



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم التجارية



الموضوع

دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية
دراسة حالة: مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبية،
تخصص: فحص محاسبي

الأستاذة المشرفة:
د/ نعيمة زعرور

إعداد الطالبة:
أفاق بوسكار

.....2015	رقم التسجيل
.....	رقم الإيداع

الموسم الجامعي: 2014-2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

أهدى جهدي ثمرة نجاحي

إلى سندي وملاذي بعد الله إلى من أثنى عن نفسه إلى من علمني الصبر و الثبات ودفعني إلى درب العلم و كان مصدر عزمي وفؤني وإلى من حبه يجري في عروفي و بلهج بذكره فؤادي إلى الذي كان حلما فصار هو:

﴿ شريك حياتي زوجي الغالي ﴾

إلى صاحبة القلب الطيب والنوايا الصادقة إلى من أرى التفاؤل بعينها والسعادة في ضحكتها التي لم تبخل عليا يوما بخنائها و عطفها ومساندتها وتشجيعها:

﴿ ماما وردة ﴾

إلى الذي كان عوناً لي لم يخلي جهده ووقته، تعب لأرتاح و هباً لي سبيل النجاح وكان فؤدي في الحياة وسأهم في المستقبل الذي افتخر به :

﴿ عمي زين الدين ﴾

إلى القلوب الطاهرة والنفوس البريئة: ﴿ حسين ، مريم ، مبار ، جوري ﴾

إلى الشموع التي أضاءت مشواري و أثار دربي و شاركوني حزن الأم ونفاسوا معي دفي العائلة إخوتي الأحباء:

﴿ أزبا ، عمر ، لخضر ، ريان ﴾

إلى من شاركني أجمل الذكريات في كل محطات حياتي: ﴿ أمينة، أسماء، أماني، ندى ﴾

إلى كل من ذكرهم قلبي و نساهم قلبي.

إهداء

أهدى جهدي ثمرة نجاحي

إلى من علمني معنى الشموع، و ركل الصعاب إلى غايبة نيل المطام، إلى من كلت أنامله ليغدم لنا لحظة السعادة إلى من حصد الأشواق عن دري ليمهد لي طريق العلم إلى الذي أثار طريقي و أنزال العقبان عن سبيلي إلى القلب اللب

أمي العزيزة

إلى بنوع الحنان و العطف ، الى التي تحمل بسمك الزهر في شفتيها و روعك الحب في مقلتيها و جنت ربي تحت قدميها إلى من فارق النوم جفونها لترعاني و حرمت نفسها لترضيني إلى من يعود لها الفضل الوافي و الجزيل الذي وصلت إليه

أمي الحبيبة

إلى الروح التي سلكت روعي إلى من بوجوده أكتسب قوة و محبة لا حدود لها إلى من عرفت معه معنى الحياة إلى سندي في الدنيا : زوجي الغالي .

إلى أعلى ما أملك في هذه الحياة من أنفاسهم معهم دفتي العائلة إخوتي .

إلى صاحبات القلب الطيب و النوايا الصادقة إلى من أرى التفاؤل بعينيهنم والسعادة في ضحكتهنم

خالبة و شفاء

إلى كل من جمل لقب بوسلار ، عثمانى ، مودع

- إلى رفيقات الدرب و صديقات العمر و كل الأقارب و الأحياء .
- إلى من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع .
- إلى كل من ذكرهم قلبي و نساهم قلبي .

شكر و تقدير

الحمد لله الذي خلق الكون و نظمته، و خلق الإنسان و علمه و كرمه و وضع البيت و حرمه ، و نادى موسى و كلمه ، و أرسل نبينا محمد صلى الله عليه و سلم بالحق و علمه سبحانه ما أعلى مكانه و وأعظمه و ما أكثر جوده و كرمه فشكر لله أولاً و رسوله المصطفى .

إلى الأستاذة المشرفة **د. نعيمة زعرور** نقدم بجالص الشكر لقبولها تأطير بحثي هذا و على المساعدة التي قدمتها لي .

إلى مؤسسة أطباء المعزنية **د. فريدة** شاكرين جميع موظفيها على التسهيلات و المساعدات التي قدموها لنا .

إلى أساتذتي الأفاضل الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة و الذين مهدوا لنا طريق العلم و المعرفة و كان لهم الفضل على إتمام هذه المذكرة و الوصول الى هذه المرحلة أو ساهم في بناء المستقبل الذي أفخر به .

إلى كل من قدم لي نصحا أو جاد علي برأي أثناء إنجاز هذا العمل .

إلى كل زملائي في كلية العلوم الإقتصادية ، التجارية و علوم التسيير .

الحمد لله رب العالمين

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرافان
	إهداء
	قائمة المحتويات
	قائمة الأشكال
	قائمة الجداول
أ	مقدمة
ب	إشكالية الدراسة
ب	فرضيات الدراسة
ب	أهداف الدراسة
ج	أهمية الدراسة
ج	أسباب إختيار الموضوع
ج	منهج الدراسة
ج	دراسات سابقة
د	متغيرات الدراسة
و	هيكل الدراسة
01	الفصل الأول: مدخل لنظام المعلومات المحاسبي
02	تمهيد
03	المبحث الأول: ماهية نظام المعلومات الإدارية
03	المطلب الأول: مفهوم المعلومات
03	الفرع الأول: تعريف البيانات
03	الفرع الثاني: تعريف المعلومات
05	الفرع الثالث : خصائص المعلومات و مصادرها
07	الفرع الرابع : المعرفة
08	المطلب الثاني : مفهوم نظام المعلومات
08	الفرع أولا : تعريف النظام
10	الفرع الثاني: تعريف نظام المعلومات
11	الفرع الثالث : مكونات نظام المعلومات

12	الفرع الرابع : أنواع نظام المعلومات و وظائفه
15	المبحث الثاني: ماهية نظام المعلومات المحاسبي
15	المطلب الأول : مفهوم نظام المعلومات المحاسبي
15	الفرع الأول : تعريف نظام المعلومات المحاسبي
15	الفرع الثاني : خصائص نظام المعلومات المحاسبي
16	الفرع الثالث: أهداف نظام المعلومات المحاسبي
17	المطلب الثاني: مكونات و عناصر نظام المعلومات المحاسبي
17	الفرع الأول : مكونات نظام المعلومات المحاسبي
17	الفرع الثاني : عناصر نظام المعلومات المحاسبي .
21	الفرع الثالث : الوظائف الأساسية لنظم المعلومات المحاسبية
22	المطلب الثالث : الجهات المستفيدة من نظم المعلومات المحاسبية و شروط فعاليته
22	الفرع الأول: الجهات المستفيدة من نظام المعلومات المحاسبي
23	الفرع الثاني : العوامل التي تعيق نظام المعلومات المحاسبي.
25	الفرع الثالث : شروط فعالية نظام المعلومات المحاسبي
26	خلاصة الفصل الأول
27	الفصل الثاني: نظام المعلومات المحاسبي كمصدر للميزة التنافسية
28	تمهيد
29	المبحث الأول : مدخل لتنافسية المؤسسة
29	المطلب الأول : مفهوم الميزة التنافسية
29	الفرع الأول: تعريف التنافسية
30	الفرع الثاني: تعريف المنافسة
30	الفرع الثالث: ماهية الميزة التنافسية
32	المطلب الثاني : أنواع الميزة التنافسية
33	المطلب الثالث : مصادر الميزة التنافسية
35	المبحث الثاني : الإطار النظري لجودة الميزة التنافسية و معايير الحكم عليها
35	المطلب الأول: محددات الميزة التنافسية وأبعادها
35	الفرع الأول : محددات الميزة التنافسية
37	الفرع الثاني: أبعاد تحقيق الميزة التنافسية
38	المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية و معايير الحكم عليها
38	الفرع الأول: العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية

38	الفرع الثاني : معايير الحكم على الميزة التنافسية
39	المطلب الثالث: شروط نجاح واستمرار الميزة التنافسية
40	المبحث الثالث: علاقة نظام المعلومات المحاسبي بالميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية
40	المطلب الأول: دور نظام المعلومات المحاسبي في تحسين الجودة
42	المطلب الثاني: دور نظام معلومات المحاسبي في تنمية مستوى الإبداع
43	المطلب الثالث : دور نظام المعلومات المحاسبي في تحسين مستوى الإنتاجية
44	المطلب الرابع : دور نظام المعلومات المحاسبي في تحسين مستوى اليقظة
46	خلاصة الفصل الثاني
47	الفصل الثالث: دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة
48	تمهيد
49	المبحث الأول: تقديم مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة
49	المطلب الأول: التعريف بمؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة
49	المطلب الثاني: أهداف المؤسسة
50	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة "قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة"
54	المبحث الثاني: واقع دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية
54	المطلب الأول: تحليل عناصر الميزة التنافسية والوضعية التنافسية في مؤسسة "قديلة"
57	المطلب الثاني: تحديد منهجية الدراسة
59	المطلب الثالث: أدوات الدراسة
61	المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة
61	المطلب الأول: تحليل نتائج الدراسة
64	المطلب الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي وتحليل محاور الإستبانة
71	المطلب الثالث: إختبار الفرضيات وتفسير النتائج
73	خلاصة الفصل الثالث
75	الخاتمة
80	قائمة المراجع
85	ملاحق

قائمة الأشكال والجبائل

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
10	تحويل البيانات إلى معلومات	01
12	خصائص المعلومات	02
15	عناصر النظام	03
17	عناصر مكونات نظام المعلومات	04
19	أنواع نظام المعلومات	05
27	عناصر نظام المعلوماتية	06
29	الجهات المستفيدة من نظام المعلومات المحاسبية	07
43	دورة حياة الميزة التنافسية	08
57	الهيكل التنظيمي لمؤسسة "قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة"	09

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
11	الفرق بين البيانات و المعلومات	01
63	نقاط القوة ونقاط الضعف في المؤسسة	02
64	تحليل الفرص والتهديدات التي يفرضها محيط المؤسسة	03
65	عدد عمال المؤسسة محل الدراسة	04
68	درجات مقياس ليكرت الخماسي	05
68	الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت الخماسي	06
70	معامل الثبات ومعامل الصدق لمتغيرات الدراسة	07
71	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية	08
73	اختبار التوزيع الطبيعي	09
74	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات نظام المعلومات المحاسبية	10
76	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الميزة التنافسية.	11
80	إرتباط نظام المعلومات المحاسبي وتقليل التكلفة	12
80	إرتباط نظام المعلومات المحاسبية و الجودة	13
81	إرتباط نظام المعلومات المحاسبية و التمييز	14
81	إرتباط نظام المعلومات المحاسبية و الإبداع	15

مقدمة

تواجه المؤسسات الإقتصادية العديد من التحديات نتيجة ما يشهده عالم الأعمال من تطور سريع وعميق في مجالات عدة بسبب التغيرات الإقتصادية، الإجتماعية، السياسية والتكنولوجية و التي تفوق كل توقعاتها وإمكاناتها للتحكم أو التأقلم مع الوضع الجديد، و تتأثر هذه الأخيرة بشكل أو بآخر وتجد نفسها مجبرة على التعامل مع معطيات جديدة و محيط يتميز يوما بعد يوم بمنافسة أشد وبعد أن كان هدف المؤسسة هو تحقيق تقدمها وازدهارها أصبح هدفها إيجاد حلول تسمح لها بحفاظ على بقائها.

وبما أن العالم يعيش اليوم عصرا سمي في مرحلة ما بعصر المعلومات ثم أطلق عليه عصر ما بعد الصناعة، وأخيرا يطلق عليه عصر المعرفة. وفي جميع الأحوال وبغض النظر عن التسمية فإن سمات وملامح العصر ومعاييرته تختلف جذريا عن كل ما سبقه، وتفرض على كل من يعاصره ضرورة الأخذ بالمفاهيم والآليات الجديدة، ومن أخطر أثاره بروز المنافسة كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المؤسسات بدرجة غير مسبوقة، ومن هنا أصبحت المؤسسة في موقف يحتم عليها تبني نظام معلوماتي مناسب ألا وهو نظام المعلومات المحاسبي من أجل اكتساب مزايا تنافسية بتحسين النوعية وخلق الإبداع التكنولوجي، حتى تعزز موقعها في السوق أو المحافظة عليها في مواجهة ضغوط المنافسين الحاليين والمحتملين .

ولكي تستطيع المؤسسات مواجهة المنافسة القوية يجب عليها أن تتأقلم بشكل جيد مع تطورات البيئة الإقتصادية، وذلك عن طريق بحثها عن عوامل تساعد على النجاح وتعزز بها مركزها التنافسي في الأسواق، وتسمح لها بتحقيق مزايا عدة كالحصول على هوامش أرباح مرتفعة بتطبيق أسعار جد منخفضة أو بتصنيع وتسويق منتجات بأقل تكلفة مقارنة مع المؤسسات المنافسة، أو تقديم منتج متميز وفريد من نوعه وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك مما يسمح لها بتحقيق ميزة تنافسية تتصف بها وتمنحها التفوق على منافسيها .

تتكون المؤسسة من عدة نظم وظيفية تعمل في تناسق تام وذلك من خلال ضمان كافة العمليات والأنشطة والسيطرة على الكم الهائل من المعلومات الناتج عنها من جهة ، تزويد المسيرين بالمعلومات دقيقة في الوقت بالشكل المناسب لإتخاذ القرارات الملائمة من جهة أخرى هدف تحقيق الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة .

من أهم وأقدم هذه الأنظمة الوظيفية نجد نظام المعلومات المحاسبي الذي يحتل موقع متميز في المؤسسة نظرا لعلاقته المتشابكة مع مختلف الأنظمة الوظيفية الأخرى كونها مصدرا لمداخلتها والتي يقوم بمعالجتها و قدمها في شكل معلومات يعتمد عليها المسيرون في إتخاذ العديد من القرارات كونه يقوم

بجمع وتسجيل وتحليل ومراقبة تدفق المعلومات الناتجة عن نشاطات المؤسسة وبتطبيق المبادئ المنفق عليها في إعداد الوثائق المحاسبية وتوجه مخرجاته لإعلام الأطراف الخارجية (المساهمون، العمال، إدارة الضرائب ، ...) عن الوضعية المالية للمؤسسة .

إن غاية نظام المعلومات المحاسبي هو تقديم صورة موثقة فيها عن الواقع المالي والإقتصادي للمؤسسة، وهو يعتمد على جمع البيانات الناتجة عن العمليات المستمرة و اليومية المتعلقة بنشاطها والتي تعتبر مخرجات الأنظمة الفرعية الأخرى في المؤسسة (عمليات الشراء، البيع، ...) إذ يقوم بتسجيلها ومعالجتها وعرضها في حسابات تتضمنها الوثائق المحاسبية.

أولاً: إشكالية الدراسة: وعلى ضوء ما سبق يمكن صياغة الإشكالية التالية:

ما دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية؟.

و يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية :

1. هل توجد علاقة بين نظام المعلومات المحاسبي وتقليل التكلفة ؟
2. هل توجد علاقة بين نظام المعلومات المحاسبي والجودة؟
3. هل توجد علاقة بين نظام المعلومات المحاسبي والتميز؟
4. هل توجد علاقة بين نظام المعلومات المحاسبي والإبداع؟

ثانياً: .فرضيات الدراسة :

انطلاقاً من الإشكالية و التساؤلات الفرعية سوف نحاول من خلال بحثنا إثبات صحة الفرضيات التالية :

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي وتقليل التكلفة.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والجودة.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والتميز.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والإبداع.

ثالثاً: أهداف الدراسة :

1. دراسة خلفية نظرية للميزة التنافسية للمؤسسة و المساهمة في أبعاد المؤسسة في السوق وتعزيز حصتها السوقية.
2. تحديد الأبعاد الأساسية المتحركة في الميزة التنافسية و الكشف على طبيعة العلاقة بينهما.
3. توضيح مفهوم نظام المعلومات و نظام المعلومات المحاسبي.
4. التأكيد على أهمية ودور نظام المعلومات المحاسبي كعامل مهم لتحقيق الميزة التنافسية.

رابعاً: أهمية الدراسة :

تكتسب الدراسة أهميتها من الأهمية التي تحضى بها المعلومات المحاسبية في المؤسسة وكذا الأهمية القصوى التي توليها المؤسسات الإقتصادية لتحقيق الميزة التنافسية واستمراريتها ولأن الميزة التنافسية أصبحت محور إهتمام معظم المؤسسات التي تعيش ظروف منافسة شديدة وناتجة عن عولمة الإقتصاد فهي بذلك تعتبر أداة إستراتيجية يمكن من خلالها مواجهة مختلف التحديات والظروف .

خامساً: أسباب اختيار الموضوع:

1. إنفتاح الإقتصاد الوطني على الإقتصاد الدولي وبروز مفاهيم إدارية جديدة بين المؤسسات الإقتصادية كالميزة التنافسية وغيرها .
2. أهمية الموضوع بالنسبة للمؤسسات و أثاره على المحيط الإقتصادي.
3. تزايد الإهتمام بموضوع نظام المعلومات المحاسبي على مستوى المؤسسات العالمية باعتباره نظام فعال في تحقيق التفوق والتميز له والقدرة على التطوير والإبداع والابتكار .
4. إثراء المكتبة الجامعية التي تفتقر إلى مراجع في مثل هذه المواضيع المتخصصة.

سادساً: منهج الدراسة

من أجل دراسة موضوع البحث و معالجته من مختلف أبعاده و جوانبه و توضيح الهدف منه اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الموافق للدراسة النظرية ، بالإضافة إلى استخدام الإستبانة كأداة لدراسة الميدانية .

سابعاً: دراسات سابقة:

❖ رتيبة نحاسية (2002،2003)، أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة ويتمثل الهدف من دراستها لتوضيح ماهية اليقظة مع التعرض لمختلف مكوناتها وكيفية تنظيم عملية اليقظة ومحاولة إبراز عملية تطبيق مفهوم اليقظة التنافسية بالمؤسسة الجزائرية واعتمدت على المقابلة كأداة للدراسة وتوصله إلى أهم النتائج التي تتمثل في أن المنافسة أصبحت من أحد السمات الرئيسية لهذا الإقتصاد فأصبح من الضروري على المؤسسات التي تريد البقاء أن تبحث عن رؤية جديدة ومنهج حديث يمكنها من التزود بالمعلومات التي تؤهلها لمواجهة المنافسة بشكل أحسن ويمكن للمؤسسة أن تحقق ميزة تنافسية بتقديم منتج متميز أو بأقل تكلفة من خلال الاستغلال الأمثل لمواردها البشرية، المادية، المالية و لإمكانياتها التنظيمية و غيرها من الإمكانيات التي تتمتع

بها وتعتبر الجودة العالية للمنتج ذات تأثير مضاعف على الميزة التنافسية باعتبارها تزيد من قيمة المنتج لدى المستهلك من جهة كما تسمح بضبط وترشيد التكلفة من جهة أخرى.

❖ سعد بن البار (2010،2011)، دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق فعالية الرقابة الداخلية و يمثل الهدف من دراسته إلى محاولة إبراز مفهوم نظام المعلومات المحاسبي بمختلف مكوناته و كيفية مساهمة نظام المعلومات المحاسبي فعالية الرقابة الداخلية و أعتد على الإستبانة كأداة لدراسة و استخدمت لجمع البيانات في المؤسسة محل الدراسة و تحليلها بالأساليب الإحصائية الملائمة و توصل إلى أهم النتائج التي تتمثل بأن نظام المعلومات المحاسبي يتأثر بالتطورات الجديدة في مجال تكنولوجيا المعلومات و ساهمت بشكل فعال في تحقيق سرعة ودقة ومعالجة البيانات المحاسبية، كما أثر استخدام هذه التكنولوجيا على أهداف و نظام المعلومات المحاسبي ومقوماته و إن التأكد من صحة المعلومات المحاسبية يتطلب فرض رقابة متميزة على البيانات والإجراءات، إن طريق وضع نظام رقابة داخلية فعالة تساهم في تسيير عملياتها و التحقق من سلامة العمليات المحاسبية والوثائق المالية من حالات الأخطاء والغش.

❖ سفيان بوفروعة (2011،2012)، نظام المعلومات المحاسبي ودوره في تسيير المؤسسة الإقتصادية و يتمثل الهدف من دراسته إلى تحديد نظام المعلومات المحاسبي ودوره في المؤسسة الإقتصادي وكيف يمكن أن يساهم في تحقيق أكبر قدر من الربح وذلك بتخفيض التكاليف ومنع الإسراف و تحسين الإنتاجية وإرضاء المستهلكين وأعتد على الإستبانة كأداة لدراسة و استخدمت لجمع البيانات في المؤسسة محل الدراسة وتحليلها حسب النسب المؤوية و التكرارات وتوصل إلى أهم النتائج التي تتمثل في أن جودة المعلومة تؤثر وتتأثر بمجموعة من العوامل البيئية، الإقتصادية، الإجتماعية، السياسية، القانونية و حتى الثقافية والتي تعكس طبيعة أحداث عمليات المؤسسة التي تعمل في ظل تلك الظروف البيئية وإلى مجموعة من المعلومات المتعلقة بالمعلومات المحاسبية، ومن المتطلبات لتصميم نظام المعلومات المحاسبي ، توفير عوامل الملائمة والثقة والمصادقية في المعلومات و البيانات التي تم تجميعها بغرض معالجتها و الحصول على مخرجات ملائمة لإتمام عملية اتخاذ القرار في الوقت المناسب.

❖ عبد الوهاب بوبعة (2011،2012) ، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية و يتمثل الهدف من دراسته في محاولة إثبات أن الابتكار له دور فعال في تطوير المؤسسات الإقتصادية و إبراز دور الابتكار في تنمية مزايا تنافسية وكذا نشر ثقافة الابتكار بين

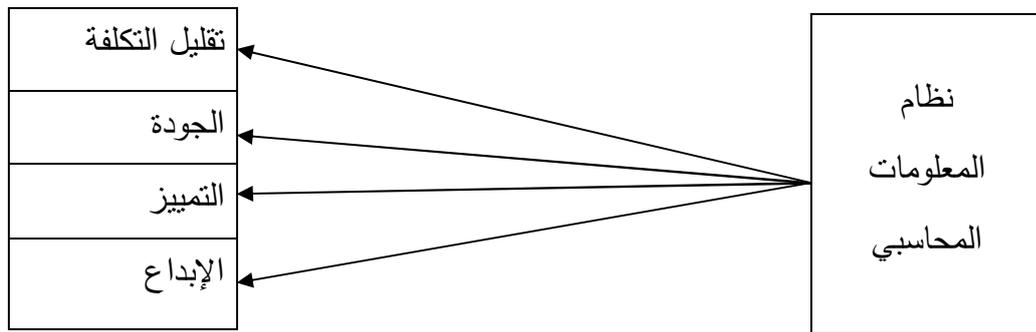
المؤسسات الإقتصادية وأعتد على الإستبانة كأداة لدراسة ولستخدمت لجمع البيانات في المؤسسة محل الدراسة وتحليلها عن طريق SPSS وتوصل إلى أهم النتائج التي تتمثل في أن ميزة المنافسة تنشأ بتوصل الشركة إلى أساليب و طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين و ترجع الجذور الحقيقية لأي نوع من أنواع التميز أو التفوق إلى الكفاءات المتميزة والتي تتطلب بدورها إلى متفردة ذات قيمة عالية بإضافة إلى القدرات الفردية الضرورية لانتقال هذه الموارد أو إلى قدرة متفردة على إدارة الموارد الهامة و تتضمن كفاءة الإستغلال الأمثل لموارد الشركة وهذا ما يترتب عنه إنخفاض تكلفة الوحدة المنتجة للجودة حيث هذه الأخيرة تسمح للشركة بفرض سعر أعلى وخفض التكاليف .

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

تهدف هذه الدراسة لتحديد الأبعاد الأساسية للميزة التنافسية والتي تتمثل في تقليل التكلفة، الجودة، التميز والإبداع، والتأكيد على أهمية دور نظام المعلومات المحاسبي كعامل مهم لتحقيق الميزة التنافسية، واعتمدت هذه الدراسة على الإستبانة كأداة لدراسة واستخدمت لجمع البيانات في المؤسسة محل الدراسة وتحليلها عن طريق SPSS . V19 لإثبات الدراسة.

ثامنا: متغيرات الدراسة :

. المتغير المستقل : نظام المعلومات المحاسبي
المتغير التابع : الميزة التنافسية



تاسعا: هيكل الدراسة

قصد الإلمام بأهم الجوانب الرئيسية للدراسة فإنه تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول حيث تم تخصيص فصلين للنظري و فصل للجانب التطبيقي لتكون الدراسة على الشكل التالي: تم تخصيص الفصل الأول لنظام المعلومات المحاسبي ويضم مبحثين المبحث الأول نظام المعلومات الإدارية والمبحث الثاني نظام المعلومات المحاسبي، ويضم الفصل الثاني ثلاث المباحث يتمثل المبحث الأول في مدخل لتنافسية المؤسسة والمبحث الثاني في الإطار النظري لجودة الميزة التنافسية و معايير الحكم عليها، والمبحث الثالث في علاقة نظام المعلومات المحاسبي بالميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، أما الفصل الثالث فيتمثل في الدراسة التطبيقية و يعد هذا الفصل عملية إسقاط للدراسة النظرية في الواقع فيضم أيضا ثلاث المباحث حيث يتمثل المبحث الأول في تقديم مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة والمبحث الثاني في واقع دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية والمبحث الثالث في عرض وتحليل نتائج الدراسة.

الفصل الأول:

مدخل لنظام المعلومات المحاسبي

تمهيد :

لقد أصبح لنظام المعلومات المحاسبي دور جوهري يحتل مكانة هامة في المؤسسات الاقتصادية، نظرا لدوره في ترقية وتفعيل المؤسسة من خلال المعلومات التي يوفرها، والتي تعتبر المادة الأساسية التي يعتمد عليها المسير باعتبارها المفتاح الأساسي في مفاتيح نجاح أو فشل الأنشطة التي تمارسها هذه المؤسسات، وتعتبر العلاقة بين النظام المحاسبي كنظام المعلومات ونوعية البيانات والمعلومات المحاسبية علاقة وثيقة الصلة بالعملية الإدارية حيث سيتم في هذا الفصل التطرق إلى أهم المفاهيم من حيث تعريفها ومكوناتها وخصائصها وتوضيح مفهوم نظام المعلومات ونظام المعلومات المحاسبي ومكوناته ووظائفه والجهات المستفيدة منه وشروط فعاليته وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: ماهية نظام المعلومات الإدارية.

المبحث الثاني: ماهية نظام المعلومات المحاسبي.

المبحث الأول: ماهية نظام المعلومات الإدارية.

إن أي تنظيم مهما كان نوعه يحتاج لأساس قوي يقوم عليه ويسير حسبه ويتأثر به، ألا وهي المعلومات التي لها من الأهمية البالغة ما يحدد إتجاه أي مؤسسة. وبالتالي فهي كل ما يمكن أن تستغله المؤسسة كموارد ومعطيات، وهذا بوضعها في إطار معين يدعى بالنظام، ضمانا لعمليات إدارية سليمة واتخاذ القرار الصائب.

المطلب الأول : مفهوم المعلومات

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى كل من البيانات، المعلومات والمعرفة.

الفرع الأول: تعريف البيانات:

تمثل البيانات "مجموعة من الحقائق أو الملاحظات أو القياسات ، و تكون في صورة أعداد أو رموز خاصة ، تصف فكرة أو موضوعا أو هدفا أو أي حقائق أخرى كالأسماء والأشخاص أو أسعار سلع أو غيرها." ¹

كما تعرف أيضا بأنها " تمثل الحقائق و الأرقام و الكلمات و الإشارات و التي يمكن ترجمتها ومعالجتها من الإنسان أو الأجهزة الإلكترونية لتتحول إلى نتائج يمكن الإستفادة منها ".²

ومما سبق نستنتج أن البيانات هي عبارة عن الحروف والجمل والعبارات والأرقام والرموز غير المؤسسة وغير المرتبطة بموضوع واحد، والتي قد لا يستفاد منها في شكلها الحالي إلا بعد تطويرها ومعالجتها وذلك من خلال عمليات تحويل البيانات إلى معلومات.

الفرع الثاني: تعريف المعلومات

تعرف المعلومات على أنها " تلك البيانات و المعطيات و المعارف التي يتم معالجتها و إعدادها من أجل تحويلها إلى معلومات ذات قيمة ومنفعة حتى يمكن إستخدامها حاليا ومستقبليا والتي تعمل على ترشيد الوظائف ، فهي عبارة عن مورد أساسي ".³

¹ محمد السعيد خشبة ، "موسوعة المعلومات و التكنولوجيا "، معهد الدراسات و البحوث الاقتصادية : القاهرة 1971 ص 55 .

² حسين على مشرقي ، "نظرية القرارات الإدارية "، دار الميسرة للنشر و الطباعة: عمان 1997 ، ص 56.

³ إيمان فاضل السامرائي، جلال إبراهيم العبد، "نظم المعلومات الإدارية"، دار صفاء للنشر والتوزيع :عمان، 2004 ، ص 24 .

كما تعرف أيضا بأنها "الناتج الذي يتحصل عليه من عملية معالجة البيانات ، فالبيانات بعد أن يتم إدخالها إلى نظام المعلومات و تخضع لعدة عمليات معالجة مثل التوبيب و التحليل و التلخيص و العرض في تقارير تتناسب مع غرض الإستخدام الذي طلبت من أجله تتحول إلى معلومات" ¹ .

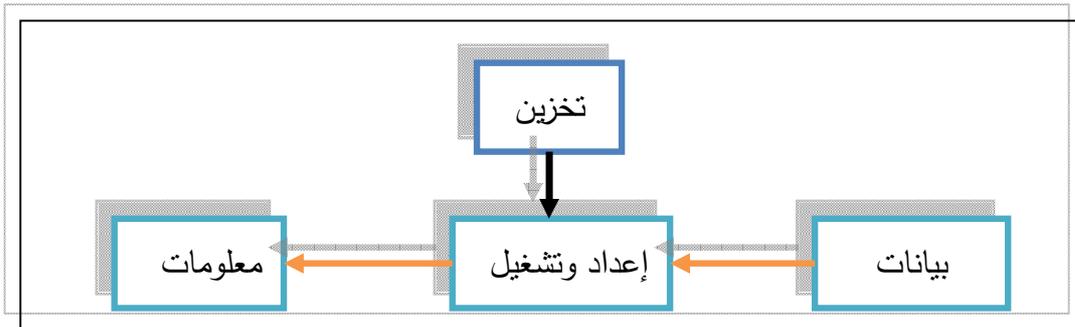
نستنتج بأن المعلومات هي مجموعة من بيانات المؤسسة والمنسقة بطريقة مناسبة، بحيث تعطي معنى خاصا، وتركيبية متجانسة، من الأفكار والمفاهيم، تمكن الإنسان من الإستفادة منها في الوصول إلى المعرفة واكتشافها.

أولا : أهمية المعلومات :

تتمثل أهمية المعلومات لكونها عنصر أساسي في المؤسسة للقيام بأعمالها الإدارية ولتأدية وظائفهم فيما يتعلق بالتخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، ذلك لأن نجاح المؤسسات وتحقيق أهدافها يعتمد إلى حد كبير على كفاءة أجهزتها الإدارية في تأدية نشاطاتها ويتوقف ذلك على نوعية المعلومات التي يعتمد عليها عند إتخاذ القرارات المختلفة، أي أن المعلومات الجيدة والدقيقة تؤدي إلى قرارات جيدة عندما يحسن إستخدامها وبالتالي أداء جيد لمختلف النشاطات الإدارية، وبمعنى آخر تكون المعلومات الجيدة والتي تتحقق في الوقت نفسه أداة ربط لأقسام المؤسسة وإداراتها ربطا يساعد على تحقيق الأهداف التي تطمح إليها المؤسسة . ²

يوضح الشكل التالي كيفية تحويل البيانات إلى معلومات .

الشكل رقم (1): تحويل البيانات إلى معلومات



(المصدر: محمد احمد حسان، نظم المعلومات المحاسبية (الإطار الفكري والنظم التطبيقية)، الدار الجامعية : الإسكندرية، 2006، ص 116).

¹ Patrick Gilbert, " la gestion des ressources humaines, éditions d'organisation" France, 1999 ,p32

² وليد زكريا صيام، "دور البيانات والمعلومات المحاسبية في إتخاذ القرارات طويلة الأجل"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال ، جامعة الجزائر، 1997-1998، منشورة، ص 44.

ثانيا : العلاقة بين البيانات و المعلومات

البيانات هي المادة الأولية التي يتم تشغيلها في نظام المعلومات و التي تعو عن الحقائق غير منظمة والتي تمثل المدخلات الخاصة بنظم المعلومات الإدارية .

المعلومات يتم الحصول عليها من البيانات و التي تتمثل في المخرجات الناتجة عن تشغيل نظام المعلومات والتي تعو عن معاني محددة لمستخدمي المعلومات في المؤسسة.

و نوضح الفرق بين البيانات و المعلومات في الجدول التالي :

جدول رقم (01) الفرق بين البيانات و المعلومات

المعلومات	البيانات
1-تمثل أرقاما أو أعدادا مفسرة	1- تمثل أرقاما أو أعداد غير مفسرة
2-تمثل مخرجات النظام	2- تمثل مدخلات النظام
3- يمكن أن يتخذ قرار بناء عليها	3- لا يمكن إتخاذ قرار بناء عليها
4-أرقام تامة المعالجة بواسطة النظام	4- أرقام غير تامة المعالجة

(المصدر : أحمد حسين علي حسين، "نظم المعلومات المحاسبي" ، مكتبة إشعاع : الإسكندرية ، 1997 ، ص22).

الفرع الثالث: خصائص المعلومات و مصادرها

أولا : خصائص المعلومات

- حتى تكون المعلومات ذات جودة يجب أن تتوفر بمجموعة من الخصائص و تتمثل في¹ :
1. **التوقيت:** يعني أن تكون المعلومات مناسبة زمنيا لإستخدامات المستفيدين خلال دورة معالجتها وهذه الخاصية ترتبط بالزمن الذي تستغله دورة المعالجة .
 2. **الدقة:** تعني أن تكون المعلومات في صورة صحيحة خالية من الأخطاء التجميع والتسجيل ومعالجة البيانات.²
 3. **المرونة:**هي قابلية تكيف المعلومات وتسهيلها لتلبية الإحتياجات المختلفة لجميع المستفيدين، فالمعلومات التي يمكن إستخدامها بواسطة العديد من المستفيدين في تطبيقات متعددة تكون أكثر مرونة من المعلومات التي يمكن إستخدامها في تطبيق واحد.

¹ محمد احمد حسان، نظم المعلومات المحاسبية (الإطار الفكري والنظم التطبيقية)، الدار الجامعية: الإسكندرية، 2006، ص122.

² كمال الدين الدهراوي، "نظم المعلومات المحاسبية"، الدار الجامعة: الإسكندرية، 2001، ص 17

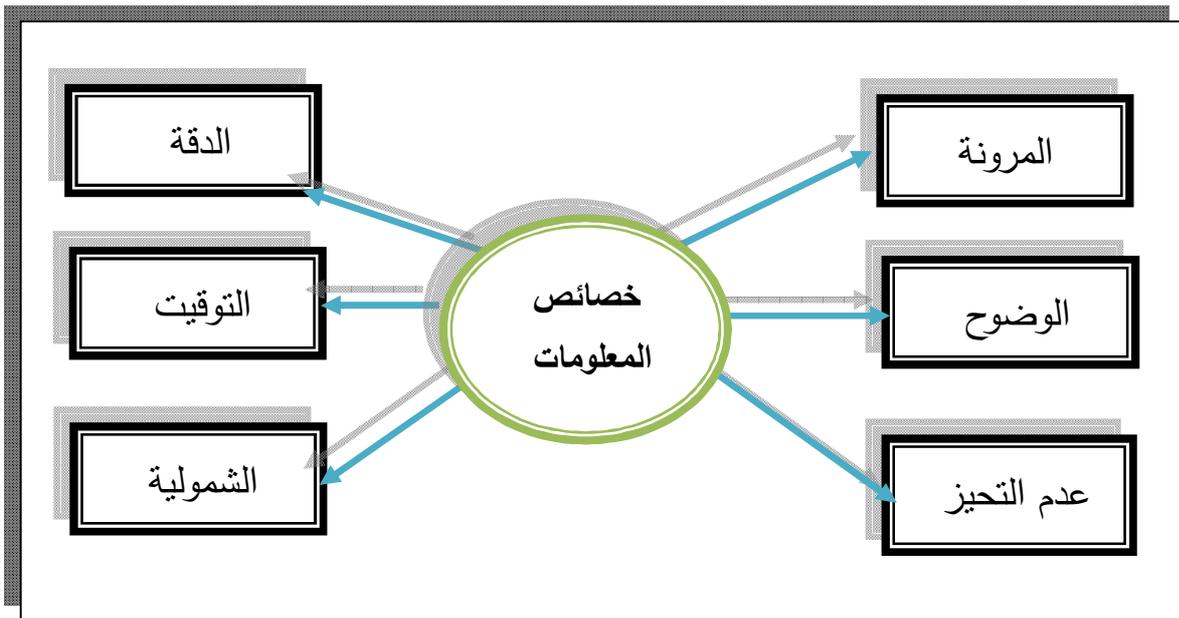
4. **الوضوح** : هذه الخاصية تعني أن تكون المعلومات واضحة وخالية من الغموض ومستقلة فيما بينها دون تعارض أو تناقض ويكون عرضها بالشكل المناسب لإحتياجات المستخدمين .

5. **عدم التحيز**: هذه الخاصية تعني غياب القصد من تغيير أو تعديل ما يؤثر على المستخدمين وبمعنى آخر فإن تغيير محتوى المعلومات يصبح مؤثرا على المستخدمين أو تغيير المعلومات التي تتوافق مع أهداف أو رغبات المستخدمين¹ .

6. **الشمولية**: هي الدرجة التي يغطي بها نظام المعلومات إحتياجات المستخدمين من المعلومات بحيث تكون بصورة كاملة دون تفصيل كبيرة ودون إيجاز يفقدها معناها ويتحمل الشمول أيضا إلى متغيرات إقتصادية حيث أن المعلومات الكاملة أكثر قيمة وفائدة من المعلومات غير كاملة .

يوضح الشكل التالي خصائص المعلومات

شكل رقم(02) : خصائص المعلومات



(المصدر : من إعداد الطالبة إعتامدا على ماسبق)

¹ أحمد حسين علي حسين ، "نظم المعلومات المحاسبي" ، مكتبة الإشعاع : الإسكندرية ، 1997 ، ص25

ثانيا : مصادر المعلومات

يمكن للمؤسسة الحصول على معلومات من مصادر داخلية أو خارجية وتتمثل في ¹:

01- المصادر الداخلية : هذه مصادر تعطي بيانات على أساس رسمي من داخل المؤسسة من طرف الأشخاص أو الإدارات مثل رؤساء المصالح بمختلف مستوياتهم، و يتم تجميعها طبقا لأحداث حقيقية واقعة أو سياسات مخططة ومنظمة لتدعيم القرارات ، وبمجرد الحاجة إلى المعلومات يتم تصميم أسلوب لجمعها واستخراج الحقائق ، إضافة إلى هذا تستقبل البيانات أيضا من مصادر داخلية غير رسمية من خلال إتصالات غير نظامية ومناقشات غير رسمية والبيانات المجمعة داخلا ترتبط بصفة عامة بأعمال المؤسسة و الأنشطة المرتبطة بهذه الأعمال وهي تستخدم لإنتاج معلومات مفيدة في إتخاذ القرار .

02- المصادر الخارجية : تتشكل من المعطيات الناتجة عن المحيط الخارجي للمؤسسة ، و تشمل أطرافا متعددة، الحكومة مثلا تصدر معلومات عن القوانين والسياسات الاقتصادية كما أن المؤسسة الإعلامية تصدر معطيات في أشكال مختلفة (مكتوبة، مسموعة، مرئية) وتعتبر ذات أهمية لأنها تقدم معلومات تخص الأوضاع البيئية.

الفرع الرابع : المعرفة

تعرف المعرفة على أنها " المستوى الأعلى من مفهوم المعلومات من حيث التعقيد فهي حصيلة الإمتزاج الخفي بين المعلومات و الخبرة و المدركات الحسية والقدرة على الحكم فنحن نتلقى المعلومات ونمزجها بما تدركه حواسنا و نقارنها بما تخزنه عقولنا من واقع الخبرة السابقة ثم نطبق على هذا المزيج ما بحوزتنا من أساليب الحكم على الأشياء وصولا إلى النتائج والقرارات الجيدة " ².

كما تعرف أيضا " بأنها حصيلة المعلومات التي تجمعت وتكاملت فيما بينها ،لتشكل معاني ومعتقدات ومفاهيم وأحكام وتصورات فكرية تعبر عن فهم الظواهر المحيطة به " ³.

نستنتج بأن المعرفة هي معلومات تم إستثمارها للوصول إلى نتائج مفيدة قد تكون جديدة مبتكرة لانعرف عنها شيئا من قبل، أو أن تضيف شيئا جديدا يوسع من معارفنا السابقة أو يعدل فيها.

¹ عبد الغفار حنفي ، " أساسيات الإدارة المالية " ، الدار الجامعة : الإسكندرية 2003 ، ص 30 .

² سمراء كحللات ، " تمكين المعرفة في المؤسسة الجزائرية " ، رسالة ماجستير في علم المكتبات ، جامعة قسنطينة ، 2008_2009 ، منشورة ، ص 14 .

³ نادية لونيس ، " أثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تفعيل الأعمال التجارية للمؤسسات " ، رسالة ماجستير في علوم التجارية تخصص إدارة العمليات التجارية ، جامعة الجزائر 2010-2011 ، منشورة ، ص 18 .

المطلب الثاني: مفهوم نظام المعلومات

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى النظام و نظام المعلومات ومكوناته

الفرع أولاً : تعريف النظام

يعرف النظام بأنه "هو مجموعة من المكونات التي تربطها ببعضها البعض وعلاقات تفاعلية تمكنها من تكوين متكامل"¹.

وكما يعرف أيضاً بأنه "عبارة عن تكامل منظم للأجزاء المترابطة ، و تتأثر هذه الأجزاء بوجودها في النظام وتتغير في حالة تركها له ، كما أن تكامل الأجزاء يؤدي إلى فعالية و حركية هذه الأخيرة، والتي قد تكون غالباً غير فعالة و جامدة لو وظفت بمفردها"².

نستنتج بأن النظام هو مجموعة أجزاء أو عناصر أو أقسام ترتبط مع بعضها البعض بعلاقات منطقية ، أي أنها تتكامل و تتفاعل مع بعضها البعض، بغرض أداء أهداف معينة و ذلك عن طريق تحويل المدخلات إلى مخرجات .

أولاً: مكونات النظام

إن مكونات النظام تتمثل في العناصر التالية: المدخلات، العمليات التحويلية، المخرجات، التغذية العكسية.³

01- المدخلات : تعتبر قوة الدفع الأساسية التي تزود النظام بإحتياجاته التشغيلية، وتشتمل مدخلات النظام على عدة عناصر للمواد الخام المستعملة في العمليات التصنيعية و المعلومات المستخدمة .

02- العمليات التحويلية : تتحول المدخلات إلى مخرجات عن طريق العمليات التحويلية وقد تكون هذه العمليات في شكل آلة أو إنسان أو حاسب ألي أو مهام تؤدي بواسطة أعضاء المؤسسة.

03- المخرجات: وقد تكون في شكل منتجات أو خدمات أو المعلومات أو طاقة. والمخرجات هي ناتج العمليات التحويلية، و مخرجات النظام ترتبط إرتباطاً قويا بالهدف من وجود النظام، كما أن المخرجات هي النتائج الفعلية والأهداف المحققة لنظام .

¹ أحمد مقدمي ، النظام المحاسبي و الجبائي لمجمع الشركات ، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص فرع التحليل الإقتصادي ، جامعة الجزائر ، 2005-2006 ، منشورة، ص12 .

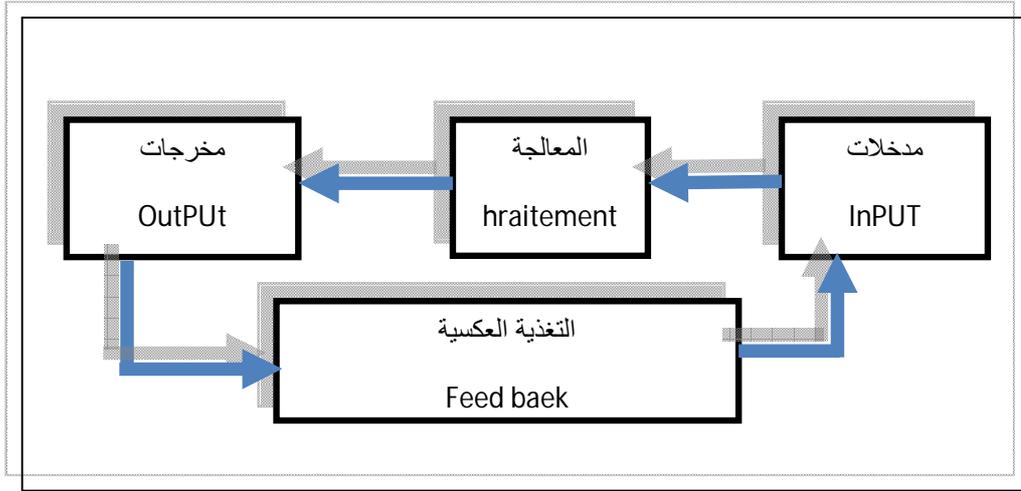
² ظاهر شاهر يوسف القشي ، "مدى فعالية نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الأمان و التوكيدية و الوثيقة في ظل التجارة الإلكترونية" ، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص محاسبة ، جامعة عمان ، 2003 ، منشورة، ص 14 .

³ محمد قاسم عبد الرزاق ، "نظم معلومات المحاسبي الحاسوبية" ، مكتبة دار الثقافة لنشر و توزيع : عمان ، 1998 ، ص 08 .

04- التغذية العكسية: إن التغذية العكسية جزء من مدخلات النظام، كما تعتبر بأنها من الخصائص والمميزات الأساسية له ¹.

و الشكل التالي يوضح عناصر النظام

الشكل رقم (03) عناصر النظام



(المصدر: منال محمد الكودي، جلال إبراهيم العبد، نظم المعلومات الإدارية، (المفاهيم الأساسية والتطبيقات)، الدار الجامعية: الإسكندرية، 2003 ، ص54.)

ثانيا : خصائص النظام: و تتمثل في ²:

01_ حدود النظام: كل نظام فرعي له حدود منفصلة و متميزة عن غيرها، وهذه الحدود هي التي تفصله عن محيطه و تؤكد على إنتمائه له.

02_النظم الفرعية: إن إحتواء النظام على عدد من النظم الفرعية لها نفس خصائص النظام الأساسي، ولكنها تعمل كنظم مستقلة ومختصة في عمل أو وظيفة معينة تساهم في تحقيق أهداف النظام يجعل من النظام نظاما معقدا.

03_شبكة العلاقات: تؤكد على أن النظام يستمد مدخلاته من البيئة التي ينتمي إليها ويطرح مخرجاته فيها.

04_التمييز: كل جزء له وظيفته الخاصة به، ولكل عنصر خصائصه تميزه عن باقي العناصر الأخرى.

¹ ظاهر شاهر يوسف القشي ، مرجع سابق ، ص20 .

² فيصل سايعي ، أنظمة المعلومات : إستخداماتها ، فوائدها و تأثيرها على تنافسية المؤسسة ، رسالة ماجستير ، في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال ، جامعة باتنة ، 2008-2009 ، منشورة، ص28.

05_الأهداف: يرتبط وجود النظام بوجود هدف معين أو مجموعة من الأهداف التي تسعى لتحقيقها لوصول النظام إلى حالة التوازن المرغوبة وإلى استمراره.

06_الشمولية: النظرية العامة للنظم تتعامل مع ظاهرة معينة ككل بكامل أجزائها وعناصرها المترابطة والمتفاعلة، فهي لا ترى أن النظام قابل للتجزئة.

07_الفناء: جميع النظم مهددة بالفناء، لذلك تسعى جاهدة لمقاومته و تأجيله، و هذا من خلال ضمان استمرار تدفق المدخلات والتكيف مع المحولات التي يحددها النظام شريطة أن تكون مخرجات النظام أكبر من مدخلاته.

08_الإستمرار والتوازن: كل نظام يعمل على تحقيق إستمراره والبحث عن العوامل التي تضمن له التوازن.

09_التكامل والتنسيق: تعد ظاهرة من الظواهر الأساسية التي تتميز بها الأنظمة المفتوحة، خاصة وان النظام هو مجموعة من الأفراد التي تتكامل مع بعضها البعض في إطار المهام التي تؤديها، والتكامل يتطلب وضع تسوية بشكل مندمج ومتناسق وهذا لكي لا يفقد النظام وجوده.

الفرع الثاني: تعريف نظام المعلومات

يعرف نظام المعلومات بأنه " مجموعة من الإجراءات التي تتضمن تجميع، وتشغيل، وتوزيع، ونشر، واسترجاع المعلومات التي تحتاجها المؤسسة بهدف تدعيم إتخاذ القرارات والرقابة داخل المؤسسة".¹

كما يعرف أيضا بأنه يتكون "من مجموعة من الأجزاء(المعلومات، الأفراد،التجهيزات، الإجراءات) المترابطة، والتي تعمل بشكل متناسق من خلال مجموعة من العمليات المنتظمة(تجميع، تخزين، معالجة، تحليل)، وعرض المخرجات والنتائج بالأشكال المختلفة للمعلومات (تقارير، أشكال، رسومات، مخططات)، بحيث تزود النتائج للمستفيدين من هذا النظام بطريقة تدعم وتخدم قراراتهم وتسهل أعمالهم وتمكنهم من التخطيط والرقابة على نشاطات المؤسسة".²

ونستنتج بأن نظام المعلومات هو مجموعة من الموارد و الوسائل و البرامج والأفراد والمعطيات والإجراءات التي تسمح بجمع و معالجتها و إيصال المعلومات على شكل نصوص، صور، رموز للمؤسسة .

¹ محمد يوسف الحفناوي، "نظم المعلومات المحاسبية"، دار وائل لنشر: عمان، 2001، ص 35 .

² كمال الدين الدهراوي، مرجع سابق، ص 28 .

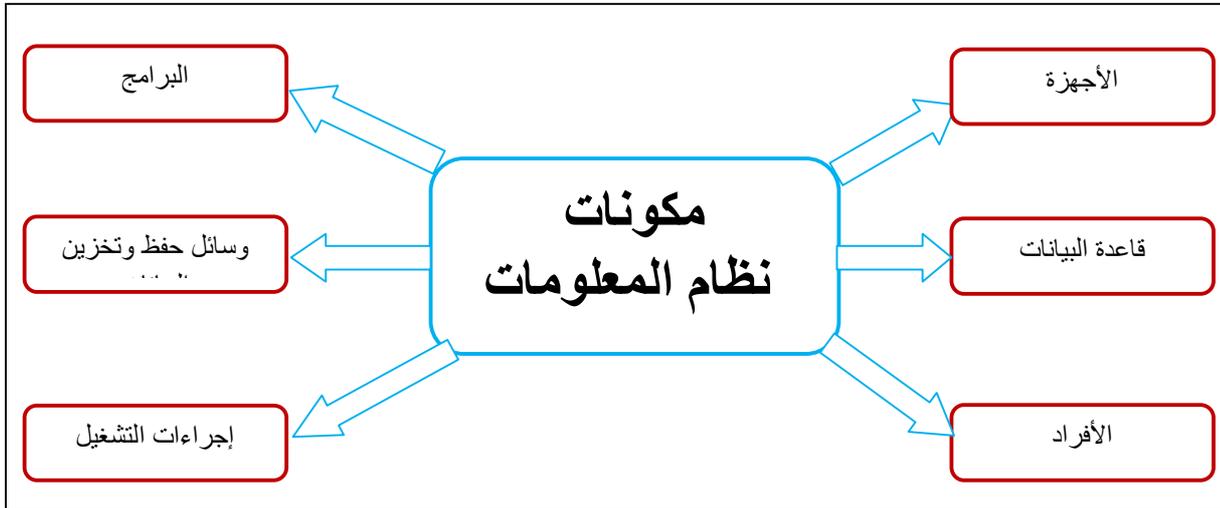
الفرع الثالث : مكونات نظام المعلومات

يقصد بها الأجزاء المادية للنظام التي تساعد على القيام بمهامه، وتتضمن ما يلي:¹

- 01- **الأجهزة:** وتشمل كل من الهاتف، الفاكس، الآلات الحاسبة، الكمبيوتر... الخ .
- 02- **وسائل حفظ و تخزين البيانات:** تتكون أساسا من الملفات والمستندات والأسطوانات الممغنطة.
- 03- **البرامج:** وهي خاصة بنظام المعلومات الذي يستخدم الحاسبات الإلكترونية فقط وهناك برامج خاصة بتشغيل الحاسب نفسه، وبرامج تطبيقية للوظائف المختلفة، مثل برامج المخزونات، الأجور... الخ .
- 04- **الأفراد :** أي العنصر البشري و الذي يعتبر أهم جزء مادي لنظام المعلومات.
- 05- **قاعدة البيانات:** هي المادة الأولية الأساسية التي يتم من خلالها تنفيذ تعليمات البرامج التطبيقية للحصول على معلومات.
- 06- **إجراءات التشغيل :** هي جزء من الأجزاء المادية للنظام، عادة ما تكون في شكل كتاب صغير " دليل تشغيل " تتضمن العمليات الخاصة بإعداد البيانات و كيفية إدخالها والتعليمات الخاصة بإستخدام وتشغيل الحاسب.

الشكل التالي يوضح مكونات نظام المعلومات

الشكل رقم (04) مكونات نظام المعلومات



(المصدر : من إعداد الطالبة إعتامدا على ماسبق)

¹ Robert Reix " **Traitement des informations** " édition Vuibert , 2001 P165

الفرع الرابع: أنواع نظام المعلومات و وظائفه

أولاً: أنواع نظام المعلومات

تصنف نظم المعلومات حسب عدة معايير و يعتبر التصنيف حسب الوظائف الموجودة في المؤسسة تتمثل أهم أنظمة المعلومات فيمايلي :¹

01- نظام معلومات الموارد البشرية: يزود إدارة الموارد البشرية و الإدارة العليا وغيرها من الأنظمة المرتبطة بها بالبيانات و الحقائق الخاصة بالعنصر البشري في المؤسسة، وهذا من أجل مساعدة هذه الإدارة على إتخاذ قراراتها المتعلقة بنشاطاتها المختلفة، مثل: التوظيف، دفع الأجور، المراقبة، التحفيز، والتكوين... الخ .

02- نظام المعلومات الإنتاجي : هو ذلك النظام الذي يزود إدارة الإنتاج و الإدارة العليا وغيرها من الأنظمة المرتبطة به بالبيانات و المعلومات المختلفة ، و ذلك من أجل المساعدة على إتخاذ القرارات المتعلقة بنشاطاتهم المختلفة ، كتصميم المنتج ، تخطيط و تنفيذ العمليات الإنتاجية ، مراقبة عمليات الإنتاج .

03- نظام المعلومات التسويقي: يقوم هذا النظام المعلوماتي بتخزين ومعالجة المعلومات وتقديم التقارير المتعلقة بتلقي الطلبات وتخطيط المبيعات ودراسة السوق للتعرف إلى الوضع التنافسي للمؤسسة ودراسة رغبات وأذواق المستهلكين والترويج للمنتجات. وبذلك فإن نظام معلومات التسويق هو عبارة عن مجموعة من العناصر مثل الأفراد، المعدات، والإجراءات لتجميع وتخزين وتحليل وتقديم المعلومات في الوقت المناسب من أجل القيام بعمليات تخطيط وتنفيذ المبيعات²

04- نظام معلومات المشتريات: يلعب نظام معلومات المشتريات دوراً هاماً في المؤسسة لأنه يؤدي إلى زيادة حجم المواد الأولية والأجزاء المصنعة المشتراة وهذا بدوره يؤدي إلى ازدياد كمية الأموال الموظفة في المخزون من المواد الأولية والأجزاء المصنعة .

05- نظام معلومات الأفراد: يقوم نظام معلومات الأفراد بتخزين ومعالجة البيانات اللازمة لعمليات تخطيط وتنظيم الوظائف التنفيذية المتعلقة باستخدام وتطوير العنصر البشري في المؤسسة والمحافظة عليه.³

¹ أحمد سلامة سليمان جويفل ، " دور نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في تحقيق فاعلية الرقابة الداخلية" ، رسالة ماجستير في المحاسبة ، جامعة ، عمان ، 2011 ، منشورة ، ص45 .

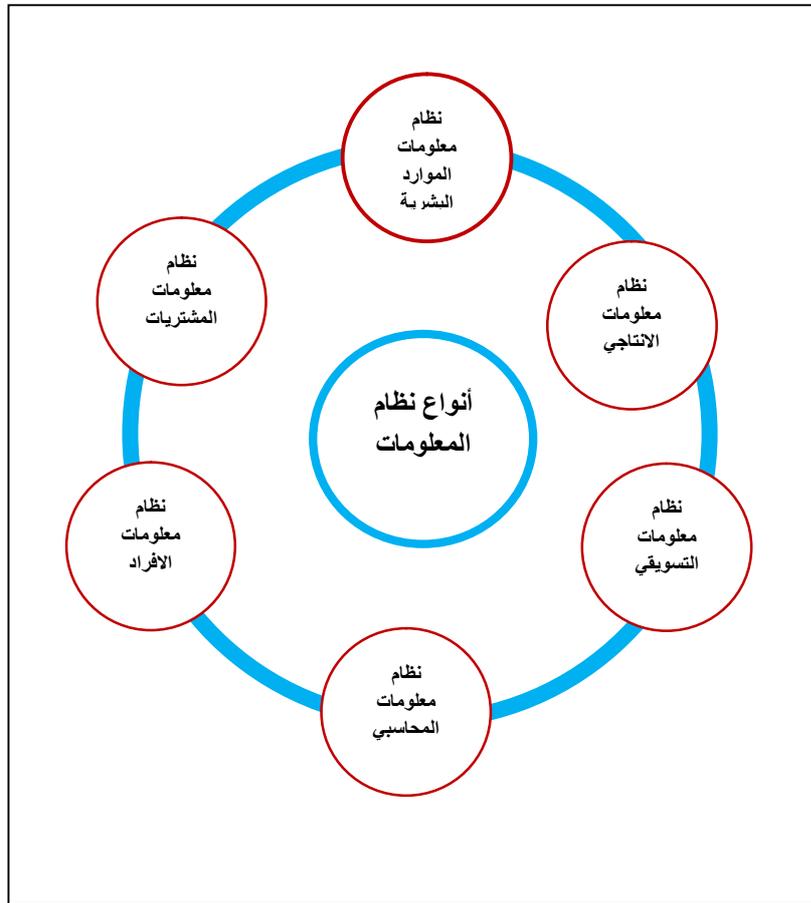
² عبد الرزاق محمد قاسم، مرجع سابق ، 1998، ص ص48، 49.

³ أحمد سلامة سليمان جويفل ، مرجع سابق، ص 52.

06- نظم المعلومات المحاسبي: يقوم نظام المعلومات المحاسبي بتسجيل ومعالجة البيانات المالية التي تتعلق بأصول وخصوم المؤسسة، داخل المؤسسة وبينها وبين المحيط، لذلك يستخدم البيانات الموجودة في نظم المعلومات الأخرى. كما يقوم نظام معلومات التمويل بمساعدة المديرين في إتخاذ القرارات المتعلقة بإمداد المؤسسة بالأموال الضرورية لإنجاز أهدافها، بالتالي الحصول على الأموال اللازمة بالطريق الأكثر مناسبة وبأفضل الشروط الممكنة لتسديد إلتزامات المؤسسة ولدعم برامجها، والسعي إلى إستخدام مواردها بشكل فعال.¹

الشكل التالي يوضح أنواع نظام المعلومات

الشكل رقم (05) أنواع نظام المعلومات



المصدر : من إعداد الطالبة إعتامادا على ماسيق)

¹ Darbelet et all, "Economie D'entreprise, Edit Foucher", 1er Edition , Paris, 2001 .P48

ثانيا : وظائف نظام المعلومات

تتمثل و وظائف نظام المعلومات في ستة عناصر :¹

- ✚ الحصول على البيانات من المصادر الداخلية والخارجية لها .
- ✚ إعداد التعليمات الخاصة بتشغيل البيانات.
- ✚ تجميع وتحليل وتبويب وتلخيص البيانات.
- ✚ تقسيم وتصنيف المعلومات في ملفات يمكن حفظها ويسهل الرجوع إليها عند الحاجة.
- ✚ استخراج المعلومات طبقا لحاجة مستخدميها.
- ✚ توصيل المعلومات إلى مستخدميها واسترجاع النتائج إلى النظام لضبط التشغيل فيه .

¹ إسماعيل مناصريه ، " دور نظام المعلومات الإدارية في رفع من فعالية عملية اتخاذ القرارات الإدارية" ، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة مسيلة 2003 - 2004 ، منشورة ، ص 53 .

المبحث الثاني: ماهية نظام المعلومات المحاسبي

إن نظام المعلومات المحاسبي يتكون من سلسلة من الخطوات والإجراءات تبدأ بالمدخلات مرور بالمعالجات المختلفة وانتهاء بالمرجات، وبما أنه قد تم الفصل بين أصحاب حقوق الملكية و الإدارة فقد تم تقييد خطواته وإجراءاته بسياسات محاسبية مختلفة لضمان حيادية نتائجه أو مخرجاته و صدقها في التعبير .

المطلب الأول : مفهوم نظام المعلومات المحاسبي

سيتم التطرق في هذا المطلب على نظام المعلومات المحاسبي و خصائصه وأهدافه

الفرع الأول : تعريف نظام المعلومات المحاسبي

يعرف نظام المعلومات المحاسبي على أنه "أحد مكونات تنظيم إداري يختص بجمع وتبويب ومعالجة وتحليل وتوصيل المعلومات المالية الملائمة لإتخاذ القرارات إلى الأطراف الخارجية (كالجهات الحكومية والمستثمرين..) وإدارة المؤسسة. ويعتبر نظام المعلومات المحاسبي أحد المكونات الأساسية لنظام المعلومات الإدارية، وينحصر الفرق بينهما في أن الأول يختص بالبيانات والمعلومات المحاسبية بينما يختص الثاني بكافة البيانات والمعلومات التي تؤثر على نشاط المؤسسة " ¹.

يعرف أيضا بأنه " أحد مكونات نظام المعلومات الإدارية و الذي يهتم بجمع و تصنيف و معالجة العمليات المالية و تحويلها إلى المعلومات و توصيلها إلى الأطراف المختلفة ذات العلاقة من أجل ترشيد قراراتها و يتكون هذا النظام من الأشخاص، الإجراءات و تكنولوجيا المعلومات " ².
ومنه نستنتج بأن نظام المعلومات المحاسبي تسعى لتحقيق هدف محدد وهو توفير المعلومات اللازمة المالية والكمية من أجل إمداد الأطراف المستفيدة الداخلية والخارجية لمساعدتهم في إتخاذ القرارات الاقتصادية الرشيدة.

الفرع الثاني: خصائص نظام المعلومات المحاسبي

لكل نظام خصائص يجب أن يتمتع بها ويسعى إلى تحقيقها وللنظام المحاسبي العديد من الخصائص التي يجب أن يسعى لتحقيقها لكي يكون هذا النظام ناجحا و التي تتمثل في : ³

¹ محمد يوسف الحفناوي، مرجع سابق ، ص66.

² Gordon. B. Davis et Autres" *Système d'information pour le management*," Volume1 Ed:Economica. Paris. 1986. P 76

³ سعد بن البار ، " دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق فعالية الرقابة الداخلية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة بسكرة 2010-2011، غير منشورة، ص34.

1. **الوضوح:** وهي تعني أن يكون النظام واضحاً متضمناً على التعليمات التوضيحية التي تساعد على فهم النظام وعدم وجود مصطلحات قد تعيق فهم النظام.
2. **السهولة:** وهي تعني إمكانية تطبيق وتنفيذ عمليات النظام بسهولة ودون أي صعوبات.
3. **الدقة:** ويقصد بها تطبيق وتنفيذ عمليات النظام بشكل صحيح ودون حدوث أخطاء أثناء عملية التنفيذ.
4. **السرعة:** ويقصد بها قدرة النظام على تقديم المعلومات للجهات المستفيدة في الوقت المناسب حتى تكون مفيدة ومؤثرة في اتخاذ القرار المناسب وفي الوقت المناسب.
5. **المرونة:** ويقصد بها قدرة النظام على مواجهة أي تغيير في النظام وإمكانية تعديل الإجراءات بما يتناسب وظروف عمل المؤسسة.¹
6. **الملائمة:** ويقصد بها أن يكون النظام ذو تكلفة اقتصادية ملائمة تتناسب مع التكلفة المرجوة من النظام بالإضافة إلى ملائمة المعلومات التي يمكن الحصول عليها من النظام مع الهدف الذي أعدت من أجله.

الفرع الثالث: أهداف نظام المعلومات المحاسبي

- يهدف هذا نظام إلى توفير المعلومات المحاسبية اللازمة التي تساعد في تلبية إحتياجات المستخدمين سواء الداخليين أو الخارجيين . ويمكن تلخيص أهم أهداف هذا النظام في ما يلي²:
1. إنتاج التقارير اللازمة لخدمة أهداف المؤسسة سواء مالية أو بيانية أو إحصائية أو تقارير التشغيل اليومية والأسبوعية.
 2. توفير تقارير تحتوي على درجة من الدقة في الإعداد والنتائج.
 3. تقديم التقارير في الوقت المناسب لتساعد الإدارة في إتخاذ القرارات الملائمة في الوقت المناسب.
 4. تحقيق النظام المحاسبي لشروط الرقابة الداخلية اللازمة لحماية أصول المؤسسة ورفع كفاءة أدائها من خلال توفير وسائل الرقابة الداخلية في النظام.
 5. تتناسب تكلفة النظام وتكلفة إنتاج بياناتها مع الأهداف المطلوبة منها بما يحقق التوازن بين تكلفة النظام وأهدافه.
 6. قياس كافة الأحداث الاقتصادية التي تحدث في المؤسسة الاقتصادية من خلال عمليات التجميع والتخزين للبيانات والتسجيل والتلخيص في دفاتر والسجلات المحاسبية.

¹ حورية شعبان محمد الشريف ، "مخاطر نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية" ، رسالة ماجستير في المحاسبة و التمويل ، جامعة غزة ، 2006 ، منشورة، ص 53 .

² عصام البحصي، "مخاطر نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية" ، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال ، جامعة غزة ، 2006، منشورة، ص 65 .

المطلب الثاني: مكونات و عناصر نظام المعلومات المحاسبي

الفرع الأول : مكونات نظام المعلومات المحاسبي

تتمثل المكونات الأساسية لنظام المعلومات المحاسبي في:¹

01- وحدة تجميع البيانات: يقوم هذا الجزء بتجميع البيانات من البيئة المحيطة بالمؤسسة أو عن طريق التغذية العكسية بالملاحظة والتسجيل، ويجب الحصول عليها وتسجيلها وتبويبها وتلخيصها، ولطبيعة المؤسسة وطبيعة المخرجات المطلوبة تأثير كبير على نوع البيانات التي يتم تجميعها وتسجيلها في النظام.

02- وحدة معالجة البيانات: يقوم المحاسب بالتسجيل والتوصيل والترصيد والتحليل، ويعتمد المحاسب المالي على النظام التقليدي كاليومية العامة أو نظام معالجة آخر، كما يعتمد محاسب التكاليف على أحد طرق محاسبة التكاليف لحساب سعر التكلفة وتحليل التكاليف.

03- وحدة تخزين البيانات أو المعلومات: سواء البيانات أو المعلومات المحاسبية فهي في حاجة إلى تخزين على شكل ملفات آلية أو ملفات يدوية، ليستعملها المحاسب في حالة المراجعة أو عند المقارنة بين نتائج عدة دورات.²

04 - وحدة نشر وتوزيع المعلومات: تزودنا هذه الوحدة بمختلف مخرجات نظام المعلومات المحاسبي كالقوائم المالية، والجداول الملحقة وتقارير التكاليف لتستعملها الأطراف الخارجية كإدارة الضرائب مثلاً والأطراف الداخلية كالمسيرين مثلاً .

05 - وحدة التغذية العكسية: تعتبر أحد أهم أنواع الرقابية لتأكد من سير السليم للخطط الموضوعية و تأكد من عدم وجود تجاوز للإجراءات والسياسات و تهدف إلى توفير أداة إرشادية لأنشطة النظام، وتعمل على تقويم نتائج عمل نظام.

الفرع الثاني : عناصر نظام المعلومات المحاسبي .

و تتمثل في :

أولاً : مدخلات نظام المعلومات المحاسبي

تنشأ البيانات نتيجة للعمليات المحاسبية التي تتم خارج أو داخل الوحدة الاقتصادية ، و تعرف العملية المحاسبية بأنها حدث إقتصادي يمكن قياسه كمياً و يؤثر على أصول وخصوم الوحدة العينة و يظهر في حساباتها و قوائمها المالية و يوجد نوعان من العمليات المحاسبية .

¹ حورية شعبان محمد الشريف ، مرجع سابق ، ص 60.

² أحمد حسين على حسين ، مرجع سابق ص 55 .

العمليات الخارجية و التي تنشأ من عملية التبادل بين الوحدة الاقتصادية و بين أطراف الخارجيين المتعاملين العمليات بين الأقسام الداخلية في الوحدة الاقتصادية .¹

01- مصادر البيانات: تشكل العمليات الاقتصادية التي تنشأ من خلال ممارسة نشاطها المصدر الأساسي للبيانات التي يعالجها نظام المعلومات المحاسبي، وتتكون إما عمليات إقتصادية داخلية تنشأ عن العلاقة بين الأنظمة الفرعية للمؤسسة أو خلال علاقة المؤسسة التبادلية مع محيطها يتم إستقبال ومعالجة هذه البيانات من خلال الدورات التشغيلية الجزئية في المؤسسة، وتعتبر مخرجات هذه الدورات المدخلات الأساسية لنظام المعلومات المحاسبي و التي تصل إلى الأخير في شكل مستندات و وثائق .

02- المستندات: تعتبر المستندات من أهم العناصر في النظام المحاسبي كونها دليل ملموس عن حدوث العمليات الاقتصادية، إلى جانب كونها مصدرا للقيود المحاسبية التي يتم تدوينها في الدفاتر وكدليل إثبات قانوني في حالة حدوث نزاع، وتتمثل هذه المستندات في:²

أ- **وصل الطلب:** هو عبارة عن وثيقة يحررها طرف معين من سلعة معينة أو أكثر بسعر غالبا ما يكون متفق عليه من قبل الطرفين.

ومن أهم البيانات التي يحتويها وصل الطلب ما يلي:

إسم الوثيقة، الرقم التسلسلي لوصل الطلب، إسم وعنوان الزبون (المشتري) ومعلومات أخرى عنه كأرقام الهاتف والفاكس وغيرها، إسم وعنوان المورد، مكان وتاريخ تحرير وصل الطلب، تفاصيل عن السلعة أو السلع المطلوبة كتعيين السلعة، الكمية المطلوبة منها، وغيرها، ختم وتوقيع الزبون مصحوبا بإسم ولقب ووظيفة الموقع، معلومات أخرى كمرجع الزبون ومرجع المورد الذي تم الاعتماد عليه لإعداد وصل الطلب.

ب- **وصل التسليم:** هو وثيقة يعدها المورد عند إرسال أو تسليم السلع للزبون ، تعد عدة نسخ من هذه الوثيقة منها نسختين يتم تقديمهما للزبون أو من ينوب عنه، الأولى يحتفظ بها والثانية تعاد للمورد بعد التوقيع عليها لإثبات التسليم.

أهم البيانات التي يحتويها وصل التسليم ما يلي:

إسم الوثيقة، الرقم التسلسلي للوثيقة، إسم وعنوان المورد ومعلومات أخرى مكملة عنه، مكان وتاريخ التسليم، تفاصيل عن السلعة المسلمة، ختم وتوقيع الأطراف المعنية على مستوى المورد مصحوبا بإسم ولقب ووظيفة كل موقع .

¹ كمال الدين الدهراوي ، مرجع سابق ، ص 62.

² عصام البحصي ، مرجع سابق ، ص 80 .

03- الوثائق : و من أهمها¹ .

- الفاتورة: تعتبر من أهم الوثائق التي تستخدمها المؤسسة في نشاطها، وهي عبارة عن مستند أساسي لإثبات عمليات الشراء والبيع تتضمن عددا من البيانات الأساسية والهامة في التسجيل المحاسبي، إلى جانب كونها عنصر إثبات مهم في القانون التجاري و الجبائي .

ثانيا : معالجة البيانات المحاسبية

تعتبر المستندات نقطة بداية تدفق البيانات خلال النظام المحاسبي ويتم تسجيل البيانات التي تتضمنها المستندات في اليومية أولا ثم ترحل إلى دفتر الأستاذ أين يتم حساب الأرصدة النهائية ثم تنقل إلى ميزان المراجعة بهدف التحقق من صحتها و دقتها ومنه إعداد القوائم المالية .

01- تحليل العمليات المالية : يقصد بالتحليل بيان الأطراف والحسابات التي تأثرت بالعملية المالية أي بيان الطرف المدين و الطرف الدائن و قد يتكون كل طرف من عدة حسابات، كما تؤثر كل عملية مالية في نفس الوقت و بنفس القيمة بالنسبة لكلا الطرفين.²

02- تسجيل العمليات المالية: تسجل في اليومية و دفتر القيد الأولى حسب تسلسلها الزمني موضحا فيها التغيرات التي تطرأ على الجانبين المدين و الدائن للحسابات و تتضمن اليومية تفسيراً موجزا عن كل عملية وتسجل بشكل قيود .

03- تبويب العمليات المالية : تعتبر عملية تبويب الأحداث المالية في صورة حسابات في دفتر الأستاذ العام الخطوة الثانية في عملية المعالجة المحاسبية، وفي ظل هذه المرحلة يتم ترحيل طرفي قيد التسجيل المحاسبي المدين و الدائن إلى الحسابات التي تأثرت بتلك الأحداث، ومنه يكون دفتر الأستاذ العام بمثابة ملخصات وافية عن الأحداث المالية التي أثرت على كل حساب على حدى و الرصيد النهائي لكل حساب، ويهدف التبويب إلى فرز البيانات ذات الطبيعة الواحدة أو التي تعبر عن نشاط معين يهدف تسهيل عملية الرقابة و المتابعة لمختلف حركات الحسابات وتوفير معلومات يمكن إستخدامها لأغراض المقارنة والتحليل لإتخاذ القرارات الاقتصادية.³

¹ حورية شعبان محمد الشريف ، مرجع سابق ، ص 46.

² احمد سلامة سليمان جويقل ، مرجع سابق ، ص 64.

³ محمد لمين عيادي ، " مساهمة المراجعة الداخلية في تقييم نظام المعلومات المحاسبي "،رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال ، جامعة الجزائر، 2007 -2008، منشورة، ص 53

04- ترصيد الحسابات: هو عبارة عن عملية تجميع لكل من الجانبين الخاصين بكل حساب ، واستخراج الفرق بينهما على طريقة المتمم الحسابي للجانب الأصغر ليصل إلى الجانب الأكبر .

05- التأكد من ميزان المراجعة : قبل إستخدام أرصدة الحسابات في إعداد القوائم المالية فيجب التحقق أولاً من أن مجموع الأرصدة المدينة مساوي لمجموع الأرصدة الدائنة و يتم ذلك بإستخدام ميزان المراجعة : والذي هو عبارة عن كشف يشتمل على جميع الحسابات المفتوحة في دفتر الأستاذ العام سواء كانت مدينة أو دائنة ويجب إعداد ميزان المراجعة كل شهر ¹.

06-تسجيل قيود التسوية : يتم إثبات قيود الإستحقاق و تسوية حسابات إهلاك الأصول والديون المعدومة والمشكوك فيها، وتسجيل القيود المتعلقة لإنشاء المخصصات أو تعديل قيمتها.

ثالثاً : مخرجات نظام المعلومات المحاسبي

تشكل القوائم المالية المنتج النهائي للنظام المحاسبي فهي تعكس نتيجة العمليات المالية التي قامت بها المؤسسة خلال السنة المالية و هي تقدم صورة صادقة و عادلة عن نتيجة الأعمال والمركز المالي، كما تشكل المصدر الرئيسي للمعلومات للعديد من الفئات ذات الصلة مع المؤسسات كالمستثمرين وغيرهم. وحسب ما جاء في نص النظام المحاسبي المالي الجديد للمؤسسات فإن: ²

كل مؤسسة مجبرة على إعداد قوائم مالية في نهاية كل دورة محاسبية، وتتمثل هذه القوائم في:

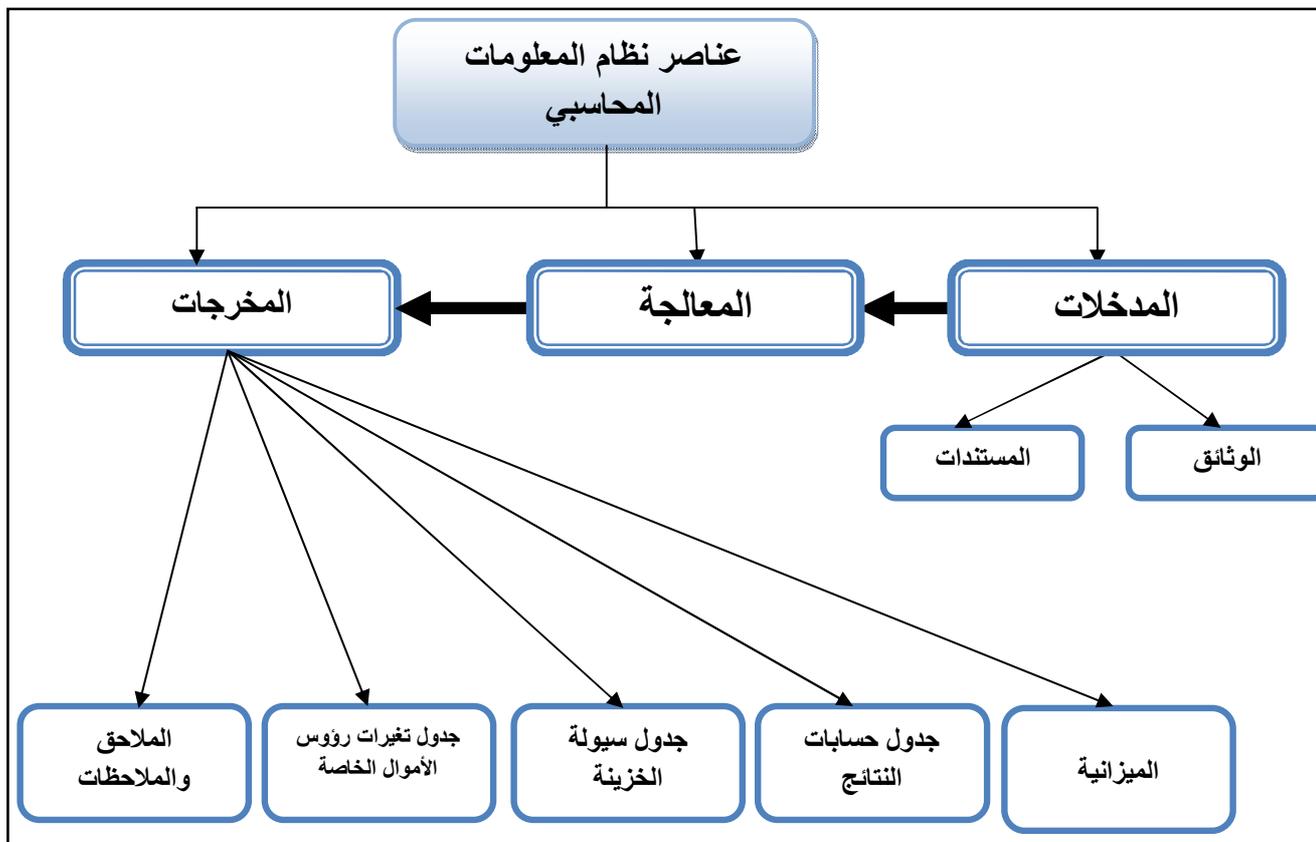
- أ - الميزانية (قائمة المركز المالي) .
- ب- جدول حسابات النتائج (قائمة الدخل)
- ج- جدول سيولة الخزينة (قائمة التدفقات النقدية) .
- د - جدول تغيرات رؤوس الأموال الخاصة (قائمة التغير في حقوق الملكية) .
- هـ -الملاحق و الملاحظات.

¹ عبد القادر العيادي، مرجع سابق ، ص 59 .

² نادية لونيس ، مرجع سابق ، ص 49 .

الشكل التالي يوضح عناصر نظام المعلومات المحاسبي.

الشكل رقم (06) عناصر نظام المعلومات المحاسبي



(المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على ماسبق)

الفرع الثالث: الوظائف الأساسية لنظم المعلومات المحاسبية

لنظام المعلومات المحاسبي أربع وظائف أساسية¹:

01- تجميع و تخزين البيانات عن الأنشطة والعمليات المالية المختلفة مما يمكن المؤسسة من مراجعة الأحداث السابقة كلما أردت ذلك، من خلال استلام المستندات والوثائق الأساسية الناتجة عن نظام العمليات بإتباع مجموعة من الإجراءات يتم التأكد من صحتها ودقتها وشمولية البيانات وكمالها و يعتمد في ذلك على نماذج موحدة للوثائق المستخدمة .

02- معالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات ملائمة ومفيدة في عملية اتخاذ القرارات لمساعدة إدارة المؤسسة في تخطيط و تنفيذ و مراقبة الأنشطة المختلفة وتتضمن هذه الوظيفة فرز وتصنيف المستندات التي تم الحصول عليها وفقا لمعايير محددة مسبقا وترحيل العمليات المسجلة في اليومية إلى دفتر الأستاذ وتسجيل

¹ منال محمد الكردي، جلال إبراهيم العبد، "نظم المعلومات الإدارية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع:عمان ، 2005، ص64.

قيود العمليات في دفاتر اليومية استنادا إلى دليل حسابات المؤسسة و إجراء مجموعة من العمليات حسابية على البيانات مثل (الجمع والطرح و...) لغرض حساب أرصدة الحسابات ومجموعة العمليات المسجلة في اليومية .

03- توليد المعلومات المفيدة لإتخاذ القرارات و توفيرها للمستخدمين الداخليين والخارجيين وتكون في شكل تقارير مالية (ميزان المرجعة ، جدول حسابات النتائج ، الميزانية ، وثائق الملحقة) وتقارير الإدارية والتي توفر معلومات تشغيلية عن أداء الشركة من خلال عرض معلومات عن أنشطتها الرئيسية (المبيعات، المشتريات ، المخزون ...).

04- تأمين الرقابة الكاملة لحماية أصول المؤسسة و ممتلكاتها بحيث تتضمن هذه الرقابة إكتشاف الخطاء و الغش و توفير معلومات دقيقة تسمح بإتخاذ القرارات في الوقت المناسب و يتحقق ذلك من خلال الرقابة على عمليات التسجيل و معالجة البيانات.¹

المطلب الثالث : الجهات المستفيدة من نظم المعلومات المحاسبية و شروط فعاليته

سيتم التطرق في هذا المطلب للجهات المستفيدة من نظم المعلومات المحاسبية وشروط فعاليته والعوامل التي تعيقه.

الفرع الأول: الجهات المستفيدة من نظام المعلومات المحاسبي

تتمثل الجهات المستفيدة في:²

1-ملاك المؤسسة: يوفر هذا النظام لملاك المؤسسة معلومات ضرورية سواء على الوضعية الحالية من خلال تمكينهم من معرفة أصول المؤسسة والأرباح الحالية والمستقبلية، والتعرف على الديون والالتزامات التي يجب على الوحدة المحاسبية الوفاء بها والاحتياجات المكونة، وباختصار يساعد هذا النظام على إعطاء نظرة شاملة على الوضعية المالية للمؤسسة التي تساعد في اتخاذ القرارات.

2-حملة السندات: يتقاضى حملة السندات دخولا ثابتة تتمثل في الفوائد، لذلك يهتمون بمعرفة المقدرة الحالية لأرباح المؤسسة ومدى قدرتها على الوفاء بالالتزامات في المدى القصير، ونظام المعلومات المحاسبي يوفر لهم المعلومات اللازمة لذلك.

¹ محمد لمين العيادي ، مرجع سابق ، ص 39 .

² سعد بن البار ، مرجع سابق ، ص 63.

3-الدائنون والمصارف: وهم الأشخاص المعنويون والطبيعيون الذي يمولون المؤسسة مثل الموردين في المدى القصير أو البنوك في المدى الطويل، فنظام المعلومات المحاسبي يوفر لهؤلاء المعلومات الضرورية التي تمكنهم من الإطلاع عن الوضعية المالية للمؤسسة ومدى قدرتها على الوفاء بديونها.

4-الجهات الحكومية: يمثل هذا النظام مصدر مهم بالنسبة لبعض الجهات الحكومية مثل مصلحة الضرائب، مصلحة الرقابة... إلخ فمن خلال المعلومات التي يوفرها هذا النظام نستطيع مثلا مصلحة الضرائب تحديد الوعاء الضريبي ونسبة الضريبة.¹

5-العملاء: من خلال المعلومات التي يوفرها هذا النظام يستطيع العميل أن يعرف مع من يتعامل وما هي وضعية التعامل معه وبالتالي ما هي درجة الثقة التي يمنحها لهذه المؤسسة.

6-العمال ونقابة العمال:وهي الجهة التي تمثل القوة التفاوضية للعمال ومصالحهم في المؤسسة.

7-الإدارة: تستخدم الإدارة نظام المعلومات المحاسبي في إتجاهات مختلفة ولعدة أهداف مثل:

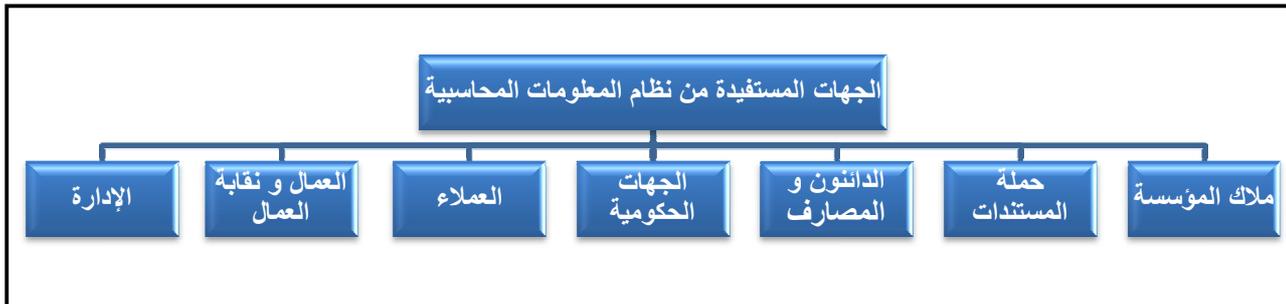
- تحديد الأهداف التي تطمح المؤسسة الوصول إليها.

- المساعدة في وضع الخطط مستقبلية واعداد الموازنات التقديرية.

- الحكم على قوة وضعف المركز المالي للمؤسسة.

الشكل التالي يوضح الجهات المستفيدة من نظام المعلومات المحاسبي.

الشكل رقم (07): الجهات المستفيدة من نظام المعلومات المحاسبي



(المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على ماسبق)

الفرع الثاني : العوامل التي تعيق نظام المعلومات المحاسبي.

وتتمثل هذه العوامل في:

01- إن استخدام النماذج الحديثة للبحوث يتطلب استخدام المعلومات التفصيلية في عملية إتخاذ القرارات، بينما تقوم المحاسبة على دمج المعلومات من خلال التصنيف و الترتيب و التجميع المستمر للبيانات لتصل

¹ وليد زكريا صايم ، مرجع سابق ، ص 85 .

بها إلى القوائم المالية والتقارير مما يجعل المعلومات التي تتضمنها هذه التقارير معلومات تاريخية ولا يمكن إدماجها في الحاضر.¹

02- إن القرارات الإدارية عادة ما تكون موجهة لإتخاذ إجراء معين ، لكن المحاسبية تقدم معلومات تعكس وضع المؤسسة بشكل عام موزعة حول أقسام المؤسسة وأنواع الأصول والالتزامات والإيرادات والإستخدامات، و بالتالي يلاحظ عدم وجود توافق بين المعلومات المطلوبة و المعلومات التي تقدمها المؤسسة.

03- إن المحاسبة تسجل و تعالج وتصدر القوائم المالية عن الأحداث الواقعة في الفترات المنتهية وبالتالي فإن المعلومات التي تقدمها المحاسبة هي معلومات متعلقة بالماضي، بينما يحتاج في إتخاذ القرارات إلى معلومات حول المستقبل للتقليل من حالة عدم التأكد.²

04- إن المعلومات المحاسبية تقوم في فترات محددة ودورية، بينما تحتاج عملية اتخاذ القرارات إلى معلومات آنية في لحظة نشوء الظروف التي تستدعي لإخاذ القرارات .

05- هناك ظواهر اقتصادية غير قابلة للقياس الكمي أو النقدي، مثلا ارتفاع مهارة العمال نتيجة التكوين أو كفاءة مجلس الإدارة، وهذه الظواهر تلعب دورا هاما في اتخاذ بعض أنواع القرارات.

06- صعوبة الفصل بين تأثير الإجراءات الإدارية على الأحداث الاقتصادية أثناء القياس المحاسبي، فمثلا عند قيام المؤسسة بحملة إعلامية لزيادة حصتها في السوق وفي نفس الوقت قررت تحسين نوعية المنتجات ففي هذه الحالة يصعب الفصل بين زيادة كمية المبيعات الناتجة عن الحملة الإشهارية وزيادة كمية المبيعات عن تحسين نوعية الإنتاج من أجل تقويم الإجراءات.

ما يمكن استنتاجه أن بعض الصعوبات موضوعية لا يمكن التغلب عليها، لكن هناك عوامل يمكن التحكم فيها من خلال أساليب تصميم وعمل نظام المعلومات المحاسبي والنظر إلى هذا الأخير برؤية جديدة تخدم عملية اتخاذ القرارات.

¹ منال محمد الكردي، مرجع سابق ، ص72.

² نواف كنعان، "إتخاذ القرارات الإدارية (بين النظرية والتطبيق)"، دار المسيرة لنشر و التوزيع : الأردن 2009، ص45.

الفرع الثالث: شروط فعالية نظام المعلومات المحاسبي:

حتى يحقق نظام المعلومات المحاسبي دوره في إتخاذ القرارات وبالتالي تحقيق أهداف المؤسسة لا بد أن يتوافر على الشروط الآتية :

01- يجب أن يؤمن التنظيم المحاسبي سهولة التأكيد من صحة المعطيات المحاسبية وإتباع طرق بسيطة وواضحة في معالجتها .

02- يجب أن تسجل المعطيات الرقمية الأساسية على العمليات المتعلقة بالمؤسسة وأن تعالج بدقة وسرعة ، بحيث يمكن الحصول عليها في شكل معلومات محاسبية عند الحاجة إليها .

03- أن يكون نظام المعلومات المحاسبي طموحا لتحقيق الأهداف المرجوة .

04- يجب أن يكون لكل البيانات المحاسبية مراجع، و خاصة تلك التي تستخدم في حساب المؤشرات والنسب المالية.

05- يجب أن يكون شاملا يحتوى جميع المبادئ، وخاصة مبادئ التدقيق المحاسبي (برامج التدقيق التي تدعم التسيير بالموازنات) لأن نظام الموازنات يسهل التسيير من خلال وضع موازنات للسنة المقبلة .

06- يجب أن يواكب التدقيق المحاسبي سيورة التسيير من خلال وضع برامج محددة مسبقا (سداسيا، ثلاثيا، أو شهريا...) .

07- يجب أن يحتوي إضافة إلى المعلومات المحاسبية التقديرات و الإنجازات أي نظام مراقبة التسيير .

08- يجب أن تقدم المعلومات المحاسبية والمالية وصفا موضوعيا، واضحا، دقيقا وكاملا للأحداث والوضعيات المالية للمؤسسة، ولا يمكن تحقيق ذلك من خلال توفر الخصائص اللازمة للمعلومات المحاسبية.

خلاصة الفصل الأول

إن الحاجة إلى نظام المعلومات المحاسبي في المؤسسة الاقتصادية تزداد كلما كان هناك كما كبيرا من البيانات التي تنشأ عن القيام بالعديد من العمليات الاقتصادية بهدف معالجتها و توفير المعلومات التي يمكن أن تحقق الفائدة لمستخدمها وقد تناولنا في هذا الفصل حول نظام المعلومات ونظام المعلومات المحاسبي ومدخلاته التي تتمثل في البيانات والمخرجات والتي تمثل في المعلومات قد توصلنا بأن البيانات هي أرقام وحروف وكلمات وحقائق تصف فكرة أو موضوع يجب معالجتها للإستفادة منها أما المعلومات هي البيانات والمعطيات والمعارف التي سيتم معالجتها واعدادها من أجل تحويلها إلى معلومات ذات قيمة ومنفعة ويمكن الإستفادة منها ويمثل نظام المعلومات بأنه مجموعة من الإجراءات التي تتضمن تجميع وتشغيل وتوزيع ونشر المعلومات التي تحتاجها المؤسسة بهدف تدعيم إتخاذ القرارات وتمثل مكوناته في البرامج، الأجهزة ، الأفراد قاعدة البيانات وسائل حفظ وتخزين البيانات وإجراءات التشغيل، أما نظام المعلومات المحاسبي يقوم بتسجيل ومعالجة البيانات المالية التي تتعلق بأصول وخصوم المؤسسة .

وعليه فإن أي مؤسسة إقتصادية يمكن أن تكون لديها نظاما يتكون من عناصره الأساسية المتمثلة في كل من المدخلات ، العمليات التشغيلية، المخرجات والتغذية العكسية .

وكضرورة حتمية للتطورات العديدة والمستمرة التي تحدث في بيئة الأعمال الحديثة فإن الأمر يتطلب كواصلة تطوير مهارات الأفراد العاملين في نظام المعلومات المحاسبي. للوصول للهدف العام الذي تسعى المؤسسة الاقتصادية لتحقيقه .

الفصل الثاني:

نظام المعلومات المحاسبي كمصدر
للميزة التنافسية

تمهيد :

إن التطورات الاقتصادية المتسارعة ومظاهر العولمة الاقتصادية صاحبتهم تغيرات سريعة وجذرية في رغباتهم واحتياجاتهم وكذا سلوكيات المستهلكين، كما أن الاتفاقيات الاقتصادية وما حملته في تحرير للتجارة الخارجية قد ساهم بشكل أكبر في إزدياد حدة المنافسة ما بين المؤسسات مما دفعها إلى العمل على اكتساب ميزات تنافسية دائمة ومستمرة تضمن لها الإستمرارية والبقاء في السوق.

وإن تحقيق الميزة التنافسية والحفاظ عليها أمر يصعب تحقيقه إلا إذا أدركت المؤسسة المصدر الحقيقي والمستمر للميزة التنافسية من أجل أن تدوم أطول وقت ممكن خاصة إذا كانت هناك متغيرات أخرى تسعى من خلالها المؤسسة في ظل التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات لتحقيق البقاء والاستمرار، أين أصبحت المعلومة تمثل مصدر من مصادر الميزة التنافسية والتي يمكن تطويرها من خلال نظام معلومات كفاء وفعال .

وقد تم تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث تمثل في:

المبحث الأول: مدخل لتنافسية المؤسسة .

المبحث الثاني: الإطار النظري لجودة الميزة التنافسية و معايير الحكم عليها .

المبحث الثالث : علاقة نظام المعلومات المحاسبي بالميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية .

المبحث الأول: مدخل لتنافسية المؤسسة

في ظل اشتداد الصراع بين المؤسسات من أجل توسيع حصصها السوقية وجلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين لإقتناء منتجاتهم فإن كل مؤسسة تعمل على إظهار إيجابياتها و نقاط قوتها والعناصر التي تتميز بها عن بقية المنافسين واستمرار البقاء في السوق يتطلب دعم وتطوير القدرات التنافسية لهذه المؤسسات وخلق مزايا تنافسية، ولهذا برز مفهوم الميزة التنافسية كوسيلة للتفوق والتميز على المنافسين .

المطلب الأول: مفهوم الميزة التنافسية

شغل مفهوم الميزة التنافسية حيزا كبيرا في السنوات الأخيرة ويعتمد هذا المفهوم بالدرجة الأساس على الموقف التنافسي للمؤسسة في قطاع نشاطها، وقبل التطرق لهذا المفهوم سيتم التعرف على التنافسية والمنافسة.

الفرع الأول: تعريف التنافسية

تعرف التنافسية بأنها " مفهوم متعدد الأبعاد، تجتهد المؤسسة لتحقيقه قصد الحصول على موقع تنافسي مستمر في السوق، فهي حالة ذهنية تدفع إلى التفكير في الكيفية التي تجعل المؤسسة تحافظ وتطور موقعها في السوق لأطول فترة ممكنة".¹

كما تعرف أيضا: "على أنها قدرة المؤسسة على تزويد المستهلك بسلع وخدمات بشكل أفضل مقارنة بالمنافسين الآخرين في السوق في ظل غياب الدعم والحماية من قبل الحكومة".²

ومما سبق نستنتج أن مفهوم تنافسية المؤسسة يتمحور حول القدرة على تزويد المستهلك أو الزبون بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين، كما أن المؤسسة القادرة على التنافس هي التي تستطيع مواجهة منافسيها بغرض تحقيق الأهداف التي تسعى إليها من ربحية ونمو واستقرار .

¹ أحمد بخوش، " دور اليقظة وطرح المنتجات الجديدة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة"، رسالة ماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة الجزائر، 2006_2007، منشورة، ص23.

² عبد الحميد برحومة ، مراد شريف، " الجودة الشاملة و مواصفات الإيزوا ،كأداة تفعيل تنافسية المؤسسة الاقتصادية"، مجلة الأبحاث الاقتصادية و الإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة ، الجزائر عدد 03 جوان 2008 ص 142.

الفرع الثاني: تعريف المنافسة

تعتبر المنافسة كمؤشر لغريزة حب التفوق التي تنشأ مع الفرد، وهي من سنن الفطرة الكونية للبشر، غايتها التفوق في مجالات الأعمال والأنشطة أي كانت طبيعتها، فهي حدث ينتج عن الظواهر الاجتماعية والإقتصادية والقانونية والسياسية والتي لا تقوم إلا في ظل الحياة المشتركة بين أفراد المجتمع.¹

تعرف المنافسة على أنها " تشمل كل العروض المتنافسة حالياً أو المحتملة التي يمكن للمشتري أخذها بعين الإعتبار اعتماداً على أساليب مختلفة كالأسعار والجودة والموصفات ...".²

وتعرف أيضاً بأنها "المزاحمة بين عدد من الأشخاص أو بين عدة قوى تتابع نفس الهدف، والعلاقة بين المنتجين والتجار في صراعهم على العملاء، و محاولات المؤسسات للقضاء أو التخفيف من آثار المنتجات البديلة لما تقدمه هي في السوق، ومحاولات صرف العملاء عن تعاطي تلك البدائل"³.

نستنتج أن المنافسة هي المضاربة أو المزاحمة التي يفتعلها المنتجون لسلع متشابهة بقصد تصريف منتوجاتهم و تحقيق أكبر ربح ممكن و كسب أكبر حصة في السوق .

الفرع الثالث: ماهية الميزة التنافسية

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية

يرجع ظهور مفهوم الميزة التنافسية إلى Selznick سنة 1959، الذي ربط الميزة بالقدرة، وبعد ذلك جاء التطور التالي للميزة حينما وصف Hofe و Schendel الميزة التنافسية بأنها الموضع الفريد الذي تطوره المؤسسة مقابل منافسيها عن طريق نمط نشر الموارد وبعد ذلك جاء Day سنة 1984.

ثم جاء Michael Porter الذي كان يعتبر أول من وضع نظرية الميزة التنافسية عام 1990 أين حاول أن يعالج نظريات التفوق التكنولوجي، لإيجاد أسباب وجود فجوات التكنولوجية بين دول الشمال والدول المتقدمة ودول الجنوب وأسباب تمتع الدول النامية بالميزة التنافسية في بعض المنتجات الجديدة على الرغم من بطء معدلات النمو بها و صغر حجم السوق الداخلي لذلك تعرف أن الميزة التنافسية لا

¹ آسيا رحيل ، "دور الكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الاعمال ، جامعة بومرداس ، 2010-2011 ، منشورة ، ص 44 .

² Michael porter. "l'avantage concurrentiel comment devancer ses concurrents et maintenir son avance ".dunod.paris.1999 p85

³ وسيلة بوازيد، "مقاربة الموارد الداخلية و الكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة إستراتيجية ، جامعة سطيف ، 2011-2012 ، منشورة ، ص 10 .

تختص بالدولة وإنما بالمؤسسة، فالميزة التنافسية تنشأ من القيمة التي إستطاعت المؤسسة من أن تخلقها لزبائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية.¹

تعرف الميزة التنافسية "على أنها قدرة المؤسسة على صياغة و تطبيق الإستراتيجيات التي تجعلها في مراكز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط ، وتحقق من خلال الإستغلال الأمثل للإمكانات والموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمية والمعلوماتية بالإضافة إلى القدرات والكفاءات".²

وكما تعرف على أنها " المجالات التي تتفوق فيها المؤسسة على منافسيها، وتحقق هذه الميزة من خلال إحتلال المؤسسة لموقع ملائم في السوق، ومن ثم تقوم تدريجيا في مواجهة القوى المنافسة لها في جذب الزبائن".³

من خلال التعاريف نستنتج أن الميزة التنافسية هي القدرة على تحقيق رغبات المستهلكين بإعتبار أن المستهلك هو الحكم في السوق فإن رضائه يعتبر الهدف الأساس الذي تسعى المؤسسة لتحقيقه ومنه فالميزة التنافسية تعني تقديم منتجات متميزة عما يقدمه المنافسون في السوق وإرضاء الزبائن بشكل يختلف أو يزيد عنهم .

ثانيا: خصائص الميزة التنافسية: وتتمثل في :⁴

1-الإستمرارية: تعتمد الميزة التنافسية على إستهلاك أو تقادم الموارد، إذ يساهم تزايد معدلات التغير التكنولوجي إلى تقصير المدى الزمني للإنتفاع بمعظم المعدلات الرأسمالية، وبصفة عامة فإن القدرات والكفاءات تتمتع بالإستمرارية أكثر من الموارد المعتمد عليها.

2-التقليد: تعتمد المؤسسة في مواصلة ميزتها التنافسية على مدى سرعة المؤسسات المنافسة لها من تقليدها.

3-إمكانية تحويل الموارد: إذا استطاعت مؤسسة ما الحصول على الموارد لتقليد الميزة التنافسية للمؤسسة الناجحة، هذا ما يجعل دورة حياة الميزة أقصر عمرا.

¹ مصطفى رجب علي شعبان، " رأس المال الفكري و دوره في تحقيق الميزة التنافسية " ، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، جامعة غزة، 2011 ، منشورة ، ص 68 .

² عبد الوهاب بوبعة ، " دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية " ، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الموارد البشرية ، جامعة قسنطينية 2011 -2012 ، منشورة ، ص 61

³ عثمان بودحوش، " تخفيض التكاليف كمدخل لدعم الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الجزائرية " ، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة إستراتيجية، جامعة سكيكدة 2007-2008 ، منشورة ، ص 17 .

⁴ أحمد مصنوعة ، " تنمية الكفاءات البشرية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية " ، مداخلة ضمن الملتقى الدولي السابع حول صناعات تأمينية ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة الشلف يومي 03-04 ديسمبر 2012 ، ص 4 .

4- إمكانية تحقيق التنمية الذاتية من الموارد والكفاءات: إذا إعتدنا في كفاءتنا على روتينيات تنظيمية بدرجة عالية من التعقيد من أجل الحصول على الميزة التنافسية، فإنه يصعب على المؤسسة المقلدة تنمية هذه الكفاءات ذاتيا.

المطلب الثاني : أنواع الميزة التنافسية

يوجد نوعين من المزايا التنافسية :

أولا: ميزة التكلفة الأقل: هي قدرة المؤسسة على تصميم، تصنيع وتسويق منتجات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة مع منافسيها مما يمكنها من تحقيق أرباح كبيرة، حيث تحوز المؤسسة على ميزة التكلفة الأقل إذا كانت تكاليفها المتراكمة بالأنشطة المنتجة للقيمة تحقق على الأقل أكثر من نظيراتها المنافسة حيث أن التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافس، يكسب المؤسسة ميزة التكلفة الأقل وتكون المراقبة كالتالي: ¹

- **مراقبة الحجم:** يمكن لكل من التوسع في تشكيلة المنتجات الحيازة على وسائل إنتاج جديدة، التوسع في السوق أو نشاط تسويقي مكثف من تخفيض التكاليف، غير أن الحجم الذي يحكم التكاليف يختلف من نشاط إلى آخر ومن منطقة إلى أخرى، وتجدر الإشارة إلى أن البحث عن إقتصاديات الحجم ألا يحدث تدهورا في الأنشطة الأخرى و منه يؤدي إلى التوازن في عملية البحث.
- **مراقبة التعلم:** العلم هو نتيجة الجهود المبذولة والمتواصلة من قبل الإطارات والمستخدمين على حد سواء والتي تؤدي إلى تنمية وتطوير مستواهم وكفاءتهم لذلك يجب أن لا يتم التركيز على اليد العاملة فحسب بل يجب أن يتعدى إلى الأنشطة الأخرى.
- **مراقبة الإلحاق:** و يتم هذا بتجميع الأنشطة المهمة، وذلك قصد إستغلال الإمكانيات المشتركة أو تحويل معرفة كيفية العمل في تسيير نشاط إلى وحدات إستراتيجية تمارس لأنشطة مماثلة .
- **مراقبة الرزنامة:** عادة تستفيد المؤسسات المنافسة إلى بعض القطاعات من ميزة التكلفة الأقل بشكل متواصل ويرجع ذلك لكونها تتواجد في أحسن المواقع وتوظف أحسن المستخدمين وتتعامل مع أحسن الموردين لتمتعهم بالخبرة والدراية لكن في بعض القطاعات فإن الإنتظار يكون أفضل لكون التكنولوجيا المستخدمة سريعة التغير فيدخل المنتظرون إلى القطاع بتكنولوجيا جديدة يتنافسون عليها المتنافسين وذلك بغرض دراسة المنافسين واكتشاف نقاط قوتهم و نقاط ضعفهم و بعدها الدخول إلى القطاع بأكثر معرفة للأوضاع التنافسية السائدة .

¹ M.porter,"l'avantage concurrentie Comment devance ,«paris, 1986,p :85.

- **مراقبة الإجراءات :** تعتمد المؤسسة على تطبيق إجراءات بصفة عشوائية و قد يرجع ذلك لسوء فهم هذه الإجراءات وسرعان ما يكشف تحليل التكاليف عن ضرورة إلغاء تغيير بعض الإجراءات التي لا تساهم إيجابيا في ميزة التكلفة الأقل فهي تكلف أكثر مما يجب، و بالتالي فإن مراقبة الإجراءات يسمح بفهمها ومن ثم تخفيض التكاليف.
- **مراقبة الموضوع:** إن المواضيع لمختلف الأنشطة سواء كان ذلك بالنسبة للأنشطة فيما بينها أو بالنسبة إلى الزبائن الموردون له، عادة له تأثير على عدة عناصر منها مستوى الأجور وفعالية الإمداد وسهولة الوصول إلى الموردون .
- ثانيا:** **ميزة التميز:** وهو قدرة المؤسسة على تقديم منتجات مميزة وفريدة من نوعها تلبي رغبات ورضا المستهلك ، لذلك يصبح من الضروري فهم وتحليل مصادر التميز واستغلال الكفاءات والمهارات والتقنيات التكنولوجية و انتهاج طرق ترويجية تمكننا من زيادة الحصة السوقية للمؤسسة وذلك وفق العناصر التالية¹:
- **النوعية:** وتعنى قدرة المؤسسة على إنتاج منتج ذي مواصفات عالية الجودة مقارنة بالمنافسين.
- **التسليم:** يعني حصول المشتري على المنتج عند الطلب دون تأخر.
- **المرونة:** وهي القدرة على الإستجابة والتكيف مع التقلبات في الطلب سواء كان ذلك بالمواصفات أو الكلفة و غيرها .
- **الإبتكارية:** وتعنى قدرة المؤسسة على تقديم منتجات جديدة أو التحسين فيها، ويمكن أن ينتج عن الإبتكار إستجابة أسرع للفرص والتهديدات. ويحدث ذلك عندما تستطيع المؤسسة إستغلال قدرتها الجوهرية في المحافظة على ميزاتها التنافسية².

المطلب الثالث : مصادر الميزة التنافسية

تتمثل أهم المصادر الميزة التنافسية فيما يلي:³

¹ عمار بوشباف، " الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية : مصادرها وتمتها و تطويرها " ، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، 2002_2003، منشورة، ص122.

² ابراهيم بورنان، يوسف بوخلال، " رأس المال الفكري و دوره في تحقيق الميزة التنافسية"، مداخلة ضمن ملتقى الدولي الرابع حول رأس المال الفكري في مؤسسات الأعمال في الاقتصاديات الحديثة ، جامعة الشلف ، يومي 13 - 14 ديسمبر 2012، ص 07 .

³ مصطفى رجب علي شعبان، مرجع سابق، ص 74.

- **التكنولوجيا:** أكدت التجارب الحديثة أن التكنولوجيا عامل قوي من عوامل تغيير القدرات التنافسية للمؤسسة، لأنها تشمل كل التطبيقات العملية للنظريات العلمية والخبرات المكتسبة لتطوير عمليات الإنتاج، وهذا ما جعل منها مصدرا متجددا للميزة التنافسية.
- **المعرفة:** أن المؤسسات الناجحة هي التي تهتم بالتجميع المنظم للمعرفة من المصادر المختلفة، وتحللها و تفسرها لإستنتاج مختلف المؤثرات التي تستخدم في توجيه وإثراء العمليات الإنتاجية، وتحقق التحسن في الأداء والإرتقاء إلى المستويات أعلى من الإنجاز لتحقيق في الأخير التميز على المنافسين، حيث أصبحت المعرفة مصدرا أساسيا من مصادر الميزة التنافسية، وهي تتمثل فيما يطلق عليه الآن رأس المال الفكري، الذي يشمل مختلف المنتجات الفكر الإنساني من تقنيات ونظريات وغيرهم.
- **الجودة:** تعمل العديد من المؤسسات على تحقيق الجودة العالية لكي تبقى سوق المنافسة، يتوجب مطابقة المنتج مع الموصفات المحددة وذلك لأن لإستخدام الجودة كأداة تنافسية يتوجب على المؤسسات أن تنظر إلى الجودة على أنها فرص إرضاء المستهلك وليس فقط على الطريقة التي تعالج بها المشاكل أو تقليل تكاليف العمل وقد حدد **دافيد غارفين** الخبير في الجودة بجامعة هارفارد الأمريكية خمسة نقاط يتعين على المؤسسة إتباعها إذا ما إعتمدت الجودة كأداة تنافسية. وهذه النقاط تتمثل في: ¹

- يتوجب تحديد الجودة من وجهة نظر المستهلك.
- يجب النظر إلى الجودة على أنها أداة تنافسية.
- سيتم بناء الجودة في عملية التخطيط الإستراتيجي.
- لا بد للجودة أن تحصل على إلتزام المؤسسة بالكامل.

الموارد البشرية: تعتبر الموارد البشرية المصدر الحقيقي لتكوين الميزة التنافسية للمؤسسة وتعزيزها لأن تحقيق التميز في أداء لمؤسسة لن يستند على مجرد إمتلاكها الموارد الطبيعية أو المالية أو التكنولوجيا فحسب، بل يستند على قيام الأفراد بتوفير نوعيات خاصة من الموارد البشرية التي تمتلك القدرة على تعظيم الإستفادة من تلك الموارد، لهذا نجد أن الأفراد هم العنصر التنظيمي الوحيد القادر على إستيعاب المفاهيم والأفكار الجديدة ، ومواجهة التحديات التي تفرضها الظروف التنافسية.

¹ محمد فريشي، "أهمية تثمين مصادر الميزة التنافسية في المؤسسة لضمان الإستمرارية مزايها تنافسية"، مجلة الواحات للبحوث و دراسات، مركز الجامعي بغرداية، العدد 10 ديسمبر 2010 ص 122 .

- **الموارد المالية:** تعتبر الموارد المالية مهمة جدا بالنسبة للمؤسسة، حيث تمكنها من تعميق أنشطتها وتوسيعها على نطاق أكبر، وذلك من خلال الإعتماد على إستثمارات فعالة تعمل على تحقيق الأهداف المالية والتنافسية للمؤسسة.¹

المبحث الثاني: الإطار النظري لجودة الميزة التنافسية و معايير الحكم عليها.

لا يكفي أن تحوز المؤسسة على ميزة تنافسية فحسب، بل يجب أن يكون بمقدورها معرفة أداء هذه الميزة والحكم على سدادها ويتم ذلك بالإستناد إلى معايير معبرة تختار وفقا للقواعد المعمول بها في قطاع النشاط، و عوامل تؤثر على إنشائها وشروط نجاحها و ذلك بعد تحسين المهارات و الإبداع و التطوير المتميز للمنتجات للوصول إلى أعلى مستوى من الجودة.

المطلب الأول: محددات الميزة التنافسية وأبعادها.

لتحقيق الميزة التنافسية هناك محددة و أبعاد و التي تتمثل في:

الفرع الأول : محددات الميزة التنافسية :

تحدد الميزة التنافسية للمؤسسة إنطلاقا من بعدين مهمين هما:²

أولا - حجم الميزة التنافسية : حيث تمر الميزة التنافسية بنفس دورة حياة المنتج :

- **مرحلة التقديم :** تعد أطول المراحل بالنسبة للمؤسسة المنشئة للميزة التنافسية لكونها تحتاج الكثير من التفكير والإستعداد البشري والمادي والمالي، وتعرف الميزة التنافسية مع مرور الزمن إنتشارا أكثر فأكثر، و يؤدي ذلك إلى القبول الذي تختص به من قبل عدد متزايد من العملاء.
- **مرحلة التنبؤ :** تعرف الميزة هنا بالإستقرار نسبيا من حيث الإنتشار، بإعتبار أن المنافسين بدؤوا يركزون عليها.
- **مرحلة التقليد:** يتراجع حجم الميزة و تتجه شيئا فشيئا إلى الركود، لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة المؤسسة.

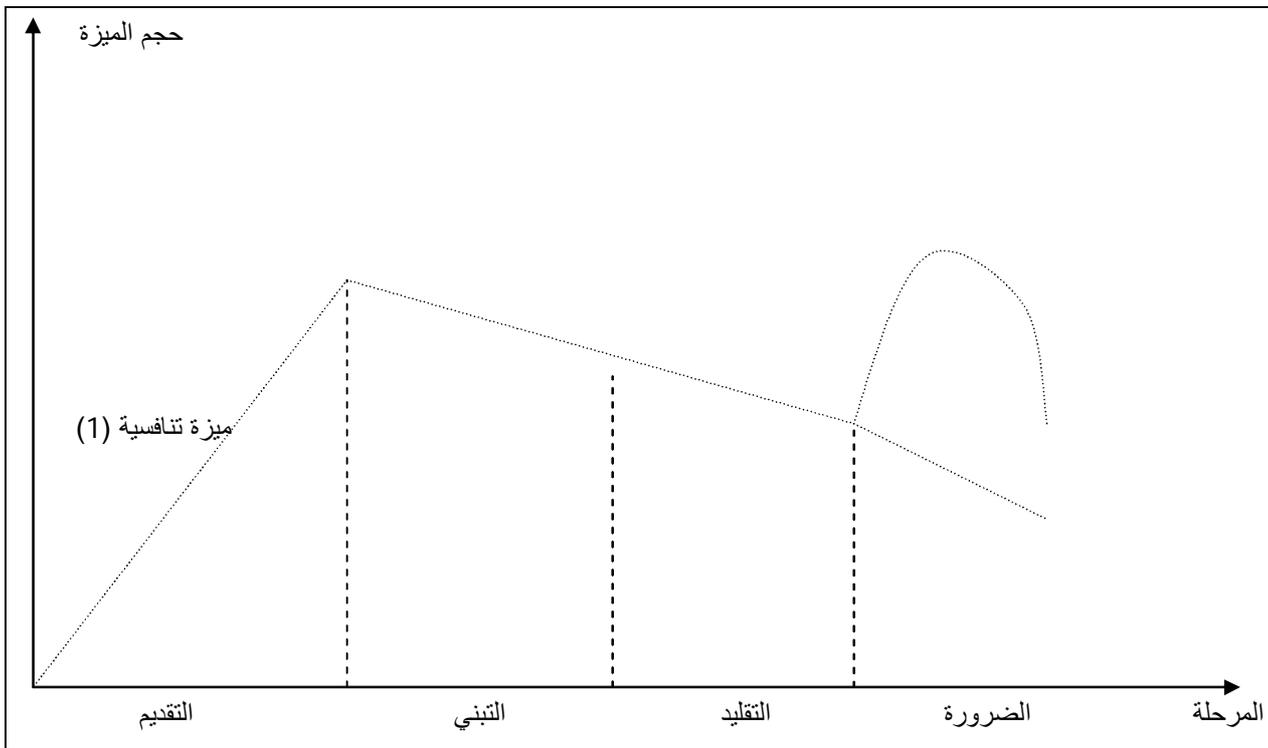
¹ حريري بوشعور، صليحة فلاق، "رأس المال الفكري و دوره في دعم الميزة التنافسية لمتطلبات الأعمال"، مداخلة ضمن ملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في مؤسسات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، يومي 13 - 14 ديسمبر 2012، ص7.

² رضا إبراهيم صالح، "رأس المال الفكري و دوره في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات"، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2009، ص 27.

- **مرحلة الضرورة:** تأتي هنا ضرورة تحسين الميزة الحالية وتطويرها بشكل سريع، أو إنشاء ميزة جديدة على أسس تختلف تماما على أسس الميزة الحالية، وإذا لم تتمكن المؤسسة من التحسين أو الحصول على ميزة جديدة فإنها تفقد قيمتها تماما، وعندها يكون من الصعوبة العودة إلى التنافس من جديد. وباعتبار أنه لا يمكن أن تحوز المؤسسة على ميزة تنافسية إلى الأبد، وبالتالي فهي مطالبة بمتابعة دورة حياة النشاط فيها.

والشكل التالي يوضح دورة حياة الميزة التنافسية حسب المراحل المذكورة سابقا

شكل رقم (08): دورة حياة الميزة التنافسية



(المصدر: نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب: مصر، 1998، ص 86).

ثانيا - نطاق النافس : يعبر نطاق التنافس عن مدى إتساع أنشطة وعمليات المؤسسة بغرض تحقيق مزايا تنافسية، ويتشكل نطاق التنافس من أربع أبعاد وهي: القطاع السوقي، النطاق الرأسي، النطاق الجغرافي ونطاق الصناعة.¹

01 - نطاق القطاع السوقي: يعكس مدى تنوع مخرجات المؤسسة، والعملاء الذين يتم خدمتهم، وهنا يتم الإختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.

¹ عبد الوهاب بويعة ، مرجع سابق ، ص 90 .

02- النطاق الرأسي: يعبر عن مدى أداء المؤسسة لأنشطتها داخليا أو خارجيا، فالتكامل الرأسي المرتفع بالمقارنة مع المنافسين قد يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التميز.

03- النطاق الجغرافي: يعكس عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تتنافس فيها المؤسسة، ويسمح النطاق الجغرافي للمؤسسة بتحقيق مزايا تنافسية من خلال المشاركة في تقديم نوعية واحدة من الأنشطة والوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة، وتبرز مدى أهمية هذه الميزة للمؤسسة التي تعمل حاليا على نطاق عالمي، حيث تقدم منتجاتها في أنحاء العالم.

04- نطاق الصناعة: يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها المؤسسة، إذ أن وجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات من شأنه خلق فرص لتحقيق مزايا تنافسية عديدة، فقد يمكن استخدام نفس التسهيلات أو التكنولوجيا أو الأفراد أو الخبرات عبر الصناعات المختلفة التي تنتمي إليها المؤسسة¹.

الفرع الثاني: أبعاد تحقيق الميزة التنافسية:

يرتبط تحقيق الميزة التنافسية ببعدين أساسيين هما:²

01- القيمة المدركة لدى العميل: بمعنى قيام المؤسسات باستغلال الإمكانيات المختلفة في تحسين القيمة التي يدركها العميل للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المؤسسات، مما يساهم في بناء الميزة التنافسية لها، حيث يتضمن مفهوم القيمة بالإضافة إلى السعر والجودة، مدى الاقتناع بالمنتج أو الخدمة وخدمات ما بعد البيع . وتؤدي إدارة رأس المال الفكري دوراً مهماً في تدعيم مفهوم القيمة لدى العميل الذي يعد من الدعائم الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية من خلال التركيز على مكوناتها والذي يتمثل في رأس مال العلاقات.

02- التمييز: يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال عرض سلعة أو خدمة لا يستطيع المنافسون تقليدها أو عمل نسخة منها وصولاً إلى التميز من أهمها الموارد المالية و رأس المال الفكري.³

¹ نبيل مرسي خليل، "الميزة التنافسية في مجال الأعمال"، مركز الإسكندرية للكتاب: مصر، 1998، ص 88

² رضا إبراهيم صالح، مرجع سابق، ص 23.

³ عثمان بودحوش، مرجع سابق، ص 22.

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية ومعايير الحكم عليها

لإنشاء الميزة التنافسية هناك عوامل مؤثرة داخلية وخارجية ولنتأكد من جودتها توجد عدة معايير سيتم

التطرق لأهمها:

الفرع الأول: العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية

تنشأ الميزة التنافسية نتيجة لعوامل داخلية أو عوامل خارجية، يمكن إيضاحها كالتالي:

أولا -العوامل الخارجية: تتمثل في تغير إحتياجات العميل أو التغيرات التكنولوجية أو الإقتصادية أو القانونية، والتي قد تخلق ميزة تنافسية لبعض المؤسسات نتيجة لسرعة رد فعلهم على التغيرات، على سبيل المثال يمكن القول أن المؤسسة التي إستوردت التكنولوجيا الحديثة والمطلوبة في السوق أسرع من غيرها إستطاعت خلق ميزة تنافسية عن طريق سرعة رد فعلها على تغير التكنولوجيا وإحتياجات السوق. من هنا تظهر أهمية قدرة المؤسسة على سرعة الإستجابة للمتغيرات الخارجية، ويعتمد هذا على مرونة المؤسسة وقدرتها على متابعة المتغيرات عن طريق تحليل المعلومات وتوقع التغيرات، ووجود نظام معلومات.¹

ثانيا -العوامل الداخلية: هي قدرة المؤسسة على إمتلاك موارد وبناء أو شراء قدرات لا تكون متوافرة لدى المنافسين الآخري ، من بينها الإبتكار والإبداع اللذان لهما دور كبير في خلق ميزة تنافسية. ولا ينحصر مفهومهم هنا في تطوير المنتج أو الخدمة، ولكنه يشمل في الإستراتيجية والإبداع في أسلوب العمل أو التكنولوجيا المستخدمة أو الإبداع في خلق فائدة جديدة.²

الفرع الثاني: معايير الحكم على الميزة التنافسية

إن درجة جودة الميزة التنافسية ونوعيتها تتحد بثلاث عوامل هي:³

أولا- مصدر الميزة التنافسية :

حيث يمكن أن يتم ترتيب الميزة التنافسية تبعا لدرجتين هما:

- 1- مزايا تنافسية من الدرجة المنخفضة مثل التكلفة الأقل لكل من قوة العمل والمواد الأولية، حيث يسهل نسبيا تقليدها من قبل المنافسين.

¹ آسيا رحيل، مرجع سابق، ص 65.

² عبد الرؤوف حجاج، "الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، جامعة سكيكدة ، 2006-2007، منشورة، ص 36

³ وسيلة بوازيد ، مرجع سابق ، ص 28 .

2- مزايا تنافسية من الدرجة المرتفعة مثل المستوى التكنولوجي، وتميز المنتج، والصورة الحسنة للعلامة وذلك طبقاً للمجهودات التسويقية المتراكمة، أو علاقات وطيدة مع العملاء تحكمها تكاليف تحول مرتفعة، وتتميز هذه المزايا التنافسية بعدد من الخصائص أهمها:

- تحقيق هذه المزايا يتطلب ضرورة توفر مهارات وقدرات من مستوى مرتفع مثل: الأفراد الذين هم على قدر من التدريب الخاص والقدرات الفنية الداخلية والعلاقات الوثيقة والوطيدة مع كبار العملاء.
 - يعتمد تحقيق هذه المزايا على زمن طويل من الإستثمار المستمر والتراكم في التسهيلات المادية، والتعلم المتخصص، والبحوث والتطور، والتسويق.
- ويترتب على أداء هذه الأنشطة خلق مجموعة الأصول المادية والمعنوية وفي شكل سمعة طيبة، وعلاقة وثيقة مع العملاء، وحصيلة من المعرفة المتخصصة، ويمكن القول بأن المزايا التنافسية الناتجة عن التكلفة الأقل هي أقل قابلية للإستمرار أو التواصل عن المزايا الناتجة عن تمييز المنتجات أو الخدمات.

ثانياً - تعدد مصادر الميزة التنافسية التي تمتلكها المؤسسة:

إن إعتداد المؤسسة على مصدر وحيد لتحقيق ميزة تنافسية مثل القدرة على شراء مواد أولية بأسعار منخفضة و صميم المنتج بأقل تكلفة، بالتالي فإنه يتعين على المؤسسة الإعتداد على مصادر متنوعة وعديدة لتحقيق التميز وهذا ما يصعب من مهمة المنافسين في تقليد الميزة كما يضمن إستمرارية أطول.

ثالثاً - درجة التحسين والتجديد المستمر في الميزة:

يجب على المؤسسات أن تقوم بالتجديد الدائم والمستمر في الميزة التنافسية وذلك لكي لا تتمكن المؤسسات المنافسة من التقليد وهذا من خلال إدراك أو إكتشاف طرق جديدة أفضل للمنافسة أو تطبيقها على السوق ويكون من خلال تغيرات في المنتج أو العملية الإنتاجية وفي طرق ومناهج التسويق، وأشكال جديدة للتوزيع.¹

المطلب الثالث : شروط نجاح وإستمرار الميزة التنافسية .

إنّ الإتجاه نحو تحقيق الإستقرار الإقتصادي الكليّ والإصلاح الهيكلي القطاعي الهادف إلى رفع مستوى الإنتاجية وتحسين كفاءتها وخاصة ما يتعلّق بقطاع الصناعة والمكانة التي يحتلّها في النشاط الإقتصادي وتحديد نقاط الضعف في واقع القدرة التنافسية للمنتجات الصناعية وكيفية التغلّب على مواقع

¹ عمار بوشباف، مرجع سابق ، ص 142 .

الضعف وتطوير مواقع القوة بما يمكنها من تحسين موقفها التنافسي و تعظيم القدرة التنافسية لاعتبارها مقومات ازدهار الصناعة.

هناك عدد من الشروط الأساسية التي يجب توفرها لنجاح سياسات دعم القدرات التنافسية، وسوف نذكر أهم هذه الشروط فيما يلي:¹

01- الاستقرار الاقتصادي وسهولة تعرف القطاع الخاص على مستقبل مسيرة الاقتصاد ومسيرة الدولة، وتوفّر الرؤية الواضحة حول موقف الحكومة اتجاه تفعيل دور المنافسة في أسواق المنتجات الصناعية.

02- تواجد قوى تنافسية تدفع المؤسسات بشدة اتجاه التعاون مع الحكومة وقد يأتي ذلك في شكل منافسة محلية أو منافسة من خلال الاستيراد أو التصدير للمؤسسات المصدرة.

03- تحفيز القطاع الخاص على الدخول في القطاع الصناعي، وكلّما أزداد عدد المؤسسات العاملة في السوق الواحد كلّما ازدادت حدة المنافسة.

04- توفّر الثقة المتبادلة بين الحكومة والمؤسسات الصناعية، الأمر الذي يحتاج إلى قنوات جديدة يمكن من خلالها تبادل الآراء، ومشاركة وجهات النظر والتوصل إلى رؤية متوافقة لما فيه مصلحة المجتمع.

05- تبني سياسات الانفتاح الاقتصادي ومنع الاحتكار من أجل تحقيق الكفاءة الاقتصادية وذلك من خلال عملية التنافس وليس المتنافسين.

06- حماية الإنتاج الوطني الذي يهدف إلى حماية المنتجين المحليين من تعرضهم لضرر بالغ نتيجة لتزايد إستيراد سلع متشابهة أو منافسة لإنتاجهم .

المبحث الثالث: علاقة نظام المعلومات المحاسبي بالميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية

يؤثر نظام المعلومات المحاسبي على الميزة التنافسية من خلال عدة عوامل أساسية تتمثل في كل من الإبداع و الجودة واليقظة والإنتاجية، قصد الرفع من قدرة المؤسسة على مواجهة المنافسة الحادة أين أصبح من الضروري التحكم في المصادر العديدة للميزة التنافسية .

المطلب الأول: دور نظام المعلومات المحاسبي في تحسين الجودة

نتيجة للتغيرات السريعة والتطورات المتعاقبة زاد إهتمام المؤسسات بتلبية رغبات المستهلكين والحرص على رضاهم، إذ لم يعد السعر هو العامل المحرّك لسلوك المستهلك بل أصبحت الجودة هي الاهتمام الأول

¹ آسيا رحيل ، مرجع سابق ، ص 78 .

له والقيمة التي يسعى للحصول عليها، وهذا ما أو جب على المؤسسات التي ترغب في الحفاظ على مكانتها أن تقدم منتجات سواء كانت سلع أو خدمات ذات جودة عالية¹.

فالجودة تتمثل في قدرة المنتج على تلبية حاجاته ورغباته، حيث تعرفها الجمعية البريطانية للجودة على أنها "مجمّل مظاهر وخصائص السلعة أو الخدمة التي تؤثر في قدرتها على الإشباع على قدرات محدودة أو مفترضة".

وبالتالي فجودة المنتج مرتبطة بخصائصه الناتجة من مكوناته، وكذلك بالخدمات المرافقة له. فنتمّثل أهم عناصر الجودة فيما يلي :

- جمع المعلومات وتحليلها لمعرفة حاجات ورغبات الزبائن.
- الإبداع لتحقيق المواصفات التي يطلبها الزبائن فيما يتعلق بالمنتج.
- إرضاء الزبائن عن طريق إنتاج سلعة تتوافق مع المواصفات المطلوبة وتسليمها في الوقت والمكان وبالسعر المناسب.

وبما أننا سنحاول دراسة وتحليل دور نظام المعلومات المحاسبي في تطوير جودة المنتج وترقية مستواه، فإن هذا النظام ساعد كثيرا على تنمية الجودة التي تعد كأحد المؤثرات الهامة على الميزة التنافسية للمؤسسة وعن الكيفية أو الطريقة التي يطور بها نظام المعلومات المحاسبي الجودة بالمؤسسة. و تتمثل هذه العناصر فيما يلي:²

أولا - تخطيط الجودة: الجودة لا تحدث بالصدفة، بل ينبغي التخطيط لها، وقد ساهم نظام المعلومات المحاسبي في تأليه عملية التخطيط لجعلها أكثر سرعة وأكثر مرونة. فقد أصبح تحديد العملاء أمرا سهلا وأقل تعقيدا، فمثلا وضع برنامج خاص يحدد من خلاله أسماء جميع الموردين الذين تتعامل معهم المؤسسة مع تحديد المعلومات المتعلقة بكل مورد على حدى وكذا بالنسبة لتحديد الاحتياجات الخاصة بالعملاء والإنتاج التي أصبحت مبرمجة على الكمبيوتر.

ثانيا - مراقبة الجودة: تشمل مراقبة الجودة كافة الأنشطة والأساليب المستخدمة لمقابلة احتياجات الجودة، وهنا يكمن دور نظام المعلومات المحاسبي في تلبية احتياجات هذه الأخيرة من الأدوات المختلفة لتطوير جودة السلعة.

¹ سامية لحول، "التسويق و المزايا التنافسية"، أطروحة دكتوراه في تسيير المؤسسات، جامعة باتنة، 2007-2008، منشورة، ص 120.

² خالد شريف، "تطبيق الجودة الشاملة في المؤسسات"، رسالة ماجستير، في علوم الإعلام والاتصال تخصص تسيير المؤسسات، جامعة الجزائر،

2010-2011، منشورة، ص 95.

ثالثا - تأكيد الجودة : تركز هذه المرحلة على توحيد كافة الجهود للوقاية من الحوادث والأخطار، وعدم مطابقة المنتج للمواصفات المطلوبة، وهذا ما يساعد على منع وقوع الأخطار من البداية، وكون نظام المعلومات المحاسبي يحتوي على خاصية الإتصال فهو يسهل عملية وصول المعلومة والإتصال بين مختلف المستويات بالمؤسسة.

رابعا - تحسين الجودة: تعتبر عملية التحسين أساسية في إدارة الجودة الشاملة فهي تهدف إلى الوصول إلى رفع مستوى أداء الأفراد في المؤسسة إلى مستوى جيد، ذلك من خلال التقليل من معدل الخطأ وزيادة المطابقة بين مواصفات المنتج المطلوبة بالإضافة إلى المساعدة على تخفيض التكاليف.

فتحسين وتطوير هذه العناصر من قبل نظام المعلومات المحاسبي يساعد على تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة وبالتالي يمكنها من إختراق أسواق جديدة .

المطلب الثاني: دور نظام المعلومات المحاسبي في تنمية مستوى الإبداع

يعبر الإبداع عن إدخال منتج أو أسلوب أو تكنولوجيا ما خلال فترة ما، كما يعبر عن كل تطبيق صناعي، تجاري أو تنظيمي للإكتشاف والابتكار، والإبداع يكون في أشكال مختلفة ويشمل ميادين مختلفة، فجدد مثلا الإبداع التكنولوجي أو التنظيمي أو التسويقي أو غيرها.

وقد كان لنظام المعلومات المحاسبي دورا فعالا في تنمية الإبداع في الوقت الراهن الذي يعد كأحد المؤشرات المهمة على مستوى الميزة التنافسية للمؤسسة، وهذا من خلال إكتشافاته وأبحاثه واستخداماته التي تخص كل ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والتي تعتبر كنموذج تقني جديد يؤثر على تسيير ومراقبة أنظمة الإنتاج والخدمات في الاقتصاد والتي تعتمد على مجموعة مترابطة من الإكتشافات المعمقة في الحواسب الإلكترونية، وأنظمة الاتصال عن بعد مما يسمح بتخفيض تكاليف التخزين والمعالجة والاقتصاد في النفقة في نفس الوقت. ويتحقق هذا من خلال العناصر التالية:¹

أولا - التمييز : يؤثر الإبداع على التمييز في المؤسسة من خلال إنتاج خدمات جديدة و منتجات جيدة وتميز مؤسستها عن باقي المؤسسات المنافسة بالمهارات و الخبرات المتطورة وتكنولوجيا المعلومات التي لا تستطيع المؤسسات المنافسة إمتلاكها وسعي لإستقطاب الأفراد ذو المؤهلات التعليمية و الكفاءات العملية.

ثانيا - تقليل التكلفة: يؤثر الإبداع على المؤسسة وذلك من خلال تخفيض التكاليف في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة إلى زيادة رضا العميل والسيطرة على حصتها السوقية.

ثالثا - رفع الإنتاجية : يؤثر الإبداع على رفع الإنتاجية من خلال اتخاذ المؤسسة سياسات وإجراءات لتطوير

¹ عبد الرؤوف حجاج، مرجع سابق، ص82.

خدماتها وإنتاجها و مركزها التنافسي، والحصول على براءات إختراع تزيد من إبتكاراتها الخدمائية وتطوير الوسائل الإنتاجية.

ولهذا يكون نظام المعلومات المحاسبي قد ساهم في تنمية وتطوير مستوى الإبداع بالمؤسسة بمتبعه وإدراجه لكل المستجدات التي تحدث على مستوى تكنولوجيا المعلومات، وبالتالي فهو ينمي بذلك مستوى الميزة التنافسية للمؤسسة ويمكنها من إختراق الأسواق التي تسودها المنافسة الحادة.

المطلب الثالث: دور نظام المعلومات المحاسبي في تحسين مستوى الإنتاجية

لقد شهدت الإنتاجية تطورا كبيرا وتحسنا مرموقا ، خاصة في السنوات الأخيرة ، حيث لم يكن هذا العنصر لا يحظى بالأهمية التي يحظى بها اليوم، فالمؤسسة بالأمس كانت تنتج بغرض الربح فقط، مع بقائها مستمرة ثابتة، وهذا يعني عدم وجود جو تنافسي، لكن كل هذا تغير اليوم فالمؤسسة أصبحت تهتم بالإنتاجية و تبحث عن طرق ووسائل تطويرها حتى تتمكن من مواجهة المنافسة.

ومن بين الطرق التي ساهمت في رفع الإنتاجية بالمؤسسة هو نظام المعلومات المحاسبي، فباعتباره

يحتوي على وظيفة البحث والتطوير يهتم بالبحث بكل ما يتعلق بالإنتاج والمنتجات.¹

أولا - فبالنسبة للإنتاج: ساعد نظام المعلومات المحاسبي على تطوير عملية الإنتاج، و هذا بوضع برامج إنتاج آلية يقوم بها الكمبيوتر، هذا الأخير الذي تبنى عملية تخطيط الإنتاج و النفقات وآلية عملية المراقبة المتعلقة بالجودة، و تحليل الصيانة، فعلى سبيل المثال إذا ما أخذنا ورشات الإنتاج المزودة بالآلات حيث أن الكمبيوتر يقوم بالتنبيه عن حدوث أي عطل في الآلات والمساهمة في إكتشاف نوعية العطل، وبالتالي تكون إيجابيات نظام المعلومات المحاسبي التي تنصب على عملية الإنتاج قد ساهمت كثيرا في تخفيض التكاليف، من المعروف في إقتصاد اليوم أن المؤسسة تسعى للإنتاج وفق عنصرين هما: الجودة والتسعير، لهذا فقد تمكن نظام المعلومات المحاسبي من مساعدة المنتج على تقديم منتجات ذات جودة عالية وفي نفس الوقت ذات سعر مناسب للمستهلك الذي يعتبر كمحرك للسوق، فإذا رضي المستهلك تحرك السوق وبيع المنتج و إذا لم يتحرك يتسبب في خسارة المؤسسة والاقتصاد ككل.

ثانيا - بالنسبة للمنتجات : منتج اليوم يختلف كثيرا عن منتج الأمس، فالأول على درجة كبيرة من الجودة والدقة وهذا بفضل المنافسة التي كانت كعامل تحفيز للمؤسسة من جانب الإبداع والإكتشافات وتبني أحدث الطرق لترقية منتجاتها، لهذا فقد ساعد نظام المعلومات المحاسبي للمؤسسة بدرجة كبيرة في رقي المنتجات.

¹ فيصل سايعي، مرجع سابق، ص 132 .

المطلب الرابع : دور نظام المعلومات المحاسبي في تحسين مستوى اليقظة

في ظل الإقتصاد العالمي وارتفاع حدة المنافسة المحلية والعالمية تجد المؤسسة نفسها مجبرة على خدمة العميل وعرض السلع والخدمات بالجودة والسعر المطلوبين وذلك لكسب المؤسسة ميزة تنافسية على منافسيها، وأصبح من الضروري على المؤسسة أن تتيقظ لبيئتها وبصفة دائمة وهذا ما يكفله نظام المعلومات المحاسبي.

وتتمثل اليقظة في النشاط الذي من خلاله تتعرف المؤسسة على منافسيها الحاليين والمحتملين وهي تهتم أيضا بالبيئة التي تتطور فيها المؤسسة المنافسة وهذا من خلال جمع المعلومات المتحصل عليها من تحليل المنافسة أي معرفة نقاط القوة و نقاط الضعف¹.

أولا - تهدف اليقظة التنافسية إلى معرفة:

_ الأداء الحالي للمنافسين.

_ إستراتيجية المنافس.

_ أهداف وقدرات المنافس الجديدة.

ثانيا - علاقة اليقظة التنافسية بالميزة التنافسية:

تعمل اليقظة التنافسية على بحث و فهم كل ماله علاقة بالمؤسسة المنافسة وذلك من خلال معرفة:²

_منتجات المؤسسة المنافسة: القطاعات السوقية، الحصص السوقية .

_تقنية البيع والتوزيع: شبكة التوزيع، خطة التوزيع، الأسعار المطبقة .

_الشركاء: شبكة الموردين، المقاولين، العلاقة مع باقي الأعوان.

_الإنتاج: نظام الإنتاج، المواد و المهارات المستعملة، تكلفة الإنتاج.

_البحث و التطوير: التكنولوجيا، براءات الإختراع .

ترتبط المعلومات المحاسبية بشكل قوي بحدة المنافسة ضمن القطاع التي تنشط فيه المؤسسة، حيث هناك

عدة متغيرات التي من شأنها الرفع من درجة حدة المنافسة، وخاصة عندما يكون:

_عدد كبير ومتوازن من المنافسين: يكون من الصعب مراقبة جميع المنافسين في وقت واحد ولهذا يكون

من الفعالية مراقبة الحصص السوقية للمنافس.

¹ رتيبة حديد، نوفيل حديد، "اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة"، مداخلة ضمن مؤتمر العلمي دولي حول الأداء المتميز للمؤسسات و الحكومات ، قسم علوم التسيير ، جامعة ورقلة ، 08، 09 مارس 2005 ، ص 32 .

² رتيبة نحاسية، "أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة"، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق،

2003_2004، منشورة، ص55.

- _ نمو القطاع ببطء: يجب مراقبة نمو القطاع ومقارنته بنمو قطاعات المنافسين.
- _ ارتفاع التكاليف الثابتة: تدفع هذه الوضعية المؤسسات إلى بيع منتجاتها بأية طريقة حتى يتم تغطية التكاليف الثابتة.
- _ عدم التميز في المنتجات: عندما ينظر المستهلك للمنتج على أنه من الضروريات الأولية فإن إختياره يكون على أساس السعر وجودة الخدمة المقدمة.
- _ حواجز الخروج ضعيفة: المؤسسة معرضة لخطر تحلّي داخلين جدد ودائمين في القطاع الذي تنشط فيه. فنستنتج أن اليقظة التنافسية تتطلب تنظيماً محدداً يتمثل في:
- _ منهجية عمل مستمرة ومنكاملة لجمع المعلومات المحاسبية ومعالجتها ونشرها في الوقت المناسب للشخص المناسب ولإتخاذ القرار المناسب.
- _ فريق عمل متخصص يبرز فيه المتيقظ كعنصر أساسي في المجموعة، ويحسن البحث عن المعلومة والتعامل معها، واحترامه للقانون بإبعاده عن كل ما هو غير مباح لتحقيق عمله.
- _ موارد مالية متمثلة في تكنولوجيا الأنترنت، وغير مادية مثل الطرق التيسيرية الحديثة المساعدة على العمل وكذا إنتاج المعلومات المناسبة.

خلاصة الفصل الثاني:

تناولنا في الفصل مفاهيم التنافسية والمنافسة والميزة التنافسية وأنواعها و معايير الحكم عليها، و قد توصلنا بأن التنافسية هي قدرة المؤسسة على تزويد المستهلك بسلع و خدمات بشكل أفضل مقارنة بالمنافسين، والمنافسة فهي تشمل كل العروض المتنافسة التي يمكن للمشتري أخذها بعين الإعتبار إعتامادا على الأسعار والجودة والموصفات، أما الميزة التنافسية فهي القدرة على تحقيق رغبات المستهلكين بإعتبار أن المستهلك هو الحكم في السوق فأرضائه يعتبر الهدف الأساسي. وتتمثل أنواعها في التكلفة الأقل أي تصنيع وتسويق المنتجات بأقل تكلفة، والتميز والذي يمثل قدرة المؤسسة على تقديم منتجات متميزة، أما العوامل المؤثرة على إنشاءها هي درجة التحسين والتجديد المستمر للميزة وتعدد مصادرها التي تملكها المؤسسة. وقد حاولنا إيجاد علاقة بين نظام المعلومات المحاسبي والميزة التنافسية والتي تتمثل في مدى أهمية إستخدام نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية على طبيعة تحسين الجودة ومستوى الإنتاجية ومستوى اليقظة التنافسية وتنمية مستوى الإبداع لذلك تحتاج المؤسسات إلى نظم المعلومات المحاسبية الفعالة و القوية لكي تستطيع أن تعمل بكفاءة و فعالية تجعلها تصمد أمام منافسيها .

الفصل الثالث:

دور نظام المعلومات المحاسبي في

تحقيق الميزة التنافسية بمؤسسة

قريلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة

تمهيد

تناولنا من خلال الجانب النظري نظام المعلومات المحاسبي والميزة التنافسية ومن خلال هذا الفصل سوف نحاول إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي لعملية نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة وهذا بغرض التعرف على متغيرات الدراسة في المؤسسة محل الدراسة.

سنتطرق في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث والتي تتمثل في:

المبحث الأول: تقديم مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة

المبحث الثاني: واقع دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية.

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة.

المبحث الأول: تقديم مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة

سنقوم في هذا المبحث بتقديم بطاقة تعريفية لمؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة وذلك من خلال التعريف بالمؤسسة وإعطاء لمحة تاريخية عن نشأتها وكيفية تطور نشاطها وعن الوضعية التنافسية لها مع الإشارة إلى هيكلها التنظيمي.

المطلب الأول: التعريف بمؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة

مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية هي مؤسسة مساهمة ذات مسؤولية محدودة برأس مال يقدر بـ 60 مليون دينار جزائري، أعلن عن وجودها ككيان مستقل في 2003/05/04، وانطلقت العملية الإنتاجية بها في جويلية 2004 تحت اسم مؤسسة "قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة" مقرها 87 شارع قديلة بلدية جمورة ولاية بسكرة، تتربع على مساحة إجمالية تقدر بـ 69850 متر مربع، تعمل في مجال تعبئة المياه المعدنية الطبيعية، تقدر طاقتها الإنتاجية ما يقارب 27 مليون (قارورة/شهريا)، تشغل حاليا حوالي 370 عاملا منهم 320 تنفيذيين و40 إداريين و09 مسؤوليين وإطار مسير، بلغ رقم أعمالها سنة 2014 ما يفوق 232 مليون دينار، باشرت المؤسسة نشاطها بإستخدام نوعين من العبوات الأولى ذات الحجم 1.5 لتر والثانية ذات الحجم 0.5 لتر، وفي سنة 2007 إضافة ثلاث عبوات ذات الأحجام (2 لتر و1 لتر و0.33 لتر)، وفي سنة 2010 تم إضافة عبوات (ذات الحجم 1 لتر sport، وذات الحجم 0.5 لتر sport)، وتصدر المؤسسة إلى المملكة العربية السعودية ودولة السنغال، حيث تنتج (05% للرئاسة، 05% للتصدير، 20% لشركة الطيران بالجزائر و 70% لتجار الجملة)، ويتمثل شعار المؤسسة في "تقاوة وخفة مميزة".

المطلب الثاني: أهداف المؤسسة

- الزيادة في جودة ونوعية المنتج ومحاولة إكتساح أسواق جديدة.
- إمتصاص البطالة وذلك بتوفير مناصب شغل جديدة.
- تخفيض التكاليف لتحقيق التنافسية.
- إرضاء العملاء والحفاظ عليهم وكسب ثقتهم.
- إدخال تكنولوجيا حديثة ومتطورة للمنتج.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة "قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة"

بهدف التسيير الحسن في المؤسسة في مختلف إدارتها ومصالحها، لجأت المؤسسة إلى توزيع الوظائف من أجل تنظيم أعمالها من خلال وضع هيكل تنظيمي وظيفي و الذي يمكن توضيحه في الشكل التالي:

الشكل رقم (09) : الهيكل التنظيمي لمؤسسة "قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة"

المؤسسة لها عدة مصالح ووظائف كباقي المؤسسات و نذكر منها:

➤ **إدارة المدير:** تتلخص مهام مدير المؤسسة فيما يلي:

- السهر على التطبيق الفعلي للسياسة العامة للمؤسسة.

- السهر على إعداد تقارير النشاط الخاص بكل فترة والتأكد من وصولها إلى المديرية العامة في الأجل

المحدد.

- السهر على توفير محيط جو عمل اجتماعي داخل المؤسسة.

- ربط علاقات مع السلطات المحلية والتنظيمات العمومية والخاصة.

➤ **مصلحة الإدارة:** تتلخص مهامها في:

- ضمان تسيير المستخدمين، الوسائل العامة والخدمات الإجتماعية في إطار القواعد والتعليمات

السارية المفعول.

- وضع لمصالح الوحدة أحسن الظروف التقنية والاقتصادية و وسائل التموين الضرورية لنشاطهم.

- السهر على انضباط العمل داخل المؤسسة.

➤ **مصلحة المالية والمحاسبة:** تتلخص مهامه في

- يسهر على تنفيذ وثائق المحاسبة في آجالها.

- يراقب دفاتر اليومية للمؤسسة وينظم ويتابع عمليات الجرد عند نهاية كل السنة.

- يعمل على المتابعة النظامية للحسابات البنكية، ويراقب ويحلل الوضعية الشهرية لخزينة

المؤسسة.

- يقوم بتوقيف الميزانية ويتأكد من مطابقة النتائج النهائية.

- تسجيل أسعار المنتجات وفقا للمعايير والتكاليف التي تدخل في تصنيع المنتجات.

➤ **مصلحة التجارية:** تتلخص مهامها في:

- يعمل على إحترام القواعد والتعليمات التجارية الموضوعة من طرف المؤسسة.

- يحدد الطرق التطبيقية لتنفيذ البرامج التي تم وضعها.

- يعلم مصلحة الإنتاج بنوعية الإنتاج المطلوب حسب البرامج التي أعدها.

- يدرس السوق عن طريق الموردين و الممولين.

➤ **المخبر:** تمتلك المؤسسة مخبر وهذا لضمان جودة ونوعية وسلامة الإنتاج بالمؤسسة ويكلف

مسؤول المخبر بـ :

- يسهر على إتمام تحاليل العينات بانتظام .
- يعلم المخبر المركزي بكل المشاكل التي تواجهه والغير قابلة للحل على مستوى المؤسسة.
- يشارك ويشرف على تطبيق المقاييس المعمول بها عند الإنتاج.
- يحول التقارير الشهرية والكشوفات التحليلية إلى المخبر المركزي.

➤ **مصلحة الصيانة:** تتلخص مهامها في:

- يحدد طرق وأساليب الصيانة.
- يراقب صحة التركيبات.
- يحدد قائمة تضم قطع الغيار ودراسة كيفية تحسين العتاد.

➤ **مصلحة الإنتاج:** تتلخص مهامها في:

- إحتزام برامج الإنتاج.
- تنظيم مجموعات العمل حسب النشاطات التجارية.
- التحضير لمختلف المواسم لضمان لتوفير المواد الأولية الخاصة بكل موسم بالاشتراك مع مختلف مصالح المؤسسة.
- ضمان نوعية المنتج من خلال احترام معايير وضوابط التطور العلمي
- دراسة الكشوفات و التحاليل للمنتجات واعطاء التوجيهات حول الخلل الذي قد يظهر لتصحيحه في العملية الإنتاجية.

➤ **مصلحة النظافة والأمن:** تتلخص مهامه في:

- يدرس وضعية العمال والأخطار الملحقة بهم و يحدد مقاييس الوقاية المتعلقة بهذه الأخطار.
- يدرس ويوجه النصائح الأمنية لكل الأطراف الفاعلة في المؤسسة.
- يراقب صيانة وتجديد التركيبات ووسائل الأمن (أنابيب المياه، وصلات الكهرباء وأجهزة الأمن).

المبحث الثاني: واقع دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية

إن الهدف من القيام بالدراسة الميدانية هو تقديم عرض تحليلي لواقع دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة وذلك باستخدام الإستمارة كأداة لدراسة.

المطلب الأول: تحليل عناصر الميزة التنافسية والوضعية التنافسية في مؤسسة "قديلة"

أولاً: تحليل عناصر الميزة التنافسية في مؤسسة "قديلة"

يمكن تقسيم مختلف العوامل التي يمكن إعتبارها ميزة تنافسية بالنسبة للمؤسسة محل الدراسة إلى:

01 - طبيعة المسير: من خلال الإستراتيجيات التي تتبناها المؤسسة وطبيعة الهيكل التنظيمي، يمكن أن نوضح أهدافه في:

. **البقاء:** إن كل من طريقة التسيير وطبيعة الأهداف الإستراتيجية تدل على أن البحث عن البقاء والإستمرار هو الهدف الأول للمسير.

. **النمو:** إن طبيعة المسير تجعله يرفض فكرة النمو من خلال التنوع في المنتجات بل يسعى للتنوع في أحجام منتجه الوحيد تجنباً للمخاطرة مع محاولة إكتساح اسواق جديدة.

02 - إدارة الجودة: تخضع منتجات المؤسسة إلى مقاييس الجودة فهي تملك مخابر تحليل ذات تقنية عالية في المراقبة، وتحصلت على شهادة من طرف الوكالة الفرنسية A.F.A.Q ولقد عززت المؤسسة جودة منتجها عند حصولها على جائزة "Golden Award For Food And Beverage" في مدينة برشلونة الإسبانية، حيث مثلت الجزائر في تلك التظاهر التي أدارها الإتحاد الأوروبي لتشجيع المؤسسات الملتزمة بالتميز في أداء الأعمال، وتعتبر المؤسسة الجزائرية الوحيدة ضمن 150 مؤسسة من مختلف دول العالم خلال سنة 2006، وتوجت بهذه الجائزة بكل جدارة كأول مؤسسة منتجة للمياه المعدنية الطبيعية ذات قيمة صحية وجودة عالية، وكما أنها في مشروع للحصول على شهادة الإيزو.

03 - التكنولوجيا: تمتلك المؤسسة تقنيات تكنولوجية معتبرة في:

. **في مجال الإنتاج:** من الملاحظ أن المؤسسة تستخدم تكنولوجيا عالية في العملية الإنتاجية فمختلف الآلات والمعدات حديثة ومواكبة للتغيرات التكنولوجية.

- في مجال الإدارة: تملك المؤسسة نظام معلومات فعال يتشكل من مجموعة متكاملة من تقنيات الإعلام والإتصال الحديثة (الهاتف السلكي واللاسلكي، الفاكس، الإنترنت)، لغرض ضمان تدفق المعلومات بشكل سريع بين مختلف المصالح، إضافة إلى إستخدام مجموعة من البرامج لمعالجة المعلومات.

_ بعض أدوات الإتصال وتبادل المعلومات: حيث نجد:

- الإنترنت: تستخدم في العديد من التعاملات كالبحث عن الموردين إستقبال إستفسارات وطلبات الزبائن.
- برامج تدفق العمل: تتمثل في عملية التسيير الإلكتروني للملفات بين مختلف المصالح.

ثانيا: تحليل الوضعية التنافسية للمؤسسة

يتم تحليل نشاط المؤسسة وفق التشخيص الداخلي وذلك لتحديد نقاط الضعف ونقاط القوة، و التشخيص الخارجي لتحديد الفرص والتهديدات التي تواجهها المؤسسة فيمايلي:

01 - التشخيص الداخلي: يمكن توضيح كل من نقاط القوة ونقاط الضعف لدى المؤسسة وفقا للجدول

التالي:

الجدول رقم (02): نقاط القوة ونقاط الضعف في المؤسسة

نقاط الضعف	نقاط القوة
<p>إعتماد المؤسسة على تسويق منتج وحيد فهذا يعني أن حدوث أي مشكلة أو خطر سيؤدي إلى تهديد بقاء واستمرار المؤسسة.</p>	<p>المنتج: منتج وحيد مطلوب ومطابق لمعايير عالمية.</p>
	<p>الإنتاج: توفير الطلبات في الوقت اللازم، والتنوع في حجم العبوات.</p>
	<p>الجودة: الرقابة على الإنتاج بفضل وجود مخابر ذات تقنية عالية.</p>
	<p>الموارد البشرية: إمتلاك مهارات معتبرة.</p>
	<p>الحصول على شهادة A.F.A.Q سيدعم حتما تنافسيتها.</p>
	<p>تمتلك المؤسسة طاقة إنتاجية كبيرة، مما يجعلها مستعدة لتلبية مختلف الطلبات في الوقت المناسب.</p>
	<p>التميز في السعر حيث يعتبر منتج المؤسسة ذو سعر منخفض مقارنة بالمؤسسات المنافسة.</p>
	<p>كون المؤسسة في مشروع للحصول على شهادة الإيزو.</p>

(المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معلومات مقدمة من طرف رئيس المصلحة التجارية.)

02 - التشخيص الخارجي: يمكن توضيح الفرص و التهديدات التي يوفرها محيط المؤسسة وفقا للجدول التالي:

الجدول رقم (03): تحليل الفرص والتهديدات التي يفرضها محيط المؤسسة

التهديدات	الفرص
كثرة المنافسين الخواص.	إزدهار ونمو سوق المياه المعدنية بالجزائر.
دخول منافس جديد.	نقص المستثمرين الأجانب في هذا المجال مما يجعل المنافسة القائمة بين المؤسسات متقاربة نظرا لتقارب الإمكانيات.
تشجيع الإستثمار الأجنبي من قبل الدولة.	العلامة التجارية معروفة لدى العامة.
	إمكانية فرض السيطرة على المستوى المحلي وتوسيع الحصة السوقية على المستوى الوطني.
	فرص الإستفادة من المساعدات التي توفرها الدولة في إطار دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
	منتج ذو تكاليف منخفضة نسبيا.
	وجود شبكة مياه عامة ذات جودة ونوعية رديئة.

(المصدر : من إعداد الطالبة إعتامادا على معلومات مقدمة من طرف رئيس المصلحة التجارية.)

المطلب الثاني: تحديد منهجية الدراسة

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى حدود الدراسة وإلى طرق جمع البيانات للوصول إلى هدف الدراسة.

أولاً: حدود البحث

تتمثل فيما يلي:

أ- **الحدود المكانية:** أنجزت الدراسة الميدانية على العمال الإداريين لمؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة.

ب- **الحدود الزمنية:** أنجزت الدراسة الميدانية لهذا البحث خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2014_2015.

ج- **الحدود البشرية:** وتتمثل في :

الجدول رقم (04): عدد عمال المؤسسة محل الدراسة

العدد	المستويات
01	المسير
09	المسؤولين
40	الأعوان الإداريين
320	العمال
370	المجموع

(المصدر: من إعداد الطالبة إستنادا على معلومات مقدمة من المؤسسة)

ثانيا. طرق جمع البيانات.

يعتمد البحث على نوعين أساسيين من البيانات:

1-البيانات الأولية: تم الإعتماد بصورة أساسية على أسلوب الإستمارة كأداة لجمع البيانات في موضوع بحثنا المتعلق ب "دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية" حيث تم توزيعها على إدارات المؤسسة محل الدراسة، ومن ثم تفريغها وتحليلها باستخدام برنامج (Statistical Package for SocialScience) SPSS الإحصائي (V.19) وباستخدام الإختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى دلالات ذات قيمة، ومؤشرات تدعم موضوع البحث.

وتعرف الإستمارة بأنها: " أداة أو وسيلة لجمع البيانات في شكل مجموعة من الأسئلة موجهة للمبوحثين ليقوموا بالإجابة عليها."¹

وقد تم إعداد إستمارة حول "دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية" حيث تم تقسيمها إلى ثلاثة أقسام رئيسية والتي تتمثل في :

¹ محمد عبيدات، محمد أبو نصار، "منهجية البحث العلمي"، دائر وائل للنشر: الأردن، 1999، ص63

📌 **القسم الأول:** وهو القسم الخاص بالبيانات الشخصية للمبحوثين وهي (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة والتخصص).

📌 **القسم الثاني:** وهو القسم الخاص بالمتغير الأول والمتمثل في نظام المعلومات المحاسبي ويحتوي على 09 عبارات.

📌 **القسم الثالث:** وهو القسم الخاص بالمتغير الثاني و المتمثل في الميزة التنافسية ويدرس أبعاد هذا المتغير المتمثلة في (التكلفة الأقل، الجودة، التمييز والإبداع) ويحتوي على 15 عبارة.

2- البيانات الثانوية: قمنا بمراجعة الكتب والدوريات والمنشورات الورقية والإلكترونية، والرسائل الجامعية والمقالات والتقارير المتعلقة بالموضوع الدراسة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر والتي ساعدتنا في جميع مراحل البحث. والهدف من خلال اللجوء للمصادر الثانوية في هذه الدراسة، هو التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت وتحديث في مجال بحثنا الحالي.

المطلب الثالث: أدوات الدراسة

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات و إلى عينة الدراسة.

أولاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار الفرضيات، تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS. V19)، من خلال الأساليب الإحصائية المناسبة وهي:

1- مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistic Measures): وذلك لوصف مجتمع البحث وإظهار خصائصه بالإعتماد على النسب المئوية والتكرارات، والإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات البحث حسب أهميتها بالإعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

2- اختبار التوزيع الطبيعي كولمجراف سمرنوف (sample Kolmogorov Smirnov): لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا.

3- معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Coefficient Alpha): وذلك لقياس ثبات أداة البحث.

4_ معامل صدق المحك: وذلك لصدق أداة البحث.

5_ معامل الارتباط الخطي بيرسون (Pearson's Linear Correlation Coefficient): يستخدم

هذا الإختبار للتحقق من وجود علاقة إرتباط خطية بين المتغيرات إضافة إلى مدى قوة واتجاه هذه العلاقة.

ثانيا: عينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة والمستهدف من إطارات مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة والبالغ عددهم (40) إطار، واعتمدنا على طريقة العينة العشوائية في إختيار عينة الدراسة والتي بلغ حجمها (30) إطار والذي يتمثل في 75% من مجموع الإطارات، وبعد فحصها لم يستبعد أي منها نظرا لتحقيقها شروط الإجابة الصحيحة.

وقد تم إستخدام مقياس " ليكرت الخماسي" لقياس إستجابات المبحوثين لعبارات الإستمارة وذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (05) : درجات مقياس ليكرت الخماسي

الإستجابة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	1	2	3	4	5

(المصدر: محمد عبيدات، محمد أبو نصار، "منهجية البحث العلمي"، دائر وائل للنشر: الأردن، 1999، ص156)

وقد تم تحديد الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت الخماسي كالآتي:

جدول رقم (06) : الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت الخماسي

الإستجابة	غير موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	موافق
الدرجة	من 1 إلى 9	من 1.7	من 1.80 إلى 2.59	من 2.60 إلى 3.39	من 3.40 إلى 4.19

(المصدر: محمد عبيدات، محمد أبو نصار، "منهجية البحث العلمي"، دائر وائل للنشر: الأردن، 1999، ص156)

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة

من خلال هذا المبحث سنحاول عرض نتائج الدراسة حيث أولاً سوف نتعرف على خصائص مبحوثي الدراسة ثم نتأكد إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، فيما بعد سيتم عرض نتائج وتحليل محوري الإستبانة، وأخيراً إختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: تحليل نتائج الدراسة

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى صدق وثبات أداة الدراسة وخصائص مبحوثي الدراسة.

أولاً: صدق أداة البحث: يقصد بصدق الأداة (**Validity**) قدرة الإستبانة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها وللتحقق من صدق الإستبانة المستخدمة في الدراسة نعتمد على ما يلي:

أ-صدق المحتوى أو الصدق الظاهري:

تم التأكد من صحة الأداة ومصداقيتها وصحة عباراتها، وذلك بعد أن تم عرضها على عدد من المحكمين، وإعتماد إجماع المحكمين للتأكد من صحة الأداة، وطلب منهم دراسة الأداة وإبداء رأيهم فيها من حيث مدى مناسبة العبارة للمحتوى والنظر في مدى كفاية أداة البحث من حيث عدد العبارات وشموليتها وتنوع محتواها وتقويم مستوى الصياغة اللغوية أو أية ملاحظة أخرى يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو التغيير أو الحذف وفق ما يراه المحكم لازماً، وقمنا بدراسة ملاحظات المحكمين واقتراحاتهم، وتم إجراء التعديلات في ضوء توصيات وآراء هيئة التحكيم، وقد إعتبرنا أن الأخذ بملاحظات المحكمين ولجراء التعديلات المطلوبة هو بمثابة الصدق الظاهري وصدق محتوى الأداة، وبالتالي فإن الأداة صالحة لقياس ما وضعت لأجله.

ب-صدق المحك:

تم حساب معامل صدق المحك من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات "ألفا كرونباخ"، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (07) إذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة البحث بلغ (0.854) وهو معامل جيد ومناسب لأغراض وأهداف هذه الدراسة، كما نلاحظ أيضاً أن جميع معاملات الصدق لمحاور الدراسة وأبعدها جيدة ومناسبة لأهداف هذه الدراسة.

ثانياً: ثبات الأداة (Reliability): ويقصد بها مدى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو كرر الدراسة في ظروف مشابهة باستخدام الأداة نفسها، وفي هذا البحث تم قياس ثبات أداة البحث باستخدام

معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Coefficient Alpha)، الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى (0.730) حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (07): معامل الثبات ومعامل الصدق لمتغيرات الدراسة

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات "ألفا كرونباخ"	معامل الصدق
نظام المعلومات المحاسبي	9	0.451	0.672
الميزة التنافسية	التكلفة الأقل	0.738	0.859
	الجودة	0.556	0.746
	التمييز	0.689	0.830
	الإبداع	0.522	0.722
	المجموع	15	0.453
الإستبانة ككل	24	0.730	0.854

(المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برامج SPSS. V 19)

من خلال الجدول نلاحظ أن معامل الثبات الكلي لأداة الدراسة بلغ (0.730) وهو معامل ثبات جيد ومناسب لأغراض البحث، كما تعتبر جميع معاملات الثبات لمحاور البحث وأبعادها مرتفعة ومناسبة لأغراض الدراسة. وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة الدراسة مما يجعلنا على ثقة كاملة بصحتها وصلاحياتها لتحليل النتائج.

ثالثاً: خصائص مبحوثي الدراسة.

فيما يلي سوف نتطرق إلى دراسة خصائص مبحوثي عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية.

جدول رقم(08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية.

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	15	50%
	أنثى	15	50%
	المجموع	30	100%
العمر	أقل من 30 سنة	7	23.3%
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	19	63.3%
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	2	6.7%
	من 50 سنة فأكثر	2	6.7%
	المجموع	30	100%
المؤهل العلمي	ثانوي	2	6.7%
	الليسانس	18	60%
	دراسات عليا	10	33.3%
	أخرى	00	0%
	المجموع	30	100%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	11	36.7%
	من 5 إلى 10 سنوات	13	43.3%
	أكثر من 10 سنوات	6	20%
	المجموع	30	100%
التخصص	مصلحة المالية والمحاسبة	6	20%
	مصلحة التجارة	8	26.7%

23.3%	7	مصلحة الموارد البشرية
30%	9	مصلحة الإنتاج
00%	0	أخرى
%100	30	المجموع

(المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برامج SPSS. V 19)

يبين الجدول رقم(08) أن (50%) من أفراد عينة البحث من الإناث، و (50%) كانت من الذكور. أما بالنسبة لمتغير العمر يتبين أن الذين ينتمون إلى الفئة العمرية [أقل من 30 سنة] بلغت نسبتهم (23.3%)، بينما تراوحت نسبة المبحوثين ضمن الفئة العمرية [من 30 إلى أقل من 40 سنة] (63.3%)، في حين تراوحت نسبة المبحوثين الذين ينتمون إلى الفئة العمرية [من 40 إلى أقل من 50 سنة] (6.7%)، وفي الأخير (6.7%) من أفراد عينة البحث بلغت أعمارهم [50 سنة فأكثر]. وعليه نستنتج أن غالبية المبحوثين هم من الفئة الشابة.

وبالنسبة لمتغير المؤهل العلمي للمبحوثين يتضح من الجدول رقم(08) أن نسبة (6.7%) من الموظفين مستواهم ثانوي، في حين أن نسبة (60%) منهم حاصلون على شهادة الليسانس، بينما كانت نسبة (33.3%) للموظفين الحاصلون على الدراسات العليا.

وعند ملاحظة سنوات الخبرة لدى المبحوثين نجد أن (36.7%) تقل خبرتهم عن 5 سنوات، و (43.3%) من أفراد عينة البحث سنوات خبرتهم تتراوح ما بين [5 إلى 10 سنوات]، في حين نجد (20%) من أفراد عينة البحث سنوات خبرتهم تفوق 10 سنوات.

أما بالنسبة لمتغير التخصص الوظيفي فقد بلغت نسبة المبحوثين الذين يعملون في مصلحة المالية والمحاسبة (20%)، في حين (26.7%) منهم يعملون في مصلحة التجارة، و(23.3%) من أفراد عينة البحث يعملون بالموارد البشرية، وتقدر نسبة الذين يعملون بمصلحة الإنتاج (30%).

المطلب الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي وتحليل محاور الإستبانة

في هذا المطلب سوف نتأكد من أن البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، ثم بعد ذلك نقوم بتحليل محاور الإستبانة.

أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي

سنعرض اختبار كولمجروف - سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وهو اختبار ضروري في حالة إختبار الفرضيات لأن معظم الإختبارات العلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً.

ويوضح الجدول رقم(09) نتائج الاختبار، حيث أن قيمة مستوى الدلالة لكل محور أكبر من (0.05) (أي $sig. > 0.05$) ، وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

جدول رقم (09): اختبار التوزيع الطبيعي (sample Kolmogorov - Smirnov)

البعد	قيمة Z	مستوى الدلالة
نظام المعلومات المحاسبي	0.123	0.200
الميزة التنافسية	0.145	0.105

(المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برامج SPSS. V 19)

ثانياً: تحليل محاور الإستبانة.

في هذا العنصر سوف نقوم بتحليل محاور الإستبانة بغية الإجابة على أسئلة الدراسة، حيث تم الإعتماد على أساليب الإحصاء الوصفي باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (على مقياس ليكرت 1-5) لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الإستبانة المتعلقة بمتغيري الدراسة: "نظام المعلومات المحاسبي" و"الميزة التنافسية"، وقد تقرر أن يكون المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين عن كل عبارة من خلال تحديد الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت الخماسي.

جدول(10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات نظام المعلومات المحاسبي.

رقم العبارة	فقرات نظام المعلومات المحاسبي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
1	تعتمد المؤسسة على برامج تبادل الملفات لتسهيل عملية إنتقال المعلومات بين الوحدات والأقسام داخل المؤسسة.	4.10	0.548	موافق
2	يعد نظام المعلومات المحاسبي المصدر الأساسي لتزويد الإدارة بالمعلومات المناسبة لعملية إتخاذ القرار الإداري.	3.70	0.837	موافق
3	لدى المؤسسة أجهزة كمبيوتر توفر السرعة في الدخول ومعالجة للمعلومات وتحديثها باستمرار.	4.60	0.498	موافق تماما
4	لدى المؤسسة برمجيات متطورة تعتمد عليها في الحصول على المعلومات التي تساعد في إتخاذ القرارات.	4.23	0.935	موافق تماما
5	لدى المؤسسة قاعدة بيانات كافية وشاملة تستجيب لمتطلبات العمل في المؤسسة.	4.13	0.973	موافق
6	تتوفر لدى المؤسسة شبكة إتصالات حديثة وفعالة لخدمة وتسهيل عملية الاتصال داخل المؤسسة.	4.33	0.606	موفق تماما
7	تعتمد المؤسسة على برامج تسيير علاقات العملاء جد متطورة في تسيير علاقتها مع العملاء.	3.83	0.648	موافق
8	أن المعلومات المحاسبية التي يوفرها النظام لها قيمة تنبؤية تزيد من كفاءة وفعالية الإنتاجية.	3.87	0.819	موافق
9	يوفر لك نظام المعلومات المحاسبي المستخدم المعلومات الضرورية لإتخاذ القرار في وقت سريع.	3.80	0.805	موافق
	نظام المعلومات المحاسبي ككل	4.067	0.387	موافق

(المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برامج SPSS. V 19)

- 1- جاءت العبارة رقم (03) في الترتيب الأول وكان وسطها الحسابي (4.60) بإنحراف معياري (0.498) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 4.20 إلى 5] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت "موافق تماما" .
- جاءت العبارة رقم (06) في الترتيب الثاني وكان وسطها الحسابي (4.33) بإنحراف معياري (0.606) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 4.20 إلى 5] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " موافق تماما".
- 3- جاءت العبارة رقم (04) في الترتيب الثالث وكان وسطها الحسابي (4.23) بإنحراف معياري (0.935) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 4.20 إلى 5] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " موافق تماما" .
- 4- جاءت العبارة رقم (05) في الترتيب الرابع وكان وسطها الحسابي (4.13) بإنحراف معياري (0.973) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " موافق " .
- 5- جاءت العبارة رقم (01) في الترتيب الخامس وكان وسطها الحسابي (4.10) بإنحراف معياري (0.548) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " موافق " .
- 6- جاءت العبارة رقم (08) في الترتيب السادس وكان وسطها الحسابي (3.87) بإنحراف معياري (0.819) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " موافق " .
- 7- جاءت العبارة رقم (07) في الترتيب السابع وكان وسطها الحسابي (3.83) بإنحراف معياري (0.648) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " موافق " .
- 8- جاءت العبارة رقم (09) في الترتيب الثامن وكان وسطها الحسابي (3.80) بإنحراف معياري (0.805) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " موافق " .

9 - جاءت العبارة رقم (02) في الترتيب التاسع وكان وسطها الحسابي (3.70) (بانحراف معياري (0.837) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " موافق ".
يتضح من الجدول رقم (10) وبشكل عام يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور الأول يساوي (4.046) (بانحراف معياري (0.387) مما يدل على عدم وجود تباين كبير بين آراء أفراد الدراسة نحو نظام المعلومات المحاسبي بوجه عام والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي ينتمي إلى الفئة [من 3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت المستخدم وعليه نستنتج أن درجة موافقة أفراد العينة على هذا المحور كانت " موافق "

جدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الميزة التنافسية.

رقم العبارة	أبعاد الميزة التنافسية وعبارات القياس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
أ - التكلفة المنخفضة				
1	التكاليف الإدارية في المؤسسة منخفضة مقارنة مع المؤسسات المنافسة.	3.7	0.799	موافق
2	تسعى المؤسسة إلى إنتاج خدماتها بأقل تكلفة للسيطرة على حصتها السوقية.	3.53	1.008	موافق
3	يؤدي تخفيض التكاليف في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة إلى زيادة رضا العميل.	3.73	0.691	موافق
ب - الجودة				
4	تسعى المؤسسة إلى جعل مواصفات خدماتها مطابقة مع المواصفات القياسية الدولية.	4.43	0.679	موافق تماما
		4.40	0.472	موافق تماما

موافق تماما	0.629	4.47	تقوم المؤسسة بوضع جهة متخصصة لرقابة جودة منتجاتها.	5
موافق تماما	0.547	4.33	تهتم المؤسسة بجودة المنتج لتحقيق رضا الزبائن يتلائم مع إستراتيجية المؤسسة.	6
موافق تماما	0.556	4.37	تهتم المؤسسة بالترويج من خلال وضع خصائص ومميزات جديدة للمنتجات لجذب زبائن جدد.	7
موافق	0.468	3.875	ج - التمييز	
موافق	0.765	3.97	تتميز المؤسسة عن باقي المؤسسات المنافسة بالمهارات و الخبرات المتطورة.	8
موافق	0.915	3.70	يتوفر في المؤسسة فرص لإستخدام تكنولوجيا المعلومات لا تستطيع إمتلاكها المؤسسات الأخرى.	9
موافق تماما	0.407	4.20	تسعى المؤسسة بإستقطاب الأفراد ذو المؤهلات التعليمية والكفاءة العملية.	10
موافق	0.765	3.63	تتميز المؤسسة بخدمات جديدة عن باقي المؤسسات المنافسة .	11
موافق	0.412	4.050	د - الإبداع	
موافق	0.662	3.90	تتخذ المؤسسة سياسات وإجراءات لتطوير خدماتها ومركزها التنافسي.	12
موافق	0.337	3.70	تتحصل المؤسسة على براءات إختراع تزيد من إبتكاريتها لخدماتية.	13
موافق	0.845	3.90	تقوم المؤسسة ببرامج تدريبية لتدعيم مهارتها البشرية لأجل خلق مزايا تنافسية.	14
موافق تماما	0.535	4.70	تقوم المؤسسة بتقييم وتطوير التكنولوجيا المستخدمة في العمليات الإنتاجية.	15

موافق	0.238	3.978	الميزة التنافسية بشكل عام
-------	-------	-------	---------------------------

(المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برامج SPSS. V 19)

1 - الجودة : يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن بُعد "الجودة" جاء بالترتيب الأول وكان وسطه الحسابي (4.40) بإنحراف معياري (0.472) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 4.20 إلى 5] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " **موافق تماما** " وهذا ما يدل على أن المؤسسة تنتج منتج ذات جودة عالية.

2 - الإبداع: يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن بُعد "الإبداع" جاء بالترتيب الثاني وكان وسطه الحسابي (4.050) بإنحراف معياري (0.412) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 3,40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " **موافق** " وهذا ما يدل على أن المؤسسة تهتم بالإبداع لمنتوجها.

3 - التمييز: يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن بُعد "التمييز" جاء بالترتيب الثالث وكان وسطه الحسابي (3.875) بإنحراف معياري (0.468) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 3,40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " **موافق** " وهذا ما يدل على أن المؤسسة تهتم بتمييز لمنتوجها عن المنتوجات المتنافسة.

4- التكلفة الأقل: يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن بُعد "التكلفة الأقل" جاء بالترتيب الرابع وكان وسطه الحسابي (3.439) بإنحراف معياري (0.416) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 3,40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " **موافق** " وهذا ما يدل على أن المؤسسة تهتم بتقليل تكلفة منتجها.

وبناء على ماسبق نستنتج أن تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة قديلة لتعبئة المياه بسكرة جاء متوسطا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات المبحوثين في مؤسسة دراسة عن أبعاد الميزة التنافسية ككل (3.978) بإنحراف معياري (0.238) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة [من 3,40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكرت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " **موافق** ". وهذا يدل على أن مؤسسة قديلة تعتمد على هذه الأبعاد لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة.

المطلب الثالث: إختبار الفرضيات وتفسير النتائج

حتى تتمكن من إختبار فرضيات نموذج الدراسة المبني على نظام المعلومات المحاسبي ودورها في تحقيق الميزة التنافسية لابد من التطرق إلى أهم أسلوب إحصائي الأكثر تعمقا الذي يبين العلاقة بين متغيرات الدراسة و الذي يتمثل في:

معامل الارتباط: يستخدم هذا الإختبار للتحقق من وجود علاقة إرتباط خطية بين المتغيرات إضافة إلى مدى قوة واتجاه هذه العلاقة.

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي وتقليل التكلفة عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول رقم (12): ارتباط نظام المعلومات المحاسبي وتقليل التكلفة

البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
نظام المعلومات المحاسبي وتقليل التكلفة	0.062	0.745

(المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برامج SPSS. V 19)

من خلال النتائج الموضحة في هذا الجدول يتبين أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي وتقليل التكلفة عند مستوى الدلالة (0.05)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.062)، والدلالة الإحصائية (0.745)، ونستنتج أن نظام المعلومات المحاسبي للمؤسسة لا يؤثر على تقليل تكلفة منتوجاتها.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والجودة عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول رقم (13): ارتباط نظام المعلومات المحاسبي و الجودة

البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
نظام المعلومات المحاسبي والجودة	0.553	0.002

(المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برامج SPSS. V 19)

من خلال النتائج الموضحة في هذا الجدول يتبين أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والجودة عند مستوى الدلالة (0.05)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.553)، والدلالة الإحصائية (0.002)، ونستنتج أن نظام المعلومات المحاسبي للمؤسسة يؤثر على تحسين جودة المنتجات.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والتميز عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول رقم (14): إرتباط نظام المعلومات المحاسبي و التمييز

البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
نظام المعلومات المحاسبي والتمييز	0.122	0.521

(المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برامج SPSS. V 19)

من خلال النتائج الموضحة في هذا الجدول يتبين أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والتمييز عند مستوى الدلالة (0.05)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.122)، والدلالة الإحصائية (0.521)، ونستنتج أن نظام المعلومات المحاسبي للمؤسسة لا يؤدي إلى تمييز منتج المؤسسة بين المنتجات المنافسة.

الفرضية الرابعة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والإبداع عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول رقم (15): إرتباط نظام المعلومات المحاسبي و الإبداع

البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
نظام المعلومات المحاسبي والإبداع	0.682	0.000

(المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برامج SPSS. V 19)

من خلال النتائج الموضحة في هذا الجدول يتبين أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والجودة عند مستوى الدلالة (0.05)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.682)، والدلالة الإحصائية (0.000)، نستنتج أن نظام المعلومات المحاسبي يؤدي إلى إبداع للمنتج مما يجعل عليه أكثر تنافسية.

وهذا يتلاءم مع سياسة المؤسسة التي تتركز حالياً مع التشجيع معايير الجودة وروح الإبداع لدى أفرادها.

خلاصة الفصل الثالث:

تعرفنا من خلال هذا الفصل على تعريف مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة، وكذا الهيكلة الإدارية التي تدير وفقها، ولقد إعتدنا في انجاز هذا العمل على طريقة الإستبانة التي وزعناها على الموظفين بالمؤسسة، والتي تحتوي على محورين نظام المعلومات المحاسبي والميزة التنافسية، هدفنا من خلالها إلى الإجابة على إشكالية بحثنا الذي يتمثل في "دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية"، وبعد إسترجاعها قمنا بتفريغها وتحليل بياناتها باستخدام أساليب إحصائية عديدة كالنسب المئوية، المتوسط الحسابي، الإنحراف المعياري، إختبار ألفا كرونباخ، معامل بيرسون للارتباط الخطي ومعامل صدق المحك...، ثم قمنا بعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية وإختبار الفرضيات، وتوصلنا إلى صحة وقبول الفرضيات التي وضعناها بنسب عالية، حيث إستنتجنا أن:

- مستوى نظام المعلومات المحاسبي بالمؤسسة محل الدراسة أخذ الإتجاه الموافق وفقا لمقياس الدراسة.
- مستوى الميزة التنافسية أخذ الإتجاه الموافق أيضا وفقا لمقياس الدراسة.
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي وتقليل التكلفة عند مستوى الدلالة (0.05) بالمؤسسة محل الدراسة.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي وجودة عند مستوى الدلالة (0.05) المنتجات بالمؤسسة محل الدراسة.
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي وتمييز عند مستوى الدلالة (0.05) المنتج بالمؤسسة محل الدراسة.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والإبداع عند مستوى الدلالة (0.05) بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة (0.05).
- إن متغيرات الدراسة تخضع لتوزيع طبيعي:
بعد نظام المعلومات المحاسبي يخضع لتوزيع طبيعي عند مستوى الدلالة الإحصائية $(0.200 > 0.05)$.
- بعد الميزة التنافسية تخضع لتوزيع طبيعي عند مستوى الدلالة الإحصائية $(0.105 > 0.05)$.
- معامل الصدق الكلي لأداة الدراسة بلغ (0.854) ومعامل ثبات الكلي لأداة الدراسة بلغ (0.730) .

الطائفة

تسعى المؤسسات الإقتصادية إلى تحسين أداءها بهدف إستمرارها وبقاءها في السوق وذلك من خلال السعي إلى تحقيق مزايا تنافسية حتى تثبت كيانها بشكل دائم بين المؤسسات المنافسة لها وحتى تقوم المؤسسة بتحقيق هذه المزايا تتطلب وجود بعض التقنيات الحديثة والمتطورة التي تتواكب مع الوقت الحالي والتي تتمثل في نظام المعلومات بمختلف أنواعه وعلى وجه الخصوص موضوع دراستنا والمتمثل في " دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية " وحاولنا من خلال ثلاث فصول الإجابة على الإشكالية المطروحة ومجموعة التساؤلات المرتبطة بها بواسطة فصلين نظريين وفصل ثالث خاص بالدراسة الميدانية التي كانت بمؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة ، وهذه الأخير تنتمي إلى قطاع تشتد فيه درجة المنافسة من وقت لآخر، بمحاولتنا إسقاط ما جاء في الجانب النظري والتعرف على دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية. والتطرق لهذا الموضوع لم يكن ممكنا إلا من خلال التعرف على جميع المفاهيم الأساسية والأبعاد المرتبطة بنظام المعلومات المحاسبي والميزة التنافسية، الأمر الذي مكنا من التعمق في موضوعنا هذا، وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات.

أولاً: نتائج الدراسة

لقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى عدة نتائج تم تقسيمها إلى:

أ - النتائج النظرية: والتي تتمثل في:

✚ خلق مناخ تنافسي جديدا يتطلب من المؤسسة الإهتمام بمنافسيها بنفس قدر الإهتمام بالمستهلك أو أكثر، وذلك من خلال التعرف على نقاط قوتهم وضعفهم والتفوق عليهم وكل هذا يتطلب معلومات هامة قد يحققها نظام المعلومات المحاسبي الفعال.

✚ على المؤسسة العمل على تجديد وتطوير مستمر في ميزتها التنافسية حتى تتفوق على المؤسسة المنافسة.

✚ يلعب نظام المعلومات المحاسبي دورا هاما في مساندة الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة على القيام بوظائف أساسية على أعلى مستوى من الكفاءة و الفعالية.

✚ نظام المعلومات المحاسبي يهدف لتوفير معلومات تساهم حفي وضع الأهداف الإستراتيجية اللازمة من أجل تحقيق الميزة التنافسية والحفاظ عليها.

✚ لا يمكن لأي مؤسسة أن تتمتع بميزة تنافسية إلا إذا توافرت لديها مجموعة من مصادر تنشأ من خلالها هذه الميزة كتقديم خدمات جديدة ومتميزة أو من ناحية التكلفة الأقل للمنتج أو إمتلاك

هذه المؤسسة القدرة على التجديد والإبتكار والتكيف مع محيطها وحاجات عملاءها بطريقة أفضل من منافسيها.

أن البيانات المتمثلة في شكل تقارير مالية تمثل المادة الأولية لنظم المعلومات المحاسبية ذلك بغرض المعالجة وتجهيزها لتكون مخرجات في شكل معلومات محاسبية ملائمة لعملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية.

أهمية قيام المؤسسات بالتحديث المستمر ونشر معلومات محاسبية وخطط مستقبلية للمؤسسة بما يفيد على التنبؤ وتقييم خططها الإستراتيجية مع مراعاة الوضع التنافسي للمؤسسة.

أهمية الثبات في الطرق المحاسبية التي تستخدمها المؤسسات ومعالجة وعرض معلوماتها المحاسبية في التقارير المالية للعديد من الفترات المالية المتعاقبة مما يساعدها بصورة أفضل لملائمة المعلومات المحاسبية وجودتها فتأثر على الميزة التنافسية.

ب - النتائج التطبيقية: وتتمثل في:

إن غالبية إطارات المؤسسة من الفئة الشابة والتي تمثل (63.3%) من مجموع عينة الدراسة.

تتمتع غالبية إطارات المؤسسة بمستوى تعليمي عالي حيث كانت نسبة حاملي شهادة ليسانس (60%)

يتميز إطارات المؤسسة بخبرات مهنية متوسطة حيث كانت نسبة الإطارات التي تفوق خبرتهم المهنية 10 سنوات (20%) من مجموع عينة الدراسة.

مستوى نظام المعلومات المحاسبي بالمؤسسة محل الدراسة أخذ الإتجاه الموافق وفقا لمقياس الدراسة.

مستوى الميزة التنافسية أخذ الإتجاه الموافق أيضا وفقا لمقياس الدراسة.

عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي وتقليل التكلفة عند مستوى (0.05) بالمؤسسة محل الدراسة.

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي وجودة المنتجات عند مستوى (0.05) بالمؤسسة محل الدراسة.

عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي وتمييز المنتج عند مستوى (0.05) بالمؤسسة محل الدراسة.

✚ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي والإبداع عند مستوى (0.05) بالمؤسسة محل الدراسة.

✚ إن متغيرات الدراسة تخضع لتوزيع طبيعي:

بعد نظام المعلومات المحاسبي يخضع لتوزيع طبيعي عند مستوى الدلالة الإحصائية $(0.05 > 0.200)$.

بعد الميزة التنافسية تخضع لتوزيع طبيعي عند مستوى الدلالة الإحصائية $(0.05 > 0.105)$.

✚ معامل الصدق الكلي لأداة الدراسة بلغ (0.854) ومعامل ثبات الكلي لأداة الدراسة بلغ (0.730) .

ثانيا: التوصيات والإقتراحات

في ضوء النتائج السابقة تم التوصل إلى الإقتراحات التالية:

1- في ظل التحولات الإقتصادية الأخيرة يصبح من الضروري على المؤسسة الإستعداد لأي شكل من أشكال المنافسة سواء المحلية أو الأجنبية، وهذا بإعادة تنظيمها وخلق هياكل تقوم بالرقابة واليقظة التنافسية مهمتها جمع وتحليل وتخزين المعلومات حول كل منافسي المؤسسة المباشرين وغير المباشرين، وهذا بوضع نظام المعلومات محاسبي مكلف بإعداد بكل المعلومات حول السوق، المستهلك والمنافسون... الخ.

2- توفير المعلومات الضرورية لجميع المؤسسات الإقتصادية من خلال وضع نظام المعلومات المحاسبي لتحسين ميزات التنافسية وكتساح أسواق جديدة.

3- توعية وتحسيس العمال بالمنافسة والعمل على إكساب المؤسسة ميزة تنافسية وتحقيق أهدافها الإستراتيجية.

4_ ضرورة إهتمام واستمرار المؤسسة بالأبعاد التي تحقق لها التفوق والتميز والعمل على بناء المزايا التنافسية واستدامتها.

5_ العمل على تطوير نظام المعلومات المحاسبي من أجل الكشف المبكر عن الإنحرافات ومواجهتها في الوقت المناسب.

6_ زيادة الاهتمام من قبل المؤسسة بالإستماع إلى مقترحات العاملين لإحداث التغيير بوضع سياسات تشجيعية لتحسين وتمييز المنتج عن طريق الجودة والإبداع.

أفاق البحث

خلال فترة الدراسة تبين للباحث عدة مواضيع التي يرى بأنها تحتاج إلى الدراسة منها:

- أهمية نظام المعلومات المحاسبي في دعم الابتكار في المؤسسة الإقتصادية.
- دور نظام المعلومات المحاسبي في تسيير الموارد البشرية.
- إدارة الجودة الشاملة ودورها في تطوير الميزة التنافسية .
- دور تسيير الكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة.
- علاقة اليقظة التنافسية بالميزة التنافسية للمؤسسة.

قائمة المراجع

الكتب بالعربية

1. أحمد حسين علي حسين، "نظم المعلومات المحاسبية"، مكتبة الإشعاع : الإسكندرية ، 1997.
2. الحفاوي محمد يوسف ، " نظم المعلومات المحاسبية "، دار وائل لنشر: عمان ، 2001
3. حنفي عبد الغفار ، "أساسيات الإدارة المالية"، الدار الجامعة: الإسكندرية، 2003
4. خشبة محمد السعيد، "موسوعة المعلومات والتكنولوجيا"، معهد الدراسات والبحوث الاقتصادية: القاهرة 1971.
5. الدهراوي كمال الدين، " نظم المعلومات المحاسبية "، الدار الجامعة: الإسكندرية، 2001
6. عبد الرزاق محمد قاسم، " نظم معلومات المحاسبية الحاسوبية"، مكتبة دار الثقافة لنشر وتوزيع: عمان، 1998.
7. عبيدات محمد، أبو نصار محمد، "منهجية البحث العلمي"، دائل وائل للنشر: الأردن، 1999
8. فاضل السامرائي إيمان، جلال إبراهيم العبد، " نظم المعلومات الإدارية"، دار صفاء للنشر والتوزيع: عمان، 2004.
9. الكردي منال محمد، جلال إبراهيم العبد، " نظم المعلومات الإدارية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع: عمان، 2005.
10. كنعان نواف، "إتخاذ القرارات الإدارية (بين النظرية والتطبيق)"، دار المسيرة لنشر والتوزيع: الأردن 2009.
11. محمد أحمد حسان، "نظم المعلومات المحاسبية (الإطار الفكري والنظم التطبيقية)"، الدار الجامعية: الإسكندرية، 2006.
12. نبيل مرسي خليل، "الميزة التنافسية في مجال الأعمال"، مركز الإسكندرية للكتاب: مصر 1999.

الكتب بالفرنسية

1. Darbelet et all, " Economie D'entreprise, Edit Foucher", 1er Edition , Paris, 2001
2. Gordon. B. Davis et Autres" Systeme d'information pour le managemen," Volume1 Ed:Economica. Paris. 1986.
3. M.porter,"l'avantage concurrentie Comment devanc ,paris, 1986.
4. Michael porter."l'avantage concurrentiel comment devancer ses concurrents et maintenir son avance ".dunod.paris.1999 .

5. Patrick Gilbert, " la gestion des ressources humaines, éditions d'organisation" France, 1999.
6. Robert Reix " Traitement des informations " édition Vuibert , 2001.

رسائل وأطروحات

1. البحيصي عصام، "مخاطر نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة غزة ، 2006، منشورة.
2. بخوش أحمد، " دور اليقظة وطرح المنتجات الجديدة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة"، رسالة ماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة الجزائر، 2006_2007، منشورة.
3. بن البار سعد، " دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق فعالية الرقابة الداخلية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة بسكرة 2010-2011، غير منشورة
4. بوازيد وسيلة، "مقاربة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة إستراتيجية، جامعة سطيف، 2011-2012 ، منشورة.
5. بويعة عبد الوهاب، " دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الموارد البشرية، جامعة قسنطينة 2011 - 2012 ، منشورة.
6. بودحوش عثمان، " تخفيض التكاليف كمدخل لدعم الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الجزائرية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة إستراتيجية، جامعة سكيكدة 2007-2008 ، منشورة.
7. بوشناف عمار، " الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية : مصادرها تنميتها و تطويرها"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، 2002_2003، منشورة.
8. جويفل أحمد سلامة سليمان، " دور نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في تحقيق فاعلية الرقابة الداخلية"، رسالة ماجستير في المحاسبة، جامعة ، عمان، 2011، منشورة.
9. حجاج عبد الرؤوف، "الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، جامعة سكيكدة ، 2006-2007 ، منشورة.

10. خالد شريف، "تطبيق الجودة الشاملة في المؤسسات"، رسالة ماجستير، في علوم الإعلام والاتصال تخصص تسيير المؤسسات، جامعة الجزائر، 2010-2011، منشورة.
11. رحيل آسيا، "دور الكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الاعمال، جامعة بومرداس ، 2010-2011 ، منشورة.
12. سايجي فيصل، أنظمة المعلومات: إستخداماتها ، فوائدها و تأثيرها على تنافسية المؤسسة، رسالة ماجستير، في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة باتنة، 2008-2009 ،منشورة.
13. صيام وليد زكريا، "دور البيانات والمعلومات المحاسبية في إتخاذ القرارات طويلة الأجل"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 1997-1998، منشورة.
14. عيادي محمد لمين، "مساهمة المراجعة الداخلية في تقييم نظام المعلومات المحاسبي"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال ، جامعة الجزائر، 2007 - 2008، منشورة
15. كحلات سمراء، "تمكين المعرفة في المؤسسة الجزائرية"، رسالة ماجستير في علم المكتبات، جامعة قسنطينة، 2008_2009، منشورة.
16. لحول سامية، "التسويق و المزايا التنافسية"، أطروحة دكتوراه في تسيير المؤسسات ،جامعة باتنة، 2007-2008، منشورة.
17. لونيس نادية، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل الأعمال التجارية للمؤسسات"، رسالة ماجستير في علوم التجارة تخصص إدارة العمليات التجارية، جامعة الجزائر 2010-2011 ، منشورة.
18. محمد الشريف حورية شعبان ، "مخاطر نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية"، رسالة ماجستير في المحاسبة والتمويل ،جامعة غزة، 2006 ، منشورة.
19. مصطفى رجب علي شعبان، " رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، جامعة غزة، 2011 ، منشورة.
20. مناصريه إسماعيل، " دور نظام المعلومات الإدارية في رفع من فعالية عملية اتخاذ القرارات الإدارية"، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة مسيلة 2003 - 2004 ، منشورة.

21. نحاسية رتيبة، "أهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة"، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، 2003_2004، منشورة.
22. يوسف القشي ظاهر شاهر، "مدى فعالية نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الأمان والتوكيدية و الوثيقة في ظل التجارة الإلكترونية"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص محاسبة، جامعة عمان، 2003، منشورة.

الملتقيات ومجلات

1. برحومة عبد الحميد، مراد شريف، "الجودة الشاملة و مواصفات الإيزوا كأداة تفعيل تنافسية المؤسسة الاقتصادية"، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر عدد 03 جوان 2008 .
2. بورنان ابراهيم، يوسف بوخلخال، "رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية"، مداخلة ضمن ملتقى الدولي الرابع حول رأس المال الفكري في مؤسسات الأعمال في الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، يومي 13- 14 ديسمبر 2012.
3. بوشعور حريري، صليحة فلاق، "رأس المال الفكري ودوره في دعم الميزة التنافسية لمتطلبات الأعمال"، مداخلة ضمن ملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في مؤسسات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف، يومي 13- 14 ديسمبر 2012 مشرقى حسين علي، "نظرية القرارات الإدارية"، دار الميسرة للنشر والطباعة: عمان 1997.
4. حديد رتيبة، حديد نوفيل، "اليقظة التنافسية وسيلة تسييرية حديثة لتنافسية المؤسسة"، مداخلة ضمن مؤتمر العلمي دولي حول الأداء المتميز للمؤسسات والحكومات، قسم علوم التسيير، جامعة ورقلة، 08، 09 مارس 2005 .
5. رضا إبراهيم صالح، "رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات"، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2009 .
6. قريشي محمد، "أهمية تثمين مصادر الميزة التنافسية في المؤسسة لضمان الإستمرارية مزايها التنافسية"، مجلة الواحات للبحوث ودراسات، مركز الجامعي بغرداية، العدد 10 ديسمبر 2010.

أَلِهَةُ الْحَقِّ



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة : محمد خيضر بiskرة



كلية: العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
تخصص : فحص محاسبي

الإستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وباركته
صمم هذا الإستبيان الذي بين أيديكم كأداة للبحث العلمي حول موضوع دراسة دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة المياه المعدنية قديلة بiskرة والذي نسعى من خلاله إلى التعرف على آرائكم ومقترحاتكم القيمة والمفيدة حول الفقرات التي يتضمنها الإستبيان، لذا يرجى من سيادتكم التكرم والتفضل علينا بالإجابة على الأسئلة الواردة في الإستبيان، لنتمكن من إجراء التحليل العلمي المطلوب و إثراء جانب البحث العلمي مع التأكيد بأنه سيتم التعامل مع الإجابات بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

ولكم خالص تقديرنا واحتراماتنا.

إشراف الأستاذة :

د/ نعيمة زعرور

من إعداد الطالبة :

آفاق بوسكار

الموسم الجامعي

2015/2014

البيانات الشخصية:

يرجى وضع العلامة (X) في الخانة المناسبة.

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2 - العمر: أقل من 30 سنة من 30 إلى 40 سنة من 40 إلى 50 من 50 فأكثر
- 3- المؤهل العلمي: ثانوي الليسانس دراسات عليا أخرى
- 4- سنوات الخبرة : أقل من 5 سنوات من 5 إلى 10 أكثر من 10
- 5- التخصص: المصلحة المالية مصلحة التجارة مصلحة الموارد البشرية
مصلحة الإنتاج أخرى

المحور الأول :نظام المعلومات المحاسبي

يرجى وضع العلامة (X) في الخانة المناسبة التي تعتقد أنها أكثر ملائمة من وجهة نظرك.

الرقم	الفقرات	لا أوافق تماماً	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تماماً
01	تعتمد المؤسسة على برامج تبادل الملفات لتسهيل عملية إنتقال المعلومات بين الوحدات و الأقسام داخل المؤسسة .					
02	يعد نظام المعلومات المحاسبي المصدر الأساسي لتزويد الإدارة بالمعلومات المناسبة لعملية اتخاذ القرار الإداري .					
03	لدى المؤسسة أجهزة كمبيوتر توفر السرعة في الدخول ومعالجة للمعلومات و تحديثها باستمرار .					
04	لدى المؤسسة برمجيات متطورة تعتمد عليها في الحصول على المعلومات التي تساعد في إتخاذ القرارات .					
05	لدى المؤسسة قاعدة بيانات كافية و شاملة تستجيب لمتطلبات العمل في المؤسسة .					
06	تتوفر لدى المؤسسة شبكة إتصالات حديثة و فعالة لخدمة و تسهيل عملية الإتصال داخل المؤسسة					
07	تعتمد المؤسسة على برامج تسيير علاقات العملاء جد متطورة في تسيير علاقتها مع العملاء .					
08	أن المعلومات المحاسبية التي يوفرها النظام لها قيمة تنبؤية تزيد من كفاءة وفعالية الإنتاجية .					
09	يوفر لك نظام المعلومات المحاسبي المستخدم المعلومات الضرورية لاتخاذ القرار في وقت سريع .					

المحور الثاني : الميزة التنافسية .

هذا المحور يهدف إلى قياس الميزة التنافسية للمؤسسة محل الدراسة على الأبعاد التالية (التكلفة المنخفضة ، الجودة ، التميز ، الابداع) و ذلك طبعا من وجهة نظر اطارتها لذلك نرجو منكم وضع إشارة (X) في المربع المناسب لاختياركم .

الرقم	الفقرات	لا وافق تماما	لا وافق	محايد	أوافق	أوافق تماما
	البعد الأول : التكلفة المنخفضة					
01	التكاليف الإدارية في المؤسسة منخفضة مقارنة مع المؤسسات المنافسة					
02	تسعى المؤسسة إلى إنتاج خدماتها بأقل تكلفة للسيطرة على حصتها السوقية .					
03	يؤدي تخفيض التكاليف في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة إلى زيادة رضا العميل					
	البعد الثاني : الجودة					
04	تسعى المؤسسة إلى جعل مواصفات خدماتها مطابقة مع المواصفات القياسية الدولية .					
05	تقوم المؤسسة بوضع جهة متخصصة لرقابة جودة منتوجاتها .					
06	تهتم المؤسسة بجودة المنتج لتحقيق رضا الزبائن يتلاءم مع استراتيجية المؤسسة					
07	تهتم المؤسسة بالترويج من خلال وضع خصائص و مميزات جديدة للمنتجات لجذب زبائن جدد.					
	البعد الثالث: التمييز					
08	تتميز المؤسسة عن باقي المؤسسات المنافسة بالمهارات و الخبرات المتطورة					
09	يتوفر في المؤسسة فرص لاستخدام تكنولوجيا المعلومات لا تستطيع امتلاكها المؤسسات الأخرى.					
10	تسعى المؤسسة باستقطاب الأفراد ذو المؤهلات التعليمية و الكفاءة العملية .					

					تتميز المؤسسة بخدمات جديدة عن باقي المؤسسات المنافسة .	11
					البعد الرابع: الإبداع	
					تتخذ المؤسسة سياسات و إجراءات لتطوير خدماتها و مركزها التنافسي .	12
					تتحصل المؤسسة على براءات اختراع تزيد من إبتكاراتها الخدمائية .	13
					تقوم المؤسسة ببرامج تدريبية لتدعيم مهارتها البشرية لأجل خلق مزايا تنافسية .	14
					تقوم المؤسسة بتقييم و تطوير التكنولوجيا المستخدمة في العمليات الإنتاجية.	15

شاكرين لكم على حسن تعاونكم

قائمة محكمي الإستبانة

الوظيفة	الإسم واللقب	الرقم
أستاذ مساعد أ بقسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.	مناصرية إسماعيل	01
أستاذ مساعد أ بقسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.	دويخ سعيدة	02
أستاذ محاضر أ بقسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.	بن الساهل وسيلة	03
أستاذ مساعد أ بقسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.	الزير صبرينة	04
أستاذ محاضر ب بقسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.	أقطي جوهرة	05

Corrélations

		TOTAL1	T21
TOTAL1	Corrélation de Pearson	1	,062
	Sig. (bilatérale)		,745
	N	30	30
T21	Corrélation de Pearson	,062	1
	Sig. (bilatérale)	,745	
	N	30	30

Corrélations

		TOTAL1	T22
TOTAL1	Corrélation de Pearson	1	,553**
	Sig. (bilatérale)		,002
	N	30	30
T22	Corrélation de Pearson	,553**	1
	Sig. (bilatérale)	,002	
	N	30	30

Corrélations

		TOTAL1	T23
TOTAL1	Corrélation de Pearson	1	,122
	Sig. (bilatérale)		,521
	N	30	30
T23	Corrélation de Pearson	,122	1
	Sig. (bilatérale)	,521	
	N	30	30

Corrélations

		TOTAL1	T24
TOTAL1	Corrélation de Pearson	1	,682**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	30	30
T24	Corrélation de Pearson	,682**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	30	30

Statistiques

		Y11	Y12	Y13	Y21	Y22	Y23	Y24
N	Valide	29	30	30	30	30	30	30
	Manquante	1	0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,07	3,53	3,73	4,43	4,47	4,33	4,37
Ecart-type		,799	1,008	,691	,679	,629	,547	,556

Statistiques

		Y31	Y32	Y33	Y34	Y41	Y42
N	Valide	30	30	30	30	30	30
	Manquante	0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,97	3,70	4,20	3,63	3,90	3,70
Ecart-type		,765	,915	,407	,765	,662	,837

Statistiques

		Y43	Y44
N	Valide	30	30
	Manquante	0	0
Moyenne		3,90	4,70
Ecart-type		,845	,535

Statistiques

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
N	Valide	30	30	30	30	30	30	30
	Manquante	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		4,10	3,70	4,60	4,23	4,13	4,33	3,83
Ecart-type		,548	,837	,498	,935	,973	,606	,648

Statistiques

		X8	X9
N	Valide	30	30
	Manquante	0	0
Moyenne		3,87	3,80
Ecart-type		,819	,805

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistique	ddl	Signification	Statistique	ddl	Signification
TOTAL1	,123	30	,200 ⁺	,966	30	,425
TOTAL2	,145	30	,105	,972	30	,596

ملخص

لقد جاءت الدراسة بعنوان "دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة" لمعالجة الإشكالية التي تتمثل في ما دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية ، وقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة علمية للدراسة استخدمت لجمع البيانات من المؤسسة محل الدراسة وتحليلها عن طريق SPSS. V 19 ومن بين النتائج التي التوصل إليها:

- يلعب نظام المعلومات المحاسبي دورا هاما في مساندة الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة على القيام بوظائف أساسية على أعلى مستوى من الكفاءة و الفعالية.
 - نظام المعلومات المحاسبي يهدف لتوفير معلومات لوضع أهداف إستراتيجية الأزيمة وصياغتها تساعدها في اتخاذ القرارات الإستراتيجية وتدعم وتساند الإدارة العليا من أجل تحقيق الميزة التنافسية والحفاظ عليها.
 - من بين الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها هي الميزة التنافسية وذلك من خال تعزيز قدرتها على المنافسة حين تنشأ هذه الأخيرة عن طريق تقديم المؤسسة قيمة أكبر للمنافسين، إما من خلال أسعار أقل، أو عن طريق تقديم خدمات متميزة لها منافع أكبر .
- الكلمات المفتاحية: نظام المعلومات ، نظام المعلومات المحاسبي، التنافسية، الميزة التنافسية.

Résumé :

Cette étude a été intitulée «**Le rôle de système d'information comptable pour obtenir un avantage concurrentiel dans l'entreprise de Gueddélah pour mobiliser les bouteilles de l'eau minérales**», pour résoudre le problème qui est: Quel est le rôle du système d'information comptable pour obtenir un avantage concurrentiel et on a utilisé le questionnaire comme un outil scientifique pour collecter les données et l'analyse par SPSS. V 19 Parmi les résultats atteints:

- le système d'information comptable joue un rôle important dans le soutien de la direction stratégique de l'entreprise à remplir des fonctions essentielles au plus haut niveau de l'efficience et l'efficacité.
- Système d'information comptable conçu pour fournir des informations pour le développement des objectifs de la formulation de la stratégie de crise et aider à la prise de décision et le soutien stratégique et soutenir la haute direction afin d'obtenir un avantage concurrentiel et à l'entretenir.
- Parmi les objectifs que l'entreprise cherche à obtenir est l'avantage concurrentiel afin de renforcer leur compétitivité a partir de fournir une plus grande valeur à ses concurrents, soit par des prix plus bas ou en fournissant d'excellents services avec de plus grands avantages.

Les mots clés: système d'information, système d'information comptable, compétitivité, avantage concurrentiel.