

دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية في مدينة جدة

The role of electronic accounting in developing entrepreneurial behavior and competitive advantage in pharmaceutical companies in the city of Jeddah

إعداد: الباحث/ عبد الرحمن خالد العتيبي

ماجستير محاسبة حكومية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية

Email: abdurahhman.19@gmail.com

مستخلص البحث:

هدف البحث إلى التعرف على دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية، وأهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية، وأثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية، وأثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية. استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة البحث من (47) من العاملين في شركات الأدوية بمدينة جدة خلال الفصل الدراسي الثاني 1443 (2022)، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وكانت أهم نتائج الدراسة: أن موافقة أفراد عينة البحث على أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية كانت بدرجة (أوافق بشدة) بمتوسط حسابي (4.38) وانحراف معياري (0.52). أن موافقة أفراد عينة البحث على أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية كانت بدرجة (أوافق) بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.69). وقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.28- 3.76) وتراوحت الانحرافات المعيارية بين (0.75- 0.96). أن موافقة أفراد عينة البحث على أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية كانت بدرجة (أوافق بشدة) بمتوسط حسابي (4.35) وانحراف معياري (0.67). ويوصي البحث بضرورة تطبيق المحاسبة الإلكترونية في الشركات لتحسين جودة الخدمات المقدمة، واستخدام برامج محاسبية تساهم في رفع كفاءة العمليات في الشركات، وإنشاء أقسام متخصصة من خلال المحاسبية الإلكترونية تدعم الميزة التنافسية للشركات، ووضع خطط واضحة ودقيقة للعمل من خلال البرامج المحاسبية.

الكلمات المفتاحية: دور المحاسبة الإلكترونية، تنمية السلوك الريادي، الميزة التنافسية.

The role of electronic accounting in developing entrepreneurial behavior and competitive advantage in pharmaceutical companies in the city of Jeddah

Abstract

The research aimed to identify the role of electronic accounting in developing entrepreneurial behavior and competitive advantage in pharmaceutical companies, the importance of applying electronic accounting in pharmaceutical companies, the impact of applying electronic accounting on entrepreneurial behavior in pharmaceutical companies, and the impact of applying electronic accounting on competitive advantage in pharmaceutical companies. The research used the descriptive analytical method, and the research sample consisted of (47) employees of pharmaceutical companies in the city of Jeddah during the second semester of 1443 (2022), and the questionnaire was used as a tool for collecting data. The most important results of the study were: The agreement of the research sample members on the importance of applying electronic accounting in pharmaceutical companies was to a degree of (strongly agree) with an arithmetic mean (4.38) and a standard deviation (0.52). The agreement of the research sample members on the impact of applying electronic accounting on entrepreneurial behavior in pharmaceutical companies was to the degree of (Agree) with an arithmetic mean (4.08) and a standard deviation (0.69). The arithmetic means ranged between (4.28-3.76) and the standard deviations ranged between (0.75-0.96). The agreement of the research sample members on the impact of applying electronic accounting on the competitive advantage in pharmaceutical companies was to the degree of (strongly agree) with an arithmetic mean of (4.35) and a standard deviation of (0.67). The research recommends the necessity of applying electronic accounting in companies to improve the quality of services provided, using accounting programs that contribute to raising the efficiency of operations in companies, creating specialized departments through electronic accounting that support the competitive advantage of companies, and developing clear and accurate plans for work through accounting programs.

Keywords: The Role of Electronic Accounting, Developing Entrepreneurial Behavior, Competitive Advantage.

1. مقدمة:

تعد المعلومات المحاسبية أساساً لصنع واتخاذ القرار الرشيد. فبالاعتماد على المعلومات الصحيحة المطابقة للواقع نستطيع الوصول إلى قرار جيد صائب. ومن أهم تلك المعلومات: المعلومات المحاسبية، فهي تأتي على رأس المعلومات، وتأخذ قدراً من الأهمية يفوق المعلومات الأخرى. والمعلومات المحاسبية كثيرة ومتشعبة داخل الشركة، ومن ثم يجب تصنيفها حسب ما يحتاج إليه متخذ القرار والأطراف الخارجية، كما يجب التحسين المستمر من أجل تحقيق أفضل خدماتها، ومن بين الحلول المعتمدة نظام المعلومات المحاسبي الإلكتروني، ولكن هذا لا يعني أن تبحث الشركة دوماً عن نظم معلومات محاسبية ذات جودة عالية دون الانتباه إلى التكاليف التي تولدها هذه التكنولوجيا، فالمقابلة بين عائد نظام المعلومات المحاسبي والتكاليف المرتبطة عنه لضمان كفاءة وفعالية سير العمل داخل الشركة (عجمي، 2011، ص16).

كما يتطلب مستقبل الشركات اليوم الوعي والالتزام بمواردها غير الملموسة والذي يعتبر استثماراً على المدى الطويل في بيئتها التنافسية، والعمل على التطلع للمورد الذي يسمح بخلق أفكار جديدة وسلوكيات تؤدي إلى ما يسمى بالسلوك الريادي الذي يعتبر أحدث المفاهيم الإدارية، حيث جاء هذا الأخير لتفعيل أداء المورد البشري وبالتالي تحقيق أهداف الشركة والنجاح والتميز.

ومما لا شك فيه أن الإدارة تعتبر حجر الأساس داخل الشركة وتطورها من تطور الشركة والأفراد على حد سواء، ومن أجل استمرارية هذا التطور لابد من استمرارية الريادة في إيجاد حلول بديلة للمشاكل التنظيمية من قبل مختلف المستويات الإدارية والعاملين في الشركة. وهنا يظهر دور السلوك إذا ما أدركنا أن التغيير والتطوير في فعالية التنظيم وأهدافها وعملياتها وأداء العاملين هو ما تسعى إليه أي شركة، وإذا كانت المؤسسات بأنواعها بحاجة للريادة، فإن الشركات ذات الطابع الإداري بشكل خاص أكثر حاجة لتنمية السلوك، لما تواجهه من تحديات سياسية وقانونية واقتصادية تتسارع بشكل سريع بحيث تعد تنمية السلوك في هذه الشركات من أهم العناصر الرئيسية القادرة على إحداث التطوير والتنمية (محمود، 2019).

ولقد أدركت الدول المتقدمة أهمية توفير متطلبات استدامة الميزة التنافسية بهدف جسر الهوة بين الواقع والمتوقع في مستوى أداء الشركات، لكن الدول العربية بشكل عام لا زالت تتجاهل إدارة الفرص، في الوقت الذي يستوجب مواكبة كل ما هو جديد لتحقيق الميزة التنافسية (صيام، 2013، ص22).

ومن ثم يسعى البحث الحالي إلى التعرف على دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية.

1.1. مشكلة البحث:

تعتبر دراسة نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية من الأمور الضرورية في مختلف الشركات، مما دفع الشركات إلى تطوير نظمها المحاسبية، وذلك باستخدامها "تكنولوجيا المعلومات"، والتوجه نحو "الحوكمة الإلكترونية"؛ من أجل تحقيق السرعة والدقة وتوفير المعلومات اللازمة لإدارة المال. وقد فرضت التحولات والتغيرات نتيجة الثورة الرقمية والمعلوماتية واقعا جديداً يلزم على الشركات تبني مفاهيم جديدة للتكيف مع هذه التغيرات، من أهمها السلوك الريادي الذي يعد ضرورة ملحة لتقدم الشركة وبقائها إذ يسهم بشكل حاسم في التفاعل مع التغييرات ويخلق فرصاً للميزة التنافسية مع المؤسسات الأخرى.

وليس خفياً على أحد أن الشركات اليوم أصبحت تعمل في بيئة أكثر تنافسية من السابق، مما يملّي على كافة المنظمات ضرورة المبادرة لاستخدام كل ما هو متاح من المفاهيم الإدارية المعاصرة، التي تساعد المنظمات على تحقيق ميزة تنافسية والارتقاء بأدائها نحو الأفضل، ومن هذا المفاهيم، مفهوم التسويق الداخلي (بيرم، 2016).

إن اهتمام المؤسسات الحديثة في قطاع الأعمال بإدارة الموارد البشرية والتي تعنى بالعنصر البشري، من الأمور التي احتلت الحيز الكبير ضمن نشاطاتها المتعددة، والتي تعتبر من الركائز الأساسية التفاعلية في البيئة الداخلية للمؤسسة، مما ينعكس على نجاحات الشركة مع عملائها و جماهيرها الخارجية، وهذا يؤدي إلى امتلاكها للميزة التنافسية بين القطاعات التنافسية (المجالّي والشبابية والمجالّي، 2016).

مما سبق، فقد تم تناول موضوع المحاسبة الإلكترونية بغرض الإجابة عن كثير من الأسئلة التي قد تلوّح حول شكل العلاقة التي ترتبط بالموضوع وطبيعة تلك العلاقة.

ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس:

ما دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية؟

2.1. أسئلة البحث:

بعد التعرض لمشكلة البحث فإنه يمكن أن تحدد أسئلة الدراسة من خلال السؤال الرئيسي:

ما دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية؟

وينبثق منه الأسئلة الفرعية التالية:

- 1) ما أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية؟
- 2) ما أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية؟
- 3) ما أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية؟

3.1. أهداف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية، ويمكن ذكر أهداف الدراسة على النحو التالي:

- 1) التعرف على أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية.
- 2) التعرف على أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية.
- 3) التعرف على أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية.

4.1. أهمية البحث:

- الأهمية النظرية: تتبع أهمية البحث النظرية من خلال ما يلي:

- 1) يأتي البحث استجابة للتوجهات العالمية التي تنادي بأهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية.
- 2) ندرة الدراسات التي تناولت- على حد علم الباحث- التي تناولت علاقة المحاسبة الإلكترونية وكل من السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية بالمملكة العربية السعودية.

(3) تفيد المحاسبين في الشركات المختلفة في تطبيق المحاسبة الإلكترونية التي تتناسب متطلبات القرن الحادي والعشرين.

- الأهمية التطبيقية: تنبع أهمية الدراسة التطبيقية من خلال ما يلي:

- (1) تفيد نتائج البحث الباحثين في مجال المحاسبة لإجراء بحوث أخرى تتناول تأثير المحاسبة الإلكترونية على متغيرات أخرى في شركات الأدوية.
- (2) تفيد نتائج البحث في تقديم حلولاً للمشكلات التي تعاني منها شركات الأدوية (مجتمع الدراسة) من خلال التطبيق الميداني لدور المحاسبة الإلكترونية في رفع مستوى السلوك الريادي والميزة التنافسية لشركات الأدوية السعودية.
- (3) قد تفيد نتائج البحث الباحثين في مجال المحاسبة؛ حيث أنها من الدراسات الأولى- على حد علم الباحث- التي تهتم بالعلاقة التي بين المتغيرات (المحاسبة الإلكترونية- السلوك الريادي- الميزة التنافسية)، وهذا يفتح آفاقاً لدراسات مستقبلية.

5.1. مصطلحات البحث:

- (1) **المحاسبة الإلكترونية:** تعرف المحاسبة الإلكترونية: "نظام محوسب يقوم بجمع البيانات المالية وتسجيلها وتخزينها ومعالجتها لإنتاج المعلومات لصناع القرار، وهي تشمل المستخدمين والإجراءات والبيانات والتعليمات والبرمجيات والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والضوابط الداخلية والتدابير الأمنية" (أبو شمالة، 2015).
- (2) **السلوك الريادي:** يعرف السلوك الريادي بأنه: "عمليات دعم واستثمار لاكتساب الإمكانيات والمحافظة على الزبائن، وذلك من خلال الفرق المبدعة لأجل التعامل مع المخاطر، ورفع قيمة المصادر وخلق قيمة أفضل" (Morris, 2002, Schindehutte and LaForge).
- ويعرف بأنه: "التوجهات الرئيسية للتطورات الحديثة في الفكر والممارسات التسويقية من جهة، والتطورات الحديثة في الفكر وممارسات الريادة من جهة أخرى" (الجارى، 2018). ويعرف بأنه: "مجموعة من الأنشطة الحيوية التي تقود إلى الإبداع والابتكار" (داوود وحسن، 2016).
- (3) **الميزة التنافسية:** تعرف الميزة التنافسية: "الموقع الفريد طويل الأمد الذي تطوره المؤسسة لنفسها من خلال أداء أنشطتها بشكل فعال، واستثمار قوتها الداخلية باتجاه تقديم منافع ذات قيمة فائقة لعملائها لا يستطيع منافسوها تقديمها" (القطب، 2012).

2. الإطار النظري والدراسات السابقة:

1.2. الإطار النظري:

1.1.2. المحاسبة الإلكترونية:

مكونات نظم المعلومات المحاسبية:

وترتبط مكونات نظم المعلومات المحاسبية بعدد من الأجزاء المادية والبشرية. ويعتمد النظام على العامل البشري مادام كان تشغيل البيانات يدوياً، وحتى لو كان هناك عدد محدود من الوسائل التي تساعد على القيام بالعمل المحاسبي لكنها وسائل آلية بسيطة أو شبه آلية.

لكن الأمر مختلف -تمام الاختلاف- مع التجارة الإلكترونية؛ إذ يتطلب الأمر حتمية استخدام الوسائل الإلكترونية، كالإنترنت الذي هو أهم هذه الوسائل.

والأمر يُحتمُّ على نظام المعلومات المحاسبية أن يعتمد بصورة كُليّة على التشغيل الإلكتروني للبيانات؛ حيث إن العديد من البيانات يجب أن يتم باستخدام الحاسبات وملحقاتها، وهذا مطلوب في كل وسائل العمل في التجارة الإلكترونية. وتتمثل مكونات نظام المعلومات المحاسبية في الآتي (زياد والحبيطي، 2003، ص17):

أولاً: مجموعة الأفراد المؤهلين:

من المعروف أن الأفراد أحد المكونات الأساسية لنظام المعلومات المحاسبية، ويصبح الأفراد مكوناً أكبر أهمية في ظل العمل لأغراض التجارة الإلكترونية. لاسيما الأفراد المؤهلين علمياً وعملياً، الذين يملكون القدرة على أداء العمل المحاسبي باستخدام التقنيات الحديثة، خاصة في حال زيادة البيانات والمعلومات التي يتطلب تجميعها وتشغيلها وتوصيلها إلى الجهات المعنية. وفي حال ما إذا تعدد الجهات التي تكون لها علاقات مع الوحدة الاقتصادية التي يتم العمل فيها. ولما كان عنصر (الأفراد) له من الأهمية في إدارة عمل نظم المعلومات المحاسبية ما له؛ توجّب على فإن نظام المعلومات المحاسبية أن تضم العناصر التالية:

- 1- المحاسبون على اختلاف مستوياتهم الوظيفية: (مديرو الحسابات، المحاسبين، معاونو المحاسبين، كُتاب الحسابات). حيث إن هؤلاء هم الذين يتحملون مهمة القيام بجميع الأعمال المحاسبية، من: تسجيل، وتبويب، وتلخيص، ثم عرض البيانات المحاسبية، والمساعدة في برمجتها على الحاسبة الإلكترونية، وأخيراً التأكد من دقة تلك البيانات. وكل ذلك يتم بشكل دوريّ ومستمر.
- 2- مصممو نظم المعلومات المحاسبية، ومحللو تلك المعلومات: وهؤلاء هم الذين يتحملون مسؤولية القيام بتصميم نظم المعلومات المحاسبية وتحليلها.
- 3- المحللون الماليون. وهم الذين يقومون بتحليل القوائم المالية الأساسية والإضافية التي ينتجها نظام المعلومات المحاسبية في الوحدة الاقتصادية، وتحليل أي بيانات أخرى لها علاقة بعمل نظام المعلومات المحاسبية.
- 4- المبرمجون: وهم القائمون على عمليات البرمجة التي يتطلبها عمل الحاسبات الإلكترونية.

ثانياً: أجهزة الحاسوب:

تُعدّ أجهزة الحاسوب وسيلة أساسية في عمل نظام المعلومات المحاسبية عند العمل، خاصة مع التجارة الإلكترونية؛ وذلك لأنه لا يتم العمل -على الوجه الصحيح الدقيق- إلا أجهزة الحاسب الآلي؛ إذ إنها هي وحدها التي تقوم بتشغيل البيانات ومعالجتها بالسرعة والدقة المرجوتين، وهي -أيضاً- التي تساعد على إجراء الاتصال بالجهات يتم التعامل معها، وتوصيل البيانات والمعلومات اللازمة لها.

هذا، ويمكن أن يؤدي استخدام أجهزة الحاسوب في عمل نظم المعلومات المحاسبية إلى الاستفادة من الخصائص التالية: (العبدلي، 2003).

- 1- يسمح جهاز الحاسوب بتشغيل البيانات المحاسبية بطريقة مرنة، بحيث نستطيع من خلاله -في وقت قصير- إنتاج معلومات بالغة الدقة، ومتعددة كمّاً ونوعاً.

يعني: أن استخدام الحاسوب يساعد على تحقيق الخصائص النوعية الرئيسية في المعلومات المحاسبية بطريقة ملائمة وبنقّة كبيرة.

- 2- يؤدي استخدام الحاسوب إلى تحقيق الرقابة الداخلية والذاتية على تنفيذ العمليات. بحيث يُمكننا من تلافي الأخطاء في مراحل التشغيل المختلفة أو لآبأول؛ ذلك لأن الحاسوب يتضمن لنا وسائط للضبط والرقابة والتحقق من النتائج.
- 3- يساعد استخدام الحاسوب على إنجاز الأعمال الحسابية والإدارية بسرعة، ومن ثم فإنه يؤدي إلى تخفيض التكاليف. مقارنة بالحالات التي تقوم عليها العمالة اليدوية، إذ تزداد فيها التكلفة عن تكلفة التشغيل الآلي. ومن أجل هذا فإنه يرى كثير من مصممي النظم المحاسبية أن أي آلة مكتبية يجب أن تُعطي عائداً يغطي تكلفتها في سنة أو سنتين، ويتجسد هذا العائد في المبالغ التي توفرها الآلة التي تغني عن الموظفين البشريين.
- 4- يمكن- باستخدام الحاسوب- إنتاج مستندات متعددة بعملية آلية واحدة. وقد تكون هذه المستندات نسخاً متعددة من مستند محاسبي واحد، أو تكون مستندات وسجلات محاسبية تستخدم لاستيفائها نفس البيانات.
- 5- استخدام الحاسوب يساعد في تطبيق أساليب معرفية أخرى تساعد على إنشاء نظام متكامل للمعلومات المحاسبية والإدارية، وتفتح آفاقاً جديدة للأبحاث والدراسات العلمية. ومن هذه الأساليب: أساليب بحوث العمليات وتزواجها.
- 6- يوفر التشغيل الآلي للبيانات كمية كبيرة من المعلومات المحاسبية وغيرها من المعلومات التي يمكن استخدامها في أغراض متنوعة، مثل: التخطيط، والرقابة، واتخاذ القرارات.
- 7- يوفر التشغيل الآلي للبيانات وقتاً وجهداً كبيرين؛ حيث تُكْتَب البيانات فيه- مرة واحدة، بحيث يتم إدخال البيانات في المرة الأولى، ثم يتم تغيير البيانات الموجودة في جميع الملفات المتعلقة بها مباشرة في نفس الوقت، إذا استجرت تغييرات في تلك البيانات. ويتم استخراج التقارير تلقائياً.
- 8- يستفاد من أجهزة الحاسوب من خلال قدرتها التخزينية وسرعة استرجاع المعلومات للحاسوب. وإذا كانت ثم مخاطر يمكن أن تترتب على تركيز المعلومات في جهاز واحد؛ إذ يحتمل أن يتعرض للاختراق؛ فإن حماية هذه المعلومات من هذه الأخطار هو السبيل الوحيد والعملي للحفاظ عليها، ومثل هذه المسؤولية تقع على عاتق رؤساء الوحدات الاقتصادية التي تتعامل بالمعلومات وتحفظها في مختلف وسائط الحفظ.
- 9- يهيئ استخدام الحاسوب فرصة عظيمة للوحدات الاقتصادية في بناء هيكلها التنظيمية بشكل أكثر مرونة؛ فغالباً ما يحدث للوحدات التي لا تعتمد على الحاسوب تأخر في معالجة المعلومات وتوصيلها خلال الهيكل التنظيمي. وفي مثل هذه الحالة فإن استخدام الحاسوب من شأنه أن يساعد في تلافي هذا التأخير بما يوفره من مرونة في اختيار الهيكل التنظيمي الملائم.

ثالثاً: البرمجيات:

تشمل البرمجيات تلك التعليمات التشغيلية التي تُوجّه للحاسوب، فيقوم بتنفيذها؛ حتى نصل إلى الهدف المطلوب. وهناك نوعان أساسيان من البرمجيات، يجب التفريق بينهما، هما: برامج النظام - برامج التطبيقات. (محمد وحمام، 2000).

ومن أهم أنواع البرمجيات ما يلي (يحيى والحبيطي، 2003):

- 1- البرامج المعيارية. وهي تلك البرامج التي ينفذها الحاسوب.
- 2- البرامج (التطبيقات) الجاهزة.
- 3- البرامج المترجمة.
- 4- البرامج المساعدة.
- 5- أنظمة تشغيل الأقراص

وتشمل برامج التشغيل (التطبيقية) جميع البرامج التي نستخدمها في إنشاء نظام المعلومات المحاسبية داخل الوحدة الاقتصادية. ومن خلال تلك البرامج يمكن تنفيذ عدد من الأوامر لينفذها الحاسوب معتمدًا على التعليمات التي سبق أن غُذّي بها. وبهذا نستطيع استقبال البيانات المتنوعة لنوجهها -حسب العمليات المحاسبية المطلوبة- حتى نصل إلى استخراج المعلومات المطلوبة.

رابعاً: قاعدة البيانات:

تتكون قاعدة البيانات المحاسبية من عدد من الملفات التي ترتبط بعضها مع بعض بشكل منطقي، وتكون هذه الملفات مخزونة بصورة منظمة بحيث يسهل وصول البرامج التطبيقية إليها بغرض معالجة البيانات. وتشكل قاعدة البيانات مكوناً أساساً من مكونات المعلومات المحاسبية؛ حيث إن وجودها يترتب عليه عدد من الفوائد، أهمها:

- 1- سهولة الوصول إلى أي بيانات يلزم معالجتها بسرعة وبطريق مباشر؛ حيث توفر قاعدة البيانات المحاسبية جميع البيانات التي لها علاقة بالأنشطة التي تقوم بها الإدارات المختلفة داخل الوحدة الاقتصادية.
 - 2- خفض تكاليف حفظ البيانات؛ وذلك لأن قاعدة البيانات تساعد على التقليل من تكرار عملية حفظ البيانات (حتى إذا تعددت وتنوعت في ملفات مستقلة) فلا نكون -مع قاعدة البيانات- بحاجة إلى تكرار الملفات ذات البيانات المتشابهة.
 - 3- تقليل الوقت والجهد المبذولين. حيث تساهم قاعدة البيانات في تحقيق التكامل بين النظم الفرعية للمعلومات في الوحدة الاقتصادية؛ لأن قاعدة البيانات تمثل مصدرًا موحدًا، ومن ثم يمكن إمداد البيانات وتبادلها فيما بين النظم الفرعية للمعلومات.
 - 4- زيادة كفاءة القرارات التي تتخذ. حيث تسهل قاعدة البيانات تجميع تلك البيانات ومعالجتها من قِبَل المستخدمين داخل الوحدة الاقتصادية، مما يساعد في تقديم المعلومات (المخرجات) بسرعة التي يتخذ القرار بناء عليها.
- وهناك طرق عديدة يمكن أن نسلكها في سبيل تنظيم قاعدة البيانات، وتُعد هذه الطرق كلها غاية في الأهمية بالنسبة لنظم المعلومات المحاسبية؛ حيث إنها تساعد على تنظيم السجلات المحاسبية المخزنة في ملفات الحاسبة الإلكترونية، لتكون هذه الملفات خير معين على إعداد التقارير المالية.

خامساً: الإجراءات:

ويقصد بالإجراءات تلك التعليمات التي يجب اتباعها عند التعامل مع نظام المعلومات، فمثلاً: برامج الرواتب. يجب اتباع إجراءات عند تشغيله، من أهمها:

- تحديد موعد تشغيل البرنامج (منتصف الشهر، آخر الشهر... إلخ)
- تحديد المسؤول عن تشغيل البرنامج.
- تحديد الموظف الذي له الحق في الاطلاع على مخرجات النظام، من: كشوف الرواتب، وإشعارات الإضافة، وغيرها (طه، 2000).

سادساً - تقنيات الاتصالات:

وتشمل تقنيات الاتصالات جميع الوسائل والأنشطة المرتبطة بنقل البيانات من موقع لآخر نقلاً إلكترونياً، باستخدام البرامج والوسائل التي تربط الحاسبات بعضها ببعض، أو تلك التي تربط الحاسبات والآلات الأخرى.

وعملية الربط هذه التي تتم بين الحاسبات وبعضها أو بين الحاسبات والآلات الأخرى؛ تتم من خلال شبكة تسمى "شبكة الحاسبات"، وهي عبارة عن "مجموعة حاسبات مرتبطة مع بعضها البعض أو مع بعض الوحدات الآلية الأخرى، كالتاشات والطابعات وغيرها، من خلال وسائط أو قنوات اتصال، بحيث يمكن لأي وحدة داخل الشبكة أن تتبادل البيانات وتستخدم الموارد المادية وغير المادية لباقي أعضاء الشبكة، مع احتفاظها بقدراتها التشغيلية الخاصة بها". وقد تتم عملية الربط بين حاسبين أو حاسب وآلة أخرى موجودين بمواقع متقاربة أو متباعدة مكانياً.

وتتنوع شبكات الاتصال إلى نوعين: (طه، 2000، ص510):-

- **النوع الأول:** الشبكات المحلية. وهي الشبكات ذات النطاق المحدود، وهذه الشبكات تغطي مواقع متقاربة مكانياً، كتلك التي تربط بين الحاسبات داخل الشركة.

- **النوع الثاني:** الشبكات المركزية. وهي الشبكات ذات النطاق المتسع. وهذه الشبكات تغطي مواقع متباعدة مكانياً، كتلك التي تربط بين حاسبات جميع فروع مصرف ما داخل الدولة، أو تلك التي تربط بين حاسوب الشركة والحاسوب بمركزها الرئيسي في دولة أخرى.

والشبكات ذات النطاق المتسع عادة ما تتم عبر خطوط لنقل الاتصالات، من خلال قنوات عدة، أهمها: الخطوط الأرضية، وأنظمة الإرسال اللاسلكية، والأقمار الصناعية الخاصة بالاتصالات. والرموز المستعملة في إرسال البيانات عبر هذه الخطوط لها تركيبة مختلفة في خصائصها عن رموز البيانات التي تستخدم مع الحاسوب، مما يتطلب ترجمة تلك الرموز من الحاسوب إلى خطوط نقل الاتصال. ثم إعادة ترجمتها عند موقع الحاسوب التالي. ويقوم بمهمة ترجمة الرموز هذه أجهزة خاصة، أهمها: أجهزة المحولات، أجهزة التحويل المتعدد.

وحتى نصل إلى صورة أكثر فاعلية لاستخدام تلك الشبكات؛ فإن الشركات تعتمد على برامج جماعية تتيح نمطاً يمكن مستخدمي الشبكة من التفاعل بسرعة من خلال عرض المستندات التي يتعاملون معها على أكثر من شاشة في نفس الوقت، ومثل هذا يتيح للمستخدمين الاطلاع على المستندات التي تطرأ على كل مستند لحظة بلحظة.

2.1.2. السلوك الريادي:

لا شك في أن الريادة موضوع رئيس في اقتصاديات الدول، سواء أكانت متقدمة أم نامية؛ إذ تساهم المشروعات الريادية في تحقيق التنمية الاقتصادية. وقد أحدث عصر المعلومات تغييرات لافتة في بيئة العمل، كما أحدثت المشاركة والتكنولوجيا زيادة في سرعة خفي التنافس بين المؤسسات المحلية والعالمية التي تسعى بأسلوب ابتكاري- إلى نشر المعلومات في إنتاج المنتجات وتقديم الخدمات الجديدة لعملائها.

كذلك فإن عصر المعلومات يُعد حافزاً لإعادة هيكلة أنماط العمل التقليدية. ونتيجة لهذا وذلك أصبح الإبداع عاملاً أساساً في التفريق بين المؤسسة الرائدة والمؤسسة الأقل ريادة، على المستوى المحلي والعالمي. (كورتل والبجيري وعباس، 2011).

مفهوم الريادي:

تعددت التعريفات التي قيلت في مفهوم "الريادي"، وذلك على النحو التالي:

- "الريادي" هو "ذلك الفرد الذي يقوم بعملية مزج بين عناصر الإنتاج المختلفة: (الموارد، العمالة، والأصول الأخرى) وهو مزج بنسب متوافقة؛ من أجل جعل قيمتها أكبر من ذي قبل". (النجار والعلي، 2005).

- أي أن الريادي يتسم بروح المبادرة وقبول مختلف المخاطر التي يمكن أن يتعرض إليها. وعلى الرغم من ذلك فإننا نراه يلجأ إلى تنظيم الآلية الاقتصادية والاجتماعية.
- الريادي هو ذلك "الشخص الذي يستطيع تنظيم وإدارة الأعمال، مع تبني المخاطرة من أجل تحقيق الربحية" (Daniel, 2004).
- الريادي هو ذلك "الشخص الذي تكون لديه مقدرة عالية على الإنجاز" مثلما أشار إليه (McClelland) بأن الريادي إنسان غير اعتيادي، يقوم بالأعمال بأسلوب مميز ومبتكر، ويظهر قدرة عالية على فهم محيطه، ويتعامل مع الآخرين بإيجابية، ويستثمر أفضل ما لديهم من قدرات؛ من أجل تحقيق مفهوم ريادة المؤسسة.
- الريادي هو ذلك "الذي يُقدّم كل ما هو جديد مبتكر في الأسواق، ويعمل على تقديم منتجات وخدمات ذات أشكال جديدة"، وتمثل الأشكال الجديدة للمنتجات والخدمات في: تقديم منتج جديد، أو خدمة جديدة، أو إحداث تغييرات جديدة على المنتج، أو الخدمة القائمة المساهمة في فتح أسواق جديدة أو تأسيس منظمة جديدة.
- والعناصر التي تشكّل مهارات الريادي في تبنيه للمخاطرة هي (Charles & Robyn, 2000):
- 1- الرؤية الثاقبة للأشياء: يجب أن يتمتع الريادي بنظرة ثاقبة وتبصراً كبيراً أثناء تنفيذ الأعمال، بحيث تضعه الرؤية الثاقبة على المسار الريادي.
 - 2- الرؤية الإيجابية للأشياء: الريادي يجب أن يمتلك رؤية مستقلة إيجابية تجاه الأشياء.
 - 3- التوقف أمام النفس من أجل تقييم الأعمال بعد إنجاز كل مهمة، وفي حال إذا لم ينجح يجب أن يفتش عن أسباب عدم الإنجاز.
 - 4- قبول المخاطرة. والتحضير لأسوأ النتائج في الأعمال والاستعداد لعدم الوصول إلى الأهداف المطلوبة. فكلما كانت المخاطرة أقل يكون الريادي مجرد عامل، وكلما زادت الخطورة يصبح ريادياً (Bostjan, 2005).
- مفهوم الريادة:**
- عُرِّفت "الريادة" بتعريفات عدة، منها:
- الريادة هي: "القيام بأنشطة فريدة؛ من أجل تلبية احتياجات الأعمال والزبائن، من خلال اكتشاف الفرص واستغلالها بعقلية استباقية، وتبني المخاطرة المحسوبة لتحقيق الأرباح.
 - الريادة هي الفعل الرئيس الذي يؤكد على الإبداع، والإنتاجية، والعمل، والنمو الاقتصادي" (Hitt et al., 2009).
 - الريادة هي: "القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة الأعمال ذات الصلة بها، بالإضافة إلى شمول مثل هذه التعاريف على بعض المفاهيم الجديدة، كالابتكار والقدرة على تحمل الأخطار" (النجار والعلي، 2005).
 - الريادة هي: عملية إنشاء شيء جديد ذي قيمة، من خلال بذل الجهد، وإنفاق رؤوس الأموال، وتخصيص الوقت، إضافة إلى تحمل المخاطر المصاحبة لذلك. ومن ثم الحصول على المكافأة مما يؤدي إلى تراكم الثروة.
- ويتبين من التعريف السابق للريادة أنه يمكن الوصول إلى الريادة من خلال أربعة جوانب رئيسية، وهي:
- إنفاق المال، وبذل الجهد، وتخصيص الوقت.
 - تحمل المخاطر المختلفة.
 - إنشاء شيء جديد ذي قيمة.

- الحصول على مختلف المكافآت.

ومما سبق؛ يمكننا أن نجمل القول بأن الريادة تعني التفرد، وتعتمد على النماذج المبتكرة -وليس العادات المتبعة- من أجل الحصول على منتجات وخدمات بطرق فريدة في سبيل إنجاز الأشياء. ومن ثم فإن الريادة عمل شيء إبداعي وليس اتباع ما يقوم به الآخرون. وقد تطور مفهوم الريادة مع تطور نظرة الدول للأهداف الاقتصادية التي تسعى لتحقيقها. حيث ترتبط الريادة بالتفرد في الدول المتقدمة، بينما ترتبط الريادة بإنشاء شيء جديد من خلال روح المبادرة وتحمل المخاطر ومن ثم تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية في الدول النامية (كورتل والبجيري وعباس، 2011).

مفهوم ريادة الأعمال:

تعرف ريادة الأعمال بأنها: "عملية يقوم من خلالها شخص بنشاط أو ممارسة؛ بغرض إنشاء مؤسسة جديدة، من أجل تحقيق أهداف اقتصادية. ويُعرف هذا الشخص بالريادي الذي يبتكر شيء ذا قيمة" (Plcak , Eroglu, 2011).

الريادة هي: "ابتكار نظم وممارسات لم تكن موجودة من قبل داخل المؤسسة، ويقوم بذلك بعض العاملين تحت إشراف المدير؛ وغرضهم من هذا: تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، وذلك عن طريق الاستغلال الأمثل لمواردها". (Mater, 2011).

الريادة: "المبادرة في تصميم وتنظيم المشاريع الجديدة أو القيام بأنشطة فريدة؛ من أجل تلبية احتياجات الأعمال من اكتشاف الفرص واستغلالها بعقلية استباقية، وتبني المخاطرة المحسوبة؛ بغرض تحقيق الأرباح من خلال: والإنتاجية، والعمل، والنمو الاقتصادي، والتأكيد على الإبداع". (National Centre for Entrepreneurship in Education, 2013).

والريادة هي: "المبادرة بتنظيم المشروعات، من خلال استغلال الفرص داخل الشركة؛ من أجل خلق قيمة جديدة أو منتج جديد". (Mudde, 2015).

والريادة هي: "قدرة العاملين على تحويل الأفكار إلى أفعال وممارسات، وذلك من خلال المبادرة بإنشاء وتخطيط وإدارة المشروعات القائمة على الإبداع والابتكار وحساب المخاطر وتنظيم الموارد اللازمة لها؛ من أجل الإسهام في التنمية الاقتصادية والاجتماعية". (مسيل وهام وإسماعيل، 2018).

هذا، وقد عرّفت المنظمات الريادية بأنها: "مؤسسات تساهم -بشكل كبير- في تنمية الاقتصاد وزيادة الدخل القومي. وذلك من خلال تقديم عدة خدمات، أهمها: تشجيع الابتكارات، وتنمية الأسواق، وخلق فرص عمل، واستخدام التكنولوجيا المتطورة لتحسين السلع وتطوير الخدمات، سواء أكان ذلك على المستوى المحلي أم الدولي" (Histrich et al, 2005).

مميزات الريادة:

لا شك في أن للريادة مميزات عديدة، أهم هذه المزايا: (كورتل والبجيري وعباس، 2011)

- 1- أن الريادة تمثل أحد المدخلات التي تساعد في اتخاذ القرارات المتعلقة باستخدام الموارد المالية والمادية المتاحة الاستخدام الأمثل؛ وذلك من أجل الوصول إلى إنتاج سلعة جديدة، أو تقديم خدمة جديدة، أو تطوير أساليب جديدة للعمليات.
- 2- أن الريادة تشكل المهارات الإدارية التي تركز على المبادرة الفردية، والتي تساعد على الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، خاصة تلك التي تحتاج إلى نوع من المخاطرة.
- 3- أن الريادة تعبر عن الجهد المبذول في سبيل التنسيق الكامل بين عمليات الإنتاج والبيع.

4- أن الريادة تساعد على الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، وبها يمكن تطبيق الأفكار الجديدة في المؤسسات، على أن يكون قد تم التخطيط لها بكفاءة عالية.

تعليم ريادة الأعمال:

تعددت التعريفات الموضوعية لـ "تعليم ريادة الأعمال"، ومن أهم هذه التعريفات: التعريف الذي وضعته منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (UNESCO)، حيث عرفت تعليم ريادة الأعمال بأنه: "إعداد الأفراد الرواد وتأهيلهم، وهو نوع من النشاط يرتبط بالسلوك الاستكشافي الذي يمكن الطلاب من الابتكار التعليمي" (جامعة يانغتسي جينغتشو 2016).

عُرّف "تعليم ريادة الأعمال" بأنه: "عملية ديناميكية أو أسلوب يقوم بها أشخاص لديهم القدرة على تحمل المخاطر والالتزام الوظيفي، وذلك بتوفير معلومات وبرامج تدريبية تقدم من أجل تربية الأفراد ذوي الأفكار الريادية؛ بغرض تحقيق ثروة مضافة من قبل (Islam, Bakar, 2014).

ويُعرّف "تعليم ريادة الأعمال" بأنه: "محاولة تهدف إلى تعزيز اكتساب مهارات معينة، مثل: تحديد الفرص، واغتنامها، واتخاذ القرارات المستنيرة لخلق أفكار مبتكرة وجديدة (Rudhumbu, et al., 2016).

ويُعرّف "تعليم ريادة الأعمال" بأنه: تطوير روح المبادرة والابتكار لدى الفرد، وذلك بإشراكه في بناء المعرفة التي تتم عن طريق اكتساب المعلومات وتوليدها وتحليلها ومعالجتها وهيكلتها؛ من أجل اتخاذ موقف إبداعي محسوب المخاطر؛ حتى يصبح الفرد -بعدها- بارعاً في بيئته، قادراً على تقديم مقترحات عمل- ذات قيمة- لنفسه ولمجتمعه، دائم السعي في الاستفادة من الفرص الجيدة". (السعيد، 2015).

عُرّف "تعليم ريادة الأعمال" بأنه: "نهج تربوي يساعد على تطوير الاتجاهات الإيجابية، وتطوير الابتكارات ومهارات الاعتماد على الذات، بحيث يصبح الفرد قادراً على اقتناص فرص عمل عصرية، بدل أن يعتمد على الحكومة في توفير الوظيفة، كما يساعد "تعليم الريادة" في توفير خريجين يثقون في أنفسهم، ويمتلكون قدرات التفكير المستقل؛ الأمر الذي يساعدهم في اكتشاف معلومات جديدة تؤدي إلى التنمية الاقتصادية". (Olorundare, Kayode, 2014).

وعُرّف "تعليم ريادة الأعمال" بأنه: "عملية تربوية منهجية منظمة تسهم في تطوير الصفات والقيم الريادية لدى طلاب التعليم الجامعي، وتخلق فيهم عقلية ريادية مبتكرة، قادرة على حل المشكلات، وتحقيق النجاحات، كما تُكسبهم مهارات العمل الحر، وتُعزّز لديهم ثقافة الإبداع والابتكار والتطوير والاستكشاف، وتنمي فيهم موهبة الاستفادة المثلى من الفرص المتاحة، وترزع رغبة المبادرة لديهم، وكل ذلك مساهمة عظيمة في سبيل تنمية ورقي مجتمعاتهم" (مسيل وهمام، 2018).

أبعاد ريادية الأعمال:

تعددت أبعاد "ريادة الأعمال" وتنوعت بتنوع نظرة الباحثين لها، واختلافها ضيقاً وسعة، وبيان ذلك على النحو التالي:

- جعل (Miller) لـ "التوجه الريادي" ثلاثة أبعاد، وهي: (الاستباقية، الإبداعية، والمخاطرة). وقد اعتمد- في ذلك- على الجهود التي كان قد قدمها (Mintzberg, 1993).
- جعل (Miller) للتوجه الريادي أبعاداً خمسة، وهي: (الاستباقية، الإبداعية، والمخاطرة)، وأضاف إليها بُعدين آخرين هما: (الاستقلالية، والمنافسة الهجومية) (Dess-2007).

وسمى كل من (Covin & Slevin) هذه الأبعاد "أنماط للسلوك الريادي"، وأشار كل منهما إلى ثلاثة أنماط للسلوك، وهي:

- 1- السلوك الاستباقي: وتمثله المبادرة بالأفعال، ثم انتظار استجابة المنافسين.
 - 2- السلوك المخاطري: ويتمثل في رغبة الشركة في تبني مشاريع ذات نسبة عالية من حيث المخاطرة، إلا أنه يتوقع معها عائد مرتفع.
 - 3- السلوك الإبداعي: ويتحقق بسعي الشركة لتكون الأولى -من بين المنظمات المنافسة- في تقديم المنتجات الأفضل، والخدمات الجديدة، وتكون -إلى جانب ذلك- شديدة التنافس الهجومي في اقتناص الفرص.
- مما سبق، يتبين أن الباحثين لم يتفوقوا على عناصر الريادة وأبعادها، بل هناك وجهات نظر متعددة حول تحديدها. إلا أن (Kyrgidou & Haghes, 2010) قد نبّها على أنه- بالرغم من اختلاف الباحثين في تحديد عناصر الريادية- إلا أن هناك مجموعة من العناصر يتفق عليها أغلب الباحثين، تلك العناصر هي: (الرؤية، والمرونة، وتقبل المخاطرة، والإبداع، وتحديد الفرص، النمو، والقابليات الدينامية، وإدارة الموارد).

استراتيجيات الريادة في الأعمال:

لقد تعددت التعريفات التي جاءت في "استراتيجيات الريادة في الأعمال"، ومن أهم هذه التعريفات: تعريف "استراتيجيات الريادة في الأعمال" هي: "الاستراتيجية التي تتبناها منظمة ما، أو تشجع عليها، أو على بعد واحد منها (على الأقل)، وأبعاد استراتيجية الريادة هي: (مثل: الإبداع، والابتكار، والتميز، وتقبل المخاطر، والمبادأة). ويكون هدف الشركة من هذه الاستراتيجية: المنافسة والتكيف مع البيئة. وقد يوضع "استراتيجية الريادة" فرد ثاقب التفكير خبير بالسوق؛ ليحقق بها نمو الشركة، وذلك من خلال: التركيز على الفرص، واتخاذ القرارات المثلى، ووضع حلول للمشكلات الثانوية. (Wheelen & Hunger, 2010).

وتعرف "استراتيجيات الريادة في الأعمال بأنها: "الاستراتيجية التي يتحقق من خلالها تطوير المنظمات، واستغلال مزاياها التنافسية الحالية، ودعم الأعمال الريادية باستغلال الفرص التي تساعد على خلق الميزة التنافسية للمنظمة في المستقبل". وعرف (Hitt et al., 2009) استراتيجية الريادة بأنها: "التكامل بين كل من: الريادة (أعمال السعي إلى الفرصة)، والاستراتيجية (أعمال السعي للميزة)، ووجهات النظر؛ من أجل تصميم وتطبيق الريادية التي تخلق الثروة". وتعرف استراتيجيات الريادة في الأعمال بأنها: "الأعمال التي تحدد المنظمات -من خلالها- الفرص الريادية، وتستغل تلك الفرص استغلالاً أمثل، خاصة تلك الفرص التي فشل المنافسون في محاولاتهم استغلالها، أو لم ينتبهوا إليها أصلاً. ومفهوم "الرؤية" يدخل في نطاق "استراتيجية الريادة"، وذلك من خلال التركيز على الرؤية الحالية للمنظمة نحو المستقبل".

وعرف (Feldman, 2005) الاستراتيجيات الريادية بأنها: "تمييز الفرص، والاستعداد لاستغلالها، وتقبل المخاطرة، وإدارتها، وتنظيم الموارد وتنسيقها لخلق الميزة التنافسية؛ وذلك من أجل تبني استغلال الفرص. وحدد (Feldman) عناصر استراتيجيات الريادة في: (التحالفات الاستراتيجية، القدرات الاستراتيجية، المخاطرة الاستراتيجية، المرونة الاستراتيجية، الفرص الاستراتيجية، ورأس المال الاستراتيجي).

وعرف (Ireland, et al., 2003) "استراتيجية الريادية" هي أن "تسعي المنظمات للوصول إلى التفوق في الأداء، وذلك عن طريق: الاستخدام الآني للريادية (السعي إلى الفرصة)، والنشاط الاستراتيجي (السعي إلى التميز). بحيث تستخدم الشركة كلاً من الريادة والنشاطات الاستراتيجية بشكل متوافق.

أي أن استراتيجيات الريادة تعني: الموازنة المستمرة بين استغلال الفرص، والسعي إلى التميز. كما نبّه (Ireland et al., 2003) إلى أن تكامل الأعمال الريادية مع الاستراتيجيات ضروري للمنظمات؛ من أجل خلق الحد الأعلى للثروة. فالجزء الريادي من الاستراتيجيات الريادية يتمثل -إذن- في تحديد الفرص التي يمكن استغلالها عن طريق الإبداع، أما الجزء الاستراتيجي بعمليته فيتمثل في تحديد الطريقة الأفضل في إدارة جهود الإبداع في المنظمات.

وقد أشار (Eisenhardt, et al., 2000) إلى أن "المرونة" تدخل في فكرة "إدارة التغيير"، ومن هنا اقترح عددًا من الإجراءات الأساسية، بها تصبح الريادة ممارسة استراتيجية قياسية. وهذه العمليات هي: (التحسين، والتكيف، والإصلاح، والتجديد، والتجريب، وتخطي الوقت).

ونجد (Kuratko et al. 2001) قدر ربط استراتيجيات الريادية بعدد من الأبعاد الريادية، منها: (استغلال توفر الفرص، والابتكار، والإبداع، والتحديث، والقدرة على إجراء التغييرات السريعة، الالتزام، التطوير، التوسع في الميزة التنافسية القدرة على النمو والاستمرارية).

مداخل إدارة ريادية الأعمال: تشكّل "ريادة الأعمال" مصدرًا مهمًا من مصادر التميز التنافسي، وهو مصدر يمكن المنظمات من التميز في الأداء. كما أن دراسة "ريادة الأعمال" تُعدّ مطلبًا ضروريًا لإدراك المهارات الجديدة والمعروفة اللازمة لقيادة الشركة نحو التجدد والتطور.

وتشمل مداخل إدارة ريادة الأعمال ما يلي:

(1) مدخل السلوك الريادي: ووفق هذا المدخل تقوم المنظمات بتحسين خدماتها، وتطوير منتجاتها؛ لتلائم بهذا جميع التغييرات والمستجدات البيئية والتنافسية. والسلوك الريادي يعمل على تشجيع المعرفة التنظيمية، ويسعى للمشاركة فيها داخل الشركة التي تعد مصدرًا مهمًا للميزة التنافسية (Ireland et al, 2008).

(2) المدخل الاقتصادي: والريادة في الاقتصاد ظهر- أول ما ظهر- من خلال نظرية "التنمية الاقتصادي"، التي أكدت أن "الرياديين" هم جور التنمية الاقتصادي؛ إذ هم الذي يخلقون التغييرات الاقتصادية، وذلك من خلال تقديم كل ما هو جديد في عالم الاقتصاد، مثل: الخدمات الجديدة، المنتجات الجديدة، طرائق الإنتاج الجديدة، الأشكال الجديدة، فتح أسواق جديدة، مصادر تجهيز جديدة (Spencer et al, 2008).

(3) مدخل القيادة الاستراتيجية: من خلال هذا المدخل يؤدي القادة أدواراً فعّالة حتى تمتلك الشركة رؤية واضحة قائمة على هيكل تنظيمي مناسب، وثقافة إدارية ونظام مكافآت؛ كل ذلك من أجل ضمان تحفيز المستخدمين والتزامهم.

(4) المدخل النفسي- الاجتماعي: لا يخفى ما للعوامل النفسية والاجتماعية -عند الأفراد- من تأثير في الأعمال الريادية، فهناك عوامل وخصائص تؤثر في المحيط الاجتماعي، وفي منظومة المعايير الاجتماعية والقيم، وفي الثقافة التي تدعم -أو تعيق- الأعمال الريادية أو السلوك الريادي. (Keat, 2008).

(5) مدخل الشركة المتعلمة: يجوز أن يسمى هذا المدخل بمدخل "التوجه نحو التغيير"؛ وذلك لأنه يشترط أن تكون الشركة ذات رؤية تسعى للريادة، وتحقيق الأداء المتوقع، والأخذ بيد العاملين ليشاركوا في وضع أساليب المنافسة المناسبة، كما أنه يتطلب استراتيجيات (المخاطر الجديدة للمنظمة) عن طريق الابتكارات. كما يتطلب عنصر "المكافأة"، من حيث هي عنصر يحقق التحفيز على تحسين الأداء. كما يستلزم القدرة على تقبل المخاطرة، بسعيها نحو تجاه التغيير اللازم للوصول إلى مرحلة "الشركة المتعلمة" (Hitt et al, 2009).

6) مدخل التوجه الريادي بالاستفادة من القدرات والموارد: يجب على الشركة أن تحدد بعض النقاط من أجل الاستفادة من القدرات والموارد الاستفادة المثلى، منها: مستوى الكثافة الريادية الذي تسعى إلى أن تكون عليه، إذا كانت الجهود الريادية لها ستوجه نحو خدمات جديدة أم أسواق جديدة، المستوى الذي يجب أن تصل إليه الشركة التي تتولى قيادة الإبداع في مقابل الشركة التابعة فيه.

هذا، ويجب الأخذ في الاعتبار أنه يتحتم على الرياديين دراسة مصادر وعمليات الاكتشاف والتقييم واستغلال الفرص، وتحديد الأفراد المنوط بهم تلك المهام؛ وذلك من أجل الاستفادة من القدرات والموارد التي تحت تصرفهم، بأقل قدر من رأس المال واقصى حد من العبقرية والارتجال.

خصائص منظمات الأعمال الريادية:

من أهم خصائص التوجه الريادي للمنظمات: (الإبداع، والمخاطرة، وعدم الاتساق، وأفضل طريقة للتنظيم، والتنافس الهجومي). وينظر إلى "ريادة الأعمال" على أنها وسيلة لتجديد القيمة، أو منح الحياة للمنظمات الموجودة، ومن ثم فإن "ريادة الأعمال" تمثل أداة للممارسة، من حيث: (تطوير الأعمال، وزيادة المغامرات، ودعم الربحية، وتحسين المنتجات، وتطوير الخدمات، وتحديث العمليات).

هذا، وللموارد غير الملموسة دور يتمثل في: تهيئة الظروف داخل الشركة للإفادة من الفرص المتاحة في بيئتها التنافسية. ولقد أكد الباحثون أن الريادة تتلاقى مع كل من: الاستباقية، والابداع، وتبني المخاطرة؛ بالإضافة إلى أنها تحت أفراد الشركة على تطوير قدراتهم، وتمتعهم بالريادية والإبداع؛ وذلك لمواكبة التغيرات والمستجدات التي تحدث في البيئة التنافسية، سواء أكانت داخلية أم خارجية. (Lau et al, 2010).

وتتمثل أبرز الخصائص لمنظمات الأعمال الريادية في (حسين، 2013):

1- الرؤية والمناخ التنظيمي: وذلك إذا امتلكت الشركة المبدعة رؤية واضحة المعالم، وتوفر الدعم الضروري لبقائها. على أنه يجب أن يمتلك الريادي رؤية ثابتة تستشرف المستقبل البعيد، بالإضافة إلى أنه يتحتم العاملين فهم مدراءهم، ومشاركتهم تحمل مسؤولية النهوض بالشركة، وتوجيهها نحو النمو (Quinn, 1985).

2- التوجه نحو السوق: لا شك أن معرفة ظروف السوق وأحواله مهمة من أجل تحقيق قيادة الإبداع، وأشار (Drucker)؛ إذ إن الفهم الواضح لحاجة الزبائن غالباً ما أن يؤدي إلى إنعاش الشركة بأفكار مغامرات جديدة. و"التوجه إلى السوق" -من حيث هو خصيصة من خصائص الريادة- لا يكون قاصراً على المؤسسات الكبيرة، بل يجب على المنظمات الصغيرة أن تسعى ليكون لديها توجه قوي نحو السوق، ويجب -كذلك- أن تعمل على أن تمتلك رافعة تشغيل أفضل في مزايا الهيكل التنظيمي (المنبسط، والمرن، والمتكيف).

3- منظمة صغيرة تمتلك هيكلًا منبسطاً: تتميز المنظمات الصغيرة ببعض الخصائص، أهمها: قلة عدد فريق العمل، وانبساط التنظيم، سيطرة الأفراد أو المجموعات الصغيرة جداً على الشركة الريادية. ولذا فإن الشركة الصغيرة تقوم بأعمال مغامراتية تناسب حجمها؛ ذلك لأن أفراد الشركة تقابلهم مشكلة صعوبة التركيز على الأهداف المتعددة؛ نظراً لقلّة عددهم. وعليه، تحاول كثير من المنظمات الكبيرة أن تخلق مشاريع متعددة صغيرة تكون داخلية بشكل أو بآخر- في حضانة الشركة الأم.

4- مداخل متعددة: أشار (Quinn) إلى أنه أمام كل محاولة ناجحة هنالك مئات المحاولات الفاشلة، لذا فإنه يجب أن يكون لدى الريادي استعداد لمواجهة الفشل من قبل أن يخوض مغامرة ناجحة، وأن يشجع الأفراد على التطوير المتوازن للمشاريع المتعددة خاصة في المنظمات ذات الحجم الكبير. ولا يغيب عن بالنا أن الأفكار القديمة يمكن أن يمكن أن تكون حلاً قوياً للمشكلات الجديدة؛ حيث إنها تشكل مصدراً أولياً جيداً للمداخل المتعددة، خاصة في حال ما إذا كانت المنظمات المبدعة ذات مهارة متشابهة.

5- التعلم التفاعلي: يعني: التعلم من أجل تنفيذ الأفكار التي تتوالد داخل البيئة الإبداعية، حتى عبر الخطوط الوظيفية التقليدية. وللمنظمات المبدعة خاصية أساسية للإبداع عبر الوظائف، ويعني هذا: أن ثمة علاقة إيجابية بين كل من: الإبداع التنظيمي، والعمليات الوظيفية المتداخلة في الشركة، واستمرارية الفرق الوظيفية المتداخلة.

6- جماعات العمل غير التقليدية: وهي المجموعات التي تعمل داخل منظمات الأعمال التي تتمتع بالإبداع العالي؛ إذ إن المجموعات الوظيفية التي تعمل داخل المنظمات ذات الإبداع العالي يعملون خارج الخطوط التقليدية من السلطة، بحيث هذه المجموعات للمنظمات التي يعملون فيها فرصة عظيمة للتغيير، وتشجع المنظمات ذات الإبداع العالي أفرادها على إنجاز العمل، وعلى مساعدة المدراء والعاملين من التخلص من البيروقراطية أثناء ممارسة العمل.

تأثير تكنولوجيا المعلومات على منظمات الأعمال:

ويستعمل مصطلح تكنولوجيا المعلومات (IT) لوصف المنفعة الموحدة للإلكترونيات والاتصالات اللاسلكية والبرمجيات، بالإضافة إلى تكامل وسائل المعلومات (الصوت، النص، البيانات والصورة).

وتشمل تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال كل الأساليب التي تستطيع المنشأة من خلالها خلق القيمة إلى أصحاب المصلحة والشأن فيها، ومن أهم تلك الأساليب التي تشملها تكنولوجيا المعلومات: المعرفة الإنسانية، طرق العمل، التجهيزات المادية، الاتصالات والإلكترونيات، ومختلف نظم العمل والمعالجة التي تستخدم في تنفيذ نشاطات الأعمال للمنظمة. (زيارة، 2009).

وتكنولوجيا المعلومات -بكل أبعادها وقدراتها- من الأمور المهمة الاستراتيجية في نقل المعرفة وتوليدها والمشاركة فيها. وقد أوجد تطور الفكر الإداري الأكاديمي والتطبيقي -خلال العقود الأخيرة- حلاً لكثير من مشاكل الإدارة. وقد حدث -نتيجة لهذا التطور- تغيير هيكلي في وظائف الإدارة، وفي أساليب العمل في المنظمات الحديثة، وذلك بعد معالجة وتحليل المعلومات التي أصبحت تشكل مورداً هاماً لأي منظمة، بل أصبحت من الأبعاد الأساسية للعملية الإدارية.

وقد ساعد ظهور تكنولوجيا المعلومات على خلق فرص جديدة أمام مدراء منظمات الأعمال، من أجل إيجاد مجالات لاستخدامها في استراتيجيات الأعمال. إذ يمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات في ثلاثة مستويات لتحسين الوضع التنافسي للمنظمة. والمستويات التي تستخدم فيها تكنولوجيا المعلومات، وهي (حسن، 2008):

1- مستوى الصناعة: فيمكن أن تساهم تكنولوجيا المعلومات في تغيير طبيعة الصناعة؛ إذ إن التصنيع الآن يتكامل بالحواسيب والتشكيلات الأخرى للإنتاج المرن.

2- مستوى اقتصاديات الإنتاج: حيث تساهم تكنولوجيا المعلومات في تقليل التكاليف، وتوفير الكثير من الجهد، وكذا استخدام للموارد المتاحة في الشركة الاستخدام الأمثل.

3- مستوى نشاط التوزيع والتسويق: تستطيع الشركة التي تمتلك شبكة اتصالات حديثة، ويتوافر لديها تكنولوجيا المعلومات المتطورة؛ أن تسيطر على مواطن القوة والضعف في السوق، وتستطيع -من خلال ذلك- اتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.

التغيرات التي يحدثها تطبيق تكنولوجيا المعلومات في مؤسسات الأعمال (شعيب وخلوط، 2011):

- 1- تغيير أساليب العمل: إذ يتيح استخدام التكنولوجيا الحديثة بالعمل عن بُعد، إعطاء التوجيه عن بُعد؛ مما ينعكس على كل من عنصري الزمن والكلفة.
- 2- تغيير المهارات: معلوم أن وجود كم هائل من المعلومات يتسبب في صعوبة التعامل مع هذا المعلومات الضخمة بسهولة، لكن باستخدام التكنولوجيا الحديثة يسهل الأمر بما يمنحه تطبيق التكنولوجيا الحديثة من مهارات خاصة في الانتقاء.
- 3- تحرير العنصر البشري: يساعد تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تحرير العاملين من قيود الأعمال الروتينية، فينقلهم منه إلى الأعمال الإبداعية والفكرية.
- 4- تغيير الخطط الخاصة بالمؤسسة.
- 5- زيادة أهمية سرية المعلومات: إذ يساعد تطبيق تكنولوجيا المعلومات في الحفاظ على المعلومات الخاصة بالمؤسسة، ويمنحها مزيداً من السرية.
- 6- سرعة تداول المعلومات داخل المؤسسة: إذ يساعد تطبيق التكنولوجيا الحديثة على تداول المعلومات داخل المؤسسة بسرعة ودقة، مما يسهم في اتخاذ القرارات السليمة.

ريادة المؤسسات الحديثة في ظل المنافسة الجديدة:

مما لا شك فيه أن التكنولوجيا والعولمة قد أحدثت ثورة هائلة في المنظمات الاقتصادية، وقدمت مفاتيح مهمة تستطيع بها تلك المنظمات أن تدخل المنافسة الحالية. وقد ساعدت التكنولوجيا الحديثة على تقليل كلف الموارد، وزيادة قدرتها، مما وضع التكنولوجيا الحديثة على رأس المؤشرات الرئيسية في استراتيجيات الريادة واغتنام الفرص بالأسواق. حتى أصبح لاستخدام التكنولوجيا المتطورة دلالات واضحة في كافة الأنشطة الاقتصادية بما مكنت به المنظمات من التنسيق بين كافة العمليات والموارد والأعمال؛ من أجل الوصول إلى أفضل خدمة ومنتجات للزبائن وتغطية شاملة لكافة الأسواق وأكثر مرونة في الوصول للزبائن وتحقيق قيمة أعلى للأعمال.

العلاقة في كيفية بناء مرونة في الاستراتيجية وجدارة في المنافسة والفعالية في التكنولوجيا الحديثة وبناء هيكل وثقافة جديدة للمنظمة تتضح من خلال ما يلي (السكرانة، 2008):

- 1- مرونة الاستراتيجية: فيجب على المنظمات إعادة التفكير في الهيكل التنظيمي والاستراتيجية والثقافة والاستثمارات؛ حتى تستطيع التأقلم مع التغيرات السريعة في السوق، والاستجابة بسرعة لاستدامة الميزة التنافسية، وذلك على المدى الطويل.
- 2- ريادة الميزة التنافسية: بناء التفرد لا يظهر إلى من خلال الموارد والجدارة في المنافسة، وأن تكون هذه الموارد ذات ندرة، بحيث لا يمكن تقليدها، وأن تكون الجدارة في المنافسة ذات ديناميكية، تعمل الشركة على تطويرها بصورة مستمرة؛ حتى تستطيع منظمات الأعمال البقاء والاستمرارية.
- 3- رأس المال البشري: لا يستطيع أحد أن ينكر أهمية رأس المال البشري؛ إذ إن مرونة الاستراتيجية تتكون من خلاله، والمعرفة البشرية والمهارات مطلوبتان من أجل تحقيق التغيرات التي تحتاجها المنظمات لتحقيق الميزة التنافسية،

- وذلك من خلال الالتزام بأخلاقيات العمل والإنتاجية. والمنظمات الريادية تدفع العاملين من أجل تقديم الخدمات الأفضل للزبائن، والتطوير المستمر في رأس المال البشري يساعد في تحقيق المرونة في الاستراتيجية.
- 4- القيادة الاستراتيجية: فالفعل- وحده- هو الذي يحدد الهدف والاتجاهات والخطوط للمنظمات، ويجب أن تكون هذه الأشياء كلها ريادية وذات رؤية مستقبلية.
- 5- التنظيم الريادي: تتطلب الاستجابة للتطوير التكنولوجي السريع -في ظل المنافسة الشديدة- وجود هياكل تنظيمية بديلة، سواء أكانت أفقية أم عمودية؛ وذلك حتى تكون أكثر فعالية وكفاءة. ويساعد وجود أنظمة شبكات المعلومات والاتصالات على إنشاء هيكل افتراضي من مواقع مختلفة، يساعد على إعطاء مرونة أكثر في تطوير الاستراتيجية، ويعمل على زيادة الابتكار، مع تقليل الوقت في اتخاذ القرارات؛ وكل ذلك من الأمور التي تساعد على نجاح الأعمال.
- 6- الثقافة الريادية: يُعدّ وجود ثقافة تنظيمية في الشركة المتعلمة شيئاً أساسياً، يدخل في إطار المنافسة، التي تساعد على الابتكار، وعلى سرعة الاستجابة للتطورات التكنولوجية والمتغيرات البيئية؛ من أجل تحقيق جدارة ديناميكية تنافسية. والمنظمات الريادية تستخدم التعليم التنظيمي من أجل إيجاد مهارات وموارد محدودة. على أن لا يتم الخلط بين الابتكار والإبداع في إيجاد منتجات وخدمات جديدة؛ حتى تصبح منظمة ريادية ذات مستوى عالٍ من الإبداع؛ فتصل إلى تحقيق الميزة التنافسية المطلوبة.
- 7- التكنولوجيا الناشئة: تساعد التكنولوجيا الناشئة على مرونة وفعالية الاستراتيجية، كما تخلق لدى المنظمات الاقتصادية- قدرة على تطوير الخدمات والمنتجات والجودة العالية وقلّة التكاليف لمختلف الأسواق وتقليل الحدود وزيادة سرعة الاستجابة للزبائن.

3.1.2. الميزة التنافسية:

مفهوم الميزة التنافسية:

ويقصد بالميزة التنافسية: التمكّن من تلبية حاجات الزبائن، أو تقديم منتج يتصف بالقيمة التي يتمنى الزبون أن يحصل عليها. وتحقق الشركة الميزة التنافسية من خلال إعطاء الزبائن كل ما يرغبون فيه بصورة أفضل من الشركات المنافسة. (العلي، 2006).

وقد أشار (Heizer and Render, 1999) إلى أن الميزة التنافسية تعني خلق ميزة تجعل الشركة تتفوق على باقي الشركات المنافسة، أي أن الميزة التنافسية تحقق للشركة التفرد والتميز عن جميع المنافسين. وتتمثل الميزة التنافسية في تفوق الشركة على منافسيها بميزة فريدة، تتيح لها تقديم منتج -أو أكثر- متفرد، وتقدمه بأسلوب ناجح؛ فتجني أرباحاً أكبر. (مصطفى، 2006).

وتُعد الميزة التنافسية خاصية تميز الشركة عن غيرها من الشركات المنافسة؛ نتيجة امتلاكها لموارد وعوامل تساعد على التفرد والتفوق، تمنحها تلك العوامل قوة في حركتها الداخلية، وتضع لها أساساً لموقف قوي تجاه طالبي الخدمات أو المنتجات، فتكون بحيث تقدم لزبائنها المستهدفين سلماً وخدمات ذات قيمة متفردة (العزاوي، 2005).

وأشار (Liu, 2003) إلى أن الميزة التنافسية للشركة تشمل ما يميز الشركة في السوق، أي أن الميزة التنافسية تتحقق في حال إذا حصلت الشركة على مركز متقدم من بين الشركات المنافسة. فالشركة المميزة تنافسياً هي تلك التي تنتج المنتج الذي يحقق لها المركز التنافسي.

ويرى (سليمان، 2004) أن الميزة التنافسية تتحقق في حال ما إذا تمكنت الشركة من إنجاز أنشطتها بتكلفة أقل، أو بفاعلية أفضل. ويتحقق ذلك من خلال حسن استغلال مصادرها، أو استخدام براعتها وخبرتها في إنجاز أنشطتها بصورة تحقق للزبون قيمة أكبر؛ مقارنة بباقي المنافسين.

ويتوجب على مدراء الشركات الصناعية أن يسعوا من أجل تحقيق الميزة التنافسية؛ من خلال ما تقدمه العمليات. (العلي، 2006). ويرى (محسن والنجار، 2004) أن الميزة التنافسية تتطلب بناء نظام يمتلك تميزًا وتفردًا يتفوق بهما على المنافسين تقديم القيمة التي يمتناها الزبون، بشكل أفضل مما يقدمه الآخرون، وبكفاءة واستمرارية.

وقد أكد (Stevenson, 2005) على أن الميزة التنافسية تهدف -عملياً- إلى مقابلة الحاجات والرغبات المتعلقة بالزبون من أجل اقتناء الزبون السلعة أو الخدمة. كما أكد (Macmillan and Tampo, 2000) على أن الشركات تحرص على أن تكون متفوقة في محيط بيئة أعمالها؛ وذلك بما تمتلكه من التميز التنافسي، والحفاظ على ذلك التميز؛ حيث إن الميزة التنافسية هي الوسيلة التي تُمكن الشركة من الفوز على المنافسين لها.

ويرى (Heizer and Render, 1999) أن الميزة التنافسية تعني أن تحقق الشركة تميزًا وتفردًا تتفوق بهما على الشركات المنافسة، أي إن الميزة التنافسية تجعل الشركة فريدة وتمتيزه عن المنافسين الآخرين. ويؤكد (Macmillan and Tampo, 2000) أنه يجب على الشركات أن تجتهد لتحقيق التفوق في بيئة أعمالها، وذلك بامتلاكها الميزة التنافسية والحفاظ على تلك الميزة، لأن الميزة التنافسية تمثل الوسيلة التي تحقق للشركة الفوز على منافسيها.

وقد لخص (Evans and Collier, 2007) قيمة الميزة التنافسية في أنها تمثل إعلان تتفوق الشركة في مجالي التسويق والمالية، والميزة التنافسية -بدورها- تشترط بعض الشروط اللازمة لفهم الإطار العام للشركة، وهذه الشروط هي: يجب أن تُحدد الإدارة العليا حاجات ورغبات الزبون، وأن توضح الوسيلة التي تصل بها إلى الزبون عبر سلسلة تجهيز، بمقابلة الزبون لتوصيل السلعة أو الخدمة وتسليمها له في الوقت المناسب، بالإضافة إلى أنه يجب أن تأخذ الإدارة العليا مُعدل القدرات التشغيلية بنظر الاعتبار.

أبعاد الميزة التنافسية:

تتمثل أبعاد الميزة التنافسية للشركة في التالي:

1) بُعد الكلفة:

لا شك أن تقليل التكلفة هي الهدف الرئيس للشركات التي تتنافس في التكلفة، وحتى الشركات التي تتنافس في مزايا تنافسية غير التكلