



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة جيلالي ليابس سيدي بلعباس

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

مخبر إدارة الابتكار والتسويق MIM

شهادة نشر

يشهد السيد مدير مخبر إدارة الابتكار والتسويق MIM, جامعة سيدي بلعباس أن الاستاذ: بعاشي خالد

قدساهم(ت) في تأليف الكتاب الجماعي المحكم والموسوم ب "الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء"، بورقة بحثية موسومة ب " دور الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت

حيث صدر الكتاب تحت رقم الإيداع القانوني (8-0-9766-9931-978) (ISBN : 978-9931-9766-0-8) (طبعة جانفي 2022)



د. صحراوي بن شبيحة  
مدير المخبر إدارة الابتكار والتسويق





سلسلة منشورات مختبر ادارة الابتكار والتسويق

جامعة جيلالي ليابس سيدي بلعباس - الجزائر

كتاب جماعي ذو ترقيم دولي

ISBN : 978-9931-9766-0-8

# الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

تحت إشراف

أ.د: بن شيحة صحراوي/مدير مختبر ادارة الابتكار والتسويق

د: محمد شكري قازي أول / رئيس مشروع الكتاب

تأليف مجموعة من الباحثين

الإصدار الأول

جانفي 2022



كتاب جماعي ذو ترقيم دولي ISBN حول:

الابداع والابتكار في منظمات الاعمال الحديثة

توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

التأليف مجموعة من الباحثين

جانفي 2022

منشورات مخبر ادارة الابتكار والتسويق MIM

جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس

الهيئة المشرفة على الكتاب:

أ. د/بن شيحة صحراوي: ..... المشرف العام ورئيس التحرير  
د /محمد شكري قازي أول: ..... رئيس المشروع  
د / عماد داتوسعيد: ..... نائب رئيس التحرير  
أ.د/الياس صالح: ..... رئيس اللجنة العلمية  
أ/د بومدين أونان: ..... مسؤول التدقيق والمراجعة  
د/سفيان كوديد: ..... المنسق العام

يتحمل المؤلفين كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفهم ولا يعبر عن رأي مخبر إدارة الابتكار والتسويق

أو الهيئة المشرفة عن الكتاب

---



اللجنة العلمية للكتاب الجماعي

اسم ولقب الأستاذ	مؤسسة الانتساب	اسم ولقب الأستاذ	مؤسسة الانتساب
بن شيحة صحراوي	جامعة سيدي بلعباس	عبد الكريم بن عامر	جامعة عين تموشنت
محمد شكري قازي أول	جامعة سيدي بلعباس	عبد المجيد الزين	جامعة سيدي بلعباس
الياس صالح	جامعة سيدي بلعباس	عمر بن عاتق	جامعة تلمسان
مصطفى بلمقدم	جامعة تلمسان	محمد كاملي	جامعة سيدي بلعباس
بومدين أونان	جامعة سيدي بلعباس	مصطفى رديف	جامعة سيدي بلعباس
محمد بن سعيد	جامعة سيدي بلعباس	نصيرة داني كبير	جامعة سيدي بلعباس
معاشو داني كبير	جامعة سيدي بلعباس	سهيلة فندي	جامعة تلمسان
محمد شهيدي	جامعة سيدي بلعباس	سمير سحنون	جامعة سيدي بلعباس
الياس العيداني	جامعة تيسمسيلت	عماد داتوسعيد	جامعة سيدي بلعباس
سفيان كوديد	جامعة عين تموشنت	يوسف صوار	جامعة سعيدة
نصر الدين بن مسعود	جامعة عين تموشنت	رشيد بلقرويصات	جامعة سيدي بلعباس
سفيان بن عبد العزيز	جامعة بشار	هديات بن طيب	جامعة تلمسان
عبد الجليل جميل	جامعة سيدي بلعباس	محمد موساوي	جامعة سيدي بلعباس
جمال زدون	جامعة عين تموشنت	محمد بوسهلة	جامعة سيدي بلعباس
مختار بلعابد	جامعة تندوف	أمينة عباس	جامعة سيدي بلعباس
أمينة قراري	جامعة تلمسان	ويراد زواوي	جامعة سيدي بلعباس
سيدي محمد خطيب	جامعة تلمسان	أمال قراع	جامعة سيدي بلعباس
قندوسي طاوش	جامعة سعيدة	عبد الكريم دحو	جامعة تيارت

### فهرس الكتاب

الصفحة	عنوان البحث	مؤسسة الانتساب	المؤلف
22-05	سلوك العمل الإبتكاري ما هو ولماذا يعد ركيزه أساسية في الإبتكار المؤسسي: تحليل مفاهيمي	مدرسة غرونوبل للإدارة-فرنسا	عبد الله محمد خير العجمي
45-23	الخطوات العملية لإرساء نظام للإدارة بالإبداع	جامعة باتنة 1	صليحة بوصوردي
62-46	الاستثمار في رأس المال البشري وأثره على الابتكار دراسة حالة مؤسسة سونلغاز سيدي بلعباس-الجزائر	جامعة سيدي بلعباس جامعة سيدي بلعباس	بن احمد فاطمة الزهراء صحراوي بن شيحة
81-63	تقليد الأصلاح كمدخل لتحقيق الابتكار في منظمات الأعمال دراسة تحليلية	جامعة المدينة العالمية، فرع القاهرة-مصر	محمد جبر السيد عبد الله جميل
105-82	الاستثمار في المشاريع الابتكارية بالمملكة العربية السعودية -الواقع والتحديات	جامعة أدرار جامعة الملك عبد العزيز جدة-السعودية	عمر حوتية ناصر جويبر الخضيرى
126-106	سلوكيات القيادة الرشيقة كألية لتحقيق الإبداع والإبتكار في منظمات الأعمال: دراسة حالة مستشفى ترابي بوجمعة بشار	جامعة عين تموشنت جامعة عين تموشنت	سعيدى عادل كويد سفيان
146-127	دور الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت)	المركز الجامعي اليزي جامعة عين تموشنت	بعاشي خالد زدون جمال
164-147	فلسفة التسويق الأخضر كمبدأ لتعزيز مفهوم الثقافة الخضراء: الطريق نحو التنمية المستدامة	جامعة تلمسان	بن عزة هناء
177-165	دور الابداع والابتكار في تحقيق اقتصاد تنافسي: دراسة حالة دولة الإمارات العربية المتحدة	جامعة سيدي بلعباس المركز الجامعي البيض	زرادنة محمد ميلودي عبد الحليم
196-178	حول التقدم التكنولوجي والنمو الاقتصادي	جامعة تيارت جامعة سيدي بلعباس	أمين حواس نصيرة داني الكبير
205-197	L'intelligence Emotionnelle du Manager et son rôle booster la créativité des collaborateurs – Etude de cas : bureau d'étude en architecture acad, Sidi Bel-Abbès	Université de Formation Continue, Sidi-Bel-Abbes Université Sidi-Bel-Abbes	BEZZAOUCHA Chahinez Fadia SALAH Elyas

حول: الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

218-206	La démarche Benchmarking : Une nécessité pour l'innovation dans le secteur de l'enseignement supérieur ; Exemples de plusieurs universités dans le monde	Université Sidi Bel-Abbès Université Oran 2	HAMDOUNE Asma DERGAL Yamina
228-219	La perception du capital immatériel par les managers des PME: illustration à partir d'une étude exploratoire en Algérie	Université Sidi Bel-Abbes Université Sidi Bel-Abbes	Naima LABIAD Aimad DATOUSSAID
242-229	Le rôle de la marque comme facteur d'innovation et de croissance de l'entreprise	Université Sidi Bel-Abbes	Salah Samira Chahrazed
262-243	Les pratiques de l'innovation dans les entreprises du secteur mécanique en Algérie	CREAD (Algérie) CREAD (Algérie)	Younes FERDJ Meryem AMGHAR

## دور الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية

(دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت)

**The role of accounting innovation in achieving the competitive advantage of an economic enterprise (study of a sample of economic enterprises active in Tiaret State)**

بعاشي خالد<sup>1</sup> ، زدون جمال<sup>2</sup>

<sup>1</sup> المركز الجامعي الشيخ أمود بن مختار اليزي، [khalid.baachi@cuillizli.dz](mailto:khalid.baachi@cuillizli.dz)

<sup>2</sup> جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت، [Zeddoundjamel@gmail.com](mailto:Zeddoundjamel@gmail.com)

### ملخص

في ظل التغيرات والتطورات التكنولوجية و بروز العولمة والمعرفة كعامل أساسي للمنافسة بين المؤسسات الاقتصادية أدى ذلك إلى ظهور بيئة عمل تتطلب الإبداع والتغيير في الفكر المحاسبي، و حتمية تحسين ورفع كفاءة المحاسبين المبدعين. ومن هنا تعاضمت أهمية الإبداع المحاسبي باعتباره أساس الميزة التنافسية المستدامة لدى المؤسسات الاقتصادية. والهدف من هذه الدراسة هو التعرف على دور الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت.

وتوصلت الدراسة إلى أن الإبداع المحاسبي يساهم بدرجة عالية جدا في زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت، وذلك من خلال مساهمة المحاسب المبدع في تحقيق أهداف المؤسسة والعمل على زيادة تنافسيته. **الكلمات المفتاحية:** الإبداع المحاسبي، الميزة التنافسية، مؤسسات اقتصادية في تيارت، المحاسب المبدع

### Abstract

With technological changes and developments, globalization and knowledge emerging as a key factor for competition among economic institutions, a business environment has emerged that requires innovation, change in accounting thinking, and the imperative to improve and upgrade the efficiency of creative accountants. Hence the importance of accounting innovation as the basis for the sustainable competitive advantage of economic enterprises. The aim of the study is to identify the role of accounting innovation in achieving the competitive advantage of economic enterprises active in the state of Tiaret.

The study found that accounting innovation contributes to a very high degree to increasing the competitiveness of the economic enterprises active in Tiaret State, through the creative contribution of the accountant to the achievement of the objectives of the enterprise and the promotion of its competitiveness.

**Keywords:** Accounting innovation, competitive advantage, Tiart economic institutions, creative accountant

\* المؤلف المرسل، الإيميل: [khalid.baachi@univ-sba.dz](mailto:khalid.baachi@univ-sba.dz)

## مقدمة:

تعمل المؤسسات الاقتصادية اليوم في ظل بيئة تنافسية عالمية تتسم بالديناميكية وسرعة التغيير، ومن أبرز هذه التغيرات التوجه نحو التكتلات الاقتصادية الضخمة، والتغير المستمر في تصميم وتطوير المنتجات، والتوجه نحو الأسواق العالمية، مما جعل العديد من المؤسسات تتجه إلى تغيير توجهاتها الاستراتيجية وتبني فلسفة جديدة بشأن مجالات أعمالها المختلفة. (عجيلة، معوقات ومحفزات الإبداع المحاسبي في منظمات الأعمال -أفاق مستقبلية-، 2013، صفحة 189) خاصة مع ظهور الكثير من المشاكل والصعوبات التي تواجه هذه المؤسسات والتي تحتاج إلى حلول غير تقليدية أو غير روتينية ينبغي على المحاسب إيجادها، ومن هنا أصبح من الضروري على المحاسب مواكبة هذه التطورات والمستجدات الحديثة في ميدان المحاسبة، وذلك من خلال السعي إلى تطوير مهاراته المحاسبية أو ما يُسمى بالإبداع المحاسبي لمواجهة هذه المشاكل، ومساعدة المؤسسة على اتخاذ القرارات الاقتصادية الملائمة (عمورة و شريفي، 2011، صفحة 153) وذلك للحد من تنافسية المؤسسات الأخرى.

ونظرا للتغيرات الجوهرية الحديثة التي فرضتها ضغوطات المنافسة الشديدة، أصبح من الضروري على المؤسسات أن تعمل على تحسين وضعيتها وأدائها من أجل الحفاظ على سوق منتجاتها، لضمان البقاء والنمو وتحقيق التميز والأفضلية بين مختلف منافسيها (الزعبي و الجبري، 4-5 تموز 2007)، لذا فالمؤسسات الاقتصادية هي مطالبة بخلق أفكار إبداعية وابتكارية خاصة منها في مجال المحاسبة. وعلى هذا الأساس فإن مشكلة الدراسة تكمن في التساؤل التالي:

• هل يساهم الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت؟

وللإحاطة بالموضوع أكثر يمكن طرح التساؤلات التالية:

- 1- ما هي أهمية الإبداع المحاسبي بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية؟
- 2- ما هو دور الإبداع المحاسبي في دعم وتنمية الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت؟

وللإجابة على أسئلة البحث تم صياغة الفرضيات التالية:

- 1- للإبداع المحاسبي دور كبير في نجاح المؤسسة الاقتصادية.
- 2- الإبداع المحاسبي يساهم في زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت.

وتكمن أهمية الدراسة خصوصا في أهمية آليات الإبداع المحاسبي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية.

أما أهداف الدراسة فتتجلى في:

- التعرف على أهمية الإبداع المحاسبي بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية.
- التعرف على مميزات وخصائص المحاسب المبدع.
- إبراز دور الإبداع المحاسبي كخيار استراتيجي فعال بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية لتحقيق الميزة التنافسية.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال وصف متغيرات الدراسة (الإبداع المحاسبي والميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية)، إضافة إلى استخدام أداة الاستبيان لجمع المعلومات المتعلقة بمتغيرات الدراسة.

## 1. ماهية الإبداع المحاسبي

قبل أن نتطرق إلى مفهوم الإبداع المحاسبي، سنستظهر بعض تعاريف الإبداع، وهي:

**1.1 مفهوم الإبداع:** تعد كلمة إبداع، مرادف لمعنى يمثل إثبات شيء جديد غير مألوف، أو حتى النظر للأشياء بطرق جديدة، ويعرف الإبداع في اللغة كما جاء في لسان العرب "من بدع الشيء وهو أنشأه، وجاء في (المعجم الوسيط): بدعه بدعا أي أنشأه على مثال سابق، وعرفه (القاموس العصري الحديث) بأنه: الإيجاد أو التكوين أو الابتكار". (الزعبي و الجبري، 4-5 تموز 2007، صفحة 4)

ويُعرف الإبداع على أنه القدرة على تكوين وإنشاء شيء جديد، أو دمج الآراء القديمة أو الجديدة في صورة جديدة، أو استعمال الخيال لتطوير وتكييف الآراء حتى تشبع الحاجيات بطريقة جديدة، أو عمل شيء جديد ملموس أو غير ملموس (السرور، 2002، صفحة 45)

وبصفة عامة فإن تعريف الإبداع يختلف باختلاف الجوانب والمداخل التي يهتمون بها والأهداف التي يريدون تحقيقها، وت (محمود ر.، 2005، صفحة 7)، تُقسم هذه الجوانب إلى أربعة أنواع رئيسية وهي: (جلدة و عبوي، 2005، صفحة 84)

- التركيز على العملية الإبداعية نفسها (آلية الإبداع): أي المراحل التي تمر بها عملية الإبداع وفي هذا المجال بأنه "عملية ينتج عنها عمل جديد يرضي الجماعة وتقبله أنه مفيد"؛

- التركيز على الناتج الإبداعي (الإنتاج الإبداعي): أي مقدار الإنتاجية التي تحققها (أو تنتج عن عملية الإبداع) وفي هذا المجال يعرف بأنه "يسعى لتحقيق إنتاج يتميز بالجدة والملائمة وإمكانية التطوي" وبالتالي يركز على الإنتاج الإبداعي وحل المشكلات وتبني التغيير.
- الصفات الشخصية للمبدعين: كالفضول والبحث ووضوح الرؤيا والقدرة على تفهم المشكلات ونجد صفات الإبداع بالخصائص النفسية المتمثلة بالمخاطرة والاستقلالية والمثابرة والانفتاح على الخبرة الداخلية والخارجية؛
- الإمكانيات الإبداعية عند الأفراد (القيم الإبداعية): كالاستقلال والصدق والبحث عن الحقيقة، والحاجة إلى الإنجاز. ونجد أيضا من يركز على الإمكانية الإبداعية والاستعدادات النفسية الكامنة للإبداع كما تكشف عنها الاختبارات النفسية، ويعرف الإبداع على أساسها على أنه الاستعداد الكامن للتفوق أو التميز كما يراها.

## 2.1 مفهوم الإبداع المحاسبي: هناك تعريف عديدة للإبداع المحاسبي، نذكر منها:

يتمثل الإبداع المحاسبي في توفير المعلومات المحاسبية في صورة معلومات عالية الجودة، يمكن للمستفيدين الاستفادة منها بشكل جيد، بحيث يجعلهم يبحثون عنها ويريدون الحصول عليها، وبالتالي زيادة قيمة هذه المعلومات. (محمود ر.، 2005، صفحة 8)

ويُعرف أيضا الإبداع المحاسبي على أنه عبارة عن التجديد والتطوير في الطرق المحاسبية لتوفير المعلومات لمستخدميها بغرض اتخاذ القرارات الاقتصادية الملائمة، كما يتمثل في العناصر التي يشملها النظام المحاسبي المالي كالموارد البشرية (المحاسبين) عن طريق اختيارها وتدريبها ورفع كفاءتها، كما يتمثل الإبداع المحاسبي في مختلف الموارد المادية كالتجهيزات الآلية والبرمجة المالية والمحاسبية اللازمة للأداء المحاسبي المتطور. (عجيلة، دور الإبداع المحاسبي والمحاسبين في التسيير واتخاذ القرار (دراسة حالة الجزائر)، 2009، صفحة 182) كما يعرف البعض، الإبداع المحاسبي على أنه استخدام أساليب أو طرق أو إجراءات أو مفاهيم أو معايير أو نظريات جديدة غير مألوفة من أجل تفسير أو تحليل أو حل مشكلة محاسبية تواجه الإدارة، حيث يتمتع المحاسب المبدع بقدرات مميزة. (عمورة و شريفي، 2011، صفحة 159)

من خلال التعاريف السابقة، نستنتج أن الإبداع المحاسبي هو عبارة عن إعداد وتقديم معلومات محاسبية من طرف المحاسب المبدع لمختلف الأطراف ذات الصلة بكل موضوعية ومصداقية وفي التوقيت المناسب.

**3.1 أهمية الإبداع المحاسبي:** تتجلى أهمية الإبداع المحاسبي في الدور الذي يلعبه في إدارة المخاطر والأزمات المالية، ويمكن حصر أهمية الإبداع المحاسبي فيما يلي: (عجيلة و قنيع، متطلبات الإبداع المحاسبي في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جامعة الوادي (الجزائر)، 2020، صفحة 21)

- تحقيق الأرباح من خلال تقديم معلومات ذات مصداقية وفي الوقت الملائم لمستخدميها، وذلك بالاستفادة من المنافسة والحصول على التمويل المناسب وعلى ميزات مادية وغير مادية تحقق عائدا أكبر.
- تحقيق الميزة التنافسية بزيادة القدرات الإبداعية والوظيفية الإعلامية للمحاسبة باعتبارها وظيفة إستراتيجية تسعى لتحقيق الاتصال الفعال بين المؤسسة والبيئة التي تعمل فيها، وبالتالي جلب الاهتمام والثقة في المؤسسة من قبل الزبائن والمستثمرين ومؤسسات الإقراض، وبالتالي اكتساب الميزة التنافسية في أدائها.
- الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، والقراءة الصحيحة والدقيقة للوضعية المالية للمؤسسة والمؤسسات المنافسة لها.
- تحسين الإنتاجية وتخفيض التكلفة من خلال دراسة سلوك عناصر التكلفة وتحليلها، واستخدام التحليل الاستراتيجي للتكلفة والتحليل المالي وغير المالي، والتنبؤ بالمخاطر ومجابهتها.
- رفع الحصة السوقية للمؤسسة وبناء مركز تنافسي قوي، والاستفادة من الفرص المتاحة في الحاضر والمستقبل.

**4.1 خصائص الإبداع المحاسبي:** يتميز الإبداع المحاسبي بجملة من الخصائص الواجب توفرها لدى المحاسب المبدع، والتي نحصرها فيما يلي:

- العقلية المحاسبية والمالية المتسائلة والخلاقة. (عجيلة، معوقات ومحفزات الإبداع المحاسبي في منظمات الأعمال "الواقع والمأمول"، 2014، صفحة 150)
- قدرة المحاسب على خلق الترابط بين المعلومات والظواهر والأفكار ومزجها وتشكيلها من أجل الوصول إلى فكرة جديدة، أي امتلاك القدرة على التخيل والحدس، وتميز المحاسب المبدع عن زملائه في هذا المجال. (عجيلة و قنيع، متطلبات الإبداع المحاسبي في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جامعة الوادي (الجزائر)، 2020، صفحة 21)

حول: الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

- أن يتمتع المحاسب بالشجاعة والثقة بالنفس: ضرورة امتلاك المحاسب المبدع صفة الشجاعة والثقة في النفس التي تجعل منه قائدا فعالا ضمن الإدارة الاستراتيجية في المؤسسة للمساهمة في إحداث التغيير والابتكار المؤسسي. (عبد الجنابي و أحمد نوري، 2014، صفحة 419)
- ضرورة اعتماد المحاسب المبدع على التعليمات المبنية على الحقائق العلمية وليس التعليمات المستمدة من المراكز الإدارية.
- قدرة المحاسب على التحليل والتجميع: تتمثل في جمع المعلومات وتبويبها وتحليلها وتقييمها والاحتفاظ بها في شكل منظم، حيث يتمكن المحاسب المبدع من التعامل بشكل جيد مع المعلومات المتراكمة لديه، واستخدامها في حل مختلف المشاكل المحاسبية التي تقع فيها الإدارة. (المشهداني و طالب، 2013، صفحة 465)
- قدرة المحاسب على النقد الذاتي: فالمحاسب المبدع هو الشخص الكفؤ الذي يستطيع تطوير ذاته من حيث النقد والتهديب والتقويم المستمر للأفكار والمعلومات ووسائل التحليل التي يستخدمها. (زانا و خوشناو، 2015، صفحة 5)

**5.1 مجالات الإبداع المحاسبي:** يأخذ الإبداع المحاسبي مجالات عدة، فقد يكون إبداعا إداريا، جذريا، مخططا، جوهريا، تنظيميا، فرديا، جماعيا، داخليا أو خارجيا، غير أن مجالات الإبداع المحاسبي يمكن ذكرها على سبيل المثال في المجالات الآتية: (عمورة و شريفي، 2011، صفحة 160)

- نظام المعلومات المحاسبي.
- المفاهيم والتعاريف والفروض والاسس والقواعد والمعايير المختلفة للمحاسبة والمراجعة.
- القياس المحاسبي.
- أساليب التسجيل أو القيد، وعرض البيانات المحاسبية والقوائم المالية.
- طرق توزيع أو تحميل المصاريف المختلفة.
- أساليب إعداد وعرض القوائم المالية.
- أساليب التحليل المالي.
- تطوير البرامج الآلية المحاسبية.

**6.1 خطوات الإبداع المحاسبي:** تمر عملية الإبداع المحاسبي عبر مراحل أو خطوات نوجزها فيما يلي: (عمورة و شريفي، 2011، صفحة 160)

- استشعار المشكلات المحاسبية والنقائص والتغيرات في المعرفة والعناصر المفتقدة وعدم التناسق.
- إبراز مختلف الصعوبات وتحديد طبيعتها.

حول: الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

- البحث عن الحلول المحاسبية، وإجراء التخمينات أو الافتراضات عن النقائص والعيوب.
- إجراء اختبار الفرضيات وإعادة اختبارها للتأكد من صحتها.
- صياغة النتائج وإيصالها لمستخدميها.

## 7.1 معوقات الإبداع المحاسبي: يعترض الإبداع المحاسبي جملة من المعوقات نردها فيما يلي: (عمرة

و شريفي، 2011، صفحة 164)

- مقاومة الجهات الإدارية وعدم رغبتها في التغيير.
- الالتزام الحرفي بالنصوص والقوانين والتعليمات والإجراءات.
- عدم ملائمة المناخ التنظيمي الذي يعمل فيه المحاسب المبدع (عدم وجود قيادة إدارية في المستوى المطلوب)، وسوء انسياب المعلومات.
- ضعف التشجيع والتحفيز.
- انعدام روح العمل في جماعة.

## 2. ماهية الميزة التنافسية للمؤسسة

يعتبر مفهوم الميزة التنافسية ثورة حقيقية في عالم إدارة الأعمال على المستوى الأكاديمي والعلمي، فأكاديميا لم يعد يُنظر للإدارة كهم داخلي أو كمواجهة وقتية مع مشاكل ليست ذات بعد إستراتيجي، ولكن أصبح يُنظر للإدارة كعملية ديناميكية ومستمرة تستهدف معالجة الكثير من المشاكل الداخلية والخارجية لتحقيق التفوق والتميز المستمر للمؤسسة على المنافسين والموردين وغيرهم. (الزعبي و الجريري، 4-5 تموز 2007، الصفحات 8-9)

**1.2 مفهوم الميزة التنافسية:** ظهرت البدايات الأولى لمفهوم الميزة التنافسية في نهاية أربعينيات القرن الماضي، حيث وردت العديد من التعاريف للميزة التنافسية، فعُرفت بأنها المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة انتاج قيم ومنافع للزبائن تزيد عما يقدمه لهم المنافسون ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر الزبائن الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه المنافسون. (علي و حميدي، 2020، صفحة 329)

وهناك من يعرفها "الميزة التنافسية تعتمد على نتائج فحص وتحليل كل نقاط القوة والضعف الداخلية إضافة للفرص والتهديدات المحيطة السائدة في بيئة المؤسسة مقارنة بمنافسيها في السوق." (الزعبي و الجريري، 4-5 تموز 2007، صفحة 9)

ويعرف علي السلمي الميزة التنافسية على أنها "مجموعة المهارات والتكنولوجيات والموارد والقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها لتحقيق أمرين أساسيين هما:

- إنتاج قيم ومنافع للزبائن أعلى مما يحققه المنافسون.
- تأكيد حالة من التمييز والاختلاف في ما بين المؤسسة ومنافسيها.

وتُعرف أيضا الميزة التنافسية على أنها ميزة أو تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة اتباع استراتيجية معينة للتنافس. (علي و حميدي، 2020، صفحة 329)

من خلال التعاريف السابقة، نستنتج أن الميزة التنافسية تعني تقديم منتجات متميزة عما يقدمه المنافسون في السوق وتعمل على إرضاء الزبائن بشكل يختلف أو يزيد عنهم، وتستطيع المؤسسة الاقتصادية تحقيق ميزة تنافسية من خلال وضع إستراتيجية للتنافس مبنية على نتائج التحليل الداخلي للبيئة المحيطة بها.

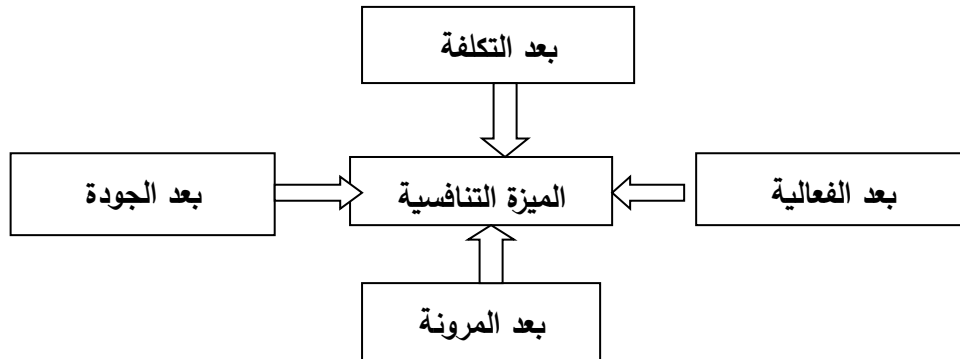
**2.2 أهمية التنافسية:** تتجلى أهمية التنافسية في تعظيم الاستفادة من المميزات التي يوفرها الاقتصاد العالمي، والعمل على التقليل من سلبياته، ويشير تقرير التنافسية العالمي إلى أن الدول الصغيرة أكثر قدرة على الاستفادة من مفهوم التنافسية من الدول الكبيرة، حيث تعطي التنافسية المؤسسات في الدول الصغيرة فرصة للخروج من محدودية السوق الصغير إلى رحابة السوق العالمي. كما تتبع أيضا أهمية القدرة التنافسية في كونها تساهم في توفير البيئة الملائمة لتحقيق كفاءة تخصيص الموارد واستخدامها وتشجيع الإبداع والابتكار بما يؤدي إلى تحسين الانتاجية وتعزيزها والارتقاء بمستوى نوعية الإنتاج ورفع مستوى الأداء وتحسين مستوى معيشة المستهلكين عن طريق خفض التكاليف والاسعار (بويعة، 2012، الصفحات 71-72)

كما تتجلى أيضا أهمية الميزة التنافسية في دراسة الإدارة الاستراتيجية إذ لا تخلو الدراسات والأبحاث ضمن الاستراتيجية من مفهوم الميزة التنافسية وهو ما دفع بعض المفكرين إلى القول بأنه يمكن اعتبار الإدارة الاستراتيجية على أنها ميزة تنافسية. وبالنسبة للمؤسسات الغير هادفة للربح يمكن أن تأخذ القرارات الصادرة عن المساهمين من خلال المزايا الإضافية التي تزودها خدماتها للمواطنين والتي ستبرر على أساسها التمويل الإضافي الذي ستحصل عليه المؤسسة. (علي و حميدي، 2020، صفحة 330)

### 3.2 أبعاد الميزة التنافسية: هناك أربع ابعاد للميزة التنافسية نوردتها في ما يلي:

- **بعد التكلفة:** وتعني قدرة المؤسسة على إنتاج وتسويق منتجاتها بأقل تكلفة مقارنة بالمؤسسات المنافسة لها، وذلك من خلال الاستخدام الكفء للطاقة الإنتاجية المتاحة لها فضلا عن التحسين المستمر لجودة المنتجات والإبداع في تصميمها، إذ يعد ذلك أساسا لخفض التكاليف ككل (وليس فقط تكاليف العمل المباشر)، والعمل على فحص ودراسة آثار كل قرار من القرارات مع تحقيق أقصى قيمة يحتاجها الزبون من المنتجات، أو تنظيم القيمة التي تقابل توقعات الزبون لتلك القيمة من المنتجات وكما يدركها الزبون نفسه. (الدوري و التكريتي، بدون سنة نشر، صفحة 5)
- **بعد الجودة:** تعد الجودة من المزايا التنافسية المهمة والتي تشير إلى أداء الأشياء بصورة صحيحة لتقديم منتجات تتلائم مع احتياجات الزبائن، حيث أن الزبون يرغب بمنتجات ذات جودة تلبى الخصائص التي يطلبها والتي يشاهدها في الإعلان. حيث يجب على المؤسسة أن تقدم منتجات ذات جودة لتلبية حاجات ورغبات الزبائن وتوقعاتهم لكي تحافظ على حصتها في السوق وتتجدد في سلوك المنافسة. (علي و حميدي، 2020، الصفحات 330-331)
- **بعد الفعالية:** بعد الفعالية هو بمثابة القاعدة الأساسية للمنافسة في الأسواق، وذلك بالتركيز على خفض المدة الزمنية والسرعة في تصميم المنتجات التي يطلبها الزبائن.
- **بعد المرونة:** المرونة هي أساس تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات، وذلك من خلال الاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يلائم رغبات الزبائن. ويمكن توضيح أبعاد الميزة التنافسية من خلال الشكل الموالي:

الشكل 1: أبعاد الميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الباحثين

**4.2 خصائص الميزة التنافسية:** تتميز الميزة التنافسية بجملة من الخصائص نذكرها: (بني حمدان و وائل، 2007، صفحة 356)

- أنها نسبية (تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة).
- الميزة التنافسية تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين.
- تتبع من داخل المؤسسة وتحقق قيمة لها.
- تنعكس في كفاءة أداء المؤسسة لأنشطتها أو في قيمة ما تقدم للزبائن أو كليهما.
- تؤدي للتأثير في الزبائن وإدراكهم للأفضلية فيما تقدم المؤسسة، وتحفزهم لشراء منتجاتها.
- الميزة التنافسية تتحقق لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتجديدها.

**5.2 مصادر الميزة التنافسية:** هناك مصدرين أساسيين للميزة التنافسية هما: المصادر الداخلية والخارجية، ويمكن توضيحها كما يلي: (علي العنوم، 2009، صفحة 45)

- **المصادر الداخلية:** تتمثل أساسا في موارد المؤسسة الملموسة وغير الملموسة مثل العوامل الأساسية للإنتاج، الطاقة والمواد الأولية، قنوات التوزيع.....إلخ.
- **المصادر الخارجية:** تتشكل أساسا من متغيرات البيئة الخارجية التي تؤدي إلى خلق فرص وميزات يمكن أن تستغلها المؤسسة وتستفيد منها، كظروف العرض والطلب على المواد الأولية أو الموارد المالية أو البشرية وغيرها من الموارد.

**6.2 مؤشرات الميزة التنافسية:** هناك جملة من المؤشرات يجب أن تبرز لدى المؤسسة للدلالة على امتلاكها للميزة التنافسية، ومن هذه المؤشرات نجد: الربحية، الحصة السوقية، حجم المبيعات، رضا الزبون، قيمة السهم، تنوع المنتجات، القدرة على التصدير والفعالية. (Da Silva, Tadashi, & Kikuo, 2005, pp. 67-68) حيث يعتبر حجم المبيعات مؤشرا أكثر فعالية للدلالة على نجاح أعمال المؤسسة وعلى الحصة السوقية لها، وتسعى معظم المؤسسات إلى وضع هدف محدد لها لمقدار حجم المبيعات المراد تحقيقه، وذلك لمتابعة أداء المؤسسة ودرجة نجاحها في تحقيق أهدافها.

**3. الإبداع المحاسبي كأداة لدعم وتنمية الميزة التنافسية لدى المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت (دراسة ميدانية)**

إن تبني المؤسسة الاقتصادية خيار الإبداع المحاسبي كاستراتيجية تنافسية يعني العمل على تطوير وترقية مهارات وكفاءات محاسبيها، فهي مطالبة بالاستثمار في الموارد البشرية لديها من أجل الحفاظ على

حول: الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

حصتها السوقية وإرضاء زبائنها. هذا ما سنتناوله في هذا الجانب من البحث، حيث سنتطرق إلى العلاقة بين متغيرات الدراسة من خلال إبراز دور الإبداع المحاسبي في تنمية الميزة التنافسية لدى المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت.

**1.3 مصادر جمع البيانات وأدوات الدراسة:** بالنسبة للجانب النظري للدراسة فتم الاستعانة بمجموعة من المصادر ممثلة في بعض الكتب، المقالات والأطروحات، أما في الجانب الميداني للدراسة فقما باستخدام أداة استبيان لجمع المعلومات من عينة الدراسة. حيث تم تقسيم الاستبيان إلى جزئين، الجزء الأول يتناول البيانات الشخصية والمهنية لعينة الدراسة، والجزء الثاني تم تخصيصه لمحاوَر الدراسة:

**المحور الأول:** أهمية الإبداع المحاسبي بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية

**المحور الثاني:** دور الإبداع المحاسبي في تنمية الميزة التنافسية لدى المؤسسة الاقتصادية.

**2.3 مجتمع وعينة الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في الموظفين في ميدان المحاسبة والمدراء الماليين والتسويقيين في المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت. وقد تم اختيار عينة مقصودة من هذا المجتمع، والجدول الموالي يوضح عدد الاستبيانات الموزعة، المسترجعة والمقبولة للتحليل.

**الجدول 1: عدد الاستثمارات الموزعة والمسترجعة**

النسبة	عدد الاستثمارات المسترجعة الصالحة للتحليل	عدد الاستثمارات الموزعة	اسم المؤسسة
%100	06	06	شركة الحديد والصلب SOTREFIT
%100	05	05	شركة تعليب المياه TOUSNINA LEJDAR
%100	03	03	مؤسسة المطاحن الكبرى لفرندة
%100	04	04	مؤسسة LAITERIE SIDI KHALED TIARET
%100	10	10	شركة توزيع الكهرباء والغاز للغرب تيارت
%100	08	08	مؤسسة صناعة البطاريات الكهربائية - السوقر
%100	03	03	المؤسسة الوطنية للسباكة تيارت ALFET
%100	04	04	مؤسسة صناعة البلاط - تيارت -
%100	02	02	مؤسسة المطاحن - مهدية -
%100	45	45	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول السابق أنه تم توزيع 45 استمارة استبيان على موظفي مصلحة المحاسبة والمالية في بعض المؤسسات الاقتصادية الموجودة في ولاية تيارت، وتم استرجاع 45 استمارة بنسبة 100% كلها صالحة، وهي نسبة جيدة للتحليل. وقد استخدم الباحث مقياس Likert الثلاثي لمعرفة اتجاهات إجابات المستجوبين بخصوص دور الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية لدى المؤسسات الاقتصادية، والجدول الموالي يوضح درجات المقياس والفئة التي يقع فيها المتوسط الحسابي لكل درجة.

الجدول 2: مقياس Likert الثلاثي

الاتجاه	نادرا	أحيانا	دائما
الدرجة	1	2	3
فئة المتوسط الحسابي	[1.66 - 1]	[2.33 - 1.67]	[3 - 2.34]
دور الإبداع المحاسبي	ضعيف	متوسط	عالي جدا

المصدر: من إعداد الباحثين

تم حساب حدود الفئات عن طريق حساب المدى حيث: المدى = القيمة الكبرى - القيمة الصغرى. أي المدى = 1-3 = 2، طول الفئة = المدى / عدد التكرارات أي طول الفئة = 3/2 = 0.66 ومنه نضيف الطول 0.66 بالتدرج إلى الفئات ابتداء من الفئة الأولى لنحصل على فئات المتوسط الحسابي الموافقة لكل دور كما هو موضح في الجدول السابق.

**3.3 صدق وثبات الاستبيان:** تم التحقق من صدق الاستبيان من خلال عرضه على مجموعة من المحكمين من أساتذة ومهنيين في ميدان المحاسبة والمالية، وذلك للحكم على مدى صلاحيته كأداة لجمع البيانات، وتم الأخذ بنصائحهم مع إجراء التعديلات المطلوبة ليخرج الاستبيان في صورته النهائية القابلة للتوزيع على عينة الدراسة.

ولاختبار ثبات الاستبيان تم حساب معامل ألفا كرونباخ، والجدول التالي يوضح النتائج كما يلي:

الجدول 3: معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

الرقم	محاور الاستبيان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	الصدق
01	أهمية الإبداع المحاسبي بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية.	04	0,816	0,903
02	دور الإبداع المحاسبي في تنمية الميزة التنافسية لدى المؤسسة الاقتصادية.	10	0,714	0,844
	جميع المحاور	14	0,745	0,863

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) أن معاملات ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان تتراوح بين ( 0,668 و 0,824) وهي معاملات مقبولة، وكذلك معامل ألفا كرونباخ لجميع محاور الاستبيان بلغ ( 0,745 ) وهذا يدل على أن قيمة الثبات مقبولة، وكذلك قيمة معامل الصدق والذي يمثل الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ، لجميع محاور الاستبيان تتراوح بين (0.817-0.907)، في حين قيمة معامل الصدق لمحاور الاستبيان مجتمعة بلغت ( 0,863 ) وهي قيمة جيدة تدل على أن أداة الدراسة ذات صدق كبير مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار فرضياتها.

#### 4.3 خصائص أفراد مجتمع الدراسة: نوضحها من خلال الجدول التالي:

الجدول 4: خصائص أفراد مجتمع الدراسة

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية	المجموع
الوظيفة	مدير تسويق	8	%17.77	45
	محاسب	32	%71.11	
	مدقق داخلي	5	%11.11	
الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	10	%22.2	45
	6 إلى 10 سنوات	26	%57.77	
	أكثر من 10 سنوات	09	%20.0	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة والمتمثلين أساسا في المحاسبين بنسبة %71.11، ومديري التسويق بنسبة %17.77 والمدققين الداخليين يمثلون نسبة %11.11 من إجمالي

المبحوثين، حيث نجد أن 57.77 % منهم يمتلكون خبرة مهنية تتراوح ما بين 6 و 10 سنوات، في حين نسبة الذين تقل خبرتهم المهنية عن 5 سنوات تقدر بـ 22.2%

### 5.3 تحليل نتائج الدراسة

أ. تحليل نتائج المحور الأول: سنقوم بتحليل نتائج فقرات المحور الأول من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري من أجل تحديد اتجاه آراء أفراد العينة، ومعرفة درجة أهمية الإبداع المحاسبي بالنسبة للمؤسسة، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول 05: نتائج فقرات المحور الأول

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دائما		أحيانا		نادرا		أهمية الإبداع المحاسبي بالنسبة للمؤسسة:
		%	ت	%	ت	%	ت	
0.288	2.91	91.11	41	8.88	4	0	0	1. الإبداع المحاسبي يساهم في تحقيق الهدف العام الذي تسعى إليه المؤسسة الاقتصادية.
0.405	2.80	80	36	20	9	0	0	2. المحاسب المبدع يساعد في ترشيد عملية اتخاذ القرارات داخل المؤسسة.
0.318	2.89	88.88	40	11.11	5	0	0	3. المحاسب المبدع يساهم في تقديم إفصاحات ملائمة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها.
0.64	2.67	75.55	34	15.55	7	88.88	4	4. المحاسب المبدع يساهم في حل المشاكل المحاسبية التي تواجه الإدارة.
<b>0.252</b>	<b>2.816</b>	<b>المحور الأول</b>						

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الجدول السابق يوضح لنا نسب التوزيع التكراري وقيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لأهمية الإبداع المحاسبي بالنسبة للمؤسسة، وقد أكد أفراد العينة على ما يلي:

- هناك اتفاق تام بين أغلب المبحوثين حيث أن ما نسبته 91.11 % من أفراد عينة الدراسة وبمتوسط حسابي قدره 2.91 يؤكدون على أن الإبداع المحاسبي يساهم بدرجة عالية جدا في تحقيق الهدف العام الذي تسعى إليه المؤسسة الاقتصادية، وبالتالي يوافقون بشدة على العبارة الأولى وبانحراف معياري قدره 0.288.

حول: الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

- يرى أغلب أفراد عينة البحث ( 80 % ) بمتوسط حسابي قدره 2.80 من أصل 3 أن المحاسب المبدع يساعد في ترشيد عملية اتخاذ القرارات داخل المؤسسة.
- كما نجد أن معظم المستجوبين بنسبة 88.88% يرون أن المحاسب المبدع يساهم في تقديم إفصاحات ملائمة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها، حيث بلغ المتوسط الحسابي قيمة 2.89 من أصل 3 وهو يقع ضمن المجال الثالث الموافق لدرجة مساهمة عالية جدا، وبانحراف معياري قدره 0.318.
- ويرى 75.55% من المبحوثين أن المحاسب المبدع يساهم في حل المشاكل المحاسبية التي تواجه الإدارة، إذ بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.67.
- وبصفة عامة بالنسبة للمحور الأول المتعلق بقياس أهمية الإبداع المحاسبي بالنسبة للمؤسسة فقد اتفق أغلب المبحوثين بمتوسط حسابي قيمته 2.816 على أن درجة أهمية الإبداع المحاسبي بالنسبة للمؤسسة عالية جدا.

**ب. تحليل نتائج المحور الثاني:** سنقوم بتحليل نتائج فقرات المحور الثاني من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري من أجل تحديد اتجاه آراء أفراد العينة، ومعرفة درجة مساهمة الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول 06: نتائج فقرات المحور الثاني

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دائما		أحيانا		نادرا		الإجراءات والدراسات التي يقوم بها المحاسب المبدع قبل وأثناء دورة حياة المشروع تساهم في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة:
		%	ت	%	ت	%	ت	
0.288	2.91	91.11	41	8.88	4	0	0	5.دراسة العوامل المحددة للطلب والعرض بالنسبة للسلعة التي تنتجها المؤسسة.
0.405	2.80	80	36	20	9	0	0	6.التعرف على هيكل السوق وتركيبته وحجمه وخصائصه والإجراءات المنظمة للتعامل فيه والسلع المنافسة محلية ومستوردة.
0.318	2.89	88.88	40	11.11	5	0	0	7.دراسة حجم المبيعات من المنتجات في السوق ومدى استقرار الأسعار والسياسات التسويقية للمنافسين.
0.633	2.69	75.55	34	15.55	7	8.88	4	8.تقدير نصيب المؤسسة في السوق على ضوء الطلب والعرض وظروفها أمام المنافسين

حول: الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

								لها وتحديد معالم السياسة التسويقية المقرر إتباعها.
0.633	2.69	75.55	34	15.55	7	8.88	4	9. تحديد احتياجات المؤسسة من الموارد البشرية والمادية من آلات ومعدات إنتاجية، ونوعية التكنولوجيا المطلوبة.
0.549	2.71	75.55	34	20.00	9	4.44	2	10. إعداد القوائم المالية التي تمكن تقدير الاحتياجات المالية (تكاليف التشغيل، مصادر التمويل، كيفية سداد القروض، الأرباح والخسائر المتوقعة....)
0.753	2.58	75.55	34	8.88	4	15.55	7	11. تقييم الأداء المالي للمؤسسة ورفع مهارات التسويق لرجال البيع
0.529	2.76	80.0	36	15.55	7	4.44	2	12. تحديد السعر المناسب للبيع يساعد على تحقيق أهداف المؤسسة.
0.471	2.78	80.0	36	17.77	8	2.22	1	13. إعداد وعرض القوائم المالية الختامية.
0.471	2.78	80.0	36	17.77	8	2.22	1	14. التميز في تقديم السلعة أو الخدمة للزبون.
<b>0.351</b>	<b>2.75</b>	<b>المحور الثاني</b>						

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS22

الجدول السابق يوضح لنا نسب التوزيع التكراري وقيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة مساهمة الإجراءات والدراسات التي يقوم بها المحاسب المبدع قبل وأثناء دورة حياة المشروع في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، وقد أكد أفراد العينة على ما يلي :

- 91.11% من أفراد عينة الدراسة يرون أن قيام المحاسب بدراسة العوامل المحددة للطلب والعرض بالنسبة للسلعة التي ستنتجها المؤسسة يساهم دائما في تحقيق الميزة التنافسية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.91 من أصل 3 بانحراف معياري قدره 0.288
- معظم أفراد العينة ( 88.88 % ) بمتوسط قدره 2.89 وبانحراف معياري قدره 0.318 يؤكدون على أن قيام المحاسب بدراسة حجم المبيعات من المنتجات في السوق ومدى استقرار الأسعار والسياسات التسويقية للمنافسين يساهم بدرجة عالية في تحقيق الميزة التنافسية. في حين 11.11% يرون أن هذا الإجراء يساهم في تحقيق الميزة التنافسية بدرجة متوسطة فقط.
- 80% من المبحوثين بمتوسطات تراوحت ما بين (2.76 و 2.80) يؤكدون على أن قيام المحاسب المبدع بتحديد السعر المناسب للبيع يساعد على تحقيق أهداف المؤسسة، وكذلك التعرف على هيكل السوق وتركيبته وحجمه وخصائصه والإجراءات المنظمة للتعامل فيه والسلع المنافسة (محلية

حول: الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

ومستوردة) يساهم هذا الإجراء بدرجة عالية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة. كما أن قيام المحاسب المبدع أيضا بإعداد وعرض القوائم المالية الختامية للمؤسسة والتزامه بالتميز في تقديم السلعة أو الخدمة للزبون من شأنه أن يساهم بدرجة عالية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة وجعلها أكثر تميّزا ورواجا مقارنة بالمؤسسات المنافسة لها.

- يرى معظم المبحوثين (75.55%) أن قيام المحاسب المبدع بتقدير نصيب المؤسسة في السوق على ضوء الطلب والعرض وظروفها أمام المنافسين لها وتحديد معالم السياسة التسويقية المقرر إتباعها يساهم بدرجة عالية (بمتوسط حسابي 2.58) في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة. وكذلك قيام المحاسب المبدع بتحديد احتياجات المؤسسة من الموارد البشرية والمادية من آلات ومعدات إنتاجية، ونوعية التكنولوجيا المطلوبة وإعداد القوائم المالية التي تمكن تقدير الاحتياجات المالية (تكاليف التشغيل، مصادر التمويل، كيفية سداد القروض، الأرباح والخسائر المتوقعة...)، وقيامه بتقييم الأداء المالي للمؤسسة ورفع مهارات التسويق لرجال البيع، كل هذه الإجراءات تساهم بدرجة عالية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة.

- وبصفة عامة بلغ المتوسط الحسابي لكافة عبارات المحور الثاني قيمة 2.75 وهو يقع ضمن المجال الثالث الموافق لدرجة مساهمة عالية جدا، أي أن الإجراءات التي يقوم المحاسب المبدع قبل وأثناء دورة حياة المشروع تساهم بدرجة عالية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة بانحراف معياري قدره 0.351.

### 6.3 اختبار فرضيات الدراسة: لاختبار الفرضيات سنستخدم اختبار T للعينة الواحدة.

أ. اختبار الفرضية الأولى: تنص الفرضية الأولى على ما يلي:

**H1** : للإبداع المحاسبي دور كبير في نجاح المؤسسة الاقتصادية. ونتائج اختبار هذه الفرضية

موضحة في الجدول الموالي:

الجدول 07: نتائج اختبار T لعينة واحدة للفرضية الأولى

مستوى المعنوية sig	درجة الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	البيان المحور
0.000	44	74.901	2.81	المحور الأول

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS22

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن قيمة المتوسط الحسابي للمحور الأول تساوي 2.81 وهي تقع في المجال الثالث [2.34 - 3]، ومنه فالإبداع المحاسبي يساهم بدرجة عالية جدا في نجاح المؤسسة،

حول: الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

كما أن مستوى الدلالة المعنوية يساوي 0.000 وهو أقل من 0.05 وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة، وهذا يعني أن للإبداع المحاسبي دور كبير في نجاح المؤسسة الاقتصادية.

ب. اختبار الفرضية الثانية: تنص الفرضية الثانية على ما يلي:

**H1** : الإبداع المحاسبي يساهم في زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت.

وننتج اختبار هذه الفرضية موضحة في الجدول الموالي:

الجدول 08: نتائج اختبار T لعينة واحدة للفرضية الثانية

البيان المحور	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجة الحرية	مستوى المعنوية sig
المحور الثاني	2.757	52.662	44	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS22

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن قيمة المتوسط الحسابي للمحور الثاني تساوي 2.757 وهي تقع في المجال الثالث [2.34 - 3]، ومنه فالإبداع المحاسبي يساهم بدرجة عالية جدا في زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية، كما أن مستوى الدلالة المعنوية يساوي 0.000 وهو أقل من 0.05 وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة، وهذا يعني أن الإبداع المحاسبي يساهم في زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت.

#### 4. الخاتمة:

تناولنا في هذه الدراسة موضوع دور الإبداع المحاسبي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، حيث تطرقنا في الجانب النظري للتعريف بمتغيرات الدراسة (الإبداع المحاسبي والميزة التنافسية)، وتم إسقاط ما توصلنا إليه في الجانب النظري على مجموعة من المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت وذلك لقياس مدى مساهمة الإبداع المحاسبي في زيادة تنافسية هذه المؤسسات. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- الإبداع المحاسبي يساهم بدرجة عالية في تحقيق الهدف العام الذي تسعى إليه المؤسسة الاقتصادية.
- المحاسب المبدع يساهم في ترشيد عملية اتخاذ القرارات داخل المؤسسة.
- المحاسب المبدع أداة فعالة للتسيير وعلاج العراقيل والمشاكل المحاسبية التي تعترض المؤسسة الاقتصادية.

حول: الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

- المحاسب المبدع يساهم في تقديم إفصاحات ملائمة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها مما يزيد من ثقتهم في المؤسسة وبالتالي زيادة تنافسيتها مقارنة بالمؤسسات الأخرى.
- الإجراءات التي يقوم بها المحاسب المبدع قبل وأثناء دورة حياة المشروع تساهم بدرجة عالية جدا في زيادة تنافسية المؤسسات الاقتصادية الناشطة في ولاية تيارت.
- وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها نقدم بعض التوصيات في النقاط التالية:
- التكوين المستمر للمحاسبين وتشجيعهم عن طريق إقامة دورات تكوينية وتظاهرات علمية في ميدان المحاسبة.
- توفير المناخ التنظيمي الملائم الذي يعمل فيه المحاسب المبدع.
- تحسيس المؤسسات الاقتصادية بأهمية الإبداع المحاسبي لتحقيق الميزة التنافسية.
- ينبغي على المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة أن تشجع وتدعم حالات الإبداع المحاسبي لديها وذلك من خلال تشجيع محاسبها على المنافسة الشريفة والبناءة.
- ضرورة التنسيق بين مختلف المصالح داخل المؤسسة الاقتصادية خاصة منها مصلحة التسويق ومصلحة المحاسبة لدراسة الأسعار والأسواق لتحقيق الميزة التنافسية.

## 5. المراجع

### المؤلفات:

- جمال أحمد الدوري، و اسماعيل يحي التكريتي. (بدون سنة نشر). دور الأنشطة المحاسبية في تحقيق الميزة التنافسية لتجاوز الأزمات في المنظمات. جامعة عمان الأهلية (كلية العلوم الإدارية والمالية).
- خالد محمد بني حمدان ومحمد إدريس وائل. (2007). الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي: منهج معاصر (المجلد الأول). عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
- سليم بطرس جلدة وزيد منير عبوي. (2005). إبداع الإدارة والابتكار. الاردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
- نادية هايل السرور. (2002). مقدمة في الإبداع. الأردن: دار وائل للطباعة والنشر.

### الأطروحات:

- عبد الوهاب بويعة. (2012). دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال -موبيليس-)، ماجستير في علوم التسيير. جامعة قسنطينة، الجزائر.
- محمد بن مبروك عجيلة. (2009). دور الإبداع المحاسبي والمحاسبين في التسيير واتخاذ القرار (دراسة حالة الجزائر)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. جامعة البليدة.
- محمد فوزي علي العتوم. (2009). رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على قطاع صناعة الأدوية الأردني، ماجستير في إدارة الأعمال،. الأردن: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.

### المقالات:

حول: الابداع والابتكار في منظمات الأعمال الحديثة توجه استراتيجي لتحقيق التميز في الأداء

- بشرى المشهداني، و حسين طالب. (2013). دور المحاسب الإداري في تنفيذ آليات حوكمة الشركات. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد (العراق)، المجلد 19(71) .
- جمال عمورة، و أحمد شريقي. (ديسمبر، 2011). دور وأهمية الإبداع المحاسبي والمالي في عملية الإفصاح عن المعلومات المحاسبية والمالية. مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، المجلد 02(01) .
- حسن عبد السلام علي، و يوسف ممدو حميدي. (جوان، 2020). دور المبادئ الأخلاقية للمحاسب الإداري في تحقيق الميزة التنافسية بالمصارف التجارية. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة أم البواقي، المجلد 07(01) .
- رمضان محمد محمود. (2005). الإبداع المحاسبي. ملتقى أدوار المحاسبين ومراقبي الحسابات في قرارات الإدارة وتنمية الموارد. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، مصر .
- عبد خلف عبد الجنابي ومقداد أحمد نوري. (2014). دور الجانب الأخلاقي للمحاسب الإداري في جودة المعلومات المحاسبية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد (العراق)، المجلد 20(79) .
- محمد بن مبروك عجيلة. (2013). معوقات ومحفزات الإبداع المحاسبي في منظمات الأعمال -أفاق مستقبلية-. مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، المكز الجامعي تامنغست (الجزائر) .
- محمد بن مبروك عجيلة. (2014). معوقات ومحفزات الإبداع المحاسبي في منظمات الأعمال "الواقع والمأمول. مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 20 .
- محمد بن مبروك عجيلة وأحمد قنيع. (2020). متطلبات الإبداع المحاسبي في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جامعة الوادي (الجزائر). مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، المجلد 11(01) .

- Da Silva, J. G., Tadashi, O., & Kikuo, N. (2005). Looking through and beyond the TQM horizon: Lessons learned from world-class companies. *The TQM Magazine, Vol17 (01)* .

**المداخلات:**

- رمضان محمد محمود. (2005). الإبداع المحاسبي. ملتقى أدوار المحاسبين ومراقبي الحسابات في قرارات الإدارة وتنمية الموارد. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، مصر .
- علي فلاح الزعبي وماجد عبد العزيز الجريبي. (4-5 تموز 2007). بحث علمي مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس لكلية العلوم الإدارية والمالية في جامعة فيلادلفيا.
- صادق زانا ونصرت خوشناو. (2015). أثر إدارة المعرفة والإبداع في المجال المحاسبي في رفع كفاءة منظمات الأعمال من منظور مستقبلي. ، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر حول إدارة الابتكار في الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة (الأردن).