



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الدكتور الطاهر مولاي - سعيدة -
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص: محاسبة و جباية

تطوير المنتجات من خلال التحكم في التكاليف
دراسة حالة في مؤسسة ملينة منبع سعيدة

إشراف الأستاذ:
أ. حرمل سليمة

من إعداد الطالبتين:
براهيم سعيدة
بن دومية سعيدة

لجنة المناقشة:

أ. قدوري هودة..... رئيسا

أ. مدوني مراد..... الممتحن الاول

السنة الجامعية: 2015م - 2016م

شكر و تقدير:

أقدم شكري إلى كافة أساتذة جامعة
مولاي الطاهر بسعيدة تخصص
فلسفة، و أخص بالشكر صاحب
التميز و الأفكار النيرة الأستاذ
المشرف على عملي عبد الله موسى.
ثم أتقدم بالشكر للأستاذة كورات ولا
أنسى أساتذة قسم الفلسفة أخص
بالذكر: أ. عفيان محمد و أ. محمد كريم
بن يمينة .

الإهداء:

أهدي ثمرة جهدي إلى أغلى ما في
الوجود من أوصى بهما الله عز وجل

إلى والدي العزيز " عبد القادر "

إلى والدتي الكريمة " أمينة "

إلى كل إخوتي زينة - عبدو-

والى أخي الصغير آدم.

إلى الأستاذ سعدوني شيخ

إلى كافة زملاء المشوار الدراسي،

إلى كل من ساندني من قريب و بعيد.

مقدمة

مقدمة:

الحقيقة هي البحث في ذاته الذي يعكس الطبع العاقل في الإنسان من خلال التأمل الإدراك السعي وراء التكيف البيولوجي و الاجتماعي، فكان الإنسان في بحث مستمر معرفيا سواء مع الطبيعة أو مع الذات البشرية أو مع الآخر الاجتماعي ، منذ الطبيعيون الأوائل إلى ارتباط الفلسفة بالإنسان وأشكالياته مع أفلاطون و أرسطو والتي تطورت في العصور اللاحقة إلى أيامنا، هذا ما يعرف بالبحث لكن ليس أي بحث ففيه ما يميزه من المنهج والأهداف ونتائج الطرح العلمي للحقيقة وهذا الطرح له بعد أخلاقي يتوزع على المنهج والنتائج و أيضا على ثنائية المعلم و المتعلم فثنائية المفكر ونتائج فكره فالعلم سبب تقدم المجتمعات.

فالعالم يشهد ثورة علمية وسباق نحو البحث العلمي، فما قدمه البحث العلمي للعالم من حل مشكلات حيث أصبحت الشعوب المتقدمة من خلال بحوثها العلمية تقيم تجاربها على المجتمعات النامية في مختلف الميادين،ولهذه البحوث انعكاسات من ناحية الاستعمال الخاطئ للبحث العلمي ومع كل هذه التطورات أصبح العلم في متناول الجميع لكن الاستخدامات و الأهداف تختلف، فانتهكت الملكية الفكرية و كثرت السرقة العلمية وانعدام الموضوعية مع العلم أن الدقة و الموضوعية أساس البحث العلمي وهذا واقع البحوث العلوم الاجتماعية و الإنسانية.

هذا ما دفع إلى الاهتمام بالجانب القيمي في البحوث العلمية، وصنع آليات تضبط السلوك أي أخلاق تطبيقية وهذا ما أصبحت تهتم به الفلسفة المعاصرة عكس العصور التي

سبقت والتي اهتمت بالجانب النظري، فالفلسفة أصبحت تركز اهتمامها على قضايا العلم والبحث العلمي الذي أصبح يثير مشكلات أخلاقية، أخلاقيات البحث العلمي الذي يستدعي الوصول إلى سلوك يرقى بالبحث العلمي خاصة في المؤسسات الأكاديمية التي واقعها أصبح في تدني ، و الالتزام بالأخلاقيات هو الإشكالية التي تطرح في واقع المؤسسة الجامعية ومنه ما مدى التزام هيئة التدريس بأخلاقيات البحث العلمي ؟

وانطلاقاً من الإشكالية استخدمت فرضيات فرعية طبيعة الموضوع تتطلب دراسة

ميدانية ومن أهم الفرضيات البحث:

- يلتزم عضو هيئة التدريس بجامعة د.مولاي الطاهر بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية بأخلاقيات البحث العلمي .

- البحوث العلمية التي تتصف بالمصادقية وعنصر الحداثة لها أثر كبير في بحوث يمكن الاعتماد عليها.

- عضو هيئة التدريس لديهم الشعور بالمسؤولية نحو إجراء بحث علمي متخلق.

- المادة العلمية لها دور فعال في استحداث بحوث ذات مصادقية.

استخدمت المنهج التاريخي الوصفي التحليلي في دراستي، فكان في المنهج التاريخي في

دراسة تطور البحث العلمي أما بالنسبة للوصفي التحليلي فكان في دراسة الأخلاقيات

البحث العلمي و وصف نتائج الدراسة الميداني من خلال نتائج الاستبيان.

أما بالنسبة لهيكله البحث:

فقد اشتمل موضوع الدراسة على مقدمة وثلاثة فصول وهي مفصلة كالآتي:

الفصل الأول:

تناول هذا الفصل الأخلاق النظرية إلى الأخلاق العملية الذي يحتوي على مبحث الأول من الأخلاق إلى الأخلاقيات أما المبحث الثاني فقد عنوانته بالعقبات الإثيقية.

الفصل الثاني:

بعنوان البحث العلمي وقد جاء بمبحثين: المبحث الأول التأسيس النظري للبحث العلمي المفهوم والنشأة أما المبحث الثاني تضمن طبيعة البحث العلمي.

الفصل الثالث:

جانب تطبيقي للبحث العلمي في المؤسسة الجامعية الذي تفرع إلى المبحث الأول تقديم جامعة د.مولاي الطاهر سعيدة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية أما المبحث الثاني تحليل نتائج الدراسة.

تليها خاتمة للموضوع و قائمة المصادر و المراجع ثم الملاحق.

الدراسات السابقة:

اعتمدت في دراستي على دراسة سابقة تحت عنوان أخلاقيات البحث العلمي في العلوم الإنسانية لرشا البارودي بجامعة الخرطوم .

أما عن أسباب اختياري للموضوع :

أسباب موضوعية:

البحث العلمي ذو أهمية قصوى في المؤسسة الأكاديمية كما أن مسألة الأخلاقيات الجديدة تطرح في الواقع الأكاديمي، دوافع السرقة العلمية سواء من طرف هيئة التدريس أو من طرف الطلبة باعتبار هيئة التدريس التي تقيم عمل الطلبة فكلاهما باحث علمي.

أسباب ذاتية:

الأسباب التي دفعنتي لاختيار الموضوع، الوضع الذي ألت إليه البحوث العلمية، وفضولي حول دافع السرقة العلمية في الوسط الجامعي، و معرفة دور الأخلاقيات في كبح هذه الظاهرة أم أنها بنود لا تفعل في مراقبة الرسائل الجامعية.

الصعوبات التي واجهتها في بحث:

موضوع حديث كما أن أنني تطرقت للجانب التطبيقي في بحثي هذا ونظرا لتخصص فلسفة لا يتطرق إلى الإحصاء و التطبيق، لكن تجاوزها بصعوبة باللجوء إلى أساتذة علوم التربية.

الفصل الأول

" من الأخلاق النظرية إلى الأخلاق العملية "

1-المبحث الأول: من الأخلاق إلى الأخلاقيات .

2-المبحث الثاني: العقبات الاثيقية للبحوث العلمية .

المبحث الأول: من الأخلاق إلى الأخلاقيات.

البعض منا يختزل الأخلاق عند ذكر الأخلاقيات وهذا راجع إلى التشابه الظاهري بينهما من حيث المفهوم لكن في واقع الأمر هناك تباعد بينهما من حيث التطبيق و النتائج وتباعد منهجي بالدرجة الأولى.

فبتطور العلوم و ظهور التقنية و غزوها العالم بأسره فأصبح العلم مسؤولة اتجاه الإنسانية، وهذا ما جعلنا في حيرة لتحديد ما الذي يستند إليه البحث العلمي الأخلاق أم الأخلاقيات:

فما الفرق بين الأخلاق و الأخلاقيات ؟

moral

1- مفهوم الأخلاق :

1-1 لغة: الأخلاق في لسان العرب نجده في قول ابن المنصور "في التنزيل وانك لعلى خلق عظيم" وجمع الأخلاق لا يكسر على غير ذلك، و الخُلُقُ والخُلُقُ: السجية و في الحديث ليس شيء في الميزان أثقل من حسن الخلق، الخلق بضم اللام و سكونها، وهو الدين و الطبع والسجية، وحقبة أنه لصورة الإنسان الباطنة وهي نفسه وأوصافها ومعانيها المختصة بها بمنزلة الخلق لصورته الظاهرة و أوصافها ومعانيها ولها أوصاف حسنة وقيحة.¹

علم يبعث في الأحكام الخاصة، الخير و الشر و الفضيلة وهو على نحوين: أما أن يتجه إلى التحليل سيكولوجي لأحكامنا الخلقية لبيان أسباب استحساننا أو نفورنا.²

¹ - الإمام العلامة أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور- لسان العرب- دار صادر بيروت لبنان ط1 المجلد 10- 1990 - ص 86 .

² - مراد وهبة -المعجم الفلسفي - دار قباء الحديثة للطباعة والنشر- ط1 - 2005 ص33.

فالأخلاق لا تكمن في الفعل ذاته بل كيف نوجه هذا الفعل في الواجهة تجعلنا نستحسنه أو معيار للخير و الأخلاق الخيرة.

1-2 الأخلاق اصطلاحاً:

إذا أضفت لفظ الأخلاق دلّ على مجموعة قواعد السلوك المتعلقة بالشئ الذي يدل عليه ذلك اللفظ تقول: أخلاق المنفعة – أخلاق اللذة – أخلاق الواجب، وكذلك إذا نسبته إلى جماعة معينة دلّ على قواعد السلوك الخاصة بتلك الجماعة تقول "الأخلاق المهنية والأخلاق المسيحية و الأخلاق الاشتراكية".¹

ففي الأخلاق الكلاسيكية منذ أرسطو الأخلاق النظرية لا تتحى منحى الأخلاق والتحويلات التي طرأت في الفلسفة المعاصرة فأصبحت الأخلاق تأخذ طابع عملي تطبيقي مرتبط بالإشكاليات الجديدة سواء في المعرفة أو في المجتمع.

فالأخلاق تتألف من معايير شديدة العمومية في مجتمع ما، هذه المعايير تنطبق على الناس جميعاً أي داخل الجماعة أو المجتمع الواحد و هذا بغض النظر عن مهنتهم في المؤسسات و معايير ومعايير الأخلاق تميزت بين الخطاء و الصواب وبين الخير و الشر والظلم و العدالة، متفق عليها في المجتمع الواحد فهي تتركز على سلوك أفراد الجماعة.²

فالأخلاق يقصد بها معايير قيمية لمجتمع واحد فهي عامة تخص مجموعة معينة توجه السلوك الإنساني نحو الواجهة الأخلاقية الصحيحة .

¹ - جميل صليبا - المعجم الفلسفي - ج1 دار الكتاب اللبناني - بيروت لبنان 1982م - ص 51.
² - دفيد رزنيك- أخلاقيات العلم- تر: عبد النور المنعم- مطابع السياسية - د.ط - الكويت - 2005- ص 33.

2- علم الأخلاق :

علم الأخلاق هو علم تحليل السلوك الإنساني من حيث بواعثه و أهدافه مع دراسة الإرادة الإنسانية و المسؤولية الخلقية، علم يتناول سلوك الإنسان بالقياس إلى مثل أعلى، ويضع له المقاييس و المعايير و يهتم بإصلاحه و تقويمه و تهذيبه.¹

إن علم الأخلاق عملي يهدف إلى تغيير السلوك نحو السلوك الخير و الأخلاقي، لكن هذا الموقف عارضه العديد من الفلاسفة الذين قالوا أن علم الأخلاق نظري لا يتصل بالجانب العملي، و من بين الفلاسفة الذين قالوا أن علم الأخلاق مجرد دراسة نظرية صرفة :
' شوبنهاور' كمثل لهذا الاتجاه لقد أعلن أن الأخلاق مبحث فلسفي لا يتسم بأي طابع عملي أو تطبيقي.²

وهذا ما دفع بعض الفلاسفة إلى الفصل و التمييز بين : الأخلاق النظرية و الأخلاق التطبيقية:

2-1 الأخلاق النظرية :

تدرس الضمير والخير والشر والإرادة والفضيلة و ماهيتها وأنواعها والحق والواجب والنية والقصد والجبر و اختيار المعايير و القيم والبواعث والغايات والمثل العليا.³

¹- محمد عبد الله الشرقاوي- الفكر الأخلاقي- دراسة مقارنة- دار الجيل- ط1- بيروت- 1990- ص17.

²- محمد مهران رشوان- تطور الفكر في الفلسفة الغربية- دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع- د.ط القاهرة- 1998- ص24.

³- عبد الرحمن مرحبا- المرجع في تاريخ الأخلاق – جروس برس- ط1- لبنان -1998- ص 35.

فالأخلاق النظرية لا تهتم بنتائج السلوك الإنساني.

2-2 الأخلاق العملية:

تبين وتدرس الواجبات المختلفة واجب الإنسان نحو نفسه وربه و نحو عائلته ونحو الوطن والدولة والإنسانية، وبعبارة أخرى تعرض الأخلاق العملية لمباحث الأخلاق النظرية و بالتطبيق على ظروف الحياة المختلفة لتقول فيها كلمتها، ببيان مع ما يتفق مع معاني الخير والشر والحق والفضيلة والواجب.¹

الأخلاق العملية تختلف تمام الاختلاف عن الأخلاق النظرية ليس في الجوهر فكلاهما يحملان نفس الجوهر والماهية لكن في الواقع الأخلاق التطبيقية تهدف إلى دراسة السلوك البشري والقيم في القضايا التي يواجهها الإنسان في حياته.

فالفلسفة في ظل ما شهده العالم من تطورات خرجت عن نطاق التقليدي والميتافيزيقا واهتمت بالأخلاق التطبيقية كالتقييم السلوك الأخلاقي في البحث العلمي، و في مجال الطب وفي المجال العسكري.

لتشكل العلاقة بين الفلسفة الأخلاقية و الأخلاق التطبيقية قضية معاصرة تماما، بحكم أن لفظة فلسفة تطبيقية قد برزت في الولايات المتحدة الأمريكية خلال السنوات 1960، مع

¹ - عبد الرحمان مرحبا - المرجع السابق ص 35.

تفجر حقول جديدة من السؤال الأخلاقي في مستهل 1970، فقد استقلت بعض تلك الحقول الأخلاق البيولوجية، الأخلاق البيئية.¹

3-2 الأخلاقيات التطبيقية المعاصرة :

تحدثنا عن الأخلاق كونها توجه السلوك الإنساني نحو السلوك السوي والذي يسمو للإنسانية وهنا يخص علاقة الإنسان بالمجتمع.

ولكن مع التطورات التي تشهدها البشرية في جميع المجالات خاصة في البحث العلمي وظهر علوم كثيرة التي طورت نظرياتها ذو غاية تتمحور حول تحسين الحياة والتطلع لمستقبل أفضل.

إنها حقبة الثورات و التحولات الكبرى، سواء على مستوى التوجهات الجديدة التي عرفتها البشرية في مجال اختيار مصائرنا أو على مستوى صيرورة الفكر وتقدم العلوم و المعارف والتكنولوجيا، فرضت على الفكر الإنساني المعاصر ضرورة إعادة النظر في الكثير من قيمه الأخلاقية.²

فغزارة البحوث العلمية في جميع المجالات جعلت نتائج البحث العلمي مسؤولية الباحث اتجاه المعرفة الإنسانية، خوفا من المساس بالإنسان وكرامته وحتى الجانب المادي جسديا عدم الإضرار به.

¹ -مصطفى كحلي- الأخلاقيات التطبيقية و الرهانات المعاصرة للفكر الفلسفي- منشورات الجمعية للدراسات الفلسفية-

د.ب. ط - 2016-ص27.

² - حوار الفلسفة و العلم- موسى عبد الله- الفلسفة وخطاب النهايات- منشورات الاختلاف العاصمة - ط1- الجزائر-

2012- ص23.

الأخلاقيات تنصدر المقدمة بل الأرضية التي تقام عليها البحوث العلمية، فالبحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية يواجه مشكلة في موضوع البحث فيها (الإنسان) والباحث هنا يواجه المعوقات التالية:

ليس حر في المعاملة مع الموضوع على أنه مادة بحثه و تفكيكية، لا تتمتع بسمة الضبط فمن أولى ميزات الظاهرة الإنسانية تداخل العوامل و المتغيرات فيها .
في تغير مستمر و دائم قبل أن يمضي وقت كاف لتحقيق نتائجها، وأثناء الملاحظة ذاتها تتغير الظواهر الإنسانية و تتخذها اتجاهها مغاير لوجهتها الأولى.¹

وما نخصه هنا أهمية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، وهنا يواجه الباحث صعوبة كون مادة البحث ظاهرة معقدة كما أنها داخلية، فأصبح الباحث العلمي بحاجة إلى سلوك خاص بالبحث العلمي ليرقى للموضوعية و الدقة وهذا ما يدعى بأخلاقيات البحث العلمي كونها تخص الجانب العملي و هي كالآتي:

Ethique

3- مفهوم الأخلاقيات:

من المنظور النظري عندما تستخدم بهذه الطريقة، فانه عادة لفظا مضاف إليه مضاف فهي تخص الجانب العملي مثلا: أخلاقيات البحث العلمي- أخلاقيات الطب- أخلاقيات الصحافة.²

¹ - عبد الله إبراهيم - البحث العلمي في العلوم الاجتماعية - المركز الثقافي العربي- ط1- بيروت لبنان -2008- ص85.
² - جاكولين روس- الفكر الأخلاقي المعاصر- تر: عادل العوا- دار عويدات للطباعة والنشر- ط1- بيروت لبنان- 2001- ص13.

فهي مدونة لقواعد السلوك لا تهدف لاستبدال القواعد الأخلاقية التي أنشئت في بعض التخصصات العلمية على رأس البحوث العلمية، بل عقدت لاحترام قواعد المؤسسة الداخلية وهذا تقام عليه البحوث العلمية.¹

فأخلاقيات البحث العلمي دليل للباحث توجهه، سواء داخل مؤسسة مهنية وخلال كتابة بحث علمي.

إذا كانت القيم الأخلاقية تمتد إلى كافة مرافق الحياة فان البعد العلمي من أهمها ما يعرف باسم أخلاقيات البحث العلمي، وعلى ذلك فان أخلاقيات البحث العلمي هي مبحث من مباحث علم الأخلاقية للبحث العلمي لدى الباحثين و الدارسين و طلاب العلم و التي تحفظ للعلم كيانه و قوامه.²

ومنه نستنتج أن الأخلاقيات تخص العلم وطلاب العلم تمده نوع من البنية الأساسية ينطلق منها ليكون ذو استقلالية خاصة في البحث العلمي في الجانب العملي بصفة خاصة.

أقر هانس يوناس (1903-1993) باعتبار الإنسان بحاجة إلى أخلاق جديدة يبررها التطبيق الجماعي ولهذا السبب وجب تهئئ الإنسان لتصور جديد للمسؤولية، وعلى غرار

¹ - Groupe romande de coordination travail de bachelor- code d'éthique de la recherche – février – p 2 – 2008.

² - عبد المنعم صفوان و آخرون- دليل أخلاقيات البحث العلمي - د.ط - كلية فرع دمياط – 2012-ص10.

ذلك فإن الأخطاء و الانحيازات سوف تحدث دائما في العلم، فإن النظراء و المناقشة المفتوحة للأفكار و النتائج من الممكن أن تملأ أثر الأخطاء إلى الحد الأدنى.¹

فأخلاقيات ليس لها تحديد زمني لظهورها بل ارتبط ظهورها بسبب الأخطاء الراهنة للعلوم و البحوث العلمية التي أصبحت تمسّ كرامة الإنسان، حقيقة أن هذه لانحرافات نادرا ما تحدث لكن وقع أثرها سلبي.

3-1 الحاجة لأخلاقيات البحث العلمي:

التقدم الذي نشهده في الآونة الأخيرة مما حققه البحث العلمي من منجزات في شتى المجالات، بحيث حققت تحسن على المستوى الفكري والثقافي وإثراء الجانب المعرفي في شتى المجالات وصولا إلى تحسين الظروف الحياتية، لكن في الوقت نفسه يثير هذا الانفجار الهائل في البحث العلمي مسألة أخلاقية كفقْدان الأمانة العلمية الذي يهدد البحث العلمي بالضياع .

3-2 ضرورة أخلاقيات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية:

يحتاج الباحث في العلوم الاجتماعية و الإدارية و علم النفس و التربية و غيرها من العلوم الاجتماعية التي تتعامل مع البشر لمبادئ مسوغات قيمية و أخلاقية المتعارف عليها إنسانيا في التعامل مع البشر مثل: احترام الإنسان و العمل على حمايته من أي ضرر.²

¹ - مجلة أبعاد القيمية للتحويلات الفكرية و السياسية- هناء علالي- أخلاقيات العلم قراءة في كتاب- العدد2- جامعة وهران
2 - 2015-ص116.
² - غالب فريجات- ثقافة البحث العلمي- دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع -ط1- عمان الأردن -2011-ص41.

فعلى الباحث في العلوم الاجتماعية أن يشرح للمشاركين في البحث (عينة البحث) طبيعة البحث ليحق للمشاركين فيه التفكير في المشاركة أو عدمها، و احترام كرامتهم حتى تكون هناك ثقة بين الباحث و العينة للوصول لنتائج دقيقة.

تجاهل أخلاقيات البحث العلمي يؤدي إلى انحرافات وهذا ما جعل المختصون في هذا المجال بالاهتمام بها وهذا كله لتفادي الأخطاء في البحث العلمي، باعتبار أن البحث العلمي تصفح منظم و منضبط للوصول إلى حلول لمشكلات تؤرق البشرية.¹

المبحث الثاني: العقبات الاثيقية للبحوث العلمية

الاطلاع على الأبحاث العلمية وتصفحها نجد جملة من الأخطاء التي يقوم بها الباحث في رسالته وهذه الأخطاء تختلف من بحث إلى آخر حسب طبيعة البحث وكذلك تختلف مصادر هذه الأخطاء.

1- أخطاء تعزى إلى الباحث:

التعصب إلى إطار نظري محدد، تعصب لنقطة واحدة بالرغم من زعم العلماء بأنهم موضوعيين و متفتحين .

تزوير البيانات: بحيث يعتبر تزوير البيانات جريمة أخلاقية بحق البحث العلمي.²

¹ - سعيد جاسم الأسدي- أخلاقيات البحث العلمي- مؤسسة وارث الثقافية- ط2- العراق- 2008- ص2.
² - سعيد جاسم الأسدي - المرجع السابق- ص4.

وفي تسجيل البيانات وعدم تسجيلها بوضوح مما يؤدي إلى خطأ عند قراءتها.¹ هذه الأخطاء يقوم بها الباحث أثناء بحثه فمثلاً: عدم مناقشة الأفكار وتزوير البيانات بهدف الوصول إلى النتائج المرغوب فيها، هذا سلوك لا أخلاقي يظللنا عن الموضوعية والدقة العلمية.

1-1 أخطاء تعزى إلى أفراد العينة:

في الجانب التطبيقي دراسة خارجة عن إطار الباحث العلمي، كتزييف الاستجابة هنا نجد أن أفراد العينة لا يلتزمون بمضمون الفقرة بل يراعون نتائج الاستجابة.² وهذه الأخطاء تخرج عن إرادة الباحث بل يخص الجانب التطبيقي بمجتمع العينة بحيث لا يلتزمون بفقرات الاستبيان أو المقابلة.

على الباحث العلمي الاطلاع على المصادر الأصلية بنفسه مع إعطاء كل ذي حق حقه.³ فالالتزام الباحث بمبادئ وأخلاقيات البحث العلمي لتفادي الوقوع في سلوكيات لا أخلاقية فالتعرض لبحوث الآخرين سلوك يمس بكرامة الباحث العلمي في حد ذاته، فعلاقة الباحث بالبحث العلمي هي مسؤولية اتجاه أخلاقيات البحث أي التزام الباحث بقواعده للوصول الدقة و الموضوعية، فالأخلاقيات هي المنطلق و الركيزة للوصول إلى بحث علمي ذو مصداقية.

بالإضافة إلى ما سبق ذكره يمكن الإشارة إلى أن البحث العلمي يعاني من ازدهار في المكتبات العربية بإنتاج فكري هابط في مجال العلوم الاجتماعية ويتمثل هذا الهبوط في

¹ - محمد منير حجاب - الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية - دار الفجر للنشر والتوزيع - ط3 - 2000 - ص34-.

² - سعيد جاسم الأسدي - المرجع السابق ص5.

³ - أحمد عبد المنعم حسن- أصول البحث العلمي- ج 2 - المكتبة الأكاديمية - القاهرة- 1992- ص92.

الافتقار إلى الأصالة، حيث تنعدم استقلالية الفكر الواقعي المتميز، وفي انتشار السرقات العلمية، ثم في الإخلال بالمنهج وأصوله.¹

2- ضوابط السلوك الأكاديمي:

إن الأخطاء في البحث العلمي تتعدد مصادرهما سواء في البحوث النظرية أم التطبيقية، وهذه الأخطاء تقلل من شأن البحث العلمي وقيمه العلمية، وهنا تكمن أهمية وضع قواعد أخلاقيات البحث العلمي التي تعدّ أساساً للحفاظ على مصداقية البحث العلمي و تطوره. ومن أخلاقيات الباحث العلمي الموضوعية والحياد في تصميم البحث وعرض النتائج ومناقشتها، والبعد عن التزمّت بالأراء الشخصية أو بتحريف النتائج إذا تعارضت مع مصالح الباحث.²

وهذا معيار سلوكي يدخل في إطار الأخلاقيات العلمية للبحث العلمي وهذا أول التزام للباحث العلمي أثناء أداء رسالته أو بحثه العلمي، فأخلاقيات البحث العلمي لا تقتصر على مكافحة وكبح السرقات العلمية بل تضبط السلوك الذاتي للباحث العلمي.

ومن أخلاقيات البحث العلمي أن يتقبل الباحث الحقائق التي يكتشفها وأن يكون مستعداً لتقبل الحقائق التي يكتشفها الآخرون، ولا يجامل على حساب الحقيقة.³

ومن واجب الباحث العلمي أن يلتزم بما حققه من نتائج علمية ولا ينبغي أن يغلب عليه

الطابع الذاتي والأهواء الشخصية.

¹ - غالب فريجات - ثقافة البحث العلمي - المرجع السابق-ص 105.

² - ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم- مناهج وأساليب البحث العلمي- دار الصفاء للنشر والتوزيع- ط1- عمان- 2000-ص216.

³ - ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم - المرجع نفسه-ص217.

فإن للعلم هيئات حاكمة غير رسمية من قبيل الأكاديمية الوطنية للعلوم والجمعية الأمريكية لتقدم العلوم، كما أن هيئات التحرير للدوريات العلمية المختلفة من الممكن أيضاً أن تضطلع بعملها وبوصفها هيئات حاكمة على قدر ما تريد الأمر وتضع معايير الكفاءة والسلوك الصحيح.¹

ومن زاوية أخرى نرى أن هناك هيئات علمية تتابع البحث العلمي وهي المشرعة للأخلاقيات البحث العلمي، فهذه الهيئات تحت شعار التزام الباحث بالصفات العلمية الأخلاقية ومسؤولية الحفاظ على الملكية الفكرية.

إن الاعتبارات الأخلاقية لا ينبغي أن تكون أفكار جانبية فقط فقرات مكتوبة بغية إمتاع هيئات التحرير، وإنما يتوجب أن تسهم في البنية التحتية لتحليل المشاريع البحثية كافة، وأن تؤثر بشكل خلاق في كل خطوة من عملية البحث والكتابة.²

فضوابط السلوك الأكاديمي تتجسد في ميثاق أخلاقيات البحث العلمي وهذا للحفاظ على البحث العلمي واحترام حقوق الآخرين.

¹ - دفيد رزنيك- أخلاقيات العلم – المرجع السابق- ص63.
² - روجر هيوك وأخرون- البحث النقدي في العلوم الاجتماعية- معهد إبراهيم أبو لغد للدراسات الدولية جامعة بيروت- ط1- 2011- فلسطين- ص55

3- مبادئ أخلاقيات البحث العلمي :**1-3 النزاهة والإخلاص:**

إن السعي لتحقيق الأمانة و النزاهة، يعني رفض الفساد بجميع أشكاله ولا بد أن يبدأ هذا السعي بالذات قبل أن يشمل الغير، وهكذا فان تطوير آداب السلوك وأخلاقيات المهنة يجب أن يتجسد في ممارسة مثالية فهي تضمن احترام الغير و التحلي بالضمير المهني.¹

فالنزاهة و الإخلاص يحملان مدلول الأمانة العلمية في طياتها، فهي الالتزام بالمبادئ الأخلاقية في الممارسة للبحوث العلمية.

2-3 وجوب التقيد بالحقيقة العلمية والموضوعية والفكر النقدي:

يرتكز السعي للمعرفة مساءلتها وتبليغها على مبدئين أساسيين يتمثلان في تقصي الحقيقة واعتماد الفكر النقدي.

إن وجوب التقيد بالحقيقة العلمية يفترض الكفاءة و الملاحظة النقدية للأحداث، ومقارنة وجهات النظر، والصرامة الفكرية لذا يجب أن يقوم البحث العلمي على الأمانة الأكاديمية.²

على الباحث أن يتعامل مع الفكرة دون النظر إلى تأثيرها أو شعبيتها كأن يندفع لتأييد رأي لمجرد تأثره بصاحب الفكرة، بل التأمل في الفكرة من أجل نقد هادف بناء.

¹ - وزارة التعليم العالي - ميثاق الأخلاقيات والأداب العامة - د.ط.س.ص - طبع وتوزيع جامعة وهران - الجزائر .

² - وزارة التعليم العالي - المرجع السابق.

3-3 الصدق والأمانة:

يجب على الباحث أن يبني بحثه على الصدق قولاً وعملاً وأن تكون نتائج بحثه منقولة بصدق وأن يكون أميناً فيما ينقله.¹

وذلك دون تحريف أو نقل لفكرة محددة وينسبها الباحث لنفسه فهذه سرقة علمية أي نسب الأفكار لمفكر لنفسه وهذا ضد الأمانة العلمية التي ينطلق منها ميثاق أخلاقيات البحث العلمي.

4-3 التواضع العلمي:

التكبر في الحياة العلمية آفة الباحثين والبحث العلمي لذا يجب على الباحث أن يتصف بشخصية علمية متواضعة متقبلة لنقد الآخرين واحترام الملكية الفكرية.²

هذا ملخص أخلاقيات البحث العلمي الذي يلتزم بها الباحث لبلوغ بحث علمي أكمل وجه وان تجاوز الباحث لهذه الأخلاقيات التي سبق ذكر والتي تعدّ مقياساً فان البحث العلمي لا يسمو إلى العلم.

مما جاء أعلاه تترشح الحقيقة الأخلاقية والتي تعبر فقرة في الدستور الأخلاقي للبحث العلمي، فالبحث العلمي يتصف ويتميز بأخلاقيات بصفة عامة وهي على النحو الآتي :

- يصنف ويسجل الملاحظات والحقائق العلمية.

- كل مصطلح يستخدم فيه يُعرف بدقّة.

¹ - عبد المنعم صفوان - المرجع السابق - ص 13.

² - عبد المنعم صفوان - المرجع السابق - ص 14.

- توصف جميع الأجزاء المستخدمة فيها بالتفاصيل.
- نذكر جميع النتائج بأمانة الموضوعية.
- تذكر جميع الاستنتاجات والتعميمات التي تم التوصل إليها بحذر على وفق الاعتبارات المتعلقة بقيود منهجية البحث والبيانات التي تم جمعها دون تلاعب أو تزوير أو تحايل.¹
- عند إقدام الباحث على بحث علمي يطلب منه أكاديميا الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي وهذا عن طريق التدريس من خلال المنهجية أي بطريقة غير مباشرة.
- لهذا وجب تدريس الأخلاقيات في مراحل مبكرة من التعليم وعل اللجان والمنظمات الأخلاقية أن تسعى جاهدة نشر المعايير الأخلاقية وتسلط العقوبة على متجاوزيها من بينها:
- يجب على كل هيئة بحث تشمل لجنة أخلاقية تكون وظيفتها فحص حالات سوء المحتملة داخل الهيئة، وتقرير العقوبة فضلا على نشر المعايير الأخلاقية أثناء مرحلة مراحل التعليم جميعها.
- يجب توفر الهيئات و اللجان الأخلاقية على مستوى كل المؤسسات البحث العلمي بما فيها هيئات الدعم المالي والجمعيات المهنية كما يجب أن تكون هناك لجان دولية لأخلاقيات البحث العلمي وترعاها الجمعيات العلمية والحكومات.²
- فالأخلاقيات البحث العلمي يجب أن تدرس ضمن المنهجية وتدريب الطلاب عليها ليكون

¹ - سعيد جاسم الأسدي- المرجع السابق - ص 2.

²-مجلة أبعاد القيمية للتحويلات الفكرية والسياسية -هنا علالى - المجلة السابق - ص 119.

أهلا للعلم، ووضع هيئات تتابع هذا الجانب للحدّ من السرقات العلمية للرقى بمجتمع علمي متخلق، موثوق به فالمعلومات والأفكار التي يقدمها الباحث تتداول في الوسط العلمي ومن غير اللائق تقديم معلومات خاطئة أو مسروقة.

4-الصفات الأخلاقية للباحث العلمي:

على الباحث أن يلتزم ويتحلى بصفات تميزه عن غيره من العامة، وتكون كمعيار يحاسب عليه في بحوثه العلمية.

1-4 صفات خلقية:

وهي تلك الصفات التي تتعلق بالباحث كإنسان، كالرغبة في البحث لان طريق البحث طويلة، يقترن بالرغبة عامل الصبر على العمل المستمر كما يشترط توفر حب الإطلاع، وعدم مهاجمة الآخرين بشكل شخصي، واليقظة وقوة الملاحظة وخاصة في العلوم الاجتماعية.¹

هذه الصفات ترتبط بالباحث في شخصيته وبأخلاقه من صبر وجد في أداء البحوث.

¹ - عبد الكريم بكار - تكوين المفكر خطوات علمية - دار السلام لطباعة والنشر والتوزيع - ط2 - القاهرة 2010 - ص 25.

2-4 الشعور بالمسؤولية:

حيث يبلغ الباحث مرتبة عالية في العلم والفكر، ويجد نفسه في القمة، فإن اكتشافه بنقد المخالفين يصبح أقل أهمية لديه، كما إن جرأته على صوغ المفاهيم والمقولات وتقديم الأطروحات الجديد تصبح أكبر وهذا ملموس.¹

على الباحث إن يكون موضوعيا في طرح أفكاره فكل أعماله تلقى على الآخرين، وهنا يستلزم على الباحث أن يكون متيقنا من أفكاره هذا تجنبنا لغرس أفكار خاطئة، ويحمل هذا الباحث على عاتقه مسؤولية هذه الأفكار.

بحيث لا يمكننا استخدام الأخلاق النظرية في العلوم التطبيقية وخصينا الأخلاقيات للعلوم لأنها عبارة عن التزام متفق عليه في البحث العلمي في كل بقاع العالم، فالبحث العلمي ليس حكرا على مجتمع دون الآخر.

ولتحقيق الموضوعية والثقة وعدم المساس بالخصوصية والملكية الفكرية وضعت أخلاقيات تلزم أصحاب المهن باحترام قوانين البحوث وجميع المهن، خاصة بالنسبة للعلوم الاجتماعية والإنسانية يجب أن تتمسك بالضرورة الأخلاقيات التطبيقية فالباحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية يتعامل مع الجانب السيكولوجي للفرد و المساس بهذا الجانب يوازن المساس بجانبه البيولوجي كما هو في العلوم البيولوجية كالتب، فالسرقة العلمية هي مساس بكرامة الباحث وعدم احترام ملكيته الفكرية وهنا يستلزم وضع هيئات لمراقبة السرقات العلمية .

¹ - ا عبد الكريم بكار - لمرجع السابق- الصفحة نفسها.

الفصل الثاني

" البحث العلمي "

1- المبحث الأول: التأسيس النظري للبحث العلمي (المفهوم والنشأة).

2- المبحث الثاني: طبيعة البحث العلمي.

المبحث الأول: التأسيس النظري للبحث العلمي (المفهوم و النشأة)

قبلولوج في تعريف البحث العلمي نجد أن العلم و المعرفة هما ميدان البحث و كل

تقدم و تطور في العلم و المعرفة يحدث عن طريق البحث العلمي و هذا كله لاكتساب

المعرفة و منه: ماذا نقصد بالعلم و المعرفة؟ و ماذا نعني بالبحث العلمي؟

1- مفهوم العلم: Science

العلم مرادف للمعرفة (Connnaissance) إلا انه يتميز عنها بكونه مجموعة معارف

متصفة بالوحدة و التعميم.

وقد يقال أن مفهوم العلم اخص من مفهوم المعرفة، لأن المعرفة قسمان: معرفة عامية

Valgaire، و معرفة علمية Scientifique، و المعرفة العلمية أعلى درجات المعرفة وهي

التعقل المحض و المعرفة الكاملة إذا علمنا إن العلم عند أرسطو " إدراك الكلي، و انه لا علم

إلا بالكليات " ¹

فالبحث في العلم إذا اعتمدنا هذا التعريف كمنطلق فيخص المدركات الحسية و الظواهر

المحسوسة و هذا الجانب يتميز بالقياس و كله للوصول إلى قانون علمي.

ومن تصنيفات العلوم، تصنيف أرسطو لذلك انقسمت العلوم بحسب هذه الغايات الثلاث

علوم نظرية (كالرياضيات و الطبيعيات) و علوم شعرية (كالبلاغة و الجدل) و علوم عملية

(كالأخلاق و السياسة). ²

¹ - جميل صليبا - المعجم صليبا - ج2 - دار الكتاب اللبناني - بيروت 1982 - ص99.

² جميل صليبا - المرجع نفسه - ص100.

ومن تعريف أرسطو للعلم وتقسيماته نجد أن العلم من وجهة نظره لم يقتصر على الجانب المتعارف عليه وهو الجانب العلمي العملي الذي يعتمد على القياس والحساب، بل انطلق من الجانب النظري .

وهذا ما نجده أيضا عند ابن سينا حيث وضع الأخلاق من الجانب العملي للعلم .

Connaissance

2- مفهوم المعرفة:

عرف الشيء إدراكه بالحواس أو بغيرها، والمعرفة إدراك الأشياء وتصورها ولها عند

القدماء عدة تعريفات:

منها إدراك الشيء بإحدى الحواس، ومنها العلم المطلق، تصورا أو تصديقا ومنها إدراك البسيط، سواء كان تصورا للماهية أو تصديقا بأحوالها، ومنها إدراك جزئي أو حكما جزئيا ومنها الإدراك بعد الجهل.

إن المعرفة تستعمل في التصورات والعلوم في التصديقات ولذلك تقول الله دون علمته، لأن شرط العلم أن يكون محيطا بأحوال المعلوم إحاطة تامة، ومن أجل معرفة ذلك وصف الله بالعلم لا بالمعرفة فالمعرفة أقل.¹

ومنه نستنتج أن هناك تقسيم للمعارف عند القدماء كما أن المعرفة تعني إدراك الجزئي، وفرقوا بين المعرفة والعلوم فقالوا أن المعرفة إدراك جزئي والعلوم إدراك كلي، كما أن المعرفة لا تنحصر على المعرفة العلمية فهناك معرفة عامية أيضا.

¹- جميل صليبا - المرجع السابق - ص342.

- صحيح أن هناك ترابط بين المعرفة و العلم بحيث المعرفة تسبق العلم، لكن في الجوهر هناك فرق بينهما فنجد أن المعرفة ممكن أن تكون غير دقيقة لكن العلم غالبا ما يكون دقيق و ينتهي بقانون، فالعلم يدرس الظواهر التي تقبل القياس وهذا ما تختلف فيه العلم والمعرفة. فالمعرفة العلمية تعتمد على الحقائق و الشواهد، و الابتعاد عن التأملات و المعلومات التي لا تستند على أسس و براهين.

الاعتماد على استخدام الحقائق المفترضة (الفرضيات) التي تحتاج إلى تأكيدها، استخدام التحليلات المطلوبة لغرض تبسيط الظواهر المدروسة و المبحوثة.¹

3- مفهوم البحث العلمي

1-3 البحث لغة: البحث طلبك الشيء في التراب بحثه يبيحه بحثا و ابحته.

والبحث: أن تسأل عن شيء و تستخبره.

والبحث أي فتش ونبش و استقصى يقال باحثه أي حاوره و جادله و بين له المقصود بالدليل و تباحثا تجادلا و تحاورا و بحث في الأمر حاول معرفة حقيقة، وهو جمع أبحاث بحوث.²

¹ - عامر إبراهيم قنديجلي- البحث العلمي - دار المسيرة للطباعة و النشر و التوزيع - ط2- عمان- 2015- ص30.

² - ابن المنظور - لسان العرب- المرجع السابق - دس - ص 31.

Scientifique

2-3 العلمي:

وهو المنسوب إلى العلم، تقول المعرفة العلمية والروح العلمية ويطلق الاصطلاح الأخير على العقل المنظم الواضح الذي لا يسلم بصدق حكم إلا بعد تحقيقه والتدقيق فيه وإقامة البرهان عليه.¹

فالبحث هو استقصاء لظاهرة معينة لم تتضح معالمها وبدل جهد فكري للوصول إلى نتيجة.

3-3 تعريف البحث العلمي:

عملية فكرية منظمة يقوم بها شخص يسمى الباحث من أجل تقصي الحقائق المتعلقة بمسألة أو مشكلة معينة تسمى موضوع البحث بإتباع طريقة علمية منظمة تسمى منهج البحث للوصول إلى حلول ملائمة للمشكلة أو إلى نتائج صالحة لتعميم على المشاكل المماثلة تسمى نتائج البحث.²

فالبحث العلمي هو بحث فكري ضمن العلم للبحث في مشكلة تحتاج إلى حل أو قانون بإتباع منهج علمي

وتعريف البحث العلمي لا يقتصر على هذا الأخير بل هناك عدة تعريفات للبحث العلمي لتعدد ميادينه ومنها:

¹ - مهدي فضل الله- أصول كتابة البحث العلمي وقواعد التحقيق- دار طليعة للطباعة والنشر- ط1- بيروت لبنان- 1993- ص12.

² - محمد صادق-البحث العلمي بين المشرق العربي و العالم الغربي- المجموعة العربية للتدريب و النشر-ط1- القاهرة مصر-2004-ص23.

يقصد به الاستقصاء المنظم الذي يتميز بالتنظيم الدقيق لمحاولة التوصل إلى معلومات أو معارف أو علاقات جيدة والتحقق من هذه معلومات و المعارف الموجودة و تطويرها باستخدام طرائق أو مناهج موثوق مصداقيتها.¹

فهو جهد عملي يهدف إلى اكتشاف الحقائق الجديدة و التأكد من صحتها وتحليل العلاقات بين الحقائق المختلفة.²

كثيرا ما يكون البحث العلمي للتوصل إلى نتائج جديدة وممكن لتصحيح بعض أخطاء أبحاث سابقة أو كشف الغموض عن ظواهر معينة في جميع المجالات.

وينضح من هذه التعريفات، أن التعريفات البحث حتى يكون علميا لابد أن تكون الطريقة المتبعة فيه علمية وموضوعية من أول خطوة فيه إلى آخر خطوة فيه لاكتشاف الحقائق والعلاقات بين أبعاد و أجزاء الموضوع و التحقق من صحة ما توصل إليه.³

حيث نستنتج من خلال تعريفات البحث العلمي اختلاف تخصصات البحث العلمي والت جهات العلمية إلا أنها تصب في نفس البوتقة الهادفة

4- نشأة البحث العلمي:

البحث العلمي ليس وليد الساعة بل وجد مع مستجدات المعاصرة في شتى المجالات، فإن البحث بمعناه العام لازم الإنسان منذ أن وطأت رجله الأرض وهو يبحث عن حلول لكل مشكلة ولتوفير وضع جيد ليتأقلم ويحفظ استمرار يته في الحياة، فكل تفكير هو بحث.

¹ - عبد المجيد إبراهيم- أسس البحث لإعداد الرسائل الجامعية - مؤسسة الوارق للنشرة التوزيع-ط2-عمان-2000-ص15.

² - عبد الهادي الفضلي- أصول البحث- دار المؤرخ العربي- ط1-بيروت-1992-ص12.

³ - محمد عبيدات و آخرون- منهجية البحث العلمي وقواعد ومراحل- دار وائل للنشر-ط2- عمان-1999-ص4.

فالبحت مرّ بمراحل عديدة فكان البحث عن المعرفة كان بطريقة علمية باعتبار أن المنهج كان يرتبط بتاريخ التفكير، حتى تطوره إلى وقتنا هذا فالبحث ليصل للدرجة العلمية مرّ بالمراحل التالية:

1-4 البحث العلمي في العصور القديمة:

هناك علاقة بين البحث العلمي والبحث قديما، وهنا ندرك أن علاقة العلم بالفلسفة منذ القدم تجلت في أبحاث الفلاسفة خاصة في الفترة القديمة.¹ هذه الفترة التي عايشها الفلاسفة الطبيعيون وبحثوا عن ماهية الوجود من خلال تأملهم للظواهر الطبيعية وربطوا مصدر الوجود بالطبيعة، وعاش هذه الفترة المصريون القدماء والبابليون حيث كانت أبحاثهم علمية وتحقيق منفعة وتسهيل حياتهم آنذاك .

نذكر منهم الفلاسفة الطبيعيون:

طاليس (624-524 ق.م) : الذي توصل إلى أن مصدر الأشياء جميعا جاءت من الماء.

أنكسمندر (588-524 ق.م) : الذي بحث في نشأة الكون والمادة عن طريق التكاثر

والتخلل

فيتاغورس (572-497 ق.م) : هو مؤسس المدرسة العلمية أصبح الاهتمام معها واضحا

بالرياضيات، وجعلت منها علما قائما بذاته، ناقشوا ظواهر فلكية وحاولوا تطبيق فلسفتهم

على الجماليات والسياسة، و الأخلاق و التربية.²

¹ - محمد محمود الكبيسي - فلسفة العلم ومنطق البحث العلمي - بيت الحكمة - عدد11-2009- ص12.

² - محمد محمود الكبيسي - المرجع نفسه - ص19.

حيث اخترعوا المساحة، كما سجلت على الورق البردي كثير من معارفهم، كما حفرت على الأحجار باللغة الهيروغليفية علومهم.¹

صحيح أن البحث آنذاك كان علمي و عملي لكن لا نتناسى ذلك الجانب الخفي الميتافيزيقي فقد كانوا يؤمنون بالأسطورة في تلك الفترة.

2-4 البحث العلمي عند اليونانيين

أما البحث العلمي عند اليونانيين كان بحث مجرد يعتمد على العقل، أي استند على جانب التفكير العقلي لا الجانب الحسي كما كان في العصور القديمة.

فقد أحرزوا تقدما عظيما في مبادئ البحث و اعتمدوا اعتمادا كبيرا على التأمل والنظر العقلي والفلسفي.

ولأن الفلسفة تقوم على أساس من التفكير العقلي ويتوصل إلى نظريتها وأرائها عن طريقة كان منها عقليا.²

ولقد ساهم سقراط مساهمة ايجابية لتطور العلم في المستقبل فثمة أولا: تمسكه بالتحديد والتصنيف، ثانيا: كان يستخدم أسلوبا جيدا للجدل و الكشف المنطقي، ثالثا: كان يشعر شعورا عميقا بالواجب و احترام القانون وأن نمو العلم الصحيح يتطلب صفاء أخلاقي وصدقا وتربية فردية واجتماعية ورابعا: أن شكه العقلي نقطة ارتكاز البحث العلمي .

أما أفلاطون فقد رفض المعرفة الحسية ونقد المعرفة الظنية، أما المعرفة الرياضية تتمتع بالتجربة وتساعد الإنسان للارتقاء إلى عالم المثل، وقال بالعلاقة بين الزمان و المكان،

¹ - احمد بدر – أصول البحث العلمي و مناهجه - المكتبة الأكاديمية – ط 8 – القاهرة -1996 - ص74.

² - عبد الهادي الفضلي- أصول البحث – المرجع السابق-1992-ص18.

وتضمن كتاب الطبيعة لأرسطو موضوعات للعلم وتحليله لها منها المادة و الحركة والزمان و المكان.¹

كما لا ننسى أن الفترة تميزت بالمنطق و التأمل العقلي، حيث وضع أرسطو قواعد للمنهج، فالبحث العلمي عند اليونانيين امتداد لانجازات واكتشافات التي حققها المصريون والبابليون و واصلو في تطويرها كما أنهم أتوا بالجديد، فقد تميزت بالفلسفة وهذه الأخيرة تأمل .

3-4 البحث العلمي في العصر الوسيط:

الفترة الوسيطة هي التي شهدت تطورات في الحضارة العربية الإسلامية، حيث كان الفكر العربي في أوج تطوره

في حين كان الفكر الأوروبي مجمدا وهذا راجع كبح الفكر الذي سيطرت عليه الكنيسة، حيث كان الفكر الأوروبي لا يخرج عن النطاق الديني، وتجاوز ما هو مقدس يعتبر جريمة تعاقب عليها الكنيسة.

فيما كان الفكر الأوروبي في ركود، سارع العرب في إنتاج حضارة في شتى المجالات. لم يكن العرب ناقلين للحضارة اليونانية فحسب ولكن أضافوا إليها علوما و فنونا كثيرة تميزت بالأصالة العلمية، فلقد اتبع العرب في إنتاجهم العلمي أسلوب مبتكر في البحث، فاعتمدوا على الاستقرار والملاحظة والتدريب العلمي والاستعانة بأدوات القياس للوصول إلى نتائج علمية.²

1 - محمد محمود الكبيسي - فلسفة العلم و منطق البحث العلمي-المرجع السابق-ص18.

2 - ا محمد محمود الكبيسي - لمرجع نفسه - ص77.

صحيح أن الفكر العربي انطلق من أرضية يونانية لكن تجاوزها بإبداع جديد في منهج البحث العلمي وخطواته الاستقراء و الملاحظة وهذا للوصول إلى نتائج يقينية. ونبغ من هؤلاء كثير منهم الحسن ابن الهيثم وجابر ابن حيان و محمد ابن موسى الخوارزمي وابن سينا و غيرهم، ويمكن أن نشير إشارة عابرة إلى الرياضيات عند العرب فعمل محمد ابن موسى الخوارزمي يعد أهم شخصية جديرة بالذكر إذ كتب كتابا بعنوان "الجبر و المقابلة"¹.

لكن الوضع الذي عاشته أوروبا في تلك الفترة لم يسمح للعلماء باستخدام المنهج العلمي وبحوثهم بل بقوا متوقعين في التفكير الكنسي الديني وهذا بسبب الاضطهاد وسيطرة الكنيسة على الفكر الأوروبي.

4-4 البحث العلمي في العصر الحديث:

امتد العصر الحديث من القرن 17 حتى العصر المعاصر، فهي الفترة التي تحرر فيها العقل البشري من سلطان الكنيسة التي كان العقل في تراجع فكري، وبدأ العقل في العصر الحديث بالإبداع والانفتاح على شتى المجالات.

اعتماد المنهج العقلي حلول عصر الفلسفة الحديثة الذي يمكن القول أنها بدأت مع الفلاسفة العقلانيين الذين جعلوا العقل الفرد القول الفصل في الحكم على الأشياء و ابرز هؤلاء : فرنسيس بيكون- رنيه ديكارت-جون لوك².

1 - محمد صادق- البحث العلمي بين المشرق العربي و العالم الغربي - المرجع السابق - ص17.
2 - عبد الهادي الفضلي - أصول البحث العلمي- المرجع السابق- ص20.

حيث تميزت هذه الفترة بالتأمل العقلي واستخدام خطوات البحث العلمي على يدّ كثير من الفلاسفة من بينهم :

فرنسيس بيكون (1561-1626):

قام بتصنيف العلوم ونقد أرسطو، و بناء منطقته الجديد بتحليل العقل ونقده من الأوهام التي يسميها أصنام العقل وهي أوهام الجنس أو القبيلة وأوهام الكهف وأوهام السوق.

رنيه ديكارت (1596-1650):

بحث في العلوم وأدلتها و براهينها، فوجد البراهين الرياضية أنها تؤدي إلى اليقين، لذلك تمسك بأهمية الرياضيات.

جون لوك (1704-1732):

وهو ممثلي النزعة التجريبية، فقد أفاد من الاتجاهات الحسية و التجريبية في الفلسفة التجريبية النقدية.¹

فهذه المرحلة تميزت بالعلم وتحديد المنهج أي قيام العلوم على أساس وضعي بعيدا عن كل الأبعاد الميثولوجيا ولأسطورية وهذا لتحقيق المنهج التجريبي.

- حيث يرى أوغست كونت عالم الاجتماع المعروف أن الفكر الإنساني مرّ في تطوره بثلاثة مراحل التالية:

- مرحلة الحسية وفيها اعتمد الإنسان على حواسهما يراه وما يسمعه دون محاولة معرفة العلاقة القائمة بين الظواهر، الوصف فقط وليس الفهم.

¹ -محمد محمود الكبيسي - فلسفة العلم ومنطق البحث العلمي - المرجع السابق - ص42.

- مرحلة المعرفة الفلسفية التأملية أو مرحلة البحث عن الأسباب والعلل الميتافيزيقية البعيدة عن الواقع وفيها ذكر الإنسان بالموت والحياة والخلود.

- مرحلة المعرفة العلمية التجريبية أو مرحلة نضج التفكير البشري وتفسيرا علميا وإدراك ما بينها من روابط.¹

فأغست كونت رصد لنا التفكير البشري عن طريق كيفية البحث في كل فترة، فالمرحلة الحسية تمثلت عند الفلاسفة الطبيعيين و تطور الفكر حتى وصوله للدرجة العلمية التي تتميز بالتعليل و التدقيق.

فالبحث العلمي ليس مرتبط بوقتنا الحالي بل هو امتداد زمني، من أول وجود إنساني على الأرض وهو يبحث في الوجود في حفظ بقائه وحلّ المشكلات التي تواجهه، فالبحث مرّ بمراحل في تطوره ليصل إلى الدرجة العلمية.

¹ - ربحي مصطفى عليان و عثمان غنيم – مناهج و أساليب البحث العلمي- المرجع السابق- ص22.

المبحث الثاني: طبيعة البحث العلمي

البحث العلمي قبل أن يكتمل ويصل هذا المفهوم (البحث العلمي)، فقد كان مجرد بحث منتقلا عبر عدة مراحل ليصل إلى المرحلة العلمية التي تتميز بخطوات البحث العلمي، فالبحث العلمي يتميز بخطوات و خصائص وهذا التحقيق أهداف تخدم إشكالية البحث. فالبحث العلمي لا ينحصر على صنف واحد من البحوث بل توجد نوعين من البحوث العلمية الأساسية:

1- البحوث التطبيقية:

ويهدف هذا النوع من البحوث إلى معالجة مشكلات قائمة لدى المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية، حيث يقوم الباحث المعنيون بتحديد واضح للمشكلات التي تعاني منها تلك المؤسسات مع التأكد من صحة أو دقة مسبباتها.¹

هذه البحوث نجدها بكثرة في الجوانب الاجتماعية التي تعالج ظاهرة أو مشكلة ما تحتاج في حلولها إلى القياس مثلا: الاستثمارات- مقابلة لاكتشاف مسببات المشكلة من خلال هذه الاستبيانات، مثلا: معالجة ظاهرة اقتصادية معرفة السبب والخروج عن الأزمة وهذا بتباع منهجية البحوث التطبيقية.

2-1 البحوث النظرية:

بشكل عام لا يرتبط هذا النوع من البحوث بمشكلات أنية بحد ذاتها أن الهدف الأساسي

¹ - محمد عبيدات - منهجية البحث العلمي قواعد ومراحل وتطبيقات - المرجع السابق ص 6.

والمباشر لها أن يكون لتطوير مضمون المعارف الأساسية المتاحة في مختلف حقول العلم والمعرفة الإنسانية.¹

فهدف هذا النوع من البحوث هو التوصل للحقيقة وتطوير المفاهيم النظرية ومحاولة تعميم نتائجها، ويجب على الباحث في هذا المجال أن يكون ملماً بالمفاهيم و الافتراضات وما تم إجرائه من قبل الآخرين للوصول إلى معرفة حول مشكلة معينة.²

فالبحوث النظرية و التطبيقية غالباً ما تتكامل في بحث واحد أي تنطلق البحوث التطبيقية من إشكالية نظرية لتنشأ فرضيات للبحث بطريقة تطبيقية قابلة للقياس و منهجية للبحوث التطبيقية.

2- تصميم البحث العلمي:

يتميز البحث العلمي بتصميم للبحث أي يمر بمراحل منهجية و يكون يتدرج دون تجاهل أي خطوة من الخطوات المتعارف عليها علمياً.

1-2 تحديد المشكلة:

يؤكد المشتغلون بالبحث العلمي أن اختيار مشكلة البحث وتحديدتها أصعب من إيجاد الحلول لها كما أن التحديد و الاختيار سيترتب عليه أمور:

- نوعية الدراسة التي يستطيع الباحث أن يقوم بها.

– خطة البحث و أدواته.

1 - محمد عبيدات - المرجع السابق - ص 7.

2 - ربحي مصطفى عليان- البحث العلمي - المرجع السابق - ص 6.

– نوعية البيانات التي ينبغي للباحث أن يحصل عليها.¹

فعدم تحديد المشكلة بشكل دقيق يجعل الباحث يفشل منذ البداية بحيث لا يصل إلى النتائج المرجوة، وهذا ما يعرقل استمرارية البحث و هذه عقبة للبحث.

3-2 استعراض الدراسات السابقة

الدراسات السابقة يعتمد فيها الباحث، كلية على المكتبة للحصول على مادته العلمية وتتميز هذه المعلومات بأنها غالباً ما تأخذ صيغة النتائج النهائية لدراسات قام بها الآخرون أو الكاتب.²

فالرجوع إلى الدراسات السابقة هدفه إما الامتداد لما في تلك الدراسة واستخلاص العبر من نقائص و التميز عنها .

4-2 الافتراضات

تقوم بعض الأبحاث على أساس وضع افتراضات عل حقائق واختيار هذه الفرضيات باستمرار لاستبعاد أي شوائب فيها دون تحيز، وعندما يتوصل الطالب إلى هذه الفرضيات عليه أن يدونها لتكون الخطوط العريضة لبحثه.³

فالفرضيات غالباً ما ترتبط بالخطوتين السابقتين و تركز على تحديد المشكلة التي تتفرع منها فرضيات

¹ - عبد الله محمد الشريف – مناهج البحث العلمي- مكتبة إشعاع للدراسة و النشر والتوزيع – ط1- إسكندرية- 1996- ص26.

² - سعيد إسماعيل صيني- القواعد الأساسية في البحث العلمي- مؤسسة الرسالة- ط1- بيروت- 1994- ص158.

³ - عمادة الدراسات العليا- الإطار العام لكتابة الرسائل الجامعية- د.س.ط - المملكة العربية السعودية- وزارة التعليم العالي جامعة الملك سعود- ص9.

5-2 تحديد أنواع البيانات اللازمة للبحث:

يتم في هذه المرحلة تحديد أنواع البيانات التي يحتاجها الباحث في بحثه، أي جمع البيانات تخص البحث واختيار ما يخدم موضوع الدراسة.

6-2 مراجعة و تحليل البيانات:

إجراء مراجعة شاملة لما تم الحصول عليه من بيانات وذلك بهدف استبعاد تلك الأجزاء من البيانات غير مكتملة، فتحليل البيانات يعتمد على الباحث وأفكاره و تحليله الذي يستلزم أن يصب في نفس السياق مشكلة البحث.¹

ثم ننقل إلى مرحلة عرض النتائج التي تم من اجلها موضوع البحث.

3 المنهج العلمي:

3-1 المنهج: فن تنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من اجل الكشف عن

الحقيقة حيث تكون بها جاهلين، وإما من اجل البرهنة عليها للآخرين حيث تكون بها

عارفين.²

فالمنهج هو الطريق الذي ينطلق منه الباحث ليسيير في بحثه، وعل الباحث اختيار المنهج

المناسب للمشكلة التي يقوم عليه البحث وتتعدد المناهج في البحث حسب طبيعة البحث.

3-2 المنهج التاريخي:

يقوم المنهج التاريخي في البحث العلمي عليه تتبع و تعقب الظاهرة تاريخيا من خلال

¹ - محمد عبيدات - المرجع السابق - ص29.

² - عبد الوهاب إبراهيم أبو إسماعيل - كتابة البحث العلمي - مكتبة الرشد للنشر - ط2- المملكة سعودية الرياض-

2005-ص28.

أحداث ووقائع أثبتتها المؤرخون أو تناقلتها الروايات أو ذكرها الأفراد وتم تسجيلها في احد المصادر التي يمكن الوقوف بها و الرجوع إليها.¹

ويتضمن البحث التاريخي بصفة أساسية وضع الأدلة المأخوذة من الوثائق و السجلات مع بعضها بطريقة منطقية، و الاعتماد على هذه الأدلة في تكوين النتائج التي تؤسس حقائق جديدة أو تقديم تعميمات سليمة عن الأحداث التاريخية الماضية أو الحاضرة أو عن الدوافع و الصفات و الأفكار.²

فدراسة حدث تاريخي أو ثورة شعب ويكون هذا من خلال الأحداث وان كانت حادثة مضت يلجئ إلى اللجوء إلى الآثار ومصادر التاريخية.

3-3 المنهج الوصفي

تهدف البحوث الوصفية إلى دراسة ووصف خصائص وأبعاد الظاهرة من الظواهر في إطار معين أو في وضع معين، يتم من خلاله تجميع البيانات و تنظيم هذه المعلومات وتحليلها لاستخلاص نتائج يمكن تعميمها مستقبلاً.³

فالبحوث الوصفية هي البحوث التي فيها إحصاء ووصف النتائج المتحصل عليها كوصف نسبة البطالة في منطقة معينة ثم تحليل البيانات الإحصائية المتحصل عليها من خلال الإحصاءات.

¹- محمد عبد العوض، محمد احمد الخضيرى- الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير ودكتوراه- مكتبة أنجلو المصرية- د.ط القاهرة- 1992- ص 43 .

²- أمين ساعاتي- تبسيط كتابة البحث العلمي- الشركة السعودية للتوزيع-ط1- مملكة السعودية جدة- 1991- ص48.

³ - أمين ساعاتي- المرجع نفسه - ص51.

4-3 المنهج الجدلي

هو عبارة عن منهج يكشف طبيعة العلاقة بين الأفكار المتعارضة و المتناقضة في ضوء

قواعد المنهج الجدلي.¹

فالجدلية أكثر مما هي " نقطة بداية و نقطة نهاية" و الحقيقة أن كل واقع خاضع للجدلية

بسبب تدخل الفكر البشري الذي يقوم بإدراكه، إن الجدلية هي إذا الطريق الذي سلكته

البشرية السائرة إلى إدراك الوحدات الكاملة الحقيقية المتحركة التي تحمل من قريب أو بعيد

أثرها.²

يكون هذا المنهج بين مذهبين أو فكرتين متعارضتين متباينتين لكن الجدل في البحث العلمي

يستلزم أن يقوم على أساس علمي حجج علمية مقنعة للدفاع عن فكرة معينة.

4-3 المنهج الاستقرائي

مؤداه انتقال الباحث من الخاص إلى العام لإثبات فرضية البحث، منهج بحث في العلوم

التجريبية كالطبيعة و الكيمياء و الإحياء.

¹ عبد القادر الشخلي – البحث العلمي بين الحرية و المؤسسة- دار مجدلاوي للنشر و التوزيع- ط2- عمان- 2001-

ص18.

² -مادلين غراوويتز- منطق البحث في العلوم الاجتماعية تر.حسام عمار- مركز العربي للتعريب و الترجمة و التأليف و النشر-ط1- دمشق – 1993- ص127.

5-3 المنهج الاستنباطي:

ومؤداه استخدام أسس وقوانين المنطق واثبات نتيجة ما وينتقل الباحث في هذا المنهج من العام إلى الخاص.¹

6-3 منهج دراسة حالة:

وهو دراسة ظاهرة أو حالة من جوانبها كافة يهدف تحليل أجزائها و الوصول إلى نتائج محددة.²

و المنهج دراسة حالة غالباً ما نجده عند علماء النفس كدراسة حالة نفسية كالتوحد أو الاكتئاب .

4- دور المنهجية:

لقد تم تطوير المنهجية في العلوم الاجتماعية بشكل بطيء جداً، وخلال عملية التطوير هذه استمر تبادل الأفكار و المعلومات و الانتقادات حتى وصلت إلى مرحلة تأسيس مجموعة من القواعد و الإجراءات ما يقابلها من طرائق و أساليب.³

هذا النظام من القواعد و الإجراءات هو الجزء المعياري في المنهجية العلمية.

فالمنهجية دور مهم فهي الركيزة الأساسية التي ينطلق منها أي باحث فبدون تحديد المنهجية فالبحث يفشل منذ البداية.

¹ -محمد محمد قاسم- مدخل إلى مناهج البحث العلمي- دار النهضة العربية للطباعة و النشر -ط1-بيروت- 1999- ص59.

² - إبراهيم عبد الوهاب أبو إسماعيل - كتاب البحث العلمي - المرجع السابق-ص28.

³ - شاقا فرانكفورت ناشمياز. دفيد شميزاز- البحث في العلوم الاجتماعية-تر: ليلي طويل- بئرا للنشر و التوزيع-ط1- سوريا دمشق- 2004-ص25.

- تسهيل التواصل بين الباحثين الذين يشتركون أو يرغبون بالاشتراك في خبرة عامة.
- جعل قواعد المنهجية واضحة و صريحة و معلنة.
- الضمان لكشف الأخطاء غير مقصودة أو العث أو التضليل.¹

5- الأهداف الأساسية من البحوث العلمية:

- استعراض المعرفة الحالية وتحليلها و إعادة تنظيمها، وهذا ما يمكن أن يكون أسلوبا تدريبيا للطلاب البحث و غالبا ما يكون البحث نظريا مكتيبا.
- وصف موقف معين أو مشكلة محددة (البحوث النظرية).
- وضع تفسيرات أو تحليلات لشرح ظاهرة أو مشكلة معينة وهو النوع المثالي الذي يعتمده الباحثون المهنيون.²

فدائما ما توجد أهداف علمية للبحث أي حول حل مشكلة معينة التي تم من أجلها البحث، فالبحث الذي لا يسعى لأهداف يعتبر بحث أجوف لا يحمل المواصفات العلمية.

6- أهمية البحث العلمي للباحث:

- يتيح البحث العلمي الاعتماد على النفس في اكتساب المعلومة.
- يدربه على الصبر و الجدّ.
- يجعل الباحث شخصية مختلفة من حيث التفكير و السلوك و الانضباط.

¹- شاقا فرانكفورت ناشمياز - البحث في العلوم الاجتماعية - المرجع نفسه - ص26.

²- ربحي مصطفى عليان. عثمان محمد غنيم - المرجع السابق - ص23.

- يسمح للباحث بالاطلاع على مختلف المناهج و الاختبارات الأفضل منها.

- تعود الباحث على أخلاقيات العلم.¹

فالبحث ذو أهمية بالغة بالنسبة للباحث تعلمه كيفية استخدام المادة العلمية و المسؤولية نحو العلم والبحث العلمي.

فالدول المتقدمة تخشى أهمية البحوث العلمية التي تقوم بها الدول المختلفة لكي تشاركها كنوز العلم فتشكل خطورة عليها، لأن البحث العلمي يؤدي إلى الاكتشاف الذي يجعل من المتخلف متقدماً.²

وهنا ندرك أن البحث العلمي ليس فقط من أجل خدمة الباحث فكرياً و أخلاقياً بل البحث العلمي يخرج الأمم من التخلف إلى التقدم و الازدهار فكل بحث يساهم في دفع الأمم المتأخرة نحو الاكتشافات و الإبداع.

1-6 أهمية البحث العلمي بالنسبة للمجتمع:

- يساهم في تطوير المجتمعات ونشر الثقافة و الوعي.

- تزداد أهمية البحث كلما ارتبط بالواقع أكثر فأكثر.

- تزداد أهمية البحث العلمي بازدياد اعتماد الدول عليه.

- حل مشكلات الاقتصادية والسياسية والصحية والتعليمية والتربوية وتفسير الظواهر الطبيعية والتنبؤ بها.

¹-عبد المنعم صفوان وآخرون - دليل أخلاقيات البحث العلمي- المرجع السابق - ص6.
²-عقيل حسين عقيل- فلسفة مناهج البحث العلمي- مكتبة مدبولي - د.ب.ط- 1999- ص26.

- تسجيل آخر ما توصل إليه الفكر الإنساني في موضوع ما.¹

فالبحث العلمي لا يوجه فوائده أو نتائجه إلى الباحث فقط أغلب البحوث نلتمس فعاليتها في المجتمع، فالبحث العلمي الحق هو البحث الذي يخدم المجتمع الذي هو دائما بانتظار نتائج البحوث العلمية التي يستفيد منها سواء في مجال الطب أو العلوم الاجتماعية والإنسانية إما لاستفادة أو التوعية أو تغيير فكرة سائدة لا صحة لها في الواقع العلمي .

2-6 الصفات العلمية للباحث:

الصفات العلمية تختلف عن الصفات الخلقية نوعا ما فهذه الأخيرة تخص الباحث في حد ذاته، لكن الصفات تخص الباحث كعلم في ميدان علمي و يمكن تقسيمها على النحو التالي:

صفات علمية عامة يجب أن يتحلى بها كل عالم، ومنها المقدرة على البحث لأن جمع البيانات وترتيبها شيء وتحليلها وتفسيرها شيء آخر، وهذا يحتاج إلى حافظة قوية وذاكرة جيدة تعين الباحث على الربط بين الأجزاء المتناثرة، والوصل بين الأحداث و المعلومات وهذا بدوره يتطلب منه توفر المقدرة التنظيمية التي تمكنه من تبويب المادة وتصنيفها لتصبح كلا متكاملًا.

يضاف إلى هذا شك الجاحظ و شك ديكارت، ذلك الشك الذي يقود إلى التثبت مما يكون

الباحث بصدوره.²

¹- عبد المنعم صفوان- المرجع السابق-ص07.

²- فوزي غرابية و آخرون- أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية و الإنسانية - دار وائل للنشر والتوزيع- ط2- عمان- 2002- ص16.

كما يشترط على الباحث التجرد العلمي والموضوعية التامة، وهذا يعني توفر العدل في نفس الباحث وتجرده عن التحيز.

صفات علمية خاصة منها معرفة موضوع البحث، وهذه تتضمن قراءة واسعة واطلاعا على خلفية الموضوع النظرية، ومنها أيضا الإلمام بأساليب البحث العلمي وطرق البيانات.¹ على الباحث أن يكون مقيدا بالصفات العلمية في أداء بحوثه كالانطلاق من الشك العلمي (لا الشك من أجل الشك) بل افتراض فرضيات وإثباتها بطريقة علمية تعتمد على الأساليب العلمية المحضة.

كما يجب على الباحث أن يكون موضوعيا في أبحاثه وعدم الخضوع إلى الجانب الذاتي والتحيز في النتائج بل يجب أن تكون النتائج علمية مجردة، أما بالنسبة للباحث و علاقته ببحثه العلمي يستلزم أن يكون الباحث على دراية تامة بموضوع بحثه من جميع نواحيه وحيثياته حتى يسهل عليه البحث فيه.

¹ - فوزي غرابة - المرجع السابق- ص17.

الفصل الثالث

"البحث العلمي في المؤسسة الجامعية"

1- المبحث الأول: تقديم جامعة د.مولاي الطاهر سعيدة (كلية

العلوم الاجتماعية والإنسانية)

2- المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة

المبحث الأول: تقديم جامعة مولاي الطاهر بسعيدة كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

نبذة عن الكلية:

تعتبر كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية من الكليات الحديثة في جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة، لقد كانت بداية التكوين مع تخصص علوم اجتماعية و تخصص علوم إنسانية بالجامعة في السنة الدراسية 2009/2008 بقسم العلوم الاجتماعية و الإنسانية بتعداد طلبة قدر ب 222، و بتأطير 17 أستاذا.

بعد ثلاثة سنوات من التكوين ارتقى قسم العلوم الاجتماعية و الإنسانية في سنة 2013 إلى كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، و بهيكل تنظيمي مشكل من عميد الكلية و نيابة العمادة للبيداغوجيا و مسائل الطلبة و نيابة العمادة لما بعد التدرج و البحث العلمي، و قسمين قسم العلوم الاجتماعية و العلوم الإنسانية.

التكوين في الكلية:

تضمن كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية للراغبين في الالتحاق بالتكوين في ميدان العلوم الاجتماعية و الإنسانية في نظام (ل.م.د) مختلف الشعب و التخصصات تفتح آفاق واسعة للتكوين العالي و ذلك في المستويين التكوين في التدرج (ليسانس، ماستر) و التكوين ما بعد التدرج (الدكتوراه)¹.

¹ - الموقع الإلكتروني الخاص بجامعة سعيدة - www.univ.saida.dz - مطوية كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية.

في الفصل الثالث قمنا بعرض النتائج التي تجيب على فرضيات البحث الرئيسية والفرعية:

الفرضية العامة:

يلتزم عضو هيئة التدريس بجامعة د.مولاي الطاهر بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بأخلاقيات البحث العلمي في انجاز البحوث العلمية.

الفرضيات الفرعية:

1-البحوث العلمية التي تتصف بالمصداقية وعنصر الحداثة والموضوعية لها اثر كبير في إنتاج البحوث التي يمكن الاعتماد عليها.

2-عضو هيئة التدريس لديهم الشعور بالمسؤولية نحو إجراء بحث علمي متخلق.

3-المادة العلمية لها دور فعال في استحداث بحوث ذات مصداقية.

- يتناول هذا الفصل الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة.

و تبعا لأهمية الموضوع الموسوم بـ " مدى التزام هيئة التدريس بأخلاقيات البحث العلمي

في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة د. مولاي الطاهر بسعيدة "

اعتمدنا في دراستنا على تطبيق (استبيان) على أفراد العينة المكونة من 20 أستاذاً، وهذا

للتعرف على مدى التزام هيئة التدريس بأخلاقيات البحث العلمي.

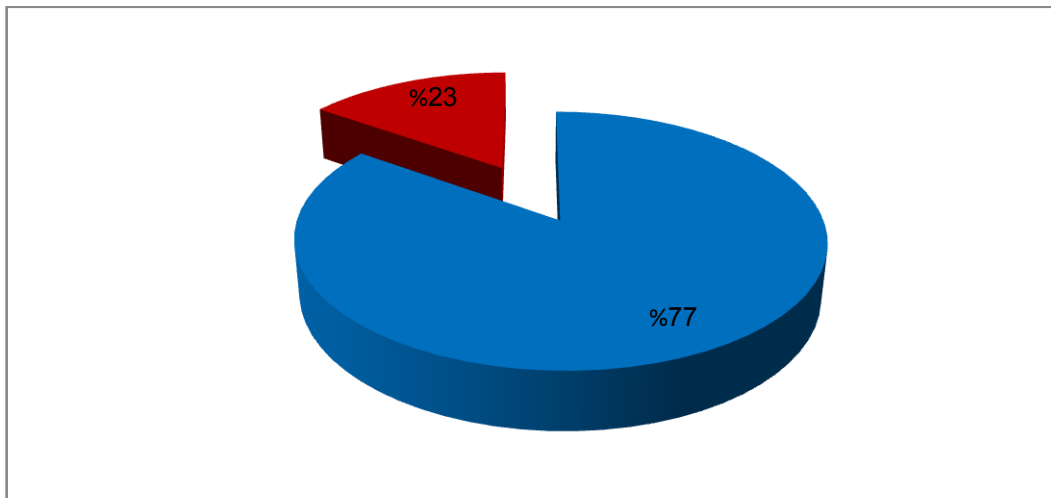
ومن بين أهم أهداف الاستبيان، جمع المعطيات، والمعلومات الخاصة بموضوع الدراسة

وبحكم أن طبيعة موضوع الدراسة كان التعرف على مدى التزام هيئة التدريس بأخلاقيات

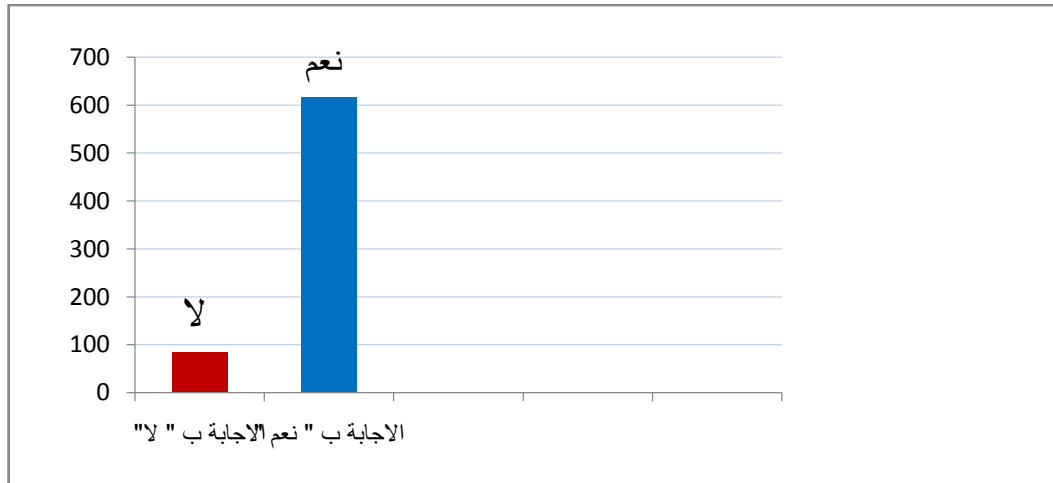
البحث العلمي في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة د. مولاي الطاهر بسعيدة، فقد اعتمدنا المنهج الوصفي باعتباره المنهج الوصفي الذي يصف الظواهر وتحديد علاقاتها ويرصد موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، ويهدف هذا المنهج إلى رصد الموضوع.¹

كما تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية في تحديد هذه الظاهرة والتعرف على أثرها .
الفرضية العامة: يلتزم عضو هيئة التدريس بجامعة مولاي سعيدة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

الشكل رقم (1) يمثل مخطط بياني: يوضح إجابات أفراد العينة على فقرات الاستبيان.



¹ - أحمد بدر أصول البحث العلمي المرجع السابق ص-23.



من خلال الرسم البياني يتبين أن:

- الأعمدة البيانية توضح استجابات أفراد العينة حسب الاستجابة بـ "نعم" التي بلغت (616) أكبر من عدد تكرار الاستجابة بـ "لا" الذي قدر بـ (84) تكرار فقط ، وهذا يؤكد أن أفراد العينة يوافقون حد الكفاية صحة الفرضية التي تقول أن عضو هيئة التدريس بجامعة مولاي الطاهر يلتزمون بأخلاقيات البحث العلمي في انجاز البحوث العلمية ، ويرجع ذلك إلى أن الأساتذة لهم معرفة ودراية بمدى وجوب الالتزام بالأخلاقيات التي يجب إتباعها في انجاز البحوث العلمية بصفة عامة .

