



**Tikrit Journal of Administrative
And Economics Sciences**
مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية

ISSN: 1813-1719 (Print)



**The Role of Electronic Accounting Information Systems in Achieving
Competitive Advantage- An analytical study of opinions of a sample
of corporation accountants and accounting academics in the
universities and institutes in the city of Erbil**

Assist. Prof. Dr. Nissrat Sabir Sheikha
College of Administration and Economics
Salahaddin University
nissrat.sheikha@su.edu.krd

Assist. Prof. Dr. Zaito Awla Abubakr
College of Administration and Economics
Salahaddin University
zaito.abubakr@su.edu.krd

Lecturer. Dr. Rezan Salahaddin Azzat
College of Administration and Economics
Salahaddin University
rezan.azzat@su.edu.krd

Abstract:

The research aims to shed light on the concept of electronic accounting information systems, as well as a statement of the competitive advantage and a statement of the role played by electronic accounting systems in achieving the competitive advantage of companies. To achieve the goal of the research, a questionnaire was distributed to a sample of (70) individuals of corporation accountants and accounting academics in universities and institutes in the city of Erbil. The study results were analyzed by the statistical program (SPSS). The research reached out to a set of conclusions, most notably is that the electronic accounting information systems have a prominent role in achieving competitive advantage through its three dimensions represented by distinction, creativity, and cost reduction. In the end, the research presented some recommendations, the most important of which is the necessity of the commitment of companies operating in Iraq in general and the Kurdistan Region in particular by relying on electronic accounting systems because of their role in achieving the competitive advantage in its three dimensions.

Keywords: Electronic accounting information system, Competitive advantage, Dimensions of competitive advantage.

دور نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة تحليلية لآراء عينة محاسبية الشركات وأكاديمي المحاسبة في الجامعات والمعاهد في مدينة اربيل

أ.م.د. نصرت صابر شيخة	أ.م.د. زيتو عولا ابوبكر	م.د. ريزان صلاح الدين عزت
كلية الإدارة واقتصاد	كلية الإدارة واقتصاد	كلية الإدارة واقتصاد
جامعة صلاح الدين	جامعة صلاح الدين	جامعة صلاح الدين

المستخلص:

يهدف البحث الى تسليط الضوء لمفهوم نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني الى جانب بيان الميزة التنافسية وبيان الدور الذي تلعبه نظم المحاسبة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للشركات. ولتحقيق هدف البحث تم توزيع استبانة على عينة بلغ عددها (70) فرداً من محاسبية الشركات وأكاديمي أقسام المحاسبة في الجامعات والمعاهد في مدينة اربيل وتم تحليل نتائجها بواسطة البرنامج الاحصائي (SPSS). وتوصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات أبرزها ان نظم المعلومات المحاسبية الكترونية لها دور بارز في تحقيق الميزة التنافسية من خلال ابعادها الثلاثة المتمثلة ب التمايز، الإبداع، وتخفيض التكلفة. وفي النهاية قدم البحث بعض التوصيات أهمها ضرورة التزام الشركات العاملة في العراق بشكل عام واقليم كردستان بشكل خاص بالاعتماد على النظم المحاسبية الالكترونية لما لها دور في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها الثلاثة.

الكلمات المفتاحية: نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني، الميزة التنافسية، ابعاد الميزة التنافسية. المقدمة

على الصعيد العالمي تحاول الشركات إيجاد خاصية تتميز بها عن غيرها من الشركات المنافسة وهو ما يطلق عليه الميزة التنافسية والتي تنشأ بمجرد توصل الشركة الى اكتشاف اساليب جديدة بفعالية وكفاءة أكثر من تلك المعتمدة من قبل المنافسين. أي أنها عبارة عن امكانية الشركة على اكتشاف واعتماد الإستراتيجيات والاساليب التي تجعلها في مركز أحسن وأفضل بالنسبة للشركات الأخرى العاملة في نفس القطاع ويمكن ان يتم تحقيق الميزة التنافسية من قبل أية شركة وبأساليب عديدة.

الى جانب ذلك وبسبب التقدم الهائل الذي يحدث في العديد من المجالات وخصوصا في المجالات المالية والاقتصادية والتوسع الهائل والتوجه نحو الأتمتة كل ذلك يلزم الشركات باستخدام نظم معلومات محاسبية الكترونية حديثة ومتطورة وذات منشأ عالمي رصين ومعروف من حيث سرعة الكفاءة والاداء العالية.

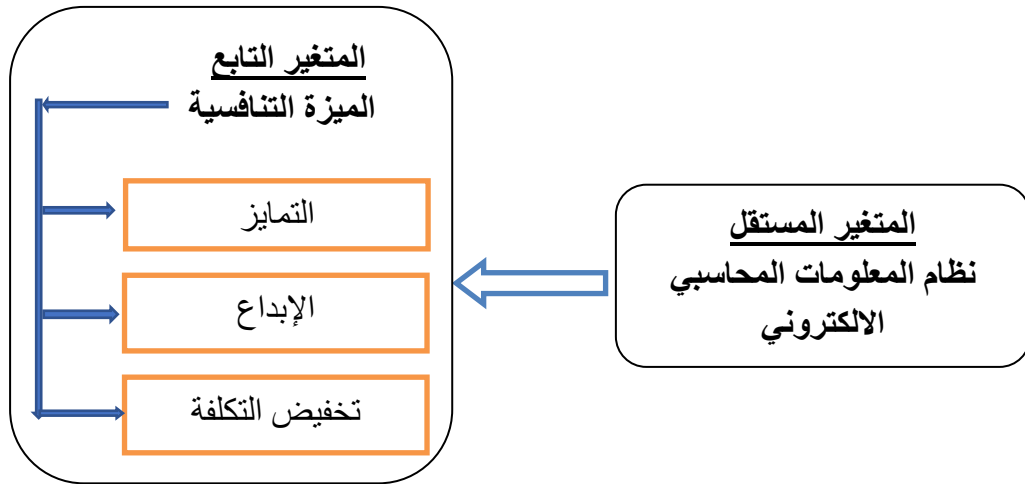
وعليه يحاول الباحثون هنا بيان الدور الذي تقوم به نظم معلومات محاسبية الكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للشركة.

منهجية البحث:

أولاً. مشكلة البحث:

تواجه الشركات العديد من التحديات التي تحتم عليها استعمال وسائل وآليات واستراتيجيات عصرية وحديثة لتحقيق الميزة التنافسية تتماشى مع الظروف المستجدة التي افرزتها العولمة والانفتاح على الاسواق العالمية، مما تقدم يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤلات التالية:

1. هل ان وجود نظم معلومات محاسبية الكترونية يساهم في تحقيق تمايز منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية؟
 2. هل ان وجود نظم معلومات محاسبية الكترونية يساهم في تحقيق الابداع في انتاج منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية؟
 3. هل ان وجود نظم معلومات محاسبية الكترونية يساهم في تخفيض تكلفة منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية؟
- ثانياً. اهمية البحث:** تنبع اهمية البحث بسبب التطورات العديدة والهائلة التي حصلت في مجالات تقنيات المعلومات واستخداماتها المختلفة شجعت الكثير من الشركات للتفكير في كيفية تحقيق أكبر استفادة من وسائل تقنيات المعلومات وبما يمكن ان يساهم في تحقيق اهدافها بكفاءة وفعالية ومنها تحقيق الميزة التنافسية وامكانياتها في المحافظة على مكانتها في السوق.
- ثالثاً. هدف البحث:** تكمن هدف البحث في بيان اهمية نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني ومدى مساهمتها في تحقيق اهداف الشركات بكفاءة وفعالية وتوفيرها لمعلومات دقيقة وفي الوقت المناسب الى جانب بيان الميزة التنافسية ومدى الدور التي تلعبه نظم المعلومات المحاسبي الالكتروني في تحقيق الميزة التنافسية للشركات.
- رابعاً. فرضيات البحث:** لتحقيق اهداف البحث تم اختبار الفرضيات العدمية التالية:
- الفرضية الاولى:** ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني لا يساهم في تحقيق تمايز منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.
- الفرضية الثانية:** ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني لا يساهم في تحقيق الابداع في انتاج منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.
- الفرضية الثالثة:** ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني لا يساهم في تخفيض تكلفة منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.
- خامساً. منهج البحث:** اعتمد الباحثون على المنهج الوصفي في صياغة الجانب النظري للبحث، وفي نفس الوقت تم اعتماد المنهج الاستنباطي في الجانب العملي منه.
- سادساً. أنموذج البحث:** يوضح شكل رقم (1) أنموذج البحث الذي يتكون من متغيرين كالاتي:
- المتغير المستقل. نظام المعلومات المحاسبية الالكترونية:**
- عبارة عن مجموعة من الانظمة والخطوات والافراد والأجهزة الالكترونية التي تعمل داخل الشركة بهدف توفير وتجهيز المعلومات التي تلبي احتياجات الإدارة والجهات الأخرى لغرض اتخاذ القرارات.
- المتغير التابع. الميزة التنافسية:**
- انها مجموعة من الخصائص المتوفرة لدى الشركة والتي تميزها عن غيرها من الشركات وتساعد على نجاحها وحصولها على حصة سوقية أكبر، وتتحقق الميزة التنافسية من خلال ابعادها الثلاثة المتمثلة ب التمايز، الإبداع، وتخفيض التكلفة.



الشكل (1): أنموذج متغيرات البحث

سابعاً. خطة البحث: لغرض انجاز البحث جرى تقسيمه الى عدة مباحث تناول الاول منه الإطار النظري لنظام المعلومات المحاسبية الالكتروني فيما تطرق الثاني منه الى الإطار الفكري للميزة التنافسية في حين انفرد الثالث منه في تناول أثر نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني على الميزة التنافسية وتطرق المبحث الرابع الجانب العملي للبحث وفي الختام تم انهاء البحث بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول: الإطار النظري لنظام المعلومات المحاسبية الالكتروني:

أولاً. مفهوم نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني: ان الحاسوب اصبح نقطة اساسية في ثقافة المجتمعات وفي جميع مجالات الحياة واداة من ادوات المعرفة، الى جانب ذلك في العصر الحديث ازدادت أهمية المعلومات بسبب التطور التكنولوجي والذي واكب تطور الحواسيب والتي كان لها دور في توفير الجهد والوقت وسرعة نقل البيانات والمعلومات الى من هم بحاجة اليها، وان الحواسيب تستخدم لأغراض عدة منها تخزين ومعالجة المعلومات والتي تعتبر ضرورية لاتخاذ القرارات ولذلك يجب ان تتصف المعلومات بعدة خصائص الرئيسة منها والثانوية، لذا نلاحظ ان الشركات سواء اكانت صناعية ام تجارية ام خدمية تقوم باستخدام الحاسوب وذلك لتوفير معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب وبأقل جهد وتكلفة (البحيبي، 2014: 82).

يمكن تعريف المعلومات بانها عبارة عن الحقائق والافكار التي يتبادلها الناس في حياتهم العامة وعبر وسائل الاتصال المختلفة ومن خلال مراكز ونظم المعلومات المختلفة (محمد وآخرون، 2013: 198)، في حين يمكن تعريف النظام المعلومات المحاسبية الالكتروني بانها ذلك النظام الفرعي للمعلومات داخل الشركة والذي يتألف من مجموعة من إمكانيات آلية وبشرية مسؤولة عن تقديم المعلومات التي يتم الحصول عليها من تشكيل البيانات التاريخية للشركة من اجل الادارة العليا والاطراف الخارجية الاخرى في عملية التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات. (الكرعاوى، 2018: 127)

وتعرف بأنها عبارة عن مجموعة من الانظمة والإجراءات والأجهزة الالكترونية والافراد، التي تعمل داخل الشركة لغرض تجهيز البيانات وتوفير المعلومات التي تستخدمها الإدارة وغيرها من الجهات في اتخاذ القرارات، وتتميز هذه النظم بوجود قاعدة بيانات تعمل على تخزين كميات

ضخمة من البيانات ومعالجتها بواسطة البرمجيات التطبيقية، ومن ثم تحويلها إلى معلومات عند الطلب (عبدالله والابيض، 2015: 140).

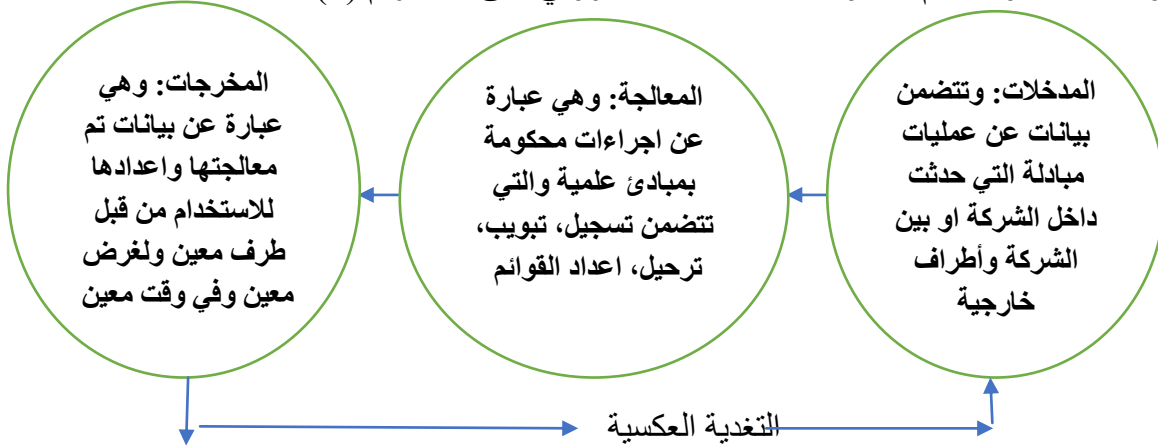
وعليه يعرف الباحثون نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني بأنه ذلك النظام المسؤول في الشركة عن توفير المعلومات المحاسبية إلكترونياً لأطراف الداخلية والخارجية وذلك لمساعدتهم في اتخاذ القرارات والتخطيط والرقابة.

ثانياً. أهمية نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني: ان وجود الآلة الحاسبة وتكنولوجيا المعلومات التي تتكامل معاً ضمن الإطار الحديث لنظم المعلومات المحاسبية لاستخراج وتقييم وتطوير نظم المعلومات الحديثة، تتطلب أن يكون المحاسب على دراية بتكنولوجيا المعلومات مما يساعده على أداء الكثير من واجباته بسرعة، ودقة، واتساق، بشكل أكبر من الطرق اليدوية، كما أن كلا من الآلات الحاسبة وبرامجها يساعد المحاسب على تحليل القوائم المالية، وتطوير الموازنات، وتشتمل عناصر وتكنولوجيا المعلومات وسائل انتقال البيانات، وتشغيلها، وتوصيلها من مكان لآخر، ونتاج المعلومات، ويعتبر نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني مهم لعدة أسباب منها (أدم، 2017: 19-20):

1. تشغيل أسرع للعمليات والبيانات المحاسبية.
 2. دقة أكبر في العمليات الحسابية ومقارنة البيانات.
 3. تكلفة اقل لتشغيل.
 4. تخزين أكبر للمعلومات المحاسبية والوصول اليها عند الحاجة.
 5. انتاجية أفضل للموظفين والمديرين الذين هم على دراية باستخدام الحاسب الالكتروني بكفاءة.
- ثالثاً. مكونات نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني:** في وقتنا الحاضر تعتمد الكثير من الشركات على نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني والتي بدورها تعتمد على الحاسوب والتقنيات المرافقة له ولكي تستطيع نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية تأدية عملها لا بد من احتواءها على المكونات الآتية (حسين وذياب، 2018: 51-52):

1. الموارد البشرية: وتشمل كل من المحاسبين والمبرمجين والعملاء والمهندسين والمدراء حيث يعتبرون مستخدمين للنظام وكذلك المصممين ومحلي النظم الذين يعتبرون قائمين على التشغيل.
2. الأجهزة والمعدات: وتشمل اجهزة الحاسوب وكافة ملحقاته التي تستخدم في عمليات ادخال البيانات وعمليات التشغيل عليها والمخرجات منها والاجهزة والمعدات خطوط الهاتف والتي تستخدم لنقل الإشارات عبر الفضاء المفتوح بطريقة تشبه طريقة نقل اشارات الراديو وتنقل هذه الإشارات عن طريق الابراج المتباعدة والمحطات الطرفية والتي تعتبر حلقة الوصل بين المستخدمين من مخرجات نظام المعلومات وبين النظام ذاته، وكذلك أجهزة ربط الشبكات وهي مجموعة أجهزة تعمل على ربط مجموعات من أجهزة الحاسوب معا بحيث تسمح باتصال أكبر عدد ممكن من الآلات الحاسبة الالكترونية.
3. البرمجيات: وتعتبر العصب الأساسي لعمل الجهاز ولا يمكن ان يقوم الجهاز بأي عملية بدون وجود هذه البرمجيات حيث انها تقدم خدمات واسعة جدا وكبيرة والتي يمكن من خلالها ان يحقق الجهاز منافع ذات قيمة عالية.
4. قاعدة البيانات: هي الوعاء الذي يضم بيانات اساسية والتي تكون متواجدة على وسائل التخزين المتنوعة والتي بعدم وجودها لا يمكن القيام بعمليات التشغيل.

5. شبكات الإنترنت: الإنترنت هو نظام عالمي لشبكات الكمبيوتر المترابطة التي تستخدم الإنترنت أو شبكات أخرى لربط عدة مليارات من الأجهزة في جميع أنحاء العالم.
6. التعليمات والإجراءات: وتتمثل بمنهجية إدارة وجمع وتخزين المعلومات كما وتوضح العلاقة بين الأشخاص القائمين بالتشغيل والنظام.
- ويمكن ان يكون نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني على شكل رقم (2).



الشكل (2): مكونات نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني

المصدر: من اعداد الباحثون بالاعتماد على الجانب النظري

المبحث الثاني. الإطار النظري للميزة التنافسية:

أولاً. مفهوم الميزة التنافسية: ان ظاهرة المنافسة ظهرت مع التطور الهائل الذي عرفته الاقتصاديات فضلا عن ما أفرزته ثورة المعلومات والاتصالات، كل ذلك كان له اثر في اكتساب الشركات قدرة كبيرة على الابتكار والإبداع وذلك من خلال استخدام جميع الوسائل التي تكون كفيلة لضمان تنافس أقوى وقدرة أكبر على التصدي والمواجهة مع المنافسين للشركة، وهذا يتطلب التميز والتحسين المستمرين لأدائها وذلك بهدف الاحتفاظ بالمواقع المهمة وضرورة امتلاكها للمزايا التنافسية التي تؤهلها لذلك، ويرجع الباحثون البدايات الاولى لظهور مفهوم الميزة التنافسية كمصطلح الى نهاية اربعينات القرن المنصرم اذ تطرق اليه (Chambrlin) وذلك في عام 1939، وفي عام 1959 تناوله (Selznik) عندما ربط بين الميزة والقدرة ليتوالى استخدام المصطلح فيما بعد وليتسع تناوله بين الباحثين والأكاديميين، وفي عام 1985 ظهر المزيد من الاهتمام بهذا المفهوم لإيمانه المطلق بأهميته في تحقيق النجاح المنشود للشركات الساعية الى التفوق (صالح، 2017: 157). ومما سبق يتضح بأن الشركة تحصل على الميزة التنافسية عندما تكون قادرة على خلق قيمة اقتصادية أكبر مقارنة بمنافسيها وذلك من سلسلة القيمة والهدف منها هو تقديم أقصى قيمة بأقل تكلفة ممكنة، وخلق مستوى من التنافس، وتقوم الشركات المختلفة بإجراء تحليلا لسلسلة القيمة عن طريق النظر إلى كل خطوة مطلوبة لإنتاج منتج جديد، أو خدمة معينة، وتحديد طرق لزيادة كفاءة هذه السلسلة ويتم تحقيق ذلك من خلال وجود نظم المعلومات المحاسبية والتي يتم من خلاله توفير معلومات عن الأنشطة التي تضيف قيمة للمنتج الى جانب الأنشطة التي لا تضيف قيمة للمنتج، والقيمة الاقتصادية عبارة عن الفرق بين الفوائد المتصورة التي يحصل عليها الزبائن في شراء المنتجات أو الخدمات والتكلفة الاقتصادية الإجمالية لهذه المنتجات أو الخدمات

للشركة. الفرق في حجم القيمة الاقتصادية التي تنجح الشركة في خلقها مقارنة بمنافسيها يحدد حجم ميزتها التنافسية (Colla, et al., 2016: 297)

وتعرف الميزة التنافسية بانها "صفة أو مجموعة صفات نسبية تتمتع بها الشركة وتستطيع الاحتفاظ بها لمدة طويلة نسبياً نتيجة صعوبة محاكاتها، أو التي يتم تحقيقها خلال تلك المدة المنفعة لها وتمكنها من التفوق على المنافسين فيما تقدمه من سلع أو خدمات لزيائنها. (رقية، 2018: 29) كما تعرف الميزة التنافسية بانها عامل أو مجموعة من العوامل الموجودة لدى الشركة وتساهم في نجاحها على الشركات الاخرى والتي لا يمكن لهم تقليدها (VAHDATI, et al., 2017: 28). وعليه يمكن تعريف الميزة التنافسية من قبل الباحثين بانها مجموعة من الخصائص المتوفرة لدى الشركة والتي تميزها عن غيرها من الشركات وتساعد على نجاحها وحصولها على حصة سوقية أكبر.

ثانياً. مصادر الميزة التنافسية: هناك انواع عدة لمصادر الميزة التنافسية ومن اهمها (دهام، 2016: 32):

1. المصادر الداخلية: ان هذه المصادر تكون مرتبطة بإمكانيات الشركة الملموسة منها وغير الملموسة مثل العوامل الأساسية للإنتاج، المواد الأولية والطاقة، منافذ التوزيع وغيرها، الى جانب ذلك قد تتأتى الميزة التنافسية من النظم الإدارية المتقدمة والمتبعة، طرق التنظيم الإداري، اساليب التحفيز، مردودات البحث والتطوير والإبداع والمعرفة.
2. المصادر الخارجية: ان المصادر الخارجية للميزة التنافسية هي متعددة وكثيرة وتنشأ عن طريق متغيرات البيئة الخارجية وتغيرها مما يؤدي ذلك إلى نشوء فرص ومتغيرات يمكن أن تستفيد منها الشركة وتستغلها كفرص العرض والطلب على سلع وخدمات المقدمة من قبل الشركة، الموارد البشرية المؤهلة وغيرها.
3. الخيارات الاستراتيجية: ان الشركة تستطيع تبني الميزة التنافسية عن طريق خياراتها الاستراتيجية والخاصة بالتكامل العمودي الأفقي والتنوع والتحالفات الاستراتيجية والعلاقة مع الآخرين ويمكن ان تكون وفق ما يلي: (كحيل، 2016: 36-37)
- أ. الملكية: والمقصود به امكانية الشركة علي امتلاك الموجودات التي تكون له دور حيوي في خدمة الزبائن بشكل احسن من المنافسين، ويترتب علي ذلك تمتع الشركة بمركز متين في السوق، حصولها على موارد نادرة من نوعها وتمتعها بسمعة طيبة عن أدائها.
- ب. الوصول للموارد: ان هذا المصدر يتضمن تمتع الشركة بميزة تنافسية بسبب امكانياتها وقدرتها على الوصول إلى سوق المواد الاولية والسلع بشكل أكفأ من المنافسين، وهذا يتطلب من الشركة امتلاك المهارة، المعرفة، الكفاءة، والقدرة في البيئة التي تعمل في محيطها، الى جانب ذلك يتطلب توفر علاقات خارجية للشركة مع المجهزين، منافذ التوزيع، والسلطات الحكومية.
- ج. الكفاءة: ان الكفاءة ترجع إلى المهارة والامكانيات التي تتوفر لدى الشركات والتي تمكنها من القيام بأداء نشاطها بشكل أحسن كفاءة من المنافسين.

وبهدف استغلال المصادر أنفة الذكر من قبل الشركات ينبغي الإشارة الى ان هناك طريقتين للقيام بذلك الطريقة الأولى تتضمن تعزيز إمكانيات الشركات في الاستفادة من تلك المصادر وذلك بهدف خلق منفعة أو منفعة للمستخدم بأسلوب اكثر كفاءة من المنافسين وتسمى هذه الطريقة بالتوجه نحو الإبداع، أما الطريقة الثانية فتتضمن محاولة الشركات تقليل في استغلال مصادر

الميزة التنافسية، وذلك لمنع المنافسين من تحقيق أي قيمة أو منفعة تذكر للمستخدم مقارنة مع المنفعة المتحققة له من قبل الشركة، وتسمى هذه الطريقة التوجه نحو الاستغلال قبل الغير.

ثالثاً. أبعاد الميزة التنافسية: تناول العديد من الكتاب أبعاد الميزة التنافسية في مجال إدارة الإنتاج والعمليات، ومن خلال اطلاع الباحثين على مجموعة من مصادر في هذا المجال تبين إن هناك تطابق الى حد ما بين اراء العديد من الكتاب حول الأبعاد الأكثر شيوعاً وبسبب الأهمية التي تتمتع بها هذه الأبعاد في تحقيق الميزة التنافسية سوف نتطرق إليها على النحو التالي (سالم، 2017: 34-35)، (أبو رمضان، 2017: 31)، (نعمة وحسن، 2019: 2):

1. التمايز: أن التمايز هو سعي الشركة لتكون مميزة في الصناعة، من خلال بعض الأبعاد ذات القيمة الكبيرة من العملاء، وتميز الشركة منتجاتها أو خدماتها بواسطة اقتراحات بيع فريدة من نوعها في قطاع السوق المستهدف، بمعنى آخر ان التمايز يكون عن طريق وضع طرائق لتمييز منتجات الشركة وخدماتها عن منتجات وخدمات الشركات المنافسة أو تقليل مزايا الشركات المنافسة من خلال مجموعة من الخصائص مثل الثبات، أو طول عمر المنتج، أو الثقة، أو إمكانية الإصلاح والصيانة، أو توافر قطع الغيار، ويمكن للشركات تحقيق التميز من خلال نظام تخطيط موارد المنشأة إذ أنه مصمم لدمج جميع وحدات ووظائف الإدارات داخل الشركة في نظام حاسوبي واحد يمكنه تلبية الاحتياجات الخاصة بكل قسم، حيث من خلال نظام ادارة الموارد الموجودة لدى الشركة واستخدام تلك الموارد بحيث يؤدي الى تحقيق التمايز.

2. الابداع: ويقصد به التجديد والذي يعتمد بشكل أساسي على المبادأة والمبادرة، والأفكار الجديدة والمعارف ومن تلك الأفكار والمعارف يتم تكوين أشياء جديدة ومبتكرة لم تكن سابقاً من خلال عمليات التفاعل والمزج، وان هذه العملية تتطلب التنسيق والتعاون بين مجموعة من الأنشطة المتداخلة التي يتم ادائها داخل الشركة لغرض اكتشاف وتبني الأفكار الجديدة والتطورات الفنية والتقنية من خلال اعتماد أساليب نظامية لغرض تقديم خدمة أو سلعة جديدة من قبل الشركة أو تطويرها أو تصميم جديد لعملية إنتاج بهدف تحقيق أهداف الشركة في النمو والبقاء واكتساب مزايا تنافسية تجعلها أكثر قدرة على المنافسة.

3. تخفيض الكلفة: والمقصود به امكانية الشركة على تصميم ونتاج وتسويق منتجات بأقل تكاليف ممكنة مقارنة بمنافسيها مما يساهم في تحقيق أرباح أعلى من قبل الشركة، حيث ان تخفيض التكلفة المنخفضة تساعد في الحصول فرص البيع بأقل سعر تنافسي، ويعتمد هذا البعد على ادنى قدر من تكلفة مدخلات العملية الانتاجية مقارنة بالمنافسين، والتي تعني تحقيق تخفيض في التكاليف الاجمالية لأي صناعة، ويمكن تحقق ذلك عن طريق اكتشاف مصادر رخيصة للمواد الاولية، أو الاعتماد على الحصول على وفورات الحجم الكبير، أي بمعنى تقسيم التكلفة الثابتة على اكبر عدد من حجم الإنتاج، أو التخلص من السماسرة والاعتماد على منافذ التسويق التابعة للشركة، أو الاعتماد على اساليب للإنتاج والبيع تساهم في تخفيض التكلفة وغيرها الطرق.

المبحث الثالث: أثر نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني على الميزة التنافسية

في السنوات الاخيرة ازدادت الدور الذي يلعبه نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في تحقيق الميزة التنافسية للشركات حيث من خلال تلك النظام يمكن توفير معلومات لمسؤولي الشركة في اتخاذ القرارات المتعلقة بتحقيق الميزة التنافسية للشركة، حيث كما اوضحنا ان الميزة التنافسية لها ثلاثة ابعاد وهي التمايز والابداع وتخفيض التكلفة، حيث فيما يخص البعد الاول التمايز ان نظام

المعلومات المحاسبية الالكترونية يمكنه توفير معلومات محاسبية حول البحث عن المواد الاولية الجيدة والعمالة الماهرة وكذلك التكنولوجيا الفائقة ذلك من خلال الاستفادة من الانترنت والقيام بالعملية الانتاجية بحيث يؤدي الى انتاج منتجات يحقق رضا الزبائن ويكون احسن من منتجات المنافسين وبالتالي يمكن للشركة تحقيق الميزة التنافسية، الى جانب ذلك فيمكن للشركة تحقيق الميزة التنافسية من خلال الاستفادة من نظام المعلومات المحاسبية الالكترونية عن طريق تبني واكتشاف أفكار جديدة وتطورات فنية وتقنية من خلال الاعتماد على أساليب عملية نظامية بهدف تقديم خدمة او سلعة جديدة من قبل الشركة أو تطوير خدمة او سلعة الحالية أو تصميم جديد للعملية الإنتاجية بهدف تحقيق أهداف الشركة في البقاء والنمو واكتساب مزايا تنافسية تجعلها أكثر قدرة على المنافسة، وفيما يخص بعد تخفيض التكلفة فان نظام المعلومات المحاسبية الالكترونية يمكنه توفير معلومات حول كلفة انتاج السلعة او الخدمة المقدمة من قبل الشركة الى المسؤولين فيها بأسرع وقت واقل جهد ممكن واكثر دقة وبذلك يساعدهم في تحديد تكلفة الوحدة وبذلك يتمكنون من دراستها وكيفية تخفيضها وهناك اساليب عدة يمكن لإدارة الشركات الاعتماد عليها في تخفيض تكلفة المنتج او الخدمة التي تقوم بتقديمها الى زبائنها منها اسلوب الحبود الستة ودورة حياة المنتج والتكلفة المستهدفة وغيرها من اساليب تخفيض التكلفة وهذا يؤدي الى تحقيق الميزة التنافسية للشركة وهذا ما اتفق مع المنطق ودراسة (خيرالله، 2017)

المبحث الرابع: الجانب العملي

لغرض استكمال الجانب العملي من البحث تم تنظيم استمارة استبانة بهدف جمع البيانات والتي تم عرضها في الملحق (1)، ولغرض التحقق من صدقها تم عرضها على عينة من الاكاديميين من أساتذة الجامعات وكما هو معروض في ملحق رقم (2)، ان مجتمع البحث يتكون من الاكاديميين الى جانب محاسبي الشركات، وتم اختيار عينة من الاكاديميين ومحاسبي الشركات في مدينة اربيل والذين لديهم اطلاع حول نظام المعلومات المحاسبية الالكترونية وارسال الاستمارة الكترونياً اليهم، وبعد مرور مدة زمنية معينة تم استلام اجابات من (80) مستجيب وبعد مراجعة الاجابات بلغ الصالح منها (70) استمارة وبنسبة 87% تقريباً. تم معالجة البيانات الواردة في الاستمارات المسترجعة من خلال الاعتماد على برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وذلك بعد تفريغ محتوياتها وكانت المعالجة على النحو التالي:

أولاً. التحليل الوصفي لخصائص عينة البحث:

1. **المؤهل الوظيفي:** ان الأكاديميين يشكلون نسبة الكبيرة من بين المستجيبين الذين قاموا بالإجابة على الاستمارة الالكترونية وكما هو ظاهر في جدول رقم (1):

الجدول (1): توزيع عينة البحث بحسب التأهيل الوظيفي

النسبة المئوية	التكرارات	الوظيفة
43%	30	أكاديمي
57%	40	محاسبي الشركات
100%	70	المجموع

المصدر: الجدول من إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبانة.

يتضح من خلال الجدول ان نسبة (43%) من المستجيبين هم من الأكاديميين وبينما نسبة المستجيبين على الاستمارة من محاسبي الشركات بلغت (57%).

2. **المؤهل العلمي:** بالنسبة للمؤهل العلمي تم توزيع استمارة الاستبانة على حاملي البكالوريوس في العلوم المحاسبية وما فوق وذلك نظرا لخبرتهم ودرائتهم بموضوع نظم المعلومات الالكترونية والميزة التنافسية وتم عرض النتائج في الجدول رقم (2):

الجدول (2): توزيع عينة البحث حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرارات	المؤهل العلمي
29%	20	بكالوريوس
57%	40	ماجستير
14%	10	دكتوراه
100%	70	المجموع

المصدر: الجدول من إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبانة.

3. **سنوات الخدمة:** ان التوزيع النسبي لسنوات الخدمة في المهنة يظهر ان المستجيبين التي تم توزيع الاستمارة عليهم لديهم خدمة أكثر من سنة وكما هو موضح في الجدول رقم (3):

الجدول (3): توزيع عينة البحث بحسب سنوات الخدمة

النسبة المئوية	التكرارات	الخدمة بالسنوات
14%	10	5-1
23%	16	10-6
20%	14	15-11
43%	30	16 فأكثر
100%	70	المجموع

المصدر: الجدول من إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبانة.

من خلال جدول رقم (3) يظهر ان الاغلبية يمثلون المستجيبين الذين لديهم خبرة 16 سنة وهذا ما جعل الباحثون يعتمدون على الاجابات بشكل أكثر.

ثانياً. **عرض النتائج واختبار الفرضيات:** بهدف اخضاع الاجابات للتحليل الاحصائي تم تحويل الاجابات الوصفية الى بيانات كمية لاختبار مدى خطأ أو صحة فروض البحث قام الباحثون باستخدام مقياس ليكرت ذو المؤشرات الخمسة والذي يتدرج القياس فيها ما بين أويد بشدة / أويد / محايد / أعارض / أعارض بشدة، وذلك عن طريق استخدام الأوزان المقابلة وهي 1/2/3/4/5 على التوالي، وتم عرض النتائج في جداول (4 و6 و8) وكما يلي:

الجدول (4): تحليل فقرات الاستبانة حول مساهمة نظم معلومات محاسبية الكترونية في تحقيق تميز منتجات الشركة

المتغيرات	الاسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
X1	أن التمايز هو سعي الشركة لتكون مميزة في الصناعة.	4.25	0.84	85%
X2	ان توفير معلومات محاسبية الكترونية تساهم في تميز الشركة منتجاتها أو خدماتها بواسطة اقتراحات بيع فريدة من نوعها في قطاع السوق المستهدف.	4.00	0.72	80%
X3	ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني يمكنها توفير معلومات محاسبية حول البحث عن المواد الاولية الجيدة وهذا يؤدي الى التمايز.	3.61	1.33	72%
X4	ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني يمكنها توفير معلومات محاسبية عن ايدي عمالة الماهرة وهذا له دور في تميز منتجات الشركة.	4.30	0.81	86%
X5	ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني تساهم في الحصول على تكنولوجيا الانتاج الافضل.	3.80	1.23	76%

المصدر: الجدول من إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبانة.

يبين جدول رقم (4) استجابات عينة البحث فيما يخص مساهمة نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية في تحقيق تميز منتجات الشركة والتي هي احد ابعاد الميزة التنافسية، حيث بالنسبة لسؤال الاول بلغ الوسط الحسابي (4.25) وهو اكثر من الوسط الفرضي (3) يشير هذا الى ان اغلبية المستجيبين يرون الى ان التمايز هو محاولة الشركة لتكون مميزة في الصناعة عن غيرها من الشركات والذي يؤيد ذلك هو ان الاهمية النسبية لسؤال بلغت (85%) اي بمعنى آخر ان النسبة المذكورة من افراد عينة البحث يؤيدون ذلك في حين بلغ الانحراف المعياري (0.84)، اما فيما بالنسبة لسؤال الثاني بلغ المتوسط الحسابي (4.00) في حين بلغت الاهمية النسبية (80%) وهذا يشير الى ان هذه النسبة من المستجيبين يرون ان توفير معلومات المحاسبية الكترونية تساهم في تميز منتجات الشركة في بلغ الانحراف المعياري (0.72)، اما فيما يخص السؤال الثالث فقد بلغ المتوسط الحسابي (3.61) وهو اعلى بقليل من الوسط الفرضي وهذا يدل الى وجود اتفاق الى حد ما بين افراد العينة على ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني يمكنه توفير معلومات محاسبية حول البحث عن المواد الاولية الجيدة وهذا يؤدي الى التمايز والذي يؤيد هذا الكلام هو ان الاهمية النسبية لسؤال بلغت (72%) اي ان هذه النسبة من المستجيبين من بين افراد عينة البحث يؤيدون ذلك في حين بلغ الانحراف المعياري (1.33)، واما بالنسبة لسؤال الرابع فقد بلغ الوسط الحسابي (3.75) وهو ايضا اكثر بقليل من الوسط الفرضي وهذا يشير الى وجود نوعا من الاتفاق بين المستجيبين في ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني يمكنه توفير معلومات محاسبية عن ايدي عمالة الماهرة وهذا له دور في تميز منتجات الشركة والذي يؤيد هذا الكلام هو ان الاهمية النسبية بلغ (86%) في حين بلغ الانحراف المعياري (0.81)، اما فيما يخص السؤال الخامس والاخير بلغ

المتوسط الحسابي (3.80) في حين بلغت الاهمية النسبية (76%) وهذا يشير الى ان هذه النسبة من المستجيبين يرون ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني تساهم في الحصول على تكنولوجيا الانتاج الافضل في حين بلغ الانحراف المعياري (1.23).
اختبار الفرضية الاولى:

الجدول (5): لمساهمة نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في تحقيق التمايز
اختبار One-Sample test لمنتجات الشركة

Test value = 3						
المحور	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Confidence %95 Interval the Difference	
					Lower	Upper
دور نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في تميز منتجات الشركة	8.202	70	0.000	0.496	0.37	0.62

المصدر: الجدول من إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبانة.
في الجدول رقم (5) تم الاعتماد على اختبار T وذلك لقبول او رفض الفرضية حيث من خلال الجدول اعلاه يظهر ان قيمة T المحتسبة البالغة (8.202) هي اعلى من قيمة T الجدولية البالغة (1.645) وعليه ترفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة والمتمثلة بان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني تساهم في تميز منتجات الشركة عن غيرها والذي يؤيد هذا الكلام هو ان الدلالة الإحصائية هي (0.000) وهي أدنى من مستوى الدلالة الاحصائية (0.05) والمرتبطة بمستوى اختبار (T).

اما فيما يخص الاستجابة حول مدى مساهمة نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية في تحقيق الابداع للشركة فقد تم بيان النتائج في الجدول (6) وكما هو موضح أدناه:
الجدول (6): تحليل فقرات الاستبانة حول مساهمة نظم معلومات المحاسبية الالكترونية في تحقيق ابداع الشركة عند الانتاج

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الاسئلة	المتغيرات
79%	0.68	3.95	ان الابداع يعتمد بشكل أساسي على المبادأة والمبادرة، والأفكار الجديدة.	X1
80%	0.71	4.00	تتطلب عملية الإبداع والتنسيق والتعاون بين عدد من الأنشطة المتداخلة في الشركة.	X2
70%	1.52	3.50	تساهم نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في توفير معلومات تؤدي الى ابداع الشركة في تقديم منتجاتها وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.	X3

المعيار	الاسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
X4	ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني له دور في ابداع الشركة في ابداع الشركة في تصميم منتجاتها وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.	4.30	0.85	%86
X5	يمكن الشركة من الابداع في طريقة الانتاج وذلك من خلال الحصول على المعلومات عن طريق نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية.	3.84	1.03	%77

المصدر: الجدول من إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبانة.

يبين جدول رقم (6) استجابات افراد عينة البحث فيما يتعلق بمدى مساهمة نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في تحقيق ابداع الشركة عند الانتاج، حيث بالنسبة لسؤال الاول بلغ الوسط الحسابي (3.95) وهو اكثر بقليل من الوسط الفرضي والذي يبلغ (3) وهذا يدل الى وجود نوع ما من الاتفاق بين افراد العينة الى ان الابداع يعتمد بشكل اساسي على المبادرة والأفكار الجديدة، والذي يؤيد ذلك هو ان الاهمية النسبية بلغت (%79) اي بمعنى ان هذه النسبة من المستجيبين يؤيدون هذا الكلام في حين بلغ الانحراف المعياري (0.68)، اما بالنسبة لسؤال الثاني فقد بلغت الوسط الحسابي (4.00) في حين بلغت الاهمية النسبية (%80) وهذا يعني ان هذه النسبة من المستجيبين يرون ان عملية الابداع تتطلب التنسيق والتعاون بين عدد من الانشطة المتداخلة في الشركة في حين بلغ الانحراف المعياري (0.71)، اما فيما يخص السؤال الثالث فان الوسط الحسابي اعلى من الوسط الفرضي بقليل والتي بلغ (3.50) وهذا يدل الى وجود الاتفاق الى حد ما بين افراد العينة على ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني تساهم في توفير معلومات تؤدي الى ابداع الشركة في تقديم منتجاتها وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية والذي يؤيد هذا الكلام هو ان الاهمية النسبية لهذا بلغت (%70) اي ان هذه النسبة من المستجيبين يؤيدون ذلك في الوقت نفسه بلغ الانحراف المعياري (1.52)، اما بالنسبة لسؤال الرابع فقد بلغ الوسط الحسابي (4.30) وهو ايضا اكثر بكثير من الوسط الفرضي وهذا يشير الى ان هناك اجماع بين المستجيبين في ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني له دور في ابداع الشركة في تصميم منتجاتها وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية والذي يؤيد هذا الكلام هو ان الاهمية النسبية بلغت (%86) وبلغ الانحراف المعياري (0.85)، اما فيما يخص السؤال الخامس والآخر فقد بلغ الوسط الحسابي (3.84) في حين بلغت الاهمية النسبية (%77) وهذا يعني ان هذه النسبة من افراد عينة البحث يرون انه يمكن لشركة من الابداع في طريقة الانتاج وذلك من خلال الحصول على المعلومات عن طريق نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في حين بلغ الانحراف المعياري (1.03).

اختبار الفرضية الثانية:

الجدول (7): لمساهمة نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في تحقيق ابداع الشركة اختبار

One-Sample test

Test value = 3						
المحور	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Confidence %95 Interval the Difference	
					Lower	Upper
مساهمة نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في تحقيق ابداع الشركة	14.752	70	0.000	0.93939	0.8110	1.0678

المصدر: الجدول من إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبانة.

يتضح من جدول رقم (7) ان قيمة T المحتسبة البالغة (14.752) وهي اعلى من قيمة T الجدولية والبالغة (1.645) وعليه ترفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة وهي ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني تساهم في تحقيق ابداع للشركة وان الدلالة الإحصائية البالغة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) والمرتبطة بمستوى اختبار (T) يؤيد ذلك.

أما استجابات افراد عينة البحث فيما يتعلق بمساهمة نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في خفض التكاليف فقد تم بيان النتائج التي توصل اليها الباحثون وكما هو موضح أدناه في الجدول (8).

الجدول (8): تحليل فقرات الاستبانة حول مساهمة نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في تخفيض التكاليف

البيان	الاسئلة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
X1	ان هذا البعد تعني قدرة الشركة على تصميم، وتصنيع، وتسويق منتجات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة مع منافسيها.	3.66	0.81	73%
X2	ان التكلفة المنخفضة تهيئ فرص البيع بأسعار تنافسية.	3.95	0.68	79%
X3	ان نظم المعلومات المحاسبية يساهم في توفير معلومات يساعد في الحصول على المواد الاولية بأقل مما يمكن وبذلك يساهم في تحقيق الميزة التنافسية.	3.84	1.33	77%
X4	ان نظم المعلومات المحاسبية يساهم في توفير معلومات يساعد في الحصول على الايدي العاملة بأقل مما يمكن وبذلك يساهم في تحقيق الميزة التنافسية.	4.04	0.75	81%
X5	ان نظم المعلومات المحاسبية الالكتروني يساهم في تخفيض تكاليف المنتج على مدار العملية الانتاجية.	4.00	0.84	80%

المصدر: الجدول من إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبانة.

يتضح من خلال جدول رقم (8) إن الوسط الحسابي للسؤال الاول بلغ (3.66) وهو اكثر بقليل من الوسط الفرضي والذي يبلغ (3) وهذا يدل على وجود اتفاق بين افراد العينة الى حد ما من ان هذا البعد تعني قدرة الشركة على تصميم، وانتاج وبيع منتجات بأقل تكلفة ممكنة وذلك مقارنة بالمنافسين لها، والذي يؤيد ذلك ان الاهمية النسبية بلغت (73%) اي بمعنى ان هذه النسبة من المستجيبين من افراد العينة يؤيدون ذلك في الوقت نفسه بلغ الانحراف المعياري (0.81)، اما بالنسبة للسؤال الثاني فقد بلغ الوسط الحسابي (3.95) في حين بلغت الاهمية النسبية (79%) وهذا يشير الى ان التكلفة المنخفضة تساهم في توفير فرص البيع بأسعار تنافسية في حين بلغ الانحراف المعياري (0.68)، اما فيما يخص السؤال الثالث فقد بلغ الوسط الحسابي (3.84) وهو اكثر بقليل من الوسط الفرضي وهذا يدل على وجود الاتفاق بين افراد العينة الى حد ما على ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني يساهم في توفير معلومات يساعد في الحصول على المواد الاولية باقل مما يمكن وبذلك يساهم في تحقيق الميزة التنافسية والذي يؤيد هذا الكلام هو ان الاهمية النسبية لهذا السؤال بلغ (77%) اي ان هذه النسبة من المستجيبين من افراد عينة البحث يؤيدون ذلك في حين بلغ الانحراف المعياري (1.33)، اما بالنسبة لسؤال الرابع فقد بلغ الوسط الحسابي (4.04) وهو اعلى بكثير من الوسط الفرضي والذي يبلغ (3) وهذا يشير الى ان هناك اتفاق بين المستجيبين من افراد عينة البحث على ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني يساهم في توفير معلومات يساعد في الحصول على الايدي العاملة باقل مما يمكن وبذلك يساهم في تحقيق الميزة التنافسية والذي يؤيد هذا الكلام هو ان الاهمية النسبية لهذا السؤال بلغت (81%) في حين بلغ الانحراف المعياري (0.75)، اما فيما يخص السؤال الخامس والآخر فقد بلغ الوسط الحسابي (4.00) وهو اكثر من الوسط الفرضي في الوقت نفسه بلغت الاهمية النسبية (80%) وهذا يعني ان هذه النسبة من المستجيبين من افراد عينة البحث يرون ان نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية تساهم في تخفيض تكاليف المنتج على مدار العملية الانتاجية في الوقت نفسه بلغ الانحراف المعياري (0.84).

اختبار الفرضية الثالثة:

الجدول (9): اختبار (One-Sample Test) لمحور مساهمة نظام المعلومات المحاسبية

الالكتروني في تحقيق تخفيض التكلفة

Test value = 3						
المحور	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Confidence %95 Interval the Difference	
					Lower	Upper
مساهمة نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في تحقيق تخفيض التكلفة	22.306	70	0.000	0.92045	0.8372	1.0037

المصدر: الجدول من إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبانة.

يتضح من الجدول رقم (9) ان قيمة T المحتسبة البالغة (22.306) وهي اعلى من (1.645) والتي تمثل قيمة T الجدولية وعليه ترفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة وهي ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني يساهم في تحقيق تخفيض التكلفة والذي يؤيد هذا الكلام ان الدلالة الإحصائية هي (0.000) أدنى من مستوى الدلالة (0.05) والمتعلقة بمستوى اختبار (T).

المبحث الخامس: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً. الاستنتاجات: من خلال الدراسة والبحث توصل الباحثون الى جملة من الاستنتاجات من اهمها:

1. ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني عبارة عن ذلك النظام المسؤول في الشركة عن توفير المعلومات المحاسبية الكترونياً للأطراف الداخلية والخارجية وذلك لمساعدتهم في اتخاذ القرارات والتخطيط والرقابة.
2. ان الميزة التنافسية بانها مجموعة من الخصائص المتوفرة لدى الشركة والتي تميزها عن غيرها من الشركات وتساعد على نجاحها وحصولها على حصة سوقية أكبر.
3. ان نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية تساهم في تحقيق الابداع في انتاج منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.
4. ان نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية تساهم في تخفيض تكلفة منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.
5. ان نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية تساهم في تحقيق تمايز منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.

ثانياً. التوصيات: بالاعتماد على الاستنتاجات يوصي الباحثون بما يلي:

1. ضرورة التزام الشركات العاملة في العراق بشكل عام واقليم كردستان بشكل خاص بالاعتماد على نظم محاسبية الالكترونية لما لها دور في تحقيق الميزة التنافسية من خلال ابعادها الثلاثة المتمثلة بـ التمايز، الإبداع، وتخفيض التكلفة.
2. ضرورة اهتمام الجهات الأكاديمية المختصة المتمثلة في الجامعات والمعاهد العاملة في اقليم كردستان بإضافة مواضيع جديدة ضمن مناهجهم الدراسية، منها موضوع نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني وذلك لتخريج وتكوين كفاءات جديدة على علم بهذا الموضوع لضمان مساهمتها في تطوير مهنة المحاسبة في سوق العمل.
3. ضرورة اهتمام الشركات بالايدي العاملة المدربة والمؤهلة على استخدام تكنولوجيا المعلومات من خلال فتح دورات تدريبية لاسيما تلك المتعلقة بنظام المعلومات المحاسبية الالكتروني لمواكبة التطورات التي تحدث في هذا المجال.

قائمة المصادر

أولاً: المصادر العربية

1. آدم، ناصر أكبر عبدالله، 2017، أثر نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني على أداء المراجعة الداخلية دراسة حالة الإدارة العامة للمراجعة الداخلية، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والتنمية الريفية، جامعة الجزيرة، السودان.

2. أبو رمضان، اية عماد الدين، 2017، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالميزة التنافسية دراسة ميدانية على البنوك التجارية العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الازهر، غزة.
3. البحيصي، عصام محمد، 2014، مدى فعالية نظام الرقابة الداخلية في ظل نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني دراسة تطبيقية على البنوك العاملة في قطاع غزة، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، العدد 6.
4. الكرعاوي، فرج غني عبود، 2018، نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني ودورها في تحسين النجاح المنظمي: دراسة تطبيقية في معمل سمنت الكوفة، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 8، العدد 2.
5. حسين، وسام نعمة وذياب، محمد احمد، 2018، مخاطر استخدام نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني وأثرها على خصائص جودة المعلومات المحاسبية دراسة استطلاعية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 3، العدد 43.
6. خيرالله، أمين فضل الله عبدالله، 2017، التسعير باستخدام أساليب التكاليف الحديثة وأثره على الميزة التنافسية في السودان دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية في السودان، اطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
7. دهام، رقية، 2016، تنمية الكفاءات وأثرها على الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، الجزائر.
8. رقية، بن عدة، 2018، دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة مؤسسة موزع وطني للأدوية بالتجزئة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم.
9. سالم، عمر طارق عمر، 2017، علاقة التسويق الالكتروني بتعزيز الميزة التنافسية دراسة ميدانية على شركات تزويد الانترنت في قطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الازهر، غزة.
10. صالح، ماجد محمد، 2017، عناصر التحسين المستمر ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة تحليلية في شركة (Carrefour)، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 2، العدد 38.
11. عبدالله، محمد منصور والابيض، شعلة ابو القاسم، 2015، الصعوبات التي تواجه نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني وأثرها على جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية العاملة بمدينة طرابلس، مجلة الجامعي، العدد 29، طرابلس، ليبيا.
12. كحيل، اسماعيل صبحي، 2016، إدارة الجودة الشاملة وعلاقتها بالميزة التنافسية دراسة تطبيقية على جامعة فلسطين، رسالة الماجستير، جامعة الاقصى، فلسطين.
13. محمد، مرشد سامي وحسين، وسام نعمة وعلي، زياد طاهر محمد، 2013، اهمية تكنولوجيا المعلومات في تحديد الدخل الخاضع للضريبة دراسة استطلاعية لآراء عينة من مخمني ضريبة الدخل في العراق، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 9، العدد 27.

14. نعمة، عماد صالح وحسن، مصطفى صالح، 2019، تفعيل موثوقية نظام تخطيط موارد المنشأة ERP عبر استخدام التدقيق المستمر دراسة استطلاعية في العراق، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 51، العدد 46، الجزء 2.
ثانياً. المصادر الإنكليزية:

1. Colla, Julio Ernesto and Nascimento, Gláucia Bueno and Reis, Júlio A., Ferreira dos and Koch, Leani Lauer mann, The contribution of corporate policies to the creation of competitive advantage: the case of the Unimed de Paranavai corporate organiza-tion, Rebrae Revista Brasileira Estrategia Journal, Vol.9, No.3.
2. VAHDATI, Hojjat and NEJAD, Seyed Hadi Mousavi and, SHAHSIA and NEDA, 2017, Generic Competitive Strategies toward Achieving Sustainable and Dynamic Competitive Advantage, Espacios Journal, Vol. 39, No.13.

الملحق (1)

استمارة استبانة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صلاح الدين- اربيل
كلية الادارة والاقتصاد
قسم المحاسبة

استمارة الاستبانة

السادة الافاضل:

تحية طيبة.....

نضع بين ايديكم الكريمة استمارة الاستبانة الخاصة بالبحث الموسوم (دور نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في تحقيق الميزة التنافسية- دراسة تحليلية لأراء عينة محاسبي الشركات وأكاديمي المحاسبة في الجامعات والمعاهد في مدينة اربيل) راجين الاجابة عن اسئلتها بكل موضوعية وحياد للحصول على النتائج التي من شأنها اغناء البحث وتحقيق اهدافه.
شاكرين تعاونكم معنا خدمة للمسيرة العلمية

ملاحظة:

يرجى وضع علامة (✓) في المربع الذي يمثل اجابتك وإذا كانت لديكم اية تعليقات او آراء فيمكن اضافتها في الحقل الاخير من الاستبانة.

الباحثون

القسم الأول. البيانات الشخصية:

1. الوظيفة التي تعمل بها: محاسب في الشركة () أكاديمي ()
2. التأهيل العلمي: - بكالوريوس () ماجستير () دكتوراه ()
3. سنوات الخدمة في المهنة: 1-5 سنة () 6-10 سنة () 11-15 سنة () أكثر من 16 سنة ()

القسم الثاني. قياس متغيرات البحث:

الفرضية الأولى: ان نظم معلومات محاسبية الكترونية يساهم في تحقيق تمايز منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.

ت	العبارة	مستوى الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	أن التمايز هو سعي الشركة لتكون مميزة في الصناعة.				
2	ان توفير معلومات محاسبية الكترونية تساهم في تميز الشركة منتجاتها أو خدماتها بواسطة اقتراحات بيع فريدة من نوعها في قطاع السوق المستهدف				
3	ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني يمكنها توفير معلومات محاسبية حول البحث عن المواد الاولية الجيدة وهذا يؤدي الى التمايز.				
4	ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني يمكنها توفير معلومات محاسبية عن ايدي عمالة الماهرة وهذا له دور في تمايز منتجات الشركة.				
5	ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني تساهم في الحصول على تكنولوجيا الانتاج الافضل.				

الفرضية الثانية: ان نظم معلومات محاسبية الكترونية يساهم في تحقيق الابداع في انتاج منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.

1	يقصد بالإبداع التجديد والذي يعتمد بشكل أساسي على المبادرة والمبادرة، والأفكار الجديدة.				
2	عملية الإبداع تتطلب التعاون والتنسيق بين عدد من الأنشطة المتداخلة في الشركة.				
3	تساهم نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني في توفير معلومات تؤدي الى ابداع الشركة في تقديم منتجاتها وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.				
4	ان نظام المعلومات المحاسبية الالكتروني له دور في ابداع الشركة في ابداع الشركة في تصميم منتجاتها وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.				
5	يمكن الشركة من الابداع في طريقة الانتاج وذلك من خلال الحصول على المعلومات عن طريق نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية.				

الفرضية الثالثة: ان نظم معلومات محاسبية الكترونية يساهم في تخفيض تكلفة منتجات الشركة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.					
ت	العبارة	مستوى الموافقة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	ان هذا البعد تعني قدرة الشركة على تصميم، وتصنيع، وتسويق منتجات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة مع منافسيها.				
2	ان التكلفة المنخفضة تهيئ فرص البيع بأسعار تنافسية.				
3	ان نظم المعلومات المحاسبية يساهم في توفير معلومات يساعد في الحصول على المواد الاولية بأقل مما يمكن وبذلك يساهم في تحقيق الميزة التنافسية.				
4	ان نظم المعلومات المحاسبية يساهم في توفير معلومات يساعد في الحصول على الايدي العاملة بأقل مما يمكن وبذلك يساهم في تحقيق الميزة التنافسية..				
5	ان نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية يساهم في تخفيض تكاليف المنتج على مدار العملية الانتاجية.				

الملحق (2): اسماء الخبراء والمحكمين لصدق الاستبانة وصلاحيتها

ت	أسماء المحكم	اللقب العلمي	التخصص	جهة العمل
1-	د. صالح ابراهيم الشعباني	أستاذ مساعد	المحاسبة	معهد التقني نينوى / جامعة التقنية الشمالية
2-	د.فيان سليمان الصالحي	أستاذ مساعد	المحاسبة	جامعة كوية- فاكلتي الإدارة والاقتصاد
3-	د. احمد محمد خليل	أستاذ مساعد	المحاسبة	جامعة صلاح الدين-اربيل- كلية الادارة والاقتصاد
4-	د. خالد عبد الحميد عبد المجيد	أستاذ مساعد	المالية والمصرفي	جامعة نولج - كلية العلوم الادارية والمالية
5-	د. نسيم يوسف حنا	أستاذ مساعد	المحاسبة	جامعة صلاح الدين- كلية الإدارة والاقتصاد
6-	د. عدنان نادر حمد	أستاذ مساعد	المحاسبة	جامعة صلاح الدين- كلية الإدارة والاقتصاد
7-	م.جيوار احمد سالار	أستاذ مساعد	المحاسبة	جامعة صلاح الدين- كلية الإدارة والاقتصاد
8-	م.جر جيس مصطفى خضر	أستاذ مساعد	المحاسبة	جامعة صلاح الدين- كلية الإدارة والاقتصاد