

أثر استخدام نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني في خلق ميزة تنافسية بشركات المساهمة الجزائرية دراسة
حالة شركة المطاحن الكبرى للجنوب لولاية بسكرة -الجزائر -

Impact of the use of the electronic accounting information system in creating a competitive advantage in Algerian shareholding companies study of the case of Grand Mills Company for the southern state of Biskra-Algeria-

د. رانية غضاب
جامعة محمد خيضر بسكرة
raniagheddab@gmail.com

د/زوية مخلخل*
جامعة محمد خيضر بسكرة
mansouri.sad@gmil.com

تاريخ النشر: 2020/07/15

تاريخ القبول: 2020/09/22

تاريخ الاستلام: 2020/06/05

ملخص

هدفت دراسة إلى قياس أثر استخدام نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني في خلق ميزة تنافسية بشركات المساهمة الجزائرية دراسة حالة شركة المطاحن الكبرى للجنوب لولاية بسكرة -الجزائر-، حيث تم الاعتماد على الاستبيان كأداة علمية للدراسة، حيث تم توزيعه على العينة المستهدفة، شملت 30 استمارة، وزعت على موظفي مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب بسكرة، كما تم استخدام برنامج SPSS وذلك بهدف اختبار صحة الفرضيات.

خلصت الدراسة إلى وجود علاقة إلى وجود علاقة ايجابية بين نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني بين بعد الإبداع والجودة في المؤسسة محل الدراسة، في حين وجدنا أن نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني لا يؤثر على تحسين جودة المنتجات وتقليل تكلفتها عند مستوى دلالة 0.05.

المصطلحات المفتاحية: نظام، بيانات محاسبية؛ معلومة محاسبية؛ نظام معلومات محاسبي الكتروني؛ ميزة تنافسية.

تصنيف ب آ ج : G3،E4

Abstract:

The study aimed to study the impact of the use of the electronic accounting information system in creating a competitive advantage in Algerian shareholding companies examining the case of the Grand Mills Company for the southern state of Biskra-Algeria-where the questionnaire was relied upon as a scientific tool for the study, which was distributed to the target sample , Including 30 forms, distributed to the staff of the Grand mills of the South in Biskra, and the SPSS programme was used to test the validity of the hypotheses.

The study concluded that there is a correlation between the E-accounting information system and the innovation and quality dimension in the institution in question, while we found that the E-accounting information system does not affect the improvement of product quality and its cost at a significant level of 0.05.

Keywords: system; accounting data; accounting information; electronic accounting informat.

Jel Classification Codes:E4، G3

مقدمة

تواجه المؤسسات اليوم العديد من التحديات نتيجة ما يشهده عالم الأعمال من تطور سريع وعميق في مجالات عدة بسبب التغيرات الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والتكنولوجية التي تفوق كل توقعاتها وإمكاناتها للتحكم أو التأقلم مع الوضع الجديد، وتتأثر هذه الأخيرة بشكل أو بآخر ونجد نفسها مجبرة على التعامل مع معطيات جديدة ومحيط يتميز يوما بعد يوم بمنافسة اشد. وبما أن العالم اليوم في عصر سمي في مرحلة ما بعصر المعلومات ثم أطلق عليه عصر ما بعد الصناعة، وأخيرا أطلق عليه عصر المعرفة، وبغض النظر عن التسمية فإن سمات ملامح العصر ومعايره تختلف جزئيا عن كل ما سبقه وتفرض على كل من يعاصره ضرورة الأخذ بالمفاهيم والآليات الجديدة ومن اخطر آثاره بروز المنافسة كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المؤسسات، ومن هنا أصبحت المؤسسة في موقف يجتم عليها تبني نظام معلوماتي مناسب ألا وهو نظام المعلومات الحاسبي الإلكتروني من اجل اكتساب مزايا تنافسية بتحسين النوعية وخلق الإبداع التكنولوجي وذلك من اجل تعزيز موقعا في السوق ومواجهة ضغوط المنافسين الحاليين والمحتملين .

التساؤل أو الإشكالية

ولتوضيح أكثر هذا الموضوع سنحاول صياغة إشكالية الموضوع على النحو التالي:

ما مدى مساهمة نظام المعلومات الحاسبي الإلكتروني في خلق ميزة تنافسية بمؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب بسكرة؟

فرضيات الدراسة

وللإجابة على التساؤل السابق يتم صياغة الفرضيات التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات الحاسبي الإلكتروني وتقليل التكلفة؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات الحاسبي الإلكتروني والجودة؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات الحاسبي الإلكتروني والتميز؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات الحاسبي الإلكتروني والإبداع.

أهداف الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في:

- دراسة الخلفية النظرية للميزة التنافسية والكشف عن طبيعة العلاقة بينهما؛
- تحديد الأبعاد التنافسية المتحكممة في الميزة التنافسية والكشف عن طبيعة العلاقة بينهما؛
- التأكيد على أهمية ودور نظام المعلومات الحاسبي الإلكتروني كعامل مهم لتحقيق الميزة التنافسية.

منهجية الدراسة

من اجل إحاطة بجوانب موضوع الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، الموافق للدراسة النظرية الذي يهدف إلى المعرفة الدقيقة والمفصلة للنظام المعلومات الحاسبي الإلكتروني والميزة التنافسية. أما في الجانب التطبيقي تم استخدام أسلوب الاستبيان، والاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS، كما نستعين بالمنهج التحليلي الذي يناسب تحليل الجداول المتعلقة بالدراسة.

المحور الأول: الدراسة النظرية**أولاً: مفاهيم عامة حول نظام المعلومات المحاسبي والميزة التنافسية.****1. مفهوم نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني:**

أ- النظام: إطار عامل متكامل يحقق عدة أهداف، فهو يقوم بتنسيق الموارد اللازمة لتحويل المدخلات إلى مخرجات، وهذه الموارد تتراوح من المواد إلى الآلات وعناصر الطاقة الإنتاجية وذلك حسب نوع النظام (احمد زكريا، 2011، ص25).

ب- البيانات المحاسبية: هي عبارة عن حقائق خام وإشارات أولية غير مبوبة وغير منظمة وهي ذات دلالة تاريخية بدرجة كبيرة وليس لها أثر في اتخاذ القرارات وبالتالي فهي ذات قيمة اقتصادية بسيطة، وتكون البيانات المحاسبية في صورة قيم وحقائق وتقديرات مستقلة عن بعضها البعض وهي غير معدة في كثير من الأحيان للاستعمال المباشر (احمد قايد وعلون، 2015، ص116).

ت- المعلومة المحاسبية: عرفت الجمعية الأمريكية للمعلومات المحاسبية بأنها: المعرفة المستقاة من تحليل البيانات التي تتولد من الأنظمة (syeda، 2014، p09).

ث- وتعرف: جميع المعلومات التي تخص الأحداث الاقتصادية التي يتم معالجتها والتقرير عنها بواسطة نظام المعلومات المحاسبي ثم تقديمها للجهات المستفيدة منها سواء من داخل المؤسسة أو من خارجها (tunji، 2012، p19).

والمعلومة المحاسبية مجموعة من الخصائص حيث تعتبر أفضل النتائج التي تم التوصل إليها بالاستناد إلى الدراسات السابقة كانت من قبل مجلس معايير المحاسبة الأمريكي FASB وذلك حين قام بإصدار بيان رقم (2) بعنوان الخصائص النوعية للمعلومة المحاسبية، وحصرت هذه النتائج في خاصيتين أساسيتين هما:

- **الملائمة:** تعتبر الملائمة المعيار الأصلي لقيمة المعلومات حيث تتلاءم المعلومات مع الغرض الذي أعدت لأجله، ويمكن الحكم على مدى الملائمة أو عدم ملائمة المعلومات، بكيفية تأثير هذه الأخيرة على سلوك مستخدميها، وهناك عوامل أخرى تؤثر على درجة ملائمة المعلومات، حيث أن تقرير مستوى الملائمة يتوقف في جانب آخر على حدود الإدراك لمتخذ القرار. فالمعلومات الملائمة هي تلك التي ستؤثر على سلوك متخذ القرار وتجعله يعطي قرارا يختلف عن ذلك القرار الذي كان يمكن اتخاذه في حالة غياب هذه المعلومات وقد تختلف ملائمة هذه المعلومات من شخص لآخر، فما هو مناسب لمستفيد معين ليس بالضرورة يكون مناسب لمستفيد آخر (لعماري، 2010، ص61).

- **الموثوقية:** أي أن تتمتع المعلومة المحاسبية بقدر كاف من الموضوعية وان تعكس الأحداث الاقتصادية التي تمثلها (كحول، 2017، ص470).

ج- **نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني:** بأنه استخدام الكمبيوتر والبرامج المحاسبية المتخصصة لتنفيذ وظائف النظام المحاسبي بدءاً بالمدخلات في المستندات المحاسبية للعمليات المالية المختلفة مروراً بعملية تشغيل هذه المدخلات لاستكمال مراحل الدورة المحاسبية وانتهاءً بمخرجات النظام المحاسبي المتمثلة في القوائم والتقارير المالية (حسين محمد، 2017، ص306).

ثانياً: الميزة التنافسية

هناك عدة تعاريف من بينها:

أ- **تعريف ماك فتريدج:** ما يمكن أن تتحقق إذا كان بمقدورها الاحتفاظ بمستوى مرتفع من الإنتاجية والأرباح مقابل انخفاض في التكاليف وارتفاع الحصة السوقية دون أن يكون ذلك على حساب الأرباح (بليالي، 2005، ص01).

وهناك من اعتبر **الميزة التنافسية على أنها:** مجال تتمتع فيه المؤسسات بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من أثر التهديدات، وتتبع الميزة التنافسية من قدرة المؤسسة على استغلال مواردها المادية أو البشرية، فقد تتعلق بالجودة أو التكنولوجيا،

أو القدرة على خفض التكلفة أو الكفاءة التسويقية أو الابتكار أو التطوير أو وفرة الموارد المالية، أو تمييز الفكر إداري أو امتلاك موارد بشرية مؤهلة (محمد المرسي، 2002، ص174).

من خلال التعريفين السابقين نستنتج ان للميزة التنافسية مجموعة من الخصائص (الزعبي، 2005، ص138):

- أنها تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على منافسيها؛

- أنها تنبع من داخل المؤسسة وتحقق قيمة لها؛

- أنها تنعكس على كفاءة أداء المؤسسة في أنشطتها أو في قيمة ما تقدم للمشتريين أو كليهما؛

- أنها تحقق لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتحديثها؛

- تبنى وتصاغ على اختلاف وليس على تشابه؛

- تؤسس على المدى الطويل باعتبار أنها تختص بالفرص في المستقبل.

ب- أبعاد الميزة التنافسية: للميزة التنافسية مجموعة من الأبعاد تتمثل في (بوبر، 2013، ص16):

- **بعد التكلفة:** يرى Dibuvorth على أنها أي شركة عليها أن تركز على بعد التكلفة من اجل أن تجعل تكاليف إنتاج وتسويق منتجاتها أدنى من الشركات المنافسة لها، ويرى أيضا Aqualanoetal بأن المؤسسات التي تسعى إلى الحصول على حصة سوقية أكبر كالأساس لتحقيق نجاحها وتفوقها هي التي تقدم منتجاتها بكلفة أدنى من المنافسين لها، ويبين Slackatal بأن الكلفة الأقل هي الهدف الرئيسي للشركات التي تتنافس من خلال الكلفة ويوضح Krajenky and Ritzman بأن تخفيض سعر المنتجات يسهم في زيادة الطلب عليها، فضلا عن أنه قد يخفض من هامش الربح إذا لم تنتج المؤسسة منتجاتها بتكاليف منخفضة ويمكن القول هنا أن بعد التكلفة يعد من الركائز الأساسية في نجاح الشركة وتفوقها من خلال تمكينها من الوقوف أمام الشركات المنافسة ومساعدتها في الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية لمنتجات الشركة في السوق، وإن عدم اهتمام الشركة بتخفيض كلفتها قد تكون السبب وراء تدهورها وانسحابها من منتجات وأسواق قائمة.

- **بعد الجودة:** يرى Heizer and Render حصول المؤسسة على القيمة المتوقعة التي تتناسب مع رسالتها يتطلب منها تحديد توقعات الزبائن وورغباتهم عن الجودة والعمل على تحقيقها، وإن الجودة بعد من المزايا التنافسية المهمة والتي تشير إلى الأداء الأشياء بصورة صحيحة لتقديم منتجات تتلاءم مع احتياجات الزبائن.

- **بعد المرونة:** المرونة هي الأساس لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال الاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يلائم حاجات الزبائن والمرونة تعني القدرة على إنتاج مجموعة واسعة من المنتجات وإدخال منتجات جديدة وتعديل الموجودة بسرعة فضلا عن الاستجابة لاحتياجات الزبون على تغيير العمليات إلى طرق أخرى كتغيير طريقة ووقت أداء العمليات، فالزبون يحتاج إلى تغيير العمليات لتوفير أربع متطلبات هي:

■ مرونة المنتج: هي قدرة العمليات على تقديم منتجات جديدة أو معدلة؛

■ مرونة الميزج: وتعني قدرة العمليات لإنتاج مزيج من المنتجات؛

■ مرونة الحجم: وتعني قدرة العمليات على التغيير في مستوى الناتج أو في مستوى نشاط الإنتاج لتقديم أحجام مختلفة من المنتجات؛

■ مرونة التسليم: وتشير إلى قدرة العمليات لتغيير أوقات تسليم المنتجات.

- **بعد الإبداع:** الإبداع هو ذلك المزيج من القدرات والاستعدادات والخصائص الشخصية التي إذا ما وجدت في بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نواتج أصلية وجديدة سواء بالنسبة لخبرات الفرد السابقة أو خبرات المؤسسة أو المجتمع أو العالم إذا كانت النواتج من مستوى الاختراقات الإبداعية في أحد ميادين الحياة الإنسانية.

المحور الثاني: دراسة حالة

أولا: عينة وأدوات وأساليب الدراسة:

أ- عينة الدراسة: تم إجراء الدراسة على موظفي مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب بسكرة، حيث بلغ عدد أفراد العينة 30 فردا، وزعت عليهم بطريقة عشوائية، لم يستبعد أي منها نظرا لتحقيقها شروط الإجابة الصحيحة.

وللإشارة اعتمدنا في دراستنا على المقياس الفئوي "ليكارث الخماسي" الذي يعبر عادة على اتجاهات الأفراد حول كل من المتغير المستقل والمتغير التابع، بحيث يعبر على درجة الموافقة على فقرة معينة، الذي يتضمن لا أتفق تمام (1)، لا أتفق (2)، أتفق إلى حد ما (3)، أتفق (4)، أتفق تمام (5).

ولتحديد طول خلايا مقياس ليكارث الخماسي (الحدود العليا والحدود الدنيا)؛ تم حساب المدى (5-1=4) ثم تقسيمه على عدد الخلايا (4/5=0.8)، ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى للخلية، وعليه سيتم تفسير النتائج حسب الجدول التالي (عيشوش، 2011، ص118):

الجدول رقم (01): إجابات الأسئلة ودلالاتها

الإجابة على الأسئلة	الرمز	المتوسط الحسابي
لا أتفق تماما	1	من 1 إلى أقل من 1.80
لا أتفق	2	من 1.80 إلى أقل من 2.6
أتفق إلى حد ما	3	من 2.6 إلى أقل من 3.4
أتفق	4	من 3.4 إلى أقل من 4.2
أتفق تماما	5	4.2 فأكثر

المصدر: رياض عيشوش (2010/2011)، مساهمة الثقافة التنظيمية في نجاح تطبيق إدارة المعرفة، دراسة حالة بعض وكالات البنوك العمومية بالمسيلة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص اقتصاد وإدارة المعرفة والمعارف - مدرسة الدكتوراه - جامعة بسكرة، ص118.

ب- المعالجة الإحصائية للدراسة: بعد ما أتمنا عملية تحصيل استمارات الاستبيان الصالحة للدراسة التي بلغت ، تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروفة باسم (Statistique Package For Social Science) والذي يرمز له بـ (SPSS) الإصدار 19 من خلال الأساليب الإحصائية التالية :

- التكرار والنسب لمعرفة إجابات أفراد العينة وتحليلها؛
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة اتجاهات وميول آراء أفراد العينة حول كل الأسئلة المطروحة؛
- اختبار التوزيع الطبيعي كولومجروف سمرنوف لمعرفة البيانات اذا كانت تتمتع بالتوزيع الطبيعي ام لا؛
- معامل الثبات الفا كرونباخ وذلك لقياس ثبات أداة الدراسة؛
- معامل الارتباط الخطي بيرسون يستخدم للتحقق من وجود علاقة ارتباط خطية بين المتغيرات اضافة الى مدى قوة واتجاه هذه العلاقة.

ت- ثبات أداة الدراسة: استخدم الباحثين طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة، الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس عند مستوى (0.730) وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (02): معامل الثبات لمتغيرات الدراسة

معامل الصدق	معامل الثبات الفا كرونباخ	عدد العبارات	المحور
0.672	0.451	9	نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني
0.859	0.738	3	الميزة التنافسية
0.746	0.556	4	التكلفة الأقل
0.830	0.689	4	الجودة
0.722	0.552	4	التميز
0.854	0.730	24	الإبداع
			الاستمارة ككل

المصدر : مُعدّ بناءً على مخرجات البرنامج SPSS

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 وصلاحيتها لتحليل النتائج.