- أما الدائرة النسبية تبين نسبة استجابات الفئة "نعم" والفئة "لا" بحيث نلاحظ الفرق

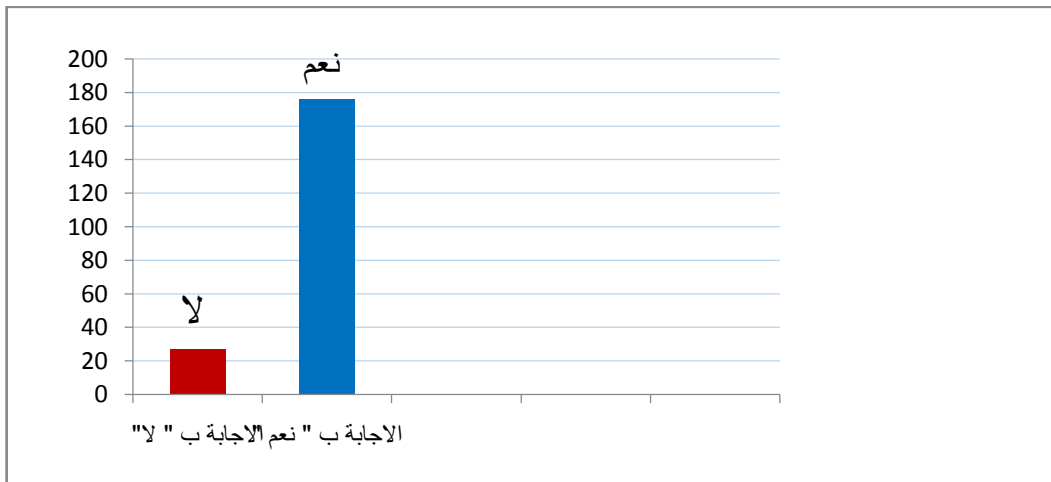
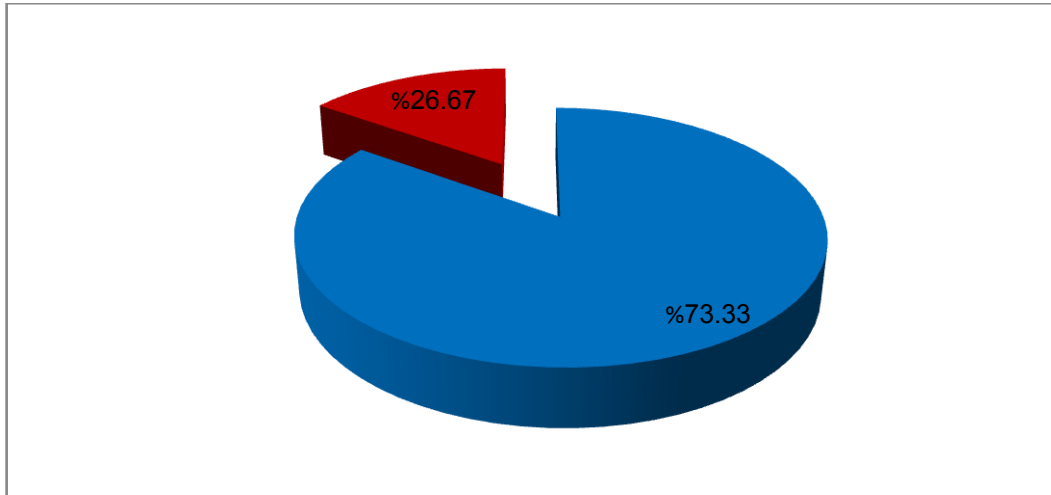
الواضح بين الاستجابة بنعم حيث بلغ عددها 308 نعم بالمقارنة مع الفئة "لا" بعدد قدر بـ

100 فقط بنسبتين مختلفتين. 77% و23% .

الفرضية الفرعية الأولى: البحوث العلمية التي تتصف بالمصداقية وعنصر الحدائثة

والموضوعية لها أثر كبير في انجاز بحوث يمكن الاعتماد عليها.

التمثيل البياني: يوضح استجابات أفراد العينة لفقرات المحور " أهمية البحوث العلمية "



- الأعمدة البيانية توضح عدد تكرارات الاستجابة "نعم" وصل إلى (176) أكبر من عدد

تكرار الاستجابة ب "لا" الذي يقدر ب (27) تكرار فقط ، وهذا يؤكد أن أفراد العينة

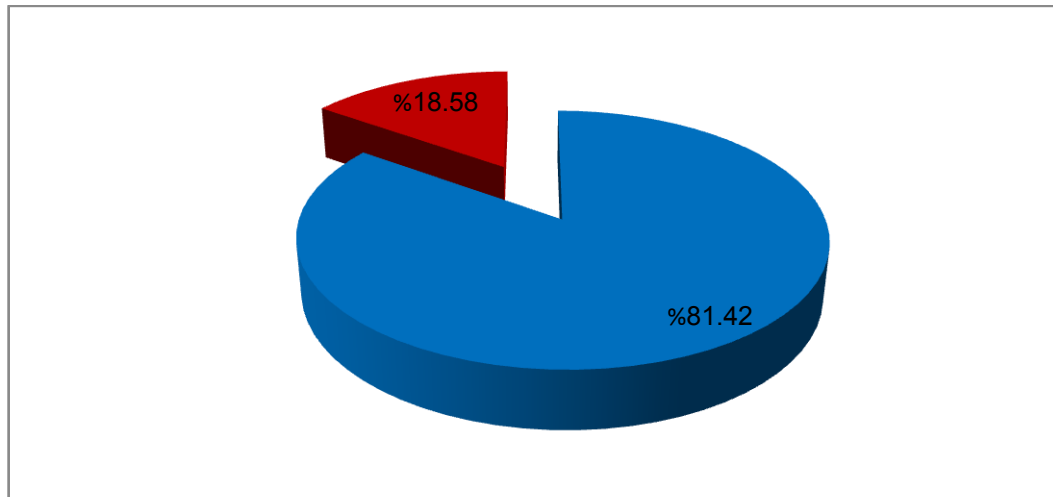
يوافقون حد الكفاية على صحة الفرضية التي تقول أن البحوث العلمية التي تتصف

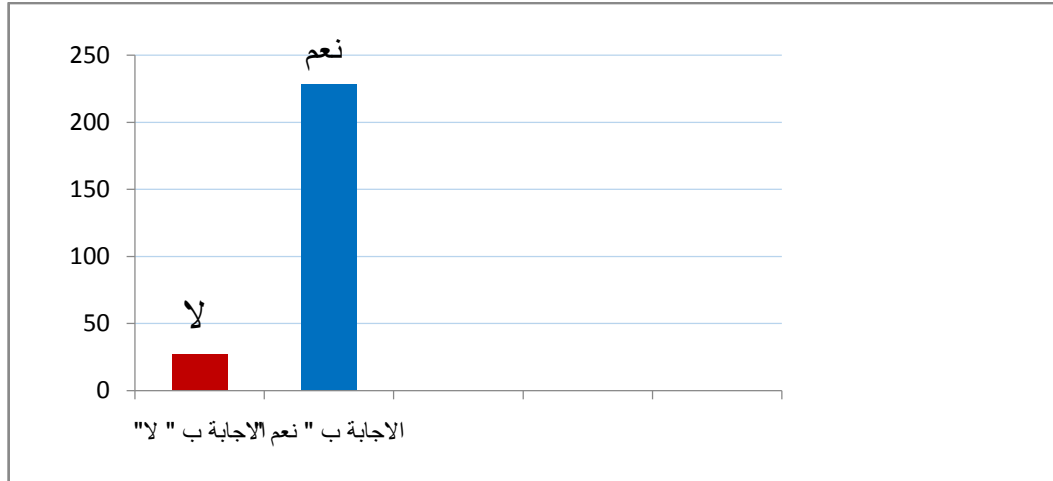
بالمصداقية وعنصر الحداثة والموضوعية ولها اثر كبير في انجاز البحوث يمكن الاعتماد عليها .

الدائرة النسبية تبين نسبة استجابات الفئة "نعم" والفئة "لا" بحيث نلاحظ الفرق الواضح بين الاستجابة بنعم حيث بلغ عددها 176 نعم بالمقارنة مع الفئة "لا" بعدد قدر ب 27 فقط بنسبتين مختلفتين %73.33 و %26.67 .

الفرضية الفرعية الثانية : شعور هيئة التدريس بالمسؤولية نحو إجراء بحث يتوافق ومنهجية البحث العلمي.

التمثيل البياني: يوضح استجابات العينة ككل على فقرات المحور الثاني " استعداد هيئة التدريس "



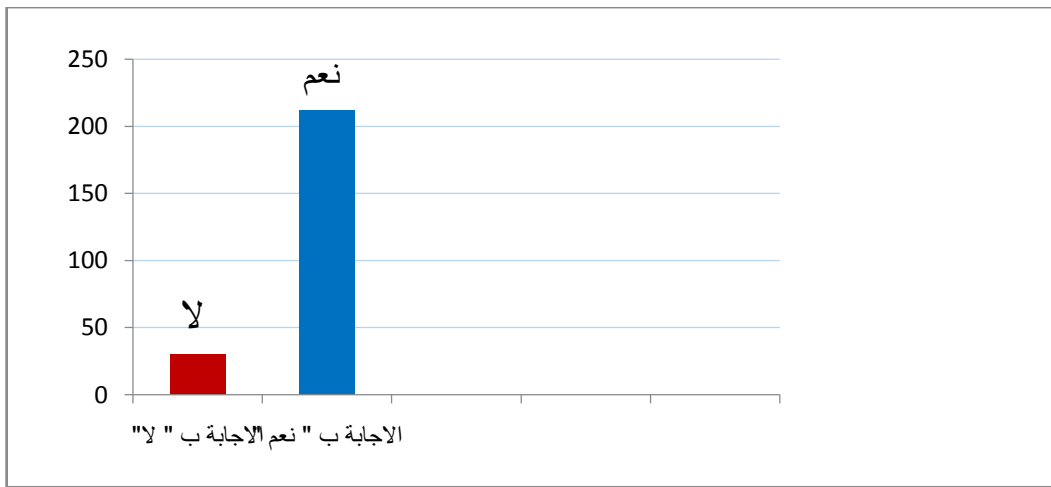
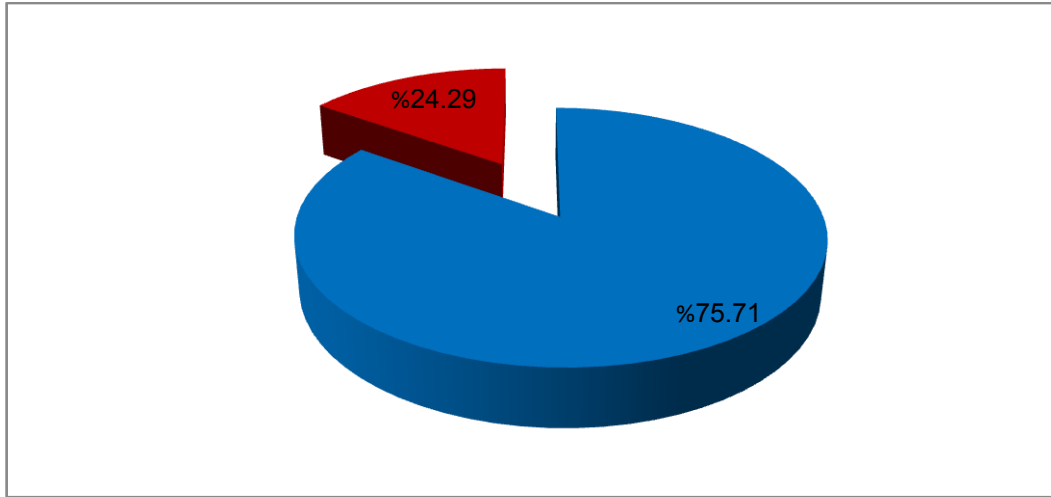


- الأعمدة البيانية توضح عدد تكرارات الاستجابة "نعم" وصل إلى (228) أكبر من عدد تكرار الاستجابة ب "لا" الذي يقدر ب (27) تكرار فقط ، وهذا يؤكد أن أفراد العينة يوافقون حد الكفاية صحة الفرضية التي تقول أن عضو هيئة التدريس لديهم الشعور بالمسؤولية نحو إجراء بحث علمي متخلق.

الدائرة النسبية تبين نسبة استجابات الفئة "نعم" والفئة "لا" بحيث نلاحظ الفرق الواضح بين الاستجابة بنعم حيث بلغ عددها 114 نعم بالمقارنة مع الفئة "لا" بعدد قدر ب 27 فقط بنسبتين مختلفتين. 81.42% و 18.58%.

الفرضية الفرعية الثالثة: المادة العلمية لها دور فعال في استحداث بحوث ذات مصداقية وموضوعية.

التمثيل البياني: يوضح استجابات العينة ككل على فقرات المحور الثالث " دور المادة العلمية في انجاز بحوث ذات منهجية "



- الأعمدة البيانية توضح عدد تكرارات الاستجابة "نعم" وصل إلى (212) أكبر من عدد تكرار الاستجابة ب "لا" الذي يقدر ب (30) تكرار فقط ، وهذا يؤكد أن أفراد العينة يوافقون حد الكفاية على صحة الفرضية التي الموارد المادية لها دور فعال في استحداث بحوث ذات مصداقية وموضوعية.

الدائرة النسبية تبين نسبة استجابات الفئة "نعم" والفئة "لا" بحيث نلاحظ الفرق الواضح بين الاستجابة بنعم حيث بلغ عددها 106 نعم بالمقارنة مع الفئة "لا" بعدد قدر ب 30 فقط بنسبتين مختلفة 75.71% و 24.29% .

المبحث الثاني: تقييم الدراسة.

1- مناقشة الفرضية العامة: عضو هيئة التدريس يلتزمون بأخلاقيات البحث العلمي في

انجاز البحوث العلمية.

أثبتت الدراسة أن أعضاء هيئة التدريس بجامعة مولاي الطاهر بسعيدة كلية العلوم

الاجتماعية والإنسانية يقرون بضرورة الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي في انجاز

الدراسات والبحوث العلمية وفق نتائج الدراسة ، بحيث كانت النسبة الموافقة ب **77%**

مقارنة بنسبة عدم موافقتهم بنسبة قدرت ب **23 %** .

كون عضو هيئة التدريس بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة سعيدة على دراية

تامة بمدى وجوب الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي، وهذا بغرض تحقيق أهداف علمية

محضة ونشر ثقافة البحث العلمي فنتائج البحوث العلمية تقع على عاتق الباحث أخلاقيا

بالدرجة الأولى، ومسؤولية اجتماعية بالدرجة الثانية.

الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي ضرورة أساسية لأهمية البحوث العلمية في حياة المجتمع

سواء للتوعية أو مراجعة نتائج سابقة فهي تثري المؤسسات الأكاديمية والاجتماعية

والتربوية ، لتحقيق أهداف علمية وتطوير البحث وتفعيل البحوث في الجانب الاجتماعي

والمؤسساتي وتسخيرها لخدمة المتعلم من الناحية الفكرية، توفر الأخلاقيات في البحث

العلمي الشروط التي تحقق المصداقية مما يمكننا من استثماره في شتى المجالات

الاجتماعية الاقتصادية إلى جانب إثراء الرصيد الثقافي والحضاري للدولة.

فهم يقرون أن التزامهم بالأخلاقيات هو الأساس الذي تتوقف عليه نجاح البحوث العلمية وبالرغم من النسبة العالية التي تبين الإجماع على ضرورة الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي إلى أن من خلال الأسئلة المفتوحة التي طرحت على عضو هيئة التدريس والمتمثلة في مدى إتباع هيئة التدريس لضوابط أخلاق البحث العلمي في انجاز البحوث العلمية كانت النتائج متفاوتة وهي كالآتي :

هذا ما تضمنته اغلب أجوبة الأساتذة هذا ما ينبغي أن يكون، لكن الأساتذة الذين كانت إجاباتهم ب لا جسدوا لنا ما هو كائن على ارض الواقع فقد اقرروا أن المكتبة الجامعية تحمل بحوث تراكمية لا فائدة لها كون عدم التزام الباحث سواء كان من هيئة التدريس أو طالب فكرت السرقات العلمية و نسخ المذكرات وهذا راجع إلى تدني مستوى و عدم تواجد الحرية الأكاديمية في اختيار مواضيع البحوث و الواقع يثبت أن اغلب المذكرات مصيرها الرمي هذا الواقع الذي نعيشه في المؤسسات الأكاديمية و هذه الظاهرة انتشرت مؤخرا بنسبة عالية جدا وهذا لعدم ردع السرقات العلمية و التغاضي عنها .

فهل هذا ما هو كائن في المؤسسات الجامعية من التزام بأخلاقيات أم تطلع لما ينبغي أن يكون ؟

2- مناقشة نتائج الفرضية الفرعية الأولى:

أهمية البحوث العلمية التي تتصف بالمصداقية وعنصر الحداثة والموضوعية لها أثر كبير في انجاز بحوث يمكن الاعتماد عليها.

أثبتت الدراسة أن عضو هيئة التدريس بجامعة سعيدة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية يدركون أهمية البحوث العلمية التي تتصف بالمصداقية وعنصر الحداثة والموضوعية و التي لها اثر كبير في إنتاج بحوث علمية يمكن الاعتماد عليها، وهذا ما أوضحتها التكرارات والنسبة المؤوية بحيث قدر التوافق مع صحة الفرضية بنسبة تقدر 73.33 % مقارنة بنسبة عدم التوافق مع الفرضية بنسبة تقدر 26.67 %، باعتبار أن المعرفة هي قدرة الإنسان على التغيير والتجديد كما أن عنصر الحداثة يحمل في طياته آليات تفعيل وأساليب جديدة فأهمية البحوث تنعكس من خلال الراهنة وحالة الوعي بمواضيع جديدة .

فالبحوث التي تحمل عنصر الحداثة تكون ثرة على التقليد والسرقة العلمية وتدفع الواقع الإنساني نحو التقدم والتطور فهي تثبت قدرة العقل البشري على التغيير فهي قدرة فلسفية مستحدثة، كما نجد ان الموضوعية استقطبت آراء هيئة التدريس التي تستند على حقائق عقلية منطقية، وهنا تكمن فلسفة الممارسة الاثيقية فالموضوعية هي التي تضمن البحث العلمي والإنتاج المعرفي .

فكل من الحداثة والموضوعية يصدران عن سلوك أخلاقي في إنتاج بحوث علمية بحثة . فالموضوعية من أهم صفات البحث الجيد أن يكون موضوعيا في قياس الظاهرة ، فعدم

الموضوعية في البحث يؤدي إلى تأثير في صدقه، فالموضوعية بمفهومها العام تعني التحرر من التحيز.¹

أما فئة التي لم تتوافق وصحة الفرضية التي قدرت بـ 26.67 % كانت حججها تستهدف عنصر الحداثة كوننا لا يمكننا أن نتحدث عن موضوع قديم أو حديث الساعة بل الأهمية تكمن في الموضوعية باعتبار أهمية البحوث اشمل وأوسع نطاق من حداثة الموضوع، فيمكن أن يكون الموضوع مراجعة لبعض النتائج السابقة والبحث فيها من جديد وتناولها من عدة جوانب بأساليب جديدة فهناك من القضايا القديمة التي تستحق المواصلة وإعادة بلورة مشكلة البحث من جديد، لان المعرف تتعلق بالإشكالات وليس ضرورة ان تكون حديثة. الحداثة هي التي تولد الموضوعية والخروج عن نطاق المحاكاة والتقليد ، فالحداثة نقد ما سبق من أفكار سائدة، فأهمية البحوث لا تقتصر على ما سبق من بحوث فالبحوث القديمة تجعلنا في قوقعة مفرغة لا استحداث ولا جديد، لكن البحث العلمي ذو هدف سامي هو التقدم والتطور وطرح مواضيع وإشكالات معاصرة تواكب العصر لا حبيسة الماضي.

فهم يدركون أهمية البحوث تكمن في تصحيح معلوماتنا، فالبحث يعتبر وسيلة منهجية لاكتشاف و التفسير العلمي و المنطقي للظواهر، و الاتجاهات و المشاكل.²

1 - مروان عبد المجيد إبراهيم - أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية - المرجع السابق - ص 41.
2 - مروان عبد المجيد إبراهيم - المرجع نفسه ص 19.

3- مناقشة نتائج الفرضية الفرعية الثانية:

عضو هيئة التدريس لديهم الشعور بالمسؤولية نحو إجراء بحث علمي متخلق.

أثبتت الدراسة أن عضو التدريس بجامعة مولاي الطاهر بسعيدة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية لديهم الشعور بالمسؤولية نحو إجراء بحث متخلق، وهذا ما نلتمسه من خلال التكرارات والنسب المؤوية حيث قدر التوافق مع هذه الفرضية بنسبة 81.42 % مقارنة باستجابة عدم التوافق مع الفرضية التي قدرت بـ 18.58 % فالبحث المتخلق هو البحث الذي تتجسد فيه أخلاقيات خاصة الأمانة العلمية التي تعد صفة جوهرية في البحث العلمي ومن الناحية الأخرى هي صفة إنسانية .

كما أن الشعور بالمسؤولية يدخل في الضمير الأخلاقي والصدق والموثوقية لكل باحث فالبحث العلمي المتخلق الذي تتجسد فيه الأمانة العلمية يحدد أصالة البحث، فالاستعداد والالتزام بالقواعد الأخلاقية للبحث العلمي يمثل الروح العلمية فهي القدرة التي تعد أساسية و تتعلق بمهارات وإمكانات كل أستاذ حيث تتحمل هيئة التدريس مسؤولية انعدام هذه الأخلاقيات وتسقط منها الصفة العلمية، كما ترفض كل البحوث التي تعتبر سرقة علمية فكل من المنهجية العلمية والأمانة والموضوعية يعتبر أساس أخلاقيات البحث العلمي، وهذا كله ما ينبغي أن يكون، لكن ما هو كائن والذي جسده لنا الفئة التي لم توافق مع الفرضية وجود هفوات في البحوث العلمية حيث لا يمكن تعميم وجود الأمانة الأكاديمية بين جميع أعضاء هيئة التدريس فهناك دائما سرقات علمية بمختلف أنواعها.

للأسف لا تقتصر على الطلبة بل تعدتهم لتشمل حتى الأساتذة وهذا ما نستشفه من إجابات بعض الأساتذة الذين نفوا وجود الأمانة العلمية وارجعوا سبب ذلك إما لحرية اختيار المواضيع أو لضيق الوقت.

فالسرقعة العلمية راجعة لعدم استعداد الباحثين لبذل جهد اكبر في بحوثهم والبعض ارجع سبب السرقعة كون هيئة التدريس كغيرهم من البشر قابلين لوقوع في تجاوزات تمس أخلاقيات البحث، كما أن الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي لا تقتصر على الأمانة العلمية فقط فعدم تقيد الباحث بالمنهجية يعد تعديا على الأمانة العلمية.

كما يرجعون أسباب السرقات العلمية: إلى عدم الصرامة في التعامل مع هيئة التدريس، إضافة إلى عدم وضوح الصورة أو الوضعية المستقبلية داخل المجتمع تجعله يتكاسل ويفقد المحفز على البحث، وفي عدم الحرية في اختيار البحوث.

حيث يعرف احد خبراء اليونسكو الحرية الأكاديمية بأنها صورة قصوى للحرية العلمية، لأن مدى ضمان الحرية الأكاديمية هو الذي يحدد نطاق العمل الحر و المناخ بالفعل للعلماء في ممارسة مهنتهم، و هذا ما اعترف به المؤتمر العام لليونسكو في ديباجة توصية عام

1974.¹

¹ - عبد القادر الشخلي - البحث بين الحرية والمسؤولية - المرجع السابق - ص34.

4- مناقشة نتائج الفرضية الفرعية الثالثة:

المادة العلمية لها دور فعال في البحوث ذات مصداقية.

أثبتت الدراسة أن أعضاء هيئة التدريس بجامعة مولاي الطاهر بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية يقرون أن المادة العلمية لها دور فعال في استحداث بحوث ذات مصداقية وموضوعية، وهذا ما نستشفه من خلال التكرارات والنسب المؤوية حيث بلغ التوافق مع صحة الفرضية نسبة تقدر 75.71% مقارنة بفئة التي لم تتوافق والفرضية والتي كانت ضئيلة .

فالموارد العلمية تجعل من البحث العلمي يمتلك أصالة البحث وتسجيل بصمة الباحث، كما أن الانترنت سهلت البحث بمجرد الاجتهاد في جمع المادة العلمية وتحليلها وتبويبها وبالتالي استغلالها قدر الإمكان، فاللجوء إلى المنتديات وقواعد البيانات الإلكترونية فضاء يوسع مدركات الباحثين وعليه تدفع بمستوى البحوث نحو الأمام والجودة في الإنتاج وهذا ما نلاحظه لدى الغرب.

أما الاستجابة التي لم تتوافق والفرضية لم تستند على المادة العلمية لتمكن الطالب من إنشاء بحوث علمية، كما ارجعوا سبب السرقة العلمية إلى الانترنت والمصادر غير موثوق ، كما نجد بعض البحوث تتضمن الحشو حيث تستخدم فيها كم هائل من المادة العلمية بشتى أنواعها إلا أنها تخلو من أسلوب الباحث في التحليل المنطقي الذي يعتبر أساس الإنتاج العلمي، وقد يرجع هذا الأسلوب الذي يعتمد على مراكمة المعلومات و حشوها في البحث إلى نقص القدرات والاستعدادات لدى الباحث، وهذا يسبب تراكم البحوث في رفوف

المكتبات حيث لا تفعل في المجال الأكاديمي ولا المؤسسي وهنا نطرح الإشكال التالي

مصير هذه البحوث التراكمية ؟

إذا نظرنا من زاوية الواقعية نجد أن السرقة العلمية متواجد حتى بين وسط هيئة التدريس وهذا ما أقرت به، وقد تزايدت خلال الفترة الأخيرة فأصبحنا نرى أن المكتبات الأكاديمية تحمل في روفها سرقات علمية تغاضت الأعين عنها.

لكن السبب الأول والأخير في السرقة العلمية ليس ضيق الوقت فهذا ليس ذريعة بل نظرة الباحث للمستقبل لا يحفز، كما أن البحوث لا تجد ميدان تفعل فيها ، لهذا هناك مشروع جديد فكرت من خلاله وزارة التعليم العالي في عقد اتفاقيات مع المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية لتفعيل البحث وفي هذه الحالة ما هو كائن وسائد يتغير للأفضل ونلمح أصالة وجودة في أداء البحوث خاصة في العلوم الاجتماعية والإنسانية التي ينبغي استثمارها. و في صد د الاستثمار فقد أوصى اليونسكو في توصية له في 1974 بالإجراءات المؤدية إلى نجاح المشتغلين بالبحث العلمي مؤكدا أنه ينبغي للدول الأعضاء: توفير الدعم المادي للباحثين، توفير ظروف عمل مرضية لهؤلاء الباحثين.¹

¹ - عيد القادر الشبخلي المرجع السابق - ص 09.

خاتمة

خاتمة:

البحث العلمي ذو أهمية كبيرة في حياتنا، فالدول المتقدمة تسعى دائماً إلى تحقيق التطورات في شتى المجالات و الهدف منها تحقيق الرفاهية للمجتمع و تسهيل الحياة، وفرض ذاتها كونها السبّاقة نحو الأفضل، هذه الأبحاث تحمل بطياتها نوع من المسؤولية الخلقية وهذا لغرض سامي للوصول إلى الدقة.

فالبحث العلمي المنطلق الذي يركز عليه المؤسسات الأكاديمية، فالمؤسسة الجامعية لها دور في توسيع دائرة المعرفة و إزالة الغموض عن المسائل الحديثة ، فالعلم العربي بأمس الحاجة إلى تطوير البحث ليفرض كيانه بين المجتمعات المتقدمة، لكن الواقع يثبت لنا سبب عدم وصول الدول المتقدمة إلى الأهداف المرجوة من وراء الأبحاث التي تقوم بها، وهذا راجع إلى عدم إدراك الباحثين لمعنى المسؤولية الخلقية التي لها بعد أعمق مما نتصوره فهي مسؤولية جماعية لأنها تتعلق بعلاقة الإنسان وبغيره و علاقته بنفسه ضميره الخلقى وعلاقته بخالقه، فبعض الباحثين في المؤسسات الأكاديمية يهملون الأخلاقيات في البحث العلمي باعتبارها الأرضية الخصبة التي تنطلق منها البحوث العلمية.

فأصبح واقع البحوث لا يبشر بالخير خاصة في الآونة الأخيرة، فكثرت ظاهرة نسخ المذكرات و انتهاك الملكية الفكرية، ناهيك عن الأخطاء و الهفوات المنهجية، حيث فرض الواقع الاهتمام بأخلاقيات البحث العلمي و ترسيخها لدى الباحثين لضبط السلوك الأكاديمي و الحد من الخروق التي نواجهها في البحوث خاصة في المؤسسة الجامعية ، الذي ارجع

سببه إلى عدم الرقابة داخل المؤسسة الأكاديمية فمن الضروري الالتزام بالأخلاقيات البحث العلمي و صقل مفهوم الأمانة العلمية فهي ركيزة مبادئ أخلاقيات البحث العلمي.

فالسلك الأخلاقي هو الذي يميز الإنسان، فالأخلاق التطبيقية تعكس الجانب العاقل لدى الإنسان.

من خلال البحث و نتائجه نستنتج أن ظاهرة السرقة العلمية و عدم الالتزام بالموضوعية يجعل مصير البحث العلمي مجهول، فهذه الظاهرة تحتاج إلى متابعة ميدانية أما بالنسبة لأخطاء المنهجية سببه تعدد المنهجيات لهذا فتوحيد المنهجية يبعد أحد العقبات التي تواجه الباحث في بحثه .

و في الأخير يمكننا القول أن باب البحث يبقى مفتوح للباحثين و الدارسين لهذا الموضوع لأهميته في تطوير مسار التعليم و البحث داخل الجامعة الجزائرية.

" قائمة المصادر والمراجع "

القائمة المصائر و المراجع:

- 1- أحمد بدر - أصول البحث العلمي ومناهجه - المكتبة الأكاديمية - القاهرة - ط 8
1996م.
- 2- أحمد بدر عبد المنعم حسن - أصول البحث العلمي - ج 2 - المكتبة الجامعية - القاهرة
1992م.
- 3- جاكين روس تر: عادل العوا - الفكر الأخلاقي المعاصر- دار عويدات للطباعة و
النشر - بيروت لبنان - ط 1 - 2001م.
- 4- دفيد رزنيك تر: عبد النور المنعم - أخلاقيات العلم - مطابع السياسة - الكويت- د.ط -
2005م.
- 5- ربحي مصطفى عليان و عثمان محمد غنيم - مناهج و أساليب البحث العلمي - دار
الصفاء للنشر والتوزيع - ط 1 - عمان - 2000م.
- 6- روجر هيوك و آخرون - البحث النقدي في العلوم الاجتماعية - معهد إبراهيم أبو لغد
للدراسات الدولية - جامعة بيروت - ط 1 - فلسطين - 2011م.
- 7- سعيد جاسم الأسدي - أخلاقيات البحث العلمي - مؤسسة وارث الثقافية - العراق ط 2-
1996م.

- 8- سعيد إسماعيل صيني – القواعد الأساسية في البحث العلمي – مؤسسة الرسالة بيروت – ط1- 1996م.
- 9- غالب فريجات – ثقافة البحث العلمي – دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان الأردن – ط1 – 2011م.
- 10- عبد الله إبراهيم – البحث العلمي في العلوم الاجتماعية – المركز الثقافي العربي العربي بيروت لبنان – ط1 – 2005م.
- 11- عبد الرحمن مرحبا – المرجع في تاريخ الأخلاقي – جروس برس – لبنان – ط1 1998م.
- 12- عبد الكريم بكار – تكوين المفكر خطوات علمية – دار السلام للطباعة و النشر و التوزيع – القاهرة – ط2 – 2010م.
- 13- عمادة الدراسات العليا – الإطار العام لكتابة الرسائل الجامعية – المملكة العربية السعودية – وزارة التعليم العالي – جامعة الملك سعود – د.ط.س.
- 14- عمار إبراهيم قنديجلي البحث العلمي - دار المسيرة للطباعة و النشر و التوزيع - عمان - د.ط - 2015م.
- 15- عبد المجيد إبراهيم - أسس البحث لإعداد الرسائل الجامعية - مؤسسة وارث للنشر و التوزيع - عمان - ط2 - 2000م.

- 16- عبد المنعم صفوان و آخرون - دليل أخلاقيات البحث العلمي - كلية فرع دمياط د.ط - 2012م.
- 17- عبد الهادي الفضلي - أصول البحث العلمي قواعد و مراحل - دار وائل للنشر - ط 2 - 1999م.
- 18- عبد الوهاب إبراهيم أبو إسماعيل - كتابة البحث العلمي - مكتبة الرشد المملكة السعودية الرياض - ط 2 - 2005م.
- 19- محمد صادق - البحث العلمي بين المشرق العربي و العالم الغربي - المجموعة العربية للتدريب و النشر - القاهرة - مصر - ط 1 - 2004م.
- 20- محمد عبد الله الشرقاوي - الفكر الأخلاقي - دراسة مقارنة - دار الجيل - بيروت - د.ط - 1990م.
- 22- محمد عبيدات و آخرون - منهجية البحث العلمي قواعد و مراحل - دار وائل للنشر - عمان ط 2 - 1999م.
- 21- محمد مهران رشوان - تطور الفكر في الفلسفة الغربية - دار قباء للطباعة و النشر - القاهرة - د.ط - 1999م.
- 23- محمد محمود الكبيسي - فلسفة العلم و منطق البحث العلمي - بيت الحكمة - عدد 11 - 2009م.

24- مهدي فضل الله - أصول كتابة البحث العلمي و قواعد التحقيق - دار الطليعة للطباعة و النشر - بيروت لبنان - ط1 - 1993م.

قائمة المعاجم:

- 1- الإمام العلامة أبي الفضل جمال الدين محمد بن كرم ابن منظور - لسان العرب دار صادر بيروت لبنان - ج1 - دار الكتاب اللبناني - بيروت لبنان - ط1 - مجلد 10 - 1990م.
- 2- جميل صليبا - المعجم الفلسفي - ج1 - دار الكتاب اللبناني - بيروت لبنان - 1982م.
- 3- مراد وهبة - المعجم الفلسفي - دار قباء الحديثة للطباعة و النشر - القاهرة - ط1 - 2005م.

المجلات و الدوريات:

- 1- بو بكربو خريسة - الأخلاق بين عالم المثل و أرض الواقع - الأخلاقيات التطبيقية منشورات الجمعية الجزائرية للدراسات الفلسفية - د.ط - 2006 م.
- 2- عبد الله موسى - الفلسفة و خطاب النهايات - منشورات الضفاف - بيروت لبنان - ط1 - 2016م.
- 3- هناء علالي - أخلاقيات العلم قراءة في كتاب - مجلة أبعاد - وهران - العدد 2 - 2015.

قائمة المراجع باللغة الأجنبية :

1-Groupe romande de coordination travaille de bachelore -code
d'éthique de la recherche - février 2008.

المواقع الالكترونية:

www.univ.saida.dz

ملحق الدراسة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة مولاي الطاهر سعيدة

تخصص فلسفة عامة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أستاذي الفاضل ، أستاذتي الفاضلة.

في إطار تحضير شهادة ماستر في تخصص الفلسفة العامة حول موضوع مدى التزام هيئة التدريس بأخلاقيات البحث العلمي في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة طاهر مولاي بسعيدة .

نرجو منكم التكرم بالإجابة على أسئلة المقابلة، علما أن هذه أن أهداف البحث علمية بحثية.

ضع علامة (x) في خانة التي تعبر عن الإجابة المناسبة

- البيانات الشخصية:

سنوات الخدمة: من 0 إلى 10 سنة () ، من 10 إلى 15 سنة ، 15 سنة فما فوق .

الدرجة العلمية: أستاذ تعليم عالي () ، أستاذ محاضر () ، مكلف بالدروس () ، أستاذ مساعد () .

منخرطون في مخبر بحث: نعم لا

مستوى التدريس: التدرج ما بعد التدرج

1- **البحث العلمي:** هو عملية جمع وتسجيل وتحليل حقائق وبيانات عن مشكلة معينة لتحديد حلول بديلة لها و اختيار الحل الأمثل منها في ظل ظروف معينة .

نعم لا

علل

2 - هل أهمية البحث تكمن في تفعيله علميا و اجتماعيا ؟.

نعم لا

علل

3 - هل تختار البحوث العلمية لمساعدة الطلبة على انجاز بحوث مذكراتهم فقط ؟.

نعم لا

علل

4 - هل الشرط الأساسي لموضوع البحث يقتصر على حداثة الموضوع ؟.

نعم لا

علل

5 - هل الأمانة العلمية ضرورة من ضروريات الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي ؟.

نعم لا

علل

6 - هل يرفض البحث العلمي إذا لم تتوفر فيه الأمانة العلمية؟.

نعم لا

علل

7 - هل ترجع السرقة العلمية إلى انعدام الرقابة داخل الحرم الجامعي؟.

نعم لا

علل

8 - هل يعتبر ضيق الوقت دافع السرقة العلمية؟.

نعم لا

علل

9 - هل نقص المصادر والمراجع سبب أساسي في السرقة العلمية؟.

نعم لا

علل

10 - هل الالتزام بأمانة الأكاديمية متواجد داخل هيئة التدريس؟.

نعم لا

علل

11 - هل التزام هيئة التدريس بالموضوعية ضرورة من ضروريات أخلاقيات البحث

العلمي؟.

نعم لا

علل

12 - هل معيار الاستعدادات والقدرات العلمية لهيئة التدريس مبدأ من مبادئ أخلاقيات

البحث العلمي؟.

نعم لا

علل

13 - هل توجد حرية في اختيار موضوع البحث العلمي؟.

نعم لا

علل

14 - هل يتم استخدام هيئة التدريس للطريقة العلمية المنهجية في الوصول إلى الحقيقة في

انجاز بحوثهم؟.

نعم لا

علل

15 - هل تلتزم بمبادئ البحث العلمي في بحثك؟

نعم لا

علل

16 - هل تلتزم هيئة التدريس بسرية العينة المدروسة؟

نعم لا

علل

17 - هل يلتزم أفراد العينة بمحتوى الاستبيانات والفقرات المكونة؟

نعم لا

علل

18 - الاعتماد على المنتديات العلمية يقلل من مصداقية البحث؟

نعم لا

علل

19- هل صعبت الانترنت الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي؟

نعم لا

علل.....

20- هل عدم مواكبة هيئة التدريس لزحم لمعلوماتي والإنتاج الكبير للبحوث في التطور

التكنولوجي قلل من الالتزام بالأخلاقيات العلمية؟.

نعم لا

علل.....

Tableau de bord

المجموع

Moyenn e	N	Ecart- type
30.80	20	10.441

Statistiques de groupe

	LE SEX	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
total	HOMME	12	26,8889	10,24017	3,41339
	FEMME	08	34,0000	9,33809	3,81226

التجزئة النصفية للاستبيان

Descriptive Statistiques

	Mean	Std. Déviation	N
sup5	101,2000	11,50232	20
sup52	98,7333	12,69247	20

جدول يبين معامل ارتباط التجزئة النصفية للاستبيان

Corrélations

	sup5	sup52
Pearson Corrélacion	1	076,
Sigg. (2-tailed)		,134
N	30	30
Pearson Correlation	076,	1
Sigg. (2-tailed)	,134	
N	30	30

Descriptive Statistiques

	Mean	Std. Déviation	N
acor1	60,9333	7,82099	30
acor2	57,1333	10,77588	30

Tableau de bord

المحور الأول

Moyenn e	N	Ecart- type
.808	20	.44109

Tableau de bord

المحور الثاني

Moyenn e	N	Ecart- type
10.60	20	224.11

Tableau de bord

المحور الثالث

Moyenn e	N	Ecart- type
11.40	20	17510.

		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Significatio n
1	Inter- groupes	257,876	4	64,469	,970	,465
	Intra- groupes	664,524	10	66,452		
	Total	922,400	14			
2	Inter- groupes	12,619	4	3,155	1,389	,306
	Intra- groupes	22,714	10	2,271		
	Total	35,333	14			
3	Inter- groupes	12,567	4	3,142	1,077	,418
	Intra- groupes	29,167	10	2,917		
	الاستبيان	41,733	14			

قيمة معامل الثبات	الطرق المستخدمة في حساب معامل الثبات	نوع طريقة الثبات المستخدمة
0.76	معامل ارتباط بيرسون	طريقة التجزئة النصفية للاختبار
0.41	معادلة ألفا كرونباخ	طريقة الاتساق الداخلي تحليل التباين

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
أ	مقدمة
	الفصل الأول: من الأخلاق النظرية إلى الأخلاق التطبيقية
04	المبحث الأول: من الأخلاق إلى الأخلاقيات
12	المبحث الثاني: العقبات الاثيقية
	الفصل الثاني: البحث العلمي
22	المبحث الأول: التأسيس النظري للبحث العلمي (المفهوم والنشأة)
33	المبحث الثاني: طبيعة البحث العلمي
	الفصل الثالث: البحث العلمي في المؤسسة الجامعية
45	المبحث الأول: تقديم جامعة د. الطاهر مولاي كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
53	المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة
62	خاتمة
66	قائمة المصادر والمراجع
72	ملحق
82	فهرس المحتويات

الملخص:

تنشط المؤسسة وخاصة الصناعية في محيط يتسم بالتنافس الشديد و التغير السريع في المنتجات وميولات وتفضيلات العميل الذي يبحث عن الجودة و الابتكار , وفي ظل ذلك تسعى المؤسسة جاهدة لتلبية هذه الرغبات ولذا يعد حوار التطوير واحد من أهم القرارات الإدارية التي تتخذ في المؤسسة نتيجة دراسة معمقة واستراتيجية مدروسة و بتكاليف مضبوطة و محدودة وهذا ما استوجب على المؤسسة اعتماد احد اساليب التكلفة و خاصة الحديثة كاتجاه لتخفيض هذه التكاليف و العمل بها لتحقيق أكبر هامش ربح الذي تسعى اليه المؤسسة من خلال تطوير منتجاتها .

ورغم ذلك لا زالت المؤسسة تعتمد على الأساليب التقليدية لتحديد تكلفة منتجاتها ، في حين هناك أساليب حديثة تسمح لها بتحسين سياسة ضبط التكاليف ومنها التكاليف المستهدفة, حيث يعتبر أسلوب يعتمد على تخفيض تكلفة إنتاج المنتج في مرحلة تخطيطه وتصميمه مع المحافظة على جودته ، بعد تحديد سعر البيع بناء على دراسة السوق و رغبة العميل وهامش الربح الذي ترغب المؤسسة في تحقيقه على عكس الأساليب التقليدية التي تعمل على تحديد سعر البيع بعد تحديد تكلفة المنتج , ولذلك يجب على المؤسسات الجزائرية اتخاذ هذا الأسلوب كبديل تشاطر عليه لرفع ميزتها التنافسية و هامش أرباحها بتحقيق اقل تكلفة .

- الكلمات المفتاحية: تطوير المنتج - محاسبة التكاليف - التكلفة المستهدفة- خفض التكاليف.

Summary:

Active institution and private industries in the vicinity of a highly competitive and rapidly changing products and tendencies and preferences of the customer who is looking for quality and innovation, and with this organization strives to meet this topic desires seek and so is the development of decision is one of the most important administrative decisions made in the organization as a result of in-depth study and deliberate strategy and controlled costs and limited and this is what necessitated the institution and one private cost of modern methods of adoption as a trend to reduce these costs and work out the biggest profit margin sought by the institution through the development of their products.

Nevertheless, the institution still rely on traditional methods to determine the cost of their products, while there are modern methods that allow them to improve the cost-tuning policy, including the target cost, which is the method depends on reducing the cost of product production in the planning and design while maintaining the quality of the stage,. After determining selling price based on a household d market and the client's desire and profit margin, which the organization would like to achieve, unlike traditional methods that work to identify the selling price after you select the product cost, Therefore Algerian institutions must take this method as an alternative to share it to raise its competitive advantage and its margins are less expensive to achieve.

Keywords: Product Development – Cost Accounting – target cost – cutting costs.

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

ان التطور العلمي و التكنولوجي الذي شهدته هذه العقود الأخيرة من الزمن أوجب مواكبة هذه العصرنة علمستوى جميعالمجالات,ومنها المجال الاقتصادي حيث عرف هذا الأخير تطورا هائلا و سريعاً في جميع مقوماته, منها تطوير و تحديث الألات , استخدام برمجيات المعلومات و كذا عصرنة العقول المخططة التي ساهمت بدورها الهام بالنهوض بالاقتصاد الحديث . وفي ظل هذا التطور الاقتصادي الحديث و المنافسة الشديدة بين المؤسسات الاقتصادية ,وكذا ترسيخ معالم العولمة وما صاحبها من تركيز دقيق في معايير الجودة و متطلبات المنافسة الدولية وحتى المحلية ,وتلبية لرغبات المستهلك وتسارع اللجوء الى استخدام التكنولوجيات الحديثة مع التطور الهائل و المذهل في برامج المعلوماتية و الذكاء الاصطناعي , كل ذلك ألقى بظلاله على أساليب التسيير و تخطيط الانتاج و الأدوات المستخدمة في ذلك .

وعليه فان جل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تسعى في ظل التطور التكنولوجي السريع و المتميز في السوق ,وزيادة المنافسة بين المنتج المحلي والأجنبي, ومحاولة توخي الحماية للمنتجات المحلية الى الانتقال لعالم التصنيع الحديث, والعولمة خاصة بعد ظهور السياسات الاقتصادية التقشفية في المؤسسة الجزائرية.

لذا فهي مجبرة على الدخول الى بيئة التصنيع الحديث من خلال تطبيق أساليب وطرق جديدة لادارة التكاليف , كنظام التكلفة المستهدفة و التحسين المستمر , الانتاج في الوقت, استخدام أساليب التكنولوجيا و ادارة الجودة الشاملة الأمر الذي يعتبر التكلفة هدفا استراتيجيا تعمل المؤسسة من خلاله على تخفيض التكاليف أثناء عملية تخطيط وتطوير المنتجات ,في ظل ظروف ارضاء عدد كبير من العملاء وبذلك تعظيم حصتها في السوق وضمان استمراريتها ولتحقيق هذا يتوجب على المؤسسة تحديث منتوجاتها وذلك بمراجعة تكاليفها المستخدمة أي منتوجات ذات جودة عالية وتكاليف منخفضة

وعليه يمكن طرح الاشكالية التالية:

-هل يمكن الاعتماد على أساليب التكلفة لتطوير المنتجات في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ؟

وللاجابة على الاشكالية المطروحة يمكن طرح الاسئلة التالية:

- ماهو نظام التكاليف المتبع في المؤسسة ؟
- هل يؤدي نظام محاسبة التكاليف في المؤسسة الى التحكم في التكاليف؟
- كيف يساهم نظام التكاليف الذي تتبعه المؤسسة في تطوير المنتجات؟

فرضيات البحث:

للاجابة على الاسئلة السابقة قمنا بصيغة الفرضيات التالية:

- تعتمد المؤسسة على طرق تقليدية في حساب التكاليف .
- يؤدي نظام محاسبة التكاليف في المؤسسة الى التحكم في التكاليف .
- لا يساهم نظام التكاليف الذي تتبعه المؤسسة في تطوير المنتجات .

أهداف البحث:

نسعى من خلال هذا البحث الى:

- ابراز العلاقة القائمة بين تطوير المنتجات و تخفيض التكاليف .
- التعريف بمختلف الأنظمة لحساب التكاليف .
- التوصل الى مجموعة من النتائج التي تبين لنا كيفية تطوير المنتجات من خلال التحكم في التكاليف .

أهمية البحث:

يكتسي موضوع ' تطوير المنتجات من خلال التحكم في التكاليف ' أهمية كبيرة لارتباطه بالواقع المعاش لأي مؤسسة اقتصادية تسعى للنمو، الازدهار، البقاء و الاستمرارية، فلا وجود لمؤسسة و بقائها إلا إذا عملت على تطوير منتجاتها (سلع وخدمات) بشكل دائم، وفق ما تقتضيه المتغيرات المحيطة بها و هذا الموضوع، على

أهميته، فهو لم يحضى بنصيب كاف من الأبحاث و الدراسات لذلك جاء اختيارنا له، عسى أن نقدم إضافة

بسيطة في هذا المجال، محاولين إبراز مختلف الطرق الممكنة للتطوير، و المراحل المتتالية لبعث منتج

جديد في السوق، بطريقة علمية و مخططة، للوصول إلى نتائج إيجابية و تفادي المشاكل التي غالباً ما

ترافق طرح منتج جديد في السوق، مما أدى إلى الابتعاد عن أي محاولة حقيقية للتطوير، و الاكتفاء بمبادرات بسيطة في أغلب

الأحيان.

منهج البحث:

في محاولة للإجابة على الإشكالية المطروحة، و تحقيقها للأهداف المرجوة ، استخدمنا منهجاً وصفياً فيما

يخص الجانب النظري، سعياً منا للإلمام الموسع و المعمق بكل جوانب الموضوع، أما فيما يخص الجانب

التطبيقي، فقد اعتمدنا المنهج دراسة حالة لشركة ملبنة المنبع *Orolait* بولاية سعيدة.

هيكل البحث:

لمعالجة الإشكالية المطروحة قسمنا البحث إلى جزأين، جزء نظري و الآخر تطبيقي و يتكون القسم النظري من فصلين حيث يتعرض الفصل الأول إلى مفاهيم حول المنتجات و تطورها، فتتطرق إلى سياسة المنتجات انطلاقاً من المفاهيم الأساسية مروراً بالأهمية وصولاً إلى العناصر الأساسية لها.

كما يتناول هذا الفصل مختلف مفاهيم المنتج الجديد و أسباب تطوره، تصنيفاته. وصولاً إلى مراحل تطوير المنتج، ابتداء من اختيار المؤسسة للفكرة المناسبة للمنتج الجديد، و من ثم القيام بإعداده، تحديد السعر المناسب له، اتخاذ القرارات المناسبة في ما يخص التغليف، و اختيار الاسم المناسب.

أما الفصل الثاني فيتناول عنصر تطوير المنتجات من خلال التحكم في التكاليف، و ذلك من خلال عرض ماهية التكاليف التي تشمل مفهوم التكاليف و مدلولها في الدراسات الاقتصادية، المحاسبية، الإدارية و مختلف أنواعها.

كما يتناول هذا الفصل تصنيفات التكاليف و طرق حسابها.

أما العنصر الثاني لهذا الفصل فقد خصص للحديث عن أسباب ابتكار نظام التكاليف المستهدفة واستخدامه من قبل المشروعات المتطورة إضافة إلى شرح وتوضيح مفهوم نظام التكاليف المستهدفة وأهدافها ووظائفها ، و ابراز أهم مراحل تحديد التكاليف المستهدفة وتطبيقها في المشروعات الصناعية.

أما العنصر الثالث فقد خصص لمفهوم تخفيض التكاليف, ومختلف مبادئ و أسس و عناصر تخفيض التكاليف, و كيفية تخفيض التكاليف باستخدام التكاليف المستهدفة.

في حين خصص العنصر الرابع لدراسة عملية تطوير المنتجات بدءا بعرض المفاهيم و مختلف المبادئ وصولا الى كيفية تطوير المنتجات باستخدام التكاليف المستهدفة.

أما الفصل الثالث فخصص للعمل التطبيقي و الدراسة الميدانية على مستوى ملبنة المنبع بولاية سعيدة تطرقنا فيه إلى التعريف بالمؤسسة محل الدراسة ثم تناولنا نتائج الدراسة و التوصيات التي من شأنها مساعدة المؤسسة في تطوير المنتج (الحليب و مشتقاته) من خلال التحكم في تكاليفها.

الدراسات السابقة:

دراسة 'ميساء محمود محمد راجحان' بعنوان " دور التكاليف المستهدفة في تخفيض التكاليف وتطوير المنتجات " دراسة ميدانية على الشركات الصناعية في مدينة جدة " هدفت الدراسة الى التعرف على دور التكاليف المستهدفة في تخفيض التكاليف وتطوير المنتجات في المؤسسات الصناعية في اليابان خاصة ، وكذلك في الدول المتقدمة التي قامت باستخدام هذا الأسلوب في مؤسساتها الصناعية و تطوير المنتجات في المؤسسات الصناعية العاملة بالمملكة العربية السعودية و الاستفادة من التجربة اليابانية.

دراسة 'هناء بن سعيد' بعنوان " دور أسلوب التكلفة المستهدفة في تحديد سعر المنتج " هدفت الدراسة الى التعرف على دور أسلوب التكلفة المستهدفة في تحديد سعر المنتج في المؤسسات الخاصة بصنع الكوابل ENICAB ولاية بسكرة و تبيان العلاقة القائمة بين التكاليف المستهدفة وتحديد السعر و التوصل الى مجموع من المقترحات التي يمكن أن تفعل دور التكاليف المستهدفة في تحديد سعر المنتج .

دراسة ' غنية فيلالي ' بعنوان أساليب تطوير المنتجات في المؤسسة الاقتصادية" هدفت الدراسة الى التعرف على أساليب تطوير المنتجات الخاصة بشركة عتاد التكديس و الحمولة GERMAN قسنطينة و تبيان الطرق و الأساليب التي تتمكن المؤسسة من خلالها العمل على التطوير الدائم لمنتجاتها . و ذكر الخطوات الضرورية لتطوير منتج جديد، إضافة إلى كل السياسات التسويقية التي ترافق بعث منتج جديد في السوق بنجاح.

صعوبات الدراسة:

قد واجهتنا عدة صعوبات أثناء إعداد هذا البحث، أهمها قلة المراجع المتخصصة في هذا الموضوع، لا سيما المراجع باللغة العربية إضافة إلى حداثة الموضوع، مما خلق صعوبة في التحكم الجيده كما نشير إلى عنصر الزمن المقيد به لإنجاز هذا البحث مما أدى بنا إلى تجنب التفصيل في بعض العناصر، إلا أن ذلك يفتح لنا المجال لمواصلة البحث و التعمق في الموضوع ع

الفصل الأول

مفاهيم حول المنتجات و تطورها

تمهيد الفصل:

إنما تبحث عنها المؤسسة الاقتصادية يتمثل في الطرق والوسائل لإيصال المنتجات للمستهلك كما جلا لا احتفاظاً وزيادة الحصة السوقية مع تحقيق فوائد كبرى، لكننا المستهلك كي يحدث أثاراً على المنتجات التي تلبي رغباته بأقل تكلفة مع سهولة الحصول عليها من السوق .

ومن هذا المنطلق فإن إدارة التسويقية لا يمكن أن تكون منظمة يجب أن تأخذ بعين الاعتبار الرغبات المتغيرة للمستهلك واحتياجاته، وكذا التطور التكنولوجية سواء على المستوى الاقتصادي وفي مجال المعلوماتية إضافة إلى التغيرات المستمرة في السوق من منتجات جديدة منافسة، خاصة وأن المؤسسات تريد عدة تشكيلات للمنتجات لتتواءم مع احتياجاتها ووضعها من حيث المرحلة التي يمر بها المنتج في دورته حياته، الوضع التنافسي وهذا كله يجعلنا نأخذ بالاعتبار استراتيجيات التسويق التي تتبناها لمؤسسة في تطوير المنتجات الحالية أو الجديدة متباينة ومختلفة وتختلف من مؤسسة لأخرى حسب أهدافها وظروفها وإمكانياتها المؤسسة وظروفها السوق .

و عليه سنتطرق في هذا الفصل الى العناصر التالية :

✓ المنتج والمفاهيم المرتبطة به .

✓ أساسيات تطوير المنتجات .

المبحث الأول: مفاهيم حول المنتجات

المطلب الأول: سياسة المنتجات

تنبؤاً بالمنتجات في أي مؤسسة مكانة جوهرية في العملية التسويقية ولكي تكون هذه العملية أكثر فاعلية، لابد من وجود منتج جيد يمكن الاعتماد عليه والثقة فيه من قبل المستهلك، ويواجه المسؤولون الرئيسيون (الإدارة العليا، البحوث وتطوير الإنتاج) مع رجال التسويق العديد من القرارات والتحديات المتنوعة في مجال صياغة وتصميم سياسة المنتجات وهدف الجميع هو تحقيق التوافق بين المنتجات واحتياجات المستهلك حيث أن نجاح أي مؤسسة في المنافسة يتوقف على مدى فاعليتها في تحقيق هذا الهدف.

فالمنتج الناجح قد يكون قادراً على خلق درجة أعلى من الحماس بين رجال البيع وهو أمر حيوي للمؤسسة، كما أنه يوفر للمؤسسة مرونة أكبر واستقلالا في التسعير والترويج والتنوع.

وتتطوي سياسة المنتجات على العديد من الجوانب والمشاكل، سنحاول الإلمام بها، وذلك من خلال التطرق الى:

1- ماهية سياسة المنتجات:

لفهم الجوانب المتعلقة بسياسة المنتجات وتبيان أهميتها لابد من الإحاطة بالجوانب الأساسية التي تمثل المنتج بداية من تعريفه.

1-1- تعريف المنتج:

يعتبر المنتج من أهم عناصر المزيج التسويقي خاصة وأن عناصر المزيج الأخرى تعتمد بشكل أساسي على وجود سلعة معينة لتتجه مجمل النشاطات لتسويقها ويمكن تعريفها:

على أنها 'شيء يحمل خصائص وصفات ملموسة وغير ملموسة يمكن عرضها في السوق لجذب الانتباه ويمكن لهذا الشيء تلبية حاجات ورغبات إنسانية وقد تكون مادية أو خدمية'¹.

ويعرف كذلك على أنه: تلك المجموعة من العوامل المادية، الشكلية، الرمزية، التي تم تركيبها وتصميمها لإشباع حاجات ورغبات المستهلكين المستهدفين².

• ويرى (kotler):

المنتج على أنه " أي شيء يمكن تقديمه للسوق بغرض الاستهلاك أو الاستخدام أو الحياة أو الإشباع لحاجة معينة أو رغبة معينة"³

1 عبد السلام أبو قحف، مبادئ التسويق الدولي، الدار الجامعية للطباعة و النشر، 2002، ص143

2 محمد ابراهيم عبيدات، تطوير المنتجات الجديدة، مدخل سلوكي، دار وائل للطباعة و النشر و التوزيع، 2004، ص135

3 Philip kotler et bernard du boi, marketing management, publi-union (éducation) 1997, p412

لذلك نجد أن المستهلك يفضل اسما تجاريا معيناً، لأنه يبني تفضيله على عدة عوامل منها تاريخ وشهرة المؤسسة المنتجة، تصميم المنتج، تغليفه، خدمات ما بعد البيع، وعلى هذا فهو يستمد من شرائه للمنتج منافع أخرى بجانب المنافع الملموسة.

1-1-1 المحتوى الرمزي للمنتج :

هو الصورة الذهنية لدى المستهلكين ترتبط بالقيمة المعطاة بغض النظر عن الشكل الملموس للمنتجات، فإن المعنى الرمزي، أي التصور الذهني الذي يربط المستهلك بالمنتج هو الحافز الأساسي في عملية الشراء.

ثم ان خصائص الصورة الذهنية من خلال العلامة، والتوظيف منشأها أن تجعل من المنتج أداة اتصال مميزة.

2-1-1 مستويات المنتج:

لأي منتج ثلاث مستويات أساسية، كما أنها تندرج من مجرد إشباعها للحاجات الرئيسية للمستهلك إلى إشباع الحاجات الأخرى غير الأساسية، ويمكن توضيح المستويات والتدرج في الإشباع باختصار كالتالي:

❖ المستويات:

حيث تنطوي أي سلعة على المستويات التالية:

- ✓ **الجوهر:** يرتبط بما يشتري المستهلك بالضبط، فمثلاً عندما تقوم بشراء كاميرا فأنت لا تشتري الصندوق في حد ذاته ولكنك تشتري أمل أو سعادة، هذا يعني أن رجل التسويق يبيع منفعة حقيقية وليس النواحي المظهرية للسلعة ذاتها.
- ✓ **المظهر:** وهو الجانب المادي أو الظاهر أمام المستهلك، وله خمس خصائص:
 - مستوى الجودة .
 - الموديل .
 - الاسم .
 - ،العلامة .
 - والغليف الخارجي .
- ✓ **المنافع الإضافية:** وتمثل في الخدمات المقدمة بعد البيع للسلع المعمرة أو الضمانات ... وغيرها.

❖ التدرج :

يجب أن نعترف بان أي سلعة تتدرج في مستويات الإشباع التي تحققها للحاجات المختلفة، أي من الحاجات الأساسية إلى الحاجات الأخرى الفرعية الممكن إشباعها من السلعة.

1-2-1 خط المنتجات:

يمكن تعريف خط المنتجات بأنه مجموعة من المنتجات التي يوجد ارتباط فيما بينها سواء على مستوى الهدف السوقي أي أنه اتباع لنفس المجموعة من المستهلكين أوالمشترين الصناعيين أوعلى مستوى منافذ التوزيع أي أنه تم توزيعها بنفس المنافذ أوتعويضها بنفس الأساليب أي أن هناك تشابه في عناصرالمزيج التسويقي المصاحب لتقدمها فالملابس مثلا تكون خطا عاما من المنتجات ولكن في محل الملابس الخاصة بالرجال خط منتجات وملابس النساء خط منتجات آخرالخ⁴

1-3-1 مزيج المنتجات:

إن إجمالي المنتجات المصنوعة من قبل المؤسسة تشكل المزيج المنتج أو ما يعرف بتشكيلة المنتجات، وقد يحدث أن نجد لنفس المؤسسة منتجات مختلفة عن بعضها ومن هنا وجب جمعها بشكل متجانس ومرتبب ببعضها البعض .

1-3-2 تعريف مزيج المنتجات (التشكيلية):

- يمكن أن نعرف التشكيلة على أنها 'مجموع ما يقدمها المشروع من خطوط منتجات'⁵.

كما يمكن تعريفه " من خلال نفس التكنولوجيا التي تنتمي لها المنتجات أوحى من نفس السوق، تتضمن التشكيلة عددا متوسطا من المنتجات أوالخدمات التي تستطيع أن تجمع في خطوط إنتاجية عديدة.⁶

المطلب الثاني: العناصر الأساسية في سياسة المنتجات

⁴ محمد فريد الصحن، اسماعيل السيد، التسويق،الدار الجامعية، الاسكندرية، 1993، ص226

⁵ محمد فريد الصحن، اسماعيل السيد، المرجع نفسه، 1993، ص206

⁶ محمد ابراهيم عبيدات، 2004، ص114

إن تحديد المكونات الرئيسية لسياسة المنتجات مرتبط أساساً بإتخاذ مجموعة من القرارات المناسبة تتعلق بما يلي:

- ❖ المميزات الذاتية للمنتوج.
- ❖ دورة حياة المنتج.
- ❖ تغليف المنتج.
- ❖ بيانات المنتج.
- ❖ تموقع المنتج.

وسنعرض هذه المكونات فيما يلي:

1-تحديد المميزات الذاتية للمنتوج

- تعريفه: إن ما نسميه بالمميزات الذاتية للمنتوج أو الخدمة "هو كلا المواصفات الحقيقية والملاحظة الموضوعية".

ويمكن ذكرها كما يلي:⁷

➤ الميزة الأولى: "تركيب المنتج"

وهي الصفات التقنية للمكونات فإذا أخذنا صناعة السيارات ونموذجها يمكن وضعها على أساس عدد الأماكن، الحجم، المادة المستخدمة فيصنع الهيكل.

➤ الميزة الثانية: "كفاءة المنتج"

وتفسر كفاءة المنتج عن طريق الملاحظة الموضوعية من طرف المستهلكين أثناء استصلاحهم للمنتوج واستعمالهم له فنجاعة المنتج طبيعياً مرتبطة بتركيب المنتج مثلاً كفاءة منتجات كيماوية من خلال درجة نقاء هذه المنتجات من الشوائب.

➤ الميزة الثالثة: "التلاؤمية"

ويمكن اعتباره من خلال المظهر الخارجي أو تصميمه أو تغليفه فالتلاؤمية تهتم دائماً بالشكل والديكور الخاص بالتصميم والغلاف الخارجي .

2-دورة حياة المنتج.

- يمتلك كل منتج دورة حياة معينة، حيث يظهر في وقت معين ثم يختفي، وهذه المدة قد تطول أو تقصر تحت تأثير عوامل مختلفة منها تعيّر أذواق المستهلكين وحاجاتهم ومتطلباتهم، ابتكار منتجات جديدة والتقدم التقني.

1-2- مراحل دورة حياة المنتج.⁸

⁷Jacques lendrevieetdenislindon,thhorieet pratique du marketing,5éme édition,paris,1997,p213

- يمر المنتج في حياته في عدة مراحل نذكرها بالترتيب كالتالي :

❖ مرحلة تنميّة المنتج:

- عمليه تنميه المنتجات من التحديات الرئيسية في مجال النشاط التسويقي فالمنشآت لابد لها ان تفكر في إيجاد منتجات جديدة وذلك للعديد من الأسباب منها مواجهة مرحلة إنحدارالمنتجات الحالية و مواجهة المنافسة الشديدة و تقليل مخاطر الاعتماد على منتج واحد.

❖ مرحلة التقديم:

- تبدأ هذه المرحلة عندما يوزع المنتج لأول مره للمشتريين في السوق، وعادة ما يأخذ تقديم المنتج الجديد للسوق بعض الوقت، وتتميز هذه المرحلة بانخفاض معدل نمو المبيعات.

➤ مميزاتّها:

- ✓ انخفاض في حجم المبيعات و بالتالي الأرباح.
- ✓ ارتفاع تكلفة الوحدة و المبررة بارتفاع تكلفة البحث والإنتاج،الاتصال التوزيع، والتي لم يتم اهتلاكها بعد.
- ✓ قلة عدد الزبائن.
- ✓ انخفاض حدة المنافسة.

❖ مرحلة النمو:

وهي مرحلة تزايد المبيعات وبمعدلات نمو سريعة وذلك نتيجة إعادة شراء المنتج الجديد من قبل المستهلكين الأوائل من جهة ولدخول عدد كبير من المستهلكين التقليديين لسوق هذا المنتج من جهة أخرى مما يعتبر مؤشراً واضحاً على دخول المنتج الجديد لمرحلة النمو.

➤ مميزاتّها:

- ✓ نمو معتبر للمبيعات، وسياسة الترويج تأتي بشمارها.
- ✓ بقاء تكلفة الوحدة مرتفعة، بسبب مصاريف الاتصال المرتفعة وعدم اهتلاك مصاريف الإنتاج.
- ✓ ازدياد المنافسة المباشرة من طرف المؤسسات الأخرى و بتالي تقدم منتجات مشابهة.
- ✓ تحقيق أرباح متزايدة، لكن احتمال تحقيق خسارة أحيانا.

❖ مرحلة النضج:

وهي مرحلة تستقر خلالها أرقام المبيعات عند مستوى شبه ثابت باستثناء الزيادة البسيطة في بداي هذه المرحلة و الانخفاض البسيط في نهايتها أيضاً.

➤ مميزاتّها:

⁸ د. عبد الخالق أحمد باعلوي، مبادئ التسويق، صناعة، الامين للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، 2008-2009م

- ✓ ارتفاع شديد في حدة المنافسة.
- ✓ ارتفاع الميزانية المخصصة للترويج وخاصة الاتصال.
- ✓ الامتلاك التام لمصاريف الإنتاج، البحث، التوزيع، مما يترتب عنه انخفاض تكلفة الوحدة.
- ✓ زبائن المؤسسة الأوفياء ينتظرون المنتجات البديلة.
- ✓ الأرباح في أقصى درجة لها.
- ❖ مرحلة الانحدار (التدهور):

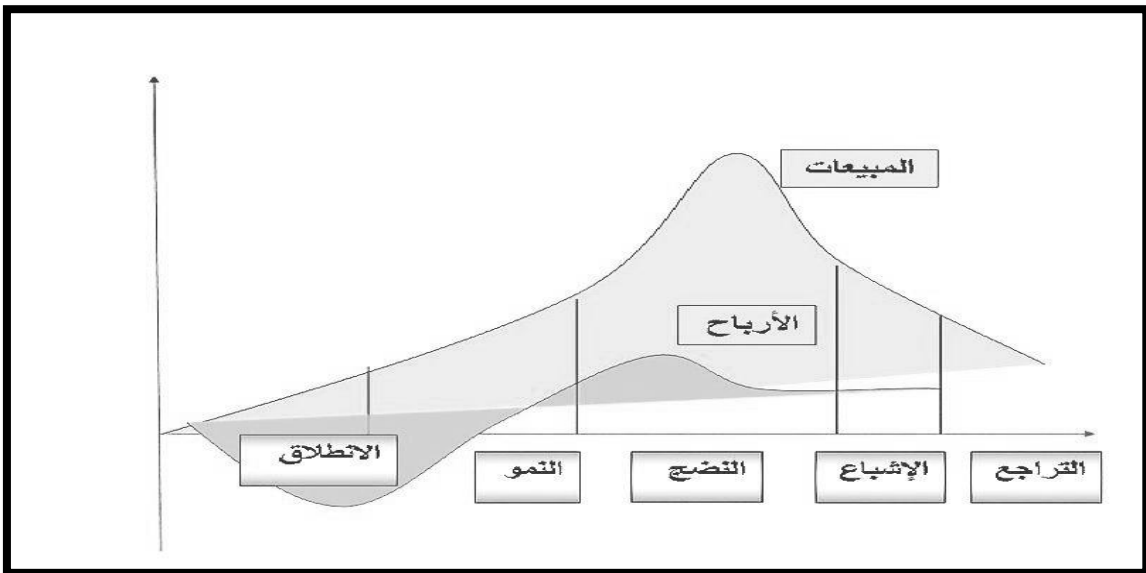
- هي آخر مرحلة لدورة حياة المنتج الحالي، حيث تشهد انسحاب سوق المنتج، حيث تمر بهذه المرحلة معظم المنتجات القديمة ويكون الانحدار بطيئاً وقد يكون سريعاً وقد يصلر قماً المبيعات إلى الصفر، وقد يصل إلى الحد معين ويستمر عند هذا الحد المنخفض.

➤ مميزاتها:

- ✓ تدهور المبيعات.
- ✓ انخفاض تكلفة الوحدة.
- ✓ زبائن المؤسسة قدامى مستهدفون ضمن حصص سوقية معينة.
- ✓ منافسة متخصصة جدا والتي تقوم بالانسحاب تدريجياً إلى أسواق أخرى، منتجات أخرى، قطاعات سوقية أخرى.
- ✓ الأرباح في انخفاض مستمر.

2-2 منحنى دورة حياة المنتج:

الشكل رقم: 01



المصدر: د. عبد الخالق أحمد باعلوي, مرجع سابق, 2009, 2008

➤ اعتبارات هامة لدورة حياة المنتج:

- ✓ تختلف طول الفترة الزمنية التي تأخذها كمرحلة من منتج لأخر وذلك حسب طبيعة المنتج، وطبيعة السوق واتساعه، ودرجة التطور التكنولوجي والاقتصادي.
- ✓ بعض المنتجات في مرحلة التقهقر تجد استعمالات أخرى في مجالات أخرى وبذلك تدفع دورة حياتها من جديد .
- في الحالة العامة فإن معظم المنتجات تمر بهذه المراحل الأربعة السابقة الذكر، لكن هناك منتجات لا تعرف تطورا سريعا منذ البداية، وبذلك لا يعرف صعوبات مرحلة التقديم والبعض الآخر يعرف فشلا ذريعا بعد إطلاقها لغيرالموفق.

3-تغليف المنتج:

يمثل الغلاف أحد العناصر أو المكونات المادية الشكلية للسلعة، والغلاف يعتبر من أكثر العناصر فعالية في التأثير على المستهلك فهو يساعد في تشكيل إدراك وتصور المستهلك عن السلعة، كما أنه يمثل أحد أنواع الجاذبيات البيعية فالغلاف يلعب دورا رئيسيا في تسويق السلعة حيث يؤثر بدرجة كبيرة على قرار الشراء خاصة لسلع مثل المستحضرات الطبية وأدوات التجميل....وفضلا عن هذا فالغلاف له وظائف أخرى لا تقل أهمية عن هذه .

3-1 تعريف التغليف:

- يمكن أن يعرف التغليف على انه "إجمالي العناصر المادية المرفقة بالمنتج والتي تباع معه بغرض تسهيل حمايته، نقله، الاحتفاظ به بالإضافة إلى عرضه في الرفوف للتعريف به ولتسهيل استعماله من قبل المستهلكين"⁹
- ومن العوامل التي أدت إلى الاهتمام بعملية تغليف المنتج نذكر مايلي:¹⁰
- ✓ القيام بمهام رجل البيع خاصة في منافذ توزيع السلع الاستهلاكية وانتشار أسلوب الخدمة الذاتية في انتقاء السلع المطلوبة كما هو الحال في متاجر " السوبرماركت".
- ✓ التغيير في رغبات المستهلكين في الحصول على سلع ذات مميزات فنية جيدة من حيث الشكل واللون والحجم... إلخ، وذلك نظرا لزيادة الدخول وبالتالي زيادة القدرة الشرائية لدى المستهلكين.
- ✓ نتيجة التطور التكنولوجي الملفت فإن الإمكانيات المتاحة كبيرة جدا وكافية لإنتاج سلع ذات مواصفات جيدة وبالتالي تغليف السلعة بتكلفة منخفضة.

3-2وظائف التغليف:

- إن وظائف التغليف كثيرة منها التقنية ومنها الاتصالية وعموما يمكن جمعها في ثلاث وظائف أساسية هي:¹¹

❖ وقاية المنتج:

⁹ jacques lendrevieetdenislondon ,1997,p236

¹⁰ بيان هابي حرب، مبادئ التسويق، مؤسسة الوراق النشر، عمان، الاردن، 1999، ص156

¹¹ صلاح الشتاوي، ادارة الانتاج، مركز الاسكندرية للكتاب، الاسكندرية، مصر، 1996، ص286

وهي من أهم وظائف الغلاف، حيث يساعد الغلاف على حماية المنتج ضد التلف أو التبيد أو التلوث، كما يساعد على سهولة حمل ونقل ومناولة المنتج.

❖ الترويج للمنتج:

يلعب الغلاف الجذاب دورا كبيرا في التأثير على المستهلك في تحديد اختياراته، بالإضافة إلى إمكانية استخدام خصائص الغلاف (العبوة) من حيث سهولة الاستعمال وإمكانية استخدام العبوة بعد استهلاك المنتج كذلك يبرز دور التغليف في تمايز المنتج وإيجاد اختلافات نفسية لدى المستهلك.

❖ تسهيل عملية البيع و الاستهلاك:

ويظهر هذا من خلال حجم الغلاف، فالحجم المطلوب يختلف من منتج لآخر، ومن مستهلك لآخر، كذلك هذه الوظيفة تسهل عملية المناولة من المنتج إلى المستهلك بما في ذلك عمليات النقل.

4- بيانات المنتج:

بعد إعداد المنتج ووضع الغلاف المناسب، يصبح من الضروري وضع جميع البيانات التي يهتم المستهلك الإحاطة بها، وقد توضع هذه البيانات على الغلاف كما قد تثبت على ورقة منفصلة، توضع مع السلعة داخل الغلاف وقد ازدادت أهمية وضع البيانات على المنتجات بعد أن تعددت أنواعها في السوق للدرجة التي جعلت المستهلك لا يستطيع المقارنة بينها إلا إذا توفرت لديهم المعلومات الضرورية عنها.

وفي هذا الإطار يمكن ذكر أهم البيانات التي يجب الاهتمام بإظهارها وهي:

- ✓ الأغراض التي يمكن للمنتج أن يؤديها.
- ✓ المواد التي يتكون منها المنتج.
- ✓ مواصفات المنتج من حيث الحجم، الوزن، العدد والقياس.
- ✓ طريقة المحافظة على المنتج والعناية به.
- ✓ اسم المؤسسة المنتجة أو الموزع وعنوانه.
- ✓ تاريخ الصنع وانتهاء صلاحية الاستهلاك.
- ✓ توصيات ونصائح خاصة من المؤسسة المنتجة أو الموزع عن بعض الاستعمالات أو الأغراض التي للمنتج أن يؤديها.

5- تموقع المنتج :

- التموقع هو ”إعداد تصور معين عن المنتج وعلامته بهدف إعطائه مكانا يفضل ويتميز عن المكان الذي يحتله المنافسون داخل ذهن وتفكير المستهلك.“

- والسبب الرئيسي الذي يجعل من المهم القيام بموقعه للمنتوج هو تشبع الأسواق وبطئ نموها، إضافة إلى تعدد المنتجات المقلدة، الإشهار المكثف وكذا وجود المنافسة السعرية، مما يفسر تطور استراتيجية موقعة المنتوج.
- وتعتبر موقعة المنتوج امتدادا طبيعيا لتطبيق سياسة تجزئة السوق بمعنى أنه بمجرد تعريف السوق المستهدفة وتحديد خصائصها بشكل واضح ومفهوم فان مدير التسويق يقوم باتخاذ القرار الخاص بتحديد موقعة للمنتوج بالشكل الذي يؤدي إلى إشباع المنتج لحاجات ورغبات هذه السوق المستهدفة، وإذا حدث لسبب أو لآخر تغيير في السوق المستهدفة فقد يستلزم ذلك إعادة تصميم المنتج وتعديل موقع تهيواك بالحاجات والاهتمامات الجديدة في السوق.

1-5 أهمية بناء التموقع:

إن الأهمية الكبرى للتموقع تكمن في قدرته على إدماج العرض (المنافسة) والطلب (السوق المستهدف) في التفكير الاستراتيجي نفسه، مما يسهل من اتخاذ القرار التسويقي، وفي الواقع فإن اختيار تموقع جيد يمكن أن ينجم عنه عدة مزايا :

12

➤ التمييز في سوق كثيف المنافسة:

في حالة ازدحام السوق فإن العديد من العلامات تقدم للمستهلكين منتجات غالبا ما تكون متقاربة ومتشابهة والمبدأ الأساسي لإستراتيجية التموقع هي أن تجعل المستهلك يعتبر أن منتجنا - فقط هو - قادر على إشباع رغباته الخاصة وبعبارة أخرى فإننا نبحت عما يجعل علامة منتجنا تختلف وتميز عن منتجات المنافسين وذلك بأنها تقدم للمستهلك شيئا أفضل منهم، إن هذا السعي الحثيث نحو التمييز يجعل المؤسسة في منأى عن المسارات التي يسلكها عموم المنافسين، إنه يجنب المؤسسة عمل نفس الأشياء التي قاما الآخرون من خلال اختيار عامل للتمييز يعتمد على رغبة وتطلع أساسي لقطاع أو مجموعة قطاعات في السوق، إن إشباع هذا التطلع سيسهم في خلق علاقة دائمة مع المستهلكين قائمة على وفائهم وولائهم لمنتوج المؤسسة .

➤ المساعدة في تسيير حافظة المنتجات:

إذا كانت كل علامات ومنتجات المؤسسة تحتل التموقع الذي ترغب فيه تلك المؤسسة والموضوع من قبلها مسبقا، فإن خطر تداخل تلك المنتجات في التموقع ذاته نظريا تكون منعدمة وهذا ما يجعلها في مأمن من عملية التآكل الذاتي .

➤ التموقع ضمان لتناسق المزيج التسويقي:

إن أحد المزايا الأساسية التي يؤمنها اختيار التموقع المناسب للمنتوج هو أنه شرط ضروري لتناسق النشاط التسويقي في الميدان، فلو أن رجل التسويق لم يختار الخطوط الرئيسية لعرضه مسبقا فإن القرارات المتخذة فيما يتعلق بسياسات المنتج،

السعر، التوزيع، والترويج لها حظ ضئيل في أن تكون متوافقة ومتناسقة مع بعضها البعض، وبعبارة أخرى فإن المزيج التسويقي يفقد وحدته وانسجامه، وعلى النقيض من ذلك فإن اختيار التموقع وإسقاطه على المزيج التسويقي سيضمن الاتساق والتناسق بين مكوناته ويقلل من احتمال تعارضها، ذلك أنها ستكون جميعاً، موجهة نحو هدف واحد وهو تحقيق مفهوم التموقع الذي ترغب فيه المؤسسة.¹³

2-5 محددات التموقع:

من أجل اختيار الخصائص التي ستكون قاعدة تموقع عرض المؤسسة فإن رجل التسويق عليه أن يأخذ في الاعتبار ثلاثة عوامل محددة:

- 1) تطلعات الجمهور فيما يخص الفئة التي ينتمي إليها منتوجه.
 - 2) تموقع منتجات المنافسين في مقابل تلك التطلعات.
 - 3) المؤهلات والمواصفات الكامنة في المنتج .
- إن هذه العوامل تكون ما يسميه بعضهم "المثلث الذهبي" الذي يحدد مكان التموقع المطلوب .

¹³Ibid, p : 98

المطلب الثاني: القرارات المتعلقة بالمنتجات

- إن المنتجات تتميز بعناصر عديدة أو ما يسمى بالأنشطة المتعلقة بالمنتجات و التي من خلالها تنسجم المنتجات مع حاجات المستهلك و نذكر منها ما يلي:

❖ أولاً: التمييز :

يعرف على أنه: " تلك الجهود التي تبذلها المؤسسة في سبيل تمييز منتجاتها عن منتجات المنافسة لها "14.

و يستخدم التمييز عدة مصطلحات:

➤ الاسم التجاري: يتألف من كلمات، حروف، و أرقام يمكن التلفظ بها.

➤ العلامة التجارية: عبارة عن شكل، صورة، أو شعار يمكن التعرف عليه بالنظر فقط .

و تعرف أيضا بأنها: " اسم أو عبارة أو علامة أو رمز أو تركيبة من كل هذه العناصر تستخدم في التعريف بغرض بائع أو مجموعة بائعين و تميزهم عن منافسيهم "15.

➤ "الماركة التجارية: هي اسم أو علامة تجارية لها حماية قانونية، بحيث يقتصر استعمالها على المنتج أو على موزع معين، و ذلك من خلال تسجيلها لدى وزارة الصناعة والتجارة و منه فهي تعبير قانوني لكل من الاسم و العلامة التجارية "16.

1-1 فوائد التمييز:

✓ يؤدي التمييز إلى حماية المنتج من المنافسة غير المشروعة .

✓ يسهل على المستهلك التعرف على السلعة التي يرغب في شرائها، و بالتالي ضمان مستوى معين من الجودة .

● يمكن أن يكون التمييز فردي أو عائلي :

➤ فردي: يتميز كل منتج من منتجات المؤسسة بعلامة مغلفة عن المنتج الاخر.

➤ عائلي: تستخدم المؤسسة علامة واحدة لجميع منتجاتها.

❖ ثانياً: خصائص المنتج :

- 1-التصميم: يشير تصميم المنتج إلى ترتيب العناصر التي تشكله، و يمكن أن يؤدي التصميم الجيد إلى :

➤ تحسين إمكانيات تسويق المنتج.

¹⁴ محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص358

¹⁵ Philip kotler et Autres, Maketing Management, 14ème edition, Pearson Education, France, 2012, P :314.

¹⁶ محمد صالح المؤذن، مرجع سابق، ص114

➤ تسهيل عمليات استخدامه واسته لأكه.

➤ زيادة نسبة الترويج له .

2-اللون: غالبا ما يكون لون المنتج هو العامل المحدد لقبول المستهلك به.

3-الجودة: تسعى المؤسسات إلى تفعيل مفهوم الجودة كوسيلة لاكتساب ميزة تنافسية.

- فالجودة تعرف على أنها: " مجموعة المميزات و الخصائص التي تحدد قدرة المنتج على إرضاء حاجات المستهلك و اشباعها " .

فعندما تكون جودة المنتج المدركة أكبر من الجودة المتوقعة فإن المستهلك يكون راضيا والعكس، و لاكتساب ميزة تنافسية يجب على المؤسسة إتباع برامج الجودة الشاملة ليس كسياسة أو ممارسة فقط و انما كفلسفة تلتزم بها المؤسسة بتحسين جودة منتجاتها بشكل متواصل¹⁷ .

❖ ثالثا: التغليف:

- يشير عنصر تغليف المنتج بأنه أي إطار أو محتوى يعرض المنتج من خ لالهالبيع .

و لقد أجمع المختصون في الميدان التسويقي، على أن الغلاف هو الصورة المرئية للمنتج، و أن المستهلك يحكم عليه قبل أن يحكم على المنتج ذاته.¹⁸

بالرغم من أن تكاليف التغليف مرتفعة إلا أنه يحقق عوائد للمؤسسة إذ أن من أهم فوائده :

➤ تحقيق منافع اتصالية من خ لال :

✓ تعليمات موجهة للمستهلك .

✓ طريقة عمل المنتج .

✓ يعتبر وسيلة ترويجية من خ لال اللون والتصميم الجذاب .

➤ منافع وظيفية:

✓ الحماية و التخزين.

➤ منافع إدراكية:

يشكل التغليف عنصرا هاما في تكوين إدراك المستهلك، عن طريق إيصاله فكرة معينة عن مستوى المنتج وجودته .

¹⁷ حميد الطائي، بشير العلاق، مرجع سابق، ص47

¹⁸ فريد كورتل، مدخلا للتسويق، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص25

❖ رابعاً: التبيين:

بالإضافة إلى الغلاف في معظم المنتجات الاستهلاكية و الصناعية يتطلب من المؤسسة الانتاجية و بحكم القانون أن نلصق بطاقة تعريفية على منتجاتها بغض النظر عن حجم المنتج، و تؤدي البطاقة التعريفية الوظائف التالية¹⁹ :

- التعريف بالاعراض التي يمكن للمنتج أن يؤديها.

✓ المواد التي يتكون منها.

✓ اسم المؤسسة المنتجة.

✓ تاريخ الصنع، و انتهاء الصلاحية.

✓ توصيات و نصائح خاصة بالمؤسسة المنتجة عن طريق المحافظة على المنتج- .تطبيق القانون و حماية المستهلك و الاستجابة للتعليمات الحكومية.

✓ تساعد في الترويج للمنتج.

❖ خامساً: العناصر الداعمة:

:تتمثل في عنصرين²⁰:

➤ الكفالة: تعهد مكتوب يلتزم فيه المنتج بالتعويض للمستهلك، إذا ثبت عدم صلاحية المنتج أو لم يؤدي الوظائف المفروض أن يؤديها .

➤ الضمان: هو تأكيد يلتزم به المنتج بأن منتجاته سوف تحقق رضا المستهلك و يساهم الضمان في :

✓ يساعد عملية بيع المنتج.

✓ يعتبر كطريقة لتحقيق إي ارادات إضافية كون أن عملية الضمان تشمل خدمات ما بعد البيع و تركيب الاجهزة.

¹⁹ حميد الطائي، وآخرون، التسويق الحديث، الطبعة العربية، داراليازور العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص199

²⁰ نظام موسى سويدان، شفيق ابراهيم حداد، التسويق (مفاهيم معاصرة)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2006، ص210

المبحث الثاني: مدخل الى عملية التطوير

تعتبر المفاهيم الإدارية و الاقتصادية كفكرة و ممارسة من الأمور الأولية الواجب تحديدها لإرساء الأرضية المناسبة لإدارة المنتجات الجديدة ذلك انه لا يمكن أن تتحرك عملية التطوير السلعي أو الخدمي في غياب المفاهيم الصحيحة و الواضحة التي في تقدير الخطوات اللاحقة للعملية التطويرية كما ان هذا الوضوح يعتبر العامل المساعد في تقدير ردود أفعال كل من طرفي المعادلة المستهلكين و المنافسين نحو ما يجري تطويره و بشكل عام تمكن إيراد هذه المفاهيم على الشكل التالي:

- ✓ التوافق مع أهداف المؤسسة إذ من المهم أن يتوافق مفهوم المنتج الجديد مع أهداف المؤسسة و بما يعزز صورتها و ذاتيتها.
- ✓ الإمكانية التقنية أيضا لا بد أن تتوفر التقنية المناسبة داخل المؤسسة لتطوير المنتج الجديد.
- ✓ كما تعتبر المشروعية القانونية من الأمور الأساسية للسير بخطوات التطوير للفكرة أو الأفكار الجديدة.
- ✓ تحديد مقدار الطلب المتوقع على المنتج الجديد في حالة طرحه في الأسواق بالإضافة إلى تقدير نسبة النمو في الطلب عليه و من سنة لأخرى.
- ✓ كما أن تتوفر الأموال اللازمة لتمويل تطوير الفكرة الجديدة للمنتج من الأمور المحددة لاستمرارية العمل بعملية التطوير في الوقت الراهن أو المستقبل.
- ✓ يعتبر التوافق مع النشاطات و الفعاليات التسويقية من المعايير التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار للسير بعملية التطوير، ذلك أن التشابه الكبير في الأنشطة التسويقية التي تتطلبها عملية التطوير للمنتج الجديد يؤثر على تكاليف تطويره و إنتاجه و تسويقه فيما بعد، لذا لا بد من إجراء تقييم موضوعي لتكلفة أية جهود تسويقية جديدة و مطلوبة للمنتج الجديد .

-المطلب الأول: مفهوم المنتج الجديد وأسباب تطويره1- تعريف المنتج الجديد:

إن المنتج الجديد مفهوم يشوبه شيء من الغموض، فبعض الكتاب يرى أن المنتجات الجديدة تقتصر على المنتجات التي تطرح في السوق لأول مرة بينما يرى البعض الآخر أنها تمثل كل لمنتجات التي تختلف عن ما هو موجود نتيجة التعديل الجزئي في الشكل أو اللون أو بعض الإضافات أو البدائل عن السلع القديمة التي تلي نفس الحاجة.²¹

- لكن من الضروري قبل أن نتعرض إلى التعاريف المختلفة التي وردت للمنتج الجديد، لا بد أن نرفع اللبس عن التداخل الحاصل بين مفهوم ابتكار المنتجات، تجديد المنتجات و تطوير المنتجات الجديدة في الأول، أي ابتكار المنتجات يخص المجال العلمي و نتائجه تسمح بإثراء المعرفة الإنسانية، و هدفه الحصول على منتجات أصلية تماما. أما تجديد المنتجات ، فهي تلك العملية التي تهتم بإضافة ما (تقنية أو تسويقية) للعملية الإنتاجية ذاتها، و بالتالي فهي غاية و نتيجة يتم التوصل إليها بينما تطوير المنتجات الجديدة ن فهو مجال اهتمام التسويق، الذي يهدف إلى بيعها و تسويقها، حيث تمثل نتيجة تم التوصل إليها.

- و قد عرف كل من london et landrevie المنتجات الجديدة على أنها:

'المنتجات المختلفة تقنيا عن المنتجات الموجودة، و درجات الاختلاف تتفاوت حسب إدراك الأفراد له، أي أن المنتج الجديد هو الذي يرى و يلاحظ على انه كذلك من طرف المستعمل'.²²

✓ و هذا المفهوم المتعلق بالمستهلك يتوافق تماما مع المنطق التسويقي.

- و يعرف أيضا المنتج الجديد على انه نتاج عملية التطوير، أي نتيجة إدماج عنصر جديد من مجال عمل معين قد يكون تقنيا، تسويقيا أو غيره، و ذلك بطريقة تسمح بتحسين أداء المنتج و الخدمات المقدمة للمستهلك من خلاله و ندرج

مجالات الإدماج فيما يلي:

- المواصفات التقنية.
- المواصفات الوظيفية.
- المواصفات النفسية.
- مواصفات التقديم.
- المواصفات المرافقة.

²¹london et lendrevie,opcit ,1997 ,p272

²²london et lendrevie,ibid,1997,p273

2-أسباب تطوير المنتجات:

- أصبحت عملية تطوير المنتجات الجديدة من المكونات الأساسية لأي إستراتيجية إدارية و تسويقية للمؤسسات المعاصرة، و ينظر إلى مبررات التطوير من خلال العناصر التالية:

1-2- أسباب السوق:

- ✓ اكتشاف الفرص كما و نوعا و تطويرها، مما يؤدي الى تقديم سلع معدلة أو جديدة يمكن استغلالها في اشباع حاجات المستهلكين الحاليين و المرتقبين (المحتملون) ذلك أن اتباع التطوير كجزء من منهج عمل المؤسسات المعاصرة سيؤدي الي تحديث و بناء خطط و استراتيجيات المؤسسات بالشكل الذي يسهل التعرف فيه على اية فرص متاحة، و يمكن استغلالها لتطوير أو تعديل أية منتجات و بما ينسجم و المتغيرات البيئية المحيطة²³.
- ✓ التواصل المستمر مع المساهمين ، الموردين و المستهلكين، فعملية التطوير تؤدي إلى التواصل المستمر مع المساهمين (تحويل الاموال و استثمارها حسب المستجندات البيئية) و الموردين الذين يهتمهم تقديم مواد أو سلع نصف مصنعة جديدة أو غيرها من وقت لآخر باعتبار انهم من الجهات المؤثرة على اذواق و متطلبات المستهلكين أو المستخدمين .
- ✓ كما ان عملية التطوير تفيد المستهلكين و من مختلف الشرائح في سد احتياجاتهم و اشباع اذواقهم الشرائية و بما يتفق مع امكاناتهم المالية.
- ✓ رغبة المؤسسة في دخول اسواق جديدة.

2-2 أسباب المردودية :

- بما ان الهدف الرئيسي لاي مؤسسة هو العمل على اشباع رغبات المستهلكين و بعدها تحقيق هامش ربح يساعدها على الاستمرار و البقاء و اعادة الاستثمار فهي تسهر على الاهتمام بالعنصرين التاليين:
- المحافظة على حجم المبيعات، و ما يتطلبه ذلك من ادارة جيدة لمنتجات المؤسسة و التي يكون بعضها في مرحلة النمو و الاخر في مرحلة النضج و هكذا .
 - السهر على استمرار و استقرار و نمو المبيعات و الارباح.

2 3 أسباب ديناميكية :

- يعتبر تبني استراتيجية التطوير من قبل المؤسسات المعنية بالتطوير، تجاوبا منطقيا مع مقولة انه اذا ارادت المؤسسات الاستمرار في اعمالها لا بد لها من تجديد و تطوير كفاءتها الادارية، الانتاجية و التسويقية و بما يصبح حاجات المستهلكين او المستخدمين الحاليين أو المتوقعين و هو الامر الذي يؤدي بالنتيجة المنطقية إلى تطوير مواد في الموارد المالية و البشرية المتاحة لهذه المؤسسات ، و هكذا فان تطوير الموارد بنوعها البشرية و المادية يستعمل على تطوير

²³ محمد ابراهيم عبيدات، مرجع سبق ذكره، 2004، ص14

كفاءات و مقدرات و اساليب عمل هذه المؤسسات و بما يضمن تقديم الجديد و الممكن و المقبول من المستهلكين النهائيين و تحت مختلف الظروف البيئية²⁴.

- تكوين صورة ذهنية جديدة لدى الجماهير تجاه المؤسسة و سمعتها و مكانتها .
- مواجهة مرحلة الانحدار للمنتجات الحالية .

2-4 أسباب تقنية :

- التقدم التكنولوجي المستمر و تسابق المؤسسات المتنافسة في ايجاد ميزة تفضيلية لمنتجاتها و محاولتها تحقيق ذلك عن طريق تقديم منتجات جديدة أو تحسين منتجات موجودة.
- بما ان التطوير التكنولوجي المستمر في مختلف المجالات يحتم على المؤسسات ضرورة اللحاق بما يجري من تطورات و ابداعات، و تجدر الاشارة الى ان مدى أو درجة التطور أو التطوير الممكن لهذا القطاع أو ذاك تختلف باختلاف مجموعة العوامل الحاكمة المؤثرة على عملية التطوير كالعوامل التنظيمية و الجغرافية و المالية و غيرها²⁵

²⁴ محمد ابراهيم عبيدات، مرجع سبق ذكره، 2004، ص15

²⁵ محمد ابراهيم عبيدات، مرجع سبق ذكره، 2004، ص16

-المطلب الثاني: تصنيف المنتجات الجديدة

لتحليل درجة التطوير للمنتوج يمكننا استعمال ثلاثة معايير وضعها abell، للتعرف على نشاطات المؤسسة و هي:²⁶

➤ التكنولوجيا المستعملة.

➤ وظائف المنتج.

➤ الفئات المستهدفة.

و بغرض التفصيل و التحليل يمكن ادراج التصنيفات التالية:

1-تصنيف على اساس عادات الاستهلاك و التكنولوجيا المستعملة:

باستعمال المعيارين المرتبطين بالسوق الذين ادرجهما abell ضمن معايير التعرف على النشاطات المؤسسة و هما (وظائف المنتج/ الفئة المستهدفة) و ذلك من خلال مؤشر يعتمد على تغير السلوك المنتظر للزبائن.

و يمكننا التمييز بين بعدين:

✓ درجة التطوير التكنولوجي.

✓ درجة التطوير السلوكي.

و ذلك لمعرفة ما اذا كان المنتج الجديد تغير أم لا عادات الاستهلاك.

و باستعمال الثنائيتين (جديد و قديم) يمكننا التمييز بين أربعة أصناف للمنتجات الجديدة:

شكل رقم(2) أنواع المنتجات الجديدة

تطوير جذري	تطوير سلوكي
تطوير تكنولوجي	تطوير انتقائي

المصدر: lenegard et manceaux,op cit,2005,p 21

و من خلال هذا الشكل يمكننا تمييز المنتجات الجديدة التالية:

²⁶Emmanuelle le negard, assayag, delphinemanceau ,marketing des nouveaux produits,dunod 2005,p20

❖ التطوير الجذري:

و التي توافق المنتجات المطورة تقنيا و التي تضم تغيير في سلوك المستعملين لها و ذلك من خلال ادماج تكنولوجيا جديدة تحسن وظائف المنتج.

و هذا النوع من التطوير نادرا نسبيا لارتباطه بمخاطر رئيسيين على المؤسسة السيطرة عليها و هما:

- **الخطر التقني:** و يتمثل في امكانية عدم اشتغال التكنولوجيا الجديدة كما تم التوقع لها.
- **الخطر التسويقي:** امكانية عدم رغبة الفئة المستهدفة من الزبائن في تغيير عادات استهلاكهم و بالتالي عدم تبنيهم للتطوير.

❖ التطوير التكنولوجي:

هي التي توافق المنتجات المطورة تقنيا لكنها لا تحدث تغييرا كليا في عادات الزبائن الاستهلاكية، و هذا النوع يرافقه خطر تقني مرتبط بمدى تحكم المؤسسة في التكنولوجيا الجديدة و مدى قبولها في السوق و من المنظر التسويقي .

❖ التطوير في سلوك الزبائن:

هي التي توافق تطوير منتج جديد يستوجب يتطلب سلوكيات جديدة و ذلك بدون الاعتماد أو إدماج تكنولوجيا جديدة و هذا النوع من المنتجات يرافقه خطر تسويقي أساسي، و هو عدم اكتراث و عدم انجذاب القيمة المستهدفة للمنتج، و ذلك لعدم رغبة الزبائن في تغيير عاداتهم الاستهلاكية.

❖ التطوير الانتقائي الدائم:

و الذي يوافق منتجات تمثل امتداد لما هو موجود على الصعيد التكنولوجي و السلوكي، و هو يمثل أغلبية المنتجات الجديدة المسوقة، حتى و ان كانت أدائها و طرازها تظهرها على أنها جديدة في السوق.

و من خلال التجارب، فان هذا النوع من المنتجات لا ينطوي على أخطار كبيرة، فهي لا تغير في عادات الزبائن الاستهلاكية و لا تتطلب تحكما كبيرا في التكنولوجيا.

2- تصنيف على أساس رد فعل السوق :

و هو تصنيف مقترح من طرف roberstion كثير الاستعمال في مجال التسويق ويمكن ملاحظة ثلاث أصناف²⁷.

❖ التطوير الغير مستمر:

و هي توافق التطوير الجذري و السلوكي المذكورين في التصنيف الأول و ذلك في إطار إمكانية تغيير هذه المنتجات لمعايير المستهلكين و بالتالي تؤدي إلى تغيير كبير في سلوكا تم لاستعمال المنتج .
و هذا النوع من التطوير يتميز بصعوبة فهمه من طرف المستهلك و صعوبة ربطه بما هو متوفر من منتجات في الواقع.

❖ التطوير الأقل استمرار:

رغم اعتمادها على تصميم قديم أو مشابقتها لمنتجات مقدمة مسبقا تعتبر هذا النوع من المنتجات المطورة من طرف السوق و يرجع ذلك لاعتمادها على معايير الاستهلاك الحالية.

❖ التطوير المستمر:

توافق درجة تطوير محدودة و تعتمد على المعايير الموجودة و تتمثل في تحسين الأداء، تغيير للمظهر، غلاف جديد...

3- تصنيف على أساس طبيعة التغيير في الخصائص الملموسة أو المدركة للمنتج الجديد:

قام كل من choffrany, dorey باقتراح تصنيف يعتمد على طبيعة التغيرات في خصائص المنتج الجديدة الملموسة أو المدركة]

❖ منتجات أصلية: (جديدة كلياً):

و هو ما يوافق التطوير الجذري فالمواصفات الفيزيائية و المدركة للمنتج تكون جديدة تماما، فهي لا تنتمي لنوعية منتجات موجودة من قبل.

❖ منتجات معدلة:

يشمل التعبير المواصفات التقنية للمنتج، بينما أبعاده الأساسية الملاحظة من طرف المشتريين فتبقى على حالها.

❖ منتجات بتموقع جديدة:

ما يتم تغييره في هذا الصنف هي الجوانب الخارجية للمنتج أو الغلاف .

²⁷le negard et manceaux,op cit,2005,p 21

و بالتالي سياسة الاتصال التسويقي تركز على نوعية المنتج التي لم تكن ملاحظة من قبل و بالتالي تهدف إلى التأثير على إدراك المستهلكين.²⁸

²⁸ راندة فوغالي, دور تطوير المنتجات في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة, دراسة حالة مؤسسة مطاحن عمر بن عمر, مذكرة لنيل الماستر, كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير, تخصص تسويق, قامة, 2014, 2015,

المطلب الثالث: مراحل تطوير المنتجات

نظرا لزيادة المنافسة في الاسواق فان نجاح اي مؤسسة متوقف على ما هو قائم من منتجات وهذا بادخال التقنيات التكنولوجية المتقدمة، ومن خلال هذا نتطرق لمختلف الخطوات التي تتبعها المؤسسة في عملية تطوير المنتجات المتمثلة في ما يلي:

اولا: مرحلة توليد الافكار:

تلجأ المؤسسات عادة في البداية الى ايجاد الافكار و تسجيلها و تبويبها من خلال عدة مصادر و قد تكون هذه المصادر داخلية او خارجية للوصول الى الفكرة التي قد تتبناها المؤسسة لتطوير المنتج ، و قد تلجأ المؤسسات عادة الى المصادر الداخلية من خلال العاملين فيها او الى الزبائن او المنافسين او الوزعين ، و أهم الافكار هي التي تأتي من الزبائن اذ ان تطور المنتجات يجب ان تؤخذ من وجهة نظر الزبائن باعتبارهم هم الذين سيشترون المنتجات التي تحدد الافكار و تختار الفضل منها اذ انها المسؤولة عن استراتيجية المؤسسة في مجال التطوير²⁹.

ثانيا: مرحلة غربلة الافكار :

تحتاج الافكار الجديدة المتراكمة الى غربلة وتنقيح أفضلها من حيث جدواها الاقتصادية و التسويقية، وتكوينه للقيمة المضافة من وجهة نظر المستهلك او المستخدم وفي عملية الغربلة يتم الاعتماد على الخبرة والحكم الشخصي، بجلا من الاعتماد على السوق والبيانات التنافسية لغربلة الافكار الجديدة وتنقيحها، ومن أبرز اهداف الغربلة الاتي :

1. -تحديد الكفاءات والجداريات الادارية والفنية والتسويقية والانتاجية التي تحتاجها عملية تطوير الافكار الى منتجات جديدة .
2. - التعرف على مدى قدرة الشركة المعنية واستعدادها لتحويل الفكرة الى منتج جديد .
3. استبعاد الافكار التي يصعب تنفيذها من النواحي المالية، والفنية والقانونية والاجتماعية الاخلاقية والتسويقية . و بالنظر للتكاليف الباهضة المترتبة على تطوير المنتجات و ابتكارها، بالاضافة الى حالة عدم التيقن و المخاطرة التي غالبا ما ترافق عملية تطوير و ابتكار المنتجات الجديدة، فان عملية الغربلة تتم في بعض المؤسسات في ضوء تحليل مالي صارم ، و ان هذا التحليل قد يستبعد الفكرة او الافكار التي ال تتفق مع المعايير المالية الموضوعية³⁰

ثالثا: مرحلة تطوير استراتيجية التسويق:

تتضمن عملية تطوير استراتيجية التسويق ثلاثة اجزاء رئيسية هامة هي:

- ✓ وصف السوق المستهدف، وموقع المنتج في السوق، والمبيعات والارباح خلال السنوات الاولى
- ✓ السعر المتوقع.

²⁹ نظام موسسويدان، التسويق المعاصر، دارحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 70

³⁰ حميد الطائي، بشير العلاق، مرجع سابق، ص71

✓ التوزيع وميزانية التسويق وخاصة للسنة الأولى .

✓ المبيعات المتوقعة لفترات طويلة قادمة، الربح، استراتيجية المزيج التسويقي .

رابعاً: مرحلة اجراء تحليل العمال:

يتم توسيع الفكرة التي تصل الى هذه المرحلة الى عرض اعمال ملموسة و اثناء مرحلة تحليل العمال ، تقوم الادارة المعنية بتطوير المنتجات لثلاثي³¹ :

- تحديد ميزات المنتج المقترح .
- تقدير طلب السوق عليه .
- دراسة احوال المنافسة وتحليلها بدقة .
- التعرف على امكانية تحقيق المنتج للارباح .
- وضع برنامج لتطوير المنتج، مع تحديد مسؤولية الاشخاص المطلوب منهم المزيد من الدراسة عن جدوى المنتج .

خامساً: مرحلة تطوير المنتج:

في هذه المرحلة تتم عملية تحويل المفاهيم الى منتجات ملموسة بكامل المواصفات والمقاييس التي تم الاتفاق عليها مسبقاً حيث سيكون هناك ادارة خاصة لفحص واختبار اجزاء المنتج الجديد للتأكد من ان ما أنتج مطابق تماماً لما يجب ان يكون³².

سادساً: مرحلة اختيار السوق تعد هذه المرحلة من مراحل تطوير المنتجات الجديدة وفي هذه المرحلة تبدأ التجربة الحقيقية للمنتج في السوق، حيث تقف المؤسسة على استجابات وردود الفعل الاولى للمستهلكين وتصحيح المسار عندما يتم تقديم المنتج الى السوق على نطاق اوسع ويهدف هذا الى تحقيق ما يلي³³:

- ✓ اتاحة الفرص للمؤسسة للتأكد من مدى فاعلية برنامجها التسويقي الخاص بالمنتج الجديد في البيئة التسويقية الفعلية .
- ✓ معرفة ردود فعل المستهلكين، الموزعين نحو المنتج الجديد.
- ✓ تزويد المؤسسة بالمعلومات التي تستفيد منها .

سابعاً: مرحلة تقديم المنتج النهائي:

بعد نجاح عملية او مرحلة اختيار السوق تقوم المؤسسة باتخاذ قرار إطلاق المنتج الجديد وتبدأ عملية الانتاج على نطاق واسع وترتبط عملية إطلاق المنتج الجديد بثلاثة اسئلة وهي³⁴ :

- ✓ متى: وهو تحديد الوقت المناسب للتقديم .
- ✓ اين: ويقصد به تحديد السوق المستهدف .
- ✓ من المستهدف: اي الفئة المستهدفة بالمنتج الجديد .

³¹ المرجع نفسه، ص73

³² نظام موسسويدان، مرجع سابق، ص224

³³ ناجيمعلا، رائفوتوفيق، أصول التسويق (مدخل تحليلي)، ط3، داروائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص، 177 178

³⁴ إبراهيم مسيكة، دور بحوث التسويق في تطوير المنتجات، دراسة حالة ملبنة نوميديا، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، تخصص تسويق، كلية العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2010، ص105

الفصل الثاني:

دور التكليف في تطوير المنتجات

مقدمة الفصل :

أصبحت معظم المشروعات المتقدمة اليوم تواجه أنواعاً عديدة من المنافسة فيما بينها، مما دفعها للبحث عن جميع الوسائل والسبل التي تمكنها من مواجهة تلك المنافسة وفرض ذاتها وبقائها في الأسواق. وقد وجدت هذه المشروعات أن عملية إرضاء العملاء هي من أهم الوسائل التي تساعد على تحقيق النجاح والاستمرارية في الأسواق، وكذلك وجدت أنها تستطيع إرضاء هؤلاء العملاء عن طريق إنتاج منتجات تلي احتياجاتهم ورغباتهم وتكون على مستوى مقبول من الجودة والتطور والتكاليف.

وحتى تتمكن هذه المشروعات من إنتاج مثل هذه المنتجات المتميزة فقد أصبحت تهدف إلى تخفيض التكاليف وتطوير المنتجات منذ بداية التخطيط والتصميم للمشروع وللعملية الإنتاجية، وبذلك فهي تكون قد اتبعت مساراً مختلفاً تماماً عن السابق، ففي السابق كان لا يتم التخفيض في التكاليف أو التطوير في المنتجات إلا عند عدم تحقيق الأرباح المرغوبة أو عند تكبد الخسائر.

أما اليوم وفي ظل وجود المنافسة القوية بين المشروعات المتقدمة على تقديم الأفضل من المنتجات، أصبحت تلك المشروعات تبادر بالتخفيض في التكاليف والتطوير في المنتجات منذ المراحل الأولى للمشروع وللعملية الإنتاجية وقبل حدوث الزيادة في التكاليف أو التأخر في تكنولوجيا الإنتاج.

المبحث الأول: ماهية التكلفة .

المطلب الأول: مفهوم التكلفة .

1- تعريف التكلفة وسعر التكلفة :

يعتبر مصطلح التكلفة من أكثر المصطلحات المحاسبية تداولاً و إنتشاراً، كما تعددت واختلقت معانيه باختلاف الصفة الدالة له، والغرض الذي سوف يستخدم من أجله، والذي يستخدم فيه، وبناءاً على ذلك فإنه لا بد من عرض المفاهيم المختلفة للتكلفة و سعر التكلفة و توضيح الفرق بينهما .

فالتكلفة في معناها المتداول هي تلك القيمة النقدية المدفوعة بهدف الحصول على منفعة اقتصادية متمثلة في سلعة أو خدمة معينة، وفيما يلي نقوم بتوضيح هذا المصطلح بدقة من خلال عرض بعض التعاريف حيث :

- يعرف J. Margerin التكاليف بأنها " مجموعة من الأعباء المحاسبية المنسوبة إلى شيء معين ¹ "

أما Sturmeiy و peace فيعرفها بأنها " الإنفاقات المالية التي تتحملها إدارة المشروع في سبيل تجميع الموارد الإنتاجية لغرض إنتاج سلع أو خدمات يمكن بيعها ² "

ويعرفها محمد نور بأنها " تضحية ذات قيمة اقتصادية، في سبيل الحصول على سلعة أو خدمة في الحاضر أو المستقبل ³ "

ويرى Gerard Melyon بأن التكلفة " تتشكل بتجميع كل الأعباء المتعلقة بصنع منتج معين (سلعة أو خدمة) وهي عبارة عن مفهوم داخلي في المؤسسة ⁴ "

و بصفة عامة نجد أن مفهوم التكلفة يمكن أن ينقسم إلى ⁵ :

***تكلفة مستنفذة:** و هي تمثل قيمة المنافع الاقتصادية التي حصلت عليها المؤسسة و استنفذتها خلال الفترة .

***تكلفة غير مستنفذة:** و هي تمثل قيمة المنافع الاقتصادية التي حصلت عليها المؤسسة و لم تستنفذها بعد و لذلك تعتبر أصول لدى المؤسسة .

- أما مفهوم **سعر التكلفة فهو عبارة عن:** "مجموع التكاليف الخاصة بالمواد الأولية ومختلف عوامل الإنتاج الضرورية لإنتاج سلعة أو خدمة"

¹ -J.Margerin base de la comptabilité analytique, Edition Sedifor, Grenoble, 1991, P14

² صلاح الدين الشنواني, دراسات في اقتصاديات الاعمال, دار النهضة العربية, بيروت, ص207

³ احمد محمد نور, محاسبة التكاليف لاغراض القياس في بيئة التصنيع المعاصرة, الادار الجامعية-مصر-2004, ص65

⁴ G.Mylon, Comptabilité analytique, Edition baréal, Paris, 2001, P 15

⁵ صلاح عبد الله الرزق و اخرون, محاسبة التكاليف الفعلية, دار زهران للنشر , الاردن 1999, ص24

كما يرى J.Margerin أن سعر التكلفة لمنتج معين هو " تحميل هذا المنتج بكافة التكاليف المباشرة وغير مباشرة حتى المرحلة النهائية بما فيها تكاليف التوزيع"⁶

ومن هنا يمكن أن نفرق بين مصطلح التكلفة وسعر التكلفة في كون أن التكلفة تتجسد في تلك النفقة على مستوى نشاط معين، أما سعر التكلفة فهو عبارة عن محصلة لتكاليف أنشطة مختلفة يتم من خلالها إنتاج منتج تام أو تقديم خدمة . ويتم حساب سعر التكلفة باستعمال العلاقة التالية⁷ :

* مؤسسة صناعية : سعر التكلفة=تكلفة إنتاج المنتج النهائي المباع+مصاريف التوزيع

* مؤسسة تجارية : سعر التكلفة=تكلفة شراء السلع المبيعة+مصاريف التوزيع

2-مدلول التكاليف و أنواعها :

1- مدلول التكاليف: حتى تتمكن من تفسير ماهية التكاليف في مختلف الدراسات نقوم باستعراض النواحي المختلفة التي دارت حول تحديد مدلول التكاليف في الفكر الاقتصادي، الإداري والمحاسبي :

1-1-مدلول التكاليف في الدراسات الاقتصادية⁸: تركزت الدراسات الاقتصادية للتكاليف على الجوانب التالية

- دراسة دور التكاليف في تحديد الأسعار السوقية للمنتجات والخدمات .
- دراسة دور التكاليف في تحديد حجم الإنتاج الأمثل بالنسبة للمشروع .
- دراسة دور التكاليف في تعظيم الإنتاج .

فعلى مستوى المشروع إهتم الإقتصاديون بالتكاليف كعنصر هام في تحديد الإنتاج الأمثل، ويتحدد ذلك إذا تساوى حجم الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية، حيث تعتبر التكلفة الحدية المقياس الأمثل للتغيرات المتوقعة في التكاليف الكلية، نتيجة للتغيرات في حجم الإنتاج على المدى القصير .

1-2-مدلول التكاليف في الدراسات المحاسبية: أولت الدراسات المحاسبية اهتمام كبير لإرساء الأسس والمبادئ لإجراءات

المحاسبة التحليلية المختلفة، من حصر وتسجيل، وتوزيع ومقارنة عناصر التكاليف المحققة خلال فترة زمنية معينة .

حيث تستخدم المحاسبة التحليلية كقاعدة معطيات لتحديد أسعار المنتجات وتقييم المخزونات وإعداد الحسابات الختامية للتكاليف .

⁶ j.margerin , op.cit,p15-16

⁷ Béatrice et Francis grand Guillot, comptabilité analytique ,4^{eme} édition, gualino, Paris ,2001, P77

⁸ محمد أحمد خليل , التكاليف في الوحدات الصناعية, دار الجامعات المصرية, مصر , ص12

1-3-مدلول التكاليف في الدراسات الإدارية: اهتم المسير بدراسة التكاليف باعتبارها أداة لتحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة، حيث درس الأشكال المختلفة للتكاليف، فالتكاليف الكلية تساهم في رسم الاستراتيجيات طويلة الأجل، كإستراتيجية النمو و توسيع أحجام الإنتاج، وتنوع المنتجات .

أما التكاليف الإضافية فتلعب دوراً أساسياً في دراسة وتقدير طلبات العملاء، حيث تتوقف قرارات الإنتاج على مقارنة التكاليف الإضافية مع الإيرادات الإضافية المتوقعة .

كما ساهمت الرقابة على التكاليف في تصحيح الانحرافات في التسيير، عن طريق مراقبة الميزانيات التقديرية وأدوات مراقبة التسيير.⁹

2- أنواع التكاليف:

تتعدد أنواع التكاليف و تختلف حسب طبيعة نشاط المؤسسة و تنوع أحجامها حيث يمكن أن نصنفها إلى :

2-1-التكاليف الفعلية: تتمثل التكاليف الفعلية في مجموع النفقات المثبتة في السجلات المحاسبية، والتي أنفقت بهدف تحقيق إيراد حاضر أو مستقبلي، حيث ترتبط هذه التكلفة بالمنتج أو الخدمة المقدمة¹⁰ .

2-2- التكاليف الاقتصادية: تعبر التكاليف الاقتصادية عن الفرصة البديلة أو الضائعة¹¹ ، والتي تمثل صافي المنفعة التي يمكن أن يحققها هذا المورد لو استخدم أحسن استخدام خلافا لاستخدام الذي هو فيه، وتعد من أهم الأدوات المستخدمة في تقييم قرارات المسيرين، بناء على معرفة الإستخدامات البديلة للموارد وقت اتخاذ القرار، وتعد هذه التكلفة غير مثبتة محاسبياً¹² .

2-3-التكاليف المعيارية: هي تكاليف محددة مسبقاً قبل البدء في عمليات الإنتاج وفقاً لأسس علمية وتنبؤات دقيقة، حيث توضع معايير تقاس بالكمية والقيمة لعناصر التكلفة¹³ .

أي أنها عبارة عن قراءة علمية لبرنامج دقيق مثالي يهدف إلى تحقيق الأهداف المستقبلية للمؤسسة أو الوحدة الإنتاجية، ومن ثم فالتكاليف المعيارية هي الأساس الذي يركز عليه الأداء من حيث عنصر التكلفة وبالتالي يتمكن المسير من تقويم التكلفة الفعلية ومقارنتها بالتكلفة المعيارية لإيجاد الفروق والانحرافات.¹⁴

⁹ العربي عطية: تذبذبة التكاليف باستخدام البرمجة الخطية، مذكرة ماجستير 2003. جامعة ورقلة، ص4-5

¹⁰ ناصر دادي عدون : محاسبة التكاليف الجزء الثاني، مطبعة البعث ، دمشق 1988، ص14

¹¹ محمد كمال عطية : اصول محاسبة التكاليف ، دار الجامعات المصرية ، القاهرة الطبعة الرابعة 1993 ص356

¹² خليل عواد ابو حشيش: محاسبة التكاليف قبيلس و تحليل ، دار وائل للنشر ، 2005، ص56

¹³ O. Boukerezzer ,principe de la comptabilité analytique,gestion multiple,paris,p86

¹⁴ René demeestère,comptabilité de gestion et mesure des performances,dunod ;paris,p56

المطلب الثاني: تصنيفات التكاليف.

إن أنواع التكاليف سالفه الذكر، ما هي إلا جزء بسيط من أنواع متعددة للتكاليف، وذلك نتيجة لتعدد تصنيفات و توبيبات هذه الأخيرة بتعدد وجهة النظر المعتمدة اتجاهها .

فهناك من يدرس التكلفة على أساس وظيفي، أو على أساس علاقتها بوحدة المنتج، أو على أساس علاقتها بحجم الإنتاج .

1- تصنيف التكاليف على أساس علاقتها بالمنتج :

يهدف تقسيم التكاليف على أساس علاقتها بوحدة المنتج للتوصل إلى أسس موضوعية، لرد هذه التكاليف لوححدات الإنتاج كل على حدى تحقيقا لإمكانية قياس تكلفة وحدة المنتج .

ويتم تصنيف التكاليف وفقا لهذا التقييم إلى صنفين: التكاليف المباشرة والتكاليف غير المباشرة .

1-1- التكاليف المباشرة: وهي تلك المصاريف المتعلقة بتكلفة أو سعر تكلفة نشاط أو مرحلة إنتاجية معينة، وتتميز بكونها لا

تطرح أي مشكل في حسابها حيث تسجل مباشرة و كليا في حساب التكلفة وذلك بسبب ارتباطها المباشر بالمنتج،¹⁵ وتشمل التكاليف المباشرة كل من المواد المباشرة، والتكاليف الإضافية المباشرة .

1-1-1- المواد المباشرة: هي تلك المواد المستخدمة في عملية الإنتاج سواءً كانت في شكلها الخام، أو في شكل مواد

استهلاكية مستلزمات إنتاج تستخدم بشكل مساعد للمواد الأولية الضرورية. فمن خلال مستندات صرف المواد للعمليات الإنتاجية يمكن تحديد نوع العملية

أو أمر الإنتاج أو الطلبية التي يتم صرف هذه المواد لها ومن ثم يمكن تحميل تكلفة هذه المواد على تلك الطلبية واعتبارها جزء من تكلفة إنتاجها¹⁶ .

1-1-2- اليد العاملة المباشرة: يعتبر هذا العنصر أهم عوامل الإنتاج وإحدى الأدوات الأساسية التي تلعب دورا كبيرا في تحقيق

أهداف العملية الإنتاجية البسيطة وتتحدد تكلفة اليد العاملة المباشرة بقيمة العمل المبذول في الإنتاج ويتم حسابه بتحديد وقت العمل لمختلف التخصصات والمؤهلات المتوفرة لدى المستخدمين والموجهة نحو إنتاج منتج معين¹⁷ .

1-1-3- التكاليف الإضافية المباشرة: وتتمثل في مختلف التكاليف الإضافية التي تدخل بشكل مباشر لاستكمال إنتاج منتج

معين، وتتمثل في خدمات تحصل من أطراف خارجية كقطاع الأثاث لدى ورشة خارجية، أو استثمار آلات ومعدات لعملية معينة في صناعة المقاولات .

¹⁵ محمد احمد خليل:مرجع سابق,ص201

¹⁶ السيد عبد المقصود بيان و اخرون:في مبادئ محاسبة التكاليف, الدار الجامعية,مصر,2004,ص50

¹⁷ محمد احمد خليل:مرجع نفسه ,ص201

18 وتمثل عناصر التكاليف المباشرة بهذه الصورة التكلفة الأولية للإنتاج ويعني ذلك أن هذه الأخيرة يمكن قياسها بالمعادلة التالية :

$$\text{التكلفة الأولية} = \text{المواد المباشرة} + \text{الأجور المباشرة} + \text{التكاليف الإضافية المباشرة}$$

2-1- التكاليف غير المباشرة : وتمثل عناصر التكاليف التي يصعب ردها مباشرة إلى وحدة المنتج أو أمر الإنتاج أو الطلبية، وتكمن صعوبة رد هذه التكاليف إلى الإنتاج لكونها ذات طبيعة عامة تستفيد منها وحدات وأوامر وطلبات الإنتاج بصورة غير مباشرة ولا تدخل بطبيعتها في تشكيل وحلق المنتج، وتأخذ هذه التكاليف في الغالب طبيعة الخدمات مثل: الإعلان، الإشهار، الإيجار، التأمين، وكذا أعمال النظافة والصيانة أو تكون في شكل مستلزمات أخرى لا يمكن الاستغناء عنها مثل: مواد التشحيم والزيوت، قطع الغيار اللازمة لصيانة وتشغيل الآلات،... الخ .

كل هذه العناصر تعد من مكونات التكاليف غير المباشرة ومن ثم فإن هذه الأخيرة تتكون من مواد غير مباشرة، وأجور غير مباشرة، تكاليف إضافية غير مباشرة¹⁹ .

2- تصنيف التكاليف على أساس علاقتها بحجم الإنتاج أو النشاط :

يمكن أن نميز بين ثلاثة أنواع من التكاليف حسب هذا التصنيف وهي: التكاليف المتغيرة، التكاليف الثابتة، التكاليف شبه المتغيرة .

1-2- التكاليف المتغيرة: يقصد بالتكاليف المتغيرة مجموعة عناصر التكاليف بصورها الطبيعية التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بأحجام الإنتاج فتتزايد بتزايدها، وتتناقص بتناقصها وبنفس النسبة²⁰ .

وقد عرفت التكاليف المتغيرة وفق النظام المحاسبي الموحد بأنها التكاليف المسموح بالاستخدام الطاقة في إنتاج وتسويق وحدات الإنتاج، وتميل هذه التكاليف إلى التغير بنفس نسبة التغير في حجم الإنتاج طالما بقيت العناصر الأخرى على حالها (أسعار المواد والخدمات، معدلات الأجور، الظروف الفنية للإنتاج)²¹ .

من خلال التعريفين السابقين نستنتج بأن التكاليف المتغيرة هي تلك التكاليف التي يكون معامل ارتباطها بأحجام الإنتاج مساوياً للواحد الصحيح، إلا أنه في الواقع العملي يمكن أن نحصر التكاليف المتغيرة في تلك التي يزيد معامل ارتباطها بأحجام الإنتاج عن معامل الإرتباط القطعي الذي تحدده المؤسسة، وتتميز التكاليف المتغيرة بالخصائص التالية²² :

- يصطلح عليها تكلفة الإنتاج، أو تكلفة النشاط، أو تكلفة الحجم كونها تستجيب للتغيرات في حجم الإنتاج أو لأنها ترتبط بحجم النشاط .

¹⁸ السيد عبد المقصود بيان و اخرون :مرجع سابق ,ص51

¹⁹ السيد عبد المقصود بيان,مرجع سابق,ص51

²⁰ احمد محمد نور ,مرجع سابق,ص95

²¹ السيد عبد المقصود بيان ,مرجع نفسه,ص79

²² نفس المرجع ,ص80

-تتضمن كافة عناصر التكاليف المباشرة التي يكون تغيرها واضحا، كما تشتمل على الشق المتغير في التكاليف غير المباشرة .

تتصف بخاصية خضوعها لرقابة المستويات الإدارية المختلفة في الهيكل الإداري، مما يتيح إمكانية استخدامها كأساس لتحقيق هدي التخطيط والرقابة.

2-2- التكاليف الثابتة: هي مجموعة عناصر التكاليف التي تظل ثابتة مع التغيرات في أحجام الإنتاج، أي أنها لا تتأثر بالتغيرات في الحجم، أو بتعبير آخر هي تلك التي ينعلم ارتباطها تماما بالتغيرات في أحجام الإنتاج ومن ثم فهي تظل ثابتة خلال فترة التكاليف مهما كان الحجم، وعادة ما تشتمل على المرتبات التي تتم على أساس دوري، و اهتلاكات الأصول التي يتم احتسابها على أساس نسبة ثابتة من قيمة هذه الأصول، وكذا أقساط الإيجارات لتجهيزات ومباني الغير التي تستغلها المؤسسة، بالإضافة إلى الضرائب وأقساط التأمين²³ .

من خلال التعريف السابق يمكن أن نميز بين ثلاث مجموعات من التكاليف الثابتة :

* **تكاليف الطاقة طويلة الأجل:** وهي تكاليف خاصة بالحصول على تجهيزات للإنتاج خلال

تلك الفترة في حدود حجم إنتاج معين هو حجم الطاقة الإنتاجية مثل اهتلاكات الأصول .

* **تكاليف ثابتة تشغيلية:** وهي عبارة عن التكاليف الدورية اللازمة لتشغيل التجهيزات

السابق إنشاؤها مثل: التأمين، الضرائب العقارية وغيرها .

* **التكاليف الثابتة المبرمجة:** هي تكاليف ثابتة لا ترتبط بالتجهيزات ولا بتشغيلها، ومن أمثلة ذلك تكاليف البحوث، والإعلانات ونفقات الإدارة العامة.

وتتميز التكاليف الثابتة بالخصائص التالية:²⁴

- لا تستجيب هذه التكاليف للتغيرات في أحجام الإنتاج لمدى معين منه ومن ثم فإنه من الواجب استنفاد هذه التكاليف على أساس الفترة أو الدورة، كما ترتبط هذه التكاليف بالتجهيزات والمحافظة عليها فضلا عن ارتباطها بعامل الزمن .

- تدخل هذه التكاليف في مجموعها كجزء من التكاليف غير المباشرة لأنها لا ترتبط بوحدة المنتج .

- تخضع هذه التكاليف لسلطة ومسؤولية الإدارة العليا في المؤسسة، فهي التي تحدد معدلات الإهلاك وبالتالي فإن الإدارة العليا هي المؤثر الأساسي في مقدار هذه التكاليف والمتحكم فيها.

- تعتبر في مجموعها مقدارا ثابتا على مدى فترة التكاليف، إلا أن ربطها بوحدة المنتج في سبيل قياس التكلفة يجعل من متوسط نصيب الوحدة منها يتناقص بتزايد حجم الإنتاج .

²³ احمد محمد نور، مرجع سابق، ص96

²⁴ السيد عبد المقصود ديبان، مرجع سابق، ص84

2-3- التكاليف شبه المتغيرة: وهي التكاليف التي لا تتغير تغيراً كاملاً مع التغيرات في الحجم طالما بقيت العوامل الأخرى على ما هي عليه، وفي حقيقة الأمر نجد أن هذه التكاليف تتغير في نفس اتجاه تغير حجم الإنتاج لكن ليس بنفس نسبة التغير²⁵.

وكما أشرنا سابقاً إلى معامل الارتباط القطعي فإنه يمكن القول عن التكاليف شبه المتغيرة أنها تلك التي يقل معامل ارتباطها بأحجام الإنتاج عن معامل الارتباط القطعي، ويتفاوت متوسط نصيب وحدة المنتج أو النشاط منها من حجم لآخر، كما أن هذا النوع من التكاليف يتصف بخاصية عدم التلاشي في حالة التوقف عن الإنتاج²⁶ وهذا ناتج عن كونها تتكون من شقين:

- شق ثابت يمثل تكاليف التوقف عن الإنتاج أو تكاليف لازمة لبدء الإنتاج ولا تتحقق بعد ذلك مهما تغير حجم الإنتاج.
- شق متغير يتناسب والتغير في الحجم.

ومن الأمثلة على هذه التكاليف تكاليف الصيانة والتصليح، إذ لا بد على المؤسسة من القيام بأعمال الصيانة في كل الأوقات، وترتفع تكلفة الصيانة بارتفاع حجم النشاط، وكذا مصاريف الهاتف والكهرباء وعادة ما يضاف الجزء الثابت منها إلى التكاليف الثابتة، والجزء المتغير إلى التكاليف المتغيرة²⁷.

3- تصنيف التكاليف على أساس الأنشطة:

إن للتكاليف مفاهيم ترتبط بوظائف معينة تمارسها المؤسسة في سبيل تحقيق أهدافها، فمنها ما يرتبط بالنشاط الإنتاجي، ومنها ما يرتبط بالنشاط الخدمي سواءً التسويقي أو الإداري أو التمويلي، ويحقق هذا التقسيم إمكانية قياس تكاليف كل وظيفة على حدى وكل نشاط على حدى كما يفيد في تتبع تكاليف النشاطات المختلفة من فترة لأخرى والرقابة عليها، وتتمثل التكاليف وفق المفهوم الوظيفي في²⁸: تكاليف الإنتاج، تكاليف تسويقية، تكاليف إدارية وتمويلية.

3-1- تكاليف الإنتاج: وتتمثل في عناصر التكاليف التي تتحقق نتيجة لممارسة إدارة الإنتاج لوظائفها من خلال مراكز وأقسام الإنتاج بما، وتتضمن هذه العناصر المواد والأجور وتكاليف الخدمات التي تتحقق في أقسام ومراكز الإنتاج في سبيل خلق المنتج، وقد تكون هذه التكاليف مباشرة أو غير مباشرة.

3-2- تكاليف تسويقية: تتمثل هذه التكاليف في تكاليف البيع والتوزيع وتشتمل على عناصر التكاليف التي يتم إنفاقها في سبيل تسويق منتجات المؤسسة وبيعها وتوزيعها والإعلان عنها، وهي تتحقق من خلال إدارة التسويق ممثلة في أقسامها والمراكز التابعة لها، وقد تكون هذه التكاليف مباشرة يمكن ردها مباشرة إلى وحدة المنتج كعمولة المبيعات أو تكاليف نقلها، وقد تكون غير مباشرة يصعب ردها وتحميلها لوحدة المنتج.

²⁵ أحمد محمد نور، مرجع سابق، ص 99

²⁶ سيد عبد المقصود ديبان، مرجع سابق، ص 87

²⁷ خليل عواد أبو حشيش، مرجع سابق، ص 50

²⁸ سيد عبد المقصود ديبان، مرجع نفسه، ص 134

3-3- التكاليف الإدارية والتمويلية: وتمثل في عناصر التكاليف التي يتم إنفاقها في سبيل ممارسة النشاطات الإدارية والتمويلية فهي تشمل تكلفة الأدوات الكتابية والمطبوعات، وتكلفة العمالة ممثلة في مرتبات العاملين في إدارة الحسابات والإدارة القانونية، ومختلف الإدارات، وتكلفة الخدمات ممثلة في إهلاك مباني الإدارة والتجهيزات المكتبية، والتأمين على مباني الإدارة وأصولها، وتكاليف الإضاءة والتدفئة وغيرها. وتعد هذه التكاليف بمثابة تكاليف غير مباشرة لانعدام علاقتها بوحدة المنتج .

المطلب الثالث : أساليب محاسبة التكاليف

الأساليب التقليدية

1- أسلوب التكلفة الكلية:

ظهرت هذه الطريقة بعد الدارسات التي أجريت بين الفترة الممتدة بين الحربين العالميتين من طرف الرائد العقيد RIMAILHO في إطار تنظيم الورشات العسكرية ثم تابعت في اللجنة العامة للتنظيم العلمي و مكتب المجلس و تكوين المؤسسات

في هذه الفترة عرفت بطريقة الأقسام المتجانسة عرفت و اعتمدت من طرف لجنة المعايير للمحاسبات وفق مرسوم (4 أبريل 1948) ومن طرف المخططات المحاسبية العامة (1947 و 1957)

1-1- تعريف الطريقة :

تقوم هذه الطريقة على تقسيم الأعباء المحملة إلى أعباء مباشرة و أخرى غير مباشرة فالأولى هي التي تحمل مباشرة لتكلفة المنتج بدون غموض ، و الثانية توزع في مرائز التحليل، لتحمل بعد ذلك عن طريق وحدات العمل بصفة متجانسة .²⁹

تسعى المؤسسة من خلال إستخدام هذه الطريقة إلى تحقيق أهداف رئيسية :³⁰

1- البحث عن الحساب بطريقة أكثر جدية ممكنة لمختلف التكاليف المهمة في المؤسسة بإدخال جميع الأعباء القابلة للإدماج ، وهي موجهة على وجه الخصوص للمؤسسات التي تطورت إلى مستوى دفعها لخلق وظائف مخصصة تزود مصالح أخرى بخدمتها خاصة منها المصالح المرتبطة مباشرة بالإنتاج .

2- البحث عن صيغة للتقسيم بدلا من المساعدة على التسيير ، وهنا يمكن القول بأن أسلوب التكلفة الكلية تمثل ضمنا بشكل م ارقية لسلم القيم التي يحددها السوق ومن خلال نظام الأسعار ، و بإستثناء بعض الحالات الخاصة ، لا بد أن يكون السعر أكبر أو يساوي التكلفة الكلية .

²⁹ عبد الناصر نور ، عليان الشريف ، محاسبة التكاليف الصناعية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة ، عمان ، 2009 ، ص72

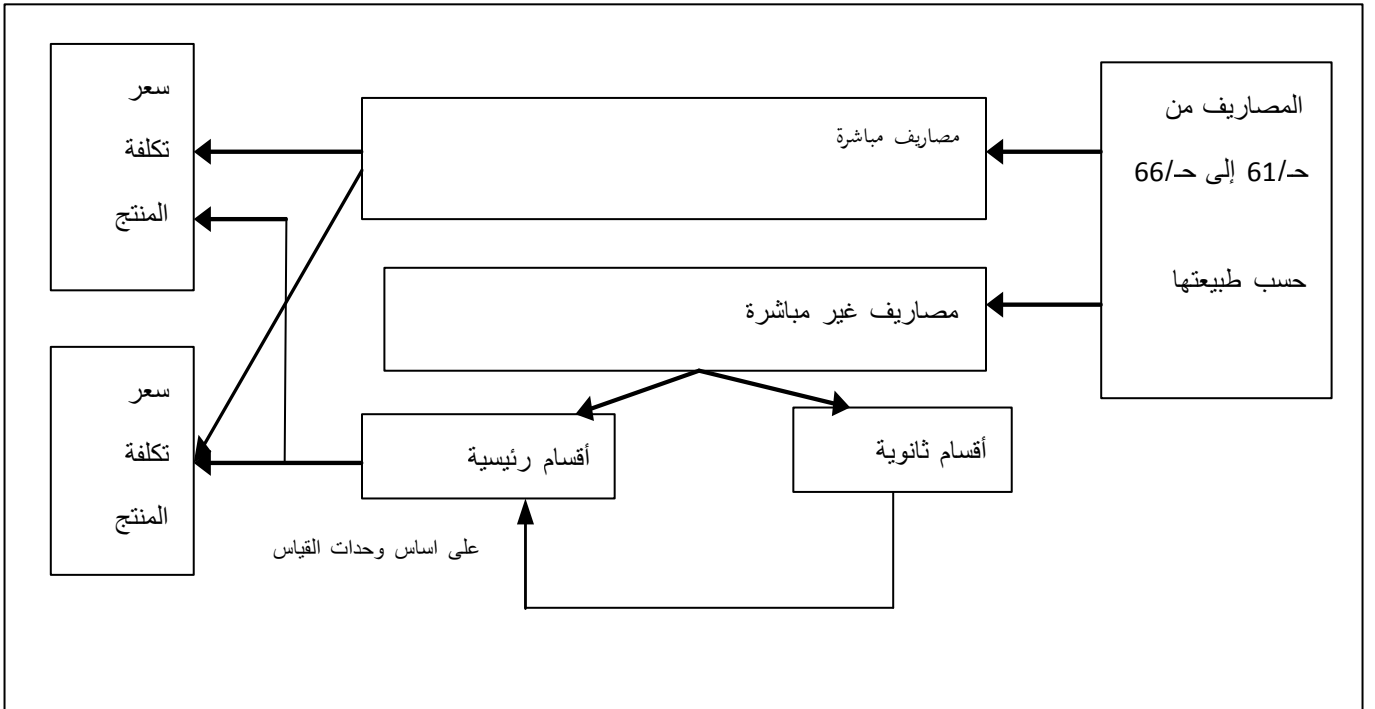
³⁰ مرابطي نوال ، أهمية نظام المحاسبة التحليلية كأداة في مراقبة التسيير ، حالة المؤسسة ، نفضال مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، فرع التحليل الإقتصادي ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر، 2005، ص67-69

3- الإستجابة لمتطلبات التسيير الداخلية ، حيث تشكل معلومة محاسبية مهمة بالنسبة للمسيرين

1-2- حساب سعر التكلفة (تحمل التكاليف الكلية للمنتج)

وفق أسلوب التكاليف الكلية يتم تحميل التكاليف للمنتجات بإتباع المراحل الموضحة في الشكل التالي :

الشكل رقم "1" أسلوب التكلفة الكلية



المصدر: علي رحال، سعر التكلفة والمحاسبة التحليلية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص51

1 - يتم تحليل عناصر التكاليف من " حساب 37 إلى حساب 32" (حسب طبيعتها) مواد أولية مستهلكة، أجور... الخ. وحسب وظائف المؤسسة (تموين ، إنتاج ، توزيع)

2- تنقسم تكاليف إلى تكاليف مباشرة و غير مباشرة كما يلي :³¹

³¹ رضوان محمد العناني، محاسبة التكاليف ، الطبعة الثانية ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان، 2007، ص85

أ. **مصاريف مباشرة:** هي المصاريف التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بوحدة الإنتاج ، وتمثل في عناصر ومصاريف مباشرة صرفت خصيصاً لإنتاج سلعة معينة بذاتها .

ب. **مصاريف غير مباشرة:** وتعتبر هذه المصاريف هامة و ضرورية لإتمام عمليات التصنيع و التسويق و الإدارة إلا أنه لا يمكن تخصيصها أو ربطها بساعة معينة .

1-3- توزيع المصاريف غير المباشرة على الأقسام المتجانسة

حيث يعرف القسم المتجانس بأنه نظام المحاسبي فيه عناصر التكاليف و أسعار التكلفة ثم تحمل هذه العناصر على مختلف الأقسام باستخدام وحدات القياس أو نسب مئوية وتنقسم الأقسام المتجانسة إلى :

1- الأقسام الأساسية :

وتسمى بالأقسام الرئيسية أو الفعلية ، وهي أقسام ذات نشاط قابل للقياس ، أو بمعنى آخر لها علاقة مباشرة بالمنتجات المدجة ضمن دورة الإستغلال ن و بالتالي تنسب المصاريف الخاصة بها على التكاليف و سعر التكلفة و ذلك من خلال وحدات العمل وتتمثل أساساً في :

* **قسم التموين :** ويتمثل نشاط هذا القسم في الشراء و التخزين و يقاس نشاطه بالكمية المشتراة .

* **قسم الإنتاج:** ويسمى أيضاً بقسم الصنع أو المعمل ، ويتمثل في الورشات المنتشرة عبر المؤسسة و يعبر عن نشاطه بإحدى الوحدات ، عدد الوحدات المنتجة ، عدد ساعات العمل المباشرة ، عدد ساعات عمل الآلة .

2- الأقسام الثانوية :

وتسمى بالأقسام المساعدة و هي أقسام ذات نشاط يصعب قياسه ، وتكمن مهمتها الأساسية في تقديم خدمات للأقسام الأساسية ، حيث تساعد في تأدية عمليات النشاط الإقتصادي على أحسن وجه ، وتحول مصاريف هذه الأقسام كلياً عند عملية التوزيع الثانوي للأعباء ، ونذكر من بين هذه الأقسام الثانوية مايلي: قسم الإدارة ، قسم الصيانة ، قسم المحاسبة و المالية... الخ³² .

2-1- التوزيع الثانوي للتكاليف غير المباشرة :

مصاريف الأقسام الثانوية لا تحمل مباشرة إلى سعر التكلفة وإنما إلى الأقسام الرئيسية ، لأنها تقدم خدمات إلى المنتج في حد ذاته و إنما تقدمها للأقسام الرئيسية أو فيما بينهما بواسطة نسب مئوية تسمى بمفاتيح التوزيع .

ونجد طريقتين لتوزيع هذه المصاريف طريقة التوزيع التنازلي ، وطريقة التوزيع التبادلي :

³² بوعلام بوشاشي ، المير في المحاسبة التحليلية ، دار هزمة للنشر و التوزيع، 2002، ص72 .

1- التوزيع التنازلي : يتم وفق هذه الطريقة ترتيب م اركز الخدمات (الاقسام المساعدة) ترتيبا تنازليا ثم توزع اعباء القسم الأول على ما يليه من الأقسام المساعدة و الرئيسية و تستمر العملية إلى أن تتم عملية توزيع اعباء الأقسام المساعدة كليا على الأقسام الرئيسية

2- التوزيع التبادلي : تستعمل عندما تقوم الأقسام المساعدة بتقديم خدمات وتلقي في نفس الوقت خدمات ، يستلزم أولا تحديد قيمة هذه الخدمات المتبادلة ، ثم القيام بعملية التوزيع.³³

2- اسلوب التحميل العقلاني للتكاليف الثابتة وطريقة التكاليف المتغيرة :

1-2- اسلوب التحميل العقلاني للتكاليف الثابتة .

1- تعريف طريقة التحميل العقلاني :

يعود الفضل في ظهور هذا الأسلوب إلى أبحاث Granth المنتسب إلى التيار الفكري للتنظيم العلمي للعمل وذلك سنة 7257 ويعرف على انه أسلوب لحساب سعر التكلفة، يقوم على تقسيم المصاريف إلى مصاريف متغيرة ومصاريف ثابتة ليتم تحميل المصاريف الثابتة للوحدات المنتجة يعمل هذا الأسلوب على تحميل الوحدات المنتجة بالقدر الملائم لها من التكاليف الثابتة وفقا لمعامل يسمى معامل التحميل العقلاني.³⁴

2- مبادئ اسلوب التحميل العقلاني :

1- الفصل بين التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة:³⁵

1-1- التكاليف الثابتة : هي التي لا تتأثر بنشاط المؤسسة، أي بالإنتاج مثل أجرة الك اراء، الإهلاك، مصاريف التأمين، وهذا النوع من التكاليف تتحمله المؤسسة مهما كان مستوى نشاطها .

1-2- التكاليف المتغيرة: هي تلك التكاليف التي تتغير بمجموعها مع التغير بحجم النشاط بالزيادة أو النقصان أي أنها تزداد بنفس الزيادة وتنقص بنفس نسبة النقصان مع حجم الإنتاج مثل تكاليف المادة الأولية، أجرة عمال الورشات، تكاليف الطاقة المحملة... الخ .

ويحسب جزء التكاليف الثابتة الذي يتعلق بحجم النشاط أو الإنتاج .

³³ علي رحال ، المحاسبة التحليلية من النظرية إلى التطبيق ، مطبعة عمار قربي ، باتنة ، الجزائر ، ص92 .

³⁴ جراح عبد الزوهرير ، المحاسبة التحليلية كأداة التسيير الفعال، مذكرة ماجستير، معهد العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008، 2007، ص52

³⁵ علي رحال، مرجع سابق، ص52

3- كيفية حساب سعر التكلفة :

3-1- تحديد معامل التحميل العقلاني للتكاليف الثابتة .

بحيث يصبح تحميل المصاريف الثابتة يتم حسب مستوى النشاط الإقتصادي، أي تثبت قيمة المصاريف الثابتة الفردية المحملة الى سعر التكلفة بواسطة معامل التحميل الذي يحسب بالقاعدة التالية :

1- مستوى النشاط العادي والحقيقي :

1-1- مستوى النشاط العادي :

أي مستوى الإنتاج العادي بالمؤسسة، أي بالطاقة الإنتاجية للمؤسسة والتي نقصد بها الطاقة الإنتاجية المتوسطة اي العادية التي تأخذ بعين الاعتبار طاقة الآلات والتجهي ازت، عدد العمال، وقت العمل، أوقات التعطل والصيانة .

1-2- مستوى النشاط الحقيقي :

هو المستوى الذي تبلغه المؤسسة فعليا من الإنتاج في الفترات المختلفة والذي يكون أقل أو يساوي أو أكبر من المستوى العادي .

وهكذا يتم تحميل المصاريف الثابتة بواسطة معامل التحميل الذي يأخذ الحالات التالية :

- معامل التحميل أكبر من الواحد وهذا ينتج عنه ربح المردودية (فائض .)
- معامل التحميل أقل من الواحد وهذا ينتج عن تكلفة العطالة (عجز)
- معامل التحميل يساوي الواحد ويعني تطابق مستوى النشاط العادي والنشاط الحقيقي .

3-2- حساب التكاليف الثابتة المحملة عقلانيا :

التكاليف الثابتة المحملة عقلانيا = التكاليف الثابتة الفعلية X معامل التحميل العقلاني

وبعد حسابهم يتم حساب التكلفة الإجمالية كما يلي :

التكلفة الإجمالية المحملة = المصاريف المتغيرة + المصاريف الثابتة المحملة

ويمكن من خلال حساب التكاليف الثابتة المحملة عقلانيا كذلك، تحديد الفرق بينها وبين الحقيقية منها كما يلي :

1- حساب الفرق بين التكاليف الثابتة الفعلية والمحملة :

هذا الفرق بين يأخذ الحالات التالية :

- اذا كانت الفعلية اكبر من المحملة يسمى تكلفة البطالة (عجزالنشاط)

- اذا كانت الفعلية أصغر من المحملة يسمى فائض النشاط (ربح زيادة الفعلية .)

في كلا الحالتين سعر التكلفة للوحدة يبقى ثابت دون تأثير تغيرات حجم النشاط

2- فروقات المخزونات

اذا كانت القيمة الحقيقية للمخزونات أكبر من قيمتها بالتحميل العقلاني فإن الفرق موجب يضاف الى النتيجة، واذا كان الفرق سالبا يطرح من النتيجة .

* كيفية حساب النتيجة وفقا لطريقة التكاليف المتغيرة :

تتم من خلال حساب الهامش على التكلفة المتغيرة MCV الذي يساوي :³⁶

$$\text{الهامش على التكلفة المتغيرة} = \text{التكاليف المتغيرة} - \text{رقم الاعمال} \text{ MCV} = \text{CA} - \text{CV}$$

ويعطي ثلاث حالات :

($\text{MCV} > \text{CF}$) هـ ت م > ت ثا) و تكون في هذه الحالة نتيجة موجبة .

($\text{MCV} < \text{CF}$) هـ ت م < ت ثا) و تكون في هذه الحالة نتيجة سالبة .

($\text{MCV} = \text{CF}$) هـ ت م = ت ث) و تكون في هذه الحالة نتيجة تساوي الصفر المؤسسة في حالة تعادل أو عند نقطة تسمى نقطة التعادل .

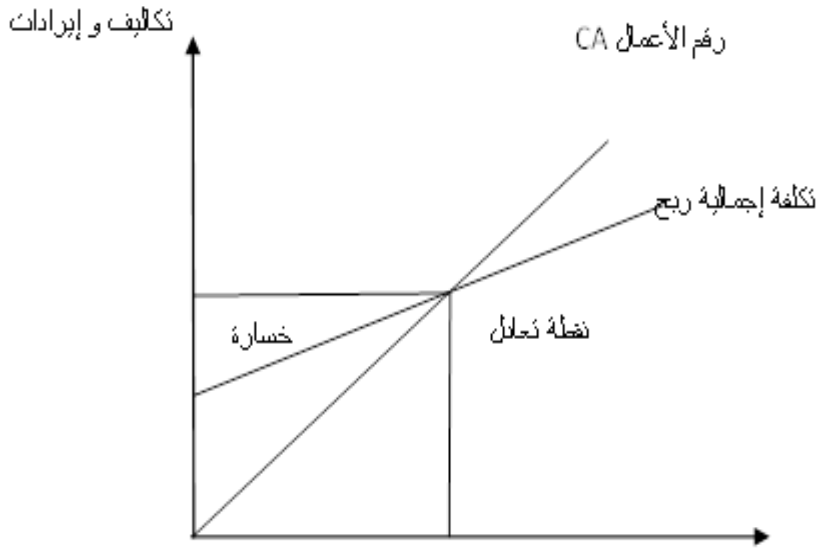
عتبة المردودية :

تسمى نقطة التعادل وهي النقطة التي تصل المؤسسة فيها إلى تغطية مجموع تكاليفها (التكاليف المتغيرة + التكاليف الثابتة) برقم أعمالها ، تكون النتيجة فيها معدومة و إنطلاقا منها تبدأ المؤسسة فب تحقيق الأرباح .

كما هي موضحة في الشكل التالي :

شكل رقم (9) مستوى النشاط الذي يحقق عتبة المردودية

³⁶ أحمد طوبية ، المحاسبة التحليلية كأداة لتخطيط و مراقبة الانتاج ، مذكرة ماجستير ، تخصص التخطيط و التنمية ، قسم الإقتصاد ، كلية العلوم الإقتصادية و التسيير ، جامعة الجزائر، 2009-2006، ص 22 .



- حجم النشاط " CT" التكاليف الكلية
- "CV" التكاليف المتغيرة
- " CF" التكاليف الثابتة

نلاحظ أن المؤسسة قبل رقم الأعمال نقطة التعادل لم تحقق خسارة بمعنى أن التكاليف الثابتة أكبر من الهامش على التكلفة المتغيرة أو في نقطة التعادل تحقق المؤسسة نتيجة تساوي الصفر بمعنى أن التكلفة الثابتة تساوي الهامش بعد ذلك أي بعد رقم الأعمال نقطة التعادل يصبح الهامش على التكلفة المتغيرة يعطي تكاليف ثابتة و يحقق أرباح³⁷.

2-2- أسلوب التكلفة المتغيرة :

1-تعريف اسلوب التكلفة المتغيرة :

تم إستعمال هذا الأسلوب لأول مرة سنة 1936 بالولايات المتحدة الأمريكية على يد HARIS يطبق هذا الأسلوب التي تنتج عدة منتجات دفعة واحدة و هو يعتمد على التفرقة بين التكلفة المتغيرة و التكاليف الثابتة و مبدأ التحميل الجزئي لعناصر التكاليف إلى وحدات الإنتاج، من خلال تحميل هذه الأخيرة بالتكاليف المتغيرة فقط ، أما التكاليف الثابتة فتحمّل في نهاية الفترة عند حساب النتيجة الصافية ، أين يتم حساب الهامش على التكلفة المتغيرة لكل منتج بطرح التكلفة المتغيرة له من رقم أعماله

ثم تحسب النتيجة الصافية بطرح إجمالي الهامش على التكلفة المتغيرة للمنتجات من التكاليف الثابتة

نقطة التعادل بالكميات (الكمية الحرجة): هي الكميات المباعة من المنتجات التي تحقق للمؤسسة نتيجة معدومة (تغطية كل التكاليف الثابتة و المتغيرة (أي وحدة إضافية ستبيعها المؤسسة فإن مساهمتها الهامشية) سعر بيع الوحدة ناقص التكلفة المتغيرة للوحدة و تعتبر الربح الوحدوي .)

³⁷ ناصر داداي عدون ، التحليل المالي ، دار المحمدية العامة ، الجزائر ، 2007، ص 70 .

وتحسب كما يلي :

الهامش على التكلفة المتغيرة = التكاليف الثابتة

و هذا يعني أن $MCV=CF$ الكمية المباعة \times الهامش على التكلفة المتغيرة للوحدة = التكاليف الثابتة

و هذا يعني:

الكمية المباعة الحرجة (حجم التعادل) = الهامش على التكلفة الثابتة المتغيرة للوحدة او سعر بيع الوحدة - التكلفة التكاليف الثابتة المتغيرة للوحدة

* نقطة التعادل بالقيمة (رقم الأعمال الحرج) رقم الأعمال الحرج هو رقم الاعمال الذي يعطي التكاليف الكلية و يحسب كالتالي :

عند نقطة التعادل رقم الأعمال = التكاليف المتغيرة + التكاليف الثابتة

رقم الاعمال (1 - نسبة التكاليف المتغيرة) = التكاليف الثابتة

رقم الأعمال الحرج = التكاليف / نسبة الهامش على التكاليف المتغيرة

رقم الاعمال نقطة التعادل = ت ث \times ر ع / ت م

2- هامش الأمان : يطلق على هذا المصطلح عادة على الفرق بين نقطة التعادل بالقيمة و رقم الأعمال الفعلي و الذي يكون أعلى من مستوى النشاط في نقطة التعادل.

هامش الأمان = المبيعات - رقم الأعمال الحرج

2سالمي ياسين ، الطرق الحديثة لحساب التكاليف و إتخاذ القرار في المؤسسة ، مذكرة اجيستير ، تخصص محاسبة و تدقيق ن قسم العلوم التجارية ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير بجامعة الجزائر 6سنة 9002-9070، ص 20 .

3- أسلوب التكلفة المعيارية :

يقصد بالتكاليف المعيارية هي تلك التكاليف المحددة مقدما بعناية و تستخدم كأساليب للمقارنة مع التكاليف الفعلية والتكاليف المعيارية هي مقاييس تحقق لقياس الاداء .

3-1- خصائص التكاليف المعيارية :

هي تكاليف محددة مقدمة تتخذ أساسا للمقارنة مع التكاليف الفعلية. تتكون التكاليف المعيارية من جزئين : ³⁸

- الأول يتعلق بالكمية

- الثاني يتعلق بالتكلفة (السعر)

* الكمية في المواد : عدد وحدات المواد الأولية اللازمة لصنع المنتج .

* الكمية في الأجور : هي ساعات التشغيل المباشرة لصنع المنتج .

* التكلفة في المواد: سعر الوحدة للمادة الأولية .

* التكلفة في الأجور : معدل أجر الساعة بالنسبة للعامل .

* الأساليب الحديثة

1- أسلوب التكلفة على أساس النشاط:

التعريف الاول: هناك تعاريف مختلف بهذا الأسلوب و أهم المرتبطة بها :

"لقد عرفت أسلوب التكلفة على أساس النشاط ABC تلك الأسلوب التي تصحح أساليب محاسبة التكاليف الأخرى عن طريق التركيز على الأنشطة الفردية و إعتبارها موقع الكلفة الأساسي".³⁹

التعريف الثاني :

"هي تلك الأسلوب التي تقوم أولا بتخصيص استفادتها من هذه الأنشطة "

"على أنها أسلوب يتكون من مرحلتين لتوزيع الكلفة غير المباشرة حيث ياتم تجميعها فاي مجموعات للتكلفتة ثم ياتم تخصيصها على المنتجات النهائية تبعا على موجهاة التكلفة".⁴⁰

ينظر أسلوب ABC للمنتج أو الخدمة هي مجموع التكاليف الإنف اردية المباشرة و الغير مباشرة لكل نشاط موجود ضمن المنتج .

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نلخص القول أن نظام ABC هو أسلوب يقود إلى تحسين الانظمة التقليدية للتكاليف عن طريق التركيز على الانظمة كأع ارض أساسية للتكلفة.

³⁸ ساملي ياسين ، الطرق الحديثة لحساب التكاليف و إتخاذ القرار في المؤسسة ، مذكره اجيستير ، تخصص محاسبة و تدقيق ن قسم العلوم التجارية ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر ، 2009-2010،ص50

³⁹ أحمد صلاح عطية، مرجع سابق،ص 90

⁴⁰ أشرف عزمي مسعود مغلي ، اثر تطبيق نظام محاسبة التكاليف المبني على الأنشطة ABC على تعظيم الربحية ، رسالة شهادة ماجيستير قسم المحاسبة كلية العلوم الإدارية و المالية ن جامعة الشرق الأوسط ، 2009،ص92 .

1-1-1- مراحل عمل أسلوب التكلفة على أساس الأنشطة: تتلخص فيما يلي :⁴¹

1- تحديد أنشطة المؤسسة :

يعتبر تحديد الأنشطة المرحلة الأولى و الأساسية في عملية بناء نظام المحاسبة التكاليف على أساس الأنشطة ، و التي على ضوءها تبين المراحل التالية و كذلك تحديد المعلومة المنتجة .

2- توزيع الموارد بين الأنشطة :

تسجل الاعباء غير المباشرة عادة على مستوى أقسام المؤسسة ثم تقسم بين أنشطة كل قسم حيث :

- في حالة وجود ربط مباشر بين العبء و النشاط فإن التخصيص يكون مباشر .

- في حالة عدم وجود رباط مباشر فإن العبء يوزع بالتناسب مع عدد العمال أو الوسائل المادية المستخدمة في المهام المشكلة للأنشطة ، و تسمى مفاتيح التوزيع المستخدمة لتخصيص الموارد على الأنشطة .

3- تحديد تكلفة الأنشطة : تكلفة النشاط هي مجموع تكاليف عوامل الإنتاج حتى يمكن تتبعها تتباين انها تخص و تشكل هذا

النشاط

و تتطلب تحديد تكلفة النشاط حصر تكاليف الموارد التي تستهلك لمعرفة كل نشاط خ لال فترة معينة و يعتبر ذلك تبويب التكلفة طبقا لعلاقتها بالأنشطة المنفذة خلال الفترة .

4- تحميل تكاليف الأنشطة للمنتجات : تركز عن أسلوب التكاليف على أساس الأنشطة على فكرة أن الأنشطة تستهلك الموارد

و بالتالي التكلفة المرتبطة بها ومن ناحية أخرى فإن هذه المنتجات للموارد المستنفذة في تنفيذ الأنشطة و ذلك عن طريق تحديد معادل التكاليف غير المباشرة لكل نشاط باستخدام مسبب التكلفة المناسبة .

5- مبادئ أسلوب التكلفة على أساس النشاط :

ترتكز طريقة تخصيص التكاليف على أساس الأنشطة على أساس عديداة لتحميل الاعباء الغير مباشرة لتلائم مع طبيعة الأنشطة و درجة إستهلاكها للموارد المخصصة و ذلك وفقا ما تم صرفه في عملية الإنتاج من وقت و جهد أو عناصر أخرى ملائمة

⁴¹ إسماعيل حجازي ، معالم سعاد ، محاسبة التكاليف الحديثة من خلال الأنشطة ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، 2006، ص22

، تحدد في إطار النشاطات المسببة للأعباء ، ومقدار إستخدام أهداف التكلفة لتلك الأنشطة ، على عكس الأساليب الأخرى التي تعتمد على أساس خارجة مان نطاق الأنشطة ، أي تعتمد على ساعات العمل المباشرة عموماً في عملية التوزيع .

و عليه قد حقق هذا الأسلوب المبدأ الأساسي للمحاسبة التحليلية فيما يخص تطابقها مع تنظيم المؤسسة الذي تمثل أساس كل الأنشطة الضرورية التي تحتاجها للحصول على مخرجات ، هذا التطابق يظهر في تتبع الأعباء و إستهلاك الموارد ، الذي ترفقه عملية ضابط و تحليل الأنشطة ، و إعادة تربيتها لتحديد تلاك التاي تساهم فاي خلق قيمة مضافة هذا ما يمنحها ميزة تنافسية في السوق.⁴²

كما يمكن إنجاز ثلاث مبادئ أساسية يركز عليها أسلوب التكلفة على النشاط بإختصار فيما يلي :

- النشاط

- مسببات التكلفة .

- العمليات.

2- أسلوب الإنتاج في الوقت المناسب :

يعتبر أسلوب الإنتاج في الوقت المناسب من أهم المستجدات في أساليب الإدارة و التي أحدثت شبه ثورة في بيئة الإدارة و الإنتاج و يرجع ذلك بشكل رئيسي الى ما حققه هذا الأسلوب من نجاح من قطع النظر في الصناعات اليابانية و ما ترتب عليه من تخفيض التكاليف و زيادة الربحية و الإنتاجية ، و يقوم هذا الأسلوب على الأداء الفوري لعملية الشراء و الإنتاج لتلبية احتياجات الطلب الخارجي بالجودة المناسبة مع استبعاد كافة الأنشطة التي لا تضيف قيمة للمنتج من خلال التحسين المستمر في طرق أداء الأنشطة و حسن استغلال الموارد بأفضل طريقة ممكنة⁴³.

- فأسلوب الإنتاج في الوقت المناسب مجموعة من الأهداف يسعى لتحقيقها نذكرها كالاتي:

-إلغاء الأنشطة التي ليست لها قيمة مضافة.

-صفر عيب.

-صفر مخزون.

⁴² نوال مرابطي، مرجع سبق ذكره، 2005، ص52، ص53

⁴³ نور، أحمد، وعبيد حسين، والسيد شحاته، شحاته، مبادئ المحاسبة التكاليف، الدارالجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007، صص67، 68

-سرعة ضبط الآلات.

-صفر عطب.

-التسليم في الوقت المحدد 100%.

و تعتبر هذه الأهداف مثالية ومن الصعب تحقيقها عمليا لانها تشكل هدفا ينبغي السعي للاقتراب منه و تخلق من خلال تحسين المستمر والتفوق.

3-اسلوب إدارة الجودة الشاملة:

يقصد بمفهوم إدارة الجودة الشاملة مجموعة من الأفكار و الأساليب التي تتضمن جميع جوانب العمل داخل المؤسسة بما يحقق التطوير و التحسين المستمر في مستويات الجودة لكافة المنتجات و العمليات، الأمر الذي ينتج عنه تحقيق رضا العملاء و زيادة الإنتاجية و من ثم تدعيم الأداء التنافسي للمؤسسة.

يساعد أسلوب إدارة الجودة الشاملة على تخفيض التكاليف و ذلك عن طريق منع حدوث أخطاء أو عيوب في المنتجات و العملية الإنتاجية.

فإدارة الجودة الشاملة تشتمل على مجموعة من الأهداف و المبادئ سنوجزها كالآتي :

1-مبادئ إدارة الجودة الشاملة:

- تقوم إدارة. الجودة الشاملة على مجموعة من المبادئ نذكر منها الآتي:

1- العميل يحدد الجودة.

2- يتطلب تحسين الجودة .

3-اعتماد مقاييس فعالة للجودة حيث لا ينبغي أن نتكلم عن مجرد آراء و إنما على بيانات.

4- الأفراد الذين يعملون داخل النظام هم الذين يخلقون الجودة.

5- الجودة هدف متحرك يتطلب الالتزام بالتحسين المستمر.

6- الوقاية هي المفتاح الجوهرى لإنتاج جودة عالية و ليس اكتشاف الأخطاء حيث ينبغي القيام بالأشياء الصحيحة ،بشكل صحيح منذ المرة الأولى و دائما.

7- يجب أن تدعم الإدارة العليا كل المبادرات المتعلقة بالجودة.

4- أسلوب التكلفة المستهدفة:

تعريفها: ويقصد به تكاليف التصنيع و تسويق المنتج التي تتضمن الوصول على السعر المستهدف و تحقيق أيضا العائد و سوف يتم التطرق لها بالتفصيل في المبحث الموالي.

المبحث الثاني: التكاليف المستهدفة و دورها في تخفيض التكاليف و تطوير المنتجات.

المطلب الأول: أسباب ظهور التكاليف المستهدفة.

لقد تم ابتكار نظام التكاليف المستهدفة واستخدامه من قبل المشروعات المتطورة للعديد من الأسباب التي أهمها ما يلي:

- ازدياد المنافسة بين المشروعات دفع أصحابها ومدراءها إلى البحث عن أسلوب جديد يمكنها من البقاء والاستمرار أطول فترة ممكنة في الأسواق، عن طريق تقديم منتجات أقل تكلفة وأفضل جودة وتكنولوجيا.
- أصبحت المشروعات الصناعية لا تصمم المنتجات بغرض تحقيق أعلى تكنولوجيا، إنما اتجهت إلى تصميم المنتجات التي تحقق التكنولوجيا المطلوبة.
- صعوبة اتخاذ قرارات التسعير للمنتجات الجديدة نتيجة لظروف عدم التأكد والغموض المحيطة ببيئة القرار، دفعت المشروعات إلى البحث عن نظام يدرس البيئة الداخلية والخارجية للمنتج بصورة جيدة ويكرر ذلك باستمرار.
- في الوقت الذي تزداد فيه الأسعار اليوم بسبب ظروف العرض والطلب، ظهر نظام التكاليف المستهدفة ليحد من هذه الزيادة عن طريق حصر تكاليف الإنتاج في حدود معينة وتجنب جميع نواحي الإسراف والأنشطة التي لا تضيف قيمة.
- هناك العديد من الانتقادات الموجهة لأنظمة التكاليف التقليدية من الأكاديميين والقائمين على المشروعات، لذلك تم ابتكار هذا النظام ليتفادى النقص السابق.

- عجز الأساليب الرقابية التقليدية على مقارنة الأداء الفعلي بالمخطط بشكل دقيق، جعل الإدارة تبتكر أسلوب التكاليف المستهدفة الذي يتبع منهج الوقاية خير من العلاج.

2- مفهوم التكاليف المستهدفة.

لقد ظهرت العديد من الدراسات التي تشرح وتوضح مفهوم نظام التكاليف المستهدفة وأهدافه ووظائفه، حيث عرفه Sakurai على أنه "أحد أدوات إدارة التكاليف التي تخفض التكاليف الكلية للإنتاج على مدار دورة حياة المنتج بمساعدة القائمين بهندسة الإنتاج والتصميم وبحوث التسويق والمحاسبة". كما عرفه Horvarth على أنه "التكلفة الإدارية المخططة والمستخدم في المراحل الأولية من تصميم المنتج، بحيث تؤثر على عملية إنتاج المنتج حسب متطلبات السوق".⁴⁴

أما Yoshikawa فعرفه على أنه "مجموعة الأنشطة التي يتم صياغتها وتحديدها لبلوغ مستويات التكاليف المطلوبة، وهي عادةً ما تكون مقسمة إلى مراحل، وذلك تسهيلاً لتحقيق الأهداف المالية المخططة من قبل الإدارة". ويرى Kato أنه "مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى تخفيض تكاليف دورة حياة المنتج ذي الجودة العالية، والذي يلي احتياجات العملاء عن طريق فحص جميع الأفكار التي يمكن من خلالها تخفيض تلك التكاليف في مرحلتها التخطيط والتطوير". ويعرفه Brausch على أنه "أحد الأدوات الإستراتيجية التي تعمل على خفض تكاليف المنتجات خلال دورة حياتها". ويعرفه Bhimani على أنه "نظام متكامل تابع لإدارة التكاليف يستخدم عند تصميم منتج جديد أو عند تطوير منتج سابق".

ويمكن من خلال المفاهيم السابقة تحديد مفهوم نظام التكاليف المستهدفة بعد الأخذ في الاعتبار ما يلي:⁴⁵

- 1 - إن التكاليف المستهدفة هي أحد أهم نظم إدارة التكاليف التي تنظم جميع وظائف المشروع من تخطيط وتصميم وإنتاج ورقابة لتكسيه المنافسة القوية والمكانة السوقية المهمة.
- 2 - تهدف التكاليف المستهدفة إلى تخفيض التكاليف وتقديم المنتجات ذات الجودة والسعر المناسبين والتي تشبع احتياجات العملاء وتحقق الأرباح المطلوبة.
- 3 - تحقق التكاليف المستهدفة أهدافها الإدارية والمالية المخططة بفعالية أكبر عند إنتاج العديد من المنتجات داخل المشروع الواحد.

⁴⁴ ميساء محمود محمد راجخان، دور التكاليف المستهدفة في تخفيض التكاليف و تطوير المنتجات، دراسة ميدانية على المشروعات الصناعية، كلية الاقتصاد و الإدارة، تخصص محاسبة، مدينة جدة، 2002، ص32

⁴⁵ ميساء محمود محمد راجخان، مرجع سابق الذكر، 2002، ص45

وعليه يمكن تحديد مفهوم التكاليف المستهدفة من وجهة نظر الباحثة على أنه "أحد أنظمة التكاليف الفعّالة والشاملة، التي تهتم بالتنسيق والتنظيم لجميع مراحل وأقسام المشروع من تخطيط وتصميم وإنتاج ورقابة، بهدف تقديم منتجات متنوعة وذات جودة مناسبة وتكاليف منخفضة، ولها وظائف متطورة تشبع احتياجات العملاء وتحقق الأرباح المطلوبة والمكانة السوقية المهمة".

3- مراحل تحديد التكاليف المستهدفة وتطبيقها في المشروعات الصناعية:

تمر عملية تحديد التكلفة المستهدفة وتطبيقها في المشروعات الصناعية لأحد المنتجات بعدة مراحل لخصتها الباحثة في ثلاث نقاط أساسية وهي: (46)

1- دراسة السوق.

تتم عملية دراسة السوق للمنتج الجديد أو المطور بهدف التعرف على ظروف السوق الذي سوف يتم البيع فيه وظروف العرض والطلب، ولتتم الوصول إلى نوعية المنتج الذي يمكن الاستثمار فيه وخصائصه وأسعاره وتكلفته المستهدفة التي سيتم الإنتاج والبيع في حدودها باستخدام المعادلة التالية:

$$\text{التكلفة المستهدفة} = \text{السعر المستهدف} - \text{الربح المستهدف}$$

2- دراسة إمكانيات المشروع تمهيداً لتعديلها.

بعد أن يتم تحديد مواصفات المنتج محل الدراسة ويتم تحديد سعر بيعه والربح المطلوب منه والوصول منهما إلى تكلفته المستهدفة، يقوم فريق التكاليف المستهدفة بالتعرف على جميع إمكانيات المشروع المادية والبشرية، كما يقوم ذلك الفريق بتحديد تكلفة ذلك المنتج حسب إمكانيات المشروع المتاحة قبل تعديلها، وذلك بهدف الوصول إلى:

□ مواطن النقص أو التأخر أو الارتفاع في التكاليف.

□ حساب مقدار الارتفاع في التكاليف إن وجد من خلال المعادلة التالية:

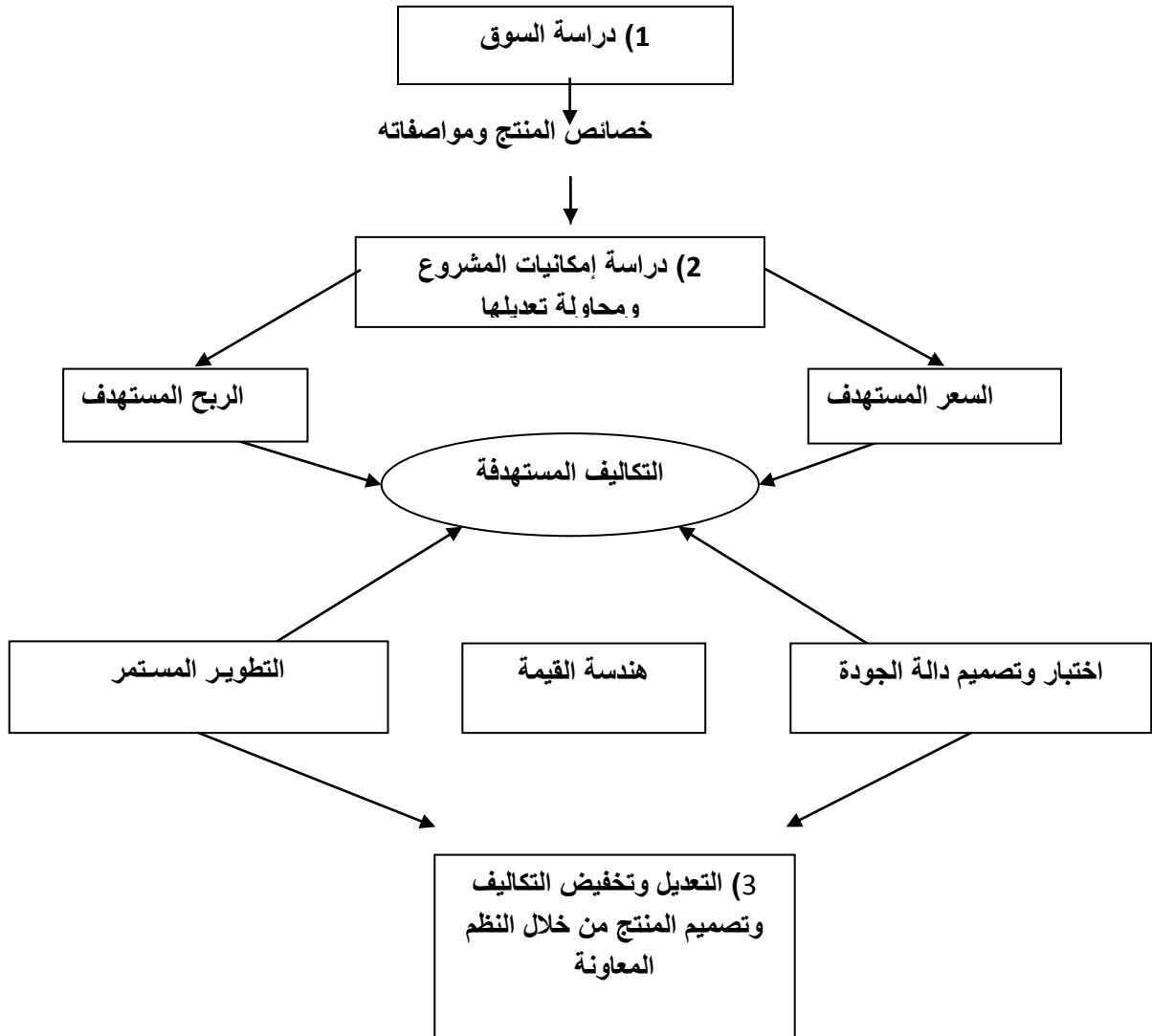
$$\text{التكلفة الحالية} - \text{التكلفة المستهدفة (المسموح بها)}$$

3- القيام بالتعديل وتخفيض التكاليف وتصميم المنتج.

46 محمد مصطفى الجبالي، دراسة تطوير منهج تحديد التكلفة حسب الأنشطة خلال دورة حياة المنتج، مجلة الدراسات المالية والتجارية - كلية العلوم الإدارية، جامعة القاهرة، كلية التجارة - بني سويف، (1997): ص 187-189.

بعد أن يتم تحديد مواطن حدوث الارتفاع في التكاليف ومقدار ذلك الارتفاع، يبدأ فريق التكلفة المستهدفة بدراسة جميع السبل الممكنة للتخلص من ذلك الارتفاع والوصول بالتالي للتكاليف المستهدفة (المسموح بها) أو الاقتراب منها قدر الإمكان، عن طريق تحديد تكلفة مستهدفة تكون وسطاً بين التكلفة المستهدفة والمسموح بها، وعن طريق استخدام بعض النظم المعاونة لنظام التكاليف المستهدفة في تخفيض التكاليف كنظام اختبار وتصميم دالة الجودة QFD ونظام هندسة القيمة VE ونظام التطوير المستمر CI.⁴⁷

ويمكن تلخيص طريقة تحديد التكاليف المستهدفة وتطبيقها في المشروعات الصناعية في الشكل التالي المقترح من قبل الطالبتين:



المصدر: من اعداد الطالبتين.

⁴⁷ محمد مصطفى الجبالي، المرجع سابق الذكر، 1997، ص 190

المطلب الثاني: تخفيض التكاليف باستخدام التكاليف المستهدفة

1: تخفيض التكاليف Costs Reduction.

قد تتعرض المشروعات إلى الارتفاع في التكاليف أو إلى التديني في مستوى الأرباح عن المستوى المطلوب بسبب عوامل كثيرة مثل: وجود إدارة سيئة أو عمالة غير مدربة أو سوء في توزيع هذه العمالة، أو توقف هذه العمالة عن العمل لفترات طويلة، أو توقف بعض الآلات كلياً أو لفترات معينة، أو وجود زيادة في مصاريف الإعلان والتدريب والعلاقات العامة عن الحاجة فالمهم في هذه الحالة هو دراسة مواطن وجود هذا الارتفاع في التكاليف ومقداره وأسباب حدوثه، للبدء فوراً في علاجه حسب الأولوية والأهمية وفي ظل تكلفة مستهدفة محددة.

- تعريف تخفيض التكاليف:

إن تخفيض التكاليف بالمعنى المطلق هو تخفيض في الرقم الإجمالي للنقود، وهذا النوع قد يتم بدون تخطيط أو جهود إدارية، مثل أن يكون سبب الانخفاض هو التخفيض في كمية الإنتاج وبهذا تكون النتيجة الفعلية هي ارتفاع التكلفة وليس انخفاضها وهذا ليس هو المقصود وإنما المقصود هو تخفيض مجالات الإسراف والضياع الحتمي والتخلص من تلك الأنشطة التي لا تضيف قيمة⁽⁴⁸⁾. ولقد عرّف أحد الكتاب التخفيض في التكاليف على أنه "تحقيق الخفض الحقيقي والدائم في تكلفة الأنشطة التي يزاؤها المشروع أو تكلفة الوحدة المنتجة فيه بدون التأثير على جودة المنتج أو وظائفه"⁽⁴⁹⁾. وعرّفه كاتب آخر على أنه "الحصول على منافع (مخرجات) أكبر من نفس الموارد (مدخلات)، أو الحصول على نفس المخرجات بمقدار أقل من المدخلات".

- مبادئ التخفيض:

حتى يتم القيام بعملية التخفيض في التكاليف بنجاح وفعالية، لابد من مراعاة بعض المبادئ والأسس التالية:⁽⁵⁰⁾

(48) - نبيه بن عبد الرحمن الجبر، نحو منهج مقترح لتخفيض التكاليف في المنشآت الصناعية السعودية - دراسة ميدانية، مجلة الدراسات المالية والتجارية - العلوم الإدارية، جامعة القاهرة: كلية التجارة - بني سويف، 1997 ص 187.
 (49) - إبراهيم السباعي، تشخيص مجالات خفض التكلفة - طرق التشخيص ووسائل التطبيق، مجلة المحاسبة، الرياض - الجمعية السعودية للمحاسبة، 1996، ص 37.
 (50) - نبيه بن عبد الرحمن الجبر، مرجع سابق، ص 187، 188.

- التركيز أولاً على العناصر التي تحتمل التخفيض الأكبر في التكاليف بأقل الجهود مقارنةً مع العناصر الأخرى.
- يجب ألا تكون تكلفة دراسة وتحليل التكاليف وتطبيق المقترحات أكبر من التخفيض في التكاليف.
- يجب ألا يؤدي التخفيض في التكاليف إلى تخفيض الجودة مما يؤثر على إجمالي الإيرادات.
- يجب ألا يؤدي تخفيض التكاليف إلى اتخاذ قرارات استراتيجية خاطئة كالاستغناء عن أصل ثابت قد يحتاجه المشروع في المستقبل القريب.

- يجب ألا يؤدي تخفيض التكاليف إلى إضعاف الروح المعنوية لدى العاملين مما يؤثر على الإنتاجية.
- وترى الباحثة ضرورة أن يتم التخفيض في التكاليف منذ بداية مرحلة التخطيط والتصميم وعلى ضوء تكلفة مستهدفة.

- عناصر تخفيض التكاليف:

تتعدد العناصر التي يمكن إخضاعها لعملية التخفيض في التكاليف، وهي ليست محددة بأي عنصر أو جزء أو قسم من أقسام المشروع أو مرحلة من مراحل العملية الإنتاجية قد تعتبر عنصراً من عناصر التخفيض إذا ما تعرضت إلى الارتفاع في التكاليف، وترى الباحثة أن أهم هذه العناصر هي:

- الأصول الرأسمالية كالأراضي والمباني والسيارات والآلات.
- العمالة المباشرة وغير المباشرة.
- المواد الخام والمواد الأولية المصنعة.
- مصاريف البيع والتسويق وما تشمله من مصاريف النقل والتغليف والتركيب والتشغيل والصيانة..
- المصاريف الإدارية والعمومية وما تشمله من مصاريف البحث والتطوير والطاقة وصيانة الآلات والمعدات.

- تخفيض التكاليف باستخدام التكاليف المستهدفة.

تتم التكاليف المستهدفة بتخفيض التكاليف منذ بداية مرحلة التخطيط والتصميم متبعة في ذلك مبدأ الوقاية خير من العلاج، وهي بذلك تتفادى حدوث الارتفاع في التكاليف من خلال الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة للمشروع من مواد خام وعمالة وأحور ومساحة وغير ذلك، ومن خلال إتباع جميع الوسائل الممكنة لخفض التكاليف بعد تحديد التكلفة المستهدفة، كما أن

التكاليف المستهدفة تضع أسلوب الرقابة المناسب الذي يمكنها دائماً من التأكد من صحة سير وتنفيذ ما خطط له، هذا بالإضافة إلى أنها تعتمد بشكل كبير على العلاقة الوثيقة والتعاون مع الموردين من أجل تخفيض التكاليف.

وتعتبر المشروعات اليابانية الرائدة في تطوير واستخدام نظام التكاليف المستهدفة هي أيضاً الرائدة في إيجاد وتطوير العلاقة مع الموردين، حيث أنها تجعل من الموردين جزءاً لا يتجزأ منها وتحملهم مسؤولية تحقيق الجودة والإمداد في الوقت المناسب وتشركهم كذلك في عمليات الاختراع وتقليل العيوب والتحسين في الخطط الإنتاجية، وإن هذا التعاون الكبير بين المشروع ومورديه أساسه الثقة لسنوات طويلة.⁵¹

ولقد حاولت بعض المشروعات الأمريكية تبني هذا الأسلوب في التعامل مع الموردين كشركة كريسler لصناعة السيارات التي قامت بتطوير مدة العقد مع الموردين من سنتين إلى فترة غير محددة تمتد على امتداد بقاء المنتج أو الموديل في الأسواق، كما قامت بإشراك الموردين معه في صياغة الأفكار مما ساعد على وجود هدفاً مشتركاً بينهم أساسه التخفيض في التكاليف. واستطاعت شركة كريسler بفضل هذا التعاون من تقليل الوقت اللازم لإنتاج الموديل الجديد للسيارة من 234-160 أسبوع تبعه انخفاض في التكاليف يقدر بأقل من بليون دولار تقريباً، وقد كان ذلك في الفترة ما بين 1980م-1994م، كما استطاعت شركة كريسler في تلك الفترة إنتاج العديد من الموديلات مثل Dodge و Cirrus ، بالإضافة إلى حصولها على الشهرة العالمية⁽⁵²⁾. وبجانب قيام التكاليف المستهدفة بالعمل على تخفيض التكاليف بالتعاون مع الموردين، فهي أيضاً تقوم بفحص كافة مراحل المشروع لتكشف مناطق حدوث الارتفاع في التكاليف ومقدار ذلك الارتفاع لتخفيضه بالقدر اللازم له من خلال الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة لدى المشروع ومن خلال التعرف على الأنشطة التي لا تضيف قيمة والاستغناء عنها، ويمكن توضيح ذلك من خلال استعراض الدراسة

لتوضيح كيفية تخفيض التكاليف باستخدام التكاليف المستهدفة، سوف يتم عرض الدراسة الميدانية التالية:

قامت إحدى المشروعات المنتجة للإلكترونيات التي تعمل في الولايات المتحدة الأمريكية بتحديد سعر بيع منتجاتها بـ 48 \$ للوحدة الواحدة، وكان عدد الوحدات التي سوف يتم إنتاجها 10000 وحدة، ويستخدم هذا المشروع في تحديد أرباحه المستهدفة معدل العائد على المبيعات ROS والذي يبلغ 25% من سعر بيع الوحدة الواحدة، وعلى ذلك نجد أن:

$$\text{معدل العائد على المبيعات لكل وحدة} = 48 \times 25\% = \$12$$

⁵¹ نبيه عبد الرحمن الجبر، مرجع سابق، ص189

$$\text{إجمالي العائد على المبيعات} = 12 \times 10000 = \$120000$$

$$\text{التكلفة المسموح بها للوحدة الواحدة} = 48 - 12 = \$36$$

$$\text{إجمالي التكلفة المسموح بها} = 36 \times 10000 = \$360000$$

$$\text{التكلفة المقدرة للوحدة الواحدة} = \$40$$

$$\text{إجمالي التكلفة المقدرة} = 40 \times 10000 = \$400000$$

$$\text{الفجوة بين التكلفة المقدرة والمستهدفة (المسموح بها)} = 400000 - 360000 = \$40000$$

بما يعادل \$4 للوحدة الواحدة.

ولقد قام المشروع بإجراء نشاطات هندسة القيمة VE لتقليل الفجوة وتخفيض التكاليف، حيث تم التركيز على تخفيض تكلفة المواد الخام، كما وضع معدل أعلى للعائد على المبيعات.

ونتيجةً لذلك فقد تم تخفيض التكلفة فعلاً إلى \$2 للوحدة الواحدة، واستمر التحسين في تصنيع المواد الخام وحركة دوراتها والتقريب بين مناطق الاستلام والتسليم، مما جعل المشروع يتمكن من تحقيق تخفيض التكلفة إلى \$3 للوحدة الواحدة بإجمالي \$30000، وبالتالي تخفيض الفجوة من \$400000 إلى \$370000 وبدراسة باقي العوامل الأخرى المؤثرة ومعالجتها قد يستطيع المشروع الوصول للتكاليف المستهدفة وهي \$360000.

وعليه يمكن القول أن تخفيض التكاليف الحقيقي والسليم لا يأتي عن طريق اتخاذ القرارات العشوائية بخفض مستوى الإنفاق أثناء العملية الإنتاجية، أو دون سابق تخطيط ودراسة لإمكانية تحقيق ذلك التخفيض ومدى تأثيره على كفاءة وفعالية العناصر التي يتم تخفيض تكاليفها. إنما يأتي عن طريق عمل دراسة تفصيلية تعتمد على الأساليب العلمية كأسلوب التكاليف المستهدفة والأساليب المعاونة له ليتم التخفيض منذ مرحلة التخطيط للعملية الإنتاجية وللمشروع ككل، وعليه تتم معرفة احتياجات كل قسم من أقسام المشروع وكل مرحلة من مراحلها، بل أيضاً كل عنصر من عناصر الموارد البشرية والمادية فيه مهما كان صغيراً، وبالتالي توضع خطة إنتاجية مدروسة وقابلة للتنفيذ. وقبل مرحلة التنفيذ وأثناءه يتم وضع خطة رقابية تضمن سير العملية الإنتاجية كما خطط لها وتتفادى الأخطاء قبل حدوثها، وتكشف عن مواطن الإسراف والتبذير والأنشطة التي لا تضيف قيمة للتخلص منها واستبدالها بالأفضل منها.

المطلب الثالث: عملية تطوير المنتجات باستخدام التكاليف المستهدفة

❖ تطوير المنتجات Products Development.

تتميز الأسواق اليوم بمحدا المنافسة وبالانفتاح العالمي، فعلى المشروعات التي ترغب في البقاء فترة طويلة في الأسواق وتحقيق الانتشار والحفاظ على المكاسب الكبيرة الحرص على الاستمرار في تطوير منتجاتها حسب متطلبات المستهلكين المتجددة، لما لذلك من أهمية كبرى في تحريك الطلب على منتجاتها وتحقيق الوفورات الاقتصادية وزيادة من الربحية.

وتعتبر التكاليف المستهدفة الطريقة الفعالة التي تضمن تحقيق الأرباح المطلوبة عند تطوير المنتجات، حيث أن تكاليف عمليات التطوير تدخل ضمن حدود التكلفة المستهدفة، بالإضافة إلى أن عملية التطوير والتكاليف المستهدفة تسيران جنباً إلى جنب وبصورة متوازنة، مما يساعد على توفير الوقت والجهد وبالتالي التكاليف.

- مبادئ تطوير المنتجات.

لكي تتم عملية تطوير المنتجات بنجاح وتؤدي الدور الذي وجدت من أجله، ألا وهو تحقيق الأرباح المطلوبة، فلا بد أن تتم ضمن أسس ومبادئ لخصتها الباحثة فيما يلي:

- التعرف على العناصر التي تحتاج للتطوير بصورة أكبر، والبدء بها سواء كانت تلك العناصر للعملية الإنتاجية أو للمشروع ككل.

- القيام بعملية التطوير في خصائص ووظائف المنتج منذ مرحلة التصميم للمنتج الجديد أو المطور.

- أن يتم التطوير في حدود تكلفة مستهدفة لضمان تحقيق ربحيته المستهدفة.

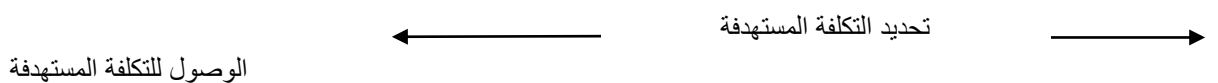
- ألا يؤدي التطوير إلى الإخلال بالجودة أو إلى فقد خصائص كانت موجودة أصلاً في المنتج وتميزه.

- أن يتم الأخذ في الاعتبار عملية السهولة في تشغيل وتركيب المنتج المطور ذي التكنولوجيا المتطورة

- عملية تطوير المنتجات باستخدام التكاليف المستهدفة.

إن عملية تطوير المنتجات هي من أهم ما تهدف التكاليف المستهدفة، وهي تتم تلقائياً من خلال عملية التخفيض في

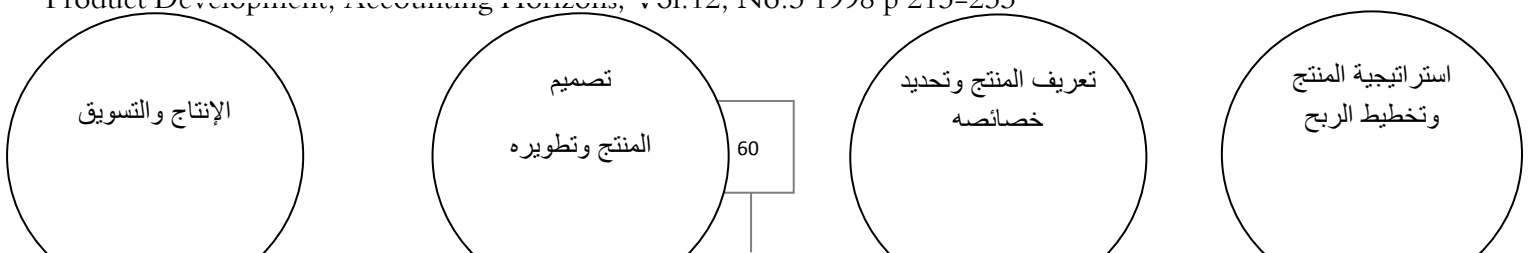
التكاليف وتحقيق التكلفة المستهدفة دون بذل أي مجهودات إضافية عبر المراحل التي يوضحها الشكل التالي⁵³



53 S.Anders

y into Products: The Use of Accounting Data in New

Product Development, Accounting Horizons, Vol.12, No.3 1998 p 213-233



شكل : دورة تطوير المنتج باستخدام التكاليف المستهدفة

وفيما يلي شرح لدورة تطوير المنتج باستخدام التكاليف المستهدفة:

استراتيجية المنتج وتخطيط الأرباح: تبدأ عملية تطوير المنتج بدراسة السوق وتحديد طبيعة ونوعية المنتج الذي يمكن إنتاجه والاستثمار فيه، ومن ثم يتم وضع ربحيته بناءً على التخطيط الاستراتيجي لإدارة المشروع.

تعريف المنتج وتحديد خصائصه: بعد التعرف على نوعية وطبيعة المنتج الذي سوف يتم الاستثمار فيه، يتم القيام بدراسة السوق مرةً أخرى للتعرف على متطلبات العملاء في المنتج وعلى خصائص المنتجات المنافسة له، ومن ثم تحديد تكلفته المستهدفة وعمره الافتراضي، كما يتم تقدير الطاقة والموارد التي يحتاجها (وتعتبر هذه المرحلة هي أهم مرحلة من مراحل عملية تطوير المنتج، حيث أنها تقوم بتحويل متطلبات العملاء إلى خصائص ومواصفات للمنتج، وتفيد تقنية اختبار وتصميم دالة الجودة في هذه المرحلة كثيراً حيث أنها تسهل عملية إتمامها.

1 - **تصميم المنتج وتطويره:** بعد الانتهاء من عملية صياغة مفهوم المنتج ووضع التصور المبدئي له والقبول به، فإنه يخضع لعملية التصميم حسب الخصائص والمواصفات وطرق التصنيع المطوّرة، وفي هذه المرحلة يتم الاستعانة بالموردين للحصول منهم على الأفكار التي يمكن من خلالها إدخال التحسينات على التصميم وطرق التصنيع والإنتاج.

2 - **الإنتاج والتسويق:** إن مرحلة الإنتاج والتسويق هي المرحلة التي يتم من خلالها معرفة النتائج التي تم الوصول لها من عملية التصميم والإنتاج، وهي أيضاً يتم من خلالها التعرف على مدى نجاح دورة تطوير المنتج، هذا بالإضافة إلى كونها وسيلة أو

مصدر مهم للمعلومات لأنها تكشف عن عمليات التطوير والتحسين الممكنة للمنتج المطور أو للمنتجات الأخرى الموجودة في الخط الإنتاجي.

ولقد ظهر من الدراسة التي تمت على مشروع Amco لتجهيز الأرصفة البترولية في بحر الشمال كيف تم تطوير ذلك

المشروع عن طريق استخدام التكاليف المستهدفة ونظام التطوير المستمر في تخفيض التكاليف، حيث أنفق هذا المشروع مبلغ

200000 جنيه إسترليني أي ما يعادل 300000 دولار تقريباً لترتيب أربعة مراوح تربونية تعمل بطاقة الرياح لاستخراج البترول

من أعماق البحر بدلاً من تلك السابقة التي كانت تعمل بطاقة الديزل، مما أدى إلى توفير 85% من تكلفة استخدام الديزل

و75% من تكلفة استخدام الهيدروكربون وتحقيق 5% تخفيض في تكلفة استخدام الطائرة التي كانت تقوم بتوصيل المهندسين

والفنيين المختصين بالكشف الدوري على المحركات السابقة، كما كانت تقوم بتوصيل الديزل الذي تحتاجه تلك المحركات.

ولقد أكد مدير مشروع Amco واسمه Mackenzie، على ذلك وذكر أن المشروع قد استطاع توفير الكثير من

النفقات بفضل المراوح التربونية، كما ذكر أنه يمكن تحقيق المزيد من الوفورات عند القيام ببعض التغيرات الجذرية اللازمة. وعليه فإننا

نجد أن عملية تطوير المنتجات هي نتيجة أساسية لعملية التخفيض في التكاليف باستخدام نظام التكاليف المستهدفة، وهي أحد

أهدافه الأساسية التي يعمل من أجلها منذ مرحلة التخطيط والتصميم للعملية الإنتاجية وللمشروع ككل، وأن عملية التطوير هذه قد

تكون مكلفة بصورة كبيرة أو تتطلب وقتاً طويلاً ومستقبلاً محفوفاً بالمخاطر إذا لم يتم التخطيط لها بشكل سليم وعلى ضوء تكلفة

مستهدفة.

خلاصة الفصل:

تلعب التكاليف دوراً أساسياً في دراسة و تقدير طلبات العملاء حيث تتوقف قرارات الانتاج على مقارنة التكاليف مع إيرادات المتوقعة فيزيد المنافسة دفع أصحابها الى البحث عن أسلوب جديد يمكنها من البقاء و الاستمرار أطول فترة ممكنة في الاسواق عن طريق تقديم منتجات اقل تكلفة و افضل جودة و تكنولوجيا و سمي هذا النظام بنظام التكلفة المستهدفة الذي يعتبر احد الانظمة الفعالة و الشاملة التي تهتم بالتنسيق و التنظيم لجميع مراحل وأقسام المشروع من تخطيط و تصميم و انتاج و رقابة بهدف تقديم منتجات متنوعة ,وذات جودة مناسبة وتكاليف منخفضة كما لها وضايف متطورة تشبع احتياجات العملاء.

و تحقق الأرباح المطلوبة و المكانة السوقية المهمة , كما تهدف أيضا الى تحقيق الإنتشار و الوصول الى الاسواق العالمية بتوفيره للمنتجات المتميزة , و معلومات هامة تساعد في تطوير المنتجات, و قدرته على الحد من التضخم و تخفيض التكاليف مما يؤدي الى التخفيض المنافسة القوية للمشروعات التي تستخدمه.

الفصل الثالث

دراسة حالة

مقدمة

إن التطور والازدهار الذي يشهده العصر في جميع مجالات الحياة ومن بينها المجال الصناعي، إضافةً إلى تقدم مستوى العلم والمعرفة بين الأفراد، أدى إلى خلق دافعاً قوياً لدى أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة والكافية لاستثمار أموالهم في هذا المجال.

ولكي يتحقق لهذه المشروعات المزيد من التقدم والنمو، كان لا بد من تدعيمها بمزيد من البحوث والدراسات النظرية والعملية، حيث لا مجال للعمل الناجح دون سابق معرفة أو علم، ومن هنا ظهرت أهمية التعاون المتبادل بين هذه المشروعات وبين القائمين عليها بالبحوث والدراسات الأكاديميين.

وحتى يتم تحقيق الهدف العام من هذا البحث وهو دراسة مدى إمكانية تطبيق أحد أنظمة التكاليف في المشروعات الصناعية لتطوير منتجاتها تم اختيار أحد المؤسسات الناشطة في الميدان الصناعي، وذلك لمحاولة إثبات مدى صحة أو خطأ فروض البحث، وبالتالي التوصل إلى نتيجة أساسية وهي إمكانية أو عدم إمكانية تطبيق نظام التكاليف في المشروعات الصناعية لتطوير منتجاتها.

المبحث الأول: عموميات حول مؤسسة إنتاج الحليب و مشتقاته:المطلب الأول: التعريف بمؤسسة إنتاج الحليب و مشتقاته :

أنشئت المؤسسة بأمر رقم 69-63 في 20 نوفمبر 1996 و هي في شكل مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري و صناعي تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلالية المالية، نلاحظ أن الديوان للحليب تحت سلطة وزارة الفلاحة و قد تم تقسيم هذا الديوان حسب النواحي التالية :

- الناحية الشرقية ORELAIT.
- الناحية الوسطى OROLAC .
- الناحية الغربية OROLAIT .

أ- التعريف ب OROLAIT :

يعتبر الديوان الجهوي الغربي للحليب و مشتقاته مؤسسة عمومية اقتصادية ، و هي مختصة في إنتاج الحليب و مشتقاته عن طريق وحداتها المنتشرة عبر الجهة الغربية من الوطن ، مقرها الرئيسي في مدينة وهران .

تأسست هذه المؤسسة في سنة 1948 عن طريق مجموعة من منتجي الحليب كان عددهم 150 منتج برأس مال يقدر ب 900000 فرنك فرنسي قديم و بطاقة إنتاجية تقدر ب 420 ألف لتر يوميا ، و هذا تحت اسم مركب حليب وهران (CLO) .

عرفت المؤسسة عدة تغيرات ، حيث سنة 1967 أصبحت تسمى بتعاونية حليب وهران ، و في عام 1970 حل محلها الديوان الوطني للحليب و مشتقاته و الذي هو مؤسسة إنتاجية و تجارية .

أما في 12-12-1981 أنشئ الديوان الغربي للحليب و مشتقاته OROLAIT في إطار إعادة تركيب المؤسسات بمرسوم رقم 81-354، و هذا الديوان كانت له مجموعة من المهام الرئيسية كمعالجة الحليب و مشتقاته.

و بعد الإصلاحات الاقتصادية دخلت المؤسسة الاستقلالية في ماي 1990، و تحررت من ناحية التسيير و التمويل و إقامة المشاريع الاستثمارية و اختيار الموردين و أصبح الديوان مؤسسة عمومية اقتصادية في شكل أسهم تنتمي لقطاع التغذية ، و مزودة برأس مال يقدر ب 40 مليون دينار جزائري و يحتوي على الوحدات التالية :

- وحدة الإنتاج بوهران .
- وحدة الإنتاج بسيدي بلعباس .
- وحدة الإنتاج بمستغانم .
- وحدة الإنتاج بسعيدة .
- وحدة الإنتاج بمعسكر .
- وحدة الإنتاج بتيارت .

- وحدة الإنتاج ببشار .
- وحدة الإنتاج بتلمسان .

ب-لمحة تاريخية عن الوحدة :

وحدة سعيدة * المنبع* تقع بالقرب من مدينة سعيدة شمالا بالمنطقة الصناعية كانت البداية في بنائها سنة 1984 و دخلت ميدان إنتاج في 13-2-1988 بقدرة إنتاجية تقدر ب 40000 لتر من الحليب و 10000 لتر من اللبن .

كانت هذه الوحدة تابعة إلى المؤسسة الأم OROLAIT بوهران إلى غاية 30-12-1997 ، من 1-10-1997 أصبحت هذه الوحدة تسمى بوحدة المنبع للحليب و هي وحدة مستقلة رأس مالها يقدر ب 1000000 دج و يتمثل إنتاجها في الحليب و مشتقاته كما تتسع مناطق توزيع إلى كل من وهران ، مشرية ، عين الصفراء، فرندة ، البيض، سيق ، المحمدية .

تنقسم الوحدة إلى ثلاثة بنايات :

- 1 - المخزن الخاص بالمواد الأولية و مواد التغليف .
- 2 - الورشة الخاصة بالإنتاج مقسمة إلى خمسة أقسام :

أ - ورشة إعادة التركيب .

ب - ورشة التعقيم أو البسترة .

ت - ورشة التكييف أو التعليب .

ث - قسم التنظيف .

ج - غرفة التبريد .

A. البناية الإدارية :

تشغل الوحدة 2*8 سا يوميا بحيث أن عدد العمال الإجمالي هو 86 عاملا موزعين حسب المصالح و ذلك كتوزيع أولي كما

يلي :

- المديرية و الإدارة العامة و المراقبة و التسيير: 5 عمال .
- المحاسبة و المالية: 5 عمال .
- الإنتاج: 23 عامل.

- الصيانة: 7 عمال.
- التموين: 3 عمال .
- البيع: 17 عامل .
- مصلحة الاستقبال: هذه المصلحة يستقبل فيها حليب البقر من عند الفلاحين ،العدد : 3 عمال .
- المخبر: 2 عمال .
- الأمن: 11 عامل .

كما يوجد توزيع ثانوي لعدد عمال الوحدة و ذلك يتم كما يلي :

- منفذين: 49 عامل .
 - السيطرة: 18 عامل .
 - الإطارات : 9 عمال .
 - الإطارات العليا : 10 عمال .
- تنتج الوحدة حوالي 25000 لتر يوميا توزع كلها و هي مقسمة كالتالي :

* 13000 لتر حليب معقم .

* 8000 لتر حليب بقر .

* 4000 لتر لبن .

يتم إنتاج الحليب على نوعين ، الكيس و العلبه ، و كذلك بالنسبة للبن . كما أنه تم البدء في إنتاج الزبدة * السمن* .
ومستقبلا تحضر المؤسسة مشروع إنتاج الجبن لكن هذا المشروع تعترضه بعض العراقيل الإدارية رغم وصول التجهيزات الخاصة بالإنتاج و توفر الإمكانيات و الأرضية اللازمة لذلك .

ملاحظة :

العمل في الورشات يتم على شكل نظام أفواج و يوجد فوجين كل فوج متكون من 17 عامل مقسم إلى :
2 تقنيين و 15 منفذا و يكون العمل لمدة 8سا يوميا لكل فوج .

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للوحدة :

بالنسبة للهيكل التنظيمي للمؤسسة فهو يضم عدة مصالح تابعة لهذه الأخيرة لا يمكن الاستغناء عنها و هي مرتبة حسب الشرح التابع لها .

أ-شرح الهيكل التنظيمي للوحدة :

و يتكون هذا الهيكل من 6 مديريات أو مصالح رئيسية تابعة لها مصالح ثانوية :

1- المديرية التقنية : و تضم هذه 4 مصالح ثانوية :أ - مصلحة الإنتاج :

و هذه المصلحة بدورها تضم ورشتين : ورشة التحضير، ورشة التعقيم .

* ورشة التحضير :

و يتم في هذه المرحلة تخطيط المادة الأولية * مسحوق الحليب * مع إضافة الماء و بعض المستلزمات الضرورية للحصول على الحليب , هذه المواد التي تستورد غالبا من الدول الاسكندنافية بالتحديد من النرويج .

* ورشة التعقيم :

هذه المرحلة يتم تعقيم الحليب أو ما يعرف بعملية البسترة حتى يكون صالحا للاستهلاك البشري . إضافة إلى الورشتين السابقتين هناك غرفتين للتبريد تفصلان بينهما ، الغرفة الأولى مخصصة لحزن مشتقات الحليب التي تحتاج إلى برودة شديدة و هي منتجات ذات مدة صلاحية طويلة ، أما الغرفة الثانية فدرجة البرودة فيها متوسطة و يتم فيها تخزين المنتجات التي تكون مدة فسادها سريعة جدا كالجبن مثلا ، و تفكر المؤسسة في زيادة إنتاج بإضافة فرقة ثالثة من العمل لضمان الإنتاج على مدار الساعة .

ب - مصلحة الصيانة :

تقوم هذه المصلحة بصيانة و إصلاح آلات و تجهيزات مستعملة في الإنتاج ، و لها علاقة أيضا مع مصالح التموين و التوزيع عن طريق إصلاح وسائل النقل حيث تسهر هذه المصلحة على :

- ضمان المحافظة على وسائل الإنتاج .
- ضمان الصيانة والتشغيل المتواصل لكل التجهيزات المرتبطة و المشاركة في الإنتاج .
- تحقيق الأهداف المسطرة ضمن برنامج الصيانة المعدة سابقا .
- إعداد وتنسيق و مراقبة الصيانة السنوية للوحدة .
- و نظم مكتبا للدراسات وورشة لعملية الصيانة المجهزة بالوسائل اللازمة لذلك .

ج - المخبر :

يقوم باستقبال حليب المرين و إجراء تحليلات للتأكد من مدى مطابقته للمعايير المطلوبة سواء تعلق الأمر بنسبة الماء أو درجة الحموضة و هذا عن طريق تحليلات فيزيوكيميائية ثم تحليلات بكتولوجية للتأكد من خلوه من أي أمراض و يقوم بتحليل المواد المستوردة من الوحدات الأخرى .

د - مصلحة تجميع و استقبال الحليب :

دورها استقبال حليب المربين و تسييرهم إداريا حيث تعادل مساهمة المربين بالحليب الطبيعي 1 من الإنتاج الكلي و يتم تسييرهم و تنظيمهم بالتعاون مع المخبر .

2 - مديرية المحاسبة و المالية : تحتوي هذه الوظيفة على المصالح التالية :

أ - مصلحة المحاسبة العامة :

والتي تعني بضبط العمليات و الحسابات المالية التجارية وفقا لأصول المحاسبة المتعارف عليها ، و بناءا على الوثائق التي يحتفظ بها لغرض الإثبات و التطهير و من أهم مهامها :

- مراقبة و متابعة الصندوق و توجيه المداخيل إلى البنك .
- مراقبة خزينة المؤسسة .
- تبرير نفقات و مداخيل المؤسسة .
- إعداد قوائم الحسابات الختامية كالميزانية ، جدول حسابات النتائج والتي تمكن من تحليل وضعية التسيير داخل المؤسسة .
- القيام بعملية الجرد ، الترحيل إلى دفتر الأستاذ و تسجيل العمليات يوميا .

ب - المحاسبة التحليلية :

و التي تم الشروع في تطبيقها نظرا للنقائص الناتجة عن المحاسبة العامة ، فبواسطة المحاسبة التحليلية يتم تصنيف التكاليف و تحليلها ، و حساب التكلفة النهائية بدقة .

3 - الإدارة العامة :

وظيفتها الرئيسية هي تسيير المستخدمين و تنقسم إلى المصالح الآتية :

أ - تسيير المستخدمين :

تتم هذه المصلحة بشؤون المستخدمين و التأكد من صلاحية العاملين و تأهيلهم من كونهم في الأماكن المناسبة و من كون شروط عملهم الحسنة و مشجعة على بذل الجهد و تكريس الطاقات من أجل العمل كما أنها تسهر على ضمان حقوق و واجبات العامل في إطار ما يعرف بعلاقات العمل

ب - مصلحة التكوين :

دورها يتمثل في إطارات المؤسسة أو إطارات أخرى غير تابعة للمؤسسة * التكوين المهني ، المتربصين ... الخ * .

ج - المصلحة الاجتماعية :

تسهر هذه الأخيرة على حل كل مشاكل العمال الاجتماعية و المهنية ، و تشرف على تلبية متطلبات العمل في ظروف أفضل ، كما تقوم بالتأمين على كافة العمال داخل الوحدة .

4 - مديرية البيع :

تنقسم هذه المديرية إلى المصالح الآتية :

أ - مصلحة تسيير المبيعات :

و يتلخص دورها في الاستقبال و البيع و تسيير هذه العمليات إداريا .

ب - مصلحة البيع :

تتم بيع منتوج الحليب و مشتقاته و تسيير موزعي الحليب سواء داخل الولاية أو خارجها .

ت - مصلحة الفوترة :

يتلخص دورها في إعداد الفواتير لكل المبيعات سواء تعلق الأمر بالحليب أو مشتقاته .

د - مصلحة النزاعات القضائية :

تتم نكل النزاعات القضائية التي تخص الوحدة سواء تعلق الأمر بالموزعين أو العمال ، فأحيانا يخل أحد الموزعين بالعقد الذي يربطه بالوحدة فهنا يأتي دور هذه المصلحة في متابعته قضائيا .

و - مصلحة النقل :

المهمة الأساسية لهذه المصلحة تتمثل في توفير وسائل النقل سواء نقل المواد الأولية أو المنتجات أو قطع الغيار .

5 - مديرية التموين :

تقوم بتموين الوحدة بكل مستلزمات الإنتاج من غيرة ، الحليب ، مادة دسمة ، مواد التغليف ... الخ .

إذ تحصل على المادة الأولية الغيرة عن طريق المؤسسة الأم و هذا عبر مؤسسة أنشئت لغرض تموين الوحدات بالمواد الأولية ، حيث ترسل الوحدة الكمية المطلوبة و تقوم تلك المؤسسة بشرائها و التفاوض مع الشركات الأجنبية مباشرة ، أما فيما يخص مواد التغليف من نوع الكيس فإنها كانت تجلب من إسبانيا ثم انطلق إنتاجها محليا بمركب المدية و هي ذات جودة متوسطة و لكنها تتحسن مع مرور الوقت ، كما أنها تحصل على مادة التغليف من نوع علب ألمانيا كان قرار بدء إنتاج العلب قد تم على مستوى المديرية الجهوية بوهران و هذا ضمن خطة وطنية تهدف إلى التخلص .

من الكيس التقليدي لكن هذا المشروع لم يكتمل و لقد عادت المؤسسة بعد مدة إلى الطريقة الأولى نظرا لعدم رواج هذه الفكرة ، و اتجهت بهذا النوع من التغليف إلى ولايات أخرى و بالأخص وهران ، و تنقسم هذه المديرية إلى مصلحتين :

*** مصلحة تسيير المخزون :**

تهتم بتسيير و إدارة المدخلات و المخرجات للمواد الأولية المختلفة مواد التغليف ، مواد التنظيف ، قطع الغيار ، و بالتالي فهذه المصلحة تتعامل مع كل أقسام الوحدة .

*** مصلحة الشراء :**

تهتم بكل ما يتعلق بشراء المواد الأولية و كل مستلزمات الإنتاج .

6 - مصلحة الأمن و النظافة :

(تضم مصلحة الوسائل العامة) تقوم بمراقبة المعدات و أمن العمال كما أنها مسؤولة عن مراقبة دخول و خروج العمال و الشاحنات و تقوم بحفظ الوحدة و تنقسم بدورها إلى :

7- مصلحة الوسائل العامة :

تسهر على توفير كل مستخدمات المكتب و مستلزمات التنظيف .

المبحث الثاني: دراسة نظام التكاليف في المؤسسة و مدى مساهمته في تطوير منتجاتها.

المطلب الأول: التعريف بالمنتج محل الدراسة " القشدة الطازجة "

أولا : تعريف بالمنتج

هي نوع من انواع مشتقات الحليب الطازجة , كما أنها من المواد الاستهلاكية سريعة التلف أي ذات صلاحية استهلاكية محدودة.

تستعمل المؤسسة لانتاج هذا المنتج المواد التالية:

- 1 -الحليب الخام: هو المادة الاولية الاساسية في تركيب هذا المنتج.
 - 2 -الحليب الدسم : هو المادة الاولية التكميلية للمادة الاساسية لانتاج هذا المنتج.
- وباستعمال يد عاملة تتمثل في :

العمال : 3 عمال يوزع مسير لكل آلات انتاج:

الآلة الأولى :recepture.

الآلة الثانية : japu .

الآلة الثالثة:écremaise.

ثانيا: مراحل انتاج

عملية انتاج القشدة الطازجة تمر بالمرحل التالية :

1. مرحلة الأولى: استلام حليب البقر الطبيعي من الموزع الفلاح ووضعه في الة التخزين recepture التي تقوم بدورها بحفظ هذا الحليب بدرجة الحرارة الملائمة طيلة مدة تخزينه التي تعتبر قصيرة باعتبار الحليب سريع التلف .
2. مرحلة الثانية: نقل الحليب من الة التخزين الى الة التصنيع و ذلك باستخدام قدر كبير تصل سعته الى 1500ل-2000ل و تسمى هذه الالة ب Japu.

3. مرحلة الثالثة: اهم مرحلة و هي انتاج الحليب على مستوى قسم الانتاج الخاص بانتاج القشدة الطازجة باستخدام الالة

écremaise (muchinecremé fraiche) التي تقوم باستخلاص القشدة الطازجة من حليب البقر فهي تحتوي على

أنوبيين الأول يقوم باخراج القشدة الطازجة جاهزة للتعبئة و التغليف و الثاني يقوم باخراج الحليب الخالي من القشدة الطازجة

4. المرحلة الرابعة : وهي المرحلة الاخيرة وتمثل في تعبئة المنتج في العلب الخاصة لتوزيعها على الأسواق .

لانتاج القشدة الطازجة يجب ان تتوفر مكونات اساسية و أخرى ثانوية بالاضافة الى مصاريف مباشرة و اخرى غير مباشرة

المطلب الثاني: دراسة تكاليف المنتج القديم

اختبار الفرضيات

الفرضية الاولى: تعتمد المؤسسة على طرق تقليدية في حساب التكاليف.

أولاً: حساب تكلفة المنتج: تكلفة الوحدة ل : 400gr

تستخدم المؤسسة الوطنية لصناعة الحليب و مشتقاته منبع ملبنة سعيدة أسلوب التكاليف الكلية التي تتضمن التكاليف التالية.

- تستخدم المؤسسة.

1. تكلفة المواد الاولية المستعملة : تتكون من :

أ. تكلفة المادة المستعملة 1: مادة Lait Cru

- تكلفة الوحدة المشتراة: 35.00 دينار جزائري

- اللتر المستعمل: 14.65 ل

- تكلفة المادة المستعملة 1: $35.00 * 14.65 = 512.75$ DA

ب. تكلفة المادة المستعملة 2: مادة Lait Ecreme

- تكلفة الوحدة المشتراة: 25.60 دينار جزائري

- اللتر المستعمل: 14.65 ل

- تكلفة المادة المستعملة 2: $14.65 * 25.60 = 375.04$ DA

تكلفة الوحدة ل : 400gr

Cout unitaire matierepremiere : $512.75 - 375.04 = 137.71$ DA.

لانتاج القشدة الطازجة تستخدم المادة Lait Ecreme المستخلصة من المادة الأساسية Lait Cru وذلك بنسبة 37% .

لذلك نلاحظ ان تكلفة المادتين المستعملتين مطروحتين لان المادة Lait Ecreme مستخلصة من المادة الأساسية Lait Cru و كل منهما تستعمل في مرحلة معين من الانتاج .

الجدول 01: تكلفة شراء المواد الأولية المستعملة.

Designation	UM	Quantite en grs	P ,U	Coût Unitaire
Lait Cru	Litre	14,65	35,00	512,75
lait ecremé	Litre	14,65	25,60	375,04
Coût Unitaire Matière Première	1kgs	1,00		137,71

المصدر: من اعداد الطالبتين بناءا معطيات المؤسسة.

ولانتاج ذلك تحتاج المؤسسة الى مصاريف مختلفة كالتالي

1 مصاريف تغليف المنتج:

Etiquette Creme fraiche : $1 \times 00 = 0$ DA

Autre charge , consommable : $1 \times 1.78 = 1.78$ DA

Pots 400gr : $1 \times 13.34 = 13.34$ DA

Sous total consommable = $0 + 1.78 + 13.34 = 15.12$ DA.

الجدول رقم 02: تكلفة تغليف المنتج محل الدراسة.

Designation	UM	Quantite en grs	P ,U	Coût Unitaire
etiquettecreme fraiche	U	1	0	0,00
Autre Charge , Consommable	U	1	1,78	1,78
pots 400 gr	U	1	13,34	13,34
sous total consommable	1kgs	1	1,78	15,12

المصدر: من اعداد الطالبتين بناءا معطيات المؤسسة.

Cout unitaire matierepremiere : $55.08+15.12 = 70.20$ DA.

الجدول رقم 03: يمثل التكلفة الوحديّة الاولية للمنتوج.

Designation	Coût Unitaire
	55,08
sous total consommable	15,12
Coût Unitaire Matière Première	70,20

المصدر: مناعداد الطالبتين بناء اعطيات المؤسسة.

- حساب التكاليف الاخرى .

Service exterieur : $1*1.6 = 1.6$ DA.

Autre Service exterieur : $1*2.28 = 2.28$ DA.

Frais De prrsonnel : $1*26.91 = 26.91$ DA .

Impots Et Taxe : $1*0.00 = 0.00$ DA.

بما أن المؤسسة الوطنية لصناعة الحليب و مشتقاته مؤسسة عمومية جزائرية فالقانون الجزائري يخولها حق الاعفاء من الضريبة .

Autre charge operationnel : $1*3.69 = 3.69$ DA.

Amortissement : $1*6.29 = 6.29$ DA.

Charge d'exploitation : $1.6+2.28+26.91+0.00+3.69+6.29 = 40.76$ DA.

الجدول رقم 04: يمثل مجموع الكاليف الكلية للمنتوج.

Designation	UM	Quantite en grs	P ,U	Coût Unitaire
Service exterieur		1	1,60	1,60
autre services exterieur		1	2,28	2,28
Frais De Personnel		1	26,91	26,91

Impôts Et Taxe		1	0,00	0,00
Autre Charge opérationnel		1	3,69	3,69
Amortissement		1	6,29	6,29
Charge D'Exploitation				40,76

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء معطيات المؤسسة.

Prix de Revient : Cout unitaire matierepremiere + Charge d'exploitation

Prix de Revient : 70.20+40.76 = 110.96 DA.

الجدول رقم 05: يمثل العائد الواحد وبللمنتوج .

Designation	Coût Unitaire
Coût Unitaire Matière Première	70,20
Charge D'Exploitation	40,76
Prix De Revient	110,96

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء اعلى معطيات المؤسسة .

من خلال حسابنا لمختلف تكاليف المؤسسة نلاحظ ان سعر تكلفة منتج المؤسسة ما هو الا مجموع تكلفة المواد الاولية و مختلف تكاليف الاستغلال و هكذا نقول ان المؤسسة الوطنية لصناعة الحليب و مشتقاته منبع ملبنة سعيدة تستخدم أسلوب التكاليف الكلية بسيطة وهو ما يثبت صحة الفرضية الاولى .

110.96 دينار جزائري تمثل مجموع ما يسهلكه المنتج النهائي العلبة الواحدة 400gr من مواد أولية و الأعباء اي مختلف التكاليف.

الجدول رقم 06 : يمثل الهامش الوحدوي للمنتوج.

Designation	Coût Unitaire
Prix De Revient	110,96
Prix De Vente	160,00
Marge Unitaire	49,04

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على معطيات المؤسسة.

49.04DA تمثل هامش الامان الوحدوي التي تحققه المؤسسة من وراء بيع القشطة الطازجة.

الجدول رقم 07 : يمثل اجمالي المواد الاولية المستعملة و مختلف المصاريف

fiche technique De la creme fraiche à 460grs:

Designation	UM	Quantite en grs	P ,U	Coût Unitaire
Lait Cru	Litre	14,65	35,00	512,75
lait ecremé	Litre	14,65	25,60	375,04
Coût Unitaire Matière Première	1kgs	1,00		137,71
				55,08
etiquettecreme fraiche	U	1	0	0,00
Autre Charge , Consommable	U	1	1,78	1,78
pots 400 gr	U	1	13,34	13,34
sous total consommable	1kgs	1	1,78	15,12
Coût Unitaire Matière Première				70,20
Service exterieur		1	1,60	1,60
autre services exterieur		1	2,28	2,28
Frais De Personnel		1	26,91	26,91
Impôts Et Taxe		1	0,00	0,00
Autre Charge opérationnel		1	3,69	3,69
Amortissement		1	6,29	6,29
Charge D'Exploitation				40,76
Prix De Revient				110,96
Prix De Vente				160,00
Marge Unitaire				49,04

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على معطيات المؤسسة.

ان زيادة المنافسة و متطلبات الزبائن التي أصبحت لا تكتفي باشباع الحاجات فقط بل تمادة الى تطور نفسية المستهلك تماشيا مع العصر ومختلف التطورات الحاصلة و المنافسة السوقية الشديدة ومع تنوع المنتجات واختلاف درجة تطورها وبجانب تراجع مستويات الطلب على منتج القشطة الطازجة 400gr توجب على المؤسسة اعادة النظر في هذا المنتج لمحاولة مواكبته للعصرنة و فرض مكانة تنافسية و كمحاولة لارضاء نفسية الزبون بادرت المؤسسة باحداث تغييرات لتطوير هذا المنتج بما يوافق متطلبات السوق وذلك باعادة تجميعه دون احداث أي تغيير على المنتج الأصلي

سنتطرق الى دراسة كافة تكاليف المنتج المطور ل 200gr مقارنة مع المنتج القديم 400gr.

ثانيا: حساب تكلفة المنتج (تكلفة الوحدة ل : 200gr)

- تستخدم المؤسسة.

1. تكلفة المواد الأولية المستعملة : تتكون من :

أ. تكلفة المادة المستعملة 1: مادة **Lait Cru**

- تكلفة الوحدة المشتراة: 35.00 دينار جزائري

- اللتر المستعمل: 14.65 ل

- تكلفة المادة المستعملة 1: $35.00 * 14.65 = 512.75 \text{ DA}$

ب. تكلفة المادة المستعملة 2: مادة **Lait Ecreme**

- تكلفة الوحدة المشتراة: 25.60 دينار جزائري

- اللتر المستعمل: 14.65 ل

- تكلفة المادة المستعملة 2: $14.65 * 25.60 = 375.04 \text{ DA}$

تكلفة الوحدة ل: 200gr

Cout unitaire matierepremiere : $512.75 - 375.04 = 137.71 \text{ DA}$.

الجدول 08: تكلفة شراء المواد الأولية المستعملة.

Designation	UM	Quantite en grs	P ,U	Coût Unitaire
Lait Cru	Litre	14,65	35,00	512,75
lait ecremé	Litre	14,65	25,60	375,04
Coût Unitaire Matière	1kgs	1,00		137,71

المصدر: مناعداد الطالبتين بناء اعلم معطيات المؤسسة .

نلاحظ ان تكلفة الشراء بقيت كما هي وذلك لعدم اختلاف مادة المنتج الاصيلي اي ان المنتج القديم و المطور لهما نفس المنتج ولانتاج ذلك تحتاج المؤسسة الى مصاريف مختلفة كالتالي :

الفرضية الثانية : يؤدي نظام محاسبة التكاليف في المؤسسة الى التحكم في التكاليف .

1 مصاريف تغليف المنتج :

Etiquette Creme fraiche : $1 \times 00 = 0$ DA

Autre charge , consommable : $1 \times 1.78 = 1.78$ DA

Pots 400gr : $1 \times 13.34 = 13.34$ DA

Sous total consommable = $0 + 1.78 + 13.34 = 15.12$ DA.

الجدول رقم 09: تكلفة تغليف المنتج محل الدراسة

Designation	UM	Quantite en grs	P ,U	Coût Unitaire
etiquettecreme fraiche	U	1	3,5	3,50
Autre Charge , Consommable	U	1	1,78	1,78
barquettes 200 gr	U	1	9,75	9,75
sous total consommable	1kgs	1	5,28	15,03

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء اعلم معطيات المؤسسة .

- اختلاف ملحوظ ومتفاوت في مصاريف التغليف و ارتفاعه في المنتج الجديد و ذلك لاختلاف تغليفه عن المنتج القديم وذلك لحداثته و ملائمته لمتطلبات السوق مع الأخذ بعين الاعتبار السعة التي تختلف من 400gr للمنتج القديم التي كانت تقدر ب 15.12 DA فاذا اعتبرنا ان سعة المنتج القديم مساوية للمطور 200gr فان مصاريف التغليف تصبح $15.12 \text{ DA} / 2 = 7.56 \text{ DA}$ و مصاريف تغليف المنتج الجديد التي كانت تقدر ب 15.03 DA . وهكذا فان الطريقة المعتمدة في المؤسسة لا تساهم في خفض التكاليف لان المؤسسة لا تعتمد على طرق واضحة و دقيقة في حساب المنتج ولا يتم توزيع هذه التكاليف وفق مفاتيح او مسببات للتكلفة على اساس و معايير سليمة و هو ما يفنث صحة الفرضية الثانية .

Cout unitaire matierepremiere : 27.54+15.03=42.57DA.

الجدول رقم 10: يمثل التكلفة الوحيدة الاولية للمنتوج.

Coût Unitaire Matière Première	1kgs	1,00		137,71
Coût Unitaire 200 gr	1kgs	0,20		27,54
sous total consommable	1kgs	1	5,28	15,03
Coût Unitaire Matière Première				42,57

المصدر: مناعدادالطالبتينبناء على معطياتالمؤسسة .

- حساب تكاليف اخرى .

Service exterieur : 1*1.6 = 1.6 DA.

Autre Service exterieur : 1*2.28 = 2.28 DA.

Frais De prrsonnel : 1*26.91 = 26.91 DA .

Impots Et Taxe : 1*0.00 = 0.00 DA.

بما أن المؤسسة الوطنية لصناعة الحليب و مشتقاته مؤسسة عمومية جزائرية فالقانون الجزائري يحولها حق الاعفاء من الضريبة .

Autre charge operationnel : 1*3.69 = 3.69DA.

Amortissement : 1*6.29 = 6.29DA.

Charge d'exploitation : 1.6+2.28+26.91+0.00+3.69+6.29 = 40.76DA.

الجدول رقم 11: يمثل مجموع التكاليف الكلية للمنتوج.

Designation	UM	Quantite en grs	P ,U	Coût Unitaire
Service exterieur		1	1,60	1,60
autre services exterieur		1	2,28	2,28
Frais De Personnel		1	26,91	26,91
Impôts Et Taxe		1	0,00	0,00
Autre Charge opérationnel		1	3,69	3,69
Amortissement		1	6,29	6,29
Charge D'Exploitation				40,76

المصدر: من اعداد الطالبين بناءا على معطيات المؤسسة .

نلاحظ ان مجموع المصاريف الاجمالية المتمثل في 40.76 دينار جزائري بقي كما هو رغم تغيير المنتج وذلك لبقاء مراحل الانتاج وعدد العمال كما كانت في المنتج الاصلي .

Prix de Revient : Cout unitaire matierepremiere + Charge d'exploitation

Prix de Revient : 70.20+40.76 = 110.96 DA.

- اختبار الفرضية الثالثة : لايساهم نظام التكاليف الذي يتبعها المؤسسة في تطوير المنتجات .

الجدول رقم 12: يمثل العائد الواحد للمنتوج .

Designation	Coût Unitaire
Coût Unitaire Matière Première	42,57
Charge D'Exploitation	40,76
Prix De Revient	83,33

المصدر: من اعداد الطالبين بناءا على معطيات المؤسسة .

83.33 دينار جزائري تمثل مجموع مايسهلكه المنتج النهائي من مواد أولية و أعباء ونلاحظ ان تكلفة الانتاج النهائية نقصت من المنتج الاولي ال المطور.

الجدول رقم 13 : يمثل هامش الوحدوي الوحدوي .

Designation	Coût Unitaire
Prix De Revient	83,33
Prix De Vente	120,00
Marge Unitaire	36,67

المصدر: من اعداد الطالبتين بناءا على معطيات المؤسسة .

ان سعر البيع للمنتج المطور ل 200gr هو 120DA وهو ما يقارب سعر المنتج القديم ل 400gr الذي كان سعر بيعه 160DA رغم فرق الوزن .

فاذا اخذنا بعين الاعتبار فرق الوزن يصبح :

*وزن المنتج القديم = وزن المنتج المطور

$$400gr/2=200gr$$

ومنه سعر المنتج القديم : $160DA/2=80DA$

وعليه نلاحظ فرق في السعر بما يعادل $120DA - 80DA = 40DA$.

و هذا ما يغطي سبب ارتفاع التكاليف الخاصة بالمنتج المطور خاصة تكاليف التغليف

وعليه المؤسسة لاتبالي باي اهتمام باجاناب التكاليف اذا كان هامش الربح يغطي هذا التضخم في التكاليف وهو ماتسعى المؤسسة الى تحقيقه

حققت المؤسسة من خلال تطوير منتجها هامش ربح يقدر ب 40 دينار جزائري رغم انخفاض السعة و ان هذا التطور قد ادى الى ارتفاع التكاليف (مصاريف التغليف) وهو ما يبين لنا انه لا توجد علاقة بين تطويرالمنتجات و تخفيض التكاليف في المؤسسة

وذلك يرجع دائما الى ضعف الاسلوب المستخدم دون المبالاة بالمصاريف المحتملة لانها مدعومة من الدول بما انها عمومية و هو ما يثبت صحة الفرضية الثالثة .

الجدول رقم 14 : يمثل اجمالي المواد الاولية المستعملة و مختلف المصاريف .

fiche technique De la creme fraiche à 460grs:

Designation	UM	Quantite en grs	P ,U	Coût Unitaire
Lait Cru	litre	14,65	35,00	512,75
lait ecremé	litre	14,65	25,60	375,04
Coût Unitaire Matière Première	1kgs	1,00		137,71
				55,08
etiquettecreme fraiche	U	1	0	0,00
Autre Charge , Consommable	U	1	1,78	1,78
pots 400 gr	U	1	13,34	13,34
sous total consommable	1kgs	1	1,78	15,12
Coût Unitaire Matière Première				70,20
Service exterieur		1	1,60	1,60
autre services exterieur		1	2,28	2,28
Frais De Personnel		1	26,91	26,91
Impôts Et Taxe		1	0,00	0,00
Autre Charge opérationnel		1	3,69	3,69
Amortissement		1	6,29	6,29
Charge D'Exploitation				40,76
Prix De Revient				110,96
Prix De Vente				160,00
Marge Unitaire				49,04

المصدر : مناعداد الطابيتينبناءاعلمعطيئاتالمؤسسة .

خلاصة الفصل

من خلال دراسة تطوير المنتجات الجديدة من خلال التحكم في التكاليف والخدمة الجديدة (مجموعة من المنتجات والخدمات المتخصصة) لمؤسسة منبع ملبنة الحليب سعيدة المتخصصة في إنتاج وتوزيع الحليب و مشتقاته، وبالضبط من خلال دراسة منتج القشطة الطازجة، يمكن أن نستنتج الدور الكبير للمنتج المطور (تطوير وطرح المنتجات الجديدة) لدعم منتجها في السوق وزيادة ربحيتها، وهو ما يتجلى في حالتنا هذه في زيادة رقم أعمال المؤسسة الذي نعكس على زيادة في المصاريف وهو ما يعكس عجز التكاليف و دورها في خفض التكاليف أثناء التطوير في المؤسسة وهو ما يوحي لنا بالعلاقة الطردية بين التطوير المنتجات الجديدة و الهامش الربحي دون المبالاة بالتكاليف .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا :المراجع باللغة العربية

أ-الكتب:

1. عبد السلام أبو قحف, مبادئ التسويق الدولي,الدار الجامعية للطباعة و النشر,2002.
2. محمد ابراهيم عبيدات, تطوير المنتجات الجديدة,مدخل سلوكي, دار وائل للطباعة و النشر و التوزيع,2004.
3. محمد فريد الصحن,اسماعيل السيد,التسويق,الدار الجامعية ,الاسكندرية,1993.
4. بيان هابي حرب,مبادئ التسويق,مؤسسة الوراق النشر ,عمان,الاردن,1999.
5. صلاح الدين الشتاوي , ادارة الانتاج , مركز الاسكندرية للكتاب , الاسكندرية,مصر,1996.
6. محمد صالح المؤذن, مبادئ التسويق, دار الثقافة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, 2008 .
7. فريد كورتل, مدخل التسويق, دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع, الجزائر, 2007 .
8. حميد الطائي, وآخرون , التسويق الحديث, الطبعة العربية, دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, 2010 .
9. نظام موسى سويدان, شفيق ابراهيم حداد, (التسويق)مفاهيم معاصرة(, دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان, الاردن, 2006 .
10. نظام موسى سويدان, التسويق المعاصر, دار حامد للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, 2003.
11. ناجي معلا, رائف توفيق, أصول التسويق (مدخل تحليلي), ط3 , دار وائل للنشر والتوزيع, عمان, الأردن.
12. صلاح الدين الشنواني ,دراسات في اقتصاديات الاعمال ,دار النهضة العربية,بيروت,2007.
13. احمد محمد نور,محاسبة التكاليف لاغراض القياس في بيئة التصنيع المعاصرة,الدار الجامعية,مصر,2004..
14. صلاح عبد الله الرزق و اخرون, محاسبة التكاليف الفعلية, دار زهران للنشر , الاردن 1999.
15. محمد أحمد خليل , التكاليف في الوحدات الصناعية, دار الجامعات المصرية, مصر1997.
16. ناصر دادي عدون , محاسبة التكاليف الجزء الثاني, مطبعة البعث , دمشق 1988.

قائمة المراجع

18. محمد كمال عطية , اصول محاسبة التكاليف , دار الجامعات المصرية , القاهرة , الطبعة الرابعة, 1993.
19. خليل عواد ابو حشيش: محاسبة التكاليف قيلس و تحليل , دار وائل للنشر , 2005.
20. السيد عبد المقصود بيان و اخرون, في مبادئ محاسبة التكاليف, الدار الجامعية, مصر, 2004.
21. ناصر دادي عدون, محاسبة تحليلية - تقنيات مراقبة التسيير - الجزء الثاني, الطبعة الثانية, دار المحمدية العامة, الجزائر, 1994.

ب- الرسائل والأطروحات الجامعية:

1. عبد الخالق أحمد باعلوي, مبادئ التسويق, صناعة, الامين للنشر والتوزيع, الطبعة الثالثة, 2008-2009م.
2. راندة فوغالي, دور تطوير المنتجات في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة, دراسة حالة مؤسسة مطاحن عمر بن عمر, مذكرة لنيل الماستر, كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير, تخصص تسويق, قالمه, 2014, 2015.
3. إبراهيم مسيكة, دور بحوث التسويق في تطوير المنتجات, دراسة حالة ملبنة نوميديا, مذكرة ماجستير (غير منشورة), تخصص تسويق, كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير, جامعة قسنطينة, 2010. 2011.
- العربي عطية, تدنية التكاليف باستخدام البرمجة الخطية, مذكرة ماجستير. جامعة ورقلة, 2003.

ثانياً: المراجع باللغة الفرنسية:

1. Philip kotler et bernard du boi, marketing management, publi-union (éducation) 1997
2. Jacques lendrevieet denis lindon, thhorieet pratique du marketing, 5ème édition, paris, 1997 .
3. Philip kotler et Autres, Maketing Management, 14ème edition, Pearson Education, France, 2012.
4. Emmanuelle le negard, assayag, delphine manceau , marketing des nouveaux produits, dunod 2005.
5. J.Margerin base de la comptabilité analytique, Edition Sedifor, Grenoble, 1991.
6. G.Mylon, Comptabilité analytique, Edition baréal, Paris, 2001.
7. Béatrice et Francis grand Guillot, comptabilité analytique ,4^{ème} édition, gualino, Paris ,2001.
8. O. Boukerezzer ,principe de la comptabilité analytique, gestion multiple, paris..

9. René demeestère, comptabilité de gestion et mesure des performances, dunod , paris.
10. jacques maregerin ,gérard ausset, comptabilité analytique–outil de gestion ,aide a la décision ,organisation , 1988, paris.
11. P17

بات اليوم ومن المؤكد أن المؤسسات أصبحت تتنافس في فضاء مفتوح، هو الاقتصاد العالمي عموماً، وأصبحت المنافسة لا تفرق بين مؤسسة صغيرة أو كبيرة، قديمة أو جديدة، ولا يهم قطاع العمل المعني، فالكل على حد سواء أما اختبار مواجهة المنافسة في سوق دولية تتميز بالقصر الشديد في دورة حياة المنتج، وصراع محتدم حول البحث والتطوير في مختلف الميادين، وذلك في إطار توجه عام نحو اقتصاد مؤسس على الأفكار والمعرفة أكثر منه على الإنتاج المادي، مما يظهر للوجود مفاهيم جديدة كالميزة التنافسية ذات الديناميكية الدائمة، والتي تعتمد على الإبداع والتجديد في مختلف الوظائف (الإدارة، المالية، التسويق، الإنتاج، البحث والتطوير) و المنتجات والخدمات المرافقة لها، وهو ما يقودنا إلى مفهوم مهم آخر هو مفهوم اليقظة وحراسة البيئة بجميع أنواعها وعلى كل مستوياتها، خاصة ما يتعلق منها بتطوير المنتجات (موضوع بحثنا) وما تتطلبه هذه العملية من حشد للإمكانيات المادية (المالية خاصة) و الإمكانيات غير المادية (الأفكار والكفاءات) وكذا الامام ومحاوله التحكم في التكاليف المختلفة التي يتطلبها تطوير المنتج.

ولقد تم من خلال هذا البحث التوصل لمجموعة من النتائج النظرية و التطبيقية تبرز أهمها في :

1. النتائج النظرية :

- أ. الامام بكافة الجوانب التعريفية لعناصر المذكورة فقد تطرقنا الى مختلف مفاهيم المنتج وعناصره وكافة مراحلها.
- ب. قد عرضنا المنتج الجديد بمختلف مفاهيمه الأساسية وأهدافه وصولاً الى مراحل تطوره وكذلك الاستراتيجيات الأساسية لتطوره و بدائله.
- ج. كما تناولنا عرض ماهية التكاليف التي تشمل مفهوم التكاليف و مدلولها في الدراسات الاقتصادية، المحاسبية، الإدارية و مختلف أنواعها، وتصنيفات التكاليف و طرق حسابها.
- د. تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة لدى المؤسسات الجزائرية حتما سيكسبها الرهان "المنافسة" وهذا لدقة الأسلوب في تحديد تكلفة المنتج وتحديد السعر المناسب و المرضي الذي يقبله العميل و يكسبها الربحية .

هـ. صعوبة إعتداد التكلفة المستهدفة لانها تتطلب تكريس إمكانيات مادية وبشرية هامة ، وان كان العائق المادي مقدور عليه عند بعض المؤسسات ، إلا أن عائق مقاومة التغيير فقد يكون الأصعب و الذي يتطلب جهد أكبر.

2. النتائج التطبيقية :

- أ. عدم تأكيد المفاهيم النظرية السابقة منجهة، وعدم التأكد من وجود علاقة بين التكاليف وتطوير طرق المنتج الجديدة
- ب. الهدف الرئيسي والأساسي من إجراء عملية التطوير هو بالدرجة الأولى لتحقيق أقصر مجمممكن ، واكتساب مكانة تنافسية من خلال التأثير على النفسية الاستهلاكية للمستهلك
- ج. من أهم الصعوبات التي تواجه تطبيقها حدانظمة التكاليف في المؤسسات الجزائرية بصفة خاصة مؤسسة منبعمعملبنة الحليب سعيده محالدارسة عدمتو افرأنظمة المعلومات اللازمة التطبيقية .
- د. إنطبقتا الشركة أسلوبا بالتكلفة المستهدفة ستكسببذل كحصصة سوقية أكبر فيالسوقا المحلية ورمافياالسوقاالدولية، وهذا يعود عليها بما مشر ينجفي المد بالطويل .