



Knowledge Economy, Investment in Human Capital and Pathways to Transformation Towards a Productive University A prospective study of Iraqi private universities

Abstract

This study aims to demonstrate the possibility of using the target cost system in commercial banks as one of the important systems used by banks in cost management before starting to provide the service in accordance with the vision of the bank's strategy and one of the modern systems in determining the target selling price of the service in the competitive market after taking into account the requirements of customers and their wishes, ensuring the appropriate quality of Service and then reaching the target cost .

The study has shown that traditional management accounting accounting systems do not determine the selling price first ,but rather determine the cost and add the appropriate profit margin, while this modern system has addressed this issue by determining the market price first and then iron the planned profit margin, and the difference between the market price and the planned profit represents the target cost. several of the recommendations have been made, the most important of which are: hard work to apply the target cost system because of its benefits and advantages in increasing the efficiency and effectiveness of banks and improving the efficiency of pricing services in particular

Information

Received: 1/3/2024

Revised: 20/3/2024

Accepted: 1/4/ 2024

Published: 6/7/2024

Keywords: target cost,
service pricing,
banking services

أهمية تطبيق التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات المصرفية

دراسة تطبيقية في سوق العراق للأوراق المالية

الباحثة نور حسين مجدي الجابري

أ.م.د. محمد سمير دهيرب الربيعي

كلية الادارة والاقتصاد/جامعة المثنى

المستخلص :

الغرض من هذه الدراسة هو بيان أن نظام التكلفة المستهدفة من أهم الأنظمة التي تستخدمه البنوك التجارية في ادارة التكاليف قبل البدء في تقديم الخدمات وفقاً لرؤية الاستراتيجية للبنك، مع مراعاة طلبات العملاء ومتطلباتهم، وضمن الجودة المناسبة للخدمات، وتحديد سعر البيع المستهدف للخدمات في سوق تنافسي والهدف من الدراسة ه وبيان إمكانية استخدام نظام التكلفة المستهدفة وهو أحد الأنظمة الحديثة للوصول إلى التكاليف.

وفي هذه الدراسة، فإن نظام المحاسبة الإدارية المحاسبية التقليدي لا يحدد سعر البيع أولاً، بل يحدد التكلفة ويضيف هامش الربح المناسب، بينما هذا النظام الحديث يحدد سعر السوق أولاً، ثم هامش الربح المراد تحقيقه، حيث يمثل لفرق بين سعر السوق والربح المخطط لها لتكلفة المستهدفة، وقد تم عرض هذه المشكلة وتقديم عدة توصيات أهمها: الالتزام بتطبيق نظام التكلفة المستهدفة، لما له من ميزة زيادة كفاءة وفعالية البنك، خاصة في تسعير الخدمات، كما أن هذا النظام له ميزة زيادة كفاءة وفعالية البنك.

الكلمات المفتاحية : (الكلفة المستهدفة، تسعير الخدمة، الخدمات المصرفية)

المقدمة

ينصب تنافس المصارف على خمسة عوامل رئيسية في الوقت الحاضر تتمثل في (التكلفة، المرونة، الابداع، الجودة) وان هذه العوامل ينصب أثرها على عامل اساسي مؤثر الا وهو سعر البيع التنافسي الذي يعد عاملاً خارجاً عن سيطرة المصرف ويتم تحديده في ضوء المنافسة السوقية ومدى استعداد الزبون على الدفع لذلك توجهت المصارف الى ابتكار وتطوير تطبيق التكلفة المستهدفة الذي تم تطبيقه بنجاح في اليابان وبعض الدول العالم ومنها الولايات المتحدة ولكن نجاح التطبيق واعتمد تبني المصارف اليابانية لتطبيق متطورة في مجال التنظيم و الإدارة و هذا لا يعني

تسعى الكثير من المؤسسات الخدمية بما فيها المصارف في جميع أنحاء العالم للاعتماد وبشكل واسع على التكاليف والمحاسبة الادارية المتقدمة ،

تتميز المؤسسات الخدمات المصرفية بكثرة تنوعها وتوسعها حتى تتماشى مع الحياة اليومية، تختلف الخدمات المصرفية الجديدة عن الخدمات المصرفية التقليدية التي كانت سائدة في السابق ، إضافة الى تطور نظم المعلومات التي يتم استخدامها الامر الذي ادى الى تسابق هذه المؤسسات في اعتمادها على هذه الاساليب بهدف تسهيل تنفيذ انشطتها المصرفية وارضاء الزبون .

التقليدية لاحتمال التكلفة الامر الذي استوجب تسليط الضوء على طريقة التكلفة المستهدفة لاحتمال التكاليف.

2_ الجانب النظري لمتغيرات البحث

1_ التكلفة المستهدفة

1.1_ النشأة التاريخية للتكلفة المستهدفة :

ان ظهور فكرة التكاليف المستهدفة في اليابان خلال عام 1960 وجد نسبة 80% وان بداية هذه النظام واجهة تحديات كبيرة في مجال المنافسة حيث ان أكبر المؤسسات تتبع بالفعل هذه النظام وقد جرى بشكل واسع الاعتراف كعامل مهم للوضعية التنافسي المتفوقة المؤسسات اليابانية في سنوات الثمانينات وماهي الا تطور لفكرة بسيطة وهي هندسة القيمة، وتم تم تحويلها على نظام ديناميكي لخفض التكلفة وتخطيط الربحية (منصور، 2008:5) ، التي ظهرت بعد الحرب العالمية في شركة جنرال إلكتريك، ثم تطورت هذه النظام حتى أصبح يؤدي الى تقديم الخدمة بأقصى درجة من الكفاءة وفعالية مع خفض التكلفة الى ادنى مستوى، يعتبر تطبيق الكلفة المستهدفة إحدى ادارة الكلفة الاستراتيجية تمثل نظاما بهدف زيادة ربحية المؤسسات وزيادة قدرتها التنافسية بالاعتماد على العناصر المتمثلة بالكلفة والوقت والجودة وغيرهم ، ان الاسباب التي دفعت الشركات الياباني الى استخدام تطبيق التكلفة المستهدفة هو مفهوم السعر المنخفض (الكلفة المنخفضة)

بالرغم من استخدام اليابانيين مدخل التكلفة المستهدفة لم يقارب ثلاثين عاما باعتبارها سلاحا استراتيجيا لإدارة التكاليف الا ان المديرين خارج اليابان لم يكن لديهم معرفة الكافية التي تظهر لهم الالهية الكبيرة لتطبيق التكلفة المستهدفة

صعوبة التطبيق التكلفة المستهدفة في بلدان أخرى ذات ثقافات مختلفة.

1_ منهجية البحث

1.1_ أهمية البحث:-

أهمية البحث تنبع من ازدياد حدة المنافسة بوجه عام التي تشهدها المصارف، يلعب النظام دورا حيويا وكبيراً في تخفيض الكلف والمساعدة في تطوير الخدمات وعلية فان مدخل الكلفة المستهدفة كأحد مداخل إدارة التكلفة يستخدم الان في كثير من الدول المتقدمة بهدف التحكم في التكلفة، ان أهمية نظام التكلفة المستهدفة يساعد الوحدات الاقتصادية في تحقيق اهدافها والتميز على الآخرين من خلال الاعتماد على الاساليب الحديثة في احتساب التكاليف وتحديد الاسعار وهامش الربح، وان تكون تكلفة الخدمة منخفض وتتناسب عن تقديمها للزبائن.

2.1_ أهداف البحث:-

البحث يهدف الى تحقيق هدف رئيس هو الوصل الى التكلفة المستهدف المنخفضة وفي مجالات استخدامها في المصارف عينة البحث ومن الاهداف الاخرى متمثلة بلاتي:

1- الكلفة المنخفضة للوصول لها عن طريق معرفة أسعار المنافسة للخدمات

2- التعرف على مدى قدرة المصارف العراقية على ميزة تنافسية تحقيقها وتوافر الامكانيات من خلال في تسعير الخدمات عند تطبيق نظام التكلفة المستهدفة .

3- ابراز العلاقة القائمة بين التكلفة المستهدفة وتحديد السعر.

3.1_ مشكلة البحث:-

يدور هذه البحث حول التعرف بنظام التكلفة المستهدفة وتوضيح أهمية واهدافه وطريق تطبيقه في المصارف ، بالرغم من ظهوره التجارب اليابانية في الستينات التي تمت عليه حيث إلا أنه لم يتم استخدامه إلا في العشر سنوات الأخيرة ، مما أدى الى تطور العلمي الضخم قد أثر وحدوث فجوة بين طريق التكلفة المستهدفة الحديثة والطرق

1.2_ مفهوم التكلفة المستهدفة

لقد ظهرت الكثير من الدراسات والتعاريف التي تشير الى مفهوم تطبيق التكلفة حيث الكثير من الباحثين لم يتفقوا على صيغة معين على تعريف التكلفة المستهدفة حيث عرفها Yoshikwa على انها مجموعة من الانشطة التي يجري صياغتها وتحديدتها لبلوغ الهدف المطلوبة وهي عادة ما يكون الهدف مقسوم الى مراحل وذلك تسهيلا لتحقيق الاهداف المخططة المالية من قبل الادارة المصارف (Yoshikwa,1993:33)

كذلك عرفها Blocher بانها عملية تحديد الكلفة المرغوب فيها للخدمة على اساس السعر التنافسي بهدف تحقيق الربح المرغوب من تلك الخدمة (Blocher et al,1999:135)

وعرفها كذلك مفتي نظام التكلفة المستهدفة على أنه "مدخل من مداخل التكاليف المحاسبية الادارية لأداره التكاليف والذي يهدف الى تخفيض تكاليف الخدمة في مرحلة تطوير الخدمة (مفتي،2005:429).

في حين يرى Cooper ان التكلفة المستهدفة وهي عبارة عن محاسبة لإدارة الارباح المستقبلية للمصارف من خلال ادراج التكلفة المستهدفة صراحة في عملية تحسين الخدمة

(Slagmulde & Coope : 2002، 5)

1.3_ أهمية تطبيق التكلفة المستهدفة

بيان أهمية تطبيق التكلفة المستهدفة كأساس لإدارة التكلفة ولتخطيط الربحية على معايير الخاصة بنائها التكنولوجية في ظل انتشار (ابو عودة،2010: 24-25) لا يقتصر تطبيق التكلفة على خفض التكلفة في مرحلة تحسين وتطوير الخدمة، وانما تمتد الى

عناصر التميز الاخرى حيث يتطلب تطبيق تحقيق خدمة ذات جودة عالية والاداء الوظيفي للخدمة، ويتيح تطبيق الفعال التكلفة المستهدفة تحقيق كافة عناصر التميز مما ينعكس على تحسين الموقف التنافسي للمؤسسة من خلال تحقيق رغبات ومتطلبات الزبائن الحالية والمستقبلية وهو تفرضه الظروف التنافسية (محمد، 2016 : 40-41) ويصاحبها عالميا وجود منافسة تتسم بسرعة التغيير، لم يعد التفوق التكنولوجي هو العامل الرئيسي لغزو السوق وتحقيق أرباح مقبولة، خاصة بعد أن ضاقت فجوة الجودة بين البنوك المتنافسة. ومع ذلك، لا يزال بإمكان البنوك المتنافسة التي تتمتع بمستويات أقل من التكنولوجيا ولكنها تقدم خدمات أقل تكلفة أنتنافس وتستحوذ على السوق بالنسبة للمصارف التي يمكنها زيادة جودة الخدمات المطلوبة وتقليل التكاليف، هناك فرص متزايدة للنمو والربحية. وبالإضافة إلى الجودة والتكلفة، فإن الوقت هو العنصر الثالث في الاستراتيجية التنافسية الجديدة.

2_ الخدمة المصرفية

1.2_ مفهوم الخدمة المصرفية

من النزعات العالمية الرئيسية التي شهدتها السنوات الأخيرة هي نمو الخدمات بالشكل الكبير والمثير، حيث تشكل الخدمات المصرفية حوالي 60% من الاقتصاد العالمي في الدول المتطورة، في الاقتصاد العالمي تنمو الخدمات بشكل سريع، ان التنوع الذي تشهد المصارف من صيرفة والتأمين والاتصالات .. الخ

تعد الخدمات من القطاعات الاقتصادية الاساسية، لذلك يتميز قطاع الخدمات المصرفية عن غيره بالتنوع (Berkowitz, 2000: 282)، التي تحظى باهتمام كبير هي الخدمات المصرفية من قبل

ومن خلال التعريفات السابقة فان " الخدمات المصرفية هي مجموعة أنشطة ومنافع غير الملموسة يقدمها المصرف للزبائن من أجل تحقيق الربح الذي يسعى اليه المصرف ويعمل على تطوير وتحسين الخدمات وتحسينها لكي يتم تقديمها بأحسن ما يمكن التي تتضمن الحسابات الجارية والتوفير لأجل والتحويلات وبأنواع القروض والاعتمادات وخطابات الضمان وتبديل العملات"

2-2_ أهمية الخدمات المصرفية

يعتبر من المواضيع التي حظيت باهتمام كبير في الأونة الاخيرة وهي قطاع خدمات المصرفية وللاسباب التالية: (عبدالله، 2016: 370) (Lovelock, 2015:3) (ADC, 2021 :2)

- 1- بحيث ان 60% من الخدمات المصرفية هي تمثل اغلب اقتصاديات العالم.
- 2- تعد اغلب القطاعات فرعية لديها في دول العالم ضمن الخدمات وهذا مؤشر على سعة انتشاره الحالي والمستقبلي .
- 3- قيام بتحديد الاساليب المناسبة للزبائن والسوق المستهدف.
- 4- تقديم الخدمات المصرفية ما يناسب مع حاجات ورغبات الزبائن.
- 5- الحصة السوقية الحفاظ عليها للمصرف والتعرف على رغبات وحاجات الزبائن.

2-3_ مفهوم التسعير المصرفي

(عبيدات: 2004، 20 ; محمد: 2016، 62) قبل تعريف مفهوم السعر المصرفي ان نتطرق الى تعريف مفهوم السعر فقد عرف عبيدات بانه "قيمة الخدمة التي يمكن تعديلها صعودا او هبوطا وفقا لتغيرات تحيط بعمل المؤسسة اسواء كانت داخلية او خارجية التي يتفق عليها المؤسسات وامكانيات الشراء لدى الزبون ووفق ادواقهم " ، حيث إن

المختصين الباحثين، دورها الفعال والمهم وذلك في عمل المصارف وتسهيل حياة الاشخاص (البركي، 2021: 43)، لذلك في دول العالم تعددت المفاهيم والتعاريف والذي اهتمت بالخدمات المصرفية وذلك تبعا لدرجه تقدمها لها من اثر بعمليات التي يقوم بها المصرف والغرض فهم بشكل أدق الخدمات المصرفية لابد من التطرق الى تعريفها وهناك العديد من التعريفات للخدمات المصرفية والتي تناولها العديد من الباحثين و الكتاب لأجل الحصول على فهم واضح للخدمات المصرفية من اهم هذه التعاريف:

فقد عرفها Lmshate الخدمات المصرفية هي مجموعة من أنشطة غير ملموسة ،تتم بين الزبون والمصرف ،حيث تلبية احتياجات الزبائن ورغباتهم من أجل تحقيق أرباح ومكاسب للمصرف (Lmshate,2015:34).

لا يختلف مفهوم الخدمات كثيراً عن المفهوم المصرفي العام فهو يُعرّف على أنه "الخدمة هي العمل أو المنفعة المقدمة للمساعدة في أداء مهمة ما، مقابل أجر معين يتم الحصول عليه عند تقديم تلك الخدمة".

(الصميدعي ويوسف، 2001:19).

يمكن تعريف تطوير الخدمات المصرفية على أنه عملية تقديم خدمات مصرفية جديدة، مثلاً دخال تحسينات أو تغييرات على الخدمات والمزايا الحالية ، أو إضافة خدمات ومزايا جديدة، أو إضافة خدمات ومزايا جديدة كلياً .من المهم ملاحظة أن الخدمة قد تكون جديدة بالنسبة للبنك وليست جديدة على السوق ، أو على العكس، قد تكون جديدة بالنسبة للعميل وتلبي متطلباته وطلباته.

2-5_ استخدام التكلفة المستهدفة في تسعير

الخدمات المصرفية يكون لها دوافع من أهمها:

(Drury,1997:430-431),(Garriosn et al,2006:833) (أبو عودة،2008: 60):

1- لا يمكن للبنوك التحكم في الأسعار بالقدر الذي قد تتوقعه. وذلك لأن السوق هو الذي يحدد السعر، وإذا كان السوق هو المتلقي للسعر (أي أن السعر يفرضه البنك المركزي وفقاً لتعليمات البنك المركزي)، فإنه يتم استلامه كما هو. لذلك يتعين على البنوك إيجاد وسائل أخرى للاحتفاظ بعملائها. ويتم ذلك من خلال تطوير وتحسين الخدمات، وخفض التكاليف، وما إلى ذلك، حتى تتمكن البنوك من تحقيق أهدافها ضمن مستوى السعر السائد في السوق.

2- تكاليف الخدمات المصرفية معظمها يتم تحديدها في مرحلة من مراحل الخدمات ففي حال تحديد التكلفة للخدمة فإنه من الصعب تخفيض التكلفة عند طرحها في السوق بما يتوافق مع السعر الامر الذي يؤثر على ربيحة المصرف

3- ضمن مرحلة التطوير حيث 80% هي تكاليف مقلدة من واقع التكاليف لا يمكن تجنبها في حالة البدء بتقديم الخدمة.

4- يلاحظ انخفاض بدرجة معين إلى انتماء للزبائن اتجاه مصرف معين او خدمة معينة فأصبح الاساس المتحكم في تفضيلات للزبائن هو جودة الخدمة والسعر المناسب الذي يرغب به الزبون وبغض النظر عن مصدر أو مزود الخدمة.

3- الجانب العملي

1_ نبذة تاريخية عن مصرف الخليج التجاري:

السعر يعد العنصر الاكثر فعالية و أهمية بالنسبة لبقية عناصر الخدمي على حد سواء، كما تعتبر من القرارات المهمة في الاستراتيجية التسويقية للمصارف تعتبر قرارات تسعيريه إذ على ضوءها تتحدد العلاقة بين المصرف و الزبون ، يتطلب ذلك الأخذ للعديد من العوامل في الحساب مثل دورة حياة الخدمة المصرفية، و درجة تميز الخدمات المصرفية، وكما عرفها محمد بأنها "وهي عبارة عن القيمة التي يحددها المصرف في وقت معين ومكان معين للخدمات المعروضة الى قيمة نقدية وفقا للعملة المتداولة في المجتمع ."

2-4_ التكلفة لها مميزات يمكن تطبيقها في تسعير الخدمات

تطبيق التكلفة المستهدفة لها مميزات في تسعير الخدمات المصرفية حسب ما ذكر كالاتي :

(ابو عودة :2010، 40-41)

1- تساهم التكلفة المستهدفة في الادارة الاستراتيجية للأرباح المستقبلية.

2- ويعتبر بمثابة أداة لإدارة التكاليف والربحية في أن واحد.

3- إن اتباع طريقة التكلفة المستهدفة يوفر الخدمات التي يحتاجها العملاء بسعر مناسب وبنفس التكلفة عن تحقق التكلفة اهدافها الربحية .

4- ان تسعير الخدمات المصرفية بعد تحديد التكلفة المستهدفة يمكن أن يوفر المرونة في تنفيذ السياسات أسعار هذه الخدمات .

5- تطبيق التكلفة المستهدفة يعمل في استبعاد عناصر التي لا توفر ميزة أو منفعة للمستهلك من التكاليف .

6- تسعى التكلفة المستهدفة الى تقليل التكاليف قبل تكبدها(اي خلال مرحلة التطوير)بسبب صعوبة التأثير على التكاليف فيما يتعلق بالتكاليف قبل حدوثها .

متعددة عادي او شكل حساب جار.(أسامة وعبد الغني، 2006: 98)

1-تحديد السعر المستهدف على حساب الاعتمادات المستندي تتطلب عملية تحديد السعر المستهدف الخاصة بحساب الاعتماد المستندي وذلك بقيام بدراسة الميدانية للأسعار المنافسة للسوق وقيام بالتحري عن الاسعار لكي يتم تحديد اسعار المصرف الخليج التجاري .

جدول الخاصة بحساب الاعتمادات المستندي لسنة 2023

البيان	تكاليف حساب الاعتماد المستندي
المطبوعات عند فتح الحساب	\$25
كلفة الاتصال الهاتفية	\$25
اجور السويقت عند فتح الحساب	\$50
رسم طابع	0.003

$$\text{السعر المستهدف} = 25 + 25 + 50 + 0.003$$

4

$$= 25.00075$$

2_تحديد الربح المستهدف:- ان المصرف تحدد الربح المستهدف تتروح بين 8% الى 13%فانه المصرف تختار النسبة حسب سوق المنافسة كلما كانت المنافسة اقوى واشد فان المصرف يحدد النسبة اقل للحفاظ على الموقف التنافسي وكذلك للحفاظ على حصتها السوقية ،لذلك فان المصرف يختار نسبة 8%وهي النسبة الاقل من السعر

تأسس بنك الخليج كشركة مساهمة خاصة برأسمال مدفوع بالكامل قدره 600,000,000 دينار وفقاً لقانون الشركات(21) لسنة 1997، وتعديلاته، بموجب شهادة تأسيس صادرة عن مكتب تسجيل الشركات بموجب م.س/ 7002 بتاريخ 20 أكتوبر 1999، ص.ع

7/3/9 فبراير 2000 و115، وبدأ عمليات هو تقديم خدمات هل لعملاء من خلال مكتبه الرئيسي في 1 أبريل 2000 ،بعد حصوله على ترخيص مصرفي من البنك المركزي العراقي .ولكي يتسنى للمصرف القيام بعمليات مصرفية شاملة ، صدر قرار إشهار المصرف رقم أ/115/3/9 بتاريخ 7 شباط 2000 وفقاً لأحكام قانون البنك المركزي ،ولكي يتمكن المصرف من القيام بعمليات وأعمال مصرفية تم تعديل النظام الأساسي بزيادة رأس مال عدة مرات حتى وصل رأس المال إلى 300,000,000 دينار عراقي في عام 2014 تم تعديل النظام الأساسي للمصرف .

2_ تطبيق نظام التكلفة المستهدف على مصرف الخليج التجاري: هناك أربع خطوات لتحديد الاسعار والتكاليف للحسابات مصرف الخليج التجاري :

_الاعتمادات المستندي: تلجا المصارف الى تقديم مجموعه من الخدمات المصرفية تستهدف منها تحقيق مصلحة الزبائن من ناحية ومن ناحية اخرى فأنها تستهدف تحقيق عائد يتمثل في الربح او العمول الذي تحصل عليه هذه المصارف فيمثل فتح الاعتماد اتفاق يتعهد المصرف مقتضاه للشخص المفتوح الاعتماد لمصلحه وضع مبالغ تحت تصرفه حد اقصى معين وذلك لمدته محدد ، وقد يتفق المستفيد على شكل دفعه واحده او عدة دفعات يقوم بسحبها ، فاذا قام السحب استحق عليه السعر الفائدة ابتداء من التاريخ وقد يأخذ فتح الاعتماد اشكال

2- عدم ملائمة نظم الكلفة التقليدية باحتساب كلفه الخدمة لتحديد السعر ذلك لأوجه القصور التي تكتنفها ومنها عدم اخذ بالحساب الكلفة التي تحدث ما قبل تحسين الخدمة وما بعدها

3- ان واقع تسعير الخدمات في المصرف يشير الى عدم وجود سياسه محدده يمكن اتباعها بهذا الخصوص اذ يقوم المصرف بالاعتماد على المدخل التقليدي للتسعير (الكلفة +هامش الربح) في تسعير الخدمات متناسي أو مهملا اسعار بيع او تقديم الخدمات المنافسة التي يقل مستوى اسعار تقديم الخدمات.

4- امكانية تخفيض الكلفة الخاصة بالخدمات من خلال تطبيق نظام التكلفة المستهدفة على اساس الخصائص والكلفة المستهدفة مع الحفاظ على جودة الخدمة والسعي نحو تحقيق المستوى الافضل في تقديم الخدمات.

5- يؤدي تطبيق نظام التكلفة المستهدفة إلى المزيد من المرونة لتطبيق سياسة تسعير خدماتها.

6- يعد في ظل المنافسة الشديدة إحدى عوامل نجاح المصرف هو تخفيض التكاليف كما ان الخدمات المقدم بكلف منخفضة يعد إحدى الاستراتيجيات التي تتنافس بها المصارف لتحسين الارباح.

2- التوصيات

1- ضرورة إدخال أساليب حديثة لتحسين خدماتها وذلك لحاجة المصارف لها لكي تصبح أكثر تنافسية في بيئة خارجية سريعة التغير

2- ضرورة استمرار المصرف في تحقيق أهداف المصرف وذلك للبقاء في تقديم الخدمات والاستمرار في تقديمها ذات الاسعار منخفضة وجودة عالية .

المستهدف لذلك يتم تحديد السعر المستهدف من خلال المعادلة التالية :

الربح المستهدف=سعر البيع المستهدف × نسبة هامش الربح المستهدف

$$312.5 = 25.00075 \times 8\%$$

حيث يمثل الربح المستهدف 312.5

3_تحديد الكلفة المستهدف:-ان تحديد الكلفة المستهدف من اهم الخطوات التي يسعى لها نظام التكلفة المستهدف فان تحديد الكلفة تتم من خلال السعر والربح المستهدف

التكلفة المستهدفة للاعتماد المستندي =سعر البيع المستهدف – الربح المستهدف

$$312.5 - 25.0003 =$$

$$287.5 = \text{التكلفة المستهدفة}$$

الاستنتاجات والتوصيات

1- الاستنتاجات

يتناول هذا المبحث عرض اهم الاستنتاجات التي تم التوصل لها لأهمية هذه النتائج ومساهمتها في تخفيض الكلفة في المصارف وذلك لجذب الزبائن وتقديم الخدمات لهم من اهم هذه الاستنتاجات:

1- ضعف نظم الكلفة التقليدية بالوفاء بمتطلبات الادارة واهدافها وذلك بسبب عتق نظرهم على تقييم بيانات دقيقه تمكن الادارة من اتخاذ القرارات المناسبة في بيئة الاعمال وذلك للتطورات المتسارع و لقوة المنافسة الشديدة مما ادت الحاجة الى اعتماد نظام التكلفة المستهدفة في تسعير الخدمات التي تقدمها المصارف.

- استراتيجي كمي تحليلي ، الاردن، عمان
، دار المناهج للنشر والتوزيع ،2001.
5. عبد الله ،انيس احمد، 2016، "ادارة
التسويق وفق منظور قيمة الزبون " ، دار
الجنان للنشر والتوزيع ،عمان.
6. عبيدات محمد ،أساسيات التسعير في
التسويق المعاصر :مدخل سلوكي ،
الاردن ،عمان ،دار المسيرة للنشر
والتوزيع والطباعة ،ط1، 2004.
7. محمد ،صفاء احمد عبد
الماجد.(2016).دور التكاليف المستهدفة
في كفاءة تسعير الخدمات المصرفية
(دراسة حالة البنك السوداني الفرنسي)،
رسالة ماجستير ،كلية الدراسات العليا،
جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا
،السودان .
8. مفتي، محمد حسن علي ؛ شيخ ، فريد عمر
(2005).مدى فعالية تطبيق مدخل التكلفة
المستهدفة بالمنشآت الصناعية : دراسة
استكشافية على عينة من بالمنشآت بمدينة
جدة .مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية
المجلد 42، 429
9. منصور ،محمود،2008،ماهية التكاليف
المستهدفة ،رسالة ماجستير ،جامعة
الازهر.

