

أثر أسلوب القياس المرجعي في دعم الميزة التنافسية

دراسة ميدانية

اسعد مبارك حسين

علوية عبدالله مصطفى

قسم المحاسبة، كلية التجارة، جامعة النيلين

المستخلص

تهدف الدراسة إلى معرفة العلاقة بين أسلوب القياس المرجعي و الميزة التنافسية، وتوصلت الدراسة إلى أن تحقيق الفاعلية والكفاءة وتنفيذ استراتيجية المنشأة يمنح قوة داخلية لتمييز منتجاتها بهدف المنافسة، وأن جذب العملاء وتلبية توقعاتهم عن طريق تقديم خدمات ما بعد البيع يلعب دور حيوي في تعزيز الميزة التنافسية للمنشأة، بناءً على ذلك أوصت الدراسة بالالتزام بالتخطيط السليم للأنشطة التشغيلية والرقابة علي الأداء لزيادة الحصة الشرائية من قبل العملاء، الالتزام بمعايير اداء افضل لضمان النجاح والتميز وتعزيز المقدرة التنافسية للمنشأة.

الكلمات المفتاحية القياس المرجعي (benchmarking method) ، الميزة التنافسية (COMPETITIVE ADVANTAGE).

المحور الأول: الإطار المنهجي

تمهيد

تعد عملية القياس المرجعي من التطبيقات المعاصرة التي بدأت تستخدمها المؤسسات كأحد الأدوات المستخدمة لتطوير وتحسين الاداء والوصول الى الريادة في مجال العمل، وتحقيق رضا العملاء والاستفادة من قدرات العاملين في المؤسسة في تحقيق التميز والابداع.

ولقد أصبح موضوع الميزة التنافسية من المواضيع التي تشغل المنظمات كثيراً، إذ يقضي المسيرين جزءاً كبيراً من وقتهم في التفكير الجاد في هذا الموضوع كونه يلعب دوراً كبيراً في مصير منظماتهم.

مشكلة الدراسة

تمثلت المشكلة في عدم اهتمام العديد من المصانع السودانية بالدور الذي يلعبه القياس المرجعي في دعم الميزة التنافسية، تنحصر مشكلة الدراسة في:

- (1) هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسلوب القياس المرجعي وجودة المنتج؟
- (2) هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسلوب القياس المرجعي وتسليم المنتج في الوقت المحدد؟
- (3) هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسلوب القياس المرجعي والسعر المنخفض للمنتج؟

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من الآتي:

الأهمية العلمية

أ. يعتبر موضوع أسلوب القياس المرجعي من الموضوعات الحديثة في المحاسبة.

ب. استعراض المقاييس المرجعية وأهميتها بالنسبة للمصانع بهدف تحقيق الميزة التنافسية.

الأهمية العملية

أ. الاستفادة من النموذج المقدم من الدراسة لتوضيح الإفصاحات التي يجب توفرها للمقاييس المرجعية.

ب. الاستفادة من النموذج المقدم من الدراسة في خدمة كل المنشآت الصناعية المهتمة بموضوع تحقيق الميزة التنافسية.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى الآتي:

- (1) التعرف على مفهوم واهداف المقاييس المرجعية.
- (2) معرفة مفهوم واهمية واسباب الميزة التنافسية.
- (3) معرفة العلاقة بين المقاييس المرجعية والميزة التنافسية.

فرضيات الدراسة

تسعى الدراسة لاختبار الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسلوب القياس المرجعي وجودة المنتج.

الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسلوب القياس المرجعي وتسليم المنتج في الوقت المحدد.

الفرضية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسلوب القياس المرجعي والسعر المنخفض للمنتج.

منهجية الدراسة

التنفيذ الفعال لأسلوب القياس المرجعي بما يدعم التزام الإدارة العليا ومشاركة العاملين في وضع الخطط ورسم السياسات وتحقيق الأهداف المنشودة.

دراسة: (رحيل، 2015م): هدفت الدراسة بصفة رئيسية إلى تعزيز الميزة التنافسية للمصرف بصفة مستدامة من خلال مواكبة التغيرات والتطورات التكنولوجية، وتوصلت الدراسة إلى انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين فعالية المقاييس المرجعية واحتواء الأخطار الاستراتيجية الناتجة عن عدم الأخذ بالتغيرات التكنولوجية، أوصت الدراسة بأنه يجب اهتمام المصارف التجارية بأسلوب القياس المرجعي كأسلوب تقييم أداء استراتيجي يهدف احتواء الأخطار الاستراتيجية وتعزيز الميزة التنافسية لها.

دراسة: (اللافي، 2018م): هدفت الدراسة إلى التعرف على آليات عمل أسلوب القياس المرجعي لتدعيم أغراض الرقابة وترشيد القرارات الإدارية المستخدمة في البنوك الالكترونية، وتوصلت الدراسة انه توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين أسلوب القياس المرجعي والرقابة على التكاليف، وترشيد القرارات الإدارية بالبنوك الالكترونية، أوصت الدراسة بتطوير قياس وتقييم الأداء المالي والتشغيلي والاستراتيجي للمؤسسة.

دراسة: (محمد، 2019م): هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الافصاح المحاسبي عن معاملات الأطراف ذات العلاقة والميزة التنافسية، قد توصلت الدراسة إلى ان استخدام التقنية تمنح البنوك قوة داخلية للتفرد على المنافسين لتوفير الوقت والكلفة واكتساب جودة عالية، أوصت الدراسة ان تستخدم المصارف الموارد المتاحة بصورة اقتصادية ورشيدة، ان ضرورة قدرة المصارف على تلبية رغبات المتعاملين.

يرى الباحثان أن هذه الدراسات ركزت على جوانب جزئية من القياس المرجعي وأنها لم تتناول أثر أسلوب القياس المرجعي في دعم الميزة التنافسية بشكل مفصل، بينما تميزت دراسة الباحثان بأنها شملت عدة محاور تتعلق بدراسة أثر القياس المرجعي في دعم الميزة التنافسية، وأوضحنا هنا بشكل أعمق من الدراسات السابقة فيما يتعلق بالقياس المرجعي بكافة انواعه وأهم آلياته وأوضحنا أيضاً أهم المبادئ والقواعد المتبعة في مجال القياس وحتى مراحل تطبيقه.

المحور الثالث: الإطار النظري

يقصد بالمقاييس المرجعية Benchmarking العمليات التي يمكن للمنظمة من خلالها تحديد العوامل الحاسمة للنجاح وتحديد أفضل الممارسات لدى المنظمات الأخرى (أو الأقسام الأخرى داخل المنظمة) للتعامل مع هذه العوامل وهو ما يؤدي إلى تحقيق العديد من أوجه التحسين في مختلف العمليات التشغيلية وهو الأمر الذي سينعكس بدوره على تخفيض التكاليف نتيجة التخلص من الأخطاء وأوجه القصور والأنشطة عديمة القيمة المضافة (ريشو، 2010، ص8)

اعتمدت الباحثة على المناهج التالية:

- (1) المنهج الاستنباطي: لتحديد المشكلة وصياغة الفرضيات.
- (2) المنهج الاستقرائي: لاختبار الفرضيات.
- (3) المنهج التاريخي: لعرض الدراسات السابقة والاطلاع على الكتب والمراجع والدوريات والمجلات.
- (4) المنهج الوصفي التحليلي: لتحليل البيانات واستخلاص النتائج.

حدود الدراسة

يتم جمع بيانات الدراسة كالآتي:

- (1) الحدود المكانية: المصانع السودانية العاملة في ولاية الخرطوم.
- (2) الحدود الزمانية: 2020م.
- (3) الحدود البشرية: (الأفراد الموظفين في مصانع شركة الكولدير الهندسية وشركة اسكاي المحدودة).
- (4) الحدود الموضوعية: القياس المرجعي: وهو عملية البحث عن أفضل أداء داخل المنشآت الصناعية لمقارنة أداء المنشأة المعنية بأفضل منافس خارجي بغرض التحسين المستمر والعمل على بقاء واستمرار المنشأة، والميزة التنافسية: وهي قدرة المؤسسة على منافسة المؤسسات الأخرى المنافسة في نفس السوق بالنسبة لنفس السلع والخدمات.

مصادر وأدوات جمع البيانات

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على المصادر الآتية:

- (1) المصادر الأولية: الاستبانة.
- (2) المصادر الثانوية: الكتب والمراجع والدراسات والرسائل الجامعية.

المحور الثاني: الدراسات السابقة

دراسة: (Dubkevics and Barbers, 2010): هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الميزة التنافسية في المنظمات التجارية العاملة في جمهورية لايفيا والوقوف على أهم المعوقات التي تحول دون تحقيق التميز في أداء المنظمات، توصلت الدراسة إلى ان الميزة التنافسية تعتبر كميته للتطور الإيجابي أو السلبي للاتصالات التسويقية ان المنظمات التجارية بحاجة إلى المزيد من الاهتمام والإدارة بالميزة التنافسية لدورها المهم في فاعلية المنظمات وإعطاؤها الأولوية من الإدارة والموظفين، أوصت الدراسة بضرورة أن تأخذ الإدارة في المصارف التجارية بترسيخ ابعاد الميزة التنافسية بين إدارات الشركة من أجل أن ينعكس ذلك على أدائها وبالتالي يكون دافعاً إيجابياً اتجاه تحسين أداء الشركة ككل.

دراسة: (Maged & Hesham, 2011) هدفت الدراسة إلى فحص أسلوب القياس المرجعي ومدى تطبيقه في عدد من المنظمات الصناعية والخدمية. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن تطبيق القياس المرجعي يؤدي إلى زيادة الميزة التنافسية، وزيادة الربحية، وتحقيق التحسين المستمر، كما يؤدي التطبيق الفعال لأنشطة القياس المرجعي إلى تحسين رضا العملاء وكذلك تحسين الجودة وتحسين العمليات. كما أوصت الدراسة بضرورة

وتتمثل مزاي أسلوب القياس المرجعي في انه يساعد المنشأة في التنبؤ بأداء منافسيها في المستقبل، وتحفيز التخطيط الاستراتيجي من اجل التأكد من أن العمليات الصناعية سوف تظل تنافسية، وكذلك يؤدي التركيز الخارجي إلى خلق مقاييس أداء تنافسية خارجية تؤدي بالضرورة إلى زيادة كفاءة وفعالية مقاييس الأداء وتجعلها أكثر تنافسية، ويؤدي إلى تحديد أفضل أداء للموارد البشرية من أجل تطوير وتحقيق إمكانية العالمين من أجل دعم استراتيجية المنشأة (طاحون، 1997، ص342).

