

## دور المعلومات المحاسبية في إتخاذ قرار تسعير المنتجات المعرضة لظاهرة الإغراق - دراسة تجريبية على الشركات الصناعية المصرية

د. أماني محمد المليجي

مدرس المحاسبة والمراجعة - قسم نظم معلومات إدارية -

المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي - سيوف الاسكندرية

### ملخص البحث:

استهدف البحث دراسة واختبار دور المعلومات المحاسبية في إتخاذ قرار تسعير المنتجات لمواجهة ظاهرة الإغراق وذلك من خلال دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المصرية لتحليل دور النظام المحاسبي في تلك الشركات وصولاً إلى قرار تسعير يناسب الواقع المصري لمكافحة ظاهرة الإغراق. وفي ضوء ذلك اتبعت الدراسة عدة مناهج لتحقيق أهداف البحث تمثلت في المنهج الاستنباطي لصياغة فرضيات البحث، المنهج التاريخي لتحليل الدراسات السابقة، والدراسة التجريبية الميدانية لاختبار مدى صحة فرضيات البحث، حيث أجريت تلك الدراسة على مجموعة من الشركات الصناعية العاملة بجمهورية مصر العربية، والتي تواجه منتجاتها ظاهرة الإغراق التجاري. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أن جوهر قضية الإغراق هو التسعير، حيث يعد قرار التسعير بمثابة حماية للمنتج المحلي من ظاهرة الإغراق قبل حدوثها، وأن للمعلومات المحاسبية دور كبير في إتخاذ هذا القرار، حيث يمد نظام التكاليف بالشركة الإدارة بمعلومات تساعد في إتخاذ قرار التسعير، وعلى هذا فعدم الدقة في معلومات التكاليف الموجهة لهذا القرار قد تكون سبباً في القضاء على المقدرة التنافسية للمنظمة، مما يهدد استمرارها ويعرضها للإغراق، وبالنظر لمداخل التسعير المختلفة ومدى الاعتماد عليها لمواجهة الإغراق فقد توصل البحث إلى أن الشركات - التي تطبق مداخل التكلفة المستهدفة أو المقارنة بالأفضل أو سلاسل القيمة - قد تمكنت من تحقيق ميزة تنافسية ومواجهة ظاهرة الإغراق لمنتجاتها وذلك بالمقارنة بالشركات التي تطبق مدخل التكلفة. وقد أوصت

الدراسة بضرورة التركيز على موضوع التسعير خاصة التسعير التنافسي، وتشجيع المنظمات على استخدام مداخل التسعير ذات المنظور الخارجي للمعلومات، وفي حال استخدام مدخل التكلفة فلا بد من التمييز في نسبة الإضافة بين المنتجات المختلفة، كما يجب اللجوء إلى الخبرات الفنية لتحديد التكلفة المستهدفة والتدقيق في اختيار المنافس الذي سيتم المقارنة معه، وكذلك التركيز على الأنشطة ذات القيمة المضافة فقط والعوامل المؤثرة في مستوى جودة المنتج، لتعظيم قيمة العميل.

**الكلمات المفتاحية:** الإغراق، المعلومات المحاسبية، التسعير، مداخل التسعير.

## **The role of accounting information in making the pricing decision for products exposed to the phenomenon of dumping - An Experimental study on Egyptian industrial companies**

### **Abstract:**

The Research Aimed To Study The Role Of Accounting Information In Making The Product Pricing Decision To Confront The Phenomenon Of Dumping, Through An Applied Study On Egyptian Industrial Companies To Analyze The Role Of The Accounting System In Those Companies, To Arrive At A Pricing Decision That Suits The Egyptian Reality To Combat The Phenomenon Of Dumping. The Study Followed Several Approaches To Achieve The Aim Of The Research As: Deductive Method For Formulating Research Hypotheses, The Historical Method For Analyzing Previous Studies, And The Experimental Field Study - On A Group Of Egyptian Industrial

Companies Which Face Dumping - To Test The Validity Of The Research Hypotheses. The Study Found A Number Of Findings, Including: Pricing Is The Essence Of Dumping, And It Is A Protection For The Local Product From Dumping Before It Occurs, There Is A Big Role Of The Accounting Information In Making This Decision, The Cost System Provides The Information That Helps The Management In Making The Pricing Decision, The Inaccuracy Of The Costing Information May Be A Reason For Eliminating The Competitiveness Of The Organization, The Companies - Which Apply The Target Cost, Comparison With The Best Or Value Chains - Have Been Able To Achieve Competitive Advantage And Facing Dumping Compared To Companies That Apply Cost Approach. The Study Recommended That There Should Be Focusing On The Pricing, Especially Competitive Pricing, And Encouraging Organizations To Use The Pricing Approaches With External Perspective Of Information, Distinguish Between The Addition Percentage For The Different Products, Determination Of The Target Cost By Technical Experts, Selection Of The Right Competitor To Compare With Him, Focusing On Value-Added Activities And The Affecting Factors On The Product Quality, To Maximize The Customer Value.

**Key words:** Dumping, accounting information, pricing, pricing approaches.

## ١. مقدمة:

شهد العالم في السنوات الأخيرة تحولات واضحة تستهدف إحداث تغييرات إيجابية في اقتصاديات العملية الإنتاجية، ومن بين أهم تلك التحولات ما ظهر في الفكر العالمي تحت مسمى "اتفاقيات منظمة التجارة العالمية". ويسعى العالم من خلال هذه الاتفاقيات إلى تحرير التجارة العالمية من كافة القيود والعوائق، لإعادة بناء الاقتصاد العالمي تحت تأثير الثورة العلمية والتكنولوجية، ويبدو أن هدف إعادة بناء الاقتصاد العالمي قد أصبح ضرورة ملحة في الوقت الراهن، كما أصبحت الوسيلة ( تحرير التجارة العالمية) خيارا لا بديل له. فإذا كان الاستهلاك العالمي للسلع والخدمات في تزايد مستمر وكانت الموارد العالمية تنصف بالندرة، فيصبح تحقيق الإستخدام الأمثل للموارد هو السبيل الوحيد لتحقيق التوازن المفقود بين الموارد والطلب على السلع والخدمات. ولقد استقر الفكر العالمي على الارتكاز إلى آليات السوق باعتبارها الوسيلة القادرة على تحقيق هذا الهدف. وباقرار هذه الوسيلة أصبح على العالم أن يتنافس لتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد، ومن شأن هذا التنافس أن يؤدي إلى سباق على المستوى العالمي نحو تخفيض تكاليف العملية الإنتاجية إلى أدنى الحدود الممكنة، وتعميم مخرجاتها كما ونوعا، ليتحقق بالتبعية الانخفاض في أسعار المنتجات و إشباع أفضل للاحتياجات بنفس المستوى من الدخل. ومع ذلك، فهناك من التحديات ما تستطيع أن تقلل من قدرة الوسيلة على تحقيق الهدف، وذلك إذا ما اتخذت المنافسة مسارا غير مشروعًا ممتثلا في عمليات الإغراق والدعم الدولي والزيادة غير المبررة في الواردات. (أحمد، ٢٠٠٠).

ولقد أصبحت عمليات الإغراق<sup>١</sup> من القضايا الهامة على ساحة التجارة الدولية، سواء تعلق بإغراق الأسواق الوطنية بمنتجات أجنبية، أو بتعرض الصادرات الوطنية لإجراءات مكافحة عمليات الإغراق في أسواق التصدير. ولقد اهتمت دورات اتفاقيات الجات وخاصة الدورة الثامنة بأورجواي

١ - يعني الإغراق بيع المنتجات في أسواق التصدير بسعر أقل من السعر الذي تباع به السلعة في السوق المحلي لدولة المصدر.

(١٩٨٦-١٩٩٤) بدراسة كيفية مكافحة الإغراق، كما بدأ الإهتمام بموضوع مكافحة الإغراق في مصر ابتداء من عام ١٩٩٥، حيث تم انشاء هيئة لهذا الغرض هي جهاز مكافحة الدعم والإغراق والتابع لقطاع التجارة الخارجية بوزارة التجارة والتموين، كما صدر قانون حماية الاقتصاد القومي من الأثار الناجمة عن الممارسات الضارة في التجارة الدولية برقم ١٦١ لسنة ١٩٩٨، والمعروف باسم قانون الدعم والإغراق. كما صدرت لائحته التنفيذية في سبتمبر ١٩٩٨، (طاحون، ١٩٩٩). ولقد ترتب على اتفاق دورة أوجواي أن بدأت بعض الأدوات التقليدية التي تستند إليها الحكومات في حماية اقتصادياتها من الإغراق تفتقد فاعليتها، وبدأت بالتبعية بعض النماذج المحاسبية التي تستند إليها الشركات في اتخاذ القرارات المتعلقة بتسعير المنتج التنافسي واستراتيجيات التسويق تفتقد فاعليتها هي الأخرى سواء بالنسبة للأسواق المحلية أو أسواق التصدير. وذلك في ظل المادة السادسة من الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة والاتفاق بشأن تطبيقها، والقائمة أساسا على تبني البعد التنافسي في التسعير، وبناء عليه يمكن القول أن اقتصاديات العملية الإنتاجية قد اعتمدت خلال فترة طويلة ماضية على ما يسمى بالمنظور الداخلي للمعلومات المحاسبية<sup>١</sup>، ومع مستجدات البيئة الحديثة ومن أهمها المنافسة، تحول العالم إلى ما يسمى بالمنظور الخارجي للمعلومات المحاسبية<sup>٢</sup>، لما يتسم به من خصائص تجعله قادرا على بناء قدرات تنافسية ذات فعالية في اتخاذ قرار تسعير يحقق الأهداف الاستراتيجية للمنشأة (أحمد، ٢٠٠٠).

إن قرار تسعير المنتج من أهم وأصعب القرارات التي يتعين على إدارة المنشأة اتخاذها من آن لآخر. ويرجع ذلك إلى كون تسعير المنتجات لا يعد قرارا تسويقيا فقط، و إنما هو قرار يمس كافة أوجه النشاط في المنشأة وتكون له أبعاد مالية عديدة في كل من الفترة القصيرة والطويلة الأجل (محرم، ١٩٩٥).

١ - يعني استخدام معلومات التكاليف الداخلية في المنشأة في اتخاذ قرار التسعير وبغض النظر عن الأسعار لدى المنافسين.

٢ - يعني الأخذ في الاعتبار أسعار المنافسين عند بناء قاعدة التكلفة الخاصة باتخاذ قرار التسعير.

## ٢. مشكلة البحث:

يشكل قرار التسعير جوهر قضية الإغراق، وقرارا له انعكاسات على درجة كبيرة من الأهمية على اقتصاديات العملية الإنتاجية واستمراريتها. ويؤخذ على نموذج التسعير المحاسبي أنه لا يمكنه تحديد السعر بالشكل الذي يؤدي إلى تحقيق الأهداف الاستراتيجية إذا ما استخدم في ظل المنافسة. وطالما أن العالم قد أقبل على منافسة أوسع نطاقا وأكثر حدة، فإن استخدام المنظور الداخلي للمعلومات المحاسبية في بناء قاعدة التكلفة لأغراض التسعير يحول دون بناء قدرات تنافسية، وقد يؤدي بمنشآت الأعمال إلى الخروج من الأسواق، وقد بدأت بالفعل العديد من منشآت الأعمال المصرية - التي تتبنى هذه النظرة لأغراض التسعير - مواجهة صعوبات ومشاكل في الأسواق دفعتها للبحث عن حلول لها. وبالتالي يمكن التعبير عن مشكلة البحث في كيفية الإجابة نظريا وتطبيقيا على التساؤلات التالية؛ هل استخدام المنظور الخارجي للمعلومات المحاسبية - من خلال استخدام أساليب المحاسبة الإدارية لاتخاذ قرار تسعير لمكافحة ظاهرة الإغراق- يمكنه تحسين عمليات التسعير بالدرجة الكافية لحماية الشركات من الإغراق؟، وما مدى كفاية المعلومات التي توفرها الأنظمة المحاسبية الحالية للشركات التي تشكو من الإغراق لاتخاذ قرار تسعير تنافسي ملائم، يحمي تلك الشركة من ظاهرة الإغراق، وكذلك حماية الصادرات من التعرض لإجراءات مكافحة الإغراق في أسواق التصدير؟

## ٣. أهداف البحث:

يهدف البحث إلى دراسة واختبار دور المعلومات المحاسبية في إتخاذ قرار تسعير المنتجات لمواجهة ظاهرة الإغراق وذلك من خلال دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المصرية لتحليل دور النظام المحاسبي في تلك الشركات وصولا إلى قرار تسعير يناسب الواقع المصري لمكافحة ظاهرة الإغراق.

## ٤. أهمية ودوافع البحث:

تكمن الأهمية الأكاديمية للبحث من أن قرار التسعير للمنتجات يعد من القرارات الهامة في مكافحة الإغراق، لما له من أثار على الشركات من حيث إنتاجيتها واستمراريتها، ومدى

النمو فيها، خاصة مع زيادة حدة المنافسة العالمية، بحيث أصبح استمرار الوحدة الاقتصادية متوقفا على قدرتها على تقديم منتجات تنسم بأسعار تنافسية، وفي نفس الوقت المحافظة على الجودة المرتفعة. وقد أظهرت إتفاقيات التجارة الدولية عدم ملاءمة النموذج المحاسبي للتسعير القائم على المنظور الداخلي للمعلومات المحاسبية. ومن هنا تبرز أهمية البحث العملية حيث يمثل تحديد دور المعلومات المحاسبية في إتخاذ قرار تسعير المنتجات التي تتعرض لظاهرة الإغراق بمثابة محاولة جادة لتحسين قرار التسعير، وهذا من شأنه زيادة مقدره المنشآت على إتخاذ قرارات تسعير تنافسية توفر الحماية اللازمة للمنتجات في الأسواق المحلية من الإغراق الخارجي، وكذلك توفير الحماية للصادرات من التعرض لإجراءات مكافحة الإغراق في أسواق التصدير. ورغم كثرة دوافع البحث إلا أن أهمها ندرة البحوث المحاسبية في مصر خاصة تلك التي تهتم بدراسة وإختبار دور المعلومات المحاسبية في إتخاذ قرار تسعير المنتجات لمواجهة ظاهرة الإغراق وذلك بغرض وضع نموذج تسعير يناسب البيئة المصرية.

#### ٥. حدود البحث:

يقتصر البحث على دراسة ظاهرة الإغراق دون التعرض للظواهر الأخرى التي تضر بالتجارة الدولية مثل: ظاهرة الدعم أو الزيادة غير المبررة في الواردات، كما أن هناك العديد من الأبعاد والمتغيرات المتعلقة بظاهرة الإغراق، لذلك سوف يقتصر هذا البحث على دراسة ظاهرة الإغراق الخارجي بصفة أساسية دون الإغراق الداخلي.

#### ٦. خطة البحث:

انطلاقا من مشكلة البحث وهدفه وأهميته يمكن تقسيم هذا البحث على النحو التالي:

١/٦ ماهية ظاهرة الإغراق.

٢/٦ ظاهرة الإغراق وعلاقتها بالتسعير.

٣/٦ نماذج التسعير المحاسبي ومدى ملاءمتها لظروف الإغراق واشتقاق فروض

البحث.

٤/٦ منهجية البحث.

٥/٦ النتائج والتوصيات ومجالات البحث المقترحة.

## ١/٦ ماهية ظاهرة الإغراق:

إنفق كلا من (عوض الله، ١٩٩٩؛ الجمعة، ٢٠٠٠؛ المنجي، ٢٠٠٠؛ شلبي، ٢٠٠٦؛ Obalade, 2014; Wang, 2018) على تعريف ظاهرة الإغراق بأنها إحدى الوسائل التي تتبعها الدولة أو المشروعات الاحتكارية للتمييز بين الأثمان السائدة في الداخل وتلك السائدة في الخارج، حيث تكون الأخيرة منخفضة عن الثمن الداخلي للسلعة وتكون لدى المصدر المغرق نية القضاء على منافسيه، أو على الأقل إجبارهم على الدخول معه في اتفاق احتكاري.

وترى الباحثة أن الإغراق هو **سياسة التسعير التمييزي الدولي**، حيث يقوم مصدر المنتج بخفض سعره المعروف في السوق المحلية ليتحكم ويستحوذ على أكبر قدر ممكن من سوق الدولة المستوردة.

**من خلال هذه التعريفات يتضح أنه يوجد نوعين من الأسعار لوجود الإغراق وإثباته، السعر الأول:** في السوق المحلية للمنتج ويكون سعرا مرتفعا بالنسبة للسعر الثاني، **السعر الثاني:** هو سعر منخفض عن السعر الأول ويكون للمنتج في السوق المستوردة.

## ١/١/٦ التطور التاريخي وخصائص ظاهرة الإغراق:

يرجع مصطلح الإغراق إلى القرن ١٩، وقد استخدم كثيرا عندما غزت المنتجات البريطانية السوق الأمريكية إبان حرب الاستقلال، إلا انه قد أصبح أكثر انتشارا خلال فترة الستينات حيث استخدم في كل من ألمانيا وفرنسا والنرويج والدنمارك بشكل ملحوظ. وقد انتشر الإغراق بشكل واسع في الاقتصاد العالمي إبان أزمة الكساد العالمي في الفترة الممتدة بين (١٩٢٩-١٩٣٣)، ثم في فترة السبعينات من القرن الماضي، فقد كانت الولايات المتحدة تتهم العديد من الشركات بممارسة الإغراق في الأسواق الأمريكية (الصالح، ٢٠١٦).

وقد أوضحت دراسة كل من (لخضر، ٢٠١٣؛ Duarte, 1997) المحاولات التي بذلت لمكافحة ظاهرة الإغراق، حيث لم يعرف العالم المفهوم الكامل لتلك الظاهرة إلا في مطلع القرن العشرين حين بدأت الدول بسن تشريعات تنظم مجالات



التجارة المتبادلة. فكانت كندا أول دولة أصدرت قانونا لمكافحة الإغراق عام ١٩٠٤ ، ثم تبعتها العديد من الدول. وظل تنظيم ظاهرة الإغراق التجاري يتم وفقا للقواعد القانونية الداخلية لكل دولة إلى أن عقدت الاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية (جات) عام ١٩٤٧ والتي حاولت تنظيم هذه الظاهرة بما يكفل مصالح الدول المتعاقدة سواء المصدرة أو المستوردة، رغم عدم الاتفاق على إيجاد آلية لتنظيم التجارة الدولية آنذاك والمتمثلة في منظمة التجارة العالمية، إلى أن أثمرت جولة أوروغواي المتوجة باتفاقية مراكش العام ١٩٩٤ بإنشاء المنظمة العالمية للتجارة .

ومن استعراض دراسة كل من ( عبد الحميد، ٢٠٠٥؛ العبيدي، ٢٠١٠) يتضح أن السياسات الخاصة بمكافحة الإغراق وإجراءاته قد عانت في عديد من جوانبها، خاصة في مجال التحقق بشأنه، وتحديد هوامش الإغراق والضرر الناتج، ثم مراجعة الرسوم المفروضة وزوالها كما تعددت قضايا ومنازعات الإغراق ومكافحته. وعلى صعيد الممارسة التجارية فإن أكبر عائق في وجه تجارة دولية عادلة هو النهج التعسفي الذي تبنته دول الاقتصاديات المتقدمة، فيما يخص سياستها لمكافحة الإغراق ضد منتجات وصادرات الدول الأخرى خاصة النامية منها، وهذا نظرا لفلقها المتزايد على منتجاتها والعمل على بقائها في مراتب متميزة تنافسية، وتجنبيها فرض رسوم مكافحة الإغراق.

وقد استمرت المحاولات لوضع آليات تكفل التوازن بين مبدأ حرية التجارة العالمية من جهة، وعدم الإضرار بالأسواق والمنتجات المحلية عن طريق فرض قيود لمكافحة الإغراق من جهة أخرى، ونتج عن تلك المحاولات إنشاء نظام عالمي للتجارة، يهدف إلى خفض أسعار المنتجات وتسهيل وصول المنتج الكفء إلى الأسواق ورفع مستوى تنافسية المنتجات (لخضر، ٢٠١٣؛ Fieleke, 1995).

### ٢/١/٦ واقع ظاهرة الإغراق في مصر:

لقد أشارت دراسة كل من (عبد العال و عبد الغني ، ١٩٩٨ ؛ لخضر، ٢٠١٣ ؛ نعمة، ٢٠١٤)، إلى أن المشرع المصري أوضح أنه لاعتبار السلعة مغرقة فلا بد أن يكون سعر تصديرها إلى السوق المحلي أقل من قيمتها العادية في بلد التصدير ،

ويقصد بسعر التصدير السعر المدفوع مقابل هذا المنتج ، أما المقصود بالقيمة العادية فهو سعر المنتج في سوق بلد المنشأ أو بلد التصدير. و تنقسم قضية الإغراق في مصر إلى شقين:

**الشق الأول:** ويختص بكيفية مواجهة إغراق الواردات الأجنبية للسوق المحلي المصري.(طاحون، ١٩٩٩؛ فراح، ٢٠١١؛ Obalade, 2014; سوسة، ٢٠١٨).

**الشق الثاني:** ويختص بكيفية حماية الصادرات المصرية من التعرض لإجراءات مكافحة الإغراق. (نعمة، ٢٠١٤)

## ٢/٦ ظاهرة الإغراق وعلاقتها بالتسعير:

هناك ثلاثة عوامل تعد كمقياس مباشر للضرر الناتج عن الإغراق هي: الأرباح، الأجور، المقدرة على زيادة رأس المال. وهذه العوامل هي نتاج للنظام المحاسبي بما يشير إلى أهمية المعلومات المحاسبية في قياس الضرر، وبالتالي اتخاذ قرار حماية الصناعة المحلية من الإغراق، وهذا يستوجب ضرورة تطوير تلك الأنظمة المحاسبية للشركات لتوفير تلك المعلومات المحاسبية اللازمة لاتخاذ قرار الحماية (طاحون، ١٩٩٩)، حيث يعتمد إثبات الإغراق على متغيرين أساسيين هما: القيمة العادية ، سعر التصدير (أحمد ، ٢٠٠٠).

