

دور التغيير في المستوى العام للأسعار في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية على الشركات المدرجة بسوق الخرطوم للأوراق المالية 2024م)

أستاذ المحاسبة والتمويل المشارك - جامعة بحري

د. عبد الرحمن عمر أحمد محمد

طالبة دكتوراة - كلية الدراسات العليا - جامعة بحري

أ.علا عثمان محمود محمد

المستخلص:

تناولت الدراسة دور التغيير في المستوى العام للأسعار في تحقيق الميزة التنافسية، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في معرفة ما إذا كان للتغيير في المستوى العام للأسعار دور في تحقيق الميزة التنافسية. هدفت الدراسة إلى التعرف على الأرقام القياسية ومدى فاعليتها كأداة لتحقيق الميزة التنافسية للشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية، استخدمت الدراسة المنهج التحليلي لجمع البيانات والمعلومات من المدراء الماليين العاملين بسوق الخرطوم للأوراق المالية. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: تطبيق الشركات للأرقام القياسية لأسعار الجملة يحقق ميزة الجودة التنافسية، وجود محاسبين ومدراء ماليين في الشركة ملمون بطرق استخدام الرقم القياسي للاجور في تبيان مدى التغيير الذي يحدث علي مستوى الاجور زاد من القدرة على تحقيق ميزة الجودة التنافسية، أوصت الدراسة بضرورة أن تتبنى الشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية طريقة لحساب للرقم القياسي لأسعار الجملة لأن ذلك يحقق ميزة الجودة التنافسية.

الكلمات المفتاحية: التغيير في المستوى العام للأسعار، الأرقام القياسية، الميزة التنافسية

The role of changes in the general level of prices in achieving competitive advantage

(A field study on companies listed on the Khartoum stock exchange 2024AD)

Dr. Abdelrhman Omer Ahmed

A.Ola Osman Mahmoud

Abstract:

The study examined the role of change in the general price level in achieving competitive advantage. The problem with the study was to know whether the change in the general price level has a role in achieving competitive advantage. The study aims to identify the indexes and their effectiveness as a tool to achieve competitive advantage for companies listed on the Khartoum Stock Exchange. The study used the analytical approach to collect data and information from financial managers working in Khartoum Stock Exchange. The study reached several

results including: the Companies' application of the wholesale price index achieves a competitive quality advantage , The presence of accountants and financial managers in the company who are familiar with the methods of using the wage index to show the extent of the change that occurs in the wage level increased the ability to achieve the competitive quality advantage , the study recommended that the necessity for companies listed on the Khartoum Stock Exchange to adopt a method for calculating the wholesale price index because this achieves a competitive quality advantage.

Keywords: change in the general price level, indexes, competitive advantage.

أولاً: الإطار المنهجي: التمهيد :

بدأت مشكلة التغيرات في المستوى العام للأسعار تبرز على السطح كمشكلة محاسبية ذات أبعاد إقتصادية ، في ظل تمسك النموذج المحاسبي التقليدي بالفروض والمبادئ التي تفرض ثبات القوة الشرائية لوحدة القياس (العملة) دون الأخذ بعين الإعتبار في التغيرات في المستوى العام للأسعار خاصة في فترات التضخم .

ظهرت أهمية الدور الذي تلعبه المحاسبة في مجال الأعمال بمثابة المرآة العاكسة لما يحدث من تغيرات خاصة في البيئة الإقتصادية ، تظهر النتائج والاحداث الإقتصادية التي تتعرض لها المؤسسة خلال فترة زمنية معينة . حتى تتمكن من توفير معلومات محاسبية ملائمة وذات مصداقية وبصفة مستمرة تمكن من اتخاذ القرار المناسب وتحقيق الميزة التنافسية .

لذلك أصبحت مشكلة التغير في المستوى العام للأسعار من المشاكل المعاصرة التي يواجهها المحاسبون وذلك لما يؤول إليه من تغلب في القوة الشرائية لوحدة النقد وديناميكية البيئة يمكن ان تضر أي منظمة بشكل سلبي على الرغم من أن هذا التأثير اذا تم ادارته بشكل صحيح يكون إيجابي ،لذا يتطلب السعي لوضع الافتراضات التي يجب اتباعها لتعديل الآثار التي تعكس التغيرات في المستوى العام للأسعار على كافة العناصر القوائم المالية ، وتسيط الضوء على أثر التغير في المستوى العام على حركة الأصول النقدية ومدى التمكن من تحقيق الميزة التنافسية.

مشكلة الدراسة :

وتتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

هل للتغير في المستوى العام للأسعار و حركة الاصول النقدية دور في تحقيق الميزة التنافسية ؟

وتتفرع منه التساؤلات التالية:

1. هل يساعد قياس ظاهرة التغير في المستوى العام للأسعار في تحقيق الميزة التنافسية

في التكلفة؟

2. هل يساعد تطبيق الارقام القياسية الي تحقيق الميزة التنافسية في الجودة؟
3. هل لتحليل حركة النقدية و المدينون دور في تحقيق الميزة التنافسية في تقديم الخدمة ؟
4. هل يؤدي قياس ظاهرة التغير في المستوي العام للاسعار و تحليل الاصول النقدية معا الى تحقيق الميزة التنافسية ؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة للآتي:

- دراسة ظاهرة التغير في المستوي العام للاسعار و تحديد مفهوم الارقام القياسية و أنواعها .
- التعرف علي الارقام القياسية و مدي فاعليتها كأداة لتحقيق الميزة التنافسية للشركات المدرجة في سوق الخرطوم للاوراق المالية .
- دراسة كيفية تحليل الاصول النقدية و دور ذلك في تحقيق الميزة التنافسية .
- اختبار دور التغير في المستوي العام للاسعار و حركة الاصول النقدية في تحقيق الميزة التنافسية .

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذا الدراسة في أهميتين هما:

الأهمية العلمية:

- ترسيخ دور التغير في المستوي العام للاسعار و حركة الاصول النقدية .
- تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في انها تتناول الارقام القياسية و قدرة تلك الارقام على ان تساعد في تحقيق الميزة التنافسية.
- تزويد المكتبات بمعلومات جديدة عن التغير في المستوي العام للاسعار و حركة الاصول النقدية .

الأهمية العملية:

- مساعدة إدارات سوق الخرطوم للاوراق المالية على دراسة ظاهرة التغير في المستوي العام للاسعار و تحليل حركة الاصول النقدية .
- إرشاد الإدارات ومساعدتهم في تحقيق الميزة التنافسية عن طريق تبني الارقام القياسية في سوق الخرطوم للاوراق المالية .
- التعريف بأهمية اختبار ظاهرة التغير في المستوي العام للاسعار و تحليل الاصول النقدية حتى تواكب التغيرات الاقتصادية و المالية .

فرضيات الدراسة:

تمثلت فرضيات الدراسة في الآتي:

- الفرضية الأولى: هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الارقام القياسية و ميزة الجودة التنافسية .
- الفرضية الثانية: هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوي العام للاسعار و ميزة التكلفة التنافسية .

مصطلحات الدراسة :

التغير في المستوى العام للأسعار ، حركة الأصول النقدية ، الميزة التنافسية .

حدود الدراسة :

حدود الدراسة هي الاطار الذي تتحرك بداخله الباحثة لإنجاز الدراسة وتتمثل في الآتي :

1. الحدود المكانية : سوق الخرطوم للأوراق المالية
2. الحدود الزمانية : 2024م
3. الحدود البشرية : المحاسبين و المدراء الماليين العاملين بالشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية .
4. الحدود الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية للدراسة في متغيرين رئيسيين هما التغيير في المستوى العام للأسعار و حركة الأصول النقدية ، والنسبة للتغير في المستوى العام للأسعار فقد اعتمدت الباحثة على مفهوم التغيير في المستوى العام للأسعار والمتمثل في توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين ظاهرة و ارقام التغيير و حركة الأصول النقدية و الميزة التنافسية.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لجمع البيانات والمعلومات من المحاسبين و المدراء الماليين العاملين بالشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية ، حيث يتم دراسة الحالة لفهم العلاقة بين متغيرات الدراسة وتحليلها بالطرق الإحصائية .

