جامعة يحـي فــارس المديـــة

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم مالية ومحاسبة

الموضوع:

أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تنافسية الشركات
دراسة ميدانية بمديرية توزيع الكهرباء والغاز بالمدية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم المالية والمحاسبة

تخصص: محاسبة

من اعداد الطالبتين:

- أميرة تكدنتي
- إكرام سلاني

تحت اشراف الأستاذ:

د. زاهي محمد الأمين

أعضاء لجنة المناقشة

د. بوشنافة ميسوم	أستاذ محاضر –أ–	رئيسا
د. زاهي محمد امين	أستاذ محاضر –أ–	مشرفا ومقررا
د. زرواطي محمد	أستاذ محاضر –أ–	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2023/2022


بسم الله الرحمن الرحيم

الشكر

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي، الذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى الأستاذ الدكتور المشرف " زاهي محمد امين " على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة، كما نتقدم بجزيل الشكر الى الدكتور " تشانتشان عماد "

كما نتقدم بشكر الجزيل الى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة التي تكرمت بقبول مناقشة هذا العمل.

اهداء

إلى كل من نطق بكلمة التوحيد لسانه وصدقها قلبه الى كل من صلى على خير

البرية " محمد عليه الصلاة والسلام ".

إلى الزهرة التي لا تذبل وأعظم وأرق وأطيب امرأة بين نساء الكون أمي ثم أمي ثم أمي الغالية.

إلى أبي الفاضل شامخ المكارم وراسخ الفضائل سندي المتين.

إلى دفئ البيت وسعادته إخوتي وأخواتي تاج رأسي نور الهدى، سمية، يحي، عبد الفتاح، صديق.

الى صديقتي راوية الى كل من أحببتهم بإخلاص وبادلوني نفس الشعور.

الى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي وسهر الليالي.

إكرام

اهداء

أحمد الله وأشكره ان منحني الصبر لإنجاز هذا العمل

أهدي ثمرة جهدي الى من قال فيهما جل جلاله

وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا

إلى من كان دعاءها سر نجاحي أمي العزيزة حفظها الله

إلى من كافح في تعليمي وسهل لي الطريق أبي الغالي ادامه الله وحفظه

الى إلى من أعتمد عليه في كل كبيرة وصغيرة أخي

الى ما يحتويني بحبهم ومن سكنوا القلب بطبيبتهم اخواتي أية وأميمة

والى من تجعل الحياة أجمل بوجودها صديقتي عفاف.

أميرة

الملخص:

تهدف الدراسة للتعرف على أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية، باستهداف عينة من الموظفين حجمها30 مفردة، بمديرية توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، باعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم إرفاق الدراسة النظرية بدراسة تطبيقية حيث تم توزيع استبيان يتكون من 18عبارة على الموظفين.

وتوصلت الدراسة في الجانب الوصفي الى وجود مستوى عالي في كفاءة نظم المعلومات المحاسبية، كما أظهرت النتائج أيضا وجود مستوى عالي في تخفيض التكاليف ومستوى عالي جدا في الجودة ومستوى عالي في المرونة ومستوى عالي في الالتزام بوقت التسليم مع وجود مستوى عالي في التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

وتوصلت الدراسة في الجانب المتعلق بالتحقق من الفرضيات الى وجود أثر لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة والالتزام بوقت التسليم، مع عدم وجود أثر على التكلفة والمرونة، كما أظهرت النتائج وجود أثر كلي لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

الكلمات المفتاحية: كفاءة نظام المعلومات المحاسبي، تحقيق الميزة التنافسية، شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

Summary:

The study aims to identify the impact of the efficiency of the accounting information system in achieving competitive advantage, by targeting a sample of employees size 28 single, in the Directorate of Electricity and Gas Distribution in Medea, depending on the descriptive and analytical approach and in order to achieve the objectives of the study, the theoretical study was attached to an applied study, where a questionnaire consisting of 18 phrases was distributed to employees. The results also showed a high level of cost reduction, a very high level of quality, a high level of flexibility, a high level of commitment to

delivery time, with a high level of competitiveness at the Electricity and Gas Distribution Company in Medea.

The study found in the aspect of verifying hypotheses that there is an impact of the efficiency of the accounting information system on quality and commitment to delivery time, with no impact on cost and flexibility, and the results showed a total impact of the efficiency of the accounting information system on the competitiveness of the Electricity and Gas Distribution Company in Medea.

Keywords: Efficiency of accounting information system, achieving competitive advantage, electricity and gas distribution company in Medea.

قائمة الاشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	مرا حل نظام المعلومات المحاسبي.	33
02	أنواع الميزة التنافسية.	51
03	دورة حياة الميزة التنافسية.	52
04	بوابة على شركات المجمع سونلغاز.	65
05	الهيكل التنظيمي لمديرية التوزيع.	68
06	الهيكل التنظيمي لقسم المالية والمحاسبة.	73
07	تمثيل أفراد العينة حسب متغير الصنف.	87
08	تمثيل أفراد العينة حسب متغير العمر.	88
09	تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	89
10	تمثيل أفراد العينة حسب متغير الخبرة.	91

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع عبارات الاستبيان على الأبعاد في محاور والدراسة.	76
02	الخيارات المكونة لمقياس ليكرت الخماسي.	76
03	قيمة الوسط المرجح والأوزان المئوية ودرجات الموافقة لعينة الدراسة.	77
04	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات ومحور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية.	78
05	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد التكلفة.	80
06	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد الجودة.	81
07	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد المرونة.	82
08	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد وقت التسليم.	83
09	اختبار قيم معامل الثبات لمحاور الاستبيان.	84
10	اختبار التوزيع الطبيعي.	85
11	توزيع أفراد العينة حسب متغير الصنف.	87
12	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.	88
13	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	90
14	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة.	91
15	المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات محور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية.	93
16	المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات بعد التكلفة.	96
17	المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات بعد الجودة.	97
18	المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات بعد المرونة.	99

19	المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات بعد وقت التسليم.	100
20	المؤشرات الإحصائية لوصف محور تنافسية شركة.	102
21	اختبار أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.	103
22	اختبار أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.	104
23	اختبار أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.	106
24	اختبار أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.	107
25	اختبار أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.	109

قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	الاستبيان	123
02	نتائج درجة ارتباط العبارات المحذوفة مع محور نظام معلومات المحاسبي	128
03	نتائج درجة ارتباط العبارات مع محور نظام المعلومات المحاسبي	131
04	نتائج اختبار درجة ارتباط العبارات مع بعد التكلفة	133
05	نتائج اختبار ثبات استبيان	136
06	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	137
07	نتائج التحليل الوصفي للمتغيرات الشخصية	138
08	نتائج وصف محور نظم المعلومات المحاسبية.	140
09	نتائج وصف محور أبعاد الميزة التنافسية.	141
10	نتائج اختبار أثر نظام معلومات المحاسبي على التكلفة لمديرية التوزيع بالمدية.	143
11	نتائج اختبار أثر نظام معلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة لمديرية التوزيع بالمدية.	144
12	نتائج اختبار أثر نظام معلومات المحاسبي على المرونة لدى لمديرية التوزيع بالمدية.	145
13	نتائج اختبار أثر نظام معلومات المحاسبي على وقت التسليم لمديرية التوزيع بالمدية	146
14	نتائج اختبار أثر نظام معلومات المحاسبي على تنافسية مديرية التوزيع بالمدية.	147
15	قائمة المحكمين	148

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات	الصفحة
الاهداء	
الشكر	
مستخلص الدراسة " عربي – انجليزي "	
قائمة الأشكال	I
قائمة الجداول	II
قائمة الملاحق	III
قائمة المحتويات	IV
مقدمة	أ– ح
الفصل الأول: الإطار العام لنظام المعلومات المحاسبي والميزة التنافسية.	
تمهيد	24
المبحث الأول: ماهية نظم المعلومات المحاسبية	25
المطلب الأول: تعريف نظام المعلومات المحاسبي	25
المطلب الثاني: الهدف من نظام المعلومات المحاسبي	26
المطلب الثالث: مكونات نظام المعلومات المحاسبي	28
المبحث الثاني: مراحل ومقومات نظام المعلومات المحاسبي	31
المطلب الأول: مراحل نظام المعلومات المحاسبي	31
المطلب الثاني: مقومات نظام المعلومات المحاسبي	33
المطلب الثالث: فعالية وكفاءة نظام المعلومات المحاسبي	40

المبحث الثالث: عموميات حول تنافسية الشركات	44
المطلب الاول: ماهية الميزة التنافسية.	44
المطلب الثاني: أنواع ومحددات الميزة التنافسية.	50
المطلب الثالث: أبعاد الميزة التنافسية ومعايير الحكم على جودتها.	54
خلاصة الفصل.	58
الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية بمديرية التوزيع للكهرباء والغاز المدية.	
تمهيد	60
المبحث الأول: عرض عام للشركة محل الدراسة.	61
المطلب الأول: عرض الشركة القابضة ومجمع **sonelgaz**	61
المطلب الثاني: عرض الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز	66
المطلب الثالث: تقديم مديرية التوزيع.	68
المبحث الثاني: منهجية الدراسة.	74
المطلب الأول: منهج ومجتمع الدراسة.	74
المطلب الثاني: أدوات الدراسة.	75
المطلب الثالث: صدق وثبات أدوات الدراسة.	78
المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية.	86
المطلب الأول: التحليل الوصفي لمتغيرات البيانات.	86
المطلب الثاني: التحليل الوصفي لمحاور الدراسة .	92
المطلب الثالث: اختبار الفرضيات	101
خلاصة الفصل	110
الخاتمة	111
قائمة المراجع	117
قائمة الملاحق	120

مقدمة

مقدمة

لقد أصبحت المعلومات عنصرا هاما تلعب دورها في تحديد فعالية وكفاءة المؤسسة لذلك اتجهت المؤسسات الى تصميم وبناء أنظمة معلوماتية من أجل السيطرة على الكم الهائل من المعلومات الضرورية لإدارة المؤسسة، وذلك لضمان وصول معلومات موثوقة وصحيحة ودقيقة الى كافة المستويات الإدارية بالشكل الملائم والوقت المناسب من أجل استخدامها في اتخاذ القرارات.

ويعتبر نظام المعلومات المحاسبي أحد هذه الأنظمة وهو العمود الفقري للمؤسسة في العصر الحالي ويظهر ذلك من خلال مساهمته في تنفيذ ودعم أنشطة هذه الأخيرة مما يضمن لها البقاء والاستمرارية والمنافسة. حيث يعتبر أحد عوامل مراقبة ومواكبة تنفيذ عمليات الخطط والسياسات، والعمل على عدم حدوث الأخطاء وتجنبها والعمل على تصحيحها من خلال معالجة الانحرافات وتنمية الإيجابيات بأسلوب يدفع العاملين الى تحسين الأداء وتطويره وتحقيق التعاون فيما بينهم من أجل تحقيق الأهداف المسطرة، وتمكين المؤسسة من خلق ميزة تنافسية تمكنها من تحقيق أسبقية على منافسيها في مجال نشاطها، فهي مطالبة بفهم العلاقة القائمة بينها وبين البيئة التي تنشط فيها.

لذا فالمؤسسة بحاجة إلى وضع نظام معلومات المحاسبي فعال يسمح لها بمتابعة رصد ومراقبة سير العمل وضبط علاقتها بالبيئة التي تشترط بها خاصة ما يتعلق بالمنافسين، من خلال معرفة الرائدين منهم في السوق، وتحديد نقاط قوتهم وضعفهم، أهدافهم، تطلعاتهم، توجهاتهم، سياساتهم واستراتيجياتهم، وجمع المعلومات الخاصة بذلك ومعالجتها وإيصالها في الوقت المناسب إلى مراكز اتخاذ القرار.

وعلى هذا الأساس يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

- **ما مدى تأثير كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية؟**

ومن خلال الإشكالية الرئيسية للدراسة يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية؟

للإجابة على الإشكالية والتساؤلات الفرعية قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

الفرضيات :

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

– يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذا الموضوع فيما يلي:

- ألمت هذه الدراسة بجوانب عدة فيما يخص نظام المعلومات المحاسبي محاولة إثراءه وإبراز أهميته في المنظمات اليوم وذلك في إطار تحقيق أبعاد الميزة التنافسية .
- إبراز الدور الذي يلعبه نظام المعلومات المحاسبي في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة محل الدراسة.

الهدف من الدراسة:

نطمح من خلال هذا العمل إلى:

- جمع البيانات بالاعتماد على الاستبيان ومعالجته وتحليله من خلال أساليب إحصائية مناسبة

- الكشف عن اثار التي يمكن ان يحققها النظام معلومات المحاسبي على الميزة التنافسية

– الخروج بنتائج وتوصيات موجهة محل الدراسة باستناد إلى ما تم القيام به في المؤسسة محل الدراسة.

– معرفة الدور الذي يؤديه نظام المعلومات المحاسبية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة.

المنهج المستخدم في الدراسة وعينة الدراسة:

تماشيا مع متطلبات البحث، فإن المنهج المتبع في هذه الدراسة يتمثل في اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لإلمام بالموضوع من مختلف جوانبه النظرية، وذلك من خلال وصف متغيرات الدراسة المتمثلة في نظام المعلومات المحاسبي والميزة التنافسية وصفا دقيقا. وفي الجانب التطبيقي اعتمدنا على الدراسة الميدانية من خلال اعتماد على الاستبيان الذي يعد أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات لآراء الموظفين بخصوص كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تنافسية الشركات، وأيضا تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي من أجل التحليل الإحصائي وإجراء الاختبارات بالاعتماد على برنامج spss باعتباره الأنسب لمعاجلة بيانات الاستبيان.

الدراسات السابقة:

- **الدراسة الأولى:** دراسة فكرون نسرين بعنوان " دور نظام المعلومات في تحسين تنافسية الشركات " دراسة حالة بشركة نفطال بسكرة سنة 2015 هدفت الى الكشف عن دور نظم المعلومات في تحسين تنافسية الشركات، توصلت الدراسة الى العديد من النتائج أهمها انه يوجد دور لنظم المعلومات المحاسبية في تحسين تنافسية الشركات.

- **الدراسة الثانية:** دراسة زوينة مخلخل و رانية غضاب تحت عنوان " أثر استخدام نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني في خلق الميزة التنافسية بشركات المساهمة الجزائرية " دراسة حالة شركة مطاحن الكبرى للجنوب لولاية بسكرة الجزائر سنة 2020 ، هدفت الدراسة الى قياس أثر استخدام نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني في خلق ميزة التنافسية بشركات المساهمة الجزائرية" خلصت الدراسة الى وجود علاقة إيجابية بين نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني بين بعد الابداع و الجودة في مؤسسة محل

الدراسة ، في حين وجدنا ان نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني لا يؤثر على تحسين جودة المنتجات و تقليل تكلفتها .

- **الدراسة الثالثة:** دراسة نسرين قطاع وعلي حبيش تحت عنوان " أثر نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية " دراسة ميدانية لشركة ال بي فيت LBVET هدفت الدراسة الى تعرف على نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني من خلال الإحاطة بالجوانب النظرية له وتحليل أثره للشركة ، وخلصت الدراسة الى ان الأداء المالي لشركة **LBVET** يتأثر بكل من: جودة مخرجات نظام المعلومات المحاسبي كفاءة المشغلين لنظام المعلومات المحاسبي الالكتروني و مدى انسجام نظام المعلومات المحاسبي المطبق مع قواعد النظام المحاسبي المالي .

أسباب اختيار الموضوع:

يمكن تقسيم مبررات اختيار موضوع الدراسة إلى شقين، شق ذاتي وشق موضوعي فيما يلي:

أسباب ذاتية:

- علاقة الموضوع بالتخصص العلمي المحاسبة
- الرغبة في الاطلاع أكثر على الموضوع والتعرف على المفاهيم المتعلقة به.

أسباب موضوعية:

- كون هذا الموضوع أحد المواضيع ذات العلاقة ببيئة الأعمال الجديدة ومن المواضيع المغرية وأكثر جذب للبحث.

- محاولة ترشيد وتوجيه مسيري المؤسسات على أهمية نظم معلومات المحاسبية واستغلالها من أجل اكتساب ميزة تنافسية.

– الدور الاستراتيجي الذي تلعبه الميزة التنافسية في بقاء واستمرار المنظمات الاقتصادية.

حدود البحث الزمنية والمكانية:

الحدود الموضوعية: اقتصرت هذه الدراسة على الدور الذي يلعبه نظام المعلومات المحاسبي على تنافسية الشركات.

الحدود المكانية: الدراسة تمثل مجتمع الدراسة والمتكون من مديرية توزيع كهرباء والغاز فرع – المدية– حيث تم أخذ عينة منها تتكون من موظفي قسم مالية ومحاسبة.

الحدود الزمنية: تم إنجاز البحث خلال السنة الجامعية .2023/2022

الصعوبات التي واجهت الدراسة:

واجهتنا عدت صعوبات خلال مختلف مراحل إعداد هذا البحث يمكن أن نذكر منها ما يلي:

- طبيعة الموضوع التي هي غاية في التعقيد والتداخل مع مواضيع أخرى.
- صعوبة توزيع وجمع الاستبيان بطريقة مباشرة على عينة الدراسة بسبب ضعف التعاون من قبل الإدارة.

هيكل الدراسة:

قسمنا موضوع الدراسة إلى فصلين على النحو التالي:

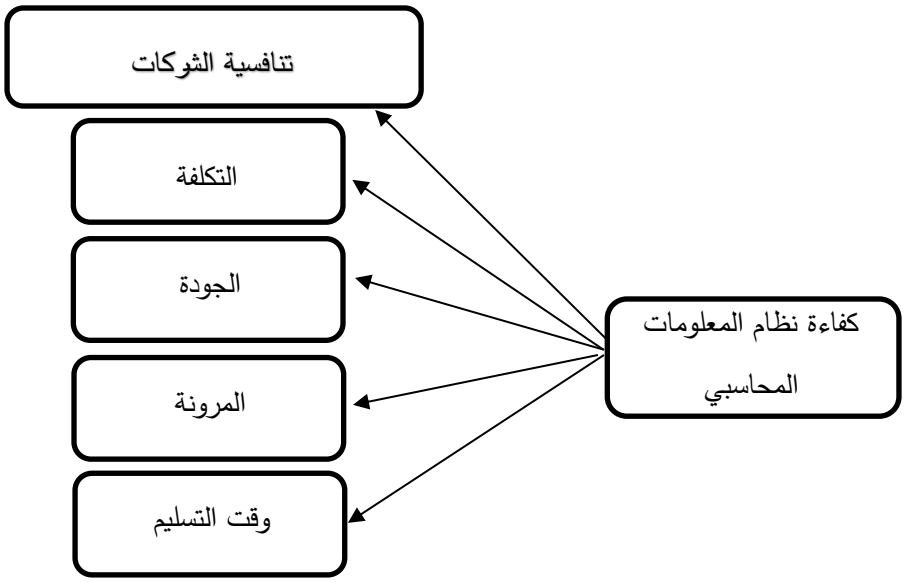
الفصل الأول: الذي جاء تحت عنوان "الإطار العام لنظام المعلومات المحاسبي والميزة التنافسية "ويتضمن ثلاث مباحث الأول منها يتناول ماهية نظام المعلومات المحاسبي والثاني مراحل ومقومات نظام المعلومات المحاسبي والثالث عموميات حول الميزة التنافسية.

الفصل الثاني: وهو بعنوان دراسة ميدانية بمديرية التوزيع للكهرباء والغاز المدية. و هذا الفصل يمثل الدراسة التطبيقية، الذي يعد في مجمله إسقاط الدراسة النظرية على أرض

الواقع، يتضمن ثلاث مباحث حيث تطرقنا في المبحث الأول عرض عام عن شركة توزيع الكهرباء والغاز يتناول عرض الشركة القابضة و مجمع سونلغاز و الشركة الجزائرية لتوزيع، ثم تقديم مديرية التوزيع بالمدية، أما المبحث الثاني خصصناه لمنهجية الدراسة الميدانية عرضنا فيه منهج ومجتمع الدراسة و أدوات الدراسة ثم صدق وثبات أدوات الدراسة .و في المبحث الثالث خصصناه لتحليل نتائج الدراسة الميدانية والذي يتمثل في التحليل الوصفي لمتغيرات البيانات الشخصية و محاور الدراسة و اختبار الفرضيات.

وفي الأخير ستكون هناك خاتمة تتضمن مجموعة من النتائج والتوصيات التي تم التوصل اليها من خلال هذه الدراسة.

نموذج الدراسة:



المصدر: من اعداد الطالبتين.

الفصل الأول:

الإطار العام لنظام المعلومات المحاسبي والميزة التنافسية

تمهيد

يعتبر النظام المحاسبي بمثابة ذاكرة مرنة وواسعة لصناع القرار في المؤسسات المختلفة بحيث يُمكن هذا النظام من معرفة الوضعية الحالية والمستقبلية للمؤسسة فهو وسيلة للترجمة والتعبير عن الأحداث الاقتصادية وذلك عن طريق تقديم وحفظ وتكييف المعلومات بشكل ملائم.

كما ان تطور نظم المعلومات المحاسبية قد ساهم في عميلة اكتساب الميزة التنافسية لمعظم المؤسسات بمختلف نوعياتها وأهدافها، حيث إن عملية اكتساب الميزة التنافسية تستند بالأساس إلى نوعية المعلومات المتوفرة والمراد الاستفادة منها في مواجهة المشكلات أو التعامل مع التطوير وإجراء تغييرات مناسبة في المؤسسة.

ولتوضيح الصورة تم تقسيم الفصل الأول إلى:

المبحث الأول: ماهية نظم المعلومات المحاسبية.

المبحث الثاني: مراحل ومقومات نظام المعلومات المحاسبي.

المبحث الثالث: عموميات حول تنافسية الشركات.

المبحث الأول: ماهية نظم المعلومات المحاسبية

وتعتبر نظم المعلومات من النظم الهامة في المؤسسة التي تتعامل مع جميع أنشطة تشغيل وتزويد المستفيدين، بالمعلومات اللازمة، خاصة الإدارة العليا والجهات الخارجية الأخرى المرتبطة بالمؤسسة.

المطلب الأول: تعريف نظام المعلومات المحاسبي

لقد تعددت المفاهيم التي تناولت نظام المعلومات المحاسبية ومن أهمها:

تعريف 1: نظام المعلومات المحاسبي هو ذلك الجزء الأساسي والهام من نظام المعلومات الإداري في المؤسسة في مجال الأعمال الذي يقوم بحصر وتجميع البيانات المالية من مصادر خارج وداخل المؤسسة، ثم يقوم بتشغيل هذه البيانات وتحويلها إلى معلومات مالية مفيدة لمستخدمي هذه المعلومات خارج وداخل المؤسسة[1].

تعريف 2 :هو مجموعة من الإجراءات التي تقوم بجمع واسترجاع وتشغيل وتخزين وتوزيع معلومات لتدعيم اتخاذ القرارات والرقابة في التنظيم.[2]

تعريف *3* :هو مجموعة من الأجزاء والأنظمة الفرعية التي ترتبط ببعضها البعض ومع البيئة المحيطة، وتعد كمجموعة واحدة وتتداخل العلاقة مع بعضها البعض وبين النظام الذي يضمنها بحيث يعتمد كل جزء منها على الأخر في تحقيق الأهداف الذي يسعى إليها النظام الشامل للمحاسبة، وهي بالتالي شبكة من الإجراءات المرتبطة ببعضها البعض والحكومة

[1] أحمد حسين علي حسين، نظام المعلومات المحاسبي، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية ،1997 ص 47.

[2] سونيا محمد البكري، نظم المعلومات الإدارية المفاهيم الأساسية، الدار الجامعية الإسكندرية ،2008 ص 21.

بمبادئ وقواعد سليمة والتي يتم إعدادها بطريقة متكاملة بهم تقدمً البيانات والمعلومات لمتخذ القرار بالصورة الملائمة لاحتياجاته[1].

ومن خلال هذه التعاريف يمكن القول بأن نظام المعلومات المحاسبي هو النظام الذي يتهم بتسجيل العمليات المالية وتحويلها إلى معلومات مالية وإعداد تقارير عنها وتقديمهاٍ لمستخدمي هذه المعلومات خارج وداخل المؤسسة لدعم اتخاذ القرارات.

المطلب الثاني: الهدف من نظام المعلومات المحاسبي.

كما هو معروف عن نظام المعلومات المحاسبي أنه يهدف إلى توفير المعلومات المحاسبية اللازمة لتلبية احتياجات المستخدمين المختلفين، فقد يكون مستخدمي المعلومات يعملون في المستويات الإدارية بالمؤسسة أو المستخدمين من خارج المؤسسة كالعملاء والجهات الحكومية وغيرها، ومن أهم هذه الأهداف :

أولا: تسجيل عمليات المشرع واستخلاص النتائج منها:

تتمثل هذه المرحلة والتي يطلق عليها عملية إدخال البيانات النابذة عن العديد من الأحداث التي يطلق عليه (العمليات المحاسبية) ويقوم نظام المعلومات المحاسبي بتسجيل تلك العمليات من واقع المستندات وترحيلها ثم تجميعها وتخزينها عبر مجموعة من الإجراءات لاستخلاص النتائج منه، ويعمل نظام المعلومات المحاسبي على تحقيق ذلك وفقا للعديد من المبادئ المحاسبية المتعارف عليها التي تحكم الممارسة المعالجة المحاسبية وتحديد محتوياتها في شكل تقارير مالية[2].

[1] ادمون طارق جل، مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية العراقية الأهلية من وجهة نظر الإدارة ص 24 .

[2] ناصر محمد علي المجهلي، خصائص المعلومات المحاسبية وأثريا في اتخاذ القرار، دراسة حالة مؤسسة اقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير في علوم التسيير، جامعة الحاج الأخضر، باتنة، 2009-2008، ص 30.

ثانيا: توفير العمليات اللازمة لتدعيم عملية اتخاذ القرار:

يهدف النظام المعلومات المحاسبي إلى توفيرَ المعلومات المفيدة للإدارة والمستفيدين الخارجين لاتخاذ القرارات، يتم توفتَ هذا النوع من الاحتياطات للأطراف الداخلية من خلال ما يسمى بالمحاسبة الإدارية باعتبارها المسؤولة عن دراسة احتياجات المستويات الإدارية وكيفية توفيرها، أما لاحتياجات المستخدمين الخارجين معظمها يتم توفيرها عن طريق التقارير المالية المنشورة.

ثالثا: توفير المعلومات اللازمة لتقييم الأداء:

تعتبر المعلومات المحاسبية التي ينتجها نظام المعلومات المحاسبي بعدما يتم تغذيته بالبيانات لمعالجتها وإخراجها في شكل تقارير مالية المصدر الرئيسي لعملية تقييم أداء بعض المؤشرات المحاسبية التي يتم استنتاجها من بعض التقارير المالية المنشورة، ولعل أهم هذه المؤشرات العائد على رأس المال المستثمر وغيرها.

كما يمكن أف نتفحص الإدارة عن مدى وفائها بالمسؤوليات القانونية الملقاة على عاتقها اتجاه الاطراف الخارجية، والإفصاح عن المركز المالي ونتيجة النشاط لمستخدميها من الأطراف الخارجية كالمساهمين والدائنين، والجهات المهنية والحكومية وغيرها[1].

رابعا: تأمين الرقابة فعالة على الأصول والبيانات:

إن وظيفة الرقابية لنظام المعلومات تتمثل في الرقابة الداخلية الكافية لتحقيق ثلاث اهداف رئيسية وهي:

- تأكيد الثقة بالمعلومات المنتجة من خلال النظام.

[1] عبد الرزاق محمد قاسم، نظم المعلومات المحاسبية الحاسوبية، دار العلم والثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2003 ص49

- تأكيد القيام بنشاطات العمل بشكل كافي ودقيق لكي تكون هذه الأعمال متًرابطة مع السياسات الإدارية.
- حماية أصول المؤسسة بمعنى حماية الأصول والممتلكات من السرقة والاختلاس وسوء الاستخدام.
- كما يمكن تحديد أهم اهداف النظام المحاسبي في المؤسسة بالآتي:
- تحقيق الدقة والانجاز الصحيح.
- السرعة في الإنجاز.
- الاقتصاد في النفقات وذلك بجعله مرنا إلى أبعد الحدود بحيث يمكن تطبيقه بسهولة ليلائم المنجزات التكنولوجية التي يتطلب استخدامها كالحاسب الآلي وغيرها.
- تحقيق مبدأ الرقابة الداخلية.
- إنجاز الكشوف والتقارير المالية المطلوبة لغايات المؤسسة [1].

المطلب الثالث: مكونات نظام المعلومات المحاسبي.

يتكون النظام المعلومات المحاسبي من المكونات التالية والتي تسمح بتحقيق الهدف والغرض منه:

أولا: وحدة تجميع البيانات:

تقوم وحدة تجميع البيانات بتجميع البيانات من البيئة المحيطة بالمؤسسة أو عن طريق التغذية العكسية بالملاحظة والتسجيل، وتتمثل هذه البيانات في الأحداث التي يهتم بها المحاسب ويرى بأنها مفيدة، ويجب الحصول عليها وتسجيلها، ولطبيعة المؤسسة وطبيعة المخرجات المطلوبة تأثير كبيرَ على نوع البيانات التي يتم تسجيلها في النظام[2]

[1] ناصر محمد علي المجهلي، مرجع سابق، ص 31.

[2] زيد عائد مردان، جودة المعلومات المحاسبية محاضرة في مادة المحاسبة، 2012، ص 3

ثانيا: وحدة معالجة البيانات:

يقوم المحاسب بالتسجيل، التوصيل، التَّصيد، والتحليل ويعتمد المحاسب على النظام التقليدي كاليومية العامة، واليومية المساعدة، أو نظام المعالجة الآلي .ويوجد عدة طرق آلية لمعالجة البيانات المحاسبية منها:

1.المعالجة الجزئية (المتوازنة):

حيث يوجد لكل جزء من نظام المعلومات المحاسبي برنامج خاص به مثلا برنامج محاسبة الأجور.

2. المعالجة المتكاملة:

عملية المعالجة تراعي العلاقات الموجودة بين نظام المعلومات المحاسبي وبقية الأجزاء نظم المعلومات الإدارية الأخرى، وهناك ثلاثة مستويات من التكامل:

أ- **تكامل البيانات:**

حيث يقوم كل برنامج بإنتاج المعلومة المطلوبة، وإنتاج ملفات أخرى تكون عبارة عن مداخلات ليفية البرامج.

ب- **تكامل الإجراءات:**

يتم فيه تسجيل أي حدث مهم في جميع الملفات التي تتأثر به.

ج- **تكامل قاعدة المعطيات:**

يحدث فيه التكامل بفضل نظام تسيير قاعدة المعطيات بحيث:

- يسمح بهيكلة المعطيات بالطريقة الأكثر تناسبا مع أي برنامج تطبيقي.
- يسمح لعدة برامج تطبيقية باستعمال نفس قاعدة المعطيات في نفس الوقت.
- حماية قاعدة المعطيات ضد الدخول غير المسموح به.

– جعل البرامج التطبيقية مستقلة عن مكان وجود معطيات.

عموما تكامل قاعدة المعطيات يهدف إلى برقيق مركزية المعطيات، وتعدد المداخل يسمح هذا باستدعاء المعطيات حسب الحاجة.

ثالثا: وحدة تخزين البيانات أو المعلومات :

داخل نظام المعلومات المحاسبي كل من البيانات أو المعلومات المحاسبية في حاجة إلى تخزين كل شكل ملفات آلية، أو ملفات يدوية، ليستعملها المحاسب في حالة المسائلة أو مراجعة، أو عند المقارنة بنتائج عدة دورات.

رابعا: وحدة نشر وتوزيع المعلومات:

تقوم وحدة نشر وتوزيع المعلومات بتزويدنا بمختلف مخرجات نظام المعلومات المحاسبي كقوائم المالية والجداول الملحقة، وتقارير التكاليف لتستعملها الأطراف الخارجية كإدارة الضرائب مثلا، والأطراف الداخلية كالمسيرين، كما أن النظام ينتج مخرجات غيرَ تقليدية مثل إعداد الرسوم والأنشطة البيانية لتحليل الإرادات، ومستويات الإنتاج الفعلي فضلا عن العديد من التقارير والإحصاءات بطرائق بيانية مفهومة.

خامسا: وحدة التغذية العكسية:

وحدة التغذية العكسية عبارة عن مخرجات النظم أو المعلومات التي يعاد إدخالها مرة ثانية في دورة جديدة إلى النظام لاستخدامها كمداخلات من أجل تحسين مسار النظام وتطويره وضمان تكيفه مع بيئته لتحقيق الأهداف المرسومة[1].

[1] (المجلس المعايير المحاسبة الدولية الأمريكي) FASB (هو عبارة عن وثيقة مفاهيم محدد نوعية التي يجب أن تمثل بها المعلومات المفيدة والتي تسمى بالخصائص النوعية والتي يجب استخدامها للحكم على فائدة المعلومات المحاسبية).

المبحث الثاني: مراحل ومقومات وكفاءة وفعالية نظام المعلومات المحاسبي.

سنتطرق في هذا المبحث الى مراحل نظام المعلومات المحاسبي ومقوماته وكفاءة وفعالية نظام المعلومات المحاسبي من اجل تحقيق الأهداف المحددة.

المطلب الاول: مراحل نظام المعلومات المحاسبي.

يمر عمل نظام المعلومات المحاسبي بثالث مراحل هامة، يبدأ بمرحلة الإدخال ثم يمر بمرحلة التشغيل أو المعالجة وينتهي عند مرحلة الإخراج، تم تأتي التغذية العكسية من خلال استخدام مخرجات النظام الأول تُستخدم كمُدخلات للنظام الثاني.

أولا: مرحلة الإدخال:

يتم ترتيب كل بيانات المؤسسة باستخدام قواعد للبيانات المؤسسة بناءاً على الملفات والسجلات المتعلقة بنشاط المؤسسة، وانطلاقا من هذه قواعد للبيانات يُسهل للمؤسسة استخراج بيانات الخام كمادة أولية لتُعالج وتُستخرج منها معلومات لتُستخدم من طرف الإدارة لاتخاذ القرارات.

ثانيا: مرحلة التشغيل أو المعالجة:

وتتمثل في سلسلة من العمليات التي تقوم بتحويل البيانات الى معلومات، والأهم من هذه العمليات التنصيف والتنظيم والتلخيص والحساب والتخزين.

يجدر الإشارة الى ان النظام المعلومات المحاسبي المالي مبرمج على معالجة البيانات لإنتاج المعلومات المالية استناداً إلى المبادئ والمعايير المحاسبية.

ثالثا: مرحلة الإخراج:

بعد معالجة البيانات باستخدام قاعدة بيانات وإجراءات تشغيل النظام تتحصل على معلومات محاسبية جاهزة لاستخدامها في عملية اتخاذذ القرارات، وهي على شكل تقارير مالية وجداول محاسبية.

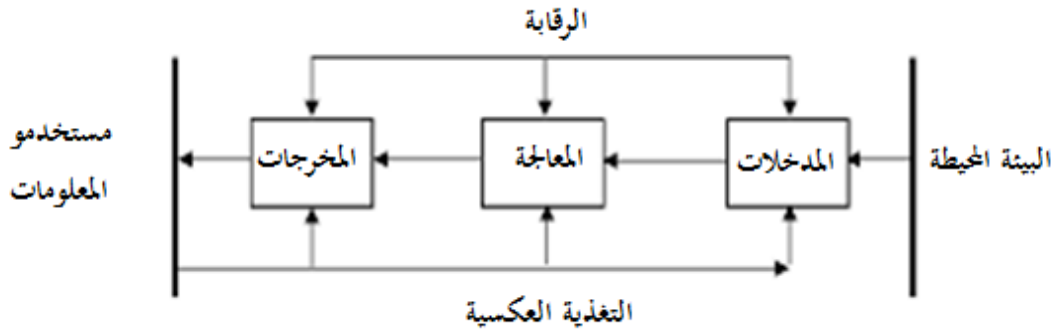
رابعا: التغذية العكسية:

المعلومات المحاسبية التي تحصلنا عليها بعد عملية المعالجة يمكن إعادة استخدمها مرة ثانية على شكل بيانات للحصول على معلومات ثانية لغرض آخر، وهذا ما يسمى بالتغذية العكسية مثل إدخال معلومات قائمة الميزانية لمعالجتها من أجل الحصول على معلومات حول مؤشرات التوازن المالي للمؤسسة. التغذية العكسية تظهر في حالة وجود مجموعة من الأنظمة الفرعية التابعة لنظام المعلومات المحاسبي، بحيث أن مخرجات النظام الفرعي الأول تُستخدم كمُدخلات للنظام الفرعي الثاني. [1]

الشكل أدناه يوضح ذلك:

[1] بوبكر عميروش، قطاف ليلي، فعالية وكفاءة نظام معلومات المحاسبي، دراسة نظرية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2017. ص 25.

الشكل رقم (01): مراحل نظام المعلومات المحاسبي.



المصدر: كمال الدين الدهراوي، مدخل معاصر في نظم المعلومات المحاسبية، دار الجامعية للنشر والتوزيع الإسكندرية، مصر، الطبعة 02، 2003ص 04.

المطلب الثاني: مقومات نظام المعلومات المحاسبي.

حتى يحقق نظام المعلومات المحاسبي أهدافه ووظائفه بنجاح يتطلب توافر مجموعة من المقومات الأساسية التي تساعد في ذلك، وتتضمن مقومات نظام المعلومات المحاسبي ما يلي [1]:

أولا: المستندات:documents

تمثل المستندات الدليل الموضوعي والمصدر الأساسي لإثبات المعاملات في سجل الوحدة الاقتصادية. وتنقسم المستندات حسب مصدرها إلى:

1.المستندات الداخلية Documents Internal:

وهي تلك المستندات التي تنشأ داخل الوحدة، بمعنى أنه يتم تصميمها داخلياً وذلك للاستخدام داخل أو خارج الوحدة مثل إذن صرف المواد والمستلزمات التي توجه لإدارة المخازن أو كشوف المرتبات والأجور أو فواتير البيع وإيصالات توريد النقدية إلى البنك.

[1] أحمد حامد محمود عبد الحليم، دراسات في التقارير المالية، بدون ناشر، 2011، ص53.

2. المستندات الخارجية Documents External :

وهي تلك المستندات التي ترد للوحدة من مصادر خارجية كالموردين والبنوك والعملاء والهيئات الحكومية، وطالما أن هذا النوع من المستندات يرد للوحدة من وحدة أو جهة أخرى فلا دخل للوحدة الاقتصادية المستلمة لهذه المستندات في تصميم المستند، وتجدر الإشارة إلى أن المستندات يتم تداولها من خلال دورة محددة تعـ رف بالدورة المستندية وهي تمثل المسار الذي يسلكه المستند منذ إعداد أو استلام الوحدة له حتى يتم حفظ المستند أو صورته .ومن الجدير بالذكر أن الدورة المستندية لأي عملية يمكن أن يتم توضيحها من خلال ما يعرف بخرائط تدفق المستندات، والتي تعتبر على سبيل التمثيل المرسوم لخط سير المستندات وذلك لعملية معينة.

ثانيا: الدفاتر والسجلات المحاسبية Accounting records:

تعتبر الدفاتر والسجلات المحاسبية بمثابة الوعاء المستخدم لمعالجة البيانات التي تحتويها المستندات، حيث يتم إجراء العمليات المحاسبية من إثبات وترحيل وعرض وتلخيص وكذلك العمليات الحسابية كالجمع والطرح والترصيد.

وتنقسم الدفاتر والسجلات بصفة عامة إلى:

1.مجموعة دفاتر اليومية:

سواء كانت يومية عامة أو يوميات تحليلية وفرعية حسب الطريقة المتبعة (إيطالية/ فرنسية/ إنجليزية/ أمريكية) ويتم الإثبات في هذه المجموعة من واقع المستندات المؤيدة للعمليات والأحداث التي تتم داخل الوحدة.

2.مجموعة دفاتر الأستاذ:

سواء كانت أستاذ عام أو أستاذ فرعي وذلك أيضاً حسب الطريقة المحاسبية المتبعة، ويتم الإثبات في هذه المجموعة من واقع صور المستندات أو الترحيل المباشر من اليوميات أو الدفاتر الأخرى .

3.مجموعة السجلات الأخرى:

حيث قد تستخدم الوحدة الاقتصادية مجموعة من السجلات التحليلية والإحصائية الأخرى يثبت بها كافة البيانات الإضافية التي تعتبر لازمة لدراسة نتائج الوحدة ومقارنتها وتحليلها مما يساعد في حل المشاكل الإدارية وغيرها، وهذه السجلات تختلف من وحدة لأخرى حسب الغرض وطبيعة النشاط.

ثالثا: دليل الحسابات chart of account

ودليل الحسابات عبارة عن قائمة تفصيلية تشمل كافة الحسابات الإجمالية والفرعية من تبويبها وترميزها بالأسلوب العلمي الذي يتلاءم مع طبيعة الوحدة الاقتصادية وطبيعة نشاطها. بمعنى آخر يعتبر دليل الحسابات بمثابة قائمة خاصة لكافة حسابات الوحدة مبوبة في مجموعات متناسقة مع نوع النشاط وحجم الوحدة .

ويمر إعداد دليل الحسابات بعدة خطوات نوجزها فيما يلي :

1. حصر وتحديد كافة الحسابات المتعلقة بالوحدة محل إعداد دليل الحسابات .

2. تصنيف الحسابات وتبويبها في مجموعات متجانسة، حيث يمكن تبويب الحسابات حسب ارتباطها بالقوائم المالية إلى :

أ- حسابات تظهر بقائمة نتيجة الأعمال: حيث يمكن تقسيمها إلى حسابات خاصة بالإيرادات وأخرى خاصة بالمصروفات .

ب- حسابات تظهر بقائمة المركز المالي وتلك يمكن تقسيمها إلى حسابات خاصة بالأصول وأخرى خاصة بالالتزامات.

3. ترميز الحسابات أو ترقيمها :يقصد بالترميز إعطاء رموز معينة (أرقام، أو حروف، أو مزيج منهما) للحسابات بحيث يسهل التعرف على اسم الحساب والمجموعة التي تتضمنه. هذا ويعتبر الترميز أداة مفيدة للغاية في تشغيل البيانات المحاسبية، ومن ثم فإن أهمية الترميز لنظام المعلومات المحاسبي تتمثل في :

أ- يسهل الترميز من عملية جمع وتسجيل وترحيل البيانات المحاسبية .

ب- يسهل الترميز من عملية استرجاع البيانات والمعلومات خاصة مع استخدام الحاسب الآلي بهدف إعداد القوائم والتقارير المالية التي يخرجها نظام المعلومات المحاسبي للاستخدام الخارجي[1] .

ج- يساعد الترميز في تخزين البيانات والمعلومات في الملفات والأجهزة فيقلل كثيراً من المساحة المطلوبة للتخزين، كما يحافظ على وقت تشغيل الحاسب الآلي.

وينبغي أن يختار مصمم النظام المحاسبي الطريقة الملائمة للترميز والتي تتمشى مع أهداف النظام وطبيعة الوحدة الاقتصادية، على أن يكون نظام الترميز ملائماً لكل من كمية ونوع ال بيانات واحتياجات مستخدمي المعلومات وعملية تشغيل البيانات. هذا بالإضافة إلى مراعاة المرونة الكافية حتى يتسع نظام الترميز لكافة البنود الحالية والمستقبلية دون الحاجة إلى إعادة الترميز من جديد.

رابعا: التقارير :reports

تمثل التقارير الركيزة الأساسية في عمليات الرقابة وتقييم الأداء وكذلك إتخاذ القرارات مما يجعل من الضروري تناسب تلك التقارير للمستوى الإداري المقدمة إليه وكذلك تناسبها

[1] حمد حامد محمود عبد الحليم، مرجع سابق، ص58

مع من تقدم إليه من خارج الوحدة. ولقد سبقت الإشارة إلى أن التقارير تعتبر الناتج النهائي للنظام المحاسبي، وبالتالي يتحدد في ضوء فاعلية التقارير مدى الاعتماد على النظام المحاسبي ومدى تحقيق أهدافه .ونظراً لتعدد مستخدمي التقارير سواء من داخل الوحدة أو من خارجها، كل ذلك أدى إلى زيادة الحاجة إلى التقارير المحاسبية باعتبارها وسيلة للإعلام والافصاح عن نشاط الوحدة إلى كل من يهمه أمر الوحدة الاقتصادية بجانب أن التقارير أيضاً أداة تساهم في ترشيد قيام إدارة الوحدة بوظائفها الرئيسية في التخطيط والرقابة وإتخاذ القرارات. ومن ثم فإن أي تصميم محاسبي سليم يجب أن يبدأ بدراسة التقارير المطلوبة أولاً ثم يتعرف على أفضل الوسائل للوصول إلى هذه التقارير.

1.الوسائل الألية والإلكترونية المستخدمة:

وهذا العنصر إن غاب قام النظام المحاسبي وأدى الهدف منه بالأسلوب اليدوي، وإن اشتمل النظام المحاسبي عليه أدى النظام المحاسبي الهدف من ورائه بصورة أكثر كفاءة وفاعلية، حيث السرعة والدقة الممكن تحقيقها عند استخدام هذه الوسائل والتي يجب اختيار أنسبها للوحدة.

2.اقتصاديات المعلومات وقياس القيمة:

أ- **قيمة المعلومات** **the** value of information

يمكن اعتبار المعلومات – وفقاً لنظرية اقتصاديات المعلومات – بمثابة سلعة من السلع التي تتطلب تحديد سعر مناسب لها يتناسب مع المنافع التي تعود على المستخدم عند الحصول على هذه المعلومات، ولاتخاذ القرار الخاص بالحصول على المعلومات يجب دراسة الفرق بين التكلفة والعائد من هذه المعلومات، كما أن قيمة المعلومات تشتق من تأثيرها على سلوك متخذي القرارات، وبمعنى أكثر دقة يكون للمعلومات قيمة إذا خفضت من حالة عدم التأكد لدى مستخدم المعلومات، وعلى العكس لا يكون للمعلومات قيمة إذا لم

تؤدي إلى زيادة معرفة أو فهم أو إدراك الشخص المستخدم لها فيما يتعلق باحتمالات وقوع الأحداث المرتبطة بالمشكلة المطلوب اتخاذ قرار بشأنها. [1]

بحيث تتوقف قيمة المعلومات على:

- **كمية المعلومات** Information of quantity

يمكن قياس قيمة المعلومات بواسطة مجموعة من مقاييس خصائص المعلومات – السابق ذكرها – وهي الدقة، الملاءمة الزمنية، الموضوعية، الشمول، الوضوح، الملاءمة للاستخدام، المرونة، القابلية للقياس الكمي، وكمية المعلومات المتاحة للاستخدام بواسطة المستفيدين من نظام معالجة البيانات والمعلومات .علماً بأنه يوجد حد طبيعي لحجم المعلومات التي يمكن للنظام تخزينها ويمكن للمستفيد الرجوع إليها.

- **جودة المعلومات** Information quality

ترتبط جودة المعلومات بالكيفية التي يمكن بها استخدام هذه المعلومات ودرجة الاعتماد والثقة فيها، ويمكن قياس جودة المعلومات بخصائص الملائمة، الاعتماد، الثبات، والمقارنة.

ب- تحديد قيمة قياس المعلومات المحاسبية:

يواجه متخذ القرار عند دراسته لمشكلة ما بحاجته الملحة للحصول على أكبر قدر من المعلومات المتاحة عن تلك المشكلة، وبالتالي فإنه يجب الاهتمام ليس فقط بقيمة المعلومات بالنسبة لمستخدميها بل أيضاً بتكلفة الحصول عليها بحيث تكون تلك المعلومات مجدية لمتخذ القرار أي أن العائد أكبر من التكلفة، ومن هنا يمكن القول بأن دراسة قيمة المعلومات وتكلفتها تمثل أحد الاعتبارات الأساسية الواجب مراعاتها عند تصميم نظام

[1] أحمد حامد محمود عبد الحليم، مرجع سابق، ص58.

المعلومات .ويخضع تحديد القيمة الاقتصادية للحصول على المعلومات طبقاً لمجالات ومواقف اتخاذ القرارات لعدة فروض أساسية هي :

- أن المعلومات تقلل من درجة عدم التأكد لدى متخذ القرار، ولذلك فإنه يحتاج إلى المعلومات للوصول إلى أكبر قدر من الثقة في سلامة قراره .
- تعتمد قيمة المعلومات على توافر الشخص الذي له خلفية كافية عن موضوع القرار حتى يمكن استخدام تلك المعلومات، فالشخص الأكثر خبرة يحتاج إلى قدر أقل من المعلومات نظراً لقلة درجة عدم التأكد لديه من الشخص الأقل خبرة في ذلك المجال.
- أن قيمة المعلومات تتحقق من زيادتها للقيمة المتوقعة للنواتج من القرار الذي يجب اتخاذه .٤- أن المعلومات التي تحقق أكبر قدر من القيمة المتوقعة للنواتج ستكون هي الأفضل من وجهة نظر متخذ القرار .
- على متخذ القرار أن يقارن بين قيمة المعلومات (الزيادة الناتجة عنها في القيمة المتوقعة للنتائج) وبين تكلفة الحصول على تلك المعلومات، إذ يجب أن تكون قيمة المعلومات أكبر من تكلفتها أو مساوية لها على الأقل .ويعتمد قياس المعلومات على استخدام أسلوب العائد المتوقع مرجحاً بالاحتمالات لقياس قيمة المعلومات، وذلك بإتباع الخطوات التالية:

- تحديد القيمة المتوقعة لكل بديل واختيار أفضل البدائل في ظل المعلومات المتاحة .
- تحديد القيمة المتوقعة لكل بديل واختيار أفضل البدائل في ظل المعلومات الكاملة .
- تقدير قيمة المعلومات الكاملة (المضافة) وتمثل الزيادة في القيمة المتوقعة للنواتج بالفرق بين الخطوتين السابقتين .

- مقارنة المعلومات المضافة بتكلفة الحصول عليها ويجب أن تكون قيمة المعلومات أكبر من التكلفة وهي عبارة عن الفرق بين قيمة المعلومات المضافة مطروحاً منها تكلفة الحصول عليها.[1]

المطلب الثالث: فعالية وكفاءة نظام المعلومات المحاسبي

تسعى المنشآت الاقتصادية الى استخدام نظام المعلومات المحاسبي يتميز بالكفاءة والفعالية ويتم الحكم عليه على أساس التحقق الفعلي للأهداف المحددة وما إذا كان قدتم تحقيقها بأقل التكاليف الممكنة.

أولا: تعريف الفعالية:

تعرف الفعالية بأنها صفة لعملية ما تشير الى مقدرة هذه العملية الوصول الى أهدافها.[2]

وتعني الفعالية مدى النجاح في تحقيق الأهداف وهذا يعني أن درجة الفعالية انما تقاس بمدى تحقيق الأهداف المحددة والتي وجدت أصلا لتتحقق، إن الفعالية أيضا نسبية حيث نادرا ما يكون هدف واحد فقط للنظام، بل إنه غالبا يكون أكثر من هدف وقد تتعارض هذه الأهداف مع بعضها البعض، لذا تتحدد درجة الفعالية بمدى تحقيق الأهداف المحددة.[3]

الفعالية تتعلق بمدى ملائمة الهدف لحاجات متخذ القرار وتطور تلك الحاجات، وترتبط لفكرة النظام المفتوح لأنها تلتزم بملاحظة التغيرات التي تحدث في البيئة المحيط به حتى يمكنها توفير الاحتياجات المتجددة.

[1] أحمد حامد محمود عبد الحليم، مرجع سابق، ص60.

[2] عطية حسين احمد، نظم المعلومات المحاسبية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر ،2004، ص47

[3] (Boddy David & Albert Boonstra & Graham Kennedy, (2009), Managing Information Systems : Strategy and Organization, 3rd édition, Financial Times Press, United States of America, p. 78.

ثانيا: فعالية نظام المعلومات المحاسبي.

يكون نظام المعلومات المحاسبي فعال إذا أدى إلى إنتاج معلومات محاسبية مفيدة ملائمة موثوقة ومتعلقة بالقرار المراد اتخاذه، وبالتالي اتخاذ قرار إداري رشيد.

ولكي يتصف النظام بالفعالية لا بد من تحديد احتياجات مستخدمي النظام من المعلومات بالدقة، وأن يتم تصميم هذا النظام لخدمة تلك الاحتياجات. [1]

حسب الشيرازي، تتحدد فعالية نظام المعلومات المحاسبي بمدى ملائمة المعلومات المالية في اتخاذ القرار.[2]

المعلومات المحاسبية لكي تكون مفيدة، يجب أن تتميز بالخصائص الرئيسية والثانوية التي حددها مجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكي، وهي: الملائمة مع خصائصها الثانوية والثقة مع خصائصها الثانوية.

ملاحظة:

قد يكون النظام فعالا في حين انه يبدو غير كفء ن وفي المقابل قد يقوم النظام بتحويل المدخلات الى مخرجات بكفاءة دون تحقيق الأهداف غير فعال، فهو هنا يكون على درجة عالية من الكفاءة لأنه يستخدم الموارد المتاحة استخداما اقتصاديا ولكنه لا يتصف بالفعالية لان نتائجه لا تحقق الاشباع للبيئة المحيطة لذلك فان الفعالية وكفاءة نظام المعلومات المحاسبي يحتوي على مجوعة من الخصائص.

ويمكن لنا قياس فعالية نظام المعلومات المحاسبية حسب العلاقة الرياضية التالية:[3]

[1] عباس مهدي الشيرازي، نظرية المحاسبة، الطبعة الأولى ذات السلاسل، الكويت،1990، ص432

[2] مرجع سابق، ص426

[3] محمد دباغية، وإبراهيم خليل السعدي، إثر العوامل البيئية على كفاءة وفعالية نظم المعلومات المحاسبية على شركات التامين، دراسة تحليلية في شركات التأمين الأردنية، مجلة الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، العراق، العدد 90، 2011، ص 62

نسبة فعالية نظام المعلومات المحاسبية = الأهداف المحققة /الأهداف المخططة ×100.

فكلما كانت النسبة أكثر دل ذلك على فعالية نظام المعلومات المحاسبي.

ثالثا: تعريف الكفاءة:

تُعرف الكفاءة بأنها صفة لعملية ما تشير إلى مقدرة هذه العملية في استخدام أقل الموارد المادية والبشرية الممكنة لإنجاز شيء ما أو تحقيق هدف محدد.[1]

وتُعرف الكفاءة بانها النسبة بين كمية المورد المخطط له والمورد المستخدم فعلا.[2]

ويمكن تعريف الكفاءة بانها الاستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية لتحقيق أفضل القيم المضافة، إذ ترتبط الكفاءة بالإنتاجية لتحديد مقدار إضافة في قيمة كل عنصر من عناصر الإنتاج.

بناءاً على ما سبق نقول إن الكفاءة هي الاستخدام الأمثل الموارد المتاحة لتحقيق أفضل القيم المضافة بأقل التكاليف.

رابعا: كفاءة نظام المعلومات المحاسبي.

يقوم بتوفير المعلومات المحاسبية للمستخدمين بتكلفة معقولة ومناسبة، بحيث تفوق منافع المعلومات تكلفة الحصول عليها، والكفاءة النسبية قد ترتفع أو تنخفض، وتقاس بنسبة المخرجات إلى المدخلات، أو نسبة المنفعة الى التكلفة.[3]

ويمكن لنا قياس كفاءة نظام المعلومات المحاسبي حسب العلاقة الرياضية التالية:[1]

---

[1] ألفين أرينز، جميس لوباك، المراجعة مدخل متكامل، ترجمة محمد عبد القادر الديسطي، دار مريخ، مملكة العربية السعودية 2002ص 1053

[2] عطية حسين أحمد، نظم المعلومات المحاسبية، مرجع سابق، ص 29

[3] سعيد أحمد مرشد، مفهوم الكفاءة والفعالية في نظرية الإدارة العامة، مجلة جامعة المالك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، مجلد 1، 1988 ص 227

نسبة كفاءة النظام المعلومات المحاسبي =الموارد المالية المنجزة فعلا / الموارد المالية المتوقع إنفاقها ×100.

فكلما كانت النسبة أقل دل ذلك على كفاءة نظام المعلومات المحاسبي، وبمعنى أخر أنه تم استخدام موارد مالية أقل من تلك التي تم التخطيط لها لتحقيق الأهداف المحددة، لكن بشرط أن تكون المنفعة المحققة أكبر من التكلفة الفعلية من جهة وعدم المساس بتلك الأهداف المحددة من جهة أخرى، وتقاس كذلك بالطريقة التالية: [2]

نسبة كفاءة نظام المعلومات المحاسبي =المنفعة المحققة فعلا/ الموارد المالية المتوقع إنفاقها ×100.

بحيث كلما كانت النسبة أكبر دل ذلك على كفاءة النظام المعلومات المحاسبي.

ومن خلال هذه العلاقة نقول إن كفاءة أي نظام معلومات إداري هي مفهوم نسبي تختلف نتيجتها من نظام الى اخر.

إن تحقيق أهداف نظام المعلومات المحاسبي يتم تأكيده بمقياسي الكفاءة والفعالية، فقد يكون النظام فعال ولكنه يؤدي إلى تبديد الموارد المالية، وقد يكون كفء دون تحقيق الأهداف المحددة، ويتطلب الأمر تحقيقهما معاً، أي الكفاءة والفعالية.

[1] محمد دباغية، إبراهيم الخليل السعدي، مرجع سابق، ص 62

[2] نقلا عن، الشيخ الداوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء مجلة الباحث، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 7، 2009،2010، ص 220

المبحث الثالث: عموميات حول تنافسية الشركات.

تعتبر التنافسية إحدى إفرازات العولمة والتي تعني الانفتاح على العالم ثقافيا واقتصاديا وإداريا وتكنولوجيا، فتحدد تنافسية المؤسسة بمدى قدرتها على مواجهة التهديدات والتحديات البيئية، فهي تجعل المؤسسة في مركز تنافسي أفضل وتعطيها القدرة على البقاء والاستمرارية والنمو.

المطلب الأول: ماهية الميزة التنافسية.

ترجع بدايات مفهوم الميزة التنافسية إلى الثمانينات من القرن الماضي حيث بدأت فكرة الميزة التنافسية في الانتشار والتوسع بعد ظهور كتابات مايكل بورتر بشأن الإستراتيجية التنافسية والميزة التنافسية.

وسنتطرق الى تعريف الميزة التنافسية وأهميتها وخصائصها:

أولا: تعريف الميزة التنافسية.

هناك عدة تعاريف لتنافسية نذكر البعض منها:

عرفها علي السلمي هي المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه المنافسون ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون[1].

وعرفها مايكل بورتر (Michael PORTER): تنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث

[1]. علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية دار، غريب للنشر، القاهرة،2001، ص104.

يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع[1].

كما يشير نبيل خليل مرسي المقصود بها هو أنها ميزة أو عنصر تفوق للمنظمة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لاستراتيجية معينة للتنافس[2].

كما تعرف الميزة التنافسية بأنها مجال تتمتع فيه المؤسسة بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من 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 المادية، أو تميز الفكر الإداري، أو امتلاك موارد بشرية مؤهلة [3].

بالاعتماد على التعريفات السابقة عرفنا الميزة التنافسية على أنها:

عنصر تفوق وتفرد للمؤسسة وتنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين او بمجرد إحداث عملية إبداع، والتي يمكن من خلالها التأثير على حاجات ورغبات العملاء الحاليين، والمرتقبين، مما يمكنها من البقاء والاستمرار في مجابهة تحديات المحيط.

ومن خلال تعريفنا للميزة التنافسية صادفنا عدة مصطلحات المتمثلة في:[4]

[1] - Michel Porter, L'avantage concurrentiel comment devancer ses concurrents et maintenir son avance, Dunod, Paris,1999, p 08

[2] . نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الاعمال، مركز الاسكندرية للكتاب جامعة مصر 1998 ص 84

[3] Philip kotler et all, Bernard Dubois, et Delphine Manceau, le marketing managent 11emeédition, Person édition, paris France, 2004, p 120.

[4] داودي نادية، عزوز منيرة، دور الثقافة التنظيمية في تعزيز الميزة التنافسية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة أكلى محند أولحاج، البويرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2020، ص40.

التنافسية: تعرف على أنها القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من الربحية والنمو والاستقرار، التوسع والابتكار والتجديد حيث تسعى المنظمات، ورجال الأعمال بصفة مستمرة على تحسين المراكز التنافسية بشكل دوري نظرا لاستمرار تأثير المتغيرات العالمية والمحلية وتحقيق التنافسية.

المنافسة: لا يمكننا أن نتحدث عن المنافسة إلا من خلال التطرق لمستوياتها:

- ❖ المنافسة على مستوى القطاع وفيه تتنافس المؤسسات بعرض منتجات بديلة لبعضها البعض (كقطاع السيارات، فرع الفنادق، ...).
- ❖ المنافسة على مستوى السوق: وفيه تتنافس المنظمات فيما بينها على مشتريات الزبائن، خاصة إذا علم أن لدى المستهلك دخلا محدودا.
- ❖ المنافسة المباشرة: وهي صيغة تحدث بين المنظمات، ذات المنتجات المتشابهة مثل شركات IBM, APPLE, NEC

القدرة التنافسية: هي قدرة المنظمات أو الدولة على تسويق منجاتها وزيادة مبيعاتها، في ظل المنافسة مع السلع الأجنبية في الأسواق الداخلية والخارجية (اقتحام الأسواق الدولية). الميزة التنافسية عرفها **BARNEY** (على أنها الميزة التي تنشئ عندما تكون موارد المؤسسة قيمة موارد تساعد المؤسسة على خلق منتجات وخدمات قيمة)، نادرة (المنافسون لا يستطيعون الحصول عليها)، فريدة (المنافسون لا يمكنهم تقليدها أو محاكاتها بسهولة)، وملائمة (تمتلكها المؤسسة وتستطيع استغلالها متى أرادت ذلك).

ثانيا: أهمية الميزة التنافسية.

إن أهمية الميزة التنافسية بالنسبة للمنظمات شيء ضروري من أجل تحقيق التفوق على المنظمات الأخرى في نفس قطاع الصناعة، إذ أن تحقيق الميزة التنافسية يقود المنظمة إلى الاستخدام الأمثل للموارد بحيث تميزها عن بقية المنظمات الأخرى، والميزة التنافسية تعمل

على تطوير أنشطة البحوث وتطوير عمليات المنظمة بصورة مستمرة من أجل ضمان استمرارية وديمومة المزايا التنافسية، كما تضمن الميزة التنافسية البيع بأسعار أعلى من المنافسين والتي تسهم في تحقيق عوائد أعلى للمنظمة.

ويمكن إبراز أهمية الميزة التنافسية فيما يلي[1]:

1. أنها تعطي تفوقاً نوعياً وكمياً وأفضلية على المنافسين، وبالتالي تتيح لها تحقيق نتائج عالية.
2. تجعل منظمة الأعمال متفوقة في الأداء أو في قيمة ما تقدمه للعملاء أو الاثنين معاً.
3. تساهم في التأثير الإيجابي في إدراك العملاء، وباقي المتعاملين مع المنظمة وتحفيزهم لاستمرار وتطوير التعامل.
4. إن كون الميزات التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد فإن هذا الأمر يتيح للمنظمة متابعة التطور والتقدم على المدي البعيد.
5. نظراً لكون الميزات التنافسية مستندة على موارد المنظمة وقدرتها ومجالاتها فإنها تعطي حركة ديناميكية للعمليات الداخلية للمنظمة.

كما تكمن أهمية الميزة التنافسية فيما يلي[2]:

– تعطي الميزة التنافسية مؤشرا قويا للمنظمات لإحكام سيطرتها على قطاع السوق (الحصة السوقية) أكبر من منافسيها، وقد يعني سيطرة المنظمة على زبائن كثيرين مقارنة بالمنافسين.

[1] موقع https://www.starshams.com/2022/09/blog-post_92.html ، يوم الاطلاع 06/03/2023

[2] مروان محمد نجيب، دور المزيج التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية، (دراسة استطلاعية)، بدون طبعة، دار شتات للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص67

– تعد الميزة التنافسية سلاحا قويا تعتمده المنظمة لمواجهة تحديات المنظمات المنافسة أي: قيام المنظمة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل عن طريق خلق التقنيات والمهارات الإنتاجية التي تمكنها من التكيف للفرص المتغيرة بشكل سريع؛

- تعتبر الميزة التنافسية معيارا مهما لنجاح المنظمات تميزها عن غيرها من المنظمات الأخرى من حيث إيجاد نماذج مميزة جديدة يصعب على المنافسين تقليدها؛
- أكثر المنظمات الحديثة تعتمد على التكنولوجيا الحديثة لتحقيق المزايا التنافسية من أجل البقاء والاستمرار ذلك بسبب التغيرات المستمرة في التكنولوجيا فإن عدم مواكبة هذا التغير يضع المنظمات في مواجهة حقيقية للضعف أو الفشل لذا تعمل المنظمات على مواكبة التطورات التكنولوجية والاستفادة قدر الإمكان من المميزات التقنية الجديدة التي تنعكس على جودة الخدمة ونوعيتها.

مما سبق نرى أن أهمية الميزة التنافسية لا تتجلى فقط في استجاباتها للتحديات التي تواجه منظمات الأعمال وإنما باعتبارها منظومة متكاملة لاتخاذ القرارات تتعلق بالتفوق بالميزة التنافسية على منافسيها.

ثالثا: خصائص الميزة التنافسية.

من أجل إعطاء الميزة التنافسية مفهوم أوضح فذلك يظهر من خلال خصائصها، التي يمكن أن تستخدم من قبل المؤسسة لتقييم ميزتها التنافسية، وهذه الخصائص تتمثل فيما يلي:[1]

1. تقدم الملائمة الفريدة بين موارد المؤسسة والفرص في البيئة.
2. تشتق من رغبات العميل.

[1] طلعت أسعد عبد الحميد، الموسوعة اقتصادية، دار الفكر العربي، مصر، ،1996 ص .190

3. تقدم قاعدة لتحسينات اللاحقة.
4. تقدم المساهمة الأهم في نجاح الأعمال[1].
5. كما أنها يجب أن تؤدي للتأثير في المشترين وإدراكهم للأفضلية فيما تقدم المنظمة وتحفزهم للشراء منها.
6. أنها تتحقق لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتجديدها[2].

ويقول البعض الأخر أنه عند الحديث عن خصائص الميزة التنافسية لابد من التركيز في المقام الأول على مسألة ديمومة الميزة التنافسية وبقائها، فالميزة تنتهي بمجرد قدرة المنافسين على تقليدها أو محاكاة ما تستند إليه إذا ما أرادت المؤسسة أن تحافظ على الميزة التنافسية يجعلها أكثر استمرارية، يجب عليها تبني إستراتيجيات تجعل عملية تقليد الميزة التنافسية التي قامت ببنائها شديدة الصعوبة أو مرتفعة الكلفة بالنسبة للمنافسين، ويمكن تلخيص خصائص أخرى للميزة التنافسية نبرزها فيما يلي[3]:

- أنها نسبية، أي تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة.
- كما أنها تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين.
- أنها تنبع من داخل المنظمة لأنشطتها أو في قيمة ما تقدم للمشترين أو كلاهما.

[1] وهيبة داسي، دور المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية في المصارف الحكومية السورية، مجلة الباحث، عدد 11 ،2012، ص 168

[2] محي الدين القطب، الخيار الإستراتيجي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012 ص81

[3] علي حسن الزغبي، نظم المعلومات الإستراتيجية مدخل استراتيجي دار، وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط،1،2005ص138

المطلب الثاني: أنواع ومحددات الميزة التنافسية.

للميزة التنافسية نوعين رئيسيين ولها عدة محددات سنتطرق إليها من خلال هذا المطلب.

أولا: أنواع الميزة التنافسية.

هناك نوعين رئيسين من الميزة التنافسية هما التكلفة الأقل **Cost leadership**، وتمايز أو تمييز المنتج **Differentiation**[1]:

1. التكلفة الأقل:

بالضغط على التكاليف وأدائها لوظائفها بكفاءة أكبر من منافسيها وتحقيق المؤسسة هذا النوع من الميزة التنافسية من خلال تلك التكنولوجيا الأكثر تطورا، أرخص المواد الأولية، الاستغلال الأفضل للطاقات الإنتاجية، كفاءة العمليات التسويقية فعالية نظم الإنتاج ونظم الصيانة وكفاءة فعالية عمليات النقل والتخزين.

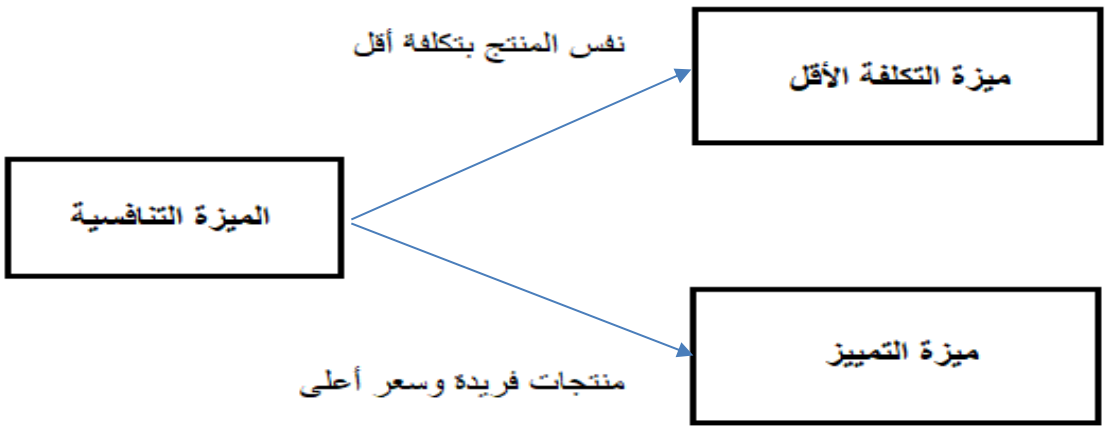
2. تميز المنتج:

التميز في السلعة والخدمة المقدمة سواء على مستوى الجودة الإبداع التكنولوجي أو خدمات ما بعد البيع، وتستطيع المؤسسة تحقيق هذا النوع من الميزة التنافسية من خلال التميز في نوعية وجود المواد الأولية، التميز في أساليب البيع وإمكانية الحصول على السلعة من أي مكان وفي أي وقت التميز في طريقة منح السلعة.

الشكل التالي يوضح أشكال الميزة التنافسية كما يلي:

[1] –عباسة عائشة، كيفية تحقيق الميزة التنافسية للمنتجات ذات الاستهلاك الواسع، دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر وحدة مستغانم Sucre Ra، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر في العلوم التجارية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015ص19

الشكل رقم (02): أنواع الميزة التنافسية



المصدر: بوعسلة فطيمة الزهراء، دور نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بسكرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص37

ثانيا: محددات الميزة التنافسية.

تتحدد الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال عنصرين أساسيين هما:[1]

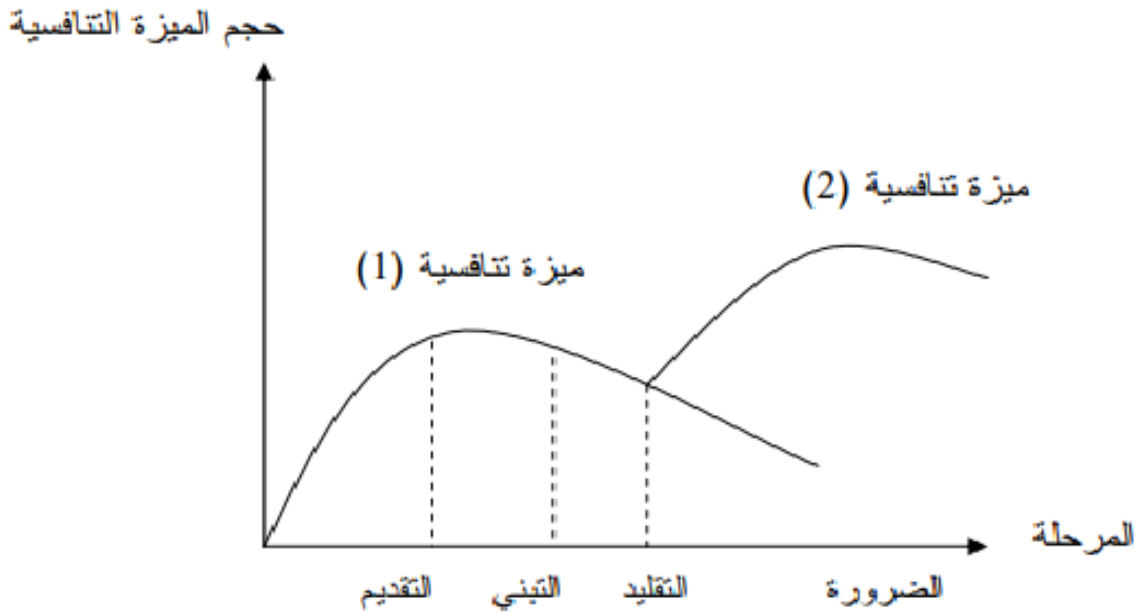
1. حجم الميزة التنافسية

تتحقق الاستمرارية للميزة التنافسية للمؤسسة إذا كان بإمكانها المحافظة عليها سواء ميزة التكلفة الأقل أو ميزة تمييز المنتج)، في ظل مواجهة المنافسين الموجودين في قطاع النشاط، وبشكل عام كلما كانت الميزة أكبر كلما تطلبت جهودا أكبر من المؤسسات المنافسة

[1] نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الاعمال، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 1998، ص 86.

للتغلب عليها، ومثلما هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات الجديدة، فإن للميزة التنافسية دورة حياة هي الأخرى، كما هو مبين في الشكل الموالي:

الشكل رقم (03): دورة حياة الميزة التنافسية.



المصدر: نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الاعمال، مركز ، مرجع سابق، ص68.

من خلال الشكل يتبين لنا أن الميزة التنافسية تمر بمراحل وهي[1]:

- **مرحلة التقديم**: تعد المرحلة الأطول مقارنة بالمراحل الأخرى، وهذا لكونها تحتاج إلى الكثير من الإمكانيات المادية المالية والبشرية، وذلك كون الميزة تقدم لأول مرة في الصناعة، وتعرف عندها الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشارا أكثر فأكثر نتيجة الإقبال المتزايد للمستهلكين وهذا بعد معرفتهم لحقيقة الميزة.

[1] نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الاعمال، مرجع سابق ص86

- **مرحلة التبني:** تعرف الميزة هنا استقرارا نسبيا من حيث الانتشار باعتبار أن المنافسين بدأوا يركزون عليها.
- **مرحلة التقليد:** يتراجع حجم الميزة وتتجه شيئا فشيئا نحو الركود، لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة المؤسسة، وبالتالي تتراجع أسبقيتها عليها.
- **مرحلة الضرورة:** تأتي هنا ضرورة تحسين الميزة الحالية وتطويرها بشكل سريع، أو إنشاء ميزة جديدة على أسس تختلف تماما عن أسس الميزة الحالية، وإذا لم تتمكن المؤسسة من التحسين أو الحصول على ميزة جديدة، فإنها ستفقد أسبقيتها تماما وعندها يكون من الصعب العودة إلى التنافس من جديد.

إذن من خلال الشرح الموجز لدورة حياة الميزة التنافسية يتبين لنا بأن على المؤسسة التي تحصل على الميزة التنافسية، لا يكفيها امتلاكها الميزة بل ضرورة متابعة دورة حياتها من أجل معرفة أو تطوير الميزة الحالية أو البحث عن ميزة جديدة، كذلك يجب التأكيد في هذا المجال على أن دورة حياة الميزة التنافسية في مراحلها التي تمر بها ليست متساوية بالنسبة للقطاعات الصناعية المختلفة وكذلك حسب طبيعة الميزة.

2. نطاق التنافس او السوق المستهدف.

يعبر النطاق عن مدى اتساع أنشطة المؤسسة بغرض تحقيقها لميزة أو مزايا تنافسية، فاتساع هذا النطاق يمكن أن يحقق وفرات في التكلفة مقارنة بالمنافسين المتواجدين في قطاع الصناعة، ومن أمثلة تلك الاستفادة من استخدام منافذ توزيع لخدمة قطاعات تسويقية مختلفة، وفي مثل هذه الحالة تتحقق اقتصاديات ووفرات الحجم، ويظهر ذلك خاصة في عمليات المؤسسة، ومن جانب أخر يمكن للنطاق الضيق أن يساعد المؤسسة في تحقيق ميزة تنافسية وذلك من خلال التركيز على قطاع سوق معين، وخدمته بأقل تكلفة أو بمنتج (سلعة أو خدمة) متميز.

ويشمل نطاق التنافس أربعة أبعاد وهي:[1]

أ- **القطاع السوقي:** يعكس مدى تنوع مخرجات المؤسسة وكذا تنوع العملاء الذين يتم خدمتهم، وهناك يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.

ب- **درجة التكامل الأمامي:** التكامل الرأسي للأمام هو أن تتحمل المؤسسة مسؤولية التوزيع خلال الحلقات المختلفة وصولا إلى المستهلك، ويشير إلى درجة أداء المؤسسة لأنشطتها المختلفة سواء كانت داخلية أو خارجية، فالتكامل الأمامي المرتفع مقارنة بالمنافس قد يحقق التكلفة الأقل.

ج- **البعد الجغرافي:** يمثل عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تتنافس فيها المؤسسة، ويسمح هذا البعد من تحقيق مزايا تنافسية من خلال تقديم نوعية واحدة من الأنشطة والوظائف عبر مناطق جغرافية مختلفة، وتبرز أهمية هذه الميزة بالنسبة للمؤسسات العالمية حيث تقدم منتجاتها أو خدماتها في كل أنحاء العالم.

د- **قطاع النشاط:** يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها المؤسسة، فوجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات من شأنه خلق فرص لتحقيق مزايا تنافسية عديدة، فقد يمكن استخدام نفس التسهيلات أو التكنولوجيات والخبرات عبر الصناعات المختلفة التي تنتمي إليها المؤسسة.[2]

[1] Harry richard , prumt;et al ,what in the world is competitive advantage, andeson school.2003,p55

[2] نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الاعمال، مرجع سابق، ص86ص87

المطلب الثالث: أبعاد الميزة التنافسية ومعايير الحكم على جودتها.

سيتم التطرق في هذا المطلب الى ابعاد الميزة التنافسية وكذلك معايير الحكم على جودتها.

أولا: أبعاد الميزة التنافسية.

للميزة التنافسية عدة أبعاد نذكر منها ما يلي[1]:

1. **التكلفة:** يجب على المنظمات أن تراعي الحل الوسط بين التكلفة وما تقدمه من خصائص للسلع والخدمات، فأغلب المنظمات تسعى إلى تخفيض التكلفة وتطبيق المراقبة المستمرة على المواد الخام وتحقيق مستويات أعلى من الإنتاجية.
2. **الجودة:** يمكن تحقيق الجودة من خلال إضافة سمات فريدة للمنتجات التي تقدمها سواء كانت سلع أو خدمات لتعزيز جاذبيتها التنافسية وذلك لاستفادة العملاء من المرحلة النهائية في تقديم المنتجات وتحقيق الجودة يتم من خلال بعدين هما تصميم المنتج للتكيف مع وظيفته ونوعيته وتتوقف على القدرة التنظيمية لتحويل المدخلات إلى مطابقة النواتج.
3. **المرونة:** هي القدرة على الاستجابة على للتغيرات والأحداث السريعة التي تواجهها المنظمات والتي تؤدي بها إلى الانتقال من خدمة إلى خدمة أخرى أفضل حسب حاجات الزبائن ورغباتهم وتقاس المرونة بالوقت المستغرق لعملية التحول.
4. **الوقت أو التسليم:** تشير إلى قدرة المنظمة على الالتزام بالوقت المتفق عليه لتقديم الخدمة وهذا يعني اعتياديا أن توفر المنظمة الخدمات التي تقدمها أو تقدمها في وقت

[1] خديجة هازل، أحلام طالب، دور نظم معلومات الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة الشركة الافريقية للزجاج جيجل، مذكرة مقدمة لاستكمال لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017، ص50.

مبكر قبل الوقت المحدد المتفق عليه، وأن الاهتمام بالوقت يعني تسليم المنظمة حسب الوقت المتفق عليه، كذلك الاهتمام بالسرعة والتحويلات السريعة التي تحدث في السوق ونتائجها ركزت على تحقيق أهداف المنظمة.

ثانيا: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية.

تتحدد نوعية ومدى جودة الميزة التنافسية بثلاث ظروف هي:[1]

1. مصدر الميزة:

يمكن ترتيب الميزة التنافسية وفق درجتين هما:

أ- **مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة:** مثل التكلفة الأقل لكل من قوة العمل والمواد الخام، حيث يسهل نسبيا تقليدها ومحاكاتها من قبل الشركات المنافسة.

ب- **مزايا تنافسية من مرتبة مرتفعة:** مثل تكنولوجيا العملية تميز المنتج السمعة الطيبة بشأن العلامة استنادا إلى مجهودات تسويقية متراكمة، أو علاقات وطيدة مع العملاء.

وتتصف هذه المزايا بعدد من الخصائص أهمها:

- يتطلب تحقيقها ضرورة توافر مهارات وقدرات عالية المستوى مثل الأفراد المدربين تدريبا خاصا على القدرات الفنية الداخلية، والعلاقات الوثيقة والوطيدة مع كبار العملاء.
- تعتمد على تاريخ طويل من الاستثمارات المتراكمة والمتميزة في التسهيلات المادية، والتعلم المتخصص والبحوث والتطوير والتسويق، ويترتب على أداء هذه الأنشطة خلق مجموعة من الأصول الملموسة وغير الملموسة في شكل سمعة طيبة، علاقات وثيقة مع العملاء.

[1] نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الاعمال، مرجع سابق ص112

2. عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المؤسسة:

في حالة اعتماد المؤسسة على ميزة واحدة فقط مثل تصنيف المنتج بأقل تكلفة أو القدرة على شراء مواد خام رخيصة الثمن، فانه يمكن للمنافسين تجسيد أو التغلب على أثار تلك الميزة أما في حالة تعدد مصادر الميزة فانه يصعب على المنافسين تقليدها جميعا.

3. درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة:

يجب أن تتحرك المؤسسات نحو خلق مزايا جديدة بشكل أسرع وقبل قيام المؤسسات المنافسة بتقليد أو محاكاة الميزة القائمة حاليا، لذا قد يتطلب الأمر قيام المؤسسات بتغيير المزايا التنافسية القديمة، وخلق مزايا تنافسية جديدة، ومن مرتبة مرتفعة.[1]

[1] نبيل مرسى خليل، مرجع سابق ص113

خلاصة الفصل:

مما سبق يمكن القول إن نظام المعلومات المحاسبي أحد الأنظمة الفرعية من نظام المعلومات الإداري للمؤسسة، فالنظام المحاسبي يلعب الدور الرئيسي في إدارة وتنظيم تدفق المعلومات داخل المؤسسة والبيئة المحيطة من خلال قيامه بإنجاز عملية تجميع وتلخيص ومعالجة هذا الكم هائل من البيانات الواقعة في فتَّرة زمنية محددة والتي تخص المؤسسة وتحويلها إلى معلومات تلبي احتياجات المجموعة من المستخدمينُ ومتخذي القرارات.

كما رأينا أن المؤسسة التي تمتلك ميزة تنافسية تحدث تفوقا على منافسيها باختراق السوق من خلال انتهاج ابعاد وطرق تجعلها في توازن بين المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة، أي توفير ما يحتاجه العملاء من سلع وخدمات عن طريق المعطيات الداخلية من موارد وكفاءات وتقنيات وغيرها واستغلالها أحسن استغلال مما يجعلها تؤدي أداء متميز وبكسبها ميزة تنافسية.

الفصل الثاني:

الدراسة التطبيقية بمديرية التوزيع للكهرباء والغاز المدية

تمهيد:

بعدما تطرقنا في الفصل الأول إلى الإطار النظري لنظام المعلومات المحاسبي من خلال عرض المفهوم والمقومات والمراحل، وكذا التعرف على الميزة التنافسية للشركات ومحدداتها وابعادها، سنحاول في هذا الفصل إسقاط الدراسة النظرية على أرض الواقع، وقد وقع اختيارنا على مديرية التوزيع للكهرباء والغاز بالمدية باعتبارها مؤسسة اقتصادية عمومية، ومحاولة التعرف على حقيقة وواقع نظام المعلومات المحاسبي، وأثره على تنافسية المؤسسة، ومن أجل الوصول إلى هذا الهدف يتم التطرق في هذا الفصل الى:

المبحث الأول: عرض عام للشركة محل الدراسة.

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية.

المبحث الأول: عرض عام للشركة محل الدراسة:

سنقدم في هذا المبحث عرض عام للشركة محل الدراسة في إطار منهجي، وذلك من خلال عرض الشركة القابضة ومجمع سونلغاز، عرض الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز SDC-SPA(فرع سونلغاز) والتعرف على مهامها وإسناداتها، وفي الأخير تقديم مديرية التوزيع بالمدية (وحدة تابعة لـ SDC-SPA) من خلال عرض الهيكل التنظيمي للمديرية والتعرف على كل قسم، وصولا إلى قسم المالية والمحاسبة مكان إجراء هذه الدراسة.

المطلب الأول: عرض الشركة القابضة والمجمع سونلغاز:

ستنعرف من خلال هذا المطلب على الشركة القابضة سونلغاز وكذلك شركاتها التابعة أي مجمع سونلغاز[1]:

أولا: عرض الشركة القابضة (Le Holding SONELGAZ):

تكرِّس القوانين الجديدة للشركة القابضة سونلغاز مبدأ المجمع الصناعي، ويتكون من سونلغاز **SPA** وشركاتها التابعة. وبما أن الأنشطة التشغيلية قد تم تحويلها إلى شركاتها، فإن شركة **Sonelgaz** القابضة **(Holding)** الآن تقود المجمع من خلال ممارسة مهام السياسة والإستراتيجية. على هذا النحو، فإنها تضع وتنفذ إستراتيجية التنمية للمجمع ككل والسياسة المالية والموارد البشرية. كما تهدف إلى إدارة المحفظة ومراقبة تطبيق اللوائح وتنفيذ مهام التدقيق الداخلي والتفتيش.

إذا، ولضمان مهامها الجديدة، لدى **Sonelgaz** بنية ماكرو جديدة ومنظمة جديدة، وتنقسم كما يلي:

[1] الموقع الإلكتروني: www.sonelgaz.dz ، يوم الاطلاع يوم 17افريل 2023.

1. **تقسيم صناعات الطاقة (PIE) Le Pôle des Industries Energétiques:**

المسؤول عن مراقبة الشركات**SPE،SKTM ، GRTE، GRTG، OS، CEEG، SDC، SKS، SKT، SKB، SKD،AOMc** ، وكذلك المساهمات في الشركات **AEC، TMBT، SKH و.NEAL**

2. **تقسيم الأنشطة الصناعية والأشغال والخدمات Le Pôle des Activités Industrielles, Travaux et Services (PITS):**

المسؤول عن مراقبة الشركات **KAHRAKIB، KAHRIF، KANAGHAZ، INERGA، ETTERKIB، SOPIEG، TRANSMEX، SAT INFO، SMT، SOGC، MPV، HMP IFEG، ELIT، CREDEG، AMC، ROUIBA ECLAIRAGE، MEI، CASEG، GEAT، HYENCO** والمساهمات في الشركات **ALGESCO، BAOSEM، COMINTAL.**

3. **مديرية الأمن الداخلي La Direction de Sûreté Interne (DSI):**

مسؤولة عن مراقبة الشركات **SWAT، SAR، SAT، SAH،**

4. وعلاوة على ذلك، **إدارة الموارد البشرية** أصبحت **الإدارة التنفيذية لقطاع الموارد البشرية والتطوير التنظيمي، Exécutive du Capital Humain et du Développement de l'Organisation (DCH)**، وتأخذ تحت رعايتها أنشطة تطوير الأنشطة.

وتتمثل المهمة العامة لـ **(DCH)** في:

- تحديد وإدارة سياسات الموارد البشرية، وكذلك الرسوم المتحركة لقسم الموارد البشرية والدراسات التنظيمية لشركات مجمع **Sonelgaz.**

- تحديد ونشر سياسات الموارد البشرية والتنظيم بطريقة مجتمعة لجميع أنشطة وشركات المجمع.
- إدارة المواهب.
- الحوار الاجتماعي حول التوجهات الإستراتيجية.
- تنمية الموارد البشرية والتدريب، وأنظمة التقييم، والتعويض.
- مصاحبة للتحولات والمنظمات وظروف العمل.
- إدارة تنفيذ أدوات وعمليات الموارد البشرية المشتركة بالإضافة إلى تلك الخاصة بالمنظمة في جميع أنحاء شركات المجمع.

ثانيا: عرض المجمع:(Le Groupe SONELGAZ)

خلال السنوات القليلة الماضية، كانت SONELGAZتعيش مرحلة مهمة بشكل خاص في تاريخها. ومن الآن فصاعدا، انتهت إعادة هيكلة سونلغاز، بعد صدور القانون رقم 01/02 في 05 فبراير2002، مع إنشاء جميع الشركات التابعة.

التنظيم الجديدة الذي تم تحقيقه في فبراير2017، أُنشِأَ **Sonelgaz** كمجمع صناعي مؤلف من 16 شركة فرعية. ونتيجة لذلك، تشكلت قطاعات أعمالها الأساسية: إنتاج، نقل وتوزيع الكهرباء، ونقل وتوزيع الغاز عبر القنوات.

ولتحقيق ذلك يعول المجمع على الشركات الآتية[1]:

- شركة إنتاج الكهرباء **(SPE)**،
- شركة الكهرباء والطاقات المتجددة **(SKTM)**،
- شركة هندسة الكهرباء والغاز **(CEEG)**،
- شركة تسيير شبكة نقل الكهرباء **(GRTE)**،

[1] الموقع الإلكتروني: www.Sonelgaz.dz، مرجع سبق ذكره.

- شركة تسيير شبكة نقل الغاز **(GRTG)**،
- النظام الكهربائي للمشغل**(OS)** ، المسؤول عن إجراء نظام إنتاج / نقل الكهرباء،
- الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز **(SDC)** ،

تختص الشركات **Kahrif**، **Kahrakib**، **Etterkib**، **Inerga** و**Kanaghaz**في مجال إنجاز البنية التحتية للطاقة (الهندسة والتركيب الصناعي وإنجاز الشبكات ...).

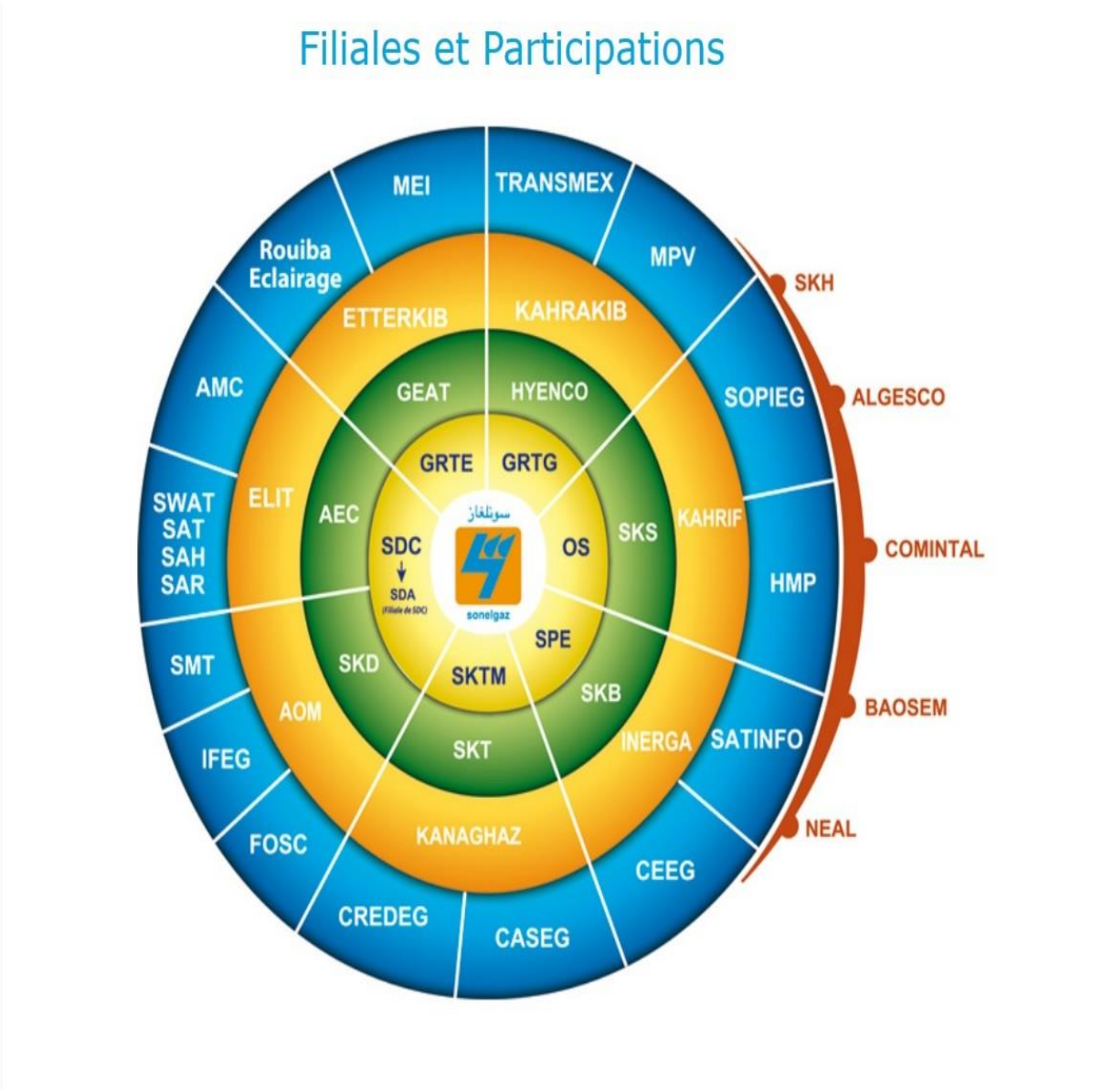
إضافة إلى ذلك، فإن الفروع المتخصصة في الأعمال الجانبية مسؤولة عن الأنشطة المساعدة، مثل صيانة معدات الطاقة، وتوزيع معدات الكهرباء والغاز، والنقل والمناولة الاستثنائيين، إلخ.

بالإضافة إلى ذلك، تمتلك **Sonelgaz** أيضًا حصصًا في الشركات التي يرتبط نشاطها التجاري بقطاع الكهرباء والغاز.

ويحتل المجمع مركزًا متميزًا في اقتصاد الدولة، بصفته المسؤول عن تزويد أكثر من ستة ملايين أسرة بالكهرباء وثلاثة ملايين بالغاز الطبيعي، وهي تغطية جغرافية لأكثر من 99٪ في معدل الكهرباء و59 ٪ لتغلغل الغاز[1].

[1]الموقع الإلكتروني: www.Sonelgaz.dz، مرجع سبق ذكره.

الشكل (04): بوابة على شركات المجمع سونلغاز



المصدر: الموقع الإلكتروني: www.sonelgaz.dz، مرجع سبق ذكره.

المطلب الثاني: عرض الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز SDC-SPA:

الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز (بالاختصار SDC-SPA)، هي شركة فرعية من بين الـ 16 فرع لمجمع سونلغاز.

وتتكون من 53 مديرية توزيع (في شكل وحدات)، تغطي إقليم 47 ولاية باستثناء ولاية الجزائر العاصمة التي تغطى من طرف شركة التوزيع الجزائر SDA-SPA، والتي تعتبر بدورها فرع من المجمع، وتحتوي هذه الأخيرة على أربع مديريات للتوزيع.[1]

أولا: تاريخ الإنشاء:

إن إنشاء الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز، مرتبط بتفعيل نظم القانون 01/02 في 2002/02/05 المذكور سابقا، والمتعلق بالكهرباء وبتوزيع الغاز عبر القنوات.

وسمحت التغيرات الاقتصادية الناتجة عن تطبيق هذا القانون بمرور سونلغاز إلى قابضة شركات (Holding de Societies) تمارس مهن مختلفة. وبدخول سونلغاز في إجراءات التفرع

(Processus de filialisation) أنشأت الشركة الفرعية – سونلغاز التوزيع للوسط

– **S**onelgaz **D**istribution **C**entre – بالاختصار **SDC** في جانفي 2006 في شكل – شركة ذات أسهم فرع من مجمع سونلغاز، ومقرها الاجتماعي متواجد بشارع محمد بوضياف، بالبليدة.

وعرف شهر أفريل 2009 المرحلة الثانية من إجراءات إعادة الهيكلة والتي مست شعار الشركة:

(Le logo) وتغيير اسم الشركة ليصبح : شركة توزيع الكهرباء والغاز للوسط

[1] الموقع الإلكتروني: www.sonelgaz.dz، مرجع سبق ذكره.

Société de **D**istribution de l'**E**lectricité et du **G**az du **C**entre, par abréviation **SDC**"، والإبقاء عليها كفرع من مجمع سونلغاز.

بعد ذلك وكمرحلة أخيرة من مراحل تطبيق إعادة الهيكلة، تم في مطلع سنة 2017 ضم شركة التوزيع للغرب وكذا شركة التوزيع للشرق الى شركة التوزيع للوسط، لتصبح: الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز "Société **A**lgérienne de **D**istribution de l'**E**lectricité et du **G**az – **SDC**–**SPA**"

ثانيا: المهام

الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز SDC–SPA، مكلفة في إطار المهام المسندة إليها، بتوزيع الطاقة الكهربائية والغازية، وبتلبية حاجيات الزبائن وفقا لشروط التكلفة، نوعية الخدمة والأمان.

ثالثا: الإسنادات

- ضمان جودة واستمرارية الخدمة؛
- استغلال وصيانة شبكات توزيع الكهرباء والغاز؛
- تطوير شبكات الكهرباء والغاز لما يسمح بربط زبائن جدد؛
- ضمان الأمان والفعالية لهذه الشبكات؛
- ضمان التوازن بين العرض والطلب فيما يخص الطاقة؛
- تسويق الكهرباء والغاز.

المطلب الثالث: تقديم مديرية التوزيع بالمدية

سنتطرق هذا المطلب الى الهيكل التنظيمي لمديرية التوزيع للكهرباء والغاز وشرح اقسامه[1]:

أولا: الهيكل التنظيمي لمديرية التوزيع

الشكل رقم (05): الهيكل التنظيمي لمديرية التوزيع.



المصدر: وثائق الشركة، مقدمة من طرف رئيس مصلحة الشؤون القانونية.

[1] مقابلة مع رئيس مصلحة الشؤون القانونية لمديرية التوزيع للكهرباء والغاز بالمدية، السيد: هارون محمد.

ثانيا: شرح الهيكل التنظيمي للشركة

❖ **مدير التوزيع:** يمثل مدير التنظيم قمة الهرم في المؤسسة، وهو مكلف في حدود صلاحياته بضمان توزيع الطاقة الكهربائية والغازية وإيصالها إلى زبائن المؤسسة في أحسن الظروف والنوعية الجيدة والاستمرارية في التقديم، والسعر المناسب.

❖ **الأمانة العامة:** دورها التنسيق وتوزيع المراسلات وتوجيهها بين الأقسام ومصالح الشركة.

❖ **مصلحة الشؤون القانونية:**

- تعد الممثل القانوني للشركة أمام القضاة (المحكمة، المجلس القضائي، المحكمة العليا)؛
- يتابع تنفيذ القرارات القانونية؛
- يتكفل بكل القضايا القانونية مثل رفع دعوى حول التعدي على ممتلكات الشركة أو الشكاوى ورفع الدعوى ضد المديرية من طرف الزبائن؛
- يساعد كل الأقسام في القضايا ذات الطابع القانوني (رفع دعوى قضائية)؛
- تنظيم المعلومات القانونية وتقديمها وقت الضرورة.

❖ **مهندس الأمن HSE:** يقوم بالمهام التالية:

- إعداد مخطط الزيارات المبرمجة للنشاطات التحسيسية؛
- تحضير اجتماعات لجنة النظافة والأمن على مستوى المديرية؛
- السهر على تطبيق كل إجراءات الوقاية في مجال النظافة والأمن؛
- إعداد إحصائيات حول حوادث الغاز والكهرباء مع المصالح التقنية.

❖ **ملحق الاتصال:** يقوم بالعديد من المهام نذكر منها ما يلي:

- تحضير وتنظيم المعلومات الموجهة إلى الجمهور والزبائن باستعمال كل الوسائل المتاحة؛
- المشاركة مع المديرية العامة في التظاهرات التجارية؛
- اقتراح مواضيع الإشهار وإعلام الزبائن حسب الطبيعة المحلية؛
- ربط علاقات وثيقة مع كل أنواع وسائل الاتصال.

❖ **مساعد الأمن الداخلي للمؤسسات:** ويقوم بالمهام التالية:

- المتابعة الميدانية لكل المقاييس الأمنية داخل المديرية (الحراس، الجدران...الخ)؛
- تقديم تقرير دوري إلى المسئولين حول الوضعية الأمنية للمديرية ومختلف وكالاتها؛
- إعداد تقرير فوري بعد حدوث أي طارئ مباشر؛
- إعداد مخطط الأمن الداخلي بالتعاون مع المصالح الأمنية لولاية.

❖ **قسم تقنيات الكهرباء:** يهتم بمراقبة واستغلال الشبكات الكهرباء، الصيانة، تطوير الشبكة والقيام بالأشغال تحت التوتر (الكهرباء).

❖ **قسم تقنيات الغاز:** يهتم بمراقبة واستغلال الشبكات الكهرباء، الصيانة وتطوير الشبكة.

❖ **قسم دراسات تنفيذ أشغال الكهرباء والغاز:** وأغلب مهامه بالميدان:

- فيقوم بكل ما يتعلق بالدراسة كالموقع والمخططات.[1]

❖ **قسم الإدارة والصفقات:**

- مكلف بإنشاء الطلبات الخاصة برخص الحفر والبناء واستقبال مخطط التشفير الخاص بمقدار الأشغال المرسل من مصلحة الدراسات، وغيرها من مهام تخصص السوق والبرمجة؛
- تسيير القروض الخاصة بأمر الدفع ومتابعة تنفيذها؛
- استقبال وإجراء الأمر بالدفع لكل فواتير المؤسسات المنفذة للمشاريع؛
- إنشاء عناصر الإحصاء الخاصة بتحقيق المشاريع– التقنية والمالية؛
- فتح وإغلاق رخص البرامج.

❖ **قسم العلاقات التجارية:** يضم هذا القسم مجموعة من الوكالات تجارية: اثنان منها داخل مدينة المدية، و(06) ستة موزعة على إقليم الولاية، إضافة إلى (03) ثلاث مصالح:

[1] مقابلة مع رئيس مصلحة الشؤون القانونية لمديرية التوزيع للكهرباء والغاز، المدية، مرجع سابق

أ- مصلحة تطوير المبيعات: وهي مصلحة مسؤولة على متابعة طلبات الزبون (التوتر المتوسط والضغط المتوسط) ومختلف الوثائق الخاصة بالإيصالات الجديدة أو إحداث تغيرات على مستوى الشبكة، إضافة إلى فوترة كل الأشغال الخاصة بطلب الزبون الجديد أو زبون مشترك.

ب- مصلحة التحصيل: تهتم بكل أمور الزبائن وملفاتهم مثل فوترة وتحصيل الديون.

ج- مصلحة الحسابات الكبرى: تهتم بكل ما يتعلق بزبائن الضغط العالي للغاز والتوتر العالي للكهرباء، من الجانب التجاري.

❖ **قسم تسيير أنظمة الإعلام الآلي:** يقوم هذا القسم بـ:

- تسيير وصيانة عتاد الإعلام الآلي على مستوى المديرية والمصالح التقنية التابعة لها.
- طبع الفواتير الخاصة بالكهرباء والغاز.
- تطوير المعلوماتية.
- تحليل إحصائيات المشتريات والمبيعات.

❖ **قسم الموارد البشرية:** يهتم بـ:

- تسيير تكوين الموظفين وتأهيلهم.
- تسيير الموارد البشرية كالتوظيف، الحضور، الغياب، العطل، الأجور.

❖ **مصلحة الشؤون العامة:** وتتمثل مهامها في:

- تسيير الوسائل المادية.
- مراقبة وتسيير النظافة وصيانة المقرات.
- تسيير بريد المديرية.
- السهر على تسيير الممتلكات المتنقلة.
- تموين مختلف المصالح.
- الاهتمام بالمشتريات.
- تنظيم حظيرة السيارات كالتأمين، المتابعة، الوقود

❖ **قسم تخطيط الكهرباء والغاز**: وتتمثل مهامه في:

- إنجاز المخطط الرئيسي لشبكة الكهرباء والغاز للمديرية. [1]
- دراسة المخططات لإعادة التخطيط لشبكات الغاز والكهرباء.
- ضمان احتياجات المديرية بكل الدراسات الخاصة (ضياع الطاقة).
- إنجاز طلبات الربط.
- تشكيل بنك معلومات لاحتياجات الدراسات الخاصة بالكهرباء والغاز.

❖ **قسم المالية والمحاسبة**: ويقوم بالمهام التالية:

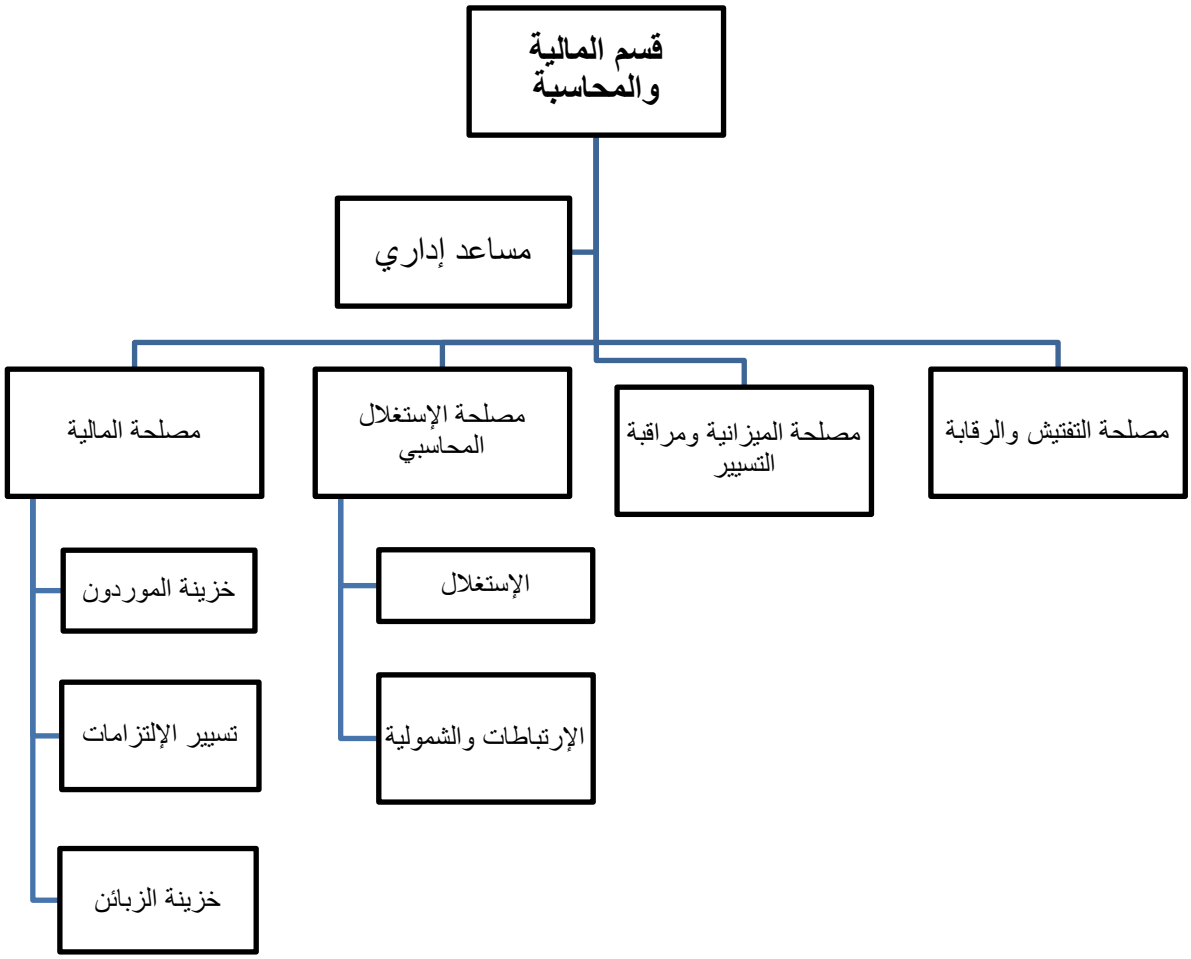
- تتبع حسابات الخزينة ومراقبة الظروف البنكية.
- إعداد التنبؤات للخزينة على المدى القصير.
- الرقابة على صناديق الوكالات التجارية.
- إجراء مركزية الصناديق.
- إعداد الميزانية السنوية.
- إنجاز لوحة القيادة وميزانية النشاط.
- ضمان متابعة ومراقبة العمليات المحاسبية.

بما أن دراستنا الميدانية أجريت بقسم المالية والمحاسبة سنقوم بعرض هيكل القسم وهو كالتالي: [2]

[1] مقابلة مع رئيس مصلحة الشؤون القانونية لمديرية التوزيع للكهرباء والغاز بالمدية، مرجع سابق.

[2] مقابلة مع رئيس قسم المالية والمحاسبة لمديرية التوزيع للكهرباء والغاز بالمدية، السيد: زناينى.

الشكل رقم (06): الهيكل التنظيمي لقسم المالية والمحاسبة



المصدر: وثائق الشركة، مقدمة من طرف رئيس قسم المالية والمحاسبة، مرجع سابق.

المبحث الثاني: منهجية الدراسة

الهدف الأساسي الذي نسعى إليه من خلال هذه الدراسة هو معرفة أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تنافسية مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، وسيتم ذلك باستعمال الاستبيان كأداة لجمع بياناتهم.

المطلب الأول: منهج ومجتمع وعينة الدراسة.

تم تحديد في هذا المطلب المنهج المتبع في الدراسة الميدانية، والمجتمع وعينة الدراسة بالإضافة إلى أداة الدراسة المعتمدة من أجل تحقيق اهداف البحث وهي الاستبيان.

أولا: منهج الدراسة.

تم الاعتماد في الدراسة الميدانية بمديرية التوزيع للكهرباء والغاز على المنهج التحليلي من خلال تحليل الاستبيان المقدم لمجتمع الدراسة، وذلك بغرض تحليل المعلومات المحيطة بالموضوع.

وكذلك اعتماد المنهج الوصفي في وصف العينة محل الدراسة.

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة.

يتكون مجتمع الدراسة من كافة الأفراد العاملين في مديرية التوزيع للكهرباء والغاز بالمدية على اختلاف وضعيتهم الوظيفية. ونظرا لكبر مجتمع الدراسة فقد تم أخذ عينة بحجم 30 موظف من قسم المالية والمحاسبة وترجع أسباب اختيارنا لهذه الفئة لكونهم المجتمع الذي يحقق أغراض الدراسة، وهي الفئة التي لديها المعرفة المطلوبة لموضوع بحثنا وتستطيع تقديم المعلومات الضرورية. وقد تم توزيع الاستبانة عليهم عبر زيارات ميدانية، استرد منها 28 استبانة، وبعد الفحص لم تستبعد أي منها نظرا لتحقيقها شروط الإجابة الصحيحة.

المطلب الثاني: أدوات الدراسة.

يعد الاستبيان الأداة الرئيسية لهذه الدراسة، ولقد تم تصميمه بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، بالإضافة إلى المقابلات التي أجريت مع بعض العاملين للاستفادة من معلومات أسهمت في تصميم الاستبيان بحيث تم توظيفها داخل محاوره ولقد تم عرضه على مجموعة من الأساتذة للتحكيم ليقدم في صورته النهائية.

أولا: مضمون الاستبيان:

اعتمدت الطالبتين بتصميم الاستبيان وفقا لموضوع الدراسة حيث اختارت الخصائص الشخصية المناسبة لموضوع الدراسة، وكذا صياغة عبارات تتلاءم وأهداف الموضوع من خلال الاطلاع على الجوانب النظرية للموضوع حيث استقرا تصميم الاستبيان كالآتي:

الجزء الأول يتعلق بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة، وباعتبارها فئة العاملين في المؤسسات العمومية ذات الطابع الاقتصادي، قامت الطالبتين بأخذ بعض المواصفات الضرورية، كالصنف والعمر والمؤهل العلمي والخبرة المهنية وهذا من اجل الوصف، أما الجزء الثاني تكون من محورين، المحور الأول متعلق بكفاءة نظام المعلومات المحاسبي، حيث اشتمل على (09) عبارات، والمحور الثاني متعلق بتنافسية شركة توزيع الكهرباء و الغاز بالمدية الذي اشتمل على (09) عبارات تتوزع على أربعة أبعاد، واشتمل الاستبيان ككل على (18) عبارة، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (01): توزيع عبارات الاستبيان على الأبعاد في محاور والدراسة.

محاور الدراسة	الأبعاد	العبارات
كفاءة نظام المعلومات المحاسبي	–	9 – 1
تنافسية شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية	التكلفة	11 – 10
	الجودة	13 – 12
	المرونة	15 – 14
	وقت التسليم	18 – 16

المصدر: من اعدد الطالبتين.

ثانيا: السلم المعتمد في الاستبيان.

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابة أفراد العينة على عبارات الاستبيان الذي يتكون من خمس خيارات **موافق بشدة، موافق، نوع ما، غير موافق، غير موافق بشدة**، كما يوضحه الجدول الاتي:

جدول رقم (02): الخيارات المكونة لمقياس ليكرت الخماسي.

الاختيارات	موافق بشدة	موافق	نوع ما	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: من اعدد الطالبتين.

وحتى يمكن قياس اتجاهات أفراد العينة تم إعطاء نقاط لهذه الاختيارات، وتم تقسيم السلم إلى خمس مجالات لتحديد درجة الموافقة كما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (03): قيمة الوسط المرجح والأوزان المئوية ودرجات الموافقة لعينة الدراسة.

الوسط المرجح	الأوزان المئوية	درجة الموافقة
1 اقل 1.8	0.2 اقل 0.36	ضعيفة جدا
1.8 اقل 2.6	0.36 اقل 0.52	ضعيفة
2.6 اقل 3.4	0.25 اقل 0.68	متوسطة
3.4 اقل 4.2	0.68 اقل 0.84	عالية
4.2 إلى 5	0.84 إلى 100	عالية جدا

المصدر: إعداد الطالبتين.

يشير الجدول رقم (03) إلى تقسيم سلم ليكرت الخماسي إلى فئات لتحديد اتجاهات العينة حسب درجة الموافقة للأبعاد ومحاور الدراسة.

ثالثا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

اعتمدت الطالبتين على عدة أساليب إحصائية عبر برنامج الحزم الإحصائية الاجتماعية(spss) وهي كآلاتي:

1- قياس الاتساق الداخلي بالاعتماد على معامل الارتباط **(spearman)**.

2- قياس الثبات بالاعتماد على معامل **(alpha de crombch)**.

3- اختبار التوزيع الطبيعي بالاعتماد على اختبار **(Shapiro-Wilk)**.

4- التحليل الوصفي للمتغيرات المستقلة والتابعة**(statistiques descriptives)** .

5- اختبار فرضيات الدراسة بالاعتماد على الانحدار الخطي البسيط (**Simple linear regression**)

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة.

استعانت الطالبتين لصدق وثبات أداة الاستبيان، على الاتساق الداخلي للاستبيان من خلال معامل الارتباط سبيرمان واختبار الثبات بالاعتماد على معامل ألفا كرونباخ، لعينة الدراسة البالغ حجمها 30 مفردة.

أولا: الاتساق الداخلي لمحور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية.

اعتمدت الطالبتين في معرفة درجة الارتباط بين العبارات المتضمنة محور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية، على معامل سبيرمان، حيث قامتا بقياس درجة الارتباط بين المحور والعبارات التي تتضمنه، مع حذف العبارتين (4-6) لعدم ارتباطهما مع المحور، انظر ملحق رقم (2) وفيما يلي إظهار مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية للعبارات المرتبطة بالمحور، حسب الجدول الآتي:

الجدول رقم (04): اختبار الاتساق الداخلي للعبارات ومحور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
	محور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية	**1**	-
1	يتصف نظام المعلومات المحاسبي ببساطة التصميم وسهولة الفهم من قبل جميع المستخدمين.	,564**0	,0010
2	تتصف مخرجات النظام المحاسبي في المؤسسة بالمرونة.	,604**0	,0000
3	تفوق الفائدة المحققة من مخرجات النظام المحاسبي تكلفة إنتاجها والحصول عليها.	,437*0	,0160

5	يؤدي تطبيق نظم المعلومات المحاسبية في المؤسسة إلى تحسين إنتاجية العنصر البشري	,573**0	,0010
7	تساعد مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في استخدام موارد المؤسسة بكفاءة وفعالية.	,589**0	,0010
8	تساعد مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في تقييم المركز التنافسي للمؤسسة.	,699**0	,0000
9	توفر نظم المعلومات المحاسبية كافة الإجراءات الرقابية اللازمة لتحقيق أهداف المؤسسة.	,565**0	,0010

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم **(04)** يتضح وجود ارتباط موجب بين العبارات ومحور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية، حيث أن قيمة معامل الارتباط للعبارات والمحور، محصورة بين **(0,437*)** **(0,699**)** بدرجة معنوية محصورة بين **(0,000)** **(0,016)** وهي دالة إحصائيا عند مستوى معنوية **(0.05)**، ما يشير إلى ارتباط كل عبارة مع محور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية.

ثانيا: الاتساق الداخلي لأبعاد تنافسية الشركة.

اعتمدت الطالبتين في معرفة درجة الارتباط بين العبارات المتضمنة أبعاد محور تنافسية الشركة، على معامل سبيرمان، حيث قامتا بقياس درجة الارتباط بين الأبعاد والعبارات التي تتضمنه.

1- الاتساق الداخلي لبعد التكلفة.

اعتمدت الطالبتين في معرفة درجة الارتباط بين العبارات وبعد التكلفة، على معامل سبيرمان وفيما يلي إظهار مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية للعبارات المرتبطة بالبعد، حسب الجدول الآتي:

الجدول رقم (05): اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد التكلفة.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
	بعد التكلفة	**1**	-
10	تعمل المؤسسة على تقديم خدمات بأقل الأسعار	0,815**	0,000
11	تسعى الشركة إلى خفض تكاليف الإنتاج من خلال الاستغلال الأمثل لمواردها	0,864**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم **(05)** يتضح وجود ارتباط موجب بين العبارات وبعد التكلفة، حيث أن قيمة معامل الارتباط للعبارات والبعد، محصورة بين **(0,815**)** **(0,864**)** بدرجة معنوية **(0,000)** وهي دالة إحصائيا عند مستوى معنوية **(0.01)**، ما يشير إلى ارتباط العبارتين وبعد التكلفة.

2- الاتساق الداخلي لبعد الجودة.

اعتمدت الطالبتين في معرفة درجة الارتباط بين العبارات وبعد الجودة، على معامل سبيرمان وفيما يلي إظهار مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية للعبارات المرتبطة بالبعد، حسب الجدول الآتي:

الجدول رقم (06): اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد الجودة.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
	بعد الجودة	**1**	–
12	يوجد لدى الشركة نظام لتسيير ومراقبة جودة منتجاتها	0,679**	0,000
13	تمتلك منتجات المؤسسة خصائص تنافسية تميزها عن باقي المنتجات.	0,705**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم **(06)** يتضح وجود ارتباط موجب بين العبارات وبعد الجودة، حيث أن قيمة معامل الارتباط للعبارات والبعد، محصورة بين **(0,697**) (0,705**)** بدرجة معنوية **(0,000)** وهي دالة إحصائيا عند مستوى معنوية **(0.01)**، ما يشير إلى ارتباط العبارتين وبعد الجودة.

3- الاتساق الداخلي لبعد المرونة.

اعتمدت الطالبتين في معرفة درجة الارتباط بين العبارات وبعد المرونة، على معامل سبيرمان وفيما يلي إظهار مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية للعبارات المرتبطة بالبعد، حسب الجدول الآتي:

الجدول رقم (07): اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد المرونة.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
	بعد المرونة	**1**	–
14	تقدم الشركة منتجات بناء على حاجات ورغبات الزبائن	0,822**	0,000
15	تمتلك الشركة مرونة عالية في التكيف مع التغيرات الحاصلة في البيئة التنافسية	0,716**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (07) يتضح وجود ارتباط موجب بين العبارات وبعد المرونة، حيث أن قيمة معامل الارتباط للعبارات والبعد، محصورة بين **(0,716**) (0,822**)** بدرجة معنوية **(0,000)** وهي دالة إحصائيا عند مستوى معنوية **(0.01)**، ما يشير إلى ارتباط العبارتين وبعد المرونة.

4- الاتساق الداخلي لبعد وقت التسليم.

اعتمدت الطالبتين في معرفة درجة الارتباط بين العبارات وبعد وقت التسليم، على معامل سبيرمان وفيما يلي إظهار مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية للعبارات المرتبطة بالبعد، حسب الجدول الآتي:

الجدول رقم (08): اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد وقت التسليم.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
	بعد وقت التسليم	**1**	–
16	تلبي المؤسسة طلبات العملاء في الوقت المناسب.	0,951**	0,000
17	يساهم عمال الشركة بشكل كبير في تقديم المنتجات بسرعة للزبائن	0,921**	0,000
18	تضع المؤسسة مصلحة العملاء في مقدمة إهتمامات الإدارة العليا	0,849**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (08) يتضح وجود ارتباط موجب بين العبارات وبعد وقت التسليم، حيث أن قيمة معامل الارتباط للعبارات والبعد، محصورة بين **(0,849**)** **(0,951**)** بدرجة معنوية **(0,000)** وهي دالة إحصائيا عند مستوى معنوية **(0.01)**، ما يشير إلى ارتباط العبارتين وبعد وقت التسليم.

ثالثا: ثبات الاستبيان.

اعتمدت الطالبتين في قياس ثبات الاستبيان على معامل ألفا كرومباخ كما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (09): اختبار قيم معامل الثبات لمحاور الاستبيان.

ترتيب المحاور	عنوان المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
1	كفاءة نظام المعلومات المحاسبي	7	0,651
2	تنافسية شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية	9	0,777
	الثبات العام لاستبيان	16	0,818

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (09) يتضح أن عبارات محور كفاءة نظام المعلومات المحاسبي بلغت معامل ثبات (0,651) كما أن عبارات محور تنافسية الشركة بلغت معامل ثبات (0,777) كما بلغ معامل الثبات للاستبيان ككل (0,818) وبالتالي فان جميع قيم معامل الثبات المتحصل عليها أكبر من 60% وهي درجة مقبولة من الثبات، ومنه فان الاستبيان على درجة مقبولة من الثبات والاستقرار.

رابعا: اختبار التوزيع الطبيعي.

اعتمدت الطالبتين في اختبار التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة على اختبار شابيرو (**Shapiro-Wilk**) كما يبينه الجدول الآتي:

الجدول رقم (10): اختبار التوزيع الطبيعي.

المتغيرات	القيمة الإحصائية للاختبار	القيمة الاحتمالية. Sig
التكلفة	0,937	0,078
الجودة	0,935	0,075
المرونة	0,940	0,088
وقت التسليم	0,949	0,191
كفاءة نظام المعلومات المحاسبي	0,952	0,193
الميزة التنافسية	0,938	0,079

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (10) يتضح أن اختبار التوزيع الطبيعي ليشابيرو–(Shapiro Wilk) بلغ قيمة معنوية (0.079) وهي أكبر من (0.05) وعلية فان البيانات تتبع التوزيع الطبيعي مما يسمح بإجراء باقي الاختبارات المتعلقة باختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة.

من خلال هذا المبحث سنحاول عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة، حيث أولا سوف نتعرف على خصائص عينة الدراسة، فيما بعد سيتم إجراء تحليل وتفسير محاور الاستبيان بهدف اختبار صحة فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: التحليل الوصفي لمتغيرات البيانات الشخصية.

تم تخصيص هذا المطلب لوصف خصائص مجتمع الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية التي شملتها أداة الدراسة (الجنس، السن، المؤهل ال علمي، الخبرة العملية.)

أولا: متغير الجنس.

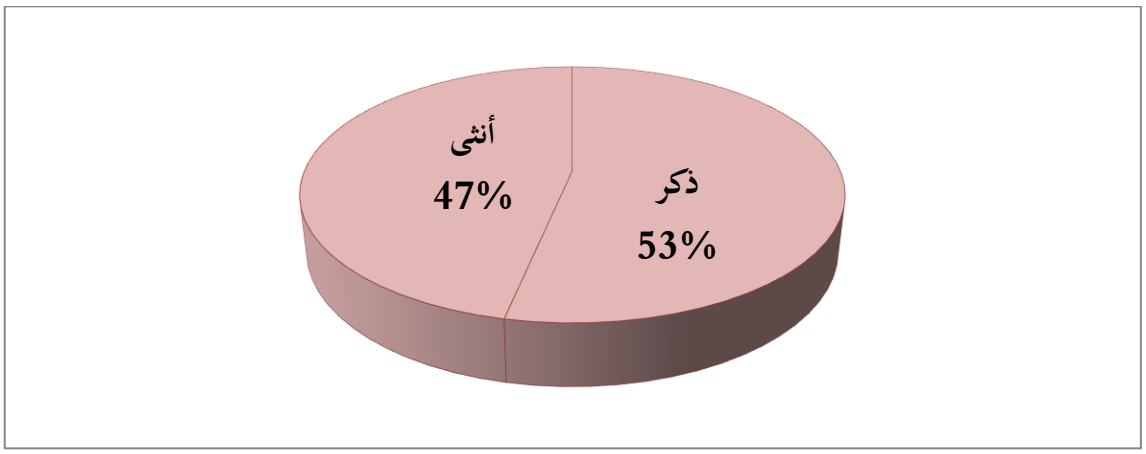
فيما يلي التحليل الوصفي لمتغير الصنف عن طريق التكرارات والنسب كما يبينه الجدول الاتي:

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب متغير الصنف.

الصنف	التكرار	النسبة
ذكر	16	53,3%
أنثى	14	46,7%
المجموع	30	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

الشكل رقم (07): تمثيل أفراد العينة حسب متغير الصنف.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (11) والشكل رقم (07) نلاحظ أن العاملين الذكور يمثلون ما نسبته **(53,3%)** من إجمالي عينة الدراسة وهي أكبر نسبة مقارنتا بالعاملين الإناث الذين يمثلون نسبة **(46,7%)**.

ثانيا: متغير العمر.

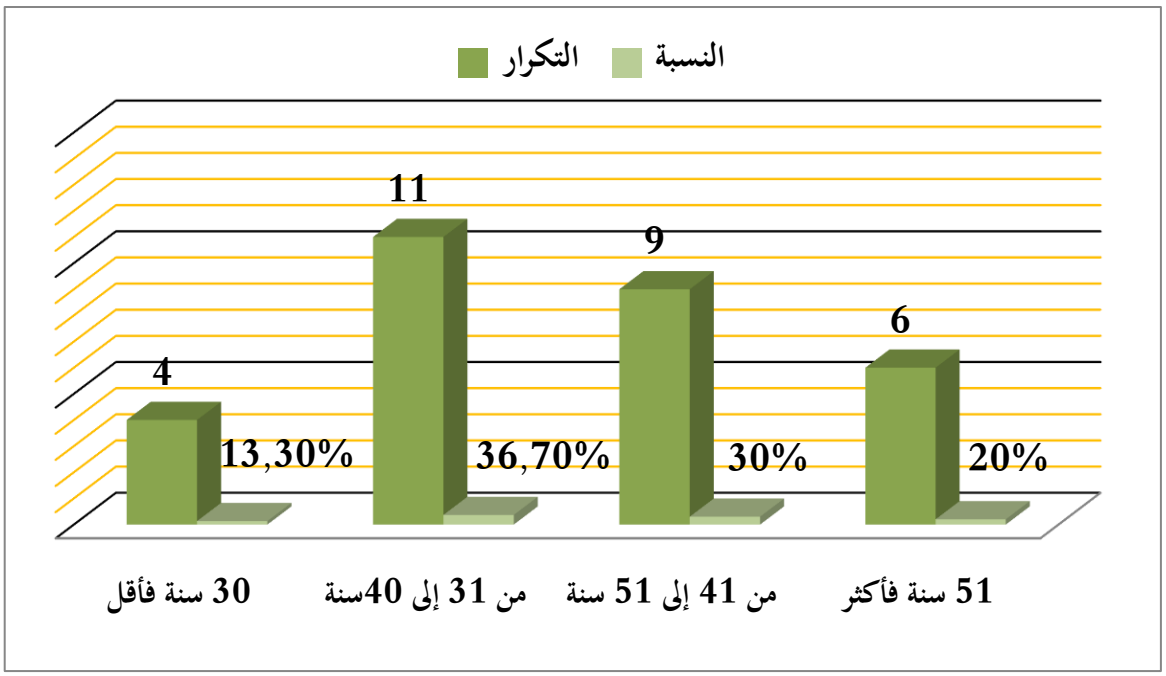
فيما يلي التحليل الوصفي لمتغير العمر عن طريق التكرارات والنسب كما يبينه الجدول الاتي:

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.

متغير العمر	التكرار	النسبة
30سنة فأقل	4	13,3%
من 31 إلى40 سنة	11	36,7%
من 41 إلى 51 سنة	9	30%
51سنة فأكثر	6	20%
المجموع	**30**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

الشكل رقم (08): تمثيل أفراد العينة حسب متغير العمر.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (08) نلاحظ أن العاملين الذين أعمارهم من 31 إلى 40سنة يمثلون نسبة **(36,7%)** وهي أكبر نسبة من العينة، يليها نسبة **(30%)** من العاملين أعمارهم من 41 إلى 51 سنة، يليها نسبة **(20%)** من العاملين أعمارهم 51سنة

فأكثر، يليها نسبة **(13,3%)** من العاملين أعمارهم 30سنة فأقل، التي تمثل النسبة الأقل في العينة.

ثالثا: متغير المستوى التعليمي.

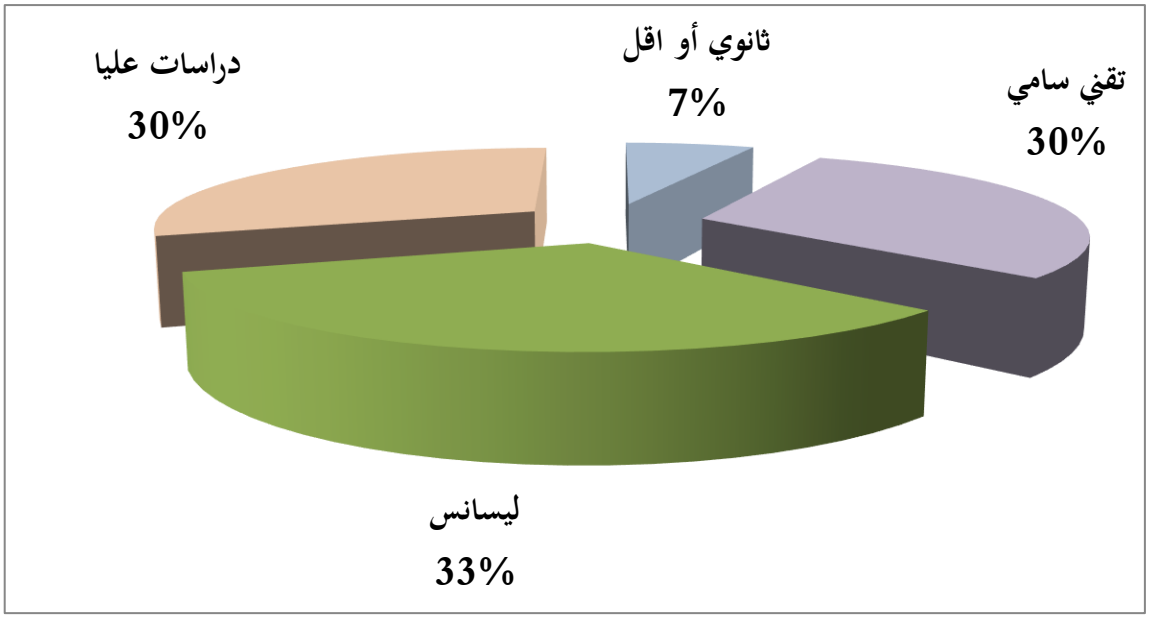
فيما يلي التحليل الوصفي لمتغير المستوى التعليمي عن طريق التكرارات والنسب كما يبينه الجدول الات

الجدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ثانوي أو اقل	2	6,7%
تقني سامي	9	30%
ليسانس	10	33,3%
دراسات عليا	9	30%
المجموع	**231**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

الشكل رقم (09): تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (13) والشكل رقم (09) يتضح أن العاملين الذين مستواهم التعليمي (ليسانس) هي الفئة الغالبة المكونة لعينة الدراسة، حيث بلغت نسبة (33,3%) يليها العاملين الحائزين على شهادة تقني سامي بنسبة (30%) والنسبة نفسها للمستوى التعليمي في الدراسات عليا واقل نسبة تمثلت في العاملين الذين مستواهم التعليمي ثانوي أو اقل بنسبة (6,7%)

رابعا: متغير الخبرة.

فيما يلي التحليل الوصفي متغير الخبرة عن طريق التكرارات والنسب كما يبينه الجدول الاتي:

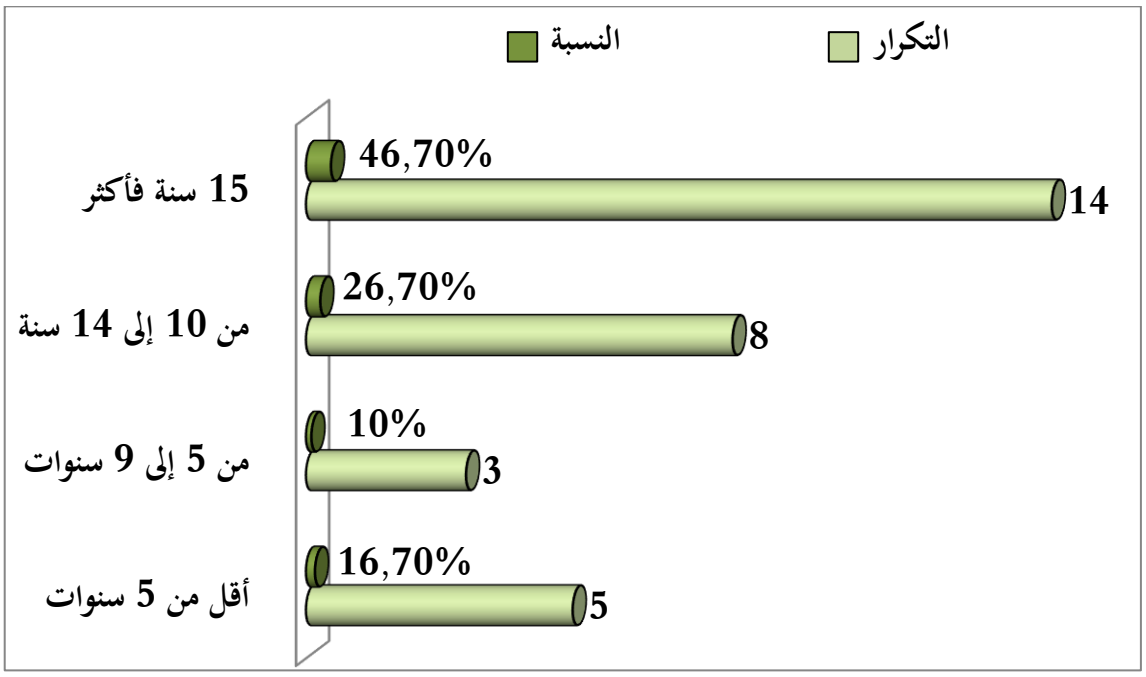
الجدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة.

متغير الخبرة	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	5	16,7%
من 5 إلى 9 سنوات	3	10%

من 10 إلى 14 سنة	8	26,7%
15سنة فأكثر	14	46,7%
المجموع	**30**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

الشكل رقم (10): تمثيل أفراد العينة حسب متغير الخبرة.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (14) والشكل رقم (10) نلاحظ أن العاملين الذين لديهم 15 سنة فأكثر خبرة يمثلون نسبة (46,7%) وهي أكبر فئة في عينة الدراسة، وما نسبته (26,7%) من العاملين لديهم خبرة من 10 إلى 14 سنة، وما نسبته (16,7%) من العاملين لديهم خبرة أقل من 5 سنوات، وما نسبته (10%) من العاملين لديهم خبرة من 5 إلى 9 سنوات وهي النسبة الأقل في العينة.

المطلب الثاني: التحليل الوصفي لمحاور الدراسة.

ترتكز الدراسة على محورين تشكل المتغيرات الرئيسية للموضوع، حيث سيتم تحليل عبارات كل محور من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

أولا: التحليل الوصفي لمحور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية.

فيما يلي تحليل تقديرات العاملين لعبارات محور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، من خلال المؤشرات الإحصائية المبينة في الجدول الاتي:

جدول رقم (15): المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات محور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافق
1	يتصف نظام المعلومات المحاسبي ببساطة التصميم وسهولة الفهم من قبل جميع المستخدمين.	3,63	0,964	6	عالية
2	تتصف مخرجات النظام المحاسبي في المؤسسة بالمرونة.	3,77	0,679	4	عالية
3	تفوق الفائدة المحققة من مخرجات النظام المحاسبي تكلفة إنتاجها والحصول عليها.	3,97	0,718	3	عالية
5	يؤدي تطبيق نظم المعلومات المحاسبية في المؤسسة إلى تحسين إنتاجية العنصر البشري	4,17	0,747	2	عالية

7	تساعد مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في استخدام موارد المؤسسة بكفاءة وفعالية.	4,17	0,648	2	عالية
8	تساعد مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في تقييم المركز التنافسي للمؤسسة.	3,67	0,802	5	عالية
9	توفر نظم المعلومات المحاسبية كافة الإجراءات الرقابية اللازمة لتحقيق أهداف المؤسسة.	4,27	0,691	1	عالية جدا
	محور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية	3,94	0,430	-	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (15) يتضح أن تقديرات العاملين للعبارات المكونة لمحور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية، بلغت درجات عالية جدا وعالية، حيث تم ترتيبها وفقا للمتوسط الحسابي ودرجات الموافقة المعتمدة كالاتي:

1- بلغت العبارة رقم 9 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قيمته (4,42) ما يشير إلى درجة موافقة عالية جدا، ومنه فان توفر نظم المعلومات المحاسبية كافية بشكل عالي جدا للإجراءات الرقابية اللازمة لتحقيق أهداف شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

2- بلغت العبارة رقم 5 المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قيمته (4,17) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه فان تطبيق نظم المعلومات المحاسبية يعمل بشكل عالي على تحسين إنتاجية العنصر البشري في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

3- بلغت العبارة رقم 7 المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قيمته (4,17) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه فان مخرجات نظم المعلومات المحاسبية تساعد بشكل عالي في استخدام الموارد بكفاءة وفعالية في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

4- بلغت العبارة رقم 3 المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قيمته (3,97) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه فان الفائدة المحققة من مخرجات النظام المحاسبي تفوق بدرجة كبيرة تكلفة إنتاجها والحصول عليها في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

5- بلغت العبارة رقم 2 المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قيمته (3,77) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه فان مخرجات النظام المحاسبي في تتصف بمرونة عالية في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

6- بلغت العبارة رقم 8 المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قيمته (3,67) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه فان مخرجات نظم المعلومات المحاسبية تساعد بشكل عالي في تقييم المركز التنافسي لشركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

7- بلغت العبارة رقم 1 المرتبة السادسة بمتوسط حسابي قيمته (3,63) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه فان نظام المعلومات المحاسبي يتصف بدرجة عالية في بساطة التصميم وسهولة الفهم من قبل جميع المستخدمين لشركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

كما بلغ المتوسط الحسابي لمحور كفاءة نظم المعلومات المحاسبية قيمة **(3,94)** ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في كفاءة نظم المعلومات المحاسبية لشركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، كما بلغ الانحراف المعياري قيمة **(0,430)** ما يشير لعدم تشتت تقديرات العاملين وقربها من المتوسط الحسابي.

ثانيا: التحليل الوصفي لأبعاد محور تنافسية الشركة.

فيما يلي تحليل تقديرات العاملين لمحور لشركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية الذي يتكون من أربعة أبعاد.

1- التحليل الوصفي لبعد التكلفة.

فيما يلي تحليل تقديرات العاملين لعبارات بعد التكلفة في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، من خلال المؤشرات الإحصائية المبينة في الجدول الآتي:

جدول رقم (16): المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات بعد التكلفة.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافق
10	تعمل المؤسسة على تقديم خدمات بأقل الأسعار	3,97	0,669	**2**	**عالية**
11	تسعى الشركة إلى خفض تكاليف الإنتاج من خلال الاستغلال الأمثل لمواردها	4,03	0,718	**1**	**عالية**
	بعد التكلفة	4	0,615	-	**عالية**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (16) يتضح أن تقديرات العاملين للعبارات المكونة لبعد التكلفة، بلغت درجات عالية، حيث تم ترتيبها وفقا للمتوسط الحسابي ودرجات الموافقة المعتمدة كالاتي:

1- بلغت العبارة رقم 11 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قيمته (4,03) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في السعي نحو خفض تكاليف الإنتاج من خلال الاستغلال الأمثل للموارد لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

2- بلغت العبارة رقم 10 المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قيمته (3,97) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في تقديم الخدمات بأقل الأسعار لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

كما بلغ المتوسط الحسابي لبعد التكلفة قيمة **(4)** ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في تخفيض التكاليف في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، كما بلغ الانحراف المعياري قيمة **(0,615)** ما يشير لعدم تشتت تقديرات العاملين وقربها من المتوسط الحسابي.

2- التحليل الوصفي لبعد الجودة.

فيما يلي تحليل تقديرات العاملين لعبارات بعد الجودة في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، من خلال المؤشرات الإحصائية المبينة في الجدول الاتي:

جدول رقم (17): المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات بعد الجودة.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
12	يوجد لدى الشركة نظام لتسيير ومراقبة جودة منتجاتها	4,20	0,484	**1**	**عالية جدا**
13	تمتلك منتجات المؤسسة خصائص تنافسية تميزها عن باقي المنتجات.	4,00	0,871	**2**	**عالية**

	بعد الجودة	4,40	0,563	-	عالية جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (17) يتضح أن تقديرات العاملين للعبارات المكونة لبعد الجودة، بلغت درجات عالية، حيث تم ترتيبها وفقا للمتوسط الحسابي ودرجات الموافقة المعتمدة كآلاتي:

1- بلغت العبارة رقم 12 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قيمته (4,20) ما يشير إلى درجة موافقة عالية جدا، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي جدا في جودة نظام التسيير ومراقبة المنتجات لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

2- بلغت العبارة رقم 13 المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قيمته (4) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في امتلاك شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية لمنتجات ذات خصائص تنافسية تميزها عن باقي المنتجات.

كما بلغ المتوسط الحسابي لبعد الجودة قيمة **(4,40)** ما يشير إلى درجة موافقة عالية جدا، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي جدا في الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، كما بلغ الانحراف المعياري قيمة **(0,563)** ما يشير لعدم تشتت تقديرات العاملين وقربها من المتوسط الحسابي.

3- التحليل الوصفي لبعد المرونة.

فيما يلي تحليل تقديرات العاملين لعبارات بعد المرونة في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، من خلال المؤشرات الإحصائية المبينة في الجدول الاتي:

جدول رقم (18): المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات بعد المرونة.

رقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
14	تقدم الشركة منتجات بناء على حاجات ورغبات الزبائن	4	0,695	**1**	**عالية**
15	تمتلك الشركة مرونة عالية في التكيف مع التغيرات الحاصلة في البيئة التنافسية	3,67	0,606	**2**	**عالية**
	بعد المرونة	3,83	0,514	-	**عالية**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (18) يتضح أن تقديرات العاملين للعبارات المكونة لبعد المرونة، بلغت درجات عالية، حيث تم ترتيبها وفقا للمتوسط الحسابي ودرجات الموافقة المعتمدة كالآتي:

1- بلغت العبارة رقم 14 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قيمته (4) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في تقديم منتجات بناء على حاجات ورغبات الزبائن لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

2- بلغت العبارة رقم 15 المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قيمته (3,67) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في مرونة التكيف مع التغيرات الحاصلة في البيئة التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

كما بلغ المتوسط الحسابي لبعد المرونة قيمة **(3,83)** ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز

بالمدية، كما بلغ الانحراف المعياري قيمة **(0,514)** ما يشير لعدم تشتت تقديرات العاملين وقربها من المتوسط الحسابي.

4- التحليل الوصفي لبعد وقت التسليم.

فيما يلي تحليل تقديرات العاملين لعبارات بعد وقت التسليم في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، من خلال المؤشرات الإحصائية المبينة في الجدول الاتي:

جدول رقم (19): المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات بعد وقت التسليم.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافق
16	تلبي المؤسسة طلبات العملاء في الوقت المناسب.	3,93	0,980	**3**	**عالية**
17	يساهم عمال الشركة بشكل كبير في تقديم المنتجات بسرعة للزبائن	4,03	0,809	**2**	**عالية**
18	تضع المؤسسة مصلحة العملاء في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا	4,17	0,592	**1**	**عالية**
	بعد وقت التسليم	4,04	0,736	-	**عالية**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

يشير الجدول رقم (19) أن تقديرات العاملين للعبارات المكونة لبعد وقت التسليم، بلغت درجات عالية، حيث تم ترتيبها وفقا للمتوسط الحسابي ودرجات الموافقة المعتمدة كالآتي:

1- بلغت العبارة رقم 18 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قيمته (4,17) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في وضع مصلحة العملاء في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

2- بلغت العبارة رقم 17 المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قيمته (4,03) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في مساهمة العمال في تقديم المنتجات بسرعة للزبائن لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

3- بلغت العبارة رقم 16 المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قيمته (3,93) ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في تلبية طلبات العملاء في الوقت المناسب لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

كما بلغ المتوسط الحسابي لبعد وقت التسليم قيمة **(4,04)** ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، كما بلغ الانحراف المعياري قيمة **(0,736)** ما يشير لعدم تشتت تقديرات العاملين وقربها من المتوسط الحسابي.

ثالثا: التحليل الوصفي لمحور تنافسية الشركة.

فيما يلي تحليل تقديرات العاملين لمحور تنافسية شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية من خلال المؤشرات الإحصائية المبينة في الجدول الاتي:

جدول رقم (20): المؤشرات الإحصائية لوصف محور تنافسية شركة.

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافق
محور تنافسية الشركة	4	0,492	-	**عالية**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (20) يتضح أن المتوسط الحسابي لمحور تنافسية الشركة بلغ قيمة **(4)** ما يشير إلى درجة موافقة عالية، ومنه نستخلص وجود مستوى عالي في التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، كما بلغ الانحراف المعياري قيمة **(0,492)** ما يشير لعدم تشتت تقديرات العاملين وقربها من المتوسط الحسابي.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.

تسعى الدراسة لاختبار الفرضيات من خلال اختبار الانحدار البسيط بما انه مناسب للكشف عن أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على كل بعد من أبعاد التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

أولا: اختبار الفرضية الفرعية الأولى.

الفرضية الصفرية (H0):

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

الفرضية البديلة (H1):

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

جدول رقم (21): اختبار أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

المتغيرات	المتغير المستقل: كفاءة نظام المعلومات					
المتغير التابع الفرعي: تخفيض التكلفة	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	F المحسوبة	الدلالة
	0,028	0,001	0,040	0,148	0,022	0,884

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss.

من خلال الجدول رقم (21) نوضح أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

– قيمة معامل الارتباط R= ,**0028** بين كفاءة نظام المعلومات المحاسبي وتخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط ضعيف جدا.

– كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **0,040** وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة **0,148** عند مستوى معنوية **0,884**

– كما بلغت قيمة F المحسوبة **0,022** عند مستوى معنوية **0,884** وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية العدمية التي تنص على انه **لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.**

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية.

الفرضية الصفرية (H0):

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

الفرضية البديلة (H1):

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

جدول رقم (22): اختبار أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

المتغيرات	المتغير المستقل: كفاءة نظام المعلومات					
المتغير التابع الفرعي: الجودة	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	F المحسوبة	الدلالة
	0,537	0,288	0,703	3,366	11,33	0,002

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss.

من خلال الجدول رقم (22) نوضح أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

– قيمة معامل الارتباط R= **0537,** بين كفاءة نظام المعلومات المحاسبي والجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط متوسط.

– وبلغ معامل التحديد R^2= **0,288** أي أن قيمة 28.8 % من التغيرات في الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية ناتجة عن كفاءة نظام المعلومات المحاسبي.

– كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **0,703** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في كفاءة نظام المعلومات المحاسبي يزيد من الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية بنفس القيمة، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة **3,366** عند مستوى معنوية **0,002**

– كما بلغت قيمة F المحسوبة **11,33** عند مستوى معنوية **0,002** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة **(0.05)** لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

ثالثا: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة.

الفرضية الصفرية (H0):

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

الفرضية البديلة (H1):

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

جدول رقم (23): اختبار أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

المتغيرات	المتغير المستقل: كفاءة نظام المعلومات					
المتغير التابع الفرعي: المرونة	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	F المحسوبة	الدلالة
	0,349	0,122	0,417	1,970	3,881	0,059

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss.

من خلال الجدول رقم (23) نوضح أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

- قيمة معامل الارتباط R= ,**0349** بين كفاءة نظام المعلومات المحاسبي والمرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط ضعيف.

- كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **0,417** وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة **3,366** عند مستوى معنوية **0,059**

- كما بلغت قيمة F المحسوبة **3,881** عند مستوى معنوية **0,059** وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية العدمية التي تنص على انه **لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.**

رابعا: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة.

الفرضية الصفرية (H0):

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

الفرضية البديلة (H1):

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

جدول رقم (24): اختبار أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

المتغيرات	المتغير المستقل: كفاءة نظام المعلومات					
المتغير التابع الفرعي: الالتزام بوقت التسليم	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	F المحسوبة	الدلالة
	0,619	0,384	1,060	4,175	17,429	0,000

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss.

من خلال الجدول رقم (24) نوضح أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

– قيمة معامل الارتباط R= ,**0619** بين كفاءة نظام المعلومات المحاسبي والالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط متوسط.

– وبلغ معامل التحديد R^2= **0,384** أي أن قيمة 38.4 % من التغيرات في الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية ناتجة عن كفاءة نظام المعلومات المحاسبي.

– كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **1,060** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في كفاءة نظام المعلومات المحاسبي يزيد من الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية بنفس القيمة، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة **4,175** عند مستوى معنوية **0,000**

– كما بلغت قيمة F المحسوبة **17,429** عند مستوى معنوية **0,000** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.**

خامسا: اختبار الفرضية الرئيسية.

الفرضية الصفرية (H0):

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

الفرضية البديلة (H1):

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

جدول رقم (25): اختبار أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

المتغيرات	المتغير المستقل: كفاءة نظام المعلومات					
المتغير التابع: تنافسية الشركة	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	F المحسوبة	الدلالة
	0,676	0,457	0,881	4,851	23,533	0,000

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss.

من خلال الجدول رقم (25) نوضح أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

- قيمة معامل الارتباط R= **0676**, بين كفاءة نظام المعلومات المحاسبي والتنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط متوسط.

- وبلغ معامل التحديد R^2= **0,457** أي أن قيمة 45.7 % من التغيرات في التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية ناتجة عن كفاءة نظام المعلومات المحاسبي.

- كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **0,881** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في كفاءة نظام المعلومات المحاسبي يزيد من التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية بنفس

القيمة، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة **4,851** عند مستوى معنوية **0,000**

– كما بلغت قيمة F المحسوبة 23,533 عند مستوى معنوية 0,000 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل الخاص بالدراسة الميدانية تم التعرف على الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء و الغاز، وكذا الهيكل التنظيمي الذي تسير وفقه، و تعرفنا على مديرية التوزيع بالمدية، كما أنه تم جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة معتمدين في ذلك على الاستبيان والذي يحتوي على محورين، الأول بعنوان واقع نظام المعلومات المحاسبي، والثاني بعنوان أبعاد الميزة التنافسية، حيث تم توزيعه على أفراد عينة الدراسة، ومن خلال تحليل البيانات والنتائج التي تم الحصول عليها بالاعتماد على البرنامج الإحصائي العلوم الاجتماعية spss، توصلنا إلى الإجابة على إشكالية بحثنا " ما مدى تأثير كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية؟ "، وتوصلنا من خلاله إلى أن:

- المديرية لها مستوى عالي في كفاءة نظم المعلومات المحاسبية.
- يوجد أثر لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية بالنسبة لمديرية توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

خاتمة

إن نظم المعلومات المحاسبية ضرورية في المؤسسات الاقتصادية بسبب الكم الكبير من البيانات التي تنشأ عن القيام بالعديد من العمليات الاقتصادية، بهدف معالجتها وتوفير المعلومات التي يمكن أن تحقق الفائدة لمستخدميها المتعددين، حيث تلعب نظم المعلومات المحاسبية دورا هاما في مساندة الإدارة المالية والاستراتيجية للمؤسسة من خلال القيام بوظائف أساسية على أعلى مستوى من الكفاءة والفعالية.

ويمثل نظام المعلومات المحاسبي في أية مؤسسة اقتصادية حلقة الوصل بين كل من مراكز القرارات ومراكز التنفيذ فيها وهو نظام الذي يدعم المركز التنافسي للمنظمة من أجل تحقيق ميزة تنافسية، لأن المنظمات تسعى إلى تحقيق ثلاثية البقاء والنمو والاستمرار والسبيل الوحيد إلى ذلك هو امتلاكها مزايا تنافسية، ولذلك تسعى في ظروف المنافسة الشديدة إلى البحث عما يميزها على المنافسين، والتفكير في إيجاد آليات تتمكن من خلالها تحقيق الميزة التنافسية.

ومن هذا المنطق تم طرح إشكالية دراستنا التي تمحورت حول ما مدى تأثير كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية؟

وحاولنا من خلال هذا الإجابة عن التساؤلات المنبثقة من السؤال الجوهري من خلال طرح مجموعة من الفرضيات وضعت للاختبار الإحصائي، فكانت الإجابة عنها كالآتي:

الفرضيات الفرعية:

– يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

– يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

– يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

– يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

اختبار صحة الفرضيات:

– عدم تحقق الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تخفيض التكلفة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

– تحقق الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

– عدم تحقق الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

– تحقق الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

– تحقق الفرضية الرئيسية التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لكفاءة نظام المعلومات المحاسبي على التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية.

نتائج الدراسة:

- نظام المعلومات المحاسبي هو ذلك الجزء الأساسي والهام من نظام المعلومات الإداري في المؤسسة في مجال الأعمال.
- الوسائل الألية والإلكترونية المستخدمة تزيد من كفاءة نظم المعلومات المحاسبية من خلال السرعة والدقة الممكن تحقيقها عند استخدام هذه الوسائل.
- لنظم المعلومات المحاسبية عدة مقومات أساسية تساهم في تحقيق الميزة التنافسية.
- تعد نظم المعلومات المحاسبية مصدر أساسي لتزويد الإدارة بالمعلومات المناسبة واللازمة لتقييم الأداء واتخاذ القرار الرشيد.
- تعتبر الميزة التنافسية محددا رئيسيا وهاما لاستمرارية وبقاء المؤسسة.
- تساعد الميزة التنافسية على التغلب على شدة المنافسة .
- لا يمكن لأي مؤسسة أن تتمتع بميزة تنافسية إلا إذا توافرت لديها مجموعة من الأبعاد تنشأ من خالها هذه الميزة كتقديم منتجات بجودة عالية أو من ناحية التكلفة الأقل وامتلاك المؤسسة المرونة الكافية لمواجهة التغيرات ومراعاة وقت التسليم.
- وجود مستوى عالي في كفاءة نظم المعلومات المحاسبية لشركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية
- وجود مستوى عالي في تخفيض التكاليف في شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية
- وجود مستوى عالي جدا في الجودة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية
- وجود مستوى عالي في المرونة لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية
- وجود مستوى عالي في الالتزام بوقت التسليم لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية

- وجود مستوى عالي في التنافسية لدى شركة توزيع الكهرباء والغاز بالمدية

الاقتراحات:

بناءا على النتائج السابقة وخاصة ما جاء في الجانب التطبيقي من هذه الدراسة نمحور ضرورة ما يلي:

- يجب أن تضع المؤسسات خطة إستراتيجية متكاملة لتحقيق الميزة التنافسية بتوحيد ورقمنة نظام المعلومات المحاسبي حتى يمكنها من المنافسة.
- تشجيع الأبحاث والدراسات المتعلقة بتطوير نظم المعلومات المحاسبية وتطوير تطبيقات هذه النظم، لتساعد على تخفيض التكلفة وزيادة مرونة المؤسسة للاستجابة للتغيرات .

- ضرورة استمرار اهتمام المؤسسة بالأبعاد التي تحقق لها التفوق والتميز، على الرغم من أنها على أعلى درجة من التنافسية.

آفاق الدراسة:

تجدر الإشارة إلى أن هناك عّدة مجالات مرتبطة بالبحث لم نتطرق إليها أو تطرقنا إليها بشكل ضيق، والتي يمكن أن تكون آفاقا لبحوث ومذكرات أخرى جديدة أهمها:

- دور أتمتة نظام المعلومات المحاسبي في دعم إستراتيجية المؤسسة.
- دور رقمنة نظام المعلومات المحاسبي في تحسين الأداء المالي للمؤسسة.

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

1) الكتب:

1. أحمد حسين علي حسين، نظام المعلومات المحاسبي، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 1997.
2. ادمون طارق جل، مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية العراقية الأهلية من وجهة نظر الادارة.
3. ألفين أرينز، جميس لوباك، المراجعة مدخل متكامل، ترجمة محمد عبد القادر الديسطي، دار مريخ، مملكة العربية السعودية 2002.
4. سونيا محمد البكري، نظم المعلومات الإدارية المفاهيم الأساسية، الدار الجامعية الإسكندرية ،2008.
5. عباس مهدي الشيرازي، نظرية المحاسبة، الطبعة الأولى ذات السلاسل، الكويت،1990.
6. عبد الرزاق محمد قاسم، نظم المعلومات المحاسبية الحاسوبية، دار العلم والثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2003.
7. عطية حسين احمد، نظم المعلومات المحاسبية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر ،2004.
8. علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية دار، غريب للنشر، القاهرة،2001.
9. علي حسن الزغبي، نظم المعلومات الإستراتيجية مدخل استراتيجي دار، وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة01، 2005.
10. محي الدين القطب، الخيار الإستراتيجي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
11. مروان محمد نجيب، دور المزيج التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية، (دراسة استطلاعية)، بدون طبعة، دار شتات للنشر والتوزيع، مصر، 2011.

12. نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الاعمال، مركز الاسكندرية للكتاب جامعة مصر 1998.
13. طلعت أسعد عبد الحميد، الموسوعة اقتصادية، دار الفكر العربي، مصر، ،1996.

2) المذكرات:

1. أبوبكر عميروش، قطاف ليلي، فعالية وكفاءة نظام معلومات المحاسبي، دراسة نظرية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2017.
2. بوعسلة فطيمة الزهراء، دور نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بسكرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.
3. خديجة هازل، أحلام طالب، دور نظم معلومات الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة الشركة الافريقية للزجاج جيجل، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017.
4. داودي نادية، عزوز منيرة، دور الثقافة التنظيمية في تعزيز الميزة التنافسية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة أكلى محند أولحاج، البويرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2020.
5. عباسة عائشة، كيفية تحقيق الميزة التنافسية للمنتجات ذات الاستهلاك الواسع، دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر وحدة مستغانم Sucre Ra، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر في العلوم التجارية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015.
6. ناصر محمد علي المجهلي، خصائص المعلومات المحاسبية وأثرها في اتخاذ القرار، دراسة حالة مؤسسة اقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير في علوم التسيير، جامعة الحاج الأخضر، باتنة السنة الجامعية 2009-2008.

7. وهيبة داسي، دور المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية في المصارف الحكومية السورية، مجلة الباحث، عدد 11 ،2012.

3) المجلات ومقالات:

1. (لمجلس المعايير المحاسبة الدالية الأمريكي) FASB (هو عبارة عن وثيقة مفاهيم محدد نوعية التي يجب أن تمثل بها المعلومات المفيدة والتي تسمى بالخصائص النوعية والتي يجب استخدامها للحكم على فائدة المعلومات المحاسبية).
2. أحمد حامد محمود عبد الحليم، دراسات في التقارير المالية، بدون ناشر، ٢٠١١.
3. زيد عائد مردان، جودة المعلومات المحاسبية، محاضرة في مادة المحاسبة، 2012.
4. سعيد أحمد مرشد، مفهوم الكفاءة والفعالية في نظرية الإدارة العامة، مجلة جامعة المالك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، مجلد 1، 1988.
5. الشيخ الداوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء مجلة الباحث، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 7، 2009،2010.
6. محمد دباغية، وإبراهيم خليل السعدي، أثر العوامل البيئية على كفاءة وفعالية نظم المعلومات المحاسبية على شركات التامين، دراسة تحليلية في شركات التأمين الأردنية، مجلة الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، العراق، العدد 90، 2011.

4) المواقع الالكترونية:

1. موقع https://www.starshams.com/2022/09/blog-post_92.html ،

ثانيا: مراجع باللغة الأجنبية

1. (Boddy David & Albert Boonstra & Graham Kennedy, (2009), Managing Information Systems: Strategy and Organization, 3rd édition, Financial Times Press, United States of America
2. Harry richard, prumt; et al, what in the world is competitive advantage,) andeson school.2003.
3. Michel Porter, L'avantage concurrentiel comment devancer ses concurrents et maintenir son avance, Dunod, Paris,1999.
4. Philip kotler et all, Bernard Dubois, et Delphine Manceau, le marketing managent 11emeédition, Person édition, paris France, 2004.

الملاحق

الملحق رقم (01): الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة يحيى فارس المدية

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم المالية والمحاسبة

استبانة الدراسة

الموضوع: أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تنافسية الشركات دراسة حالة: شركة توزيع الكهرباء والغاز – المدية –

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته .....

في إطار اعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في المحاسبة، نرجو من سيادتكم التكرم والتعاون بالإجابة عن الاسئلة الموجودة في هذا الاستبيان، علما ان هدفه معرفة أثر كفاءة نظام المعلومات المحاسبي على تنافسية مؤسستكم، ان هذا الاستبيان صمم لأغراض البحث العلمي فقط، ولذلك نطلب منكم الاجابة بصراحة وموضوعية عن الاسئلة المطروحة فيه للوصول الى نتائج موضوعية ودقيقة قدر الامكان.

ان المعلومات التي سوف تعطونها ستحاط بالسرية التامة وتقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

من إعداد الطالبتين: **الأستاذ المشرف:**

سلاني إكرام محمد أمين زاهي

تكدنتي أميرة

نرجوا منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية وذلك بوضع إجابة (x) أمام الإجابة المناسبة لاختياركم:

I. البيانات الشخصية:

1. **الجنس:**

- ذكر ☐
- انثى ☐

2. **العمر:**

- من 30 سنة فأقل. ☐
- من 31 سنة إلى 40. ☐
- من 41 سنة إلى 51. ☐
- من 51 سنة فأكثر. ☐

3. **المؤهل التعليمي:**

- ثانوي ☐
- تقني سامي ☐
- ليسانس ☐
- دراسات عليا ☐
- دراسات اخرى ☐

4. **عدد سنوات الخبرة:**

- أقل من 5 سنوات. ☐
- من 5 إلى 9 سنوات. ☐
- من 10 إلى 14 سنة. ☐
- 15 سنة فما فوق. ☐

II. محاور الاستبانة:

المحور الأول: واقع نظام المعلومات المحاسبي

الرقم	العبارات	سلم القياس				
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	يتصف نظام المعلومات المحاسبي ببساطة التصميم وسهولة الفهم من قبل جميع المستخدمين.					
2	تتصف مخرجات النظام المحاسبي في المؤسسة بالمرونة.					
3	تفوق الفائدة المحققة من مخرجات النظام المحاسبي تكلفة انتاجها والحصول عليها.					
4	يقدم نظام المعلومات المحاسبي في المؤسسة المعلومات الملائمة والموثوقة بدقة وفي الوقت المناسب.					
5	يؤدي تطبيق نظم المعلومات المحاسبية في المؤسسة إلى تحسين إنتاجية العنصر البشري.					
6	تطبيق نظم المعلومات المحاسبية في المؤسسة يساعد في تحسين جودة الخدمة المقدمة للزبائن.					
7	تساعد مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في استخدام موارد المؤسسة بكفاءة وفعالية.					

8	تساعد مخرجات نظم المعلومات المحاسبية في تقييم المركز التنافسي للمؤسسة.					
9	توفر نظم المعلومات المحاسبية كافة الإجراءات الرقابية اللازمة لتحقيق اهداف المؤسسة.					

المحور الثاني: ابعاد الميزة التنافسية

	الرقم	العبارات	سلم القياس				
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
التكلفة	1	تعمل المؤسسة على تقديم خدمات بأقل الأسعار					
	2	تسعى الشركة إلى خفض تكاليف الإنتاج من خلال الاستغلال الأمثل لمواردها					
الجودة	3	يوجد لدى الشركة نظام لتسيير ومراقبة جودة منتجاتها					
	4	تمتلك منتجات المؤسسة خصائص تنافسية تميزها عن باقي المنتجات.					
المرونة	5	تقدم الشركة منتجات بناء على حاجات ورغبات الزبائن					
	6	تمتلك الشركة مرونة عالية في التكيف مع التغيرات الحاصلة في البيئة التنافسية					
وقت التسليم	7	تلبي المؤسسة طلبات العملاء في الوقت المناسب.					
	8	يساهم عمال الشركة بشكل كبير في تقديم المنتجات بسرعة للزبائن					
	9	تضع المؤسسة مصلحة العملاء في مقدمة إهتمامات الإدارة العليا					

الملحق رقم (02): نتائج درجة ارتباط العبارات المحذوفة مع محور نظام معلومات المحاسبي.

Correlations

			العبارة1	العبارة2	العبارة3	العبارة4	العبارة5	العبارة6	العبارة7	العبارة8	العبارة9	نظام المعلومات المحاسبي
Spearman's rho	العبارة1	Correlation Coefficient	1,000	,179	,069	-,054	,076	,026	-,036	,450*	,460*	,564**
		Sig. (2-tailed)	.	,345	,715	,776	,689	,891	,851	,013	,011	,001
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة2	Correlation Coefficient	,179	1,000	,000	,214	,557**	,037	,458*	,296	,102	,604**
		Sig. (2-tailed)	,345	.	1,000	,256	,001	,844	,011	,112	,590	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة3	Correlation Coefficient	,069	,000	1,000	,272	,091	-,104	,250	,179	,258	,437*
		Sig. (2-tailed)	,715	1,000	.	,147	,631	,584	,182	,345	,169	,016
		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

العبارة4	Correlation Coefficient	-,054	,214	,272	1,000	,085	-,015	,164	,061	,115	,119
	Sig. (2-tailed)	,776	,256	,147	.	,656	,936	,387	,750	,545	,530
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
العبارة5	Correlation Coefficient	,076	,557**	,091	,085	1,000	,145	,293	,251	,124	,573**
	Sig. (2-tailed)	,689	,001	,631	,656	.	,444	,116	,181	,512	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
العبارة6	Correlation Coefficient	,026	,037	-,104	-,015	,145	1,000	,083	,329	-,169	,149
	Sig. (2-tailed)	,891	,844	,584	,936	,444	.	,662	,076	,373	,431
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
العبارة7	Correlation Coefficient	-,036	,458*	,250	,164	,293	,083	1,000	,329	,213	,589**
	Sig. (2-tailed)	,851	,011	,182	,387	,116	,662	.	,076	,259	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
العبارة8	Correlation Coefficient	,450*	,296	,179	,061	,251	,329	,329	1,000	,217	,699**
	Sig. (2-tailed)	,013	,112	,345	,750	,181	,076	,076	.	,250	,000

العبارة9	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Correlation Coefficient	,460*	,102	,258	,115	,124	-,169	,213	,217	1,000	,565**
	Sig. (2-tailed)	,011	,590	,169	,545	,512	,373	,259	,250	.	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
نظام المعلومات المحاسبي	Correlation Coefficient	,564**	,604**	,437*	,119	,573**	,149	,589**	,699**	,565**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,016	,530	,001	,431	,001	,000	,001	.
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الملحق رقم (03): نتائج درجة ارتباط العبارات مع محور نظام المعلومات المحاسبي.

Correlations

			العبارة 1	العبارة 2	العبارة 3	العبارة 5	العبارة 7	العبارة 8	العبارة 9	نظام المعلومات المحاسبي
Spearman's rho	العبارة1	Correlation Coefficient	1,000	,179	,069	,076	-,036	,450*	,460*	,564**
		Sig. (2-tailed)	.	,345	,715	,689	,851	,013	,011	,001
		N	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة2	Correlation Coefficient	,179	1,000	,000	,557**	,458*	,296	,102	,604**
		Sig. (2-tailed)	,345	.	1,000	,001	,011	,112	,590	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة3	Correlation Coefficient	,069	,000	1,000	,091	,250	,179	,258	,437*
		Sig. (2-tailed)	,715	1,000	.	,631	,182	,345	,169	,016
		N	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة5	Correlation Coefficient	,076	,557**	,091	1,000	,293	,251	,124	,573**
		Sig. (2-tailed)	,689	,001	,631	.	,116	,181	,512	,001
		N	30	30	30	30	30	30	30	30
	العبارة7	Correlation Coefficient	-,036	,458*	,250	,293	1,000	,329	,213	,589**

		Sig. (2-tailed)	,851	,011	,182	,116	.	,076	,259	,001
		N	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	,450*	,296	,179	,251	,329	1,000	,217	,699**
	العبارة8	Sig. (2-tailed)	,013	,112	,345	,181	,076	.	,250	,000
		N	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	,460*	,102	,258	,124	,213	,217	1,000	,565**
	العبارة9	Sig. (2-tailed)	,011	,590	,169	,512	,259	,250	.	,001
		N	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	,564**	,604**	,437*	,573**	,589**	,699**	,565**	1,000
	نظام المعلومات المحاسبي	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,016	,001	,001	,000	,001	.
		N	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الملحق رقم (04): نتائج اختبار درجة ارتباط العبارات مع بعد التكلفة

Correlations

			العبارة10	العبارة11	التكلفة
Spearman's rho	العبارة10	Correlation Coefficient	1,000	,469**	,815**
		Sig. (2-tailed)	.	,009	,000
		N	30	30	30
	العبارة11	Correlation Coefficient	,469**	1,000	,864**
		Sig. (2-tailed)	,009	.	,000
		N	30	30	30
	التكلفة	Correlation Coefficient	,815**	,864**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
		N	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

			العبارة12	العبارة13	الجودة
Spearman's rho	العبارة12	Correlation Coefficient	1,000	,262	,679**
		Sig. (2-tailed)	.	,162	,000
		N	30	30	30
	العبارة13	Correlation Coefficient	,262	1,000	,705**
		Sig. (2-tailed)	,162	.	,000

		N	30	30	30
		Correlation Coefficient	,679**	,705**	1,000
	الجودة	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
		N	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

			العبارة14	العبارة15	المرونة
Spearman's rho	العبارة14	Correlation Coefficient	1,000	,243	,822**
		Sig. (2-tailed)	.	,196	,000
		N	30	30	30
	العبارة15	Correlation Coefficient	,243	1,000	,716**
		Sig. (2-tailed)	,196	.	,000
		N	30	30	30
	المرونة	Correlation Coefficient	,822**	,716**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
		N	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	العبارة16	العبارة17	العبارة18	وقت التسليم

Spearman's rho	العبارة16	Correlation Coefficient	1,000	,827**	,675**	,951**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
		N	30	30	30	30
	العبارة17	Correlation Coefficient	,827**	1,000	,833**	,921**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
		N	30	30	30	30
	العبارة18	Correlation Coefficient	,675**	,833**	1,000	,849**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
		N	30	30	30	30
	وقت التسليم	Correlation Coefficient	,951**	,921**	,849**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
		N	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الملحق رقم (05): نتائج اختبار ثبات استبيان

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,651	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,777	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,818	16

الملحق رقم (06): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي.

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
التكلفة	,267	30	,000	,937	30	,078
الجودة	,328	30	,000	,935	30	,075
المرونة	,227	30	,000	,940	30	,088
وقت التسليم	,209	30	,002	,949	30	,191
نظام المعلومات المحاسبي	,135	30	,172	,952	30	,193
الميزة التنافسية	,136	30	,161	,938	30	,079

a. Lilliefors Significance Correction

الملحق رقم (07): نتائج التحليل الوصفي للمتغيرات الشخصية.

الصنف

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	16	53,3	53,3	53,3
	أنثى	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30سنة فأقل	4	13,3	13,3	13,3
	من 31 إلى 40سنة	11	36,7	36,7	50,0
	من 41 إلى 51 سنة	9	30,0	30,0	80,0
	51سنة فأكثر	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي او اقل	2	6,7	6,7	6,7
	تقني سامي	9	30,0	30,0	36,7
	ليسانس	10	33,3	33,3	70,0

	دراسات عليا	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

عدد سنوات الخبرة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 5 سنوات	5	16,7	16,7	16,7
	من 5 إلى 9 سنوات	3	10,0	10,0	26,7
	من 10 إلى 14 سنة	8	26,7	26,7	53,3
	15سنة فاكثر	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الملحق رقم (08): نتائج وصف محور نظم المعلومات المحاسبية.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
العبارة1	30	3,63	,964	,176
العبارة2	30	3,77	,679	,124
العبارة3	30	3,97	,718	,131
العبارة5	30	4,17	,747	,136
العبارة7	30	4,17	,648	,118
العبارة8	30	3,67	,802	,146
العبارة9	30	4,27	,691	,126
نظام المعلومات المحاسبي	30	3,9476	,43018	,07854

الملحق رقم (09): نتائج وصف محور أبعاد الميزة التنافسية.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
العبارة 10	30	3,97	,669	,122
العبارة 11	30	4,03	,718	,131
التكلفة	30	4,0000	,61588	,11244

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
العبارة 12	30	4,20	,484	,088
العبارة 13	30	4,00	,871	,159
الجودة	30	4,4000	,56324	,10283

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
العبارة 14	30	4,00	,695	,127
العبارة 15	30	3,67	,606	,111

المرونة	30	3,8333	,51417	,09387

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
العبارة16	30	3,93	,980	,179
العبارة17	30	4,03	,809	,148
العبارة18	30	4,17	,592	,108
وقت التسليم	30	4,0444	,73622	,13441

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
تنافسية الشركة	30	4,0042	,49293	,09000

الملحق رقم (10): نتائج اختبار أثر نظام معلومات المحاسبي على التكلفة لمديرية التوزيع بالمدية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,028[a]	,001	-,035	,62654

a. Predictors : (Constant), نظام المعلومات المحاسبي

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,009	1	,009	,022	,884[b]
	Residual	10,991	28	,393		
	Total	11,000	29			

a. Dependent Variable : التكلفة

b. Predictors : (Constant), نظام المعلومات المحاسبي

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,158	1,074		3,872	,001
	نظام المعلومات المحاسبي	-,040	,270	-,028	-,148	,884

a. Dependent Variable : التكلفة

الملحق رقم (11): نتائج اختبار أثر نظام معلومات المحاسبي على الجودة لدى شركة لمديرية التوزيع بالمدية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,537[a]	,288	,263	,48365

a. Predictors : (Constant), نظام المعلومات المحاسبي

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,650	1	2,650	11,330	,002[b]
	Residual	6,550	28	,234		
	Total	9,200	29			

a. Dependent Variable : الجودة

b. Predictors : (Constant), نظام المعلومات المحاسبي

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,626	,829		1,961	,060
	نظام المعلومات المحاسبي	,703	,209	,537	3,366	,002

a. Dependent Variable : الجودة

الملحق رقم (12): نتائج اختبار أثر نظام معلومات المحاسبي على المرونة لدى لمديرية التوزيع بالمدية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,349[a]	,122	,090	,49038

a. Predictors : (Constant), نظام المعلومات المحاسبي

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,933	1	,933	3,881	,059[b]
	Residual	6,733	28	,240		
	Total	7,667	29			

a. Dependent Variable : المرونة

b. Predictors : (Constant), نظام المعلومات المحاسبي

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,187	,840		2,602	,015
	نظام المعلومات المحاسبي	,417	,212	,349	1,970	,059

a. Dependent Variable : المرونة

الملحق رقم (13): نتائج اختبار أثر نظام معلومات المحاسبي على وقت التسليم لمديرية التوزيع بالمدية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,619[a]	,384	,362	,58822

a. Predictors : (Constant), نظام المعلومات المحاسبي

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,030	1	6,030	17,429	,000[b]
	Residual	9,688	28	,346		
	Total	15,719	29			

a. Dependent Variable : وقت التسليم

b. Predictors : (Constant), نظام المعلومات المحاسبي

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	−,140	1,008		−,139	,890
	نظام المعلومات المحاسبي	1,060	,254	,619	4,175	,000

a. Dependent Variable : وقت التسليم

الملحق رقم (14): نتائج اختبار أثر نظام معلومات المحاسبي على تنافسية مديرية التوزيع بالمدية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,676[a]	,457	,437	,42090

a. Predictors : (Constant), نظام المعلومات المحاسبي

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,169	1	4,169	23,533	,000[b]
	Residual	4,960	28	,177		
	Total	9,130	29			

a. Dependent Variable : تنافسية الشركة

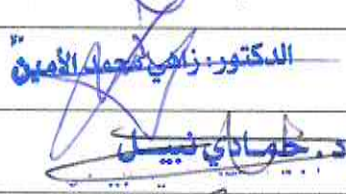
b. Predictors : (Constant), نظام المعلومات المحاسبي

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,743	,721		1,030	,312
	نظام المعلومات المحاسبي	,881	,182	,676	4,851	,000

a. Dependent Variable : تنافسية الشركة

الملحق رقم (15): قائمة المحكمين.

الرقم	اسم الأستاذ	الامضاء
01	زاهي محمد امين	
02	حمادي نبيل	
03	بولصنام محمد	