مجلـة الاقتصاد والتنمية المستدامة
المجلد:05/ العـدد:02 (2022)، ص1037-1053
EISSN: 2661-7986 ISSN: 2773-2606

دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية ـ دراسة حالة مؤسسة نفطال التجارية وحدة المسيلة ـ

Title in English

The role of the accounting information system in achieving competitive advantage

موسى بن عيسي [1*]، فائزة لعراف [2]

[1] جامعة محمد بوضياف (الجزائر)، Moussa.benaissa@univ-msila.dz

[2] جامعة محمد بوضياف (الجزائر)، Faiza.laaraf@univ-msila.dz

تاريخ الاستلام:2022/03/31 تاريخ القبول:2022/07/02 تاريخ النشر:2022/09/01

مستخلص:

تهدف الدراسة للتعرف على دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية، خاصة في ظل التطور العلمي والتكنولوجي واشتداد حدة التنافس، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم إرفاق الدراسة النظرية بدراسة تطبيقية على مستوى مؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة.

توصلت الدراسة إلى أن نظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة له دور هام في دعم استراتيجيه المؤسسة، وذلك من خلال تكامل النظم الفرعية لنظام المعلومات المحاسبي والتنسيق فيما بينها لإنتاج معلومات محاسبية دقيقة وتقديمها بالسرعة المطلوبة للمسيرين لاتخاذ قرارات سليمة، بالإضافة إلى التكامل بين موارد نظام المعلومات المحاسبي . المادية والبشرية . مما يساهم في تحقيق أبعاد الميزة التنافسية.

الكلمات المفتاحية: نظام المعلومات المحاسبي؛ تكنولوجيا المعلومات؛ الميزة التنافسية.

تصنيفات JEL: M41؛ M15؛ L21.

Abstract :

The study aims to identify the role of the accounting information system in achieving competitive advantage, especially in light of the scientific and technological development and intensified competition between institutions, where the theoretical study was attached to an applied study at the level of The Naftal Commercial Corporation in the means.

The study found that the accounting information system of The Naftal Commercial Corporation has an important role in supporting the foundation's strategy, through the integration of the subsystems of the accounting information system and placement among them to produce accurate accounting information and provide it as quickly as required for the facilitators to make sound decisions. In addition to integrating accounting information system resources , Material and human, This contributes to achieving the dimensions of the competitive advantage

Keywords: Accounting information system; Information Technology; competitive advantage.

JEL Classification: M41 ; M15 ; L21

*المؤلف المرسل.

مقدمة

يشهد العالم اليوم ثورة تكنولوجية في مجال المعلومات باعتبارها موردا هاما في شتى مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، خاصة في ظل بيئة تتميز بالتعقيد والتغيير المستمر، ومع تطور حجم المؤسسات وتعدد العمليات واشتداد حدة المنافسة أصبح الأمر ملح على أي مؤسسة اقتصادية استغلال هذا المورد والاستفادة من مزاياه، وذلك من خلال إعداد نظام للمعلومات بغرض التحكم الجيد في الكم الهائل من البيانات الناتجة عن مختلف الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة ومعالجتها وفق ترتيبات محددة من أجل إنتاج معلومات تلبي حاجات مستخدميها، والسعي لتحقيق أهداف المؤسسة وفق استراتيجياتها التنافسية.

يعتبر نظام المعلومات المحاسبي احد الأنظمة الهامة في المؤسسة الاقتصادية والذي من خلاله يتم تزويد مختلف الأطراف الداخلية والخارجية بالمعلومات الضرورية عن الأنشطة التي تمارسها المؤسسة في الوقت المناسب وبالشكل الملائمة.

الإشكالية: نسعى في هذه الدراسة إلى الإجابة على السؤال التالي:

ما دور نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة؟

فرضيات الدراسة: للإجابة على الإشكالية المطروحة تم الانطلاق من الفرضيات التالية:

- لنظام المعلومات المحاسبي دور هام في تحقيق أهداف المؤسسة ودعم استراتيجيتها.
- لنظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة القدرة على تخفيض التكاليف.
- لنظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة القدرة على تحقيق ميزة تميز الخدمة.

أهداف الدراسة: نسعى من خلال دراستنا إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على نظام المعلومات المحاسبي ووظائفه داخل المؤسسة.
- التعرف على الميزة التنافسية وأبعادها.
- إبراز أهمية نظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال ودوره في تحقيق الميزة التنافسية.

منهج الدراسة: للإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار فرضيات الدراسة قمنا باعتماد المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري للدراسة، بالإضافة إلى منهج دراسة تطبيقية من خلال

الزيارة الميدانية لمؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة وإجراء المقابلات الشخصية مع إطارات المؤسسة وتدوين الملاحظات.

1- الإطار المفاهيمي لنظام المعلومات المحاسبي

1-1 مفهوم نظام المعلومات المحاسبي

يعرف نظام المعلومات بأنهّ: "مجموعة من المكونات المربوطة مع بعضها البعض بشكل منتظم من أجل إنتاج المعلومات المفيدة وإيصالها إلى المستخدمين بالشكل الملائم والوقت المناسب ولمساعدتهم في أداء الوظائف الموكلة إليهم" (الدهراوي و كامل، 2000، صفحة 15)، وتعرف المعلومات المحاسبية بأنها"مجموعة من البيانات المحاسبية التي يتم تجهيزها وعرضها بطريقة منظمة ونافعة في عملية اتخاذ القرار" (القيومي، 1999، صفحة 85)، أما نظام المعلومات المحاسبي يعرف بأنه "ذلك الجزء الأساسي والهام من نظام المعلومات الإداري بالمؤسسة في مجال الأعمال، الذي يقوم بحصر وتجميع البيانات المالية من مصادر خارج وداخل المؤسسة لغرض تشغيل هذه البيانات وتحويلها إلى بيانات مالية لمستخدمي هذه المعلومات خارج وداخل المؤسسة" (حسين، 2005، صفحة 47).

من خلال ما سبق يمكن القول بان نظام المعلومات المحاسبي هو نظام هام داخل المؤسسة ويتكون من مجموعة من العناصر والأجزاء المترابطة مع بعضها البعض بهدف جمع ومعالجة وخزن البيانات المتعلقة بنشاط المؤسسة وتحويلها إلى معلومات محاسبية لمختلف المستخدمين.

1-2 أهداف نظام المعلومات المحاسبي

يهدف نظام المعلومات المحاسبي إلى توفير المعلومات المحاسبية التي تلبي احتياجات المستخدمين الداخليين والخارجيين ونلخص أهم أهداف النظام فيما يلي (حجر، 2004، صفحة 35):

- **تسجيل العمليات واستخلاص النتائج:** حيث يقوم نظام المعلومات المحاسبي بتسجيل العمليات الناتجة عن العديد من الأحداث المالية التي تحدث في المؤسسة من واقع المستندات وترحيلها وتجميعها وتخزينها عبر مجموعة من الإجراءات لاستخلاص النتائج عنها في شكل تقارير مالية.
- **خدمة المستويات الإدارية:** يهدف نظام المعلومات المحاسبي لخدمة الإدارة ومستوياتها من خلال ما ينتجه من معلومات محاسبية تلائم كل مستوى إداري، حيث يقدم معلومات ملائمة ودقيقة تساعد الإدارة الدنيا لمعرفة سير العمل اليومي،

والإدارة الوسطى لتقييم الأداء، أما المعلومات الموجهة للإدارة العليا تعبر عن نتائج تلخص الأعمال والأحداث الماضية لغرض رسم السياسات ووضع الموازنات المستقبلية.

3-1 خصائص نظام المعلومات المحاسبي

يتميز نظام المعلومات المحاسبي بعدة خصائص نذكرها فيما يلي (الحفناوي، 2000، الصفحات 58-59):

- أن يحقق السرعة والدقة في معالجة البيانات المالية عند تحويلها لمعلومات محاسبية.
- أن يزود الإدارة بالمعلومات المحاسبية الضرورية في الوقت الملائم لاختيار البدائل واتخاذ القرار المناسب.
- أن يزود الإدارة بالمعلومات الكافية لتحقيق الرقابة وتقييم الأنشطة.
- أن يقدم المعلومات اللازمة للمستويات الإدارية المختلفة لأجل القيام بالمهام التخطيطية.

بالإضافة إلى الخصائص السابقة نجد أن نظام المعلومات المحاسبي نظاما شاملا لجميع عمليات المؤسسة ذات الطابع الاقتصادي، كما انه مرن يمكن تطويره أو تعديله وقت ما استدعيت الحاجة.

4-1 وظائف نظام المعلومات المحاسبي

لنظام المعلومات المحاسبي العديد من الوظائف نحصرها في النقاط التالية (ديبان و عبد اللطيف، 2004، الصفحات 20-21):

- **تجميع البيانات**: تتضمن عملية تجميع البيانات عدة خطوات مثل تسجيل البيانات والتحقق من دقتها واكتمالها، وقد تكون تلك البيانات من داخل وخارج المؤسسة الاقتصادية أو ناتجة عن التغذية العكسية.
- **تشغيل البيانات**: وتشمل تصنيف البيانات وعمليات الترتيب والدمج والتلخيص والمقارنة.
- **إدارة البيانات**:يقصد بعملية إدارة البيانات كل عمليات التخزين والحفظ والتحديث وكذلك الاسترجاع لغرض الاستخدام.

- **رقابة البيانات**: وتشمل وظيفة رقابة البيانات عدة إجراءات لضمان حماية الأصول من الضياع والتأكد من دقة البيانات.
- **توفير المعلومات**: تتضمن هذه الوظيفة خطوات متعددة كالتفسير والتقرير وتوصيل المعلومات للمستخدمين.

2- الأسس العامة للميزة التنافسية

2-1 مفهوم الميزة التنافسية

تعرف الميزة التنافسية بأنها" المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمؤسسة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون من وجهة نظر العملاء الذين يدركون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون" (السلمي، 2011، صفحة 104).

وحسب مايكل بورتر فان الميزة التنافسية "تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين" (السالم، 2021، صفحة 240).

من خلال ما سبق يمكن اعتبار الميزة التنافسية على أنها امتلاك المؤسسة لمجموعة من الخصائص التي تجعلها في مركز أفضل من المؤسسات الناشطة في نفس المجال، وقد تكون هذه الخصائص في شكل مهارة أو تقنية أو طريقة جديدة لإنتاج منتجات أو ابتكار خدمات تمنح للمؤسسة أسبقية عن المنافسين، كما تمثل الميزة التنافسية القاعدة الأساسية التي يرتكز عليها أداء المؤسسات، ومن أهم خصائصها نذكر ما يلي (قطب، 2012، صفحة 82)

- أنها تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة.
- أنها تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين.
- أنها تنعكس في كفاءة المؤسسة من خلال أنشطتها أو فيما تقدمه للمشترين أو كليهما.
- أنها تمنح الأسبقية للمؤسسة من خلال التأثير على المشترين وإدراكهم للأفضلية.
- أنها تغطي مدة طويلة وقابلة للتطوير والتجديد.

2-2 أهمية الميزة التنافسية

شغلت الميزة التنافسية حيز كبير من اهتمام الباحثين في مجال الإدارة والإعمال، ومن أهميتها نذكر ما يلي (فرحان و مكي، 2012، صفحة 148):

- سلاحا لمواجهة تحديات السوق والمؤسسات المناظرة من خلال قيام المؤسسة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل.
- معيار لتحديد المؤسسات الناجحة من غيرها لكونها تتميز بإيجاد نماذج جديدة متفردة يصعب تقليدها، ومتاحة بشكل واسع وأن المنافسين على علم بها.
- تساعد على معرفة رغبات الزبائن والعمل على تلبيتها، وذلك من خلال دراسة السوق وتحديات المنافسين.
- تساهم في تطوير أداء العاملين وتشجع الإدارة على الإبداع.
- تعد معيار لتحديد المؤسسات الناجحة من غيرها.
- تساهم في استغلال الموارد المادية والإمكانيات البشرية بكفاءة.

3-2 أنواع الميزة التنافسية

حسب مايكل بورتر هناك نوعين من الميزة التنافسية وهما(Michael, 2000, p. 85) :

ميزة التكلفة الأقل: يمكن للمؤسسة اكتساب ميزة التكلفة الأقل إذا كانت تكاليفها المجمعة للأنشطة المنتجة للقيمة أقل من تكاليف المنافسين. وهناك عدة عوامل التي تساعد على اكتساب ميزة التكلفة ومنها:

- مراقبة الحجم: التحكم في وسائل الإنتاج والتوسع في السوق وذلك بتخفيض التكاليف.
- مراقبة التعلم: ويشير إلى المهارات والتكوين والتدريب والخلفية العلمية لإطارات ومستخدمي المؤسسة.
- مراقبة الإجراءات: أي تحديد الإجراءات اللازمة للقيام بالأنشطة بقصد تقليل التكاليف.
- مراقبة الروابط: أي مراقبة الروابط الموجودة بينها وبين جميع المتعاملين معها.

ميزة التمييز: تصنف المؤسسة بأنها تملك ميزة التميز إذا كان بمقدورها الحيازة على خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها.

وتستند ميزة التمييز على العوامل التالية:

- الإجراءات التقديرية: تقوم المؤسسة باختيار الأنشطة والإجراءات المهمة مثل خصائص المنتج، خدمات ما بعد البيع.

- الروابط: والمتمثلة في الروابط بين المنتجات والروابط بين المتعاملين مع المؤسسة.
- التموقع: أي اختيار المكان المناسب للنشاط.

4-2 أبعاد الميزة التنافسية

تتحقق الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال توفرها على عدة أبعاد أساسية أهمها:

بعد التكاليف: تعتبر ميزة التكلفة الأكثر اعتمادا والأجدر لكسب الميزة التنافسية، حيث يرتكز هذا البعد على الهيكل التكاليفي للمؤسسة ومدى التحكم فيه، وذلك من خلال التحديد الدقيق للأنشطة المنتجة للقيمة وتفصيل العناصر المكونة لتكلفة كل نشاط، مما يتيح للمؤسسة التفوق على المنافسين من ناحية التحكم في التكاليف وتخفيضها إلى المستويات المستهدفة.

بعد الجودة: تعد الجودة بعد استراتيجي هام من أبعاد الميزة التنافسية، حيث أن المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية هي التي يمكن الاعتماد عليها والثقة بها لانجاز الوظائف المصممة لأدائها، إذ تمكن الجودة من تقديم منتجات تلبي حاجات ورغبات العميل (سالم، 2018، صفحة 240).

بعد المرونة: يشير هذا البعد إلى مدى تكيف المؤسسة وعملياتها ونظامها الإنتاجي مع حجم الطلب وأنماطه وأذواق العملاء التي تتأثر بفعل تغير بيئة الأعمال، مما يجب تجنيد اليقظة والقدرة الفائقة على مواكبة تلك التغيرات على مستوى عملية الإنتاج.

الوقت والتسليم:. يقصد ببعد التسليم توفير المنتجات في المكان والزمان المطلوبين من خلال السرعة في التهيئة والإعداد، والتسليم في الوقت المحدد، بالإضافة إلى وقت تسليم أسرع (بلكبير، 2013، صفحة 18).

3- دراسة حالة مؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة

1-3 التعريف بالمؤسسة محل الدراسة

تم إنشاء وحدة نفطال التجارية بالمسيلة في 01 جانفي 1985 في المنطقة الصناعية بالمسيلة، وهي مؤسسة تقوم بتوزيع وتسويق المنتجات البترولية عبر تراب الولاية وبعض البلديات المجاورة لحدود الولاية، كما تعتمد على شبكتين للنقل أحداهما للتموين والأخرى لتوزيع منتجاتها على محطات الخدمات التابعة لها.

2-3 منتجات مؤسسة نفطال

تعتمد مؤسسة نفطال على مزيج من المنتجات ذات الاستهلاك الواسع وتتمثل فيما يلي:

- غاز البترول المميع.

- مواد التشحيم.
- العجلات المطاطية.
- الوقود.

3-3 زبائن مؤسسة نفطال

يمكن تصنيف زبائن مؤسسة نفطال إلى:

- محطات الخدمات الخاصة أو التابعة لمؤسسة نفطال.
- مؤسسات عامة (المتوسطات، الثانويات والبلديات ...الخ).
- مؤسسات خاصة والمقاولات.
- هيئات إدارية حكومية.

4-3 نظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال ودوره في تحقيق الميزة التنافسية

شهدت مؤسسة نفطال نقلة نوعية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وذلك من خلال أتمتة نظم المعلومات الإدارية والمحاسبية كاستجابة للبيئة المحيطة بها، فنظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال المعتمد على الحاسب الآلي يشمل عدة نظم فرعية تتكامل فيما بينها بشكل متناسق يسمح بتسجيل البيانات الناتجة عن العمليات التي تقوم بها المؤسسة ومعالجتها وتقديمها لحظة الطلب عليها، وذلك بسرعة عالية ودقة متناهية وفق إجراءات مضبوطة.

5-3 عناصر نظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال

يشمل نظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال على مجموعة من العناصر المترابطة مع بعضها البعض في بيئة متناسقة لغرض تأدية مهامه المتمثلة في جمع ومعالجة البيانات المالية وإيصالها إلى مستخدميها بالشكل المطلوب والوقت المحدد، وتتمثل العناصر فيما يلي:

الموارد البشرية: يعتبر المورد البشري أهم عنصر من عناصر النظام للمؤسسة، وهم مجموعة من الأفراد المؤهلين والمدربين على تشغيل النظام وإدارة البيانات واستخدام المعلومات.

الأجهزة والمعدات: وهي كل العناصر المادية للأجهزة والمعدات، من أجهزة الحواسيب ولواحقه من معدات الإدخال، الإخراج، الحفظ والمعالجة.

البرمجيات: وهي مجموعة من البرامج التي تمكن المكونات المادية من معالجة البيانات وإدارة المعلومات.

شبكات الاتصال: تعتمد مؤسسة نفطال على المزيج من شبكات الاتصال من انترنت وانترانت تسمح بتدفق البيانات والربط بين مختلف المصالح داخل المؤسسة وخارجها.

قاعدة بيانات: لمؤسسة نفطال قاعدة بيانات على شكل ملفات، حيث تسمح هذه الملفات بالتنسيق بين النظم الفرعية لنظام المعلومات المحاسبي وتنظيم العمل المحاسبي وتمنع تكرار البيانات.

الإجراءات: وهي مجموعة من التوجيهات والإرشادات التي يجب أن يتبعها الإفراد المتعاملون مع النظام.

سنركز في دراستنا هذه على نظاميين فرعيين للنظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال وهما (نظام استلام الطلبيات والتوزيع **Dispatching** ونظام الدفع الالكتروني **Naftalcard**).

6-3 نظام استلام الطلبيات والتوزيع Dispatching

يعد توزيع المنتجات البترولية من الأنشطة الرئيسية لمؤسسة نفطال، وتشمل عملية توزيع المنتجات على مجموعة من الأنشطة والإجراءات التي تقوم بها المؤسسة بغرض إيصال المنتجات المطلوبة للزبائن في الوقت المحدد والكمية المناسبة. ومع كبر حجم المؤسسة وتعدد عملياتها وتعقد نشاط التوزيع الذي يعتمد على الجهود البشرية في إعداد برامج التوزيع، بالإضافة إلى ظهور الوسائل التكنولوجية المستعملة في التسيير والإدارة كل هذه المتغيرات وغيرها أجبرت مؤسسة نفطال على أن تتكيف مع البيئة بسرعة وبشكل مستمر من اجل البقاء في سوق المنافسة، حيث اعتمدت مؤسسة نفطال في 2005 على نظام لتسيير الطلبيات وإعداد برامج التوزيع **(Dispatching)** في مرحلة تجريبية في بعض المواقع الإقليمية وهي (الجزائر العاصمة، العلمة، وهران، حاسي مسعود). وبعد نجاح المرحلة التجريبية تم تعميمه في 2011 على باقي الوحدات التجارية التابعة لمؤسسة نفطال.

1-6-3 تعريف نظام استلام الطلبيات والتوزيع Dispatching

هو نظام يعتمد على الحاسب الآلي وبرامج تطبيقية تستخدم بحوث العمليات مما يسمح بمعالجة طلبيات الزبائن ومهمة توزيع المنتجات بكفاءة وفعالية، كما أنه مزود بقاعدة بيانات تحتوي على البيانات اللازمة لاحتياجات المؤسسة من المعلومات الخاصة بالزبائن والمسافة وأصناف المنتجات وكذلك حالة الطقس بالإضافة إلى أصناف وسائل النقل مما

يضمن التركيز على التكلفة والوقت والجودة. فمؤسسة نفطال تركز على تكاليف النقل نظرا لطبيعة نشاطها الذي يعتمد على توزيع المنتجات لمناطق جغرافية مختلفة.

2-6-3 طريقة عمل نظام استلام الطلبيات والتوزيع Dispatching

يشمل نظام استلام الطلبيات والتوزيع ثلاث مراحل وهي:

- **استقبال وتسجيل الطلبيات**: لتجهيز طلبيات اليوم الموالي يقوم المسؤول عن قسم التوزيع باستقبال طلبيات الزبائن وذلك عبر وصلات كتابية أو عن طريق البريد الالكتروني أو الهاتف أو أي وسيلة اتصال أخرى، ثم يقوم بتسجيل الطلبيات على النظام بعد التأكد من صحة الطلبية من حيث(الكمية، النوعية ومعلومات الزبون).

كما يتم إدخال حالة جاهزية الأسطول (الشاحنات والمقطورات) للنظام من اجل توافق الكميات المطلوبة مع وسائل النقل.

- **مرحلة المعالجة** : تتم المعالجة في هذا النظام آليا، أي بعد عملية التأكد من المعلومات الخاصة بكل طلبية وكذلك المعلومات الخاصة بكل زبون والتدقيق في الكمية والنوعية.
- **مخرجات نظام استلام الطلبيات والتوزيع Dispatching**: تكون مخرجات نظام استلام الطلبيات والتوزيع في شكل برنامج توزيع الوقود على الزبائن، حيث يعمل على تلبية اكبر قدر من طلبيات الزبائن بأقل تكلفة. كما يقدم النظام عدة برامج أو بدائل التوزيع بشكل متسلسل من حيث التكلفة تساعد الإدارة في اختيار انسبها.

3-6-3 مزايا نظام استلام الطلبيات والتوزيع في دعم الميزة التنافسية

يعد نظام استلام الطلبيات والتوزيع **Dispatching** احد أهم توجهات مؤسسة نفطال لأتمتة عملية توزيع منتجاتها وفق المعايير والمقاييس الدولية للتوزيع الرقمي للوقود، ومن أهم مزايا هذا النظام نذكرها فيما يلي:

- تدنية تكلفة النقل، حيث يعمل النظام على توزيع الوقود على أساس البرمجة الخطية.
- توفير أكثر من برنامج توزيع، أي تعدد البدائل لصاحب القرار.
- تلبية أكبر قدر من متطلبات الزبائن بأقل تكلفة.
- يساهم النظام في الاستغلال الأمثل لوسائل النقل.

- يمنح السرعة للإدارة في الرد على طلبات الزبائن.
- يساعد الإدارة في تسيير العمليات بكفاءة وفعالية.
- يمنح المرونة في التعامل مع الزبائن، حيث يمكن الزبون تغيير طلبه بالزيادة أو النقصان أثناء فترة استقبال الطلبيات.
- يزيد من ثقة الزبون بالمؤسسة.

3-7 نظام الدفع الالكتروني لمؤسسة نفطال Naftalcard

مع بداية انتشار التجارة الالكترونية والتوجه العالمي نحو الاقتصاد الرقمي ظهرت العديد من وسائل الدفع الالكتروني كبديل وحل للعراقيل والمشاكل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، ومع استمرار التطور بوتيرة متسارعة لأحجام وأعداد المعاملات المالية والتجارية أصبحت وسائل الدفع التقليدية تشكل عائق أمام هذا التنامي المضطرد، وذلك بالنظر إلى محدوديتها من حيث السرعة وارتفاع التكاليف وعدم مجاراتها لهذا النمط المتقدم من النشاط. وتعتبر أنظمة الدفع الكترونية من أهم إفرازات الثورة التكنولوجية في مجال المعاملات المالية مم ساعد على انتشارها بسرعة في المؤسسات المالية والاقتصادية.

ووفقا لتوجهات الحكومة الجزائرية الرامية لتبني التجارة الالكترونية وتنظيم المعاملات المالية التي تتم إلكترونيا لاسيما القانون 18. 05 المؤرخ في 10 ماي سنة 2018 المتعلق بالقواعد العامة لتطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر وكذلك متطلبات البيئة الخارجية التي تشهد تطورات متلاحقة في مجال الدفع الالكتروني، لجأت مؤسسة نفطال إلى اعتماد نظام الكتروني للدفع والمتمثل في نفطال كارد لتنظيم العمليات التجارية والمعاملات المالية.

1-7-3 تعريف نظام الدفع الالكتروني نفطال كارد Naftalcard

يعد نظام الدفع الالكتروني نفطال كارد نظاما فرعيا من النظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال، تم اعتماده في بداية 2018 عبر جميع معاملاتها التجارية والمالية، وذلك من خلال وسائل الدفع الالكترونية والمتمثلة في بطاقة نفطال كارد.

نفطال كارد هي وسيلة دفع الكترونية تمنحها مؤسسة نفطال لصالح زبائنها، لغرض تنظيم وتسيير المعاملات التجارية التي تتم إلكترونيا، حيث تمكن مستعملها (الزبائن) لتسديد مستحقاتهم اتجاه مؤسسة نفطال نظير اقتناء منتجاتها.

2-7-3 الأطراف المستخدمة لنظام الدفع الالكتروني

من خلال الزيارة الميدانية لمؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة من اجل التعرف على واقع نظام الدفع الالكتروني للمؤسسة (مستخدمي النظام، أهم التطبيقات المستخدمة في النظام، مزايا النظام). ومن خلال الأسئلة والاستفسارات والملاحظة تبين لنا انه يوجد خمسة مستخدمين لنظام الدفع الالكتروني نفطال كارد وكل مستخدم له واجهة (تطبيق) خاصة به، حيث تحتوي كل واجهة على اسم المستخدم وكلمة المرور والعمليات الممنوحة له وهي على النحو التالي:

- **واجهة المسير الإداري:** يتم الإشراف على هذه الواجهة من قبل إدارة النظم ووظيفتها تتمثل فيما يلي:

- إنشاء حسابات لكل من مسير حسابات الزبائن، المسير المالي وحساب مركز التوزيع.
- متابعة الانشغالات الخاصة ببطاقة الدفع نفطال كارد (تشغيل البطاقة أو تعطيلها).
- متابعة عمليات الدفع التي تتم الكترونيا.
- متابعة أجهزة الدفع الالكتروني TPE.
- المصادقة على بطاقات التسيير.

- **واجهة مسير حسابات العملاء:** يشرف عن هذه الواجهة شخص مكلف بحسابات الزبائن وتتمثل مهامه فيما يلي:

- إنشاء حسابات الزبائن سواء تعلق الأمر بالمؤسسات (العامة، الخاصة) أو محطات الخدمات.
- تعبئة حسابات الزبائن.
- الاستجابة لانشغالات الزبائن ومتابعة عمليات الاستخدام.

- **واجهة المسير المالي:** هذه الواجهة تستخدم من قبل الشخص المكلف ببطاقة نفطال كارد على مستوى مصلحة المالية بالمؤسسة حيث يقوم بتأكيد أرصدة البطاقات بعد ثبوت الشحن من مسير حسابات الزبائن بواسطة فواتير الدفع.

- **واجهة مسير المحطة:** تعتبر محطة الخدمات جزء مهم في عملية الدفع الالكتروني باعتبارها زبون لمؤسسة نفطال وكذلك وسيط بين مؤسسة نفطال وبقية الزبائن، وتسمح هذه الواجهة بـ:

- متابعة عمليات الدفع التي تتم على مستوى المحطة.

- استخراج تقارير الاستهلاك الخاصة ببطاقة نفطال كارد في شكل سندات.

- **واجهة مركز التوزيع:** هذه الواجهة تحت تحكم مركز التوزيع ومن أهم الأنشطة التي يقوم بها على مستوى الواجهة نجد ما يلي:

- مراقبة تقارير الاستهلاك(السندات) لمختلف المحطات، الخاصة ببطاقة نفطال كارد.
- المصادقة على تقارير الاستهلاك(السندات) المنجزة على مستوى محطات الخدمات.
- تحرير السندات لكل محطات خدمات وتسويتها لغرض التسديد.

8-3 نظام الدفع الالكتروني نفطال كارد ودوره في تحقيق الميزة التنافسية

حققت مؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة من خلال اعتمادها لنظام الدفع الالكتروني نفطال كارد العديد من المزايا سواء للزبائن أو للمؤسسة نذكرها كما يلي:

1-8-3 بالنسبة للزبائن

- يساعد الزبائن في تتبع الاستهلاك من المنتجات (يومية، أسبوعية شهرية...الخ).
- تمنح بطاقة نفطال كارد المرونة للزبائن من حيث الاستعمال، أي يمكن استعمال البطاقة في أماكن متعددة وفي أزمنة مختلفة.
- تعد بطاقة نفطال كارد بطاقة شخصية لها اسم مستخدم خاص بالزبون، ففي حالة الضياع أو التلف لا يمكن استعمالها من طرف شخص آخر.
- كما تعد سهلة الاستعمال بالنسبة للزبائن وقليلة التكلفة وذات تعامل آمن.

بالإضافة للمزايا المذكورة سالفا فان نظام الدفع الالكتروني نفطال كارد حقق العديد من المزايا على مستوى محطات الخدمات، ومن أهمها منح التعامل الآمن لرؤوس الأموال من خلال الدفع الكتروني وكذلك القضاء على مخاطر السندات المزورة.

2-8-3 بالنسبة للمؤسسة

- تقليل التكاليف وذلك من خلال التخلي عن طباعة السندات الورقية.
- يمنح السرعة في التكفل بانشغالات الزبائن.
- يساعد المؤسسة على إيجاد آليات الابتكار ومسايرة التطور التكنولوجي ودعم التجارة الالكترونية.
- توفير معلومات آنية عن الزبائن ومدى استهلاكهم للمنتجات، مما يزيد من معرفة حاجات الزبائن والعمل على تلبيتها.

- إن اعتماد مؤسسة نفطال على نظام نفطال كارد عزز من كفاءة العمليات الإدارية، من خلال المرونة في التعامل والدقة في البيانات والسرعة في معالجة طلبات الزبائن مم يكسب ولائهم.
- يساهم في تحسين سمعة المؤسسة، من خلال ما يمنحه نظام نفطال كارد من المعاملات الآمنة والمرونة في التعامل.

الخلاصة

من خلال ما تطرقنا إليه في الجانب النظري للإطار المفاهيمي لنظام المعلومات المحاسبي والأسس العامة للميزة التنافسية، بالإضافة للدراسة الميدانية في مؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة تم اختبار فرضيات الدراسة واستخلاص جملة من النتائج واقتراح بعض التوصيات كما يلي:

❖ **اختبار صحة الفرضيات**

- نؤكد صحة الفرضية الأولى لنظام المعلومات المحاسبي دور هام في تحقيق أهداف المؤسسة ودعم استراتيجيتها حيث يمثل نظام معلومات المحاسبي أداة حقيقية للتسيير الفعال ومؤشر لكفاءة العمليات الإدارية والعمل على الربط والتنسيق بين الأهداف الفرعية للمؤسسة.
- الفرضية الثانية لنظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة القدرة على تخفيض التكاليف، فرضية صحيحة حيث من خلال تطرقنا لنظام استلام الطلبيات والتوزيع فانه يعمل على إيجاد توليفة توزيع المنتجات بأقل تكلفة، أما بالنسبة لنظام الدفع الالكتروني تم التخلي عن طباعة السندات الورقية ذات التكلفة.
- الفرضية الثالثة لنظام المعلومات المحاسبي لمؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة القدرة على تحقيق ميزة تميز الخدمة فرضية صحيحة، حيث وجدنا أن نظام المعلومات المحاسبي المعتمد على الحاسب الآلي وتطبيقاته منح لمؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة تميز الخدمة من خلال (سرعة الرد على انشغالات الزبائن، جودة الخدمة المقدمة، مرونة التعامل).

❖ **النتائج**

تعتمد مؤسسة نفطال التجارية بالمسيلة في تنمية وتطوير تميزها على المنافسين من خلال تطوير نظام المعلومات المحاسبي وأتمتة الأعمال الإدارية والمحاسبية من اجل كسب ولاء زبائنها وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن نظام معلومات المحاسبي أصبح يمثل أداة حقيقية للتسيير الفعال ومؤشر لكفاءة العمليات الإدارية، خاصة في المؤسسات الاقتصادية.
- أدى تكامل النظم الفرعية لنظام المعلومات المحاسبي في مؤسسة نفطال وفق استراتيجية الهيكل التنظيمي المحكم إلى تنسيق الأهداف الفرعية نحو الهدف العام للمؤسسة.
- تركز مؤسسة نفطال على عناصر نظام المعلومات المحاسبي (المادية والبشرية) في تجسيد مجموعة من المهارات والمعارف لخلق التميز عن المؤسسات المنافسة.
- استطاعت مؤسسة نفطال التجارية من خلال نظام المعلومات المحاسبي المعتمد على تطبيقات تكنولوجيا المعلومات من ترشيد تكاليف توزيع المنتجات البترولية إلى المستويات الدنيا.
- إن التطورات المتلاحقة في مجال تكنولوجيا المعلومات ودمجها في وظائف نظام المعلومات المحاسبي ساهمت بشكل كبير في تنسيق العمليات الإدارية وتأطير الأنشطة بدقة مما ساهم في تقديم خدمات مميزة للزبائن.

❖ **التوصيات**

- ضرورة التدريب والتكوين الكافي لمستخدمي نظام المعلومات المحاسبي.
- إشراك كل مستخدمي نظام المعلومات المحاسبي في عملية تطوير النظام وتحديثه وفق المتطلبات الداخلية والخارجية.
- نشر ثقافة الميزة التنافسية بين أوساط العاملين، وحثهم على أهميتها وانعكاسها على المؤسسة.
- تفعيل خلية المكافآت داخل المؤسسة، مهمتها تبني المبادرات الفردية والجماعية التي تسمح بخلق مهارة أو زيادة معارف في مجال أنظمة المعلومات.

قائمة المصادر والمراجع

Bibliographie

Michael, P. (2000). *L'avantage concurentiel*. paris, france: dunod.

الحفناوي ,م .ي .(2000) .*نظم المعلومات المحاسبية* .عمان ,الأردن :دار وائل للنشر.

الدهراوي ,ك .ا & .,كامل ,م .س .(2000) .*نظم المعلومات المحاسبية* .الاسكندرية ,مصر :دار الجامعية الجديدة للنشر.

السالم ,م .س .(2021) .*أساسيات الإدارة الاستراتيجية* .عمان ,الأردن :دار وائل للنشر والتوزيع.

السلمي ,ع .(2011) .*إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية* .القاهرة ,مصر :دار غريب للنشر.

القيومي ,م .(1999) .*تصميم وشغيل نظم المعلومات المحاسبية* .الاسكندرية ,مصر :مكتبة الاشعاع.

إلياس سالم. (جوان، 2018). التنافسية والميزة التنافسية في منظمة الأعمال. *مجلةأبحاث ودراسات التنمية*، الصفحات 230-248.

بلكبير ,خ .م .(2013) .تحليل مواقف واتجاهات مسيري المؤسسات الجزائرية اتجاه التمكين كأداة لتحقيق الميزة التنافسية)أطروحة دكتوراه .(الجزائر ,كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ,الجزائر :جامعة الجزائر .03

حجر ,ع .ا .(2004) .*نظم المعلومات المحاسبية* .صنعاء ,اليمن :دار الفكر المعاصر.

حسين ,أ .(2005) .*نظم المعلومات المحاسبية الإطار الفكري والنظم التطبيقية* .الإسكندرية ,مصر :الدار الجامعية.

ديبان ,ا .ع & .,عبد اللطيف ,ن .ن .(2004) .*نظم المعلومات المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات* .الإسكندرية ,مصر : الدار الجامعية.

فرحان ,ع & .,مكي ,ز .(2012) .*استراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة* .عمان ,الأردن :دار حامد للنشر والتوزيع.

قطب ,م .ا .(2012) .*الخيار الاستراتيجي وأثره على في تحقيق الميزة التنافسية* .عمان ,الأردن :دار حامد للنشر والتوزيع.

الملاحق

الملحق رقم (01): واجهة نظام استلام الطلبيات والتوزيع (Dispatching)

الملحق رقم (02): بطاقة نفطال كارد Naftalcard

الملحق رقم (03): جهاز الدفع TPE