ثانيا:المصادر الانكليزية

- 1-Yoshikawa .T, Innes ,J, Michel .f
and Tanaka . M, 1993, Target Costing,
chapter 4, contemporary Cost
Management, first edition, chaman and
printing –hill.
- 2-Blocher , Edward D. , Chem ,
Hing H. , and Hin Thomas W. ,

3- تشكيل فريق عمل متعدد الاختصاصات (فريق
وظيفي متكامل) يتكون من العاملين في تطوير و
تحسين و الحسابات ومحاسب التكلفة الذين سيتولون
عملية تسعير الخدمة المراد تطوير في ضوء نظام
التكلفة المستهدفة.

4- التطورات العلمية في مجال تخفيض التكاليف
ضرورة اهتمام المصرف فيها و محاولة تطبيقها و
تكيفها و الاستفادة منها و بما يتناسب مع المتغيرات
التنظيمية و الاقتصادية المحلية .

5- العمل الجاد لتطبيق نظام التكلفة المستهدفة لما له
من فوائد في زيادة كفاءة ومزايا وفاعلية المصارف
تطوير بشكل خاص كفاءة تسعير الخدم.

6- العمل على عينة اكبر من المصارف العاملة في
العراق من خلال توسيع الدراسة الحالية ويمكن
القيام بمقارنة والدراسة بين المصارف العراقية
والمصارف الاجنبية العاملة في العراق .

المصادر

أولا :المصادر العربية

1. ابو عودة ، علي عدنان. (2010). أهمية
استخدام منهج التكلفة المستهدفة في
تحسين كفاءة تسعير الخدمات المصرفية
(دراسة تطبيقية على المصارف العاملة
في قطاع غزة)،رسالة ماجستير ،الجامعة
الاسلامية .
2. أسامة ،كامل ، عبد الغني، حامد _النقود
والبنوك_ مؤسسة الورد العالمية للشؤون
الجامعية ،2006.
3. البكري ،ثامر ياسر،(2021)، "تسويق
الخدمات المصرفية " ، الطبعة الاولى
،دار المنهج للنشر والتوزيع ، بغداد .
4. الصميدعي، محمود جاسم محمد ،يوسف ،
ردينة عثمان ،التسويق المصرفي :مدخل

qualité de service dans le secteur bancaire libyen", Doctoral dissertation, Université d'Auvergne-Clermont-Ferrand.

7-LOVELOCK , Christopher , H., (2015), "Services Marketing", 6 th ed , Prentice-Hall.

8-Drury, Colin, 1997 , Management Accounting for business decision , London , international Thomas computer press.

9- Hilton ,Ronald,Mohre,Michel&selto,frank,((cost management for strategy Business Decision)) Irwin McGraw Hill Go 2000.

- Flessler,n&Fisher,T((Target costing ,in Guide to cost John Inc,2000.

10-- 10BERKOWTZ, Fric, N., (2000), "Marketing", 6 th , Lrwin Mc Graw-Hill

(1999) , "Cost Management : A Strategic Emphasis" , 1st ed. , McGraw Hill Co.

3-Cooper , R. & Slagmudler, R.2002,“ Target costing for new-product development: Product level target costing,“ Journal of cost management. August ,.

4-Lmshate, K. (2015). "Le rôle du facteur culturel dans la qualité de service dans le secteur bancaire libyen", Doctoral dissertation, Université d'Auvergne-Clermont-Ferrand.

5-ADB, Asian Development Bank. (2021), "Developing The Services Sector For Economic Diversification In Carec Countries".

6-Lmshate, K. (2015). "Le rôle du facteur culturel dans la