ويرى الباحثان أن أسلوب القياس المرجعي يساعد على التعلم الداخلي من الأقسام المتميزة داخل الشركة وهذه المقارنات الداخلية تجعل المنشأة قادرة على التحسين بأكثر مما كانت تتصوره ممكناً لو اكتفت بالتقييم الداخلي فقط، وإن تغيير مقاييس الأداء الخارجية مع التطورات في الظروف المحيطة يعني تطور مقاييس الأداء تلقائياً داخل المنشأة.

صعوبات أسلوب القياس المرجعي تتمثل في عدم الإدراك السليم لمفهوم المقاييس المرجعية، وعدم توافر الكفاءات الإدارية والمحاسبية وضعف مستويات التدريب أو انعدامها في مجال المقاييس المرجعية، وايضاً صعوبة التطبيق والحصول على الموازنات والافتقار إلى الدراسات وعدم الاقتناع بالأسلوب، وعدم توافر البيانات أو إخفائها حفاظاً على سرية البيانات والمعلومات الموجودة لدى المنشآت العاملة في صناعة واحدة، وصعوبة إجراء تغييرات تساعد على جمع المعلومات وتوثيقها للقائمين بعملية القياس المرجعي(عبد المنعم، 2010، ص79).

ويرى الباحثان أن وجود الصعوبات لا يعني التخلي عن أسلوب القياس المرجعي ويجب مواجهة مثل هذه الصعوبات ووضع الحلول المناسبة لها لدعم التطبيق العملي وتحقيق الاهداف المرجوة، ليتم تجاوز هذه الصعوبات من خلال الفهم الدقيق والواضح لأسلوب القياس المرجعي وإشراك العاملين في عملية القياس المرجعي وأن تبين المنشأة القياس المرجعي كعملية مستمرة وأن تحصل على معلومات مفيدة من المنافسين.

تشمل آليات القياس المقارن بالأفضل الآليات إيمان الإدارة العليا: ضرورة إيمان الإدارة العليا بالمؤسسات بأهمية اجراء دراسات القياس المقارن، وتقييم الاداء المالي وغير المالي: الاهتمام بنظم تقييم الاداء، والتي تمثل جانب محوري لتقييم نقاط الضعف بأداء المنظمة بشقيه المالي وغير المالي، وتحليل الموقف الاستراتيجي: يعتبر نقطة انطلاقه لتحديد مجالات التحسين المستهدف، وتحديد الاحتياجات التدريبية والتكنولوجية: يعد العنصر البشري الجانب الأعظم من ممارسات العمل داخل المنظمة(حسين، 2010، ص85).

يرى الباحثان أن هذه الآليات تفيد الشركة في تحديد تكاليف وأسعار منتجاتها وخدماتها بطريقة تمكنها من المنافسة مع كافة الشركات والعمل على تأهيل افرادها وتحديث أسعارها بالاستفادة من تجارب وخبرات الآخرين.

كما عرف القياس المرجعي ايضاً بأنه: عملية عن طريقها تحدد المنظمة النجاح الخاص بها في تقديمها للخدمات، المنتجات وتدرس الممارسات المثلى والمتاحة غيرها من المنظمات لتحقيق العوامل الحاسمة للنجاح ثم تقوم بعد ذلك بتنفيذها كمحاولة للمساواة أو التخوف على هؤلاء المنافسين في الأداء (صقر، 2012، ص35).

كما عرف كل من Michael & Christopher أسلوب المقارنة بالأفضل بأنه مقياس يستخدم لقياس أداء عملية أو أعمال المنشأة بالمقارنة مع عمليات أو أعمال منشأة أخرى منافسة (Christopher, E, Bogan, and Michael, 1994, p.4).

ويرى الباحثان أن أسلوب القياس المرجعي هو أسلوب لقياس استراتيجية وأداء الشركة محل الدراسة مع الشركات الأفضل في المجال سواء داخل أو خارج الصناعة لإنجاز التحسينات المطلوبة.

وتتمثل أهمية أسلوب القياس المرجعي في أن استخدام المقاييس المرجعية Benchmarking يعتبر جزءاً مكماً لاستخدام أسلوب الKaizen لأغراض تحقيق التحسين المستمر في أداء العمليات الداخلية والوصول إلى ميكانكية لتحديد فرص التحسين الممكنة، و أن استخدام المقاييس المرجعية يعتبر كمييار لتقويم وتحسين أداء الأنشطة كما يمكن اعتباره منهج هام لإدارة الأنشطة، ويفيد استخدام المقاييس المرجعية في قضية الفصل بين: التكلفة التي تضيف قيمة والتكلفة التي لا تضيف قيمة وذلك على أساس أنه إذا كانت نتائج أداء العمليات غير جيدة بالمقارنة بأفضل ممارسات وأنها لا تحقق المقاييس المرجعية، فقد يرجع ذلك إلى أن العملية قد تتضمن أنشطة لا تضيف قيمة ضمن الأنشطة التي تنظمها العملية (الهللواوي والنشار، 2013، ص154).

ويرى الباحثان أن أهمية أسلوب القياس المرجعي تتجلى في تخفيض تكاليف الإنتاج وإتاحة فرصة التعلم المستمر وتحقيق رضا العملاء وتوفير فرص التعاون بين المنظمات وتشجيع المنافسة بينها.

ويهدف القياس المرجعي إلى مساعدة الشركة بالاستفادة من خبرات وتجارب المنظمات الأخرى، وتحديد كيفية أداء الشركة بشكل يتناسب مع إمكانياتها وقدراتها في تحقيق أهدافها باستخدام أفضل الطرائق لذلك، وايضاً مساعدة الشركة على أن تكون في الصدارة من خلال تميز منتجاتها بتحديد تلك المجالات الأكثر ضرورة في تعزيز الميزة التنافسية للشركة وإجراء التحسينات الضرورية على منتجاتها، واستخدام نتائج القياس المرجعي لتجاوز وتقليل الأخطاء والمشاكل داخل الشركة(عداس، 2004، ص41-42).

ويرى الباحثان ان الهدف الأساسي للقياس المرجعي هو تحديد أفضل مستوى للأداء، وذلك من أجل تدعيم التوجيه نحو التحسين المستمر في أداء الشركة واختيار أولويات التحسين ورفع مستوى الأداء لمقابلة توقعات العملاء وبالتالي يتم تحسين القدرة التنافسية للشركة.

واسباب الميزة التنافسية تتمثل في ضخامة وتعدد الفرص في السوق العالمي بعد أن انفتحت الأسواق أمام حركة التجارة الدولية نتيجة اتفاقيات الجات ومنظمة التجارة العالمية، ووفرة المعلومات عن الأسواق العالمية والسهولة النسبية في متابعة وملاحقة المتغيرات، وسهولة الاتصالات وتبادل المعلومات بين المؤسسات المختلفة، وتدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية وتسارع عمليات الإبداع والابتكار، وزيادة الطاقة الإنتاجية وارتفاع مستويات الجودة والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد في الصناعات(السلي، 2001، ص102).

ويرى الباحثان أن المستهلكون والمشترون عموماً سواء افراد او مؤسسات يتمتعون بميزة تعدد البدائل وانفتاح الفرص أمامهم للمفاضلة والاختيار من بين المنتجات والخدمات مما يضع المنافسين في موقف صعب يتطلب بذل الجهد الأكبر أي المزيد من التنافس لإرضاء العملاء والاستحواذ عليهم.

و ابعاد الميزة التنافسية تتمثل في الكلفة: تعد الكلفة العامل الحاسم في مدى استمرار وبقاء ونجاح المنظمة(اغا وحسن، 2010، ص38)، والجودة: إن الجودة تعد من المزايا التنافسية المهمة والتي تشير إلى أداء الأشياء بصورة صحيحة لتقديم منتجات تتلاءم مع احتياجات الزبون أولاً بأول وفي كل وقت (الطائي وقاسم، 2013، ص260)، والمرونة: تعد المرونة أحد أهم الأبعاد التنافسية التي تستطيع المنظمة أن تتميز من خلالها، تفسر بالقدرة على إجراء التغييرات في الموقع السوقي التي تعتمد على الإبداعات في التصميم والأحجام (العلي، 2000، ص44)، والتسليم: يعد التسليم أحد ابعاد المنافسة البالغة الأهمية التي تعكس قابلية المنظمة على تلبية متطلبات زبائنها في الوقت المحدد.

ويرتبط هدف التسليم بثلاثة أسبقيات تتعامل بالوقت هي سرعة التسليم: وتقاس سرعة التسليم بالوقت المستغرق بين استلام الطلب من الزبون وتليته، والذي يسمى بوقت الانتظار، والتسليم بالوقت المحدد: ويشير إلى تجهيز طلبات الزبائن بالموعد نفسه من خلال حصولهم على ما يحتاجونه من المنتجات من معرض الشركة أو مخازنها، وكذلك سرعة التطوير: وهي سرعة تقديم منتج جديد وتقاس سرعة التطوير بالوقت بين توليد الفكرة لتطوير المنتج حتى إعداد التصميم النهائي له وتقديمه كمنتج مطور جديد إلى السوق(الجرجري والعزازي، 2009، ص15).

يرى الباحثان ان الابعاد السابقة للميزة التنافسية هي الأساس لاستمرار وبقاء ونجاح المنظمة إذا لأبد للمنظمة من السعي لخفض التكلفة وتحقيق الجودة وتكيف النظم التشغيلية للمنظمة مع الطلب والتغيرات الحاصلة في بيئة الاعمال وتلبية متطلبات زبائنها في الوقت المحدد وخلق الأفكار الجديدة والمفيدة والمتصلة بحل المشكلات.

سابعاً: العلاقة بين القياس المرجعي والميزة التنافسية

يقدم أسلوب القياس المرجعي العديد من المزايا للمنشآت التي تطبقه في مجال تقويم وإدارة الأداء وإجراء التحسينات المستمرة، كما أن الواقع العملي اثبت أن العديد من المنشآت التي تميزت عالمياً اعتمدت على أسلوب

وعوامل نجاح تطبيق القياس المرجعي هي تعهد والتزام الادارات العليا بتطبيق مدخل المقاييس المرجعية بالمنظمة، وانتشار فلسفة التعليم بين العاملين بالمنظمة واعتبارها مبدأ اساسياً بحيث يؤمنون بان لدى الاخرين ما نتعلمه، وزيادة وعي العاملين بالمنظمة بأهمية تطبيق مدخل القياس المرجعي، ونشر التجارب الناجحة والاشادة بها بين العاملين بالمنظمة، وتحري الدقة الكاملة عند اختيار فريق العمل الذي يوكل اليه مهمة تطبيق مدخل المقارنات المرجعية بالمنظمة(غنيم، 2004، صص446-447).