### أولاً: القيمة العادية:

القيمة العادية هي سعر بيع المنتج المشابه في سوق بلد المنشأ ، ويعني سعر البيع الحد الأدنى من السعر الذي لايمكن تجاوزه والذي يتحدد وفقاً للنموذج المحاسبي للتسعير ومعلوماته التكاليفية لاعتبارها المعيار العادل لتحديد الأسعار. وعلى هذا يعتبر سعر البيع معياراً لإثبات الإغراق.

### ثانياً: سعر التصدير:

يقصد بسعر التصدير هو السعر المدفوع أو المستحق الدفع للمنتج حينما يباع إلى البلد المستورد من البلد المصدر ( Cherunilam,2010 ). ولكي يتم إثبات الإغراق يجب أن يقل سعر التصدير عن القيمة العادية.

و للمعلومات المحاسبية دوراً هاماً في تحديد سعر التصدير، فقد يتحدد هذا

السعر اعتمادا على مستندات الاستيراد مع استبعاد أو إضافة بعض العناصر والتي تشكل فروقا بين القيمة العادية وسعر التصدير مثل تكاليف النقل والشحن، وقد نواجه بمشكلة تخصيص التكاليف المشتركة عند استيراد أكثر من سلعة - من بينها السلعة المدعى بإغراقها، كما قد نواجه بحالة إدعاء بالإغراق لسلع بسيطة تستخدم في صناعة منتج محلي، حيث تتدخل المعلومات المحاسبية لتعديل سعر التصدير بالعوامل المشكلة للفروق بين القيمة العادية وسعر التصدير.

(Cherunilam,2010 ; Snieskiene &Cibinskiene ,2015)

يتضح من العرض السابق أن كافة السياسات التي يتم استخدامها كإجراءات مكافحة للإغراق إنما تعمل على حماية المنتج والصناعة الوطنية من أضرار ظاهرة الإغراق، إلا أنها تستغرق وقت طويل لإثبات الضرر الناتج من الإغراق وإثبات العلاقة السببية بين الضرر والإغراق، أي أن مواجهة الظاهرة ستأتي بعد حدوثها وبعد أن تكون الظاهرة قد سببت أضرارا بالاقتصاد الوطني، وعلى هذا تعد تلك الإجراءات بمثابة علاج لما تسبب به الإغراق من أضرار وليست بمثابة وقاية ضد حدوث الإغراق، والتساؤل الذي يثيره هذا البحث هو ما هو دور المعلومات المحاسبية في اتخاذ قرار تسعير المنتجات لحماية المنتج المحلي من ظاهرة الإغراق قبل حدوثها؟

وللإجابة عن هذا التساؤل يجب الإهتمام بمشكلة تسعير المنتجات، فالتسعير هو قلب وجوهر قضية الإغراق، فقضية الإغراق هي قضية تسعير بالدرجة الأولى، حيث يحدث الإغراق - كما سبق عرضه - عندما يقل سعر التصدير عن القيمة العادية للمنتج وهذا ما يطلق عليه هامش الإغراق، فإذا أمكن للصناعة المحلية أن تبيع منتجاتها بأسعار منافسة للمنتجات المستوردة فإن هذا سيحقق مزايا للصناعة الوطنية.

٣/٦ نماذج التسعير المحاسبية ومدى ملاءمتها لظروف الإغراق واشتقاق فروض البحث:

تضمن الفكر المحاسبي العديد من مداخل وطرق التسعير وأسس بناء استراتيجيات التسعير التنافسي، حيث تختلف تلك المداخل باختلاف المدى الزمني الذي تغطيه استراتيجيات التسعير، واختلاف الظروف الاقتصادية والبيئية السائدة، ولذلك يمكن

تقسيم تلك المداخل إلى ثلاثة مداخل هي: (الذهبي والغبان، ٢٠٠٧؛ المدهون، ٢٠١٥)

١- مدخل التكلفة.

٢- مدخل السوق.

٣- مدخل أسعار المنافسين.

١/٣/٦: **مدخل التكلفة:**

السعر هو وسيلة لاتمام عملية التبادل في الأسواق التنافسية بالشكل الذي يمكن المنتج من استرداد التكاليف وتحقيق عائد اقتصادي مجزي، ولقد تناولت النماذج المحاسبية السعر على أنه متغيرا تابعا لمجموعة من المتغيرات المستقلة أهمها التكلفة، وأن استمرارية الشركة تقتضي تحقيق إيرادات تكفي لتغطية التكاليف وتحقيق عائد مقبول (ربح)، أي أن السعر يجب أن يفي بمتطلبات تلك الاستمرارية، بحيث يكون كافيا لتغطية متوسط التكلفة مضافا إليها الربح المقبول، ويعتمد النموذج المحاسبي للتسعير على متغيرين أساسيين هما: **قاعدة التكلفة ونسبة إضافة** (وهذا يمثل المنظور الداخلي للمعلومات المحاسبية) (أحمد، ٢٠٠٠).

أ- **قاعدة التكلفة:**

يعتمد النموذج المحاسبي للتسعير على بيانات التكلفة بالدرجة الأولى، لإمكانية تبرير السعر على أساس التكلفة والدفاع عنه، كما يجب أن تفوق الإيرادات التكلفة إذا ما أرادت المنظمة البقاء في السوق (الذهبي والغبان ، ٢٠٠٧؛ الخلف وزويلف، ٢٠٠٧).

وتمثل قاعدة التكلفة الشق الواجب تغطيته واسترداده عن طريق السعر في جميع الظروف حتى تستمر العملية الإنتاجية و تتباين قاعدة التكلفة بين المنتجين للتباين فيما بينهم في الامكانيات المادية والبشرية وكفاءة التشغيل. (أحمد، ٢٠٠٠).

ب- **نسبة الإضافة:**

تمثل نسبة الإضافة كافة عناصر التكلفة التي لم تدخل في بناء قاعدة التكاليف وهامش الربح، وهذه النسبة تتصف بالمرونة حيث نجد هذه النسبة مرتفعة جدا في حالة الاحتكار، لتعكس كافة التكاليف الأخرى وهامش ربح مغالى فيه، وعلى العكس

من ذلك تنخفض هذه النسبة بشكل ملحوظ في حالة زيادة حدة المنافسة لتسمح للمنافس الكفاء بتحقيق عائد مقبول على الأموال المستثمرة، كما قد تنخفض هذه النسبة أيضا بشكل كبير لتسمح للمنافس بتنفيذ سياسات سعرية قادرة على تحقيق أهداف مؤقتة مثل: إغراق سوق جديدة - التخلص من فائض المخزون - التخلص من أحد المنافسين - السيطرة على سوق معينة (الإغراق) (أحمد، ٢٠٠٠).

وتتعدد صور تطبيق نموذج التسعير المحاسبي وفقا لمدخل التكلفة كما يلي:

### ١ - التكلفة الكلية + نسبة إضافة:

ويتم بموجبها تضمين كافة عناصر التكاليف المتغيرة والثابتة المباشرة وغير المباشرة لحين وصول المنتج إلى السوق، بما في ذلك تكلفة الخدمات التسويقية والإدارية، مع إضافة هامش ربح مقبول للوصول إلى سعر البيع، ويتضح أن المبرر الرئيسي لاستخدام هذه الطريقة هو رغبة المنظمة في تغطية التكلفة الكلية للمنتج ضماناً لاستمرارها وبقائها في السوق. (أحمد، ٢٠٠٠؛ الذهبي والغبان، ٢٠٠٧؛ Toni et al., 2017).

### ٢ - التكلفة المباشرة + نسبة إضافة:

تتضمن قاعدة التكلفة - في هذه الصورة من صور مدخل التكلفة - التكلفة المباشرة فقط، وتتسع نسبة الإضافة لتغطي كافة عناصر التكاليف غير المباشرة وهامش الربح المرغوب تحقيقه، (أحمد، ٢٠٠٠).

### ٣ - التكلفة المتغيرة + نسبة إضافة:

تتمثل قاعدة التكلفة في هذه الصورة في التكلفة المتغيرة فقط والتي لا تتحقق إلا بوجود الإنتاج لتعبر بذلك عن الجزء من التكلفة الواجب استرداده، ويتسع نطاق نسبة الإضافة ليشمل التكلفة الثابتة وهامش ربح معقول، (أحمد، ٢٠٠٠؛ الذهبي والغبان، ٢٠٠٧؛ خالد، ٢٠١٣).

تخلص الباحثة مما سبق إلى أن مدخل التكلفة للتسعير إنما يعتمد على متغيرين أساسيين هما قاعدة التكلفة، نسبة الإضافة، وتتعدد الصور التطبيقية لهذا المدخل وفقا للمفهوم الذي يتبناه صانع القرار للتكاليف المراد استردادها في جميع الأحوال، أي أن الاختلاف يرجع إلى كيفية معالجة بيانات التكاليف وإدراجها ضمن قاعدة التكلفة، مع

إمكانية الحصول على نفس سعر البيع باستخدام أي طريقة من الطرق الثلاث السابقة و بنسبة إضافة مختلفة في كل طريقة.

وتذكر دراسة (خالد، ٢٠١٣) أن مدخل التسعير على أساس التكلفة من أكثر مداخل التسعير استخداما في الحياة العملية ، نظرا لمزاياه المتعددة و المتمثلة في سهولة التطبيق، ضرورة تغطية سعر البيع الفعلي، إلا أن لهذا المدخل مجموعة من العيوب تتمثل في أن الخطأ في حساب التكلفة يؤدي إلى الخطأ في تحديد سعر البيع، تجاهل أسعار المنافسين ، الإعتقاد الخاطئ بأن الأسعار تعتبر دالة للتكلفة فقط ، تجاهل التمييز في نسبة الإضافة بين المنتجات المختلفة.

#### ٢/٣/٦ : مدخل السوق:

يعتمد هذا المدخل للتسعير على تحديد سعر البيع بناءا على دراسة السوق و رغبة العميل وهامش الربح الذي ترغب المؤسسة في تحقيقه، لذا فقد أطلق عليه مدخل السوق للتسعير، وهو بذلك على عكس الأساليب التقليدية التي تعمل على تحديد سعر البيع بعد تحديد تكلفة المنتج، ووفقا لهذا المدخل هناك أساليب حديثة تسمح بتحسين سياسة التسعير ومنها أسلوب التكلفة المستهدفة. (أبو عواد و مطر، ٢٠١١؛

(Schindler, 2011)

#### • مدخل التكلفة المستهدفة:

أوضحت دراسات (الخلف وزويلف، ٢٠٠٧؛ Cengiz & Ersoy, 2010؛ Nikoueghal, 2011؛ خالد، ٢٠١٣؛ بن سعيد، ٢٠١٥؛ Matarneh & EL-Dalabeeh, 2016) أن منهج التكلفة المستهدفة هو طريقة للتسعير ونظام لتخطيط الربحية وإدارة التكلفة، يسعى إلى خفض التكلفة دون التأثير على جودة المنتج، ويعتمد على تحديد سعر البيع الذي يتوافق مع متطلبات السوق، ثم احتساب هامش الربح المرغوب فيه وطرحه من سعر البيع، وستمثل نتيجة الطرح هنا أعلى تكلفة مسموح بها أي التكلفة المستهدفة للمنتج، وبعد ذلك يتم تزويد مصممي الإنتاج بالتكلفة المستهدفة للمنتج، واعتمادها كحد أقصى للتكلفة ، وفي حالة الإخفاق في الوصول إلى هذه التكلفة تجرى محاولة تخفيضها من خلال إعادة تقييم التصميم الخاص بالمنتج

وتحسين إجراءات إنتاجه.

ولهذا المدخل العديد من المزايا منها تخفيض التكاليف أثناء مرحلة التصميم، المساهمة في إدارة التكلفة والربحية، الاستخدام الأمثل للموارد، اشراك كافة العاملين بالمنظمة في تصميم وتطوير وتخطيط وتسويق المنتج، تحقيق وفورات للعملاء من خلال تقديم منتجات ذات قيمة مضافة وبتكلفة منخفضة. (أبو عودة، ٢٠١٠؛ غنيمي، ٢٠١٤؛ بن سعيد، ٢٠١٥؛ عابدين، ٢٠١٥؛ فتّيح، ٢٠١٧؛ Al-Khateeb, 2019).

كما يواجه هذا المدخل ببعض الصعوبات ومنها التمسك بتطبيق نظم التكاليف التقليدية ومقاومة روح التغيير، ارتفاع تكاليف تطوير المنتج، صعوبة التنسيق بين الأهداف المختلفة للأقسام المختلفة داخل المنظمة، الحاجة إلى الخبرات الفنية المؤهلة لتجنب تحديد تكلفة مستهدفة يصعب الوصول إليها، صعوبة التطبيق في بعض الصناعات، مثل صناعة الأدوية حيث تكون المكونات محكومة بعوامل طبية وأخرى قانونية. (غنيمي، ٢٠١٤؛ عابدين، ٢٠١٥)

٣/٣/٦: مدخل أسعار المنافسين:

يؤكد هذا المدخل على أن المنشأة لا يمكنها أن ترفع أسعارها عن أسعار منافسيها، وقد اعتمد هذا المدخل على عدة نماذج للتوصل إلى التسعير التنافسي منها، أسلوب مقارنة الأداء بالأفضل، وكذلك تحليل سلاسل القيمة.

١/٣/٣/٦: أسلوب مقارنة الأداء بالأفضل (المقارنة المرجعية

:(Benchmarking)

يتضمن هذا المدخل البحث عن أفضل الممارسات داخل نفس الصناعة أو في صناعات مختلفة بهدف تحسين أداء المنظمة، ويعد هذا الأسلوب محاولة من الشركات لمقارنة أدائها مع أفضل أداء للشركات المنافسة في الصناعة أو في تقديم الخدمة، بغرض التعلم من الممارسات المميزة لهذه الشركات، وبالتالي تحديد أوجه التحسين المطلوبة والتي تمثل الأهداف التي تسعى الشركة إلى تحقيقها، ويساعد هذا الأسلوب إدارة الشركة على التعلم من الممارسات الداخلية وكذلك التعلم من أفضل ممارسات المنافسين، وبالتالي تتمكن الشركة من إجراء التعديلات بغرض تحسين الأداء واتخاذ قرارات تسعير تنافسية

لكي تصبح هي الأفضل، وبذلك يعتبر هذا الأسلوب أحد أساليب مكافحة الإغراق. (بلاسكة ومزياني، ٢٠١٣؛ Abbas, 2014؛ Goncharuk et.al., 2015) أوضحت دراسات (سيد، ٢٠١٠؛ Sekhar, 2010؛ بلاسكة ومزياني، ٢٠١٣؛ Goncharuk et.al., 2015) أن لهذا المدخل العديد من المزايا تمثلت في توفير المقارنة المرجعية والمعلومات المناسبة التي تمكن التنفيذيين من تطوير المنتج بما يحقق رضا العميل وزيادة الأرباح، وجود مقاييس أداء تنافسية خارجية تؤدي بالضرورة إلى زيادة كفاءة وفعالية مقاييس الأداء الداخلية وتجعلها أكثر تنافسية، الحصول على أفكار وطرق جديدة للإنتاج عن طريق المقارنة بالشريك المنافس، تحديد مواطن القوة والضعف في الأداء، وما يترتب على ذلك من رفع القدرة التنافسية للمنظمة وزيادة الحصة السوقية.

أما عن عيوبه فقد ذكرت دراسات (الهنداوي، ٢٠٠٧؛ سيد، ٢٠١٠؛ Ionescu & Bigioi, 2016) أنه مجرد أداة لمحاكاة الشركات الأخرى مما يترتب عليه إعاقة التفكير الخلاق لدى أفراد المنظمة، اختلاف الظروف من شركة لأخرى قد يؤدي لصعوبة تطبيق هذا الأسلوب في بعض الشركات، صعوبة الحصول على معلومات المنافس لكونها بيانات سرية، قد يواجه بالرفض من قبل الإدارة نظرا للكشف عن مواطن الضعف بالمنشأة، ارتفاع تكاليف تطبيقه، الحاجة إلى وقت طويل لدراسة الممارسة الأفضل في الصناعة، التركيز على المنافسين وإهمال حاجات العملاء المتغيرة، احتمالية الإختيار الخاطئ للمنافس الذي سيتم المقارنة معه.

#### ٢/٣/٣/٦: أسلوب تحليل سلاسل القيمة:

يعتمد هذا المدخل على تحليل الأنشطة الرئيسية لوحدة الأعمال، والتي تسهم في دعم وتعزيز المزايا التنافسية للشركة، حيث يساعد هذا الأسلوب على دراسة العوامل المؤثرة في تكلفة المنتج أو الخدمة، وكذلك العوامل المؤثرة في مستوى جودة المنتجات، وذلك من أجل التعرف على القيمة التي يمكن تقديمها للعميل، ويقوم هذا الأسلوب بالتحليل الاستراتيجي للأنشطة إما داخليا لمعرفة الأنشطة التي يمكن إنجازها بشكل أفضل من المنافسين، أو خارجيا بتحليل سلاسل القيمة لدى المنافسين



أنفسهم، وذلك لتحديد نقاط القوة والضعف في المنظمة. وتتكون سلسلة القيمة من مجموعة من الأنشطة تساهم في تحقيق رضا العملاء، رفع قيمة العملاء، تكوين قيمة للمنظمة، تحليل القدرات الذاتية للمنظمة لإيجاد مزايا تنافسية. (Tindi,2013؛ الصفارو عبيد، ٢٠١٦؛ سرور وصالح، ٢٠١٦). ويتميز مدخل سلسلة القيمة بتحسين الموقف التكاليفي للمنظمة من خلال تحليل مسببات التكلفة وربطها بالإيراد والكشف عن الأنشطة التي لا تضيف جزئياً، أو كليا إلى القيمة مما يؤدي إلى إنخفاض التكلفة الكلية للمنتج، وبالتالي تدعيم قدرة المنظمة التنافسية في السوق المحلية والعالمية وإكتساب عدد أكبر من العملاء، وزيادة الحصة السوقية ، و كذلك القدرة على مواجهة المنافسين، و التحكم بقرارات التسعير. (نور ٢٠١٥)

أما عن عيوبه فهو يتجاهل النظر للمنظمة على أنها نظام شامل متكامل، لاعتماده على التقييم الدقيق لكل نشاط على حدى، كما أن دقة تطبيق هذا المدخل تعتمد على دقة المعلومات المقدمة عن الأنشطة، كذلك يعتمد هذا المدخل على نظرة تحليلية إنتاجية أكثر منها تسويقية. (بوغرارة ٢٠١٧)

تخلص الباحثة مما سبق إلى أن موضوع التسعير وخاصة التسعير التنافسي لازال محل جدل كبير في الفكر الإقتصادي والمحاسبي ، ولذلك اتجهت كثير من الوحدات الاقتصادية نحو تخطيط قرارات التسعير لديها اعتمادا على أسعار المنافسين، باعتبار أن أسعار المنافسين تمثل الأسعار الحقيقية التي يصعب تجاوزها، ولقد ترتب على هذا الاتجاه ظهور فكر جديد في الواقع التطبيقي يرى عدم أهمية معلومات التكاليف في مجال التسعير، كما أن قياسات التكلفة لا تصلح لتوجيه سياسات التسعير، باعتبار أن الموجه الأساسي هو السوق، إلا أن هذا التوجه يشوبه الكثير من أوجه القصور، باعتبار أن معلومات التكاليف مازالت هي المتغير الفعال في ظل أسواق المنافسة الاحتكارية، حيث أن مقدرة المنشأة على مجاراة أسعار المنافسين يتوقف في المقام الأول على مقدرتها على تحقيق تكاليف المنافسين في أسوأ الأحوال، بينما مقدرتها على تحقيق مزايا تنافسية أو تميز أسعارها عن أسعار المنافسين يتطلب مجموعة من الإجراءات اللازمة لإختراق تكاليف المنافسين، من خلال البحث عن

المواطن الحقيقية لخفض التكلفة، واستبعاد الأنشطة غير المضيفة للقيمة، وهو الدور الذي يمكن أن تؤديه أنظمة التكاليف، فمقدرة المنشأة على المنافسة في ظل خصائص الأسواق السائدة تتوقف على مقدرتها على فهم تكاليفها، والتعامل مع إيجابيات وسلبيات تلك التكاليف في الوقت المناسب وبالأسلوب الملائم. (عبد المجيد، ٢٠٠١)

ولقد برز دور المحاسبة بصفة عامة، والمعلومات التكاليفية على وجه الخصوص في مجال التسعير، حيث اقترنت أهداف محاسبة التكاليف وطبيعة معلوماتها دائماً بأهداف ترشيد سياسات التسعير، فالخلل في جوانب التسعير غالباً ما يكون ناتجاً عن الخلل في أنظمة التكاليف وما تقدمه من معلومات غير دقيقة أو غير ملائمة، كما أن عدم الدقة في معلومات التكاليف الموجهة لخدمة قرارات التسعير قد تكون سبباً في القضاء على المقدرة التنافسية للمنظمة، مما يهدد استمرارها وتعرضها للإغراق من جانب المنافسين في الخارج. (المدهون، ٢٠١٥؛ Alahdal, et al., 2016)

وتتطلب قرارات التسعير الموازنة بين الرؤية المالية للمنظمة والرؤية التسويقية، حيث أن الرؤية المالية تتجه نحو فرض أسعار مرتفعة لتغطية التكاليف الإجمالية وتحقيق فائض مناسب على الاستثمارات، بينما تتجه الرؤية التسويقية إلى فرض أسعار منخفضة لتحقيق حجم أكبر من المبيعات وفتح أسواق جديدة، وبذلك تنعكس نتائج قرارات التسعير على إيرادات المنظمة، حجم مبيعاتها، حصتها السوقية، نتائج أعمالها، العائد الاقتصادي على الاستثمارات، مقدرة المنظمة على الاستمرار والنمو (Gerald & Thomas, 1994).

### فروض البحث:

ارتكز البحث على الفرضيات التالية:

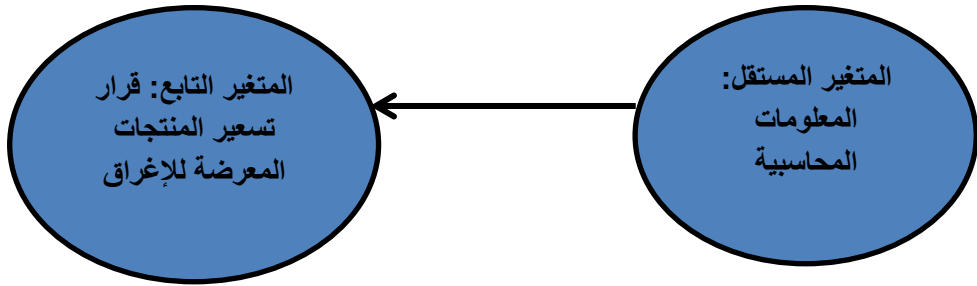
**H<sub>1</sub>**: توجد اختلافات معنوية بين المعلومات التي يوفرها نظام التكاليف في مجال تحديد التكلفة وفقاً لسياسة التسعير المطبقة في الشركات التي تعرضت لظاهرة الإغراق.

**H<sub>2</sub>**: توجد اختلافات معنوية بين تقديم نظام التكاليف لمعلومات في مجال اتخاذ قرار التسعير وفقاً لسياسة التسعير المطبقة في الشركات التي تعرضت لظاهرة الإغراق.

H<sub>3</sub>: توجد إختلافات معنوية بين اعتماد الادارة على معلومات التكاليف لاتخاذ قرارات التسعير وفقاً لسياسة التسعير المطبقة في الشركات التي تعرضت لظاهرة الإغراق.

H<sub>4</sub>: توجد إختلافات معنوية بين تمكن الشركة من مواجهة ظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية وفقاً لسياسة التسعير المطبقة في الشركات التي تعرضت لظاهرة الإغراق.

نموذج البحث:



#### ٤/٦ منهجية البحث:

اعتمد البحث على مجموعة من مناهج البحث تحقق فيما بينها تأدرا منهجيا يمكن من تحقيق أهداف البحث هذه المناهج هي:

- المنهج الاستنباطي الذي يعتمد على التفكير المنطقي، وقد اعتمد عليه البحث في تحديد طبيعة مشكلة البحث وصياغة الفرضيات المنطقية المرتبطة بالبحث.
- المنهج التاريخي وقد اعتمد عليه البحث في تناول وتحليل الدراسات السابقة لتحديد مدى ملاءمة الأساليب المحاسبية الحديثة مقارنة بالأساليب المحاسبية التقليدية للتعامل مع سياسات التسعير في الشركات التي تتعرض للإغراق.
- الدراسة التجريبية الميدانية وتم الاعتماد عليها في اختبار مدى صحة فرضيات البحث.

وقد أجريت الدراسة التجريبية على مجموعة من الشركات الصناعية العاملة

بجمهورية مصر العربية، والتي تواجه منتجاتها ظاهرة الإغراق التجاري، في مجال صناعة الحديد والصلب والغزل والنسيج و المنتجات الجلدية. حيث قامت الباحثة بتصميم أربعة قوائم استقصاء، تضمنت كل قائمة على مجموعة من الأسئلة لمعالجة مدخل من مداخل التسعير التي شملها البحث سواء التقليدية أو الحديثة، وذلك للتعرف على آراء كلا من المديرين والمحاسبين بهذه الشركات حول أفضل تلك المداخل التي يمكن استخدامها لمجابهة تلك الظاهرة وتحقيق ميزة تنافسية، وقد وزعت القوائم الاربعة على كل فرد من أفراد العينة، وبلغ عدد القوائم الموزعة ١٠٠ قائمة، جمعت الباحثة منها ٨٣ قائمة صحيحة بنسبة استجابة ٨٣%.

#### ١/٤/٦ توصيف متغيرات البحث:

#### المتغير المستقل: المعلومات المحاسبية

يقصد بالمعلومات المحاسبية المخرجات النهائية لنظام المعلومات المحاسبي في شكل تقارير مالية تساعد مستخدميهما في اتخاذ القرار المناسب وهذا يعتمد على مدى جودة هذه المعلومات، (أحمد ، ٢٠٠٠). وقد ركز البحث على عنصر تكلفة المنتج كمؤشر للمعلومات المحاسبية.

#### المتغير التابع: قرار التسعير

يعتبر قرار تسعير منتجات المنشأة وخدماتها احد أهم القرارات الإدارية نظرا لتأثيره على أرباح المنشأة في الأمد القصير و الطويل معا ، و تعتبر التكاليف احد العوامل الرئيسية التي يعتمد عليها متخذوا قرار التسعير في المنشأة ، بالإضافة إلى عدة عوامل يجب أخذها بعين الاعتبار عند اتخاذ قرار التسعير مثل طبيعة أذواق المستهلكين و طبيعة المنافسة و عوامل قانونية وسياسية و بيئية. (Haron, 2016).

#### ٢/٤/٦ الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات و اختبار فروض الدراسة:

نظرا لطبيعة القياس الترتيبي لمقياس ليكرت المستخدم سيتم الاعتماد علي الاختبارات اللامعلمية، ونتيجة لعدم استقلال العينات - حيث قام كل شخص بالاجابة علي جميع الحالات -سيتم الاعتماد علي اختبار فريدمان للمقارنة بين متوسط

الاجابات في الحالات الاربعة وفي حالة وجود اختلافات بين متوسط الحالات الاربعة سيتم اجراء المقارنات الثنائية اعتمادا علي اختبار ويلكوكسون لتحديد اي الحالات تختلف معنويا عن باقي الحالات.

### ٣/٤/٦ نتائج الإختبارات الإحصائية:

**أولاً:** أوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة علي كل سؤال من الاسئلة في الحالات الاربعة، عدد ونسبة الافراد الذين اختاروا كل خيار من الخيارات الخمس المتاحة للاجابة علي السؤال. كما اشتمل جدول التوزيع التكراري علي الوسط الحسابي لدرجة شدة قبول الاجابة والوسيط والانحراف المعياري الذي يوضح الاختلافات بين اراء الافراد في اجابتهم علي كل سؤال وكذلك ادني قيمة واكبر قيمة ومنها يمكن الحصول علي المدى كقياس للاختلاف ايضا ، ويشمل الجدول علي معامل الاختلاف المعياري %CV والذي يمكن من خلاله المقارنة بين درجتي اختلاف اراء الافراد في سؤالين مختلفين لتحديد اي السؤالين كانت اجابتهم اقل تشنتا اي اكثر اصرارا علي الرأي. فعلى سبيل المثال نجد أن اصرار أفراد العينة على رأيهم - بشأن تمكن الشركة من مواجهة ظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية- كان أكبر في الحالة الثانية مقارنة بالحالة الأولى حيث بلغت نسبة معامل الاختلاف في الحالة الثانية ١٣,٦٦ % بينما قدرت في الحالة الأولى بنسبة ٣٧,٥٢ %، وتمثل نسبة أعلى مما يدل على درجة أعلى من التشنت أو درجة أقل من الاصرار على الرأي.

**ثانياً:** مقارنة العبارات المشتركة بين الحالات الاربعة (اختبارات الفروض) ، نظرا لطبيعة القياس الترتيبي لمقياس ليكرت المستخدم سيتم الاعتماد علي الاختبارات اللامعلمية ونتيجة لعدم استقلال العينات حيث قام كل شخص بالاجابة علي جميع الحالات سيتم الاعتماد علي اختبار فريدمان للمقارنة بين متوسط الاجابات في الاربعة حالات وفي حالة وجود اختلافات بين متوسط الاربع حالات سيتم اجراء المقارنات الثنائية اعتمادا علي اختبار ويلكوكسون لتحديد اي الحالات تختلف معنويا عن باقي الحالات.

وقد أوضح اختبار فريدمان للاربعة اسئلة المشتركة بين الحالات الاربعة النتائج التالية:

● لا توجد اختلافات جوهرية في آراء الأفراد في الإجابة عن السؤال الخاص بتقديم نظام التكاليف في الشركة معلومات في مجال: تحديد تكلفة المنتج لأغراض تقويم المخزون وتحديد تكلفة البضاعة المباعة وذلك عند مستوى معنوية ٥%، حيث بلغت قيمة احصائية الاختبار ٠,١٩٠، وتلك القيمة  $< ٠,٠٥$  أي أننا لا يمكننا رفض فرض العدم، وبالتالي تم رفض فرض البحث، وقد ايدت هذه النتيجة دراسات كلا من (Drury & Tayles, 1994; Malmi, 1999; Kee et al., 2000; Themido, et al., 2000; Chouhan, et al., 2017)

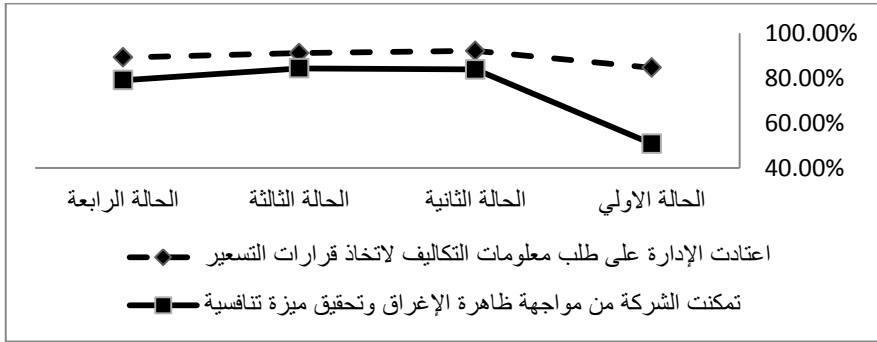
● لا توجد اختلافات جوهرية في آراء الأفراد في الإجابة عن السؤال الخاص بتقديم نظام التكاليف في الشركة معلومات في مجال: اتخاذ قرارات التسعير وذلك عند مستوى معنوية ٥%، حيث بلغت قيمة احصائية الاختبار ٠,١٢٦، وتلك القيمة  $< ٠,٠٥$  أي أننا لا يمكننا رفض فرض العدم، وبالتالي تم رفض فرض البحث، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسات كلا من (Boyd & Cox, 2002; Alahdal, et al., 2016; Novák, et al., 2017)

● توجد اختلافات جوهرية في آراء الأفراد في الإجابة عن السؤال الخاص بمدى اعتماد الإدارة على معلومات التكاليف بغرض اتخاذ قرارات التسعير في ظل تطبيق سياسات تسعير مختلفة وذلك عند مستوى معنوية ٥%، حيث بلغت قيمة احصائية الاختبار ٠,٠٤٥، وتلك القيمة  $> ٠,٠٥$ ، وبالتالي تم رفض فرض العدم، قبول فرض البحث، حيث تختلف درجة اعتماد الإدارة على معلومات التكاليف وفقاً لسياسة التسعير المطبقة في الشركة عند اتخاذ قرار التسعير. وقد أوضح اختبار ويل كوكسون (Wilcoxon) لإجراء المقارنات الثنائية البعدية وجود اختلافات جوهرية عند مستوى معنوية ٥% بين الحالة الأولى والثانية حيث قدرت احصائية الاختبار بقيمة ٠,٠٠٣، وتلك القيمة  $> ٠,٠٥$ ، بين الحالة الأولى والثالثة حيث قدرت احصائية الاختبار بقيمة ٠,٠٠٤، وتلك القيمة  $> ٠,٠٥$ ، بينما لا تعد باقي الاختلافات جوهرية. وتشير هذه النتائج إلى اعتماد الإدارة بصورة أكبر على معلومات التكاليف عند تطبيق مدخل التكلفة المستهدفة أو مدخل مقارنة الأداء بالأفضل وذلك بالمقارنة بتطبيق

مدخل التكلفة وهي بصدد اتخاذ قرار التسعير، وقد توافقت تلك النتيجة مع دراسات

كلا من (الموسوي، ٢٠٠٨؛ Sharafoddin, 2016; AL-Khasawneh, et al. 2019)

- توجد اختلافات جوهرية في آراء الافراد في الاجابة عن السؤال الخاص بتمكن الشركة من مواجهة ظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية وذلك عند مستوى معنوية ٥%، حيث بلغت قيمة احصائية الاختبار ٠,٠٠٠، وتلك القيمة  $> ٠,٠٥$  وبالتالي تم رفض فرض العدم، قبول فرض البحث، حيث تعتمد امكانية الشركة على مواجهة ظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية على سياسة التسعير المطبقة بها. وقد أوضح اختبار ويل كوكسون (Wilcoxon) لإجراء المقارنات الثنائية البعدية وجود اختلافات جوهرية بين جميع ازواج الحالات عند مستوى معنوية ٥% عدا الحالة الثانية والثالثة حيث لا يعد الاختلاف بينهما ذو دلالة احصائية، وقد بلغت إحصائية الاختبار بين الحالة الاولى والثانية وكذلك بين الاولى والثالثة، وايضا بين الاولى والرابعة ٠,٠٠٠، وتلك القيمة  $> ٠,٠٥$ ، كما أشارت النتائج إلى أن قيمة احصائية الاختبار بين الحالة الثانية والرابعة ٠,٠١٢، وهي ايضا  $> ٠,٠٥$ ، وكذلك احصائية الاختبار بين الحالة الثالثة والرابعة قد بلغت ٠,٠٠٩  $> ٠,٠٥$ ، بينما بلغت احصائية الاختبار بين الحالة الثانية والثالثة ٠,٧٦٣، وهي قيمة  $< ٠,٠٥$ . وتشير تلك النتائج إلى أن امكانية مواجهة الشركة لظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية قد اختلفت باختلاف المدخل المحاسبي المطبق للتسعير داخل الشركة، حيث تشير النتائج وكذلك الشكل البياني إلى أن تطبيق مداخل التكلفة المستهدفة ومقارنة الأداء بالأفضل وكذلك سلاسل القيمة يتيحوا الفرصة للشركة لمواجهة ظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية مقارنة بتطبيقها لمدخل التكلفة. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسات كلا من (Ensign,2001; Verma & Seth,2010; Ghafeer, et al. 2014; Omoregie, 2019)، بينما اختلفت تلك النتيجة مع دراسة (Brovetto & Saliterer, 2007)، حيث اوضحت تلك الدراسة أنه من غير المحتمل تحقيق ميزة تنافسية من خلال تطبيق مدخل الأداء المقارن وذلك لتجاهل هذا المدخل الاختلافات في الخصائص من منافس لآخر ومن منطقة لأخرى.



## ٥/٦ النتائج والتوصيات ومجالات البحث المقترحة:

### ١/٥/٦ نتائج البحث:

#### توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تعتبر إجراءات مكافحة الاغراق بمثابة علاج لما تسبب به الإغراق من أضرار وليست بمثابة وقاية ضد حدوث الإغراق.
- تعتبر قضية الإغراق قضية تسعير بالدرجة الأولى، حيث يحدث الإغراق عندما يقل سعر التصدير عن القيمة العادية للمنتج.
- يعتبر قرار تسعير المنتجات بمثابة حماية للمنتج المحلي من ظاهرة الإغراق قبل حدوثها.
- للمعلومات المحاسبية دور كبير في إتخاذ قرار تسعير المنتجات التي تواجه ظاهرة الإغراق.
- يوفر نظام التكاليف بالشركة معلومات بغرض تقييم المخزون.
- يتم استخدام معلومات نظام التكاليف المطبق بالشركة لأغراض تحديد تكلفة البضاعة المباعة.
- يمد نظام التكاليف بالشركة الإدارة بمعلومات تساعد في اتخاذ قرار التسعير للمنتجات المغرقة.
- عدم الدقة في معلومات التكاليف الموجهة لخدمة قرارات التسعير قد تكون سببا في القضاء على المقدرة التنافسية للمنظمة، مما يهدد استمرارها



- وتعرضها للإغراق من جانب المنافسين في الخارج
- يمكن النظر لمداخل التسعير من منظورين أحدهما داخلي يعتمد على معلومات التكاليف الداخلية بالشركة ويمثله مدخل التكلفة، والآخر خارجي يعتمد على دراسة السوق والمنافس ويمثله مداخل التكلفة المستهدفة والمقارنة بالأفضل وسلاسل القيمة.
- درجة اعتماد الإدارة على معلومات نظام التكاليف بغرض التسعير تختلف باختلاف مدخل التسعير المطبق.
- الاعتماد على معلومات مدخل التكلفة المستهدفة وكذلك الأداء المقارن يكون أكبر مقارنة بمدخل التكلفة وذلك بصدد اتخاذ قرار التسعير للمنتج الذي يواجه ظاهرة الإغراق.
- تمكنت الشركات - التي تطبق مداخل التكلفة المستهدفة أو المقارنة بالأفضل أو سلاسل القيمة - من تحقيق ميزة تنافسية ومواجهة ظاهرة الإغراق لمنتجاتها وذلك بالمقارنة بالشركات التي تطبق مدخل التكلفة.

#### ٢/٥/٦ توصيات البحث:

#### على ضوء نتائج الدراسة فإن الباحثة توصي بمايلي:

- ضرورة تركيز الشركات التي تواجه ظاهرة الإغراق على موضوع التسعير خاصة التسعير التنافسي.
- يجب الموازنة بين الرؤية المالية للمنظمة والرؤية التسويقية عند اتخاذ قرار التسعير.
- تشجيع المنظمات على استخدام مداخل التسعير ذات المنظور الخارجي للمعلومات.
- في حال استخدام الشركات لمدخل التكلفة لابد من التمييز في نسبة الإضافة بين المنتجات المختلفة.
- اللجوء إلى الخبرات الفنية المؤهلة لتجنب تحديد تكلفة مستهدفة يصعب الوصول إليها.

- ضرورة التركيز على محاولة تخفيض تكاليف المنتج في مرحلة التصميم والتخطيط.
- يجب الأخذ في الاعتبار اختلاف الظروف من شركة لأخرى عند تطبيق مدخل المقارنة بالأفضل.
- ضرورة التدقيق عند اختيار المنافس الذي سيتم المقارنة معه.
- الاهتمام بعمل تحليل إستراتيجي لتحديد نقاط القوة والضعف لدى المنافسين.
- تشجيع العاملين بالشركة على وضع تصور لاستراتيجيات جديدة تفوق الشركات المنافسة، حتى لا يعد مدخل المقارنة بالأفضل مجرد أداة محاكاة.
- الاهتمام بالتقييم الدوري للموقع التنافسي للشركة في السوق.
- التركيز على الأنشطة ذات القيمة المضافة فقط وإلغاء تلك الأنشطة التي لا تضيف قيمة للمنتج.
- الاهتمام بدراسة العوامل المؤثرة في مستوى جودة المنتج، لتعزيز قيمة العميل.

### ٣/٥/٦ مجالات البحث المقترحة:

- دور المعلومات المحاسبية في اثبات الإغراق.
- الآثار المحاسبية لاتفاقية الجات.
- تحليل الدور الفعلي لبيانات التكاليف في قضايا الإغراق في السوق المصرية.
- دور التكاليف في دعم قضايا الإغراق.
- دور مدخل إدارة التكلفة الإستراتيجية في دعم القدرة التنافسية للشركات المصرية التي تواجه ظاهرة الإغراق.
- دور أدوات إدارة التكلفة في ترشيد تكلفة الإنتاج.

## قائمة المراجع

### أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم المنجي. ٢٠٠٠. *دعوى مكافحة الإغراق والدعم الدولي والزيادة غير المبررة في الواردات، الحماية القانونية للمستهلك والمنتج عملاً بالقانون ١٦١ لسنة ١٩٩٨* ، الطبعة الأولى، منشأة المعارف، الإسكندرية.
- أبو عواد، محمد و محمد مطر. ٢٠١١. أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين كفاءة تسعير الخدمات المصرفية. *المجلة الأردنية في إدارة الأعمال*، المجلد ٧، العدد ٣: ٤١٢-٤٣٢.
- أمل محمد شلبي. ٢٠٠٦. *الحد من آليات الاحتكار، منع الإغراق والاحتكار من وجهة القانونية* ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية.
- بن عطية لخضر. ٢٠١٣. *الضمانات القانونية لمكافحة الإغراق في ظل المنظمة العالمية للتجارة* ، رسالة دكتوراة في القانون العام، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر.
- جليلة الذهبي و ثائر الغبان. ٢٠٠٧. استهداف السعر كأساس لتحقيق تقنية التكلفة المستهدفة للوحدات الاقتصادية العاملة في بيئة الأعمال الحديثة، *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية* ، المجلد ١٣ ، العدد ٤٨.
- حسني عابدين. يناير ٢٠١٥. مدخل التكلفة المستهدفة لدعم القدرة التنافسية لمصانع الباطون الجاهز بقطاع غزة (دراسة ميدانية) ، *مجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية)* ، المجلد التاسع عشر، العدد الأول.
- خالد المدهون. ديسمبر ٢٠١٥. مدى اعتماد المصارف التجارية على معلومات نظام محاسبية التكاليف في تسعير الخدمات المصرفية (دراسة ميدانية على المصارف التجارية في فلسطين)، *مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، المجلد ١٢، العدد ٢.
- خالد محمد الجمعة . ٢٠٠٠. مكافحة الإغراق وفقاً لاتفاقات منظمة التجارة العالمية، *مجلة الحقوق الكويتية*، العدد الثاني، السنة الرابعة والعشرون.
- زينات محمد محرم. ١٩٩٥. استخدام مدخل التكلفة المستهدفة لرفع كفاءة قرارات تسعير المنتجات الجديدة في ظروف البيئة الديناميكية المعاصرة، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، كلية التجارة - جامعة عين شمس، العدد الأول.
- زينب عوض الله. ١٩٩٩. "الاقتصاد الدولي"، دار الجامعة للنشر.
- سامي غنيمي. يناير ٢٠١٤. مدى فعالية دور التكلفة المستهدفة في زيادة القدرة التنافسية لخدمات البنوك التجارية - دراسة تحليلية، *مجلة البحوث التجارية*، كلية التجارة - جامعة

- الزقازيق، العدد الأول.
- سعيد نور. ٢٠١٥. دور المحاسبة الإدارية باستخدام أسلوب سلسلة القيمة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير في المحاسبة، كلية الدراسات العليا، جامعة الزرقاء، الأردن.
  - سوسة، إيمان. ٢٠١٨. مدى فعالية السياسات الجمركية المصرية في تحقيق أهداف المجتمع خلال الفترة من ١٩١٣ : ٢٠١٦ (دراسة تقييمية). *مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية*، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، العدد الأول - المجلد الخامس و الخمسون : ١-٥٥.
  - سيد عبدالفتاح سيد. ٢٠١٠. استخدام أسلوب القياس المرجعي في تقييم الأداء الاستراتيجي لمنظمات الأعمال، *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية* - مصر، العدد ٢.
  - صالح بلاسكة و نور الدين مزياي. ديسمبر ٢٠١٣. مساهمة المقارنة المرجعية في قيادة وتقييم أداء المؤسسات دراسة مقارنة شركتي الحضنة / المراعي، *مجلة أداء المؤسسات الجزائرية*، العدد ٤.
  - عاطف عبد المجيد. يونيو ٢٠٠١. مدخل نظم إدارة التكلفة لتدعيم استراتيجية التميز بالأسعار في ظل البيئة التنافسية الحديثة، *مجلة البحوث التجارية المعاصرة*، العدد الأول.
  - عبد الحميد، عبد المطلب. ٢٠٠٥. *الجات وآليات منظمة التجارة العالمية من أوجواي لسياتل وحتى الدوحة*، الدار الجامعية، مصر: ٢٣٦.
  - العبيدي، نهاد. ٢٠١٠. جولة أورغواي وانعكاساتها على الاقتصادات العربية. *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية*، المجلد ٦، العدد ١٨ : ١٤٨.
  - عصافت سيد أحمد. ٢٠٠٠. دور التكاليف في حماية الاقتصاد القومي من الإغراق في ظل الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة - دراسة تطبيقية، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، كلية التجارة - جامعة عين شمس، العدد الثاني.
  - علي أبو عودة. ٢٠١٠. *أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين كفاءة تسعير الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في قطاع غزة*، رسالة ماجستير في المحاسبة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية (غزة).
  - عماد الصفار و علاء عبيد. ٢٠١٦. دور تحليلات سلسلة القيمة في ادارة وتخفيض التكلفة، *مجلة الإدارة والاقتصاد*، العدد ١٠٨، السنة التاسعة والثلاثون.
  - فراح، صبرينة. ٢٠١١. *تطور سياسة التعريف الجمركية في ظل النظام التجاري متعدد الأطراف والعولمة دراسة حالة الجزائر في إطار منطقة التبادل الحر مع الاتحاد*

- الأوروبي. رسالة ماجستير- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير- جامعة العربي بن مهيدي.
- قادري لطفي محمد الصالح. يناير ٢٠١٦. " أثر الإغراق على المنافسة في التجارة الدولية"، *دفاتر السياسة والقانون*، العدد الرابع عشر.
- محمد عبد الحميد طاحون. ١٩٩٩. دور المعلومات المحاسبية في اتخاذ قرار حماية الصناعة المحلية من الإغراق، *مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية*، كلية التجارة – جامعة الإسكندرية، العدد الأول، مجلد ٣٦، جزء ٢.
- محمد عبد الله الهنداوي. ٢٠٠٧. *نظرية التنظيم*، كلية التجارة – دمياط، جامعة المنصورة.
- مهند صالح و منال سرور. ٢٠١٦. سلسلة القيمة كأحد أدوات إدارة التكلفة الاستراتيجية بهدف التخفيض، *العلوم الاقتصادية*، المجلد ١١، العدد ٤١.
- الموسوي، عباس. ٢٠٠٨. دور المقارنة المرجعية في ترشيد قرارات التسعير المبنية على أساس الكلفة المستهدفة. *مجلة الإدارة والاقتصاد*، العدد ٦٩.
- نادية بوغرارة. ٢٠١٧. *دور سلسلة القيمة ليورتر في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسة (دراسة حالة La Méga Pizza ولاية قسنطينة)*، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.
- نضال الخلف و إنعام زويلف. ٢٠٠٧. التسعير باستخدام منهج التكلفة المستهدفة: دراسة ميدانية في قطاع صناعة الأدوية البيطرية الأردني، *مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاقتصاد والإدارة*، مجلد ٢١، العدد ١.
- نغم حسين نعمة. ٢٠١٤. سياسة الإغراق وسبل دعم وحماية الإنتاج المحلي - تطبيقات مختارة مع التركيز على العراق، *مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية*، المجلد السابع، العدد الثلاثون، السنة العاشرة.
- هادفي خالد. ٢٠١٣. *دور المحاسبة التحليلية في تحديد سياسة التسعير للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة : مجموعة من المؤسسات الاقتصادية*، رسالة ماجستير في المحاسبة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، الجزائر.
- هناء بن سعيد. ٢٠١٥. *دور أسلوب التكلفة المستهدفة في تحديد سعر المنتج دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل – ENICAB - بسكرة*، رسالة ماجستير في المحاسبة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، الجزائر.

- ولاء فتيح. ٢٠١٧. إستخدام التكلفة المستهدفة في تطوير معايير التكلفة، *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، كلية التجارة بالاسماعيلية- جامعة قناة السويس، المجلد ٨، العدد ٤.
- ونيس عبد العال ، صلاح عبد الغني. ١٩٩٨. أثار مفاوضات الجات" أروجواي" على السياسات التجارية في مصر، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، كلية التجارة – جامعة عين شمس، العدد الرابع.

### ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Abbas, Ahmed. 2014. *The characteristics of Successful Benchmarking Implementation Guidelines for a National Strategy for Promoting Benchmarking*, Master Thesis in Science and Advanced Technology, Massey University , New Zealand.
- Alahdal, W., et al. 2016. The Role of Cost Accounting System in the Pricing Decision Making in Industrial Companies of Taiz City, Yemen, *International Academic Journal of Accounting and Financial Management*, Vol. 3, No. 7.
- AL-Khasawneh, S., et al. 2019. The Relationship Between Target Costing Method And Pricing -Development Of Products In Industrial Companies, *International Business and Accounting Research Journal*, Vol. 3, Issue 2.
- Al-Khateeb, Abdul Hakim, et al. February 2019. Target Costs And The Role of Product Design In Achieving Competitive Advantage of The Iraqi Companies, *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol. VII, Issue 2.
- Boyd, H. & Cox, F. 2002. Optimal Decision Making Using Cost Accounting Information, *International Journal of Production Research*, Vol. 40, Issue 8.
- Brovotto, P. & Saliterer, I. 2007. Comparing Regions, Cities, and Communities: Local Government Benchmarking as an Instrument for

Improving Performance and Competitiveness, *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, Vol.12(3).

- Cengiz, Emre & Ersoy, Ayten. 2010. A Literature Review of Target Costing In Ssci And Sci&Sci-Expanded Indexes, *Journal of Yasar University*.
- Cherunilam, Francis. 2010. *International Business: Text and Cases*, PHI Learning Pvt. Ltd, New Delhi, Fifth Edition.
- Chouhan, V., et al. 2017. Activity Based Costing Model For Inventory Valuation, *Management Science Letters*, 7.
- Drury, C., & Tayles, M. 1994. Product Costing In UK Manufacturing Organizations. *European Accounting Review*, 3(3), 443-470.
- Duarte, Luiz. 1997. *Dumping and Anti-Dumping In International Trade Origins, Legal Nature, and Evolution Developments In Brazil and In The United States*, School of Law, University of Georgia.
- Ensign, P. 2001. Value Chain Analysis and Competitive Advantage, *Journal of General Management*, Vol. 27, No. 1.
- Fieleke, Norman. 1995. The Uruguay Round of Trade Negotiations: An Overview, *New England Economic Review*:10-11.
- Ghafeer, Nour Aldeen, et al. 2014. The Impact of Target Cost Method to Strengthen the Competitiveness of Industrial Companies, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 5 No. 2.
- Gerald, S.E, & Thomas, N.T. Spring1994. Financial Analysis For Profit – Driven Pricing, *Sloan Management Review*.
- Goncharuk, G., et al. 2015. Benchmarking As A Performance Management Method, *Polish Journal Of Management Studies*, Vol.11, No.2.
- Haron, Abbott J., 2016. Factors Influencing Pricing Decisions, *International Journal of Economics & Management Sciences*, Vol.5, Iss. 1.

- Ionescu, Adriana & Bigioi, Cristina. 2016. The Importance Of Benchmarking In Making Management Decisions, *Challenges of The Knowledge Society. Business Administration and Marketing*.
- Kee, R., & Schmidt, C. 2000. A Comparative Analysis Of Utilizing Activity-Based Costing And The Theory Of Constraints For Making Product-Mix Decisions. *International journal of production economics*, 63(1), 1-17.
- Malmi, T. 1999. Activity-Based Costing Diffusion Across Organizations: An Exploratory Empirical Analysis Of Finnish Firms. *Accounting, organizations and society*, 24(8), 649-672.
- Matarneh, Falah & EL- Dalabeeh. October 2016. The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Vol. 6, No. 4.
- Nikoueghal, Aliakbar .Fall 2011.Target Cost Management and its Application in Iran's Industry, *Iranian Economic Review*, Vol.16, No.30.
- Noreen, Eric & Burgstahler, David. 1997. Full-Cost Pricing and The Illusion of Satisficing, *Journal of Management Accounting Research*, Vol.9.
- Novák, p., et al. 2017. Analysis Of Overhead Cost Behavior: Case Study On Decision-Making Approach, *Journal of International Studies*, Vol.10, No.1.
- Obalade, Timothy A. Falade. March 2014. Analysis of Dumping as a Major Cause of Import and Export Crises, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 4, No. 5.
- Omoregie, O. 2019. Improving Corporate Performance with Benchmarking: Some Contemporary Insights, *Arabian Journal of Business and ar A Management Review*, Vol. 8, Iss.5.



