

دور نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني في تحقيق الميزة التنافسية للشركة: دراسة تطبيقية في

عينة من الشركات المساهمة المسجلة في سوق العراق للاوراق المالية

م.م ريم محسن خضير

كلية اقتصاديات الاعمال - جامعة النهرين

المستخلص:

يعد نظام المعلومات المحاسبي من اهم نظم المعلومات الادارية في الشركات لأهمية المعلومات التي يوفرها في جميع مراحل عمل الشركات من وضع الاهداف و الخطط الاستراتيجية و مراحل تنفيذها و الرقابة على التنفيذ ، و يبقى التساؤل هل هذه هي حدود ما يستطيع نظام المعلومات المحاسبي ان يقدمه ؟ و الجواب يمكن ايجاده في هذا البحث من خلال ما يمكن ان يقدمه نظام المعلومات المحاسبي اذا ما تم تطويره و تحديثه وفقا لتكنولوجيا المعلومات . أد بيئت هذه الدراسة في بدايتها الى التعريف بنظام المعلومات المحاسبي و كيف يمكن تطويره و توسيع دوره من خلال تكنولوجيا المعلومات و من ثم اذا وصل الى هذا الحد من التطور يمكن ان يخلق فرص كبيرة في تقليل التكاليف و تحسين جودة المنتجات و تحقيق التميز و رضا الزبون ، و كل ذلك يأتي في اطار ابعاد الميزة التنافسية ، و بعد ذلك تم تطبيق البحث بموجب توزيع استمارة استبانة على مستويات ادارية مختلفة في شركات مساهمة مدرجة في سوق العراق للاوراق المالية ، و بعد حصر الاجابات التي تم الحصول عليها من عينة البحث و تم اخضاها للتحليل الاحصائي و الوقوف على مدى الارتباط بين الميزة التنافسية كمتغير مستقل و نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني كمتغير تابع واثبتت نتائج التحليل الاحصائي ان نظام المعلومات المحاسبي بشكله التقليدي لن يتمكن من المساهمة في تحقيق ميزة تنافسية على عكس ذلك أذ تم تطوير نظام المعلومات المحاسبية وفقا لتكنولوجيا المعلومات سيخلق ذلك فرصا كبيرة في تحقيق ميزة تنافسية للشركة بكل ابعادها .

Abstract:

Accounting information system is one of the most important management information systems in companies, this importance come from the information that it provides to all levels of the companies' such as ' work from setting goals and strategic plans and stages of implementation and control of implementation. In that sense there is a question that need to answer whether these are all limits that the accounting information system can provide. And the answer we found in this research through what can be provided by the accounting information system if it is developed and updated according to information technology? This study in its introduction showed the accounting information system and how it can be developed and expanded through the information technology. Therefore, if it reaches this level of development, it can create great opportunities in reducing costs, improving the quality of products, achieving excellence and customer satisfaction, and all this comes within the framework of competitive advantage's aspects. The research was then carried out according to the distribution of a questionnaire to different administrative levels in Iraqi listed companies on the Iraqi Stock Exchange, and after collection of responds the researcher use statistical analysis to find out the correlation

between the competitive advantage as an independent variable and the electronic accounting information system as a dependent variable. The results of the statistical analysis give evidence that the accounting information system in its traditional form will not be able to contribute to a competitive advantage, On the other hand, if the accounting information system was developed in accordance with information technology, this will create significant opportunities in achieving a competitive advantage for the company in all its dimensions.

المقدمة:

اصبح العالم اليوم حلقة كبيرة ومتشعبة من الاتصالات وامسى العالم الكبير اليوم صغيرا بسبب تطور تكنولوجيا المعلومات والاعمال الالكترونية ,التي اتاحت للافراد والشركات الصغيرة منها والكبيرة في أي دولة من الاتصال مع مثيلاتها في الدول الأخرى في نفس المجال والتعرف على نتائج اعمالها ومراكزها المالية وكذلك اجراء التبادل التجاري ونقل وتسديد الصفقات الكترونيا.

من جانب اخر فان الثورة الكبيرة في تكنولوجيا المعلومات في مجال التطبيقات والبرامج المحاسبية ، وكذلك التطورات في تقنيات عرض وتوصيل المعلومات لمستخدمي هذه المعلومات المحاسبية اثر بشكل كبير على رفع قيمة الشركات السوقية وكذلك خلق فرص لها لتحقيق ميزة خاصة من خلال توفير معلومات متاحة يمكن الوصول اليها بسرعة.

من خلال ما أفرزته التحديات العالية الجديدة، خاصة مع انتشار مفاهيم الخصخصة والعولمة والانفتاح نحو الاسواق العالمية .كل ذلك عزز من أهمية المعلومات التي أصبحت أحد الموارد الاساسية و الاستراتيجية التي تعتمد عليها المؤسسات في الحصول على الميزة التنافسية.بالشكل الذي يراعي متطلبات المستويات الادارية المختلفة ابتداء من احتياجات المستوى التشغيلي و انتهاء بمتطلبات الادارة الاستراتيجية.

منهجية البحث

اولا: مشكلة البحث:

تواجه الشركات العراقية منافسة شديدة جدا على المستوى العربي والاقليمي والدولي، بحيث اصبحت السوق العراقية محتكرة بشكل تام تقريبا لشركات غير محلية وحتى الاستثمار المحلي اصبح يتخوف من ضخ الاموال في الصناعات والمنتجات المحلية ولعل من الاسباب الرئيسية التي تحد من الاستثمار المحلي والاجنبي هو محدودية وقلة كفاءة المعلومات المحاسبية الالكترونية المتوفرة عن هذه الاستثمارات. حيث تواجه هذه المؤسسات العديد من التحديات التي تحتم عليها استعمال وسائل وآليات ، واستراتيجيات عصرية و حديثة، لتحقيق ميزة تنافسية تتماشى مع الظواهر المستجدة التي أفرزتها العولمة والانفتاح على الاسواق العالمية.ومما تقدم يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤل التالي:

(هل ان نظم المعلومات المحاسبية الألكترونية في الشركات العراقية المساهمة قادرة على تلبية متطلبات و استراتيجيات تساعدها في تحقيق ميز تنافسية مختلفة، من خلال ماتقدمه من تكنولوجيا معلومات متقدمة و مسايرة للتطورات البيئية.)

ثانياً: أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من أهمية المواضيع التي يتناولها فهو يركز على جانب حيوي للاقتصاد الوطني وهو الشركات المساهمة. إذ أننا نواجه اليوم بيئة اقتصادية تنافسية سريعة التغير والتجدد لذا أصبحت نظم المعلومات ومنها نظام المعلومات المحاسبي أداة استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية للشركات من خلال اللجوء الى اساليب عمل جديدة ومرنة. بالإضافة الى ذلك فإن هذا البحث يحاول أن يظهر تأثير نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني والدور الذي يلعبه في التأثير على الاستراتيجيات التنافسية لهذه الشركات.

ثالثاً: أهداف البحث :

1. بيان مفهوم و أهمية نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني .
2. بيان مفهوم الميزة التنافسية.
3. تحديد أهمية نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني في تحقيق الميزة التنافسية للشركات .

رابعاً: " فرضية البحث:

(ان استعمال تكنولوجيا معلومات متقدمة تجعل من نظام المعلومات المحاسبي أداة تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للشركة.)

خامساً: مجتمع وعينة البحث :

يتكون مجتمع البحث من جميع الشركات المدرجة في سوق العراق للاوراق المالية ، في حين عينة البحث تتضمن عدد من المصارف الاهلية المسجلة في سوق العراق للاوراق المالية .

الجانب النظري

أولاً : نظام المعلومات المحاسبي و تكنولوجيا المعلومات

(1) نظام المعلومات المحاسبي :

أصبح نظام المعلومات المحاسبي أداة لا يمكن الاستغناء عنها في بيئة الاعمال في وقتنا الحالي ، اذا ان هذه البيئة تمتاز بالتغير والمنافسة الشديدة مما يتطلب من الشركات ايجاد الوسائل والطرق التي تمكنها من الاستمرار وتحقيق التميز. ويمكن تعريفه على: أنه"أحد مكونات التنظيم الإداري يختص بجمع وتبويب ومعالجة وتحليل المعلومات المالية بهدف ايصالها إلى الأطراف الداخلية والخارجية ذات العلاقة لغرض اتخاذ قراراتهم الاقتصادية" (الطيب :1995 : 100) كما يعرف على أنه : " مجموعة من العاملين و الاجراءات و الموارد التي تقوم بتجميع البيانات و معالجتها و نقلها لتتحول الى معلومات مفيدة و ايصالها الى المستخدمين بالشكل و الوقت الملائم، من أجل مساعدتهم في اداء الوظائف المسندة اليهم ". (قاسم: 2006 : 15)

كما يعرف بأنه "ذلك الجزء من نظام المعلومات الكلي الذي يختص بتجميع وتشغيل وتخزين واسترجاع البيانات الكمية النقدية والغير النقدية لأغراض توفير المعلومات لمتخذي القرارات داخل و خارج الشركة ".(عبد المنعم: 2008 : 69)

وحسب ما ذكره Fredrick فإن نظام المعلومات المحاسبي يتكون من خمس مكونات أساسية و هي :

- الاشخاص (people):الذين يديرون النظام و يقومون بأداء الوظائف المتعددة .
- الاجراءات (procedure): منها اليدوية أو الالية المتعلقة بجمع و تشغيل و خزن البيانات حول أنشطة الشركة .

- البيانات (data): البيانات الخاصة بعمليات الشركة .
- البرمجيات (software): المستخدمة لتشغيل بيانات الشركة .
- البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات (information technology infrastructure) و التي تتضمن اجهزة الحاسوب و اجهزة شبكات الاتصالات. (Fredrick,1984,321)

واستنادا إلى كل هذه التعاريف يمكن القول أن النظام المعلومات المحاسبي: هو احد مكونات النظام الاداري الذي يتكون من الافراد و الاجهزة و المستندات التي تتفاعل مع بعضها بموجب اجراءات و سياسات معينة لجمع البيانات الكمية و تبويبها و تصنيفها و من ثم معالجتها لغرض توفير المعلومات الملائمة لمتخذي القرارات بالصيغة و الوقت الملائمين .

فمع وجود نظام معلومات محاسبي فاعل و كفوء يساعد مستخدم المعلومات في الحصول على معلومات دقيقة و ملائمة من حيث الجودة و التوقيت المناسبين ،مما يسهل عمليات التخطيط و تقييم الاداء و ترشيد اتخاذ القرارات .

(2) مفهوم تكنولوجيا المعلومات و دورها في تطوير النظام المحاسبي الالكتروني :

مع حلول القرن الحادي و العشرين و الذي صاحبه اتساع غير مسبوق في التجارة و الصناعة الذي كان نتيجة للتطور الهائل في تقنيات المعلومات والذي نقل العالم من عصر الصناعة الى عصر المعلومات الذي تميز بانتشار التجارة الالكترونية و نقل المعرفة بواسطة شبكات الانترنت و غيرها من وسائل التكنولوجيا الحديثة ، كان لزاما على نظام المعلومات المحاسبي ان يواكب هذه التطورات التكنولوجية من حيث زيادة التفاصيل و الدقة و السرعة . وكان من الفوائد الايجابية لهذه التقنيات أنا ساهمت في زيادة الكفاءة والفعالية لمخرجات نظام المعلومات المحاسبي . (عدون: 2004: 50)

ويقصد بتكنولوجيا المعلومات بأنها اندماج ثلاثي الاطراف بين الالكترونيات الدقيقة والحاسيب ووسائط الاتصالات الحديثة، وتشمل جميع الاجهزة والنظم والبرمجيات المتعلقة بتداول المعلومات آليا :استقصاؤها، معالجتها، ترتيبها، تصنيفها، تحليلها، ترتيبها، و الانتقاء منها وكذلك بثها عبر مسافات بعيدة أو استنساخها وعرضها بالشكل المناسب، مرئية أم مطبوعة أم مسموعة . (وينتن،هوارى : 2007 : 36)

تشكل تكنولوجيا المعلومات "Information Technology" ركيزة أساسية لنظم المعلومات المحاسبية حيث إنها تؤثر في تصميم وتطوير نظم المعلومات المحاسبية عن طريق التغيير في المحاسبة كي يضيف قيمة إلى الوحدة الاقتصادية مع الأخذ بنظر الاعتبار الموارد المحدودة ،أذ ان نظام المعلومات المحاسبي يتعدى كونه مناهجاً للحاسوب فقط بل يستوجب الأخذ بنظر الأهمية تقويم التكلفة والمنفعة الناتجة من التطورات والأدوات الجديدة في مجال تكنولوجيا المعلومات. (Romney & Stienbart : 2000 : 71)

فمن أهم المزايا التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات من خلال وسائلها تظهر أثرها الواضح على المعلومات المحاسبية في مجالات الفاعلية والكفاءة والاقتصادية المختلفة، ومما ينعكس إيجابيا في النتيجة على إتخاذ القرارات، فقد وفرت تكنولوجيا المعلومات الكثير من الوقت والجهد على مستخدميها في جمع وتصنيف المعلومات والافصاح عنها بالشكل الملائم والوقت المناسب، إذ تسمح الانظمة الالكترونية بتشغيل البيانات المحاسبية بطريقة مرنة وقادرة على انتاج معلومات متعددة من حيث الكمية والنوعية في ظل البدائل المطلوبة بأسرع وقت ممكن وباعلى درجة من الدقة . (شركس: 1986 : 17)

فكنولوجيا المعلومات تلعب دور كبير في الشركات حيث عن طريق المعلومات استطاعت تقديم خدمات ومنتجات عالية الجودة ومنخفضة التكاليف وفي الوقت المناسب وذلك من خلال تحليل عمليات الشركات وإعادة تصميم العمليات التشغيلية و تزويد الإدارة بالمعلومات ، فقد تمكنت شركة IBM مثلا من اختصار الوقت اللازم لإعادة تقويم اصولها من خمسة ايام الى خمسة دقائق و الوقت اللازم لفحص الاعتماد المستندي من ثلاثون دقيقة الى ثلاث ثوان . (قاسم: 2006 : 20)

ويمكن تلخيص اثر تكنولوجيا المعلومات على تطوير نظام المعلومات المحاسبي من خلال ثلاث اتجاهات او محاور رئيسية وهي كالتالي:

1. السرعة في معالجة البيانات وعرض النتائج: تصل سرعة الحاسوب في تنفيذ عمليات تشغيل البيانات وإسترجاع المعلومات القديمة الى ملايين الحركات في الثانية الواحدة فضلا عن إن الحاسوب يستطيع العمل طوال ساعات اليوم دون التعرض للخطأ أو التعب أو الملل والضجر (الحسون والقيسي، 1991 ، ص: 34). وقد قدر أحد الخبراء إن العمل دقيقتين على الآلات الالكترونية باستخدام كامل طاقتها توازي خمسين سنة من العمل اليدوي الروتيني ويمكن وصف السرعة في الاداء باتجاهين :

 - سرعة تحديث المعلومات المحاسبية: إذ يتميز الحاسوب بسرعة فائقة في تشغيل البيانات وإستقبالها بعدة طرق ومن مسافات بعيدة والقيام بعمليات التسجيل والتحويل والترصيد وقت حدوثها، وبالتالي تحديث أرصدة الحسابات أول بأول وتوفير معلومات حديثة في الوقت المطلوب .
 - سرعة تقديم المعلومات المحاسبية : يمتلك الحاسوب قدرة على تقديم المعلومات المحاسبية المخزونة والمطلوبة حتى من أماكن بعيدة عن مركز الحاسوب، خلال ثوان ويقدر البعض هذه السرعة الى حوالي 16 صفحة في الدقيقة منها ما هو مرئي على الشاشة بأشكال متنوعة كالجداول والرسوم والصور أو قد تكون على شكل تقارير . (حسين: 1997 : 498)

2. الدقة في النتائج: يقدم الحاسوب معلومات دقيقة خالية من الاخطاء، عدا الاخطاء التي تحصل أثناء تغذية الحاسوب بالمعلومات يدويا أو الاخطاء في البرامج، ومع ذلك تعد أخطاء الحاسوب قليلة جدا قياسا بحجم البيانات الهائل التي تتم معالجتها.

3. مجال رقابة الإدارة العليا: توسيع يساعد استعمال تكنولوجيا المعلومات على توسيع مجال رقابة الإدارة العليا مع التوسع في توزيع عملية اتخاذ القرارات في الإدارة التنفيذية وهذا الاتجاه يعني مركزية الرقابة و لامركزية اتخاذ القرارات وهو أسلوب يجمع بين مزايا الأسلوبين في وقت واحد ويحقق مرونة ودرجة استجابة عالية في المعلومات التي ينتجها نظام المعلومات المحاسبية.

4. الاقتصاد في التكاليف: إن تكنولوجيا المعلومات أداة فعالة لتخفيض حجم النفقات وإعادة التنظيم، وكذلك تخفيض حجم الجهاز الإداري وبالأخص الإدارة الوسطى فضلاً عن العماله المستخدمة في الإنتاج ، وكل ذلك يؤدي إلى تخفيض تكاليف المعالجات المحاسبية (الجزراوي، سعيد، 2009:12).

5. خلق قنوات اتصالات جديدة: ساعدت تكنولوجيا المعلومات على خلق قنوات اتصالات جديدة من خلال شبكة الاتصالات سواء على مستوى النظم الفرعية في الوحدة الاقتصادية (على مستوى الوطني أو العالمي) وقد مكن ذلك من زيادة سرعة تدفق ومعالجة وتبادل المعلومات وتطوير أدوات حديثة لتبادل المعلومات كالاتصالات والتفاوض وعقد

الصفقات عن طريق الشبكات والاتصال عن البعد أو الأدوات الأخرى ، وكل ذلك يؤدي إلى زيادة كفاية وفاعلية نظام المعلومات المحاسبي (العبدلي، 2003:45) .

كل هذه المزايا ساهمت من خلالها تكنولوجيا المعلومات في زيادة قدرة نظام المعلومات المحاسبية على التكيف والتأقلم السريع مع بيئة العمل في الوحدة الاقتصادية وذلك من خلال توفير أدوات اقتصادية فعالة لخص واسترجاع ومعالجة البيانات وتقديمها إلى متخذي القرار في الوقت المناسب وقد انعكس ذلك بوضوح على زيادة فاعلية نظام المعلومات المحاسبية وأتاح لها مرونة كبيرة في التعامل مع المتغيرات السريعة والاستجابة لها. و من هذا نتوصل أن قدرة تكنولوجيا المعلومات على سرعة التغذية العكسية للمعلومات يساعد في تحقيق الرقابة الفعالة لاسيما في قدرة اجهزة الحاسوب على إجراء المقارنة بين التنبؤات السابقة من النتائج الفعلية لها وإستخراج الانحرافات الايجابية لتدعيمها والسلبية لمعالجتها مبكرا، وبهذا تمنح تكنولوجيا المعلومات متخذ القرار القدرة على دراسة وتقويم البدائل المختلفة لاتخاذ القرار المناسب.

ثانيا: الميزة التنافسية

(1) مفهوم الميزة التنافسية (Coroprate Advantage) :

يعد مفهوم الميزة التنافسية من المفاهيم المهمة و الحيوية في تحديد كفاءة اداء المؤسسة و الوقوف على مستوى نشاطها ، اذ تقوم الميزة التنافسية على قياس قدرة المؤسسة على تحقيق اعلى مستوى من الارباح و تخفيض التكاليف و الحصول على حصة سوقية اكبر بدون التأثير على الارباح .

و يمكن تعريف الميزة التنافسية على انها مفهوم ديناميكي يعتمد على الجهد الذاتي و الابداع و التفوق على المنافسين من خلال النوعية و التقنية العالية و التسويق الافضل لتحقيق علامة فارقة في سوق العمل يؤدي لتحقيق ميزة اضافية على المنافسين في نفس المجال . (مرسى: 1998 : 34) ، و يمكن تعريفها ايضا على انها القدرة على الصمود امام المنافسين بالتزامن مع تحقيق الاهداف الاستراتيجية للمؤسسة من المستوى المطلوب من الربحية و التوسع و النمو بالحصة السوقية و ابتكار اساليب عمل جديدة . (النجار: 2000 : 12) ، أما Porter يشير الى أن الميزة التنافسية تنشأ عندما تتمكن الشركة من تقديم قيمة للزبائن اعلى من كلفة تكوين هذه القيمة ، والقيمة هي ما يرغب الزبائن بالحصول عليها والقيمة الأعلى تعني البيع بأسعار أقل مما يقدمه المنافسون للمنفعة نفسها أو توفير منفعة متميزة دون التأثير على الاسعار مقارنة بالمنافسين . (Porter :1985 :3)

و مما ورد اعلاه نستطيع تلخيص مفهوم الميزة التنافسية على انها قدرة المؤسسة على خلق قيمة افضل لعملائها ، اي تقديم نفس السلع او الخدمات بسعر اقل من المنافسين او التفرد بتقديم سلع او خدمات معينة اضافة الاى التطوير و الابتكار في اساليب التسويق و كل ذلك يتم في اطار تخفيض الكلف و توسيع الحصة السوقية للمؤسسة . اي ان مفهوم القيمة التنافسية يتلخص بالنقاط التالية :

1. تكوين قيمة تفوق ما يقدمه المنافسون بالكلفة نفسها.
2. امتلاك نظام معلومات يرضي متطلبات الزبائن.
3. قدرات متميزة وفريدة للشركة تعطي الافضلية عند المقارنة بالمنافسين .
4. المعارف والمهارات و القدرة على الابداع التي تميز الشركة عن منافسيها.

(2) أهمية الميزة التنافسية

للميزة التنافسية أهمية كبيرة في حياة الشركات فمن خلالها يمكن للشركة العمل و المواصلة في بيئة شديدة المنافسة في عصر التطور التكنولوجي، وتظهر هذه الأهمية من خلال الآتي :

1- تمثل الميزة التنافسية معياراً مهماً للشركات الناجحة لأنها هي التي توجد نماذج جديدة للميزة التنافسية باستمرار ، طالما أن النماذج المستخدمة سابقاً قد أصبحت معروفة ومتاحة بشكل واسع وأن المنافسين على علم تام بها .(MaCmillan & Tampoe, : 2000: 89).

2- تمثل الميزة التنافسية مؤشراً إيجابياً وان للشركة حصة سوقية أكبر من منافسيها، وبما يعني أنه سيكون لها زبائن أكثر رضاً وولاءً قياساً بالمنافسين، مما يجعل زبائنها أقل تعرضاً لعروض المنافسين الآخرين من جهة، وزيادة حجم المبيعات والأرباح من جهة أخرى(Czepil, 1992:40).

3- تعد الميزة التنافسية عاملاً جوهرياً لعمل الشركات على اختلاف أنواعها وإنتاجها لأنها الأساس الذي تصاغ حوله السياسة التنافسية وتتفاعل سائر العوامل والمتغيرات لدعم الميزة التنافسية و كل ذلك يؤدي الى تحديد الخطوط الرئيسية في عمل الشركة (Bossman and Phatak, 1989: 89).

4- تكون الميزة التنافسية مهمة من خلال اعتبارها الوسيلة الوحيدة لمواجهة تحديات السوق والشركات المنافسة، وذلك من خلال قيام الشركة بتنمية مهاراتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل عن طريق إيجاد قدرات تمكنها من التكيف للفرص المتغيرة بشكل سريع (White & Hill, 1997: 625).

3) أبعاد الميزة التنافسية

تعمل الشركات جاهدة على تحقيق ميزة تنافسية تتفرد بها على المنافسين من خلال ما تقدمه من خدمات ومنتجات تحقق حاجات ورغبات الزبائن ، ولغرض تحقيق النجاح في البيئة التنافسية فعلى الشركات إن تركز بشكل أساسي على مجموعة من الأبعاد أو الأسبقيات التي سيتم التنافس عليها وذلك بالتطابق مع رغبات وحاجات الزبائن فبعض الشركات قد تركز على أساس الكلفة المخفضة أما الأخرى تركز على أساس التميز والإبداع والأخرى على المرونة والسرعة في التسليم أو التركيز على أكثر من بعد لغرض التفوق في ذلك القطاع المستهدف ، فضلاً عن ذلك بعد آخر وهو (الحصة السوقية) و سيتم تناول الأبعاد بشيء من التفصيل و كما يلي :

1. الكلفة : تعد هدف الكلفة العامل الحاسم في مدى استمرار وبقاء ونجاح الشركة ، حيث يبين (Slack,et,al,2004:44) إن الكلفة الأقل هي الهدف الرئيس الذي تتنافس من خلالها الشركات. وحتى الشركات التي تتنافس من خلال المزايا التنافسية الأخرى غير التكلفة فإنها تسعى لتحقيق كلفة منخفضة لمنتجاتها، والكلفة لا تعني فقط أنك تقدم منتجاً أو خدمة بأقل سعر بقدر ما تكون هذه الكلفة ذات علاقة بالتنوع.

2. الجودة : تعد الجودة مطلباً لكل الشركات فهي تشكل عاملاً أساسياً لنجاح الشركات لما لها من دور بين استغلال الموارد وتحقيق موقع تنافسي في السوق ، إذ أصبحت الجودة وسيلة رئيسية لتحقيق الميزة التنافسية. ويمكن قياس الجودة من خلال ما تحققه الخدمات والمنتجات من قبول لدى

الزبائن ومستوى أداء هذه الخدمات والمنتجات والجودة العالية من شأنها أن تساعد في تكوين اسم تجاري ذي سمعة جيدة وتقليل الوقت والجهد (الشيخ، بدر، 2004 : 22).

3. الإبداع : يعد الإبداع كل فكرة جديدة في الأنشطة التسويقية للشركة إذ تؤدي الى تغيير ايجابي ويتم تطبيقها بنجاح بالشكل الذي يجعل الشركة متفوقة على الآخرين في المجال التسويقي. وبما أن الإبداع يساعد الشركة على تحقيق تطوير منتجات جديدة فأن الإبداع يصبح مصدراً لتحقيق الميزة التنافسية، وخاصة عندما يساعد الإبداع المنتج على تطوير منتجات جديدة وطرحها في السوق بسرعة بذلك الشكل الذي يمكن الشركة من المنافسة وتحقيق أهدافها، (عكروش، 2004 : 32).

ويشكل عام فان هناك بعض العوامل التي يمكن أن تشجع على ظهور الأفكار الإبداعية والأبتكارية مثل استخدام تكنولوجيا المعلومات داخل الشركة وهي كما يلي : (الناصر، 2011 : 51).

- تستطيع تكنولوجيا المعلومات تعزيز القاعدة المعرفية وتوفيرها لكل موظف، فهي تسرع في مسح ومراقبة البيئة الخارجية.
- تعتبر تكنولوجيا المعلومات أكثر استجابة للتغيرات المستمرة في بيئة الأعمال الداخلية والخارجية.
- تدعم تكنولوجيا المعلومات التنسيق والتعاون بين الشركات الأخرى في القطاع نفسه سواء أكان محلياً أو عالمياً مما يدعم قدرة الشركة على الإبداع الابتكار.
- التميز : أن مفهوم التميز يعني تمييز المنتجات التي تقدمها الشركة لإيجاد فرق ملموس على القطاع الذي تعمل فيه الشركة لأنه شيء فريد ومميز ويأخذ تحقق هذه الميزة أشكالاً متعددة كتصميم مميز أو علامة تجارية أي أنها تحاول إيجاد تصور لدى المستهلكين لأن المنتجات المعنية تختلف عن مثيلاتها في القطاع نفسه وقد يأتي هذا التميز أيضاً من خلال إيجاد شهرة للعلامة التجارية أو من خلال استخدام تقنية معينة . ويمكن استخدامها بطريقتين :

أ- من خلال تمييز منتجات الشركة عن المنافسين وذلك من خلال إضافة خصائص فريدة للخدمات أو المنتجات مما يعطيها جاذبية تنافسية في السوق.

ب- احتمال توفر فرصة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات. (الزعيبي، 2005 : 162).

5- الحصة السوقية : تمثل الحصة السوقية للشركة احد المؤشرات الهامة التي تعزز مركزها التنافسي وان الشركة تسعى الى الحفاظ على حصته السوقية من خلال تقديم منتجات ذات جودة عالية وإتباع سياسة سعرية مناسبة وتطوير أنشطتها الانتاجية او الخدمية والتسويقية (الصميدعي ويوسف، 2005 : 195) . وتعرف الحصة السوقية بأنها النسبة بين حصة سوق الشركة وحصة السوق الإجمالية أو حصة سوق المنافس الأحسن أداء (سويدان، وحداد، 1998 : 144). وقد تسعى كل الشركات للحصول على نصيب معين من مبيعات السوق الذي تعمل فيه، إذ يكون هذا الهدف ملائماً إذا كان السوق ينمو وكانت هناك فرصاً مستقبلية تسعى إلى اغتنامها (الصحن، 1998 : 290).

ثالثا : دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني لتحقيق الميزة التنافسية

تلعب نظم المعلومات المحاسبية دورا هاما في دعم الاهداف الرئيسية للشركة ، و يشمل هذا الدور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير المنتجات و الخدمات ، و القدرات التي تعطيها هذه التكنولوجيا للشركة في تحقيق ميزة لمواجهة القوى المنافسة المحلية و الدولية ، أن تكنولوجيا المعلومات تساعد الشركة في تحقيق اهدافها الرئيسية من خلال الادوار التالية : (Briole Alain et Craipeau Sylvie : 2000 : 100)

1. تحسين الكفاءة الانتاجية أذ يساهم العمل بظل تكنولوجيا المعلومات في زيادة الكفاءة الانتاجية عن طريق تقليل التكاليف و تحسين مستوى الجودة .
 2. المساهمة في تحقيق الابداع أذ تساهم تكنولوجيا المعلومات في تطوير منتجات جديدة بطرق و اساليب ذات كفاءة عالية في جمع العمليات بدءا بمرحلة التصميم و انتهاء خدمات ما بعد البيع ، و كل ذلك يعمل على استحداث فرص للشركة في توسيع اسواق جديدة او تعزيز مكانتها الحالية في الاسواق .
- بناء موارد تكنولوجيا معلومات استراتيجية و ذلك لان تكنولوجيا المعلومات تساهم في بناء موارد معلومات مهمة تساعد الشركة في الحصول على ميزة تنافسية باستخدام نظم المعلومات المتطورة ذلك لان تكنولوجيا المعلومات تعمل على تحسين كفاءة العمليات الانتاجية من خلال توفير الاجهزة و البرامج المختلفة و العمل على تطوير الاتصالات و تعيين الافراد المختصين في مجال نظم المعلومات و تدريب المستخدمين

(Ellis Clarence, Gibbs: 1991:125)

و من هنا يمكننا التوصل الى ان ازدياد اهمية نظم المعلومات المحاسبية في السنوات الاخيرة بسبب التقدم الذي انعكس عليها من تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية باعتبارها أهم مصادر الميزة التنافسية الحديثة أذ أن توافر ميزة تنافسية دائمة تعد اهم وسائل الشركة في تحقيق اهدافها ، و يمكن القول ان الميزة التنافسية تستند في فاعليتها و ديمومتها الى امتلاك الشركة قدرات جوهرية و محورية تعزز القابلية للحصول على ميزة تنافسية و ضمان استمرارها ، و من الممكن ان يكون نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني احد تلك القدرات المحورية ، و قد تشمل نوعية العاملين و الابداع في العمل ، او تتضمن تقديم سلع أو خدمات متفوقة في النوعية للعملاء .

الجانب العملي :

تم تطبيق و اختبار فرضيات البحث من خلال توزيع استمارة الاستبانة على عدد من الموظفين في المصارف الاهلية المسجلة في سوق العراق للاوراق المالية و العاملين في مستويات ادارية مختلفة و من خلال عرض خلاصة اجاباتهم و ذلك باحتساب الاوساط الحسابية و الانحرافات المعيارية و معامل الاختلاف و كذلك تفسير نتائج التحليل الاحصائي و معاملات الارتباط بين المتغيرات للوقوف على دور التطور التكنولوجي و استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية .

اولا: وصف متغيرات البحث

1- نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني :-

• نظام المعلومات المحاسبي :

(1) يقدم نظام المعلومات المحاسبي في الشركات المساهمة العراقية معلومات تمتاز بالموثوقية و يستطيع مستخدم هذه المعلومات الاعتماد عليها و ذلك باتفاق تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته

(4,79) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,409) و معامل اختلاف بلغ (8,53) .

(2) تكون مخرجات نظام المعلومات المحاسبي معلومات و بيانات ذات دقة عالية و توقيت مناسب لمستخدمي هذه المعلومات و ذلك باتفاق تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,56) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,499) و معامل اختلاف بلغ (10,94) .

(3) عند تصميم نظام المعلومات المحاسبي لا يتم الاخذ بنظر الاعتبار أهداف الشركة و كافة الخطط التقليدية و الاستراتيجية بل يتم العمل بموجب نظم محاسبية تقليدية ثابتة و لذلك لم تتفق اجابات عينة البحث و ذلك بوسط حسابي اقل من الوسط الفرضي بلغت قيمته (2,62) يتجه نحو عدم الاتفاق و عدم الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,884) و بمعامل اختلاف بلغت قيمته (33,47) .

(4) لدى الشركة نظام محاسبي و طرق مسك سجلات توفر سرعة الدخول لمعالجة البيانات و استخراج المعلومات و تحديثها باستمرار و ذلك باتفاق تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,61) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,490) و معامل اختلاف بلغ (10,62) .

• تطور نظام المعلومات المحاسبي بموجب تكنولوجيا المعلومات

(1) اتفقت معظم الاجابات على وجود قاعدة بيانات كافية و شاملة تستجيب لمتطلبات العمل في الشركة و ذلك باتفاق تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,73) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,446) و معامل اختلاف بلغ (9,42) .

(2) من خلال الاجابات تمكنا من التأكد ان اغلب الشركات تقوم بأجراء التعاملات التجارية و أتمام الصفقات مع جهات خارجية بالاعتماد بشكل كامل على الاتصالات الالكترونية و ذلك باتفاق تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,80) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,398) و معامل اختلاف بلغ (8,29) .

(3) تقوم الشركة المساهمة بتطوير نظام المعلومات المحاسبي وفقا لمتغيرات بيئة الاعمال و يرجع السبب في ذلك الى التعاملات الخارجية الي تقوم بها الشركة مما يضطرها الى تطوير النظام بما يسهل هذه التعاملات و ذلك باتفاق تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,79) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,409) و معامل اختلاف بلغ (8,53) .

(4) تستخدم الشركة مجموعة من الاجراءات الرقابية على البرامج و الملفات لضمان سلامة التشغيل الالكتروني للبيانات و كشف الاخطاء في حال حدوثها و ذلك من خلال كوادر مبرمجين و مختصين بتشغيل و صيانة الاجهزة و البرامج و تصحيح الاخطاء في حال حدوثها اذ اتفقت معظم الاجابات و ذلك باتفاق تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,80) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,398) و معامل اختلاف بلغ (8,29) .

(5) تمتلك الشركة كوادر قادرة على التعامل مع الشبكات و انظمة الاتصالات المتطورة و كذلك اجراء التحديثات و الصيانة لها و ذلك تعزيزا لاجابة السؤال السابق اذ توجهت اغلب الاجابات الى تأكيد وجود هذا النوع من الكوادر و ذلك باتفاق تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,86) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,343) و معامل اختلاف بلغ (7,05) .

2- الميزة التنافسية :-

• ابعاد الميزة التنافسية :

- (1) يساعد نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في الشركة في تحسين جودة المنتجات و كفاءتها بما يتماشى و رغبات المستهلكين و حاجاتهم . و المنتجات اعلاه تشمل السلع و الخدمات ، اذ يقوم النظام بالسيطرة على توقيت تقديمها و سهولة ايصالها و التأكد من تلبية حاجة الزبون من خلالها ، و ذلك باتفاق تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,58) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,496) و معامل اختلاف بلغ (10,82) .
- (2) يسهم نظام المعلومات المحاسبي المستخدم في تقليل كلفة العمليات التنفيذية من خلال احكام الرقابة الداخلية و التنسيق الداخلي و اتجهت معظم الاجابات نحو الاتفاق التام بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,73) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,446) و معامل اختلاف بلغ (9,42) .
- (3) يؤدي تبني التكنولوجيا في نظام المعلومات الى تحقيق التميز من خلال سرعة الوصول الى الفرص الاستراتيجية قبل وصول المنافسين الى هذه الفرص و اتفقت عينة البحث اتفاق تام بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,85) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,359) و معامل اختلاف بلغ (7,40) .
- (4) يعمل نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني المستخدم على زيادة الحصة السوقية من خلال فتح اسواق جديدة و تعزيز الاسواق الحالية و نرى هذه الحالة بشكل ملموس في سوق العراق للاوراق المالية اذ ان النظام المحاسبي يقوم بعمليات حسابية و محاسبية سريعة توؤدي الى تزويد الجمهور بمعلومات عن ربحية اسهم الشركة و توزيعاتها و مقدار سيولتها و لذلك اجمعت الاجابات على الاتفاق تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,80) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,398) و معامل اختلاف بلغ (8,29) .
- (5) لم يتم اشراك نظام المعلومات المستخدم في عملية البحث والتطوير مما يؤدي الى عدم مساهمته رفع مستوى الابداع و الوصول الى افكار جديدة و تسهيل تحقيقها على ارض الواقع لذلك لم تتفق اجابات العينة مع هذا السؤال و بوسط حسابي اقل من الوسط الفرضي بلغت قيمته (2,17) يتجه نحو عدم الاتفاق و عدم الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,388) و معامل اختلاف بلغ (38,38) .

• الميزة التنافسية و تكنولوجيا المعلومات

- (1) يعمل نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني على توفير معلومات عن مخرجات العملية الانتاجية (سلع ، خدمات) و التي تساعد الادارة على اتخاذ قرارات زيادة و تخفيض اسعار هذه المخرجات بما يحقق اعلى مستوى من الازياح يعد هذا صلب عمل نظام المعلومات المحاسبي و لذلك اتفقت الاجابات و بشكل تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,61) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,490) و معامل اختلاف بلغ (10,62) .

- (2) يتم الاعتماد بشكل رئيسي على التطور الحاصل في نظم المعلومات لمواجهة حالات المنافسة في بيئة الاعمال اذ يقوم نظام المعلومات المحاسبي على تحديد المتغيرات التي نستطيع من خلالها التنافس و تحقيق التميز اذ اتفقت الاجابات على ذلك و بشكل تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,77) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,419) و معامل اختلاف بلغ (8,78) .
- (3) يسهم الاعتماد على التكنولوجيا و المواقع الالكترونية المستخدم سهولة وصول المستهلكين الى موقع الشركة الالكتروني و بالتالي سرعة الاستجابة لرغباتهم و اتفقت عينة البحث بشكل تام في هذا الجانب و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,80) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,398) و معامل اختلاف بلغ (8,29) .
- (4) يساعد نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني على تعزيز التواصل بين اقسام و وحدات الشركة بما يخدم الشركة في تحقيق اهدافها و تعزيزها بين منافسيها و اتفقت عينة البحث مع ذلك بشكل تام و بوسط حسابي اكبر من الوسط الفرضي بلغت قيمته (4,46) يتجه نحو الاتفاق و الاتفاق التام و بانحراف معياري بلغت قيمته (0,502) و معامل اختلاف بلغ (11,25) .

ثانيا: التحليل الاحصائي

بعد ان تم اللجوء الى الوسط الحسابي للوقوف على اجابات عينة البحث بتوجها نحو الاتفاق او عدم الاتفاق سوف نقوم باستخدام تحليل معاملات الارتباط بين محاور استمارة الاستبانة و ابعادها للتوصل الى مدى الارتباط بين متغيرات البحث التي اعتبرت الميزة التنافسية كمحور و ابعاد متغير مستقل و نظام المعلومات المحاسبي و تكنولوجيا المعلومات متغيرات تابعة التي كانت كالاتي :

1. المتغير الاول : المحور الاول البعد الاول (نظام المعلومات المحاسبي) :
يبين الجدول الاول في تحليل معاملات الارتباط بين متغيرات الميزة التنافسية كمحور و كابعاد مستقلة و نظام المعلومات المحاسبي الذي يمثل البعد الاول من المحور الاول في استمارة الاستبانة و كانت كالتالي :
 - المحور الثاني (الميزة التنافسية) : كانت نتيجة ارتباط نظام المعلومات المحاسبي بالميزة التنافسية عكسية بقيمة (- 0,037) و ذلك يعني انه لا يمكن لنظام المعلومات المحاسبي بشكله التقليدي ان يحقق ميزة تنافسية سواء اذ انه لا يواكب التطور الحاصل في سوق العمل ككل .
 - المحور الثاني البعد الثاني (دور تكنولوجيا المعلومات في النظام المحاسبي الالكتروني و تحقيق الميزة التنافسية) : كانت نتيجة ارتباط نظام المعلومات المحاسبي بتكنولوجيا المعلومات عكسية بقيمة (- 0,043) اي انه لا يوجد ارتباط بين نظام المعلومات بشكله التقليدي و بين تكنولوجيا المعلومات اذ ان النظام التقليدي يعتمد المسك اليدوي للدفاتر و البطء في تنفيذ التعاقدات التجارية الداخلية و الخارجية مما يؤدي الى عجزه عن تحقيق الميزة التنافسية ، اذ ان عدم تفاعل نظام المعلومات المحاسبي مع تكنولوجيا المعلومات يعني عدم تطوره ليكون الكترونيا مما يثبت عجزه عن تحقيق الميزة التنافسية .
 - المحور الثاني البعد الاول (ابعاد الميزة التنافسية) : كانت نتيجة ارتباط نظام المعلومات المحاسبي بابعاد الميزة التنافسية عكسية بقيمة (- 0,011) و ذلك يعني ان نظام المعلومات المحاسبي بشكله التقليدي لا يمكن له تحقيق اي من ابعاد الميزة التنافسية كتحسين جودة المنتجات و تقليل تكاليفها او تحقيق التميز و

- الزيادة في الحصة السوقية ، اذ ان كل الابعاد الانفة الذكر تحتاج الى سرعة و دقة في التنفيذ لمواكبة الاسلوب الالكتروني الحديث الذي تعمل به معظم الشركات الناجحة .
2. المتغير الثاني : المحور الاول البعد الثاني (دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير نظام معلومات محاسبي الالكتروني) : بعد ان حللنا علاقة الارتباط بين المحور الاول البعد الاول نظام المعلومات المحاسبي بشكله التقليدي من جهة و الميزة التنافسية كمحور كامل مرة و بعديها في استمارة الاستبانة مرة اخرى ، سنعود للمحور الاول و لكن ببعده الثاني لنقوم بتحليل علاقة الارتباط بين دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير نظام معلومات محاسبي الالكتروني من جهة ومتغيرات الميزة التنافسية ، فنأخذ الميزة التنافسية كمحور كامل مرة ثم تحليل الارتباط بين دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير نظام معلومات محاسبي الالكتروني من جهة و بعدي المحور الثاني من استمارة الاستبانة بشكل مفصل و كانت نتائج الارتباط كالآتي :
- المحور الثاني (الميزة التنافسية) : كانت علاقة الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات من جهة و الميزة التنافسية من جهة اخرى قوية جدا بقيمة (0,278)و ذلك يعني وجود علاقة معنوية عالية و ارتباط كبير بين تكنولوجيا المعلومات و بين تحقيق الميزة التنافسية اذ ان التطور و تبني استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة بطرق الاتصال و استخدام الاجهزة الحديثة يمكن الشركة من مواكبة التطور الحاصل في قطاع المال و الاعمال و التالي ينعكس على قدرتها لمنافسة الشركات المماثلة في نفس القطاع و التميز عليها
 - المحور الثاني البعد الثاني (دور تكنولوجيا المعلومات في النظام المحاسبي الالكتروني و تحقيق الميزة التنافسية) : و يمثل اصل البحث اذ تمكنا من التوصل عن طريق التحليل الاحصائي الى انه اذا عمل نظام المعلومات المحاسبي في ظل تكنولوجيا المعلومات ليصبح بذلك نظام معلومات محاسبي الالكتروني سيتمكن من تحقيق الميزة التنافسية بشكل مؤكد و ذلك استنادا الى علاقة الارتباط الطردية بينهما و التي كانت بقيمة معنوية بلغت (0,148) و ذلك يعني وجود علاقة معنوية و ارتباط كبير بينهما .
 - المحور الثاني البعد الاول (ابعاد الميزة التنافسية) : نجد ان العلاقة بين دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير نظام المعلومات لمحاسبي ليكون نظاما الكترونيا و بين ابعاد الميزة التنافسية علاقة ارتباط طردية بقيمة عالية بلغت (0,232) و ذلك يعني ان تطور نظام المعلومات المحاسبي بموجب تكنولوجيا المعلومات يخلق فرص كبيرة لتحقيق ابعاد الميزة التنافسية مثل تحسين الجودة و تقليل التكاليف و تحقيق التميز تحقيق الزيادة في الحصة السوقية .
3. المتغير الثالث : المحور الاول ككل (نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني) : و هنا سيتم تحديد العلاقة بين المحور الاول نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني من جهة و بين متغيرات الميزة التنافسية و ستكون كالآتي :
- المحور الثاني ككل (الميزة التنافسية) : من نتائج التحليل الاحصائي نجد ان علاقة الارتباط طردية بقيمة (0,139) اي نستطيع هنا القول انه تم اثبات فرضية البحث اذ ان وجود نظام معلومات محاسبي الالكتروني متطور وفق مفاهيم تكنولوجيا المعلومات يؤدي الى تحقيق ميزة تنافسية للشركة .
 - المحور الثاني البعد الثاني (دور تكنولوجيا المعلومات في النظام المحاسبي الالكتروني و تحقيق الميزة التنافسية) : و هنا ايضا نجد انه تم اثبات فرضية البحث اذ ان وجود علاقة ارتباط طردية بقيمة

(0,054) يعني ان الميزة التنافسية تمتك فرصة كبيرة للتحقق في الشركة التي تطور نظام معلوماتها المحاسبي بموجب تكنولوجيا المعلومات .

- المحور الثاني البعد الاول (أبعاد الميزة التنافسية) : و من هذا التحليل نجد ان هناك علاقة ارتباط طردية بقيمة (0,133) بين وجود نظام معلومات محاسبي الكتروني متطور وفق مفاهيم تكنولوجيا المعلومات و لتحقيق ابعاد الميزة التنافسية مثل تحسين الجودة و تقليل التكاليف و تحقيق التميز تحقيق الزيادة في الحصة السوقية .

و مما تقدم من وصف و تحليل نتائج التحليل الاحصائي يثبت فرضية البحث : (ان استعمال تكنولوجيا معلومات متقدمة تجعل من نظام المعلومات المحاسبي أداة تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للشركة.) إذ ان ان نظام المعلومات المحاسبي بشكله التقليدي لا يتمكن من تحقيق ميزة تنافسية للشركة اما اذا قامت الشركة بتطوير نظام المعلومات المحاسبي وفق مفاهيم و اساليب تكنولوجيا المعلومات يخلق فرص كبيرة في تحقيق ميزة تنافسية .

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

1. يمثل نظام المعلومات المحاسبي احد اهم الانظمة الادارية التي يتم الاعتماد عليها في ادارة الشركة و السعي لتحقيق اهدافها الاستراتيجية لما يقدمه من معلومات تتصف بالدقة و سهولة القياس الكمي .
2. لا تلبى نظم المعلومات الحاسوبية الحالية بشكلها التقليدي الحاجات الملحة لمعلومات بصورة انية و دقيقة و تمنح رؤية مستقبلية لغرض الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات الاستثنائية .
3. تتوفر في الشركات المساهمة العراقية موارد مادية و بشرية لتكنولوجيا المعلومات و لكن لا تاخذ حيز الاهتمام الكافي و لا يتم استخدامها بصورة ملزمة .
4. لا يوجد وعي كافي لدى الادارات العليا عن دور تكنولوجيا المعلومات في توفير معلومات او المساعدة في تحقيق اهداف الشركة الاستراتيجية مثل تقليل الكلفة و تحسين الجودة او زيادة الحصة السوقية .
5. تتوفر في الشركات المساهمة العراقية كوادر متخصصة في تكنولوجيا المعلومات من حيث الكم والنوع ولكن لا يوجد تاثير واضح لها على نظام المعلومات المحاسبي المستعمل في هذه الشركات.
6. لا يستطيع نظام المعلومات المحاسبي تحقيق ميزة تنافسية اذا لم يتم تطويره تحت مظلة تكنولوجيا المعلومات .

التوصيات

1. بالرغم من الاهمية التي يحتلها نظام المعلومات المحاسبي في الهرم الاداري الا ان الادارة لا تعطي المعلومات الاهمية التي تستحقها ، لذا ينبغي على الادارة الاهتمام بالمعلومة باعتبارها أهم مواردها الاقتصادية التي تؤدي الى ترشيد استخدام الموارد الاخرى .
2. ينبغي على الادارة العليا تطوير النظام المحاسبي بالطريقة التي تمكنه من المرونة في العمل و القدرة على توفير المعلومات الضرورية متى ما احتاجت الادارة لها لاتخاذ قرارات استراتيجية.
3. ينبغي على الشركات تحديث قسم خاص بتكنولوجيا المعلومات تقوم بأدخاله كجزء من اعمال كل قسم بصورة ملازمة و خاضعة للرقابة من جهات عليا في الادارة .
4. خلق الوعي الكافي لدى الادارة العليا و باقي المستويات الادارية باهمية الميزة التنافسية و تحديد ابعادها المختلفة و طرق تحقيق كل بعد من هذه الابعاد .
5. توفير الكوادر المؤهلة و ذات الخبرة الواسعة القادرة على التعامل مع مستلزمات تكنولوجيا المعلومات من اجهزة حديثة ووسائل اتصال سريعة و أذخار هذه الكوادر براج تدريب احترافية بشكل مستمر .
6. و اهم ما يمكن التوصية به هو تطوير نظام المعلومات المحاسبي بموجب تكنولوجيا المعلومات ليصبح نظاما الكترونيا يستطيع مواكبة التقدم الحاصل في بيئة الاعمال ويكون له دور مؤثري خلق فرص كبيرة لتحقيق الميزة التنافسية .

المصادر

1. الجزراوي ، ابراهيم محمد و سعيد ، لقمان محمد ، (2009) " أدوات تكنولوجيا المعلومات ودورها في كفاءة وفاعلية المعلومات المحاسبية" ، مجلة كلية الادارة و الاقتصاد ، العدد 57 .
2. الحسون، عادل محمد ،و القيسي ، خالد ياسين ،(1991) "النظم المحاسبية " الجزء الاول، الطبعة الاولى، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد .
3. حسين ، احمد و حسين ، علي (1997) " نظم المعلومات المحاسبية / الاطار الفكري و النظم التطبيقية " ، الطبعة الاولى ، مكتبة الاشعاع ، الاسكندرية .
4. الزعبي ، حسن علي (2005) " نظم المعلومات الاستراتيجية : مدخل استراتيجي " ط1 دار وائل للنشر ، عمان ، الاردن .
5. شركس، وجدي (1986) "الانظمة الالكترونية وتخطيط المعلومات"، المؤتمر العلمي السابع لاتحاد المحاسبين والمراجعين، بغداد .
6. الطيب محمد رفيق(1995)، مدخل للتيسير، ج 1 و ج 2، ديوان الطبوعات الجامعية، الجزائر.
7. العبدلي، اخلاص هزاع كريم،(2003) " استخدام الوسائل الآلية في نظام المعلومات المحاسبية-وسائل مقترحة في مصرف ال ارفدين، نينوى، رسالة ماجستير، كلية الادارة و الاقتصاد، جامعة الموصل، .
8. عدون ، ناصر دادي (2004) "الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية " ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .
9. قاسم ،عبد الرزاق محمد (2006) " تحليل و تصميم نظم المعلومات المحاسبية " دمشق : دار الثقافة للنشر و التوزيع .
10. مرسى ، نبيل (1998) " القدرة التنافسية في مجال الاعمال " ، ط1 ، مركز الاسكندرية للكتاب ، مصر .
11. النجار ، فريد . (2000) "المنافسة و الترويج التطبيقي " ، مؤسسة شهاب الجامعية للنشر ، الاسكندرية .
12. الصحن، محمد فريد،(1998)، التسويق: المفاهيم والإستراتيجيات، الدار الجامعية ، الإسكندرية، مصر.
13. الصميدعي ، محمود جاسم ، ويوسف ، ردينة عثمان ،(2011) ، " التسويق الاستراتيجي " ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن.
14. سويدان ، نظام موسى ، وحداد، شفيق إبراهيم ، (2006) ، " التسويق : مفاهيم معاصرة"، الطبعة بلا ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان،الأردن.
15. عكروش، مأمون نديم ، وعكروش، سهير نديم ،(2004)، " تطوير المنتجات الجديدة مدخل استراتيجي متكامل وعصري "، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن.
16. الناظر، سيرين عبد المجيد، (2011)، "علاقة استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين في شركة جوال في الضفة الغربية " وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الخليل .

المصادر الاجنبية

1. Boseman, G., Phatah, V.,(1989) “Strategic Management”, 2nd ed., New York, John-Wiley & Sons.
2. Briole Alain et Craipeau Sylvie(200),« Le groupware :Une technique structurante pour les PME de service », Rّevue Rّéseaux ,vol.18 n °104.
3. Czepiel, John A., (1992), Competitive Marketing Strategy, Prentice-Hall, Inc., New Jersey .
4. Ellis Clarence,Gibbs Simon et Rein Gail(1991),«Groupware: some issues and experiences », Communications of the ACM ,vol.34/1.
5. Macmillan , Hugh & Tampoe , Mahen , " Strategic Management " , Oxford University Press , UK , 2000 .
6. Porter , Michael E. , " Competitive Advantage – Creating and Sustaining Superior Performance " Free Press , New York , 1985 .
7. Romney, Marshall B. & Stienbart," Accounting information system", Prentice Hall, U.S.A., 2000.
8. Slack,N., Harland C.,Chambers , S.,Harrison,A.,Johnston,R., "Operation Management", 2nd ed.,PITMAN Publishing, London,2004.