ويرى الباحثان أن اهم عامل لتحقيق نجاح تطبيق القياس المرجعي هو تحديد المجالات والمناطق التي توجد بها مشكلات او ضعف، وتأسيس مستويات أداء مثالية، بالإضافة إلى صياغة خطة التحسين والتطوير المناسب.

المحور الرابع: الميزة التنافسي

عرفت الميزة التنافسية بأنها قدرة المؤسسة على منافسة المؤسسات الأخرى المنافسة في نفس السوق بالنسبة لنفس السلع والخدمات، وعلى تحقيق كفاءات مساوية أو تفوق كفاءات المنافسين، وتتجسد الميزة التنافسية من خلال التحكم في التكاليف ووجود نوعية وجودة عالية للمنتج . (Organization. France, 1998, P336)

ويمكن تعريف الميزة التنافسية ايضاً على أنها: ما تختص به مؤسسة دون غيرها، بما يعطي قيمة مضافة إلى العملاء بشكل يزيد أو يختلف عما يقدمه المنافسون في السوق، حيث يمكن أن تقدم المؤسسة مجموعة من المنافع أكثر من المنافس أو تقديم نفس المنافع بسعر أقل (هامان، 2006، ص653).

وعرفت ايضاً على أنها: ما تختص به منشأة دون غيرها وبما يعطي قيمة مضافة إلى العملاء بشكل يزيد أو يختلف عما يقدمه المنافسون في السوق (عبد القادر واخرون، 2010، ص176).

يرى الباحثان ان الميزة التنافسية هي: قدرة المنشأة على خلق قيمة لزبائنها من خلال استراتيجية تنافسية ذكية، وفعالة، تؤكد تميزها واختلافها عن منافسيها، ويمكنها من مواجهتهم وزيادة حصتها السوقية وتحقيق أرباح تضمن لها البقاء والاستمرار.

أهمية الميزة التنافسية تتمثل في خلق قيمة للعملاء تلي احتياجاتهم وتضمن ولائهم، وتدعم سمعة وصورة المنظمة في أذهانهم، وتحقيق التميز الاستراتيجي عن المنافسين في السلع والخدمات المقدمة إلى العملاء، وتحقيق حصة سوقية للمنظمة وربحية عالية للبقاء والاستمرار في السوق(عبد السميع، 2010، ص193).

ويرى الباحثان أن أهمية التنافسية تكمن في تعظيم الاستفادة ما أمكن من الميزات التي يوفرها الاقتصاد العالمي والتقليل من سلبياته.

(1) بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (4.1) بانحراف معياري(88). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الأولى.

(2) بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4.2) بانحراف معياري(80). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة الثانية.

(3) بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (3.8) بانحراف معياري(1). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثالثة.

(4) بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (4.1) بانحراف معياري(93). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الرابعة.

(5) بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (3.9) بانحراف معياري(1). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الخامسة.

المحور الثاني: جودة المنتج

جدول رقم (2) : الإحصاءات الوصفية لعبارات المحور الثاني

العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
قدرة المنتجات على تلبية رغبات العملاء.	4.3	.93	مرتفعة جدا
تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتكثيف مع البيئة الإلكترونية.	4	.96	مرتفعة جدا
تركز على تحقيق الجودة عند المنبع.	4	1	مرتفعة جدا
تمنح قوة داخلية لتمييز منتجاتها بهدف المنافسة.	4.1	.97	مرتفعة جدا
استخدام التقنية العالية لتوفير الوقت والكلفة واكتساب جودة عالية.	4	1	مرتفعة جدا

المصدر: إعداد الباحثان ، الدراسة الميدانية ، 2020م

يتضح من الجدول رقم (2) ما يلي:

(1) بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (4.3) بانحراف معياري(93). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة الأولى.

(2) بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4) بانحراف معياري (96). وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثانية.

القياس المرجعي في تحقيق التميز، كما يعتبر من أهم الوسائل المساعدة على زيادة الحصة السوقية للمنشأة وكسب مزايا تنافسية، وكذلك يساعد في إدارة وخفض وقت التسليم وزيادة كفاءة إدارة الجودة.

المحور الخامس: الدراسة الميدانية

الدراسة الميدانية

يتمثل مجتمع الدراسة في المنشآت الصناعية بولاية الخرطوم ، وتم اختيار مفردات عينة البحث بطريقة العينة العشوائية وهي احدي العينات الاحتمالية التي اختارها الباحث للحصول على الآراء أو المعلومات بخصوص القياس المرجعي والاستمرارية، حيث تم توزيع عدد 200 استبانة وتم استرجاع 172 استبانة أي بنسبة استجابة 86%.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تم استخدام برنامج SPSS واجراء اختبار الثبات لأسئلة الاستبانة المكونة من جميع البيانات باستخدام " معامل ألفا كرونباخ"، كما وتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط

اختبار الثبات

يقصد بثبات المقاييس درجة خلو المقاييس من الأخطاء أي درجة الاتساق الداخلي بين العبارات المختلفة والتي تقيس متغير ما، وجاءت نتائج التقدير كما هو موضح في الجدول التالي:

أولاً: اختبار البيانات الأساسية

المحور الأول: أسلوب القياس المرجعي

جدول رقم (1) : الإحصاءات الوصفية لعبارات المحور الأول

العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
معرفة مستوى المنشأة وقياسه باداء المنافسين.	4.1	.88	مرتفعة جدا
تحديد نقاط القوة والضعف في اداء المنشأة.	4.2	.80	مرتفعة جدا
تقييم مستويات الاداء المالي المقبول من وجهة نظر العميل.	3.8	1	مرتفعة
تحسين عمليات المنشأة الحالية وتطويرها مقارنة بالمنشأة الاخرى.	4.1	.93	مرتفعة جدا
وضع معايير اداء افضل للنجاح والتميز في الصناعات المنافسة.	3.9	1	مرتفعة

المصدر: إعداد الباحثان ، الدراسة الميدانية ، 2020م

يتضح من الجدول رقم (2) ما يلي:

المحور الرابع: السعر المنخفض للمنتج

جدول رقم (4) : الإحصاءات الوصفية لعبارات المحور الرابع

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
قدرة المنشأة على تصميم منتج بأقل تكلفة مقارنة مع المؤسسات المنافسة.	3.7	1.1	مرتفعة
مراقبة عوامل الانتاج بغرض تخفيض التكاليف.	3.9	1	مرتفعة
الحيازة على وسائل إنتاج أكثر كفاءة وفاعلية.	3.9	1.1	مرتفعة
تقليل الأخطاء الانتاجية التي يمكن إرتكابها.	3.9	1.1	مرتفعة
تخفيض تكلفة فحص المنتجات التامة.	3.6	1.1	مرتفعة

المصدر: إعداد الباحثان ، الدراسة الميدانية ، 2020م

يتضح من الجدول رقم (4) ما يلي:

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (3.7) بانحراف معياري(1.1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الأولى.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (3.9) بانحراف معياري (1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثانية.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (3.9) بانحراف معياري(1.1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثالثة.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (3.9) بانحراف معياري (1.1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الرابعة.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (3.6) بانحراف معياري(1.1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الخامسة.

ثالثاً: اختبار الفرضيات

1. اختبار الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة على الآتي:

" توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القياس المرجعي وجوده المنتج".

هدف وضع هذه الفرضية إلى بيان أثر القياس المرجعي علي جودة المنتج، وللتحقق من صحة هذه الفرضية سيتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي

(3) بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (4) بانحراف معياري(1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثالثة.

(4) بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (4.1) بانحراف معياري (.97) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الرابعة.

(5) بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (4) بانحراف معياري(1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الخامسة.

المحور الثالث: تسليم المنتج في الوقت المحدد

جدول رقم (3) : الإحصاءات الوصفية لعبارات المحور الثالث

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات.	4.1	1	مرتفعة جدا
إتاحة المنتج للعميل عند الطلب؛ دون أي تأخير.	4	.96	مرتفعة جدا
اختصار الوقت اللازم لابتكار وتقديم منتج جديد.	3.9	1	مرتفعة
الالتزام بجدول زمنية محددة وثابتة مع الموردين لاستلام المكونات الداخلة.	3.9	1	مرتفعة
تخفيض عنصر الزمن لصالح المستهلك.	3.9	1	مرتفعة

المصدر: إعداد الباحثان ، الدراسة الميدانية ، 2020م

يتضح من الجدول رقم (3) ما يلي:

- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (4.1) بانحراف معياري(1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون بشدة على العبارة الأولى.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (4) بانحراف معياري (.96) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثانية.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (3.9) بانحراف معياري(1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الثالثة.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (3.9) بانحراف معياري (1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الرابعة.
- بلغت قيمة المتوسط لأفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (3.9) بانحراف معياري(1) وهذه القيمة تدل على أن معظم أفراد العينة موافقون على العبارة الخامسة.

هدف وضع هذه الفرضية إلى بيان أثر القياس المرجعي علي تسليم المنتج في الوقت المحدد، وللتحقق من صحة هذه الفرضية سيتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث أن القياس المرجعي كمتغير مستقل (x)، وتسليم المنتج في الوقت المحدد (y₃) كمتغير تابع وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (6) : نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط على عبارات الفرضية الثانية

التفسير	القيمة الاحتمالية (Sig)	اختبار (t)	معاملات الانحدار	
غير معنوية	0.064	-1.866	-0.102	$\hat{\beta}_0$
معنوية	0.000	77.702	1.032	$\hat{\beta}_1$
			0.986	معامل الارتباط (R)
			0.973	معامل التحديد (R ²)
			6037.6	اختبار (F)
$Y2 = -0.102 + 1.032X$				
			9394.2	اختبار (F)
$Y3 = -0.224 + 1.061X$				

المصدر: إعداد الباحثان من الدراسة الميدانية، 2020م

ويمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين القياس المرجعي كمتغير مستقل، وتسليم المنتج في الوقت المحدد كمتغير تابع حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.991).
- بلغت قيمة معامل التحديد (0.982)، وهذه القيمة تدل على أن القياس المرجعي كمتغير مستقل يؤثر ب(98.2%) على تسليم المنتج في الوقت المحدد (المتغير التابع).
- نموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) (9394.2) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000).
- -0.224: متوسط تسليم المنتج في الوقت المحدد عندما يكون القياس المرجعي يساوي صفراً.
- 1.061: وتعني زيادة القياس المرجعي وحدة واحدة يزيد من تسليم المنتج في الوقت المحدد ب106.1%.
- مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على أن: " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القياس المرجعي وتسليم المنتج في الوقت المحدد" قد تحققت.

3. اختبار الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة من فرضيات الدراسة على الآتي:

البسيط في بناء النموذج حيث أن القياس المرجعي كمتغير مستقل (x)، والاستمرارية (y₁) كمتغير تابع وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (5) : نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط على عبارات الفرضية الأولى

التفسير	القيمة الاحتمالية (Sig)	اختبار (t)	معاملات الانحدار	
غير معنوية	0.064	-1.866	-0.102	$\hat{\beta}_0$
معنوية	0.000	77.702	1.032	$\hat{\beta}_1$
			0.986	معامل الارتباط (R)
			0.973	معامل التحديد (R ²)
			6037.6	اختبار (F)
$Y2 = -0.102 + 1.032X$				

المصدر: إعداد الباحثان من الدراسة الميدانية، 2020م

ويمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين القياس المرجعي كمتغير مستقل، وجودة المنتج كمتغير تابع حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.986).
- بلغت قيمة معامل التحديد (0.973)، وهذه القيمة تدل على أن القياس المرجعي كمتغير مستقل يؤثر ب(97.3%) علي جودة المنتج (المتغير التابع).
- نموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) (6037.6) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000).
- -0.102: متوسط جودة المنتج عندما يكون القياس المرجعي يساوي صفراً.
- 1.032: وتعني زيادة القياس المرجعي وحدة واحدة يزيد من جودة المنتج ب103.2%.
- مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على أن: " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القياس المرجعي وجودة المنتج" قد تحققت.

2. اختبار الفرضية الثانية

تنص الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة على الآتي:

" توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القياس المرجعي وتسليم المنتج في الوقت المحدد".

" توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القياس المرجعي والسعر المنخفض للمنتج".

هدف وضع هذه الفرضية إلى بيان أثر القياس المرجعي على السعر المنخفض، وللتحقق من صحة هذه الفرضية سيتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث أن القياس المرجعي كمتغير مستقل (x)، السعر المنخفض (y4) كمتغير تابع وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (7) : نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط على عبارات الفرضية الثالثة

التفسير	القيمة الاحتمالية (Sig)	اختبار (t)	معاملات الانحدار	
معنوية	0.000	-11.667	-0.538	$\hat{\beta}_0$
معنوية	0.000	98.540	1.108	$\hat{\beta}_1$
			0.991	معامل الارتباط (R)
			0.983	معامل التحديد (R^2)
			9710.1	اختبار (F)
$Y4 = -0.538 + 1.108X$				

المصدر: إعداد الباحثان من الدراسة الميدانية، 2020م

ويمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين القياس المرجعي كمتغير مستقل، والسعر المنخفض كمتغير تابع حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.991).
- بلغت قيمة معامل التحديد (0.983)، وهذه القيمة تدل على أن القياس المرجعي كمتغير مستقل يؤثر ب(98.3%) على السعر المنخفض (المتغير التابع).
- نموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) (9710.1) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000).
- -0.538: متوسط السعر المنخفض عندما يكون القياس المرجعي يساوي صفراً.
- 1.108: وتعني زيادة القياس المرجعي وحدة واحدة يزيد من السعر المنخفض بـ 110.8%.

مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثالثة والتي نصت على أن: " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القياس المرجعي والسعر المنخفض " قد تحققت.

المحور السابع: الخاتمة

أولاً: النتائج

من خلال الدراسة توصل الباحثان إلى عدة نتائج منها:

- (1) أن تحقيق الفاعلية والكفاءة وتنفيذ استراتيجية المنشأة يمنح قوة داخلية لتمييز منتجاتها بهدف المنافسة.
- (2) أن تبني تكنولوجيا المعلومات والتكثيف مع البيئة الإلكترونية يساعد في تلبية رغبات العملاء بشكل أسرع مما يعزز الميزة التنافسية للمنشأة.
- (3) أن الالتزام بجدول زمنية محددة وثابتة مع الموردين لاستلام المواد الخام يساعد في إتاحة المنتج للعميل عند الطلب دون أي تأخير مما يدعم الميزة التنافسية.
- (4) أن جذب العملاء وتلبية توقعاتهم عن طريق تقديم خدمات ما بعد البيع يلعب دور حيوي في تعزيز الميزة التنافسية للمنشأة.
- (5) تصميم منتج بأقل تكلفة مقارنة مع المؤسسات المنافسة وبأعلى جودة يعزز الميزة التنافسية للمنشأة.
- (6) أن العمل على دراسة حركة السوق وتوفير معلومات كافية عن المنافسين يساهم في الحصول على وسائل إنتاج أكثر كفاءة وفاعلية.

ثانياً: التوصيات

بناءً على هذه النتائج يوصي الباحثان بالآتي:

- (1) الالتزام بمعايير أداء أفضل لضمان النجاح والتميز وتعزيز المقدرة التنافسية للمنشأة.
- (2) مواكبة التكنولوجيا الحديثة واستخدام التقنيات العالية لتوفير الوقت والجهد والحصول على المنتجات باقل تكلفة.
- (3) اختيار الموظفين المؤهلين أكاديمياً ومهنيًا للمساهمة بشكل فعال في تطوير الإبداع الفردي والجماعي.
- (4) الالتزام بالتخطيط السليم للأنشطة التشغيلية والرقابة على الأداء لزيادة الحصة الشرائية من قبل العملاء.
- (5) الحرص على تنظيم العمل داخل المنشأة ومراقبة عوامل الإنتاج.

ثالثاً: المراجع والمصادر

المراجع باللغة العربية

1. الكتب

- العلي، عبد الستار (2000). *إدارة الإنتاج والعمليات*، (عمان: الأردن، دار وائل للنشر).
- الهللواوي، سعيد محمود والنشار، تهاني محمود (2013). *المحاسبة الإدارية المتقدمة*، ط4، (مصر: جامعة طنطا، كلية التجارة).
- ريشو، بديع الدين (2010). *إدارة التكاليف* (الإسكندرية: دار التعليم الجامعي).

جامعة ام درمان الإسلامية، مجلة كلية التنمية البشرية، العدد السابع- الجزء الثاني، ديسمبر).

3. الرسائل الجامعية

أغا، عمروحسن، أحمد عوني أحمد (2010). *دور أنشطة اللوجستك في تعزيز المزايا التنافسية*، دراسة تطبيقية في بالشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى، (العراق، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد).

صقر، يحيى معلى أحمد المرسي (2012). *استخدام تحليل علاقة السبب أثرها في تفصيل المنظور الاستراتيجي للتكاليف*، (القاهرة: جامعة عين شمس، كلية التجارة، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة).

ضحى محمد أسعد عداس (2004). *استخدام أسلوب القياس المرجعي لتحسين أداء شركات الأدوية*، دراسة تطبيقية على القطاع الدوائي في الجمهورية السورية، (القاهرة: جامعة عين شمس، كلية التجارة رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة).

عيسى، حمادة السيد جمعه (2010). *أسلوب المقارنة المرجعية*، (جامعة المنصورة، كلية التجارة، ورقة بحثية منشورة).

4. المؤتمرات والدورات العلمية

الجرجري، أحمد حسين والعزازي (2009). *دور تقانة المعلومات والاتصالات في تحقيق المزايا التنافسية*، (عمان: الاردن، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية).

ثانياً: المراجع باللغة الانجليزية

- Christopher, E, bog an, and Michael, J. English (1994). *Benchmarking for Best Practices – Winning through Innovation*, McGraw- hill, Inc.
- Dubkevics, lot airs & Barbers, Arturs, (2010). *The Role of Sustainable advantage in Human Resource Management PhD*, school of management, Petersburg.
- Maged & Hesham, *Best practice through benchmarking in Organization*. Egyptian Organizations: An empirical analysis, 2011.
- France. BERTRAND, T ET autres. *Organization ET gestion de l, enterprise* Les editions d, 1998, P336.

هامان، حسن علي (2006) *الموارد البشرية كمدخل للميزة التنافسية، التحديات المعاصرة للإدارة العربية-القيادة الإبداعية*، (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية).

2. المجالات

الطائي، بسام منيب، قاسم، إسراء وعد الله (2013). الأثر ألتابعي لمتطلبات إدارة الجودة الشاملة والتغيير التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية، *المجلة العلمية*، (العراق: كلية الحداثة الجامعة، المجلد الخامس، العدد العاشر).

اللافي، سامي معمر المختار (2018). العلاقة بين أسلوب القياس المرجعي والرقابة على التكاليف وانعكاسها على ترشيد القرارات الإدارية، (القاهرة: جامعة قناة السويس- كلية التجارة بالإسماعيلية، *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، المجلد 9، العدد الثاني).

حسين، هيثم أحمد (2010). العوامل الحاكمة في تطبيق أسلوب القياس المرجعي في المنشآت الصناعية المصرية – دراسة ميدانية على شركات صناعة الدواء في مصر، (مصر: جامعة حلوان، كلية التجارة وإدارة الأعمال، *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية*، العدد الرابع).

سالم، خالد محمد رحيل (2015). التقييم المحاسبي لفعالية أسلوب القياس المرجعي بهدف احتواء الأخطار الاستراتيجية المتعلقة بعدم مواكبة التغيرات والتطورات التكنولوجية، (القاهرة: جامعة قناة السويس- كلية التجارة، *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، المجلد6، العدد الأول).

طاحون، محمد عبد الحميد (1997). اتجاهات معاصرة في تطوير البناء الفكري للمحاسبة الإدارية، (*مجلة البحوث المحاسبية*، العدد الرابع، اغسطس).

عبد السميع، جمال عبد الحميد على (2010). أثر رأس المال الفكري في الميزة التنافسية، (جامعة بنها: كلية التجارة، *مجلة علمية*، العدد الثاني، الطبعة الأولى).

عبد القادر محمد وآخرون (2010). أثر تطبيق الجودة للوصول إلى الميزة التنافسية في المنظمات الخدمية، (*المجلة المصرية للدراسات التجارية*، جامعة المنصورة كلية التجارة، المجلد الرابع والثلاثون، العدد الثاني).

عبد المنعم، هيثم حسين (2010). العوامل الحاكمة في تطبيق أسلوب القياس المرجعي في المنشآت الصناعية المصرية، (القاهرة: جامعة حلوان، كلية التجارة، *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية*، العدد الرابع، الجزء الثاني).

محمد، مصعب عبيد وحسين، اسعد مبارك (2019). الإفصاح المحاسبي عن معاملات الأطراف ذات العلاقة في دعم الميزة التنافسية، (الخرطوم: