤسسة .

(1)- اسم المؤسسة : .....

(2)- مكان النشاط ( الولاية ) : .....

(3)- ملكية المؤسسة :

عامة  خاصة  مشتركة

(4)- نوع النشاط: صناعي  تجاري  خدماتي

(5)- عدد العمال :

من 1 إلى 9  من 10 إلى 49  أكثر من 50

ثانيا : المتغيرات الشخصية

(1) الجنس : ذكر  أنثى

(2) العمر :

من 20 إلى 29 سنة

من 30 إلى 39 سنة

من 40 إلى 49 سنة

50 سنة فأكثر

(3)- المؤهل العلمي :

ثانوي فأقل :  تقني سامي :

ليسانس :  دراسات عليا :

(4)- المستوى الوظيفي :

إطار:  عون تحكم :  عون تنفيذي

(5)سنوات الخبرة :

أقل من 5 سنوات

من 5 إلى اقل من 10 سنوات

من 10 إلى اقل من 15 سنة

من 15 سنة فما فوق

# ملاحق

الجزء الثاني : محاور الاستبانة

المحور الأول

محاسبة التكاليف : يهدف هذا المحور الى معرفة مدى تطبيق محاسبة التكاليف في مؤسستكم لذا نرجو منكم وضع إشارة ( X ) في الخانة التي تظهر عن مدى موافقتك عن كل عامل من هذه العوامل حسب وجهة نظرك

الرقم	العبارات	مؤيد بشدة	مؤيد	محايد	غير مؤيد بشدة	غير مؤيد
1	تعتبر محاسبة التكاليف أداة مساعدة في اتخاذ القرار داخل مؤسستي					
2	تعد أهداف محاسبة التكاليف كوسيلة لتدنيته وتقدير التكلفة قدر الإمكان					
3	تهدف محاسبة التكاليف في مؤسستي لتقديم معلومات مالية حول القوائم المالية					
4	تلعب محاسبة التكاليف دور رئيسي في قياس تكلفة الأداء في مؤسستنا					
5	تؤثر محاسبة التكاليف في تحديد أسعار البيع للسلع المنتجة أو الخدمات المقدمة في مؤسستي					
6	تتيح محاسبة التكاليف قدرة لمؤسستنا على مراقبة مختلف عناصر التكاليف					
7	تستخدم محاسبة التكاليف كأداة للتنبؤ و التخطيط في مؤسستنا					
8	تعمل مؤسستنا على تحديد التكاليف لا سيما الإنتاجية بدقة اعتماد على محاسبة التكاليف					
9	يتم احتساب مختلف تكاليف الأنشطة الممارسة من قبل مؤسستنا من خلال محاسبة التكاليف					
10	تسمح محاسبة التكاليف بترشيد استخدام الطاقة					



## ملاحق

					الإنتاجية المتاحة لدينا	
					يؤدي تحليل وتفسير نتائج محاسبة التكاليف بمؤسستنا لمعرفة أسباب علاجها	11

المحور الثاني :

العوامل المؤثرة في السعر : في ما يلي مجموعة من العبارات المتعلقة بالعوامل المؤثرة في تحديد السعر الرجاء قراءتها جيدا ووضع إشارة ( X ) في الخانة التي تعبر عن رأيكم .

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
***	***	***	***	***	<b>عناصر المزيج</b>
					يقوم العاملون بمؤسستنا بتحديد السعر اعتماد على عنصر الجودة
					تعتمد مؤسستنا على الأسعار المدروسة كوسيلة للترويج للمنتجات
					يعتبر الموردون أحد المؤثرين على بيع خدماتنا أو منتجنا
					تتسم منتجات مؤسستي بالسعر المنخفض مقارنة بالمنافسين
					<b>التكلفة</b>
					تنتهج مؤسستي إستراتيجية قيادة التكاليف
					يوجد بمؤسستي مختصين لاحتساب تكلفة المنتج أو الخدمة
					تركز مؤسستي على تقليل تكاليف النقل و التخزين و ترشيد النفقات الكلية
					تعمل مؤسستي على تحديد التكاليف الكلية الحقيقية عند تحديد سعر بيعها
					<b>توقعات الوسطاء وردود فعل الزبائن</b>
					نسعى دائما في مؤسستنا للتلبية السريعة لحاجات و تطلعات الزبائن و الوسطاء
					تؤثر أسعار منتجات وخدمات مؤسستي في القدرة الشرائية للزبائن
					نهتم بردود أفعال الزبائن والوسطاء عند تحديد أسعار منتجاتنا وخدماتنا
					تساعد أسعار بيع منتجاتنا على إقبال الوسطاء لاقتنائها
					<b>الأهداف</b>
					تقوم مؤسستي بدراسة الأسواق المستهدفة عند وضع السعر النهائي
					تمتلك مؤسستي سيولة نقدية لمواجهة متطلباتها السعرية
					تحصل مؤسستي على عوائد استثمارية جراء تحصيل مبيعاتها
					يعد تحديد الهدف من سعر البيع ركيزة لسياستنا التسعيرية

## ملاحق

					المنافسة (الحصة السوقية )
					تهدف مؤسستي لوضع أسعار مناسبة لضمان بقاءها في سوق المنافسة
					تعتمد مؤسستي على سياسة تسعيرية مرنة لتوسيع الحصة السوقية
					يمكن لمؤسستي التحكم بمختلف العوامل الداخلية التي تؤثر على تحديد السعر
					تعتمد مؤسستي خفض أسعار المنتجات للحفاظ على زبائنها وحصتها السوقية

ملحق رقم (02) :  
مخرجات SPSS

# ملاحق

## 1- الجداول التكرارية للعوامل الشخصية

### النوع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	32	80.0	80.0	80.0
انثى	8	20.0	20.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

### العمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من 20 إلى 29 سنة	8	20.0	20.0	20.0
من 30 إلى 39 سنة	17	42.5	42.5	62.5
من 40 إلى 49 سنة	13	32.5	32.5	95.0
من 50 سنة فما فوق	2	5.0	5.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

### العلمي المؤهل

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ثانوي فما اقل	2	5.0	5.0	5.0
تقني سامي	5	12.5	12.5	17.5
ليسانس	17	42.5	42.5	60.0
دراسات عليا	16	40.0	40.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

### الوظيفة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid إطار	29	72.5	72.5	72.5
تحكم عون	5	12.5	12.5	85.0
تنفيذي عون	6	15.0	15.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

### الخبرة سنوات

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid اقل من 5 سنوات	9	22.5	22.5	22.5
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	17	42.5	42.5	65.0
من 10 إلى أقل من 15 سنة	7	17.5	17.5	82.5
من 15 سنة فما فوق	7	17.5	17.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

## 2- معامل الصدق و الثبات "

### المنافسة والحصة السوقية

Cronbach's Alpha	N of Items
,876	4

### التكاليف

Cronbach's Alpha	N of Items
,742	4

### محاسبة التكاليف

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	11

# ملاحق

## المزيج التسويقي

Cronbach's Alpha	N of Items
,737	4

## الأهداف

Cronbach's Alpha	N of Items
,824	4

## توقعات الوسطاء

Cronbach's Alpha	N of Items
,700	4

## محاور سعر البيع

Cronbach's Alpha	N of Items
,921	20

## ثبات المحورين

Cronbach's Alpha	N of Items
,937	31

### 3- المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لعبارات المحورين

#### محاسبة التكاليف

	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
تعتبر محاسبة التكاليف أداة مساعدة في اتخاذ القرار داخل مؤسستي	40	2	5	3,80	,911
تعد أهداف محاسبة التكاليف كوسيلة لتدنية وتقدير التكلفة قدر الإمكان	40	1	5	4,07	,764
تهدف محاسبة التكاليف في مؤسستي لتقديم معلومات مالية حول القوائم المالية	40	3	5	4,00	,641
تلعب محاسبة التكاليف دور رئيسي في قياس تكلفة الأداء في مؤسستنا	40	2	5	4,02	,862
تؤثر محاسبة التكاليف في تحديد اسعار البيع للسلع المنتجة او الخدمات المقدمة في مؤسستي	40	2	5	3,73	1,132
تتيح محاسبة التكاليف قدرة لمؤسستنا على مراقبة مختلف عناصر التكاليف	40	2	5	4,23	,733
تستخدم محاسبة التكاليف كأداة للتنبؤ و التخطيط في مؤسستنا	40	2	5	3,58	,931
تعمل مؤسستنا على تحديد التكاليف لا سيما الإنتاجية بدقة اعتماد على محاسبة التكاليف	40	1	5	3,35	1,001
يتم إحتساب مختلف تكاليف الأنشطة الممارسة من قبل مؤسستنا من خلال محاسبة التكاليف	40	1	5	3,73	,905
تسمح محاسبة التكاليف بترشيد استخدام الطاقة الإنتاجية المتاحة لدينا	40	2	5	3,75	,954
يؤدي تحليل وتفسير نتائج محاسبة التكاليف بمؤسستنا لمعرفة أسباب علاجها	40	2	5	4,07	,764
محاسبة التكاليف	40	2,27	4,91	3,8477	,59181
Valid N (listwise)	40				

#### إستراتيجية المزيج التسويقي

	N	Minim um	Maximu m	Mean	Std. Deviation
ييقوم العاملین بمؤسستنا بتحديد السعر اعتماد على عنصر الجودة	40	2	5	3,37	,979
تعتمد مؤسستنا على الأسعار المدروسة كوسيلة للترويج للمنتجات	40	2	5	3,63	1,030
يعتبر الموردون أحد المؤثرين على بيع خدماتنا أو منتجنا	40	1	5	3,68	1,071
تتنسج منتجات مؤسستي بالسعر المنخفض مقارنة بالمنافسين	40	2	5	3,30	1,137
المزيج التسويقي	40	2,25	4,75	3,4937	,78953
Valid N (listwise)	40				

#### التكلفة

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تؤثر محاسبة التكاليف في تحديد اسعار البيع للسلع المنتجة او الخدمات المقدمة في مؤسستي	40	2	5	3,73	1,132
تتيح محاسبة التكاليف قدرة لمؤسستنا على مراقبة مختلف عناصر التكاليف	40	2	5	4,23	,733
تستخدم محاسبة التكاليف كأداة للتنبؤ و التخطيط في مؤسستنا	40	2	5	3,58	,931
تعمل مؤسستنا على تحديد التكاليف لا سيما الإنتاجية بدقة اعتماد على محاسبة التكاليف	40	1	5	3,35	1,001
التكلفة	40	2,50	5,00	3,6687	,68028
Valid N (listwise)	40				

#### توقعات الوسطاء وردود فعل الزبائن

	N	Minim um	Maxim um	Mean	Std. Deviation
تسعى دائما في مؤسستنا للتلبية السريعة لحاجات و تطلعات الزبائن و الوسطاء	40	3	5	4,32	,526
تؤثر أسعار منتجات وخدمات مؤسستي في القدرة الشرائية للزبائن	40	1	5	3,93	1,095

## ملاحق

نهتم برود أفعال الزبائن والوسطاء عند تحديد أسعار منتجاتنا وخدماتنا	40	2	5	3,90	,900
تساعد اسعار بيع منتجاتنا على إقبال الوسطاء لإقتنائها	40	2	5	4,10	,778
توقعاتالوسطاء	40	2,75	5,00	4,0625	,61694
Valid N (listwise)	40				

### الأهداف

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تقوم مؤسستي بدراسة الأسواق المستهدفة عند وضع السعر النهائي	40	2	5	3,53	,933
تمتلك مؤسستي سيولة نقدية لمواجهة المتطلبات السعرية	40	2	5	3,63	,925
تحصل مؤسستي على عوائد استثمارية جراء تحصيلات مبيعاتها	40	2	5	3,75	1,104
يعد تحديد الهدف من سعر البيع ركيزة لسياستنا التسعيرية	40	2	5	3,75	1,032
الأهداف	40	2,00	5,00	3,6625	,80970
Valid N (listwise)	40				

### المنافسة والحصة السوقية

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
المنافسة سوق في بقاءها لضمان مناسبة أسعار لوضع مؤسستي تهدف	40	2	5	4,02	,891
السوقية الحصة لتوسيع مرنة تسعيرية سياسة على مؤسستي تعتمد	40	2	5	3,75	,981
السعر تحديد على تؤثر التي الداخلية العوامل بمختلف التحكم لمؤسستي يمكن	40	2	5	3,47	,784
وحصتهاالسوقية زبائنها على للحفاظ المنتجات أسعار خفض مؤسستي تعتمد	40	2	5	3,73	,933
المنافسة	40	2,00	4,75	3,7438	,76896
Valid N (listwise)	40				

## 4- اختبار تجانس التباين لمحاسبة التكاليف والتباين :

### Test of Homogeneity of Variances

محاسبة التكاليف

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,433	2	37	,102

### ANOVA

محاسبة التكاليف

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,095	2	,047	,129	,879
Within Groups	13,565	37	,367		
Total	13,659	39			

### Test of Homogeneity of Variances

محاسبة التكاليف

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,425	3	36	,251

### ANOVA

محاسبة التكاليف

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,779	3	,593	1,797	,165
Within Groups	11,881	36	,330		
Total	13,659	39			

### Levene's Test of Equality of Error Variances<sup>a</sup>

# ملاحق

Dependent Variable: محاسبة التكاليف

F	df1	df2	Sig.
1,652	8	31	,151

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + الوظيفة + الخبرة + الوظيفة \* الخبرة

## Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: محاسبة التكاليف

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	3,210 <sup>a</sup>	8	,401	1,191	,336
Intercept	246,028	1	246,028	729,915	,000
الوظيفة	,029	2	,015	,044	,957
الخبرة	,854	3	,285	,844	,480
الخبرة * الوظيفة	1,207	3	,402	1,194	,328
Error	10,449	31	,337		
Total	605,860	40			
Corrected Total	13,659	39			

a. R Squared = .235 (Adjusted R Squared = .038)

## 5- اختبار تجانس التباين لسعر البيع والتباين :

### ANOVA

سعر البيع

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,614	3	,205	,551	,651
Within Groups	13,361	36	,371		
Total	13,975	39			

## Levene's Test of Equality of Error Variances<sup>a</sup>

Dependent Variable: سعر البيع

F	df1	df2	Sig.
2,766	8	31	,020

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + الوظيفة + الخبرة + الوظيفة \* الخبرة

## Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: سعر البيع

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	3,587 <sup>a</sup>	8	,448	1,338	,262
Intercept	231,392	1	231,392	690,526	,000
الوظيفة	,199	2	,100	,297	,745
الخبرة	,039	3	,013	,038	,990
الخبرة * الوظيفة	2,386	3	,795	2,373	,089
Error	10,388	31	,335		
Total	569,373	40			
Corrected Total	13,975	39			

a. R Squared = .257 (Adjusted R Squared = .065)

### Test of Homogeneity of Variances

سعر البيع

## ملاحق

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3,011	3	36	,043

### ANOVA

سعر البيع

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,614	3	,205	,551	,651
Within Groups	13,361	36	,371		
Total	13,975	39			

### Levene's Test of Equality of Error Variances<sup>a</sup>

Dependent Variable: سعر البيع

F	df1	df2	Sig.
2,766	8	31	,020

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + الوظيفة + الخبرة + الخبرة \* الوظيفة

## 6- الانحدار

### Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: سعر البيع

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	3,587 <sup>a</sup>	8	,448	1,338	,262
Intercept	231,392	1	231,392	690,526	,000
الوظيفة	,199	2	,100	,297	,745
الخبرة	,039	3	,013	,038	,990
الخبرة * الوظيفة	2,386	3	,795	2,373	,089
Error	10,388	31	,335		
Total	569,373	40			
Corrected Total	13,975	39			

a. R Squared = .257 (Adjusted R Squared = .065)

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,631 <sup>a</sup>	,398	,382	,47043

a. Predictors: (Constant), محاسبة التكاليف

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5,565	1	5,565	25,149	,000 <sup>b</sup>
Residual	8,409	38	,221		
Total	13,975	39			

a. Dependent Variable: سعر البيع

b. Predictors: (Constant), محاسبة التكاليف

### Coefficients<sup>a</sup>



## ملاحق

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,270	,495		2,564	,014
	محاسبة التكاليف	,638	,127	,631	5,015	,000

a. Dependent Variable: سعر البيع

### 7-معامل الارتباط بيرسون : معامل الارتباط بين المحورين

العوامل المؤثرة في سعر البيع	محاسبة التكاليف		
.068	1	Pearson Correlation	محاسبة التكاليف
.676	40		
40	40		
		Sig. (2-tailed)	
		N	
1	.068	Pearson Correlation	العوامل المؤثرة في سعر البيع
.676	40		
40	40		
		Sig. (2-tailed)	
		N	

ملحق رقم (03) :  
مؤسسات الدراسة

## ملاحق

عدد الاستثمارات الموزعة	اسم المؤسسة
05	أور يدو
05	وكالة تجارية موبليس
10	المجمع الوطني لإنتاج وتوزيع الاسمنت
10	الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء و الغاز
06	إيباش للأشغال العمومية
01	وكالة تويوتا
03	مؤسسة نوات للحلول العامة
02	, صنع وتشكيل الحديد
07	مصنع الاسمنت سيدي موسى
05	مصنع حليب أدرار

دور محاسبة التكاليف في تحديد سعر البيع داخل المؤسسات الاقتصادية، دراسة ميدانية  
لمؤسسات بولاية أدرار

**The role of cost accounting in determining the selling price within  
economic institutions, a field study of institutions in Adrar state**

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى أثر الذي تحدثه محاسبة التكاليف في تحديد سعر البيع داخل المؤسسات الاقتصادية الناشطة بولاية أدرار .

ومن أجل تحقيق ذلك تم الاستعانة بإستبانة مكونة من جزئيين ، جزء يحتوى على المعلومات الشخصية و آخر يتضمن محورين لمتغيرات الدراسة , وتم توزيع العينة على الموظفين بالمؤسسات محل الدراسة , إذ تم الاعتماد على معادلة هيربرت أركن في تحديد حجم العينة البالغ حجمها 54 موظف ، وتم إسترجاع 40 إستبانة صالحة للدراسة ، إضافة الى الاعتماد على برنامج الحزم الاحصائي ( spss )

فيما كانت أهم النتائج وجود أثر معتبر لمحاسبة التكاليف في تحديد سعر البيع دخل المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة .

الكلمات المفتاحية : محاسبة التكاليف ، سعر البيع ، مؤسسة اقتصادية ، إيراد

**Abstract:**

This study aims to know the impact of cost accounting on determining the selling price within the economic institutions that are active in the state of Adrar.

In order to achieve this, a questionnaire consisting of two parts was used, one part contains personal information and another includes two axes of the study variables, and the sample was distributed to the employees in the institutions under study, as the Herbert Ark formulation was relied upon in determining the sample size of 54 employees, and retrieved 40 valid questionnaires for study, in addition to relying on the statistical packages program (spss)

With the most important results, there was a significant effect of cost accounting in determining the selling price, the income of economic institutions under study

**Key words:** cost accounting, sale price, economic institution, revenue