مصادر جمع البيانات :

هي الوسائل التي تستخدمها الباحثة لتفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة وتتمثل مصادر البيانات في هذه الدراسة في الآتي:

1. المصادر الأولية: تتمثل في استمارة الاستبانة.
2. المصادر الثانوية: تتمثل في الكتب والدوريات والمجلات العلمية والانترنت والرسائل الجامعية.

متغيرات الدراسة:

يتمثل المتغير المستقل في التغيير في المستوى العام للأسعار و حركة الأصول النقدية اما المتغير التابع فيتمثل في الميزة التنافسية .

ثانياً: الدراسات السابقة:

دراسة سعاد الجوهري (2023م).⁽¹⁾.

تناولت الدراسة التحليل الاقتصادي للتضخم وأثره على حركة الأصول النقدية في الأسواق المالية.

تمثلت مشكلة الدراسة في معرفة تأثير التضخم على حركة الأصول النقدية في الاقتصادات النامية ، هدفت الدراسة لاجراء دراسة عن تأثيرات التضخم على الاستثمارات في الأصول النقدية

ومدى تأثيرها على الشركات استخدمت الدراسة التحليل الاقتصادي الكلي باستخدام نماذج اقتصادية لفحص العلاقات .

توصلت الدراسة لعدة نتائج منها : ان التضخم المرتفع يؤدي إلى انخفاض القوة الشرائية للأفراد ، اوصت الدراسة بضرورة تطوير استراتيجيات سياسات نقدية لتحفيز الاستثمارات في الأصول و تبني إطار عمل اقتصادي يتسم بالاستقرار من أجل تعزيز القدرة التنافسية .
دراسة: ليندا (2007م)⁽²⁾.

تناولت الدراسة أثر التغيير في القوة الشرائية للنقود على القوائم المالية. تمثلت مشكلة الدراسة في ان المنشأة عند اعدادها للقوائم المالية تهتم بالفروض والمبادئ وتتجاهل التغييرات في القوة الشرائية للنقود. برزت أهمية الدراسة من ان القوائم المالية تعتبر من اهم المصادر التي تفيد المستخدمين في اتخاذ قراراتهم المالية. هدفت الدراسة الى توضيح أثر التغييرات في القوة الشرائية على قيمة الأصول وتقديم قوائم مالية تتماشى مع الواقع الاقتصادي الجاري. استخدمت الدراسة المنهج الاستقرائي، المنهج الوصفي، والمنهج الاحصائي التحليلي. توصلت الدراسة الى نتائج منها، معالجة أثر التضخم النقدي على القوائم المالية يؤدي الى ظهور أرباح أكبر من قيمتها الحقيقية. اوصت الدراسة بالموازنة بين الموضوعية والملائمة عند الاختيار بين أحد النماذج التي توفر معلومات واقعية لمتخذي القرارات.

دراسة: سالم (2006م)⁽³⁾.

تناولت الدراسة تأثيرات استخدام التكلفة التاريخية في اعداد القوائم المالية في ظل التضخم المالي وموقف المراجع من هذه الظاهرة. تمثلت مشكلة الدراسة في انه رغم اهتمام الكثير من الدول بمعالجة آثار التضخم. الا انه في فلسطين لم تعطي قدر كبير من الاهتمام على الرغم من تأثيره على مصداقية القوائم المالية. استمدت الدراسة أهميتها من أهمية ودور ظاهرة التضخم وأثرها على الإفصاح المحاسبي في القوائم المالية المنشورة في فلسطين. هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التضخم في صدق وعدالة القوائم المالية المعدة والمنشورة في فلسطين والتعرف على مدى الالتزام بتطبيق الإفصاح المحاسبي في القوائم المالية. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي واستخدمت الاستبانة في جمع بيانات الدراسة الميدانية من مراجعي الحسابات القانونيين في قطاع غزة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها، إن افتراض بقياس وحدة النقد في ظل التضخم افتراض غير واقعي لان قيمة النقد تتغير من وقت لآخر. أوصت الدراسة بضرورة الإهتمام بتغيرات قيمة النقد عند اعداد القوائم المالية لأنه اصبح واقع الإهتمام به للتمكن من توفير معلومات ملائمة لظروف التضخم التي تعيشها فلسطين.

موقف الورقة البحثية الحالية من الدراسات السابقة :

يستنتج الباحثان مما سبق أن الدراسات السابقة قد ساهمت إلى حدًا ما في بناء الخلفية الفكرية التي تستند عليها محاسبة التضخم و توضيح اثر التحليل الاقتصادي للتضخم علي الاصول النقدية و القوائم المالية ، وفي هذه الدراسة نسعى الي معرفة التغيير في المستوي العام للاسعار و دوره في تحقيق الميزة التنافسية .

ثالثاً : الاطار النظري للتغير في المستوى العام للأسعار :

1 - 3 مفهوم التغير في المستوى العام للأسعار :

يقصد بالتغير في المستوى العام الزيادة أو النقص في أسعار كل أو غالبية السلع والخدمات التي يتم تبادلها في المجتمع ككل ، إن التغير في المستوى العام للأسعار يعني التغير في القوة الشرائية لوحدة النقد المستخدمة في التعامل ، فالزيادة في المستوى العام للأسعار تعني حالة من التضخم في الاقتصاد القومي من شأنها انخفاض القوة الشرائية لوحدة النقد أي انخفاض قيمة وحدة النقود وهو يعتبر الجانب السلبي الذي يحتاج لدراسة فيه لمعالجات ، أما انخفاض المستوى العام للأسعار فيعني حالة من الإنكماش (الكساد) في الاقتصاد القومي من شأنها زيادة القوة الشرائية لوحدة النقد أي زيادة قيمة وحدة النقود. كذلك يعتبر التغير في القوة الشرائية للنقود ويحدث ذلك في اوقات التضخم والانكماش ، وتحدث نتيجة سرعة دوران النقود أو التغيرات في عرض النقود بما لا يتلاءم مع التغيرات في كمية السلع والخدمات الموجودة أو الأسعار العالمية للسلع الأساسية. يقصد كذلك بالتغير في المستوى العام للأسعار الزيادة أو النقصان في أسعار أغلبية السلع والخدمات التي تبادلها في الاقتصاد ، ويكون أثره مباشراً على أسعار وحدة القياس النقدي ، فالارتفاع يعني حالة من التضخم يكون مردودها انخفاض في قيمة الوحدة ، ومن ثم إنخفاضاً في قوتها الشرائية ، أما انخفاض المستوى العام للأسعار فيعني حالة من الانكماش في الاقتصاد ، من شأنها زيادة قوة وحدة القياس ومن ثم قيمة تلك الوحدة . ويشير المستوى العام للأسعار في الاقتصاد القومي إلى متوسط عام للأسعار السائدة لمجموعة رئيسية من السلع في الاقتصاد، ويمكن قياسه بالرقم القياسي لهذه الأسعار ولا تكون لمستوى الأسعار أهمية إذا لم تلاحظ مع التغيرات التي تحدث في مستوى الرفاهية أثناء تغير المستوى العام للأسعار.⁽⁴⁾

اثار التغير في المستوى العام للأسعار :

الارتفاع المستمر في المستوى العام للأسعار (التضخم) يترتب عليه آثار ونتائج غير مرغوبة نتيجة تخفيض القوة الشرائية للنقود كما أن الانخفاض المستمر في المستوى العام للأسعار (الانكماش) له آثار سلبية على النشاط الإنتاجي والتوظيف ولذلك فإن تحقيق استقرار في المستوى العام للأسعار يعتبر هدفاً أساسياً للاقتصاد الكلي. ويشير المستوى العام للأسعار في الاقتصاد القومي إلى متوسط عام للأسعار السائدة لمجموعة رئيسية من السلع في الاقتصاد ، ويمكن قياسه بالرقم القياسي لهذه الأسعار ولا تكون لمستوى الأسعار أهمية إذا لم تلاحظ مع التغيرات التي تحدث في مستوى الرفاهية أثناء تغير المستوى العام للأسعار. فالارتفاع المستمر في المستوى العام للأسعار (التضخم) يترتب عليه آثار ونتائج غير مرغوبة نتيجة تخفيض القوة الشرائية للنقود وأن الانخفاض المستمر في المستوى العام للأسعار (الانكماش) له آثار سلبية فالنشاط الإنتاجي والتوظيف ولذلك فإن تحقيق استقرار في المستوى العام للأسعار يعتبر هدفاً أساسياً للاقتصاد الكلي. يتمثل التغير الذي يطرأ على أسعار كل أو مجموعة من السلع والخدمات المتبادلة أو المتعامل بها في السوق.⁽⁵⁾

ويرى Sweeny أن قياس التغير في المستوى العام للأسعار يكون باستخدام الأرقام القياسية العامة التي تعكس أسعار السلع والخدمات المتبادلة أو المتعامل بها في السوق بين تاريخين مختلفين، مثل «الرقم القياسي لأسعار الجملة والرقم القياسي لنفقة المعيشة». الاعتراف بالتغيرات في المستوى العام للأسعار وبالتالي إسقاط فرض ثبات القوة الشرائية للنقود وهنا يتم تعديل القوائم المالية التاريخية باستخدام وحدة نقد موحدة القيمة وهذا الاتجاه لا يعتبر خروجاً عن نموذج التكلفة التاريخية المعدلة أو نموذج القوة الشرائية.

مما سبق يتضح للباحثان أن التغير في المستوى العام للأسعار يكون على محورين : المحور الأول هو (الارتفاع) للأسعار السلع والخدمات ويكون تأثيره على اقتصاد البلد و هو ما يعرف بظاهرة (التضخم). المحور الثاني هو (الانخفاض) لأسعار السلع والخدمات ويكون تأثيره على اقتصاد البلد و هو ما يعرف بظاهرة (الانكماش)⁽⁶⁾.

2 - 3 مفهوم الميزة التنافسية :

الميزة التنافسية هي مفهوم يشير إلى القدرة التي تمتلكها المؤسسة أو الشركة على تقديم قيمة تفوق تلك التي تقدمها منافسيها في السوق. ويمثل هذا التميز ميزة تساعد في جذب العملاء والحفاظ عليهم، مما يعزز من مكانة المؤسسة في السوق. يمكن أن تكون الميزة التنافسية ناتجة عن عوامل متعددة مثل الابتكار، الجودة، الخدمة الممتازة، أو التكلفة المنخفضة.

الميزة التنافسية هي القدرة التي تمتلكها المؤسسة لتقديم منتجات أو خدمات تتمتع بخصائص تميزها عن منافسيها في السوق. هذا التميز قد يكون نتيجة لعدة عوامل مثل جودة المنتج، السعر، الابتكار، أو خدمة العملاء. والهدف من الميزة التنافسية هو توفير قيمة مضافة للعملاء تجعلهم يفضلون منتج أو خدمة معينة على غيرها في السوق.

صفات الميزة التنافسية:

الاستدامة: يجب أن تكون الميزة التنافسية قابلة للاستمرار على المدى الطويل، أي أنها تحتاج إلى عناصر صعبة التقليد مثل العلامة التجارية القوية، أو الخبرة التكنولوجية العميقة. التميز الفريد: لا ينبغي أن تكون الميزة التنافسية شيئاً يمكن أن يُقلد بسهولة من قبل المنافسين. القدرة على التكيف والابتكار: الشركات التي تتمتع بميزة تنافسية غالباً ما تكون سريعة في التكيف مع التغيرات السريعة في السوق وتحقيق الابتكار المستمر.

الملاءمة للسوق: يجب أن تتوافق الميزة التنافسية مع احتياجات السوق المستهدف بشكل مستمر، وتكون قادرة على التميز في ذلك السوق.⁽⁷⁾

القدرة على الدفاع: يجب أن تتمتع الميزة بقدره على الدفاع عنها ضد منافسيها، بحيث يصعب على الآخرين التميز بنفس الطريقة.

العوامل التي تؤثر في الميزة التنافسية :

التكنولوجيا: الابتكارات التكنولوجية يمكن أن تعطي الشركات ميزة تنافسية كبيرة من خلال تحسين المنتجات أو تسريع العمليات.

التسويق والعلامة التجارية: بناء علامة تجارية قوية يمكن أن يكون من أهم العوامل التي تساهم في الميزة التنافسية.

الموارد البشرية: تدريب وتطوير الموظفين قد يساهم في تحسين الأداء وزيادة القدرة التنافسية.

التحليل المستمر للسوق: القدرة على تحليل البيئة التنافسية بشكل دوري تساهم في الحفاظ على ميزة تنافسية⁽⁸⁾

راي الباحثان:

الميزة التنافسية تعد العامل الأساسي الذي يساعد الشركات على التميز في الأسواق التي تشهد تنافساً عالياً. وهي تساهم في زيادة الربحية، واستدامة النمو، وحماية الحصة السوقية.

أهمية الميزة التنافسية:

الميزة التنافسية تعد من العوامل الأساسية في بقاء الشركات واستمرارها في السوق. من خلال بناء ميزات تنافسية قوية، يمكن للشركات أن تجذب العملاء، تزيد من حصتها السوقية، وتحقق أرباحاً أعلى مقارنةً بمنافسيها. تشمل هذه المزايا التنافسية التفوق في تقديم منتجات ذات جودة عالية، أسعار تنافسية، خدمة عملاء متميزة، وابتكار مستمر في تصميم المنتجات.

مثال: شركة مرسيدس بنز التي تسعى لتقديم سيارات ذات جودة عالية وميزات فاخرة.

4. الابتكار المستمر:

الشركات التي تهدف إلى الحفاظ على ميزة تنافسية غالباً ما تركز على الابتكار المستمر، سواء في منتجاتها أو عملياتها أو نماذج الأعمال.

مثال: شركة جوجل التي تركز على الابتكار المستمر في مجال التكنولوجيا والخدمات الرقمية⁽⁹⁾.

5. تحقيق التميز في خدمة العملاء:

الشركات التي تسعى لتحقيق ميزة تنافسية غالباً ما تركز على تحسين خدمة العملاء من خلال تقديم تجارب استثنائية للعملاء، مما يؤدي إلى تحسين الولاء والسمعة.

مثال: شركة أمازون التي تميزت بخدمة العملاء الممتازة وسرعة التسليم.

6. تعزيز القدرة التنافسية على المستوى العالمي:

أنواع الميزة التنافسية:

يمكن تصنيف أنواع الميز التنافسية إلى عدة أنواع رئيسية، وهي:

1. الابتكار التكنولوجي:

يعتمد على تقديم تقنيات جديدة أو تطوير تقنيات موجودة لتلبية احتياجات السوق بطرق جديدة. هذا يشمل الابتكار في المنتجات، العمليات، أو نماذج الأعمال.

مثال: الشركات التكنولوجية مثل أبل التي تقدم منتجات مبتكرة مثل هواتف آيفون أو ساعة أبل.

2. القيادة في التكلفة:

يشمل القدرة على تقديم المنتجات أو الخدمات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة بالمنافسين مع الحفاظ على نفس مستوى الجودة أو أعلى.
مثال: الشركات مثل وول مارت التي تقدم أسعاراً منخفضة بفضل استراتيجية الاقتصاد في الحجم وتحسين كفاءة العمليات.

3. التمايز:

يُركز هذا النوع من الميزة التنافسية على تقديم منتج أو خدمة متميزة تُلبّي احتياجات العملاء بطريقة مختلفة عن المنافسين.
مثال: مرسيدس بنز أو بي إم دبليو التي تقدم سيارات فاخرة تتميز بالجودة العالية والتصميم الفريد⁽¹⁰⁾.

4. التركيز (الاستهداف المحدد):

يتمثل في تخصيص جهود الشركة لخدمة شريحة معينة من السوق، سواء من خلال التمايز أو القيادة في التكلفة، بحيث يتم التركيز على احتياجات هذه الشريحة المحددة.
مثال: شركات مثل نتفليكس التي تستهدف سوق الترفيه الرقمي باهتمام خاص في بعض المناطق الجغرافية أو الفئات العمرية.

5. الاستراتيجية المتكاملة:

هي الجمع بين عدة استراتيجيات لتكوين ميزة تنافسية مستدامة مثل الجمع بين الابتكار التكنولوجي والتركيز على التكلفة.
مثال: شركات مثل أبل التي تجمع بين التميز التكنولوجي والتسويق الجيد في منتجاتها.

6. الموارد البشرية والتوظيف الجيد:

استخدام الموارد البشرية بشكل فعال مع التدريب المستمر والتوظيف الجيد يؤدي إلى ميزة تنافسية من خلال زيادة الإنتاجية وتحقيق نتائج عالية.
مثال: الشركات التي تركز على تدريب موظفيها وتطويرهم مثل جوجل التي تعتبر ثقافتها التنظيمية مصدراً رئيسياً لنجاحها⁽¹¹⁾.

راي الباحثان:

الميزات التنافسية يمكن أن تكون متنوعة وتعتمد على عدة عوامل استراتيجية، من بينها الابتكار التكنولوجي، القيادة في التكلفة، التمايز، التركيز على السوق، الاستراتيجية المتكاملة، والموارد البشرية

رابعاً : إجراءات الدراسة الميدانية:

يتناول الباحثان في هذا الجزء وصفاً للطريقة والإجراءات التي اتبعت في تنفيذ الدراسة الميدانية، يشمل ذلك وصفاً لمجتمع الدراسة وعينة الدراسة وطريقة إعداد أدواتها وبيان الأساليب والمعالجات الإحصائية المستخدمة لاختبار فرضيات الدراسة وصولاً إلى تحليل البيانات والتحقق من فرضيات الدراسة.

4 - 1 مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحثان إلى تعميم النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة عليها، ويتكون مجتمع الدراسة من جميع المحاسبين ورؤساء الأقسام والمحللين الماليين والمدراء الماليين ومدراء الإدارات والمراجعين الداخليين العاملين بشركة سي تي سي الصناعية.

لقد تم إختبار العينة بطريقة عشوائية بسيطة من مجتمع الدراسة، وتم توزيع (150) إستمارة، حيث إستجاب (150) فرداً من مجتمع الدراسة، أي ما نسبته (100 %) تقريباً حيث أعادوا الإستمارات بعد ملئها بجميع المعلومات المطلوبة، حيث بلغ عدد الشركات المدرجة في سوق الخرطوم المالية التي تم توزيع الإستمارات عليها (4) شركات وهذه النسبة العالية تؤدي إلى قبول نتائج الدراسة وبالتالي تعميمها على مجتمع الدراسة.

4- 2 تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

تناول الباحثان تحليل البيانات الشخصية وبيانات الاستبانة واختبار فرضيات الدراسة باستخدام الاساليب الاحصائية والاشكال البيانية، بالاضافة الى ذلك تم إجراء مقارنة بين أهم نتائج الدراسة الميدانية ونتائج الدراسات السابقة، وذلك على النحو التالي:

أولاً: البيانات الشخصية:

المؤهل العلمي:

الجدول (1)

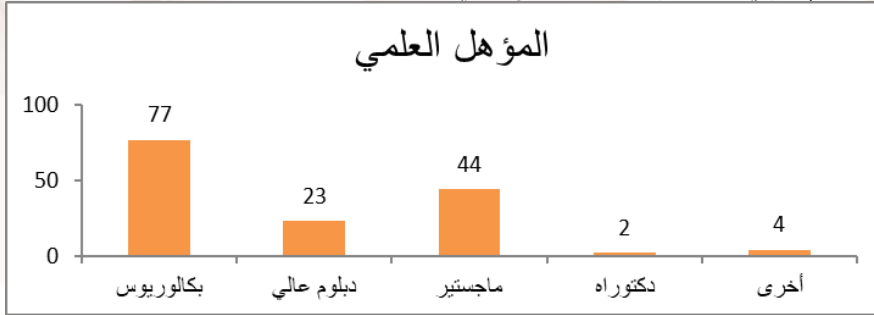
التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

النسبة المئوية	العدد	المؤهل العلمي
51.3 %	77	بكالوريوس
15.3 %	23	دبلوم عالي
29.3 %	44	ماجستير
1.4 %	2	دكتوراه
2.7 %	4	أخرى
1 %	150	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

الشكل (1)

الرسم البياني لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي



المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

من خلال الجدول والشكل يلاحظ الباحثان ان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي، نجد أن بكالوريوس (77) وبحوث وبنسبة (51.3%)، ودبلوم عالي (23) وبحوث وبنسبة بلغت (15.3%) و (44) بحوث ماجستير وبنسبة (29.3%)، ودكتوراه (2) بحوث وبنسبة بلغت (1.4%)، ويوجد (4) بحوث من حملة مؤهلات اخرى من العينة المبحوثة وبنسبة (2.7%). وهذا يدل على أن إجاباتهم ستكون لها فائدة كبيرة بسبب تأهيلهم العلمي .

2. التخصص العلمي:

الجدول (2)

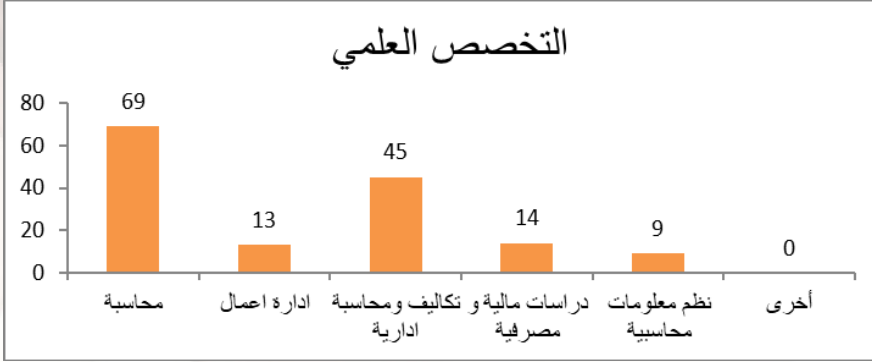
التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق التخصص العلمي

النسبة المئوية	العدد	التخصص العلمي
46%	69	محاسبة
8.7%	13	ادارة اعمال
30%	45	تكاليف ومحاسبة ادارية
9.3%	14	دراسات مالية و مصرفية
6%	9	نظم معلومات محاسبية
0%	0	أخرى
100%	150	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

الشكل (2)

الرسم البياني لأفراد عينة الدراسة وفق التخصص العلمي



المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

من الجدول والشكل يلاحظ الباحثان ان أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي، عدد (69) مبحوث تخصص محاسبة وبنسبة (46%)، وعدد (13) مبحوث تخصص ادارة أعمال وبنسبة (8.7%)، كما تضمنت العينة على (45) مبحوث تكاليف ومحاسبة ادارية تخصص وبنسبة بلغت (30%)، وعدد (14) فرداً تخصص دراسات مالية ومصرفية وبنسبة (9.3%)، وعدد (9) مبحوث تخصص نظم معلومات محاسبية وبنسبة (6%)، و لا يوجد مبحوث من التخصصات أخرى من العينة المبحوثة. ويلاحظ الباحثان أن النسب العالية من العينة تخصصهم محاسبة مما يدل على معرفة مجتمع العينة بمجال الدراسة و إدلالتهم بإجابات أكثر صحة .