- Schindler, Robert M. 2011. *Pricing Strategies: A Marketing Approach*. SAGE Publications. USA.
- Sekhar, Savanam. June 2010. Benchmarking, *African Journal of Business Management*, Vol. 4(6).
- Sharafoddin, S., 2016. The Utilization of Target Costing and its Implementation Method in Iran, *Procedia Economics and Finance*, 36 , 123 – 127.
- Snieskiene, Gabriele & Akvile Cibinskiene. 2015. Export price: how to make it more competitive, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213: 92 – 98.
- Themido, I., Arantes, A., Fernandes, C., & Guedes, A. P. 2000. Logistic Costs Case Study-An Abc Approach. *Journal of the Operational Research Society*, 51(10), 1148-1157.
- Tindi, Irene. 2013. *Value Chain Analysis And Competitive Advantage At Mayfair Group Of Companies In Kenya*, Master Thesis In Business Administration, School Of Business, University Of Nairobi.
- Toni, Deonir De, et.al. 2017. Pricing strategies and levels and their impact on corporate profitability, *Revista de Administração*, Vol.52.
- Verma, A. & Seth, N.2010. Achieving Supply Chain Competitiveness: Some Critical Issues, *International Journal of Engineering Science and Technology*, Vol.2 (11).
- Wang, Wenjun.2018. *The Incidence Of Trade Wars: Evidence From The US Solar Industry*, Doctoral Thesis, Faculty of the Graduate School, University of Maryland.

### ملحق رقم (١) الاختبارات الاحصائية

وصف استجابات الافراد علي كل سؤال من الاسئلة الموجهه اليهم في قوائم الاستقصاء وفقا للحالات المختلفة (العبارات مقاسة باستخدام مقياس ليكرت)

Total							موافق تماما	موافق بدرجة كبيرة	موافق	غير موافق الى حد ما	غير موافق بالمرة	
CV%	Standard Deviation	Median	Mean	Max	Min	Count	5	4	3	2	1	
							%	%	%	%	%	
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	يقدم نظام التكاليف في الشركة معلومات في مجال: تحديد تكلفة المنتج لأغراض تقييم المخزون وتحديد تكلفة البضاعة المباعة
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	يقدم نظام التكاليف في الشركة معلومات في مجال: اتخاذ قرارات التسعير
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	اعتادت الإدارة على طلب معلومات التكاليف لاتخاذ قرارات التسعير
79.91%	1.10	1	1.38	5	1	87	8.0%	0.0%	0.0%	5.7%	86.2%	تعتمد الشركة السعر الذي يغطي التكاليف الكلية زاندا هامش الربح المرغوب فيه
52.37%	0.62	1	1.18	4	1	87	0.0%	3.4%	1.1%	5.7%	89.7%	تعتمد الشركة السعر الذي يغطي التكاليف المباشرة زاندا هامش الربح المرغوب فيه
85.38%	1.23	1	1.44	5	1	87	10.3%	0.0%	0.0%	2.3%	87.4%	تعتمد الشركة السعر الذي يغطي التكاليف المتغيرة زاندا هامش الربح المرغوب فيه
29.42%	1.02	4	3.47	5	1	87	13.8%	43.7%	19.5%	21.8%	1.1%	تمكنت الشركة من مواجهة ظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	يقدم نظام التكاليف في الشركة معلومات في مجال: تحديد تكلفة المنتج لأغراض تقييم المخزون وتحديد تكلفة البضاعة المباعة
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	يقدم نظام التكاليف في الشركة معلومات في مجال: اتخاذ قرارات التسعير
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	اعتادت الإدارة على طلب معلومات التكاليف لاتخاذ قرارات التسعير
45.05%	1.57	4	3.48	5	1	87	43.7%	11.5%	9.2%	20.7%	14.9%	تحدد الشركة سعر البيع بناء على دراسات السوق قبل البدء بالإنتاج
53.45%	1.70	2	3.18	5	1	87	41.4%	8.0%	0.0%	28.7%	21.8%	تحدد الشركة هامش الربح للمنتج قبل البدء بالإنتاج
54.39%	1.67	4	3.07	5	1	87	31.0%	20.7%	0.0%	20.7%	27.6%	هناك اهتمام بتكاليف المنتج في مرحلة التصميم والتخطيط
37.34%	1.33	4	3.57	5	1	87	36.8%	14.9%	25.3%	14.9%	8.0%	نسعى الشركة لخفض تكاليف المنتج في مرحلة مبكرة من الإنتاج
29.42%	1.02	4	3.47	5	1	87	13.8%	43.7%	19.5%	21.8%	1.1%	تمكنت الشركة من مواجهة ظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية

الحالة الأولى (وحد التكلفة)

الحالة الثانية (وحد التكلفة المصنفة)

دور المعلومات المحاسبية في إتخاذ قرار تسعير المنتجات المعرضة لظاهرة الإغراق - دراسة تجريبية ...

د/ أماني محمد المليحي

Total							موافق تماما	موافق بدرجة كبيرة	موافق	غير موافق إلى حد ما	غير موافق بالمرّة	
CV%	Standard Deviation	Median	Mean	Max	Min	Count	%	%	%	%	%	
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	الحالة الأولى (الأفضل) يقدم نظام التكاليف في الشركة معلومات في مجال: تحديد تكلفة المنتج لأغراض تقييم المخزون وتحديد تكلفة البضاعة المباعة يقدم نظام التكاليف في الشركة معلومات في مجال: اتخاذ قرارات التسعير اعتمدت الإدارة على طلب معلومات التكاليف لإتخاذ قرارات التسعير تقوم الشركة بالمقارنة مع منتجات المنافسين من حيث السعر ، التصميم، التوزيع، والجودة بشكل مستمر تقوم الشركة بعمل التحليل الإستراتيجي لتحديد نقاط القوة والضعف لدى المنافسين تقوم الشركة بالبحث المستمر عن إستراتيجيات ملائمة تعود عليها بميزة تنافسية تضع الشركة تصورا لاستراتيجيات جديدة تسهم في بناء افكار وتصاميم تتناسب أو تفوق الشركات المنافسة تقوم الشركة دوريا بتقييم وتحليل موقعها التنافسي في السوق تمكنت الشركة من مواجهة ظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية.
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	
42.60%	1.51	4	3.54	5	1	87	40.2%	14.9%	21.8%	4.6%	18.4%	
44.08%	1.29	3	2.92	5	1	87	11.5%	25.3%	25.3%	19.5%	18.4%	
46.18%	1.35	3	2.93	5	1	87	23.0%	0.0%	42.5%	16.1%	18.4%	
40.05%	1.29	3	3.22	5	1	87	24.1%	12.6%	34.5%	18.4%	10.3%	
28.31%	0.97	4	3.44	5	2	87	11.5%	43.7%	21.8%	23.0%	0.0%	
29.42%	1.02	4	3.47	5	1	87	13.8%	43.7%	19.5%	21.8%	1.1%	
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	
11.09%	0.50	5	4.53	5	4	87	52.9%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	
47.94%	1.30	2	2.70	5	1	87	16.1%	12.6%	8.0%	51.7%	11.5%	
36.07%	1.10	3	3.05	5	1	87	11.5%	19.5%	39.1%	21.8%	8.0%	
29.42%	1.02	4	3.47	5	1	87	13.8%	43.7%	19.5%	21.8%	1.1%	
29.42%	1.02	4	3.47	5	1	87	13.8%	43.7%	19.5%	21.8%	1.1%	

**NPar Tests**  
**:Friedman Test**  
**الفرض الأول:**

Ranks		
Mean Rank		
2.33	الحالة الاولى	يقدم نظام التكاليف في الشركة معلومات في مجال: تحديد تكلفة المنتج لأغراض تقويم المخزون وتحديد تكلفة البضاعة المباعة
2.60	الحالة الثانية	
2.61	الحالة الثالثة	
2.45	الحالة الرابعة	

Test Statistics <sup>a</sup>	
83	N
4.761	Chi-Square
3	df
0.190	Asymp. Sig.
a. Friedman Test	

**الفرض الثاني:**

Ranks		
Mean		
2.40	الحالة الاولى	يقدم نظام التكاليف في الشركة معلومات في مجال: اتخاذ قرارات التسعير
2.67	الحالة الثانية	
2.57	الحالة الثالثة	
2.36	الحالة الرابعة	

Test Statistics <sup>a</sup>	
83	N
5.727	Chi-Square
3	df
0.126	Asymp. Sig.
a. Friedman Test	

دور المعلومات المحاسبية في إتخاذ قرار تسعير المنتجات المعرضة لظاهرة الإغراق - دراسة تجريبية ...

د/ أماني محمد المليحي

### الفرض الثالث:

Ranks		
Mean		
2.26	الحالة الاولى	اعتادت الإدارة على طلب معلومات التكاليف لاتخاذ قرارات التسعير
2.69	الحالة الثانية	
2.60	الحالة الثالثة	
2.45	الحالة الرابعة	

Test Statistics <sup>a</sup>	
83	N
8.058	Chi-Square
3	df
0.045	Asymp. Sig.
a. Friedman Test	

المقارنات الثنائية البعدية لتحديد اي الحالات يختلف عن الاخر:

Test Statistics <sup>a</sup>				
Asymp. Sig. (2-tailed)	Z			
0.003	-2.978	الحالة الثانية	الحالة الاولى	اعتادت الإدارة على طلب معلومات التكاليف لاتخاذ قرارات التسعير
0.004	-2.895	الحالة الثالثة		
0.078	-1.761	الحالة الرابعة		
0.555	-0.59	الحالة الثالثة	الحالة الثانية	
0.090	-1.694	الحالة الرابعة		
0.271	-1.102	الحالة الرابعة	الحالة الثالثة	

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

دور المعلومات المحاسبية في إتخاذ قرار تسعير المنتجات المعرضة لظاهرة الإغراق - دراسة تجريبية ...

د/ أماني محمد المليحي

### الفرض الرابع:

Ranks		
Mean		
1.27	الحالة الاولى	تمكنت الشركة من مواجهة ظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية
3.02	الحالة الثانية	
3.05	الحالة الثالثة	
2.66	الحالة الرابعة	

Test Statistics <sup>a</sup>	
83	N
133.968	Chi-Square
3	df
0.000	Asymp. Sig.
a. Friedman Test	

المقارنات الثنائية البعدية لتحديد اي الحالات يختلف عن الاخر:

Test Statistics <sup>a</sup>				
Asymp. Sig. (2-tailed)	Z			
0.000	-7.374	الحالة الثانية	الحالة الاولى	تمكنت الشركة من مواجهة ظاهرة الإغراق وتحقيق ميزة تنافسية
0.000	-7.479	الحالة الثالثة		
0.000	-7.059	الحالة الرابعة		
0.763	-0.301	الحالة الثالثة	الحالة الثانية	
0.012	-2.498	الحالة الرابعة		
0.009	-2.626	الحالة الرابعة	الحالة الثالثة	

a. Wilcoxon Signed Ranks Test