



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

أثر تطبيق نظام تكاليف الأنشطة في تخفيض التكاليف التسويقية
دراسة ميدانية على الشركات الصناعية اليمنية في مدينة الحديدة

رسالة مقدمة من الطالبة
أمل هزاع سعيد قاسم

إلى
مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي
كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة

المشرف
أ.د. فائزة محمد عبدالهادي المسني

أستاذ المحاسبة المشارك
جامعة صنعاء



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

أثر تطبيق نظام تكاليف الأنشطة في تخفيض التكاليف التسويقية: دراسة ميدانية على الشركات الصناعية اليمنية في مدينة الحديدة

المُلخَص

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق نظام تكاليف الأنشطة في تخفيض التكاليف التسويقية لدى الشركات الصناعية اليمنية في مدينة الحديدة، ولتحقيق الهدف من هذه الدراسة؛ تم توزيع (201) استبانة على عينة قصدية بلغت (13) شركة صناعية يمنية كبرى في مدينة الحديدة، ممثلة بمديري وموظفي الإدارة المالية، والحسابات، والتكاليف، وإدارة التسويق، وإدارة المبيعات، والتدقيق الداخلي منها (158) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، ولتحليل البيانات؛ تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، والذي من خلاله تم استخدام تحليل الانحدار البسيط؛ لاختبار الفرضية الرئيسية، والانحدار المتعدد؛ لاختبار الفرضيات الفرعية، وقد توصلت نتيجة الفرضية الرئيسية إلى وجود أثر إيجابي لتطبيق نظام تكاليف الأنشطة في تخفيض التكاليف التسويقية، كما أوضحت نتائج الدراسة؛ أن هناك ارتباطاً قوياً بين (تخصيص الموارد التسويقية على الأنشطة، والتعرف على مسببات الأنشطة التسويقية، وتحديد مجتمعات تكلفة الأنشطة التسويقية) وتخفيض التكاليف التسويقية، بينما هناك ارتباط متوسطاً بين (تخصيص التكاليف التسويقية على المنتجات) وتخفيض التكاليف التسويقية، علاوة على ذلك فقد أشارت الدراسة إلى وعي الشركات الصناعية اليمنية في مدينة الحديدة بأهمية التكاليف التسويقية، ومخاطر ارتفاعها، وسعيها إلى تخفيض تكلفتها إلى أدنى قدر ممكن. وخلصت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي مرتفع لتخصيص الموارد التسويقية في الأنشطة، يلي ذلك التعرف على مسببات الأنشطة التسويقية، في تخفيض التكاليف التسويقية في الشركات الصناعية اليمنية في مدينة الحديدة، وكذلك توصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد أثر لتحديد مجتمعات تكلفة الأنشطة التسويقية، ولتخصيص التكاليف التسويقية على المنتجات في تخفيض التكاليف التسويقية في الشركات الصناعية اليمنية في مدينة الحديدة. وعلى ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، فقد أوصت الدراسة بضرورة قيام الشركات الصناعية اليمنية في مدينة الحديدة بدراسة أسباب الارتفاع في التكاليف التسويقية، والسعي إلى تخفيضها، وتقييم نظم التكاليف، وتطويرها، وخاصة تلك المتعلقة بتحديد التكاليف التسويقية، كما أوصت الدراسة بالاستفادة من استخدام نظام تكاليف الأنشطة (ABC) في تحديد التكاليف التسويقية وقياسها على نحو أفضل، وقيام إدارات الشركات بتدريب موظفيها، وخصوصاً محاسبي التكاليف لتمكينهم من القيام بواجباتهم على أفضل وجه.

المشرف

الطالبة

أ.د. فائزة محمد عبدالهادي المسني

أمل هزاع سعيد قاسم

أستاذ المحاسبة المشارك
جامعة صنعاء

محرم، 1446هـ

صنعاء

يوليو، 2024م



The Impact of Activity Based Costing in the Reducing Marketing Costs: A Field Study at Industrial Companies in Hodeida City, Yemen

Abstract

The study aimed to identify the impact of applying the Activity Based Costing (ABC) system on reducing Marketing Costs (MC) for Yemeni industrial companies in the city of Hodeida, Yemen. To achieve the study objectives; (201) questionnaires were distributed to a purposive sample selected from (13) major Yemeni industrial companies in the city of Hodeida, included (managers, employees of financial management, accounting, costs, marketing management, sales management, and internal auditing). (158) valid questionnaires were retrieved for statistical and data analysis. The Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program was used, through simple regression analysis which was used to test the main hypothesis, and multiple regression to test the sub-hypotheses. The result of the main hypothesis revealed that there is a positive impact of applying ABC on reducing MC, and the results of the study indicated that there is a strong link between (allocating of marketing resources to activities, identifying the causes of marketing activities, and determining the cost pools of marketing activities) and reducing MC, while there is a moderate link between (allocating marketing costs to products) and reducing marketing costs. Moreover, the study showed that Yemeni industrial companies in the city of Hodeida are aware of the importance of marketing costs, the risks of their rise, and their endeavor to reduce their costs to the lowest possible extent. The study concluded that there is a high positive impact of allocating marketing resources in activities, followed by identifying the causes of marketing activities on reducing marketing costs of the study companies. The study also concluded that there is no impact of identifying the cost pools of marketing activities and allocating marketing costs for products on reducing marketing costs. In light of the findings, the study recommended the need to study the reasons for the increase in marketing costs, seek to reduce it, and evaluate and develop cost systems, especially those related to determining marketing costs. The study also recommended benefiting from using ABC for better identification and measurement of marketing costs, and company departments training their employees, especially cost accountants, to enable them to carry out their duties in the best way.

Candidate

Amal Hazza'a Saeed Qassim

July, 2024AD

Supervisor

Dr. Faiza Mohammed AbdulHadi Al-Msni

Associate Professor of Accounting
Sana'a University

Sana'a

Muharram, 1446AH

Republic of Yemen
Ministry of Higher Education and Scientific Research
University of Science and Technology
Deanship of Postgraduate Studies and Scientific Research



The Impact of Activity Based Costing in the Reducing Marketing Costs

**A Field Study at Industrial Companies in
Hodeidah City, Yemen**

A Thesis Submitted by
Amal Hazza'a Saeed Qassim

To

**The Council of Postgraduate Studies and Scientific Research,
in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master
Degree in Accounting**

Supervisor

Dr. Faiza Mohammed Abdulhadi Al-Msni

Associate Professor of Accounting
Sana'a University

July, 2024AD

Sana'a

Muharram, 1446AH