3.المسمى الوظيفي:

الجدول (3)

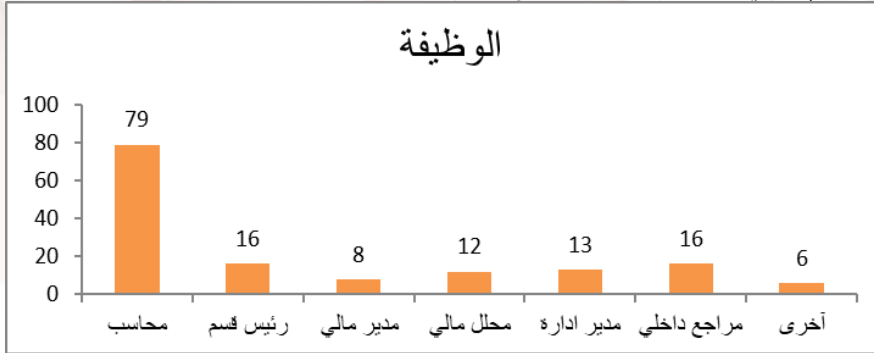
التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق المسمى الوظيفي

النسبة المئوية	العدد	الوظيفة
52.7%	97	محاسب
10.7%	61	رئيس قسم
5.3%	8	مدير مالي
8%	21	محلل مالي
8.6%	31	مدير ادارة
10.7%	61	مراجع داخلي
4%	6	أخرى
100%	051	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

الجدول (4)

الرسم البياني لأفراد عينة الدراسة وفق الوظيفة



المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

من الجدول والشكل يلاحظ الباحثان أن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي، (79) مبحوث محاسب وبنسبة (52.7%)، و (16) مبحوث رئيس قسم وبنسبة (10.7%)، و (8) مبحوث مدير مالي وبنسبة (5.3%)، و (12) مبحوث محلل مالي وبنسبة (8%)، و (13) مبحوث مدير ادارة وبنسبة (8.6%)، و (16) مبحوث مراجع داخلي وبنسبة (10.7%)، و عدد (6) مبحوث أخرى وبنسبة (4%) من العينة. ويلاحظ الباحثان أن النسب العالية من العينة تحت المسمى الوظيفي محاسب مما يدل علي معرفة مجتمع العينة بمجال الدراسة وإدلالتهم بإجابات أكثر دقة لخدمة أغراض هذا البحث.

4. سنوات الخبرة:

الجدول (5)

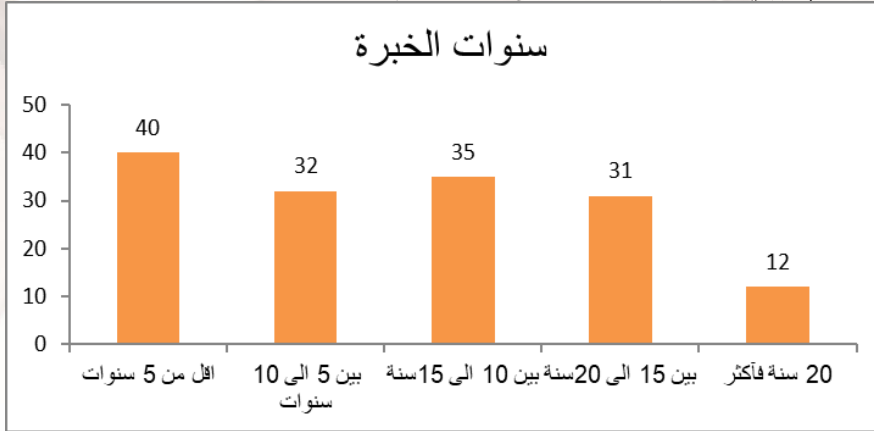
التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية
اقل من 5 سنوات	40	26.7%
بين 5 الى 10 سنوات	23	3.12%
بين 10 الى 15 سنة	53	3.32%
بين 15 الى 20 سنة	13	7.02%
20 سنة فأكثر	21	8%
المجموع	150	001%

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

الشكل (5)

الرسم البياني لأفراد عينة الدراسة وفق سنوات الخبرة



المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

من الجدول والشكل يتبين للباحثان ان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير سنوات خبرة كالآتي: (40) فرد سنوات خبرتهم أقل من 5 سنوات وبنسبة (26.7 %)، (32) فرداً وبنسبة (21.3 %) خبرتهم (من 6 إلى 10 سنوات)، و (35) فرداً وبنسبة (23.3 %) خبرتهم (من 10 إلى 15 سنوات)، و (31) فرداً وبنسبة (20.7 %) خبرتهم (من 15 إلى 20 سنوات)، و(12) فرداً وبنسبة (8 %) خبرته فوق 20 سنة. وهذا يدل على أن آرائهم ستكون مفيدة لأغراض البحث العلمي.

ثانياً: تحليل بيانات الاستبانة:

التحليل الوصفي لعينة الدراسة الميدانية:

لتطبيق اداة الدراسة لجأ الباحثان بعد تحكيم الاستبانة الى توزيعها على عينة الدراسة المقررة. بعد استلام استمارات الاستبانة من أفراد عينة الدراسة وقد تم تفرغ البيانات في الجداول توطئة إدخالها في البرنامج الاحصائي (SPSS)، حيث تم تحويل المتغيرات الاسمية (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) إلى متغيرات كمية (1، 2، 3، 4، 5) على الترتيب. وفيما يلي الجداول والرسومات والتكرارات البيانية والنسب المئوية لاجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الفرضيات.

المحور الاول: « يوضح العبارات المرتبطة بتأثير الارقام القياسية على دورها في تحقيق ميزة

الجودة التنافسية »:::

يهدف هذا المحور لمعرفة الدور الذي يلعبه التغير في المستوى العام للأسعار و لإختبار هذا

المحور لابد من إتجاه أراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عباراته.

الجدول (6)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات المحور الاول

م	العبارة	التكرار والنسبة %									
		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق			
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
1	يساعد استخدام الرقم القياسي لنفقة المعيشة في تحقيق ميزة الجودة التنافسية	15	10 %	32	21.3 %	24	16 %	78	52 %	1	0.7 %
2	يساعد استخدام الرقم القياسي لسعر المستهلك في تحقيق ميزة الجودة التنافسية	8	3 . 5 %	20	13.3 %	48	32 %	60	40 %	14	9.3 %
3	تطبيق الرقم القياسي لأسعار الجملة يحقق ميزة الجودة التنافسية .	0	0 %	1	0.8 %	6	4 %	54	36 %	89	59.3 %
4	يساعد استخدام الرقم القياسي للإنتاج سنويا في توضيح التغيرات التي تحدث في كميات الإنتاج الكلي مما يحقق ميزة الجودة التنافسية .	3	2 %	1	0.8 %	9	6 %	82	54.7 %	55	36.7 %
5	تطبيق الرقم القياسي للصادرات يساعد في تحقيق ميزة الجودة التنافسية .	2	3.1 %	4	7.2 %	92	39.1 %	55	7.63 %	06	04 %
6	استخدام الرقم القياسي للاجور في تبيان مدى التغير الذي يحدث علي مستوي الاجور يساعد في تحقيق ميزة الجودة التنافسية .	3	2 %	11	3.7 %	41	3.9 %	76	4 . 4 7 %	55	3 . 6 7 %

م	العبرة	التكرار والنسبة %									
		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
7	تحديد مقدار التغير في قيمة النقود في الداخل يحقق ميزة الجودة التنافسية	22	7.41 %	7	7.4 %	51	01 %	26	3.14 %	44	3.92 %
8	يؤدي استخدام الرقم القياسي المرجح الي تحقيق ميزة الجودة التنافسية.	6	4 %	6	4 %	02	3.31 %	74	3.13 %	17	3.74 %

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

من خلال الجدول (6) والذي يوضح النسب والتكرارات لعبارات المحور الذي ينص على: «تأثير الارقام القياسية على دورها في تحقيق ميزة الجودة التنافسية» : « » يلاحظ الباحثان في العبرة الاولى: « يساعد استخدام الرقم القياسي لنفقة المعيشة في تحقيق ميزة الجودة التنافسية »

« نجد أن (79) مبحوث وبنسبة (52.7 %) من العينة المبحوثة يوافقون على العبرة، أما المحايدون والبالغ عددهم (24) مبحوث ويمثلون نسبة (16 %) من العينة المبحوثة، و يوجد (47) مبحوث لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (31.3 %).

العبرة الثانية: « يساعد استخدام الرقم القياسي لسعر المستهلك في تحقيق ميزة الجودة التنافسية » نجد أن (74) مبحوث وبنسبة (49.3 %) من العينة المبحوثة يوافقون على العبرة، أما المحايدون والبالغ عددهم (48) مبحوث ويمثلون نسبة (32 %) من العينة المبحوثة، و يوجد (28) مبحوث وبنسبة (18.6 %) لا يوافق من العينة المبحوثة.

العبرة الثالثة: « تطبيق الرقم القياسي لأسعار الجملة يحقق ميزة الجودة التنافسية . » نجد أن (143) مبحوث وبنسبة (95.3 %) من العينة المبحوثة يوافقون على العبرة، أما المحايدون والبالغ عددهم (6) مبحوث ويمثلون نسبة (4 %) من العينة المبحوثة، و يوجد مبحوث واحد لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (0.8 %).

العبرة الرابعة: « يساعد استخدام الرقم القياسي للانتاج سنويا في توضيح التغيرات التي تحدث في كميات الانتاج الكلي مما يحقق ميزة الجودة التنافسية . » نجد أن (137) مبحوث وبنسبة (91.4 %) من العينة المبحوثة يوافقون على العبرة، أما المحايدون والبالغ عددهم (9) مبحوث ويمثلون نسبة (6 %) من العينة المبحوثة، و يوجد (4) مبحوث لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (2.7 %).

العبرة الخامسة القائلة: « تطبيق الرقم القياسي للصادرات يساعد في تحقيق ميزة الجودة التنافسية. » نجد أن (115) مبحوث وبنسبة (76.7%) من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة، أما المحايدون والبالغ عددهم (29) مبحوث ويمثلون نسبة (19.3%) من العينة المبحوثة، و يوجد (6) مبحوث وبنسبة (4%) لا يوافقون من العينة المبحوثة.

العبرة السادسة: التي تنص على « استخدام الرقم القياسي للاجور في تبيان مدى التغير الذي يحدث علي مستوي الاجور يساعد في تحقيق ميزة الجودة التنافسية.» نجد أن (122) مبحوث وبنسبة (81.4%) من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة، ويوجد (14) مبحوث محايد بنسبة (9.3%) من العينة المبحوثة، ويوجد (14) مبحوث لا يوافقون وبنسبة (9.3%) من العينة المبحوثة.

العبرة السابعة: « تحديد مقدار التغير في قيمة النقود في الداخل يحقق ميزة الجودة التنافسية » في قاعدة بيانات مركزية موحدة الى استخراج القوائم المالية بدقة وسرعة وكفاءة نجد أن (106) مبحوث وبنسبة (70.6%) من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة، أما المحايدون والبالغ عددهم (15) مبحوث ويمثلون نسبة (10%) من العينة المبحوثة، و يوجد (29) مبحوث وبنسبة (19.4%) لا يوافق من العينة المبحوثة.

أما العبارة الثامنة: « يؤدي استخدام الرقم القياسي المرجح الي تحقيق ميزة الجودة التنافسية » نجد أن (118) مبحوث وبنسبة (78.6%) من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة، أما المحايدون والبالغ عددهم (20) مبحوث ويمثلون نسبة (13.3%) من العينة المبحوثة، ويوجد (12) مبحوث لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (8%).

الجدول (7)

الاحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات المحور الاول

ت	العبارات	الوسط الحسابي	المنوال	الانحراف المعياري	التفسير	الترتيب
1	يساعد استخدام الرقم القياسي لنفقة المعيشة في تحقيق ميزة الجودة التنافسية	3.88	4	39.0	وافق	5
2	يساعد استخدام الرقم القياسي لسعر المستهلك في تحقيق ميزة الجودة التنافسية	3.92	4	58.0	وافق	4
3	تطبيق الرقم القياسي لأسعار الجملة يحقق ميزة الجودة التنافسية .	4.44	5	18.0	وافق بشدة	1

ت	العبارات	الوسط الحسابي	المنوال	الانحراف المعياري	التفسير	الترتيب
4	يساعد استخدام الرقم القياسي للانتاج سنويا في توضيح التغيرات التي تحدث في كميات الانتاج الكلي مما يحقق ميزة الجودة التنافسية .	3.59	4	09.0	اوافق	8
5	تطبيق الرقم القياسي للصادرات يساعد في تحقيق ميزة الجودة التنافسية .	3.82	4	10.1	اوافق	6
6	استخدام الرقم القياسي للاجور في تبيان مدي التغير الذي يحدث علي مستوي الاجور يساعد في تحقيق ميزة الجودة التنافسية .	4.12	5	96.0	اوافق بشدة	2
7	تحديد مقدار التغير في قيمة النقود في الداخل يحقق ميزة الجودة التنافسية	4.04	4	87.0	اوافق	3
8	يؤدي استخدام الرقم القياسي المرجح الي تحقيق ميزة الجودة التنافسية.	3.77	4	19.0	اوافق	7

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

من خلال الجدول (7) نلاحظ أن الإحصاءات الوصفية لعبارات المحور الاول التي تنص على « تأثير الارقام القياسية على دورها في تحقيق ميزة الجودة التنافسية » فان الأوساط الحسابية له تقع في المدى مابين (3.77-4.44) والانحراف المعياري (0.69 - 1.01) والمنوال يقع في المدى (4-5) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فان إجابات المبحوثين هي الموافقة. المحور الثاني: « تأثير الأساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوى العام للأسعار علي ميزة التكلفة التنافسية.»:

يهدف هذا المحور لمعرفة الميزة التنافسية وإختبار هذا المحور لابد من إتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عباراته.

يهدف هذا المحور لمعرفة تأثير الأساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوى العام للأسعار علي ميزة التكلفة التنافسية. وإختبار هذا المحور لابد من إتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات هذا البعد .

الجدول (8)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات المحور الثاني

م	العبارة	التكرار والنسبة %									
		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق بشدة			
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
1	استخدام مدخل التكلفة التاريخية المعدل يساعد في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية.	31	7.8 %	9	6 %	9	6 %	16	7.04 %	85	38.7 %
2	يتم استخدام الرقم القياسي العام للأسعار في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية بالشركات المدرجة بسوق الخرطوم للاوراق المالية .	4	2.7 %	9	6 %	71	3.11 %	16	40.7 %	95	39.3 %
3	يساعد التمييز بين الفقرات النقدية و غير النقدية اثناء التغير في المستوي العام للأسعار في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية.	5	3.3 %	3	2 %	61	7.01 %	17	47.3 %	55	36.7 %
4	يساعد مراعاة تحقيق الارباح و الخسائر الناتجة عن التغير في القوة الشرائية في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية .	91	7.21 %	51	10 %	71	3.11 %	94	32.7 %	05	33.3 %
5	يستخدم اسلوب قياس الاصول بالاسعار لتحقيق ميزة التكلفة التنافسية .	0	0 %	1	0.7 %	21	8 %	86	45.3 %	96	46 %

م	العبارة	التكرار والنسبة %									
		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق			
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
6	يؤدي مراعاة اختلاف التكلفة الاصلية للأصول غير النقدية عن التكلفة الحالية في ظل ارتفاع الاسعار الي تحقيق ميزة التكلفة التنافسية.	7	4 . 7 %	9	6 %	71	11.3 %	85	38.7 %	95	39.3 %
7	الالتزام بمراعاة النقدية الظاهرة في الميزانية العمومية عند الارتفاع في الاسعار يساعد في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية .	7	4 . 7 %	41	9.3 %	52	16.7 %	55	7.63 %	94	32.7 %
8	مراعاة العملاء في الميزانية عند ارتفاع الاسعار يؤدي الي تحقيق ميزة التكلفة التنافسية .	9	6 %	41	9.3 %	42	16 %	85	7.83 %	54	30 %

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

من خلال الجدول (8) والذي يوضح النسب والتكرارات لعبارات المحور الذي ينص على: « تأثير الأساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوي العام للأسعار علي ميزة التكلفة التنافسية »: يلاحظ الباحثان في العبارة الأولى القائلة « استخدام مدخل التكلفة التاريخية المعدل يساعد في تحقيق الميزة التنافسية» نجد أن (119) مبحوث وبنسبة (79.4 %) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، ويوجد (9) مبحوث محايد وبنسبة (6 %) ، بينما يوجد (22) مبحوث من العينة من لا يوافقون وبنسبة (14.7 %) من العينة المبحوثة.

العبارة الثانية: والتي تنص على « يتم استخدام الرقم القياسي العام للأسعار في تحقيق الميزة التنافسية بالشركات المدرجة بسوق الخرطوم للأوراق المالية . » نجد أن (120) مبحوث وبنسبة (80 %) من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة، يوجد (17) مبحوث محايد وبنسبة (11.3%)، و يوجد (13) مبحوث لا يوافقون من العينة المبحوثة وبنسبة (8.7%).

العبرة الثالثة: والتي تنص على « يساعد التمييز بين الفقرات النقدية و غير النقدية اثناء التغير في المستوي العام للاسعار في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية.» نجد أن (126) مبحوث وبنسبة (84 %) من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة ، أما المحايدون بلغ عددهم (16) مبحوث من العينة ويمثلون نسبة (10.7 %) من العينة، و يوجد (8) مبحوث لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (5.3) % .

أما العبارة الرابعة التي تنص على « يساعد مراعاة تحقيق الارباح و الخسائر الناتجة عن التغير في القوة الشرائية في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية » . نجد أن (99) مبحوث وبنسبة (66 %) من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة، أما المحايدون والبالغ عددهم (17) مبحوث ويمثلون نسبة (11.3) %، و يوجد (34) مبحوث لا يوافقون وبنسبة (22.7) % من العينة المبحوثة.

العبارة الخامسة: التي تنص على « يستخدم اسلوب قياس الاصول بالاسعار لتحقيق ميزة التكلفة التنافسية » نجد أن (137) مبحوث وبنسبة (91.3) % من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة، ويوجد (12) مبحوث محايد بنسبة (8) % من العينة المبحوثة، ويوجد مبحوث لا يوافقون وبنسبة (0.7) % من العينة المبحوثة.

العبارة السادسة: التي تنص على « يؤدي مراعاة اختلاف التكلفة الاصلية للأصول غير النقدية عن التكلفة الحالية في ظل ارتفاع الاسعار الي تحقيق ميزة التكلفة التنافسية » نجد أن (117) مبحوث وبنسبة (78) % من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة، ويوجد (17) مبحوث محايد بنسبة (11.3) % من العينة المبحوثة، ويوجد (16) مبحوث لا يوافقون وبنسبة (10.7) % من العينة المبحوثة.

العبارة السابعة: التي تنص على « الالتزام بمراعاة النقدية الظاهرة في الميزانية العمومية عند الارتفاع في الاسعار يساعد في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية » . نجد أن (104) مبحوث وبنسبة (69.4) % من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة، ويوجد (25) مبحوث محايد بنسبة (16.7) % من العينة المبحوثة، ويوجد (21) مبحوث لا يوافقون وبنسبة (14) % من العينة المبحوثة.

العبارة الثامنة: التي تنص على « مراعاة العملاء في الميزانية عند ارتفاع الاسعار يؤدي الي تحقيق ميزة التكلفة التنافسية.» نجد أن (103) مبحوث وبنسبة (68.7) % من العينة المبحوثة يوافقون على العبارة، ويوجد (24) مبحوث محايد بنسبة (16) % من العينة المبحوثة، ويوجد (23) مبحوث لا يوافقون وبنسبة (15.3) % من العينة المبحوثة.

الجدول (9)

الاحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارة المحور الثاني

ت	العبارات	الوسط الحسابي	المنوال	الانحراف المعياري	التفسير	الترتيب
1	استخدام مدخل التكلفة التاريخية المعدل يساعد في تحقيق الميزة التنافسية.	3.94	4	0.74	اوافق	5
2	يتم استخدام الرقم القياسي العام للأسعار في تحقيق الميزة التنافسية بالشركات المدرجة بسوق الخرطوم للأوراق المالية	4.08	4	0.83	اوافق	3
3	يساعد التمييز بين الفقرات النقدية و غير النقدية اثناء التغير في المستوى العام للأسعار في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية.	4.12	4	0.98	اوافق	2
4	يساعد مراعاة تحقيق الارباح و الخسائر الناتجة عن التغير في القوة الشرائية في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية .	3.64	5	1.02	اوافق بشدة	8
5	يستخدم اسلوب قياس الاصول بالاسعار لتحقيق ميزة التكلفة التنافسية	4.36	5	1.00	اوافق بشدة	1
6	يؤدي مراعاة اختلاف التكلفة الاصلية للأصول غير النقدية عن التكلفة الحالية في ظل ارتفاع الاسعار الي تحقيق ميزة التكلفة التنافسية.	4.02	5	0.95	اوافق بشدة	4
7	الالتزام بمراعاة النقدية الظاهرة في الميزانية العمومية عند الارتفاع في الاسعار يساعد في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية .	3.83	4	0.67	اوافق	6
8	مراعاة العملاء في الميزانية عند ارتفاع الاسعار يؤدي الي تحقيق ميزة التكلفة التنافسية.	3.77	4	0.91	اوافق	7

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

من خلال الجدول (9) يلاحظ الباحثان أن الإحصاءات الوصفية للعبارات المحور الثاني التي ينص على « تأثير الأساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوى العام للأسعار علي ميزة التكلفة التنافسية » فان الاوساط الحسابي له تقع في المدى ما بين (4.36-3.77) والمنوال (4-5) والانحراف المعياري يقع في المدى ما بين (1.02 - 0.67) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فان إجابات المبحوثين هي الموافقة.

ثانياً: إختبار الفرضيات:

إختبار الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى من فرضيات الدراسة على الآتي: « هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الارقام القياسية و ميزة الجودة التنافسية »

تهدف هذه الفرضية إلى بيان أثر الارقام القياسية و ميزة الجودة التنافسية، وللتأكد من صحة الفرضية سيتم استخدام اسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج كما في الجدول الآتي:

الجدول (10)

نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الفرضية الاولى

ب (10)

تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الفرضية الاولى

التفسير	القيمة الاحتمالية (Sig)	أختبار (t)	معاملات الانحدار	
معنوية	0.000	1.310	2.334	\hat{B}_0
معنوية	0.000	4.910	0.784	\hat{B}_1
			0.69	معامل الارتباط (R)
			0.79	معامل التحديد (R^2)
		النموذج معنوي	154.322	أختبار (F)
				$Y=2.334+0.784x$

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م

يتضح للباحثان من الجدول (10) قد أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط قوي بين الارقام القياسية كمتغير مستقل و ميزة الجودة التنافسية كمتغير تابع، حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.69)، و بلغت قيمة معامل التحديد (0.79)، هذه القيمة تدل على ان الارقام القياسية كمتغير مستقل تؤثر بـ (79%) على ميزة الجودة التنافسية (المتغير التابع)، و نموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة الاختبار (154.322) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000)،

و1.310، ومتوسط أثر الأرقام القياسية على ميزة الجودة التنافسية يساوي مرة، 4.910: وتعني أن الأرقام القياسية تؤثر على ميزة الجودة التنافسية بـ 79% .
 مما تقدم يستنتج الباحثان أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على: « هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الأرقام القياسية و ميزة الجودة التنافسية » قد تحققت.
 إختبار الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة على الآتي: « هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الاساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوى العام للأسعار و ميزة التكلفة التنافسية » .
 تهدف هذه الفرضية إلى بيان اثر الاساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوى العام للأسعار على ميزة التكلفة التنافسية ، وللتأكد من صحة الفرضية سيتم استخدام اسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج .

الجدول (11)

نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الفرضية الثانية

التفسير	القيمة الاحتمالية (Sig)	أختبار (t)	معاملات الانحدار	
معنوية	0.000	1.530	1.552	\hat{B}_0
معنوية	0.000	6.123	0.712	\hat{B}_1
			0.76	معامل الارتباط (R)
			0.68	معامل التحديد (R^2)
النموذج معنوي			166.310	أختبار (F)
$Y=1.552+0.712x$				

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية، 2024م
 يتضح للباحثان من الجدول (11) قد أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين الاساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوى العام للأسعار كمتغير مستقل و ميزة التكلفة التنافسية كمتغير تابع، حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.76)، وبلغت قيمة معامل التحديد (0.68)، هذه القيمة تدل على ان الاساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوى العام للأسعار كمتغير مستقل تؤثر بـ (68%) على ميزة التكلفة التنافسية (المتغير التابع)، و نموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة الاختبار (166.310) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000)، و1.530، متوسط أثر الاساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوى العام للأسعار على ميزة التكلفة التنافسية يساوي مره، 6.123 ، وتعني تؤثر على مخاطر الدفع الالكتروني 68% .
 مما تقدم يستنتج الباحثان أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على أن: « هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الاساليب المحاسبية المعالجة للتغير في المستوى العام للأسعار و ميزة التكلفة التنافسية » قد تحققت.

النتائج:

- من خلال الدراسة النظرية والدراسة الميدانية توصل الباحثان إلى النتائج الآتية:
- تطبيق الشركات للرقم القياسي لأسعار الجملة يحقق ميزة الجودة التنافسية.
- وجود محاسبين ومدراء ماليون في الشركة ملمون بطرق استخدام الرقم القياسي للاجور في تبيان مدي التغير الذي يحدث علي مستوي الاجور زاد من القدرة على تحقيق ميزة الجودة التنافسية .
- تطبيق الرقم القياسي للصادرات ساعد في تحقيق ميزة الجودة التنافسية .
- أدي استخدام الرقم القياسي المرجح الي تحقيق ميزة الجودة التنافسية .
- إلتزام القسم المالي في الشركة بتحديد مقدار التغير في قيمة النقود في الداخل حقق ميزة الجودة التنافسية .
- استخدام مدخل التكلفة التاريخية المعدل ساعد في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية..
- استخدام الرقم القياسي العام للاسعار بالشركات المدرجة بسوق الخرطوم للاوراق المالية ساعد في تحقيق الميزة التنافسية.
- ساهم التمييز بين الفقرات النقدية و غير النقدية اثناء التغير في المستوي العام للاسعار في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية.
- مراعاة تحقيق الارباح و الخسائر الناتجة عن التغير في القوة الشرائية ساعد في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية.
- ساعد استخدام اسلوب قياس الاصول بالاسعار في تحقيق ميزة التكلفة التنافسية .

التوصيات:

- من خلال النتائج السابقة يوصي الباحثان بالآتي:
- ضرورة أن تتبنى الشركات المدرجة في سوق الخرطوم للاوراق المالية طريقة لحساب للرقم القياسي لأسعار الجملة لأن ذلك يحقق ميزة الجودة التنافسية.
- إلتزام الشركات بمواكبة طرق استخدام الرقم القياسي للاجور في تبيان مدي التغير الذي يحدث علي مستوي الاجور مما يساهم في تحقيق تحقيق ميزة الجودة التنافسية .
- الإستعانة بتجارب الدول التي سبق أن قامت بتطبيق الرقم القياسي للصادرات ودراسة جميع نواحي تطبيق هذا الرقم مع مراعاة مدى ملائمة الرقم القياسي للصادرات للتطبيق على الشركات .
- ضرورة إلتزام قسم الحسابات في الشركات بتطبيق الرقم القياسي المرجح .
- ضرورة العمل علي تحديد مقدار التغير في قيمة النقود في الداخل في الشركات بما يحقق ميزة الجودة التنافسية .
- العمل على إحداث تغيير جوهري في بيئة الشركات وتهيئة الموظفين بصورة جيدة على العمل بطريقة مدخل التكلفة التاريخية المعدل وتوعية الموظفين عن كيفية تحقيق ميزة التكلفة التنافسية .
- ضرورة العمل على تطوير طرق حساب الرقم القياسي العام للاسعار بالشركات المدرجة بسوق الخرطوم للاوراق المالية بما يساعد في تحقيق الميزة التنافسية.

المصادر والمراجع :

- (1) تيري فاينبرغ استراتيجيات الأعمال التنافسية. (الولايات المتحدة الأمريكية، دار ام سي النشر ، 2002 ص 32 - 48)
- (2) سالم عبدالله سالم حلس ، تأثير استخدام التكلفة التاريخية في إعداد القوائم المالية في ظل التضخم المالي وموقف المراجع من هذه الظاهرة، (غزة: جامعة بنها، كلية الدراسات العليا، رسالة دكتوراه ، 2006م).
- (3) سعاد الجوهري ، التحليل الاقتصادي للتضخم وأثره على حركة الأصول النقدية في الأسواق المالية (تركيا: جامعة إسطنبول، كلية العلوم الاقتصادية والإدارية، رسالة دكتوراه، 2023م).
- (4) علي عبدالله شاهين ، نظرية المحاسبة ، (غزة : مكتبة أفاق للطباعة والنشر، 2011م)، ص 217-218.
- (5) الفاتح عثمان مختار ، التجارة الدولية رؤية معاصرة ، (جدة : دار خوارزم للنشر، 1436هـ)، ص104.
- (6) ليندا عيليش عوض الله، أثر التغيير في القوة الشرائية للنقود على القوائم المالية، (الخرطوم:- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، رسالة ماجستير ، 2007م).
- (7) محمد عبد الله الصفحة، مفاهيم إدارة الاستراتيجية التنافسية المؤلف، (لبنان، دار النشر: دار التنوير) ص80-100.
- (8) محي الدين القطبي ، «الخيار الاستراتيجي واثره في تحقيق الميزة التنافسية » (الاردن : دار حامد للنشر والتوزيع، 2012م) ص42.
- (9) مصطفى محمود ابوبكر، ادارة الموارد البشرية :مدخل لتحقيق الميزة التنافسية (مصر، الدار الجامعية، 2004م) ، ص 13-15.
- (10) Grant, R. M Contemporary Strategy Analysis (UK: Text and Cases Edition Wiley , 2016M) 150-155
- (11) Michael Porter “Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance”. (USA. The Free Press. 1985) 5-10