ثانيا: تحليل نتائج الدراسة

أ- خصائص مبحوثي الدراسة

جدول رقم (03): توزيع خصائص العينة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

الصفات الشخصية	العناصر	تكرار	%
الجنس	■ ذكر	15	30
	■ 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
المستوى التعليمي	■ ثانوي فأقل	2	6.7
	■ ليسانس	18	60
	■ دراسات عليا	10	33.3
	■ اخرى	00	00
	المجموع	30	100
	■ أقل من 5 سنوات	11	36.7

عدد سنوات الخبرة		المجموع
43.3	13	
20	6	
100	30	
التخصص		المجموع
20	6	
26.8	8	
23.3	7	
30	9	
00	0	
100	30	

المصدر : مُعدّ بناءً على مخرجات البرنامج SPSS

من خلال الجدول نلاحظ:

- بلغت نسبة مشاركة الإناث في الدراسة (50%) 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 الدراسة بلغت أعمارهم 50 فأكثر، وعليه ننتج أن غالبية المبحوثين هم من فئة شابة.
- بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي للمبحوثين يتضح من الجدول أن نسبة (6.7%) من الموظفين مستواهم ثانوي، في حين نسبة (60%) منهم حاصلون على شهادة ليسانس بينما كانت نسبة (33.3%) من الموظفين حاصلين على الدراسات العليا.
- وعند ملاحظة سنوات الخبرة لدى الموظفين نجد أن (36.7%) تقل خبرتهم عن خمس سنوات، و(43.3%) من أفراد عينة البحث سنوات خبرتهم تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات، في حين نجد (20%) من أفراد عينة الدراسة 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 العينة يعملون بالموارد البشرية وتقدر نسبة الذين يعملون بمصلحة الإنتاج (30%).

ب- تحليل محاور الاستبانة

- تحليل فقرات المحور الأول: نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني

الجدول رقم (04): تحليل فقرات المحور الأول

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
01	تعتمد المؤسسة على برامج تبادل الملفات لتسهيل عملية انتقال المعلومات بين الوحدات والأقسام داخل المؤسسة.	4.10	0.548	موافق
02	يعد نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني المصدر	3.70	0.837	موافق

			الأساسي لتزويد الإدارة بالمعلومات المناسبة لعملية اتخاذ القرار.
03	4.60	0.498	لدى المؤسسة أجهزة كمبيوتر توفر السرعة في الدخول ومعالجة للمعلومات وتحديثها باستمرار.
04	4.23	0.935	لدى المؤسسة برامج متطورة تعتمد عليها في الحصول على المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرارات.
05	4.13	0.973	لدى المؤسسة قاعدة بيانات كافية وشاملة تستجيب لمتطلبات العمل في المؤسسة.
06	4.33	0.606	تتوفر لدى المؤسسة شبكة اتصالات حديثة وفعالة لخدمة وتسهيل عملية الاتصال المؤسسة.
07	3.83	0.648	تعتمد المؤسسة على برامج تسيير علاقات العملاء جد متطورة في تسيير علاقاتها مع العملاء.
08	3.87	0.819	إن المعلومات المحاسبية التي يوفرها النظام الإلكتروني لها قيمة تنبؤيه تزيد من كفاءة وفعالية الإنتاجية
09	3.80	0.805	يوفر نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني المستخدم داخل المؤسسة المعلومات الضرورية لاتخاذ القرار في الوقت المناسب.
المجموع العام للمحور			
	4.067	0.387	موافق

المصدر : مُعدّ بناءً على مخرجات البرنامج SPSS

من الجدول نلاحظ مايلي :

- جاءت العبارة رقم (03) في الترتيب الأول وكان وسطها الحساي (4.60) بانحراف معياري (0.498) والملاحظ أن قيمة المتوسط الحساي تنتمي للفئة من [4.20 إلى 5] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة عن هذه العبارة كانت "موافق تماما".
- جاءت العبارة رقم (06) في الترتيب الثاني وكان وسطها الحساي (4.33) بانحراف معياري (0.606) والملاحظ أن قيمة المتوسط الحساي تنتمي للفئة من [4.20 إلى 5] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج إن درجة الموافقة عن هذه العبارة كانت "موافق تماما".
- جاءت العبارة رقم (04) في الترتيب الثالث وكان وسطها الحساي (4.23) بانحراف معياري (0.935) والملاحظ أن قيمة المتوسط الحساي تنتمي للفئة من [4.20 إلى 5] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة عن هذه العبارة كانت "موافق تماما".
- جاءت العبارة رقم (05) في الترتيب الرابع وكان متوسطها الحساي (4.13) بانحراف معياري (0.973) والملاحظ أن قيمة المتوسط الحساي تنتمي للفئة من [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة عن هذه العبارة كانت "موافق".

- جاءت العبارة رقم (01) في الترتيب الخامس وكان وسطها الحسابي (4.10) بانحراف معياري (0.548) والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تنتمي للفئة من [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة عن هذه العبارة كانت "موافق".
- جاءت العبارة رقم (08) في الترتيب السادس وكان متوسطها الحسابي (3.87) بانحراف معياري والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تنتمي للفئة من [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة عن هذه العبارة كانت "موافق".
- جاءت العبارة رقم (07) في الترتيب السابع وكان متوسطها الحسابي (3.83) بانحراف معياري (0.648) والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تنتمي للفئة من [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة عن هذه العبارة كانت "موافق".
- جاءت العبارة رقم (08) في الترتيب الثامن وكان متوسطها الحسابي (3.80) بانحراف معياري (0.805) والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تنتمي للفئة من [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة عن هذه العبارة كانت "موافق".
- جاءت العبارة رقم (02) في الترتيب التاسع وكان متوسطها الحسابي (3.70) بانحراف معياري (0.837) والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تنتمي للفئة من [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة عن هذه العبارة كانت "موافق".
- وبصفة عامة بلغ المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور الأول (4.046) بانحراف معياري (0.387) مما يدل على عدم وجود تباين كبير حول آراء أفراد الدراسة نحو نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني بوجه عام والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي تنتمي للفئة من [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة موافقة أفراد العينة على المحور الأول كانت "موافق".

- تحليل فقرات المحور الثاني

الجدول رقم (05): تحليل فقرات المحور الثاني

رقم العبارة	أبعاد الميزة التنافسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
	التكلفة المنخفضة			
01	التكاليف الإدارية في المؤسسة منخفضة مقارنة بالشركات المنافسة.	3.7	0.799	موافق
02	تسعى المؤسسة إلى إنتاج خدماتها بأقل تكلفة ممكنة للسيطرة على حصتها السوقية.	3.53	1.008	موافق
03	يؤدي تخفيض التكاليف في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة إلى زيادة رضا الزبون.	3.73	0.691	موافق
	الجودة			
		4.40	0.472	موافق تماما

04	تسعى المؤسسة إلى جعل موصفات خدماتها مطابقة مع المواصفات القياسية الدولية.	4.43	0.679	موافق تماما
05	تقوم المؤسسة بوضع جهة متخصصة لرقابة جودة منتجاتها.	4.47	0.629	موافق تماما
06	تهتم المؤسسة بجودة منتجاتها بتحقيق رضا الزبون يتلاءم مع استراتيجية المؤسسة.	4.33	0.547	موافق تماما
07	تهتم المؤسسة بالترويج من خلال وضع خصائص ومميزات جديدة للمنتجات لجذب زبائن جدد.	4.37	0.556	موافق تماما
	التمييز	3.875	0.468	موافق
08	تتميز المؤسسة عن باقي المؤسسات المنافسة بالمهارات والخبرات المتطورة.	3.97	0.765	موافق
09	يتوفر في المؤسسة فرص لاستخدام تكنولوجيا المعلومات لا تستطيع امتلاكها المؤسسات الأخرى.	3.70	0.915	موافق
10	تسعى المؤسسة إلى استقطاب الأفراد ذو المؤهلات التعليمية والكفاءة العملية.	4.20	0.407	موافق تماما
11	تتميز المؤسسة بخدمات جديدة بعيدة عن باقي المؤسسات المنافسة.	3.63	0.412	موافق
	الإبداع	4.050	0.412	موافق
12	تتخذ المؤسسة سياسات وإجراءات خدماتها ومركزها التنافسي.	3.90	0.662	موافق
13	تتحصل المؤسسة على براءات الاختراع تزيد من ابتكاراتها الخدمائية.	3.70	0.337	موافق
14	تقوم المؤسسة ببرامج تدريبية لتدعيم مهاراتها البشرية لأجل خلق مزايا تنافسية.	3.90	0.845	موافق
15	تقوم المؤسسة بتقييم وتطوير التكنولوجيا المستخدمة في العمليات الإنتاجية.	4.70	0.535	موافق تماما
	المجموع العام	3.978	0.238	موافق

المصدر: مُعدّ بناءً على مخرجات البرنامج SPSS

من خلال الجدول نلاحظ:

- **الجودة:** يتضح من خلال الجدول أن بعد الجودة جاء في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (4.40) وانحراف معياري (0.472) والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي ينتمي إلى الفئة [4.20 إلى 5] حسب مقياس ليكرات الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارات كانت "موافق تماما" وهذا ما يدل على أن المؤسسة تنتج منتج ذات جودة عالية.

- الإبداع: يتضح من خلال الجدول أن بعد الإبداع جاء في الترتيب الثاني وكان وسطه الحسابي (4.050) بانحراف معياري (0.412) والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط ينتمي إلى الفئة من [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت "موافق" وهذا ما يدل على أن المؤسسة تهتمم بالإبداع عند إنتاج منتجاتها.

- التميز: يتضح من خلال الجدول أن بعد التميز جاء في الترتيب الثالث وكان وسطها الحسابي (3.875) بانحراف معياري (0.468) ومن الملاحظ القيمة المتوسط الحسابي ينتمي للفئة [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت "موافق" وهذا ما يدل على أن المؤسسة تهتمم بالتميز عند إنتاج منتجاتها.

- التكلفة الأقل: يتضح من خلال الجدول ان بعد التكلفة الأقل جاء في الترتيب الرابع وكان وسطها الحسابي (3.439) بانحراف معياري (0.416) ومن الملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي ينتمي للفئة [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت "موافق" وهذا ما يدل على ان المؤسسة تهتم بتقليل تكلفة منتجاتها. وبصفة عامة نستنتج ان تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة جاء متوسطا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ المتوسط الحسابي لإجابات الباحثين في مؤسسة ككل 3.978 بانحراف معياري (0.238) والملاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي ينتمي للفئة [3.40 إلى 4.19] حسب مقياس ليكارت الخماسي وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت "موافق".

ثالثا: اختبار الفرضيات

أ- الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني وتقليل التكلفة عند مستوى معنوية (0.05)

جدول رقم (06): ارتباط نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني وتقليل التكلفة

المصدر	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني وتقليل التكلفة	0.062	0745

المصدر: مُعدّ بناءً على مخرجات البرنامج بثلاث

من خلال النتائج الموضحة يتضح انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني وتقليل التكلفة عند مستوى دلالة 0.05، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.062) والدلالة الإحصائية (0.745) وبالتالي نستنتج أن نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني للمؤسسة لا يؤثر على تقليل تكلفة منتجاتها؛

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

الجدول رقم (07): ارتباط نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والجودة

المصدر	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والجودة	0.553	0.002

المصدر: مُعدّ بناءً على مخرجات البرنامج بثلاث

من الجدول نلاحظ انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والجودة عند مستوى دلالة (0.05) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.553) والدلالة الإحصائية (0.002) وبالتالي نستنتج أن نظام المعلومات المحاسبي

الإلكتروني للمؤسسة يؤثر في تحسين الجودة .

ت- الفرضية 03: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والتميز
الجدول رقم (08): ارتباط نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والتميز

البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والتميز	0.122	0.521

المصدر: مُعدّ بناءً على مخرجات البرنامج مثبتت

من خلال الجدول نلاحظ انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والتميز عند مستوى دلالة (0.05) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.122) والدلالة الإحصائية (0.521)، ومنه نستنتج أن نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني لا يؤدي إلى تميز منتجات المؤسسة وبين المنتجات المنافسة.

ث- الفرضية 04: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والإبداع عند مستوى معنوية (0.05)

الجدول رقم (09): ارتباط نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والإبداع

البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والإبداع	0.682	0.000

المصدر: مُعدّ بناءً على مخرجات البرنامج مثبتت

من الجدول نلاحظ انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني والإبداع عند مستوى معنوية (0.05) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.682) والدلالة الإحصائية (0.000)، وبالتالي نستنتج أن نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني يؤدي إلى إبداع المنتج مما يجعل عليه أكثر تنافسية.

خاتمة

تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى تحسين أداءها بهدف استمرارها وبقائها في السوق وذلك من خلال السعي إلى تحقيق مزايا تنافسية حتى تثبت كيانها بشكل دائم بين المؤسسات المنافسة وحتى تستطيع المؤسسة من تحقيق هذه المزايا تتطلب وجود بعض التقنيات الحديثة والمتطورة التي تتواءم مع الوقت الحالي والتي تتمثل في نظام المعلومات الإلكتروني، ومن خلال دراستنا لهذا الموضوع تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والخروج بجملة من التوصيات.

أهم النتائج المتوصل إليها:

- على المؤسسة العمل على تجديد وتطوير مستمر في ميزتها التنافسية حتى تتفوق على المؤسسات المنافسة؛
- يلعب نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني دورا هاما في مساندة الإدارة الاستراتيجية للمؤسسة على القيام بوظائف أساسية على أعلى مستوى من الكفاءة والفعالية؛
- لا يمكن للمؤسسة أن تتمتع بميزة تنافسية إلا إذا توفرت لديها مجموعة من المصادر تنشأ من خلالها هذه الميزة كتقديم خدمات جديدة ومتميزة أو من ناحية التكلفة الأقل للمنتج أو امتلاك هذه المؤسسة القدرة على التجديد والابتكار والتكيف مع محيطها وحاجات عملائها بطريقة أفضل من منافسيها.

أهم التوصيات المقترحة:

- توفير المعلومات الضرورية لجميع المؤسسات الاقتصادية من خلال وضع نظام محاسبي إلكتروني لتحسين ميزتها التنافسية ولاكتساح

أسواق جديدة؛

- توعية وتحسيس العمال بالمنافسة والعمل على إكساب المؤسسة ميزة تنافسية وتحقيق أهدافها الاستراتيجية؛
- ضرورة اهتمام المؤسسة بالأبعاد التي تحقق لها التميز والعمل على بناء المزايا التنافسية واستدامتها؛
- العمل على تطوير نظام معلومات محاسبي الكتروني من اجل الكشف المبكر عن الانحرافات ومواجهتها في الوقت المناسب.

المراجع

• الكتب

1. احمد زكريا زكي عصيمي، نظم المعلومات المحاسبية مدخل معاصر، دار المريخ، الرياض، 2011، ص 25.
2. علي حسن الزغبي، نظم المعلومات الاستراتيجية مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، الاردن، 2005، ص 13.
3. مال الدين محمد المرسي وآخرون، التفكير الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية، منهج تطبيقي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 174.

• المقالات

– المقالات باللغة العربية:

4. أحمد قايد نور الدين، علون محمد أمين، أثر استخدام أنظمة التشغيل الإلكتروني للبيانات المحاسبية على التدقيق الداخلي، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد 03، جوان 2015، ص 116.
5. أحمد لعماري، المعلومة المحاسبية وترشيد القرار في ظل تطبيق النظام المحاسبي المالي بالجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، المركز الجامعي بالوادي، الجزائر، العدد الأول، 2010، ص 61.
6. كحول صورية، دور المعلومة المحاسبية في تحسين اتخاذ القرارات بالمؤسسة الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 49، 2017، ص 470.
7. م مرييار محمد حسين محمد، الإفصاح الإلكتروني في القوائم المالية ودوره في الحد من عدم تماثل المعلومات المحاسبية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد 01، العدد 37، 2017، ص 306.

– المقالات باللغة الإنجليزية:

8. Syeda Tamanna fahin ، rol of Accounting Infrmation in Strategic Decision Making in Manufacturing Industries in Bangladesh. Journal of management and business research. vol14، 2014، p09
9. Trimisiu Tunji، Accounting Infrmation As An aid To mangement Decision Making، Journal of management and Sciences Resarch، vol 01، 2012، P19.

• الأطروحات

10. ياسين بوبكر، سلسلة الطلب والميزة التنافسية، دراسة حالة الوكالة التجارية للاتصالات-الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص: اقتصاد صناعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012-2013، ص 16.
11. رياض عيشوش، مساهمة الثقافة التنظيمية في نجاح تطبيق إدارة المعرفة، دراسة حالة بعض وكالات البنوك العمومية بالمسيلة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص اقتصاد وإدارة المعرفة والمعارف-مدرسة الدكتوراه-جامعة بسكرة، 2010/2011، ص 118.

• المداخلات:

12. أحمد بلالي، تنافسية المؤسسة وتحديات اقتصاد المعرفة، مداخلة إلى الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسة، المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات والاقتصاديات، كلية العلوم الاقتصادية والحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، نوفمبر 2005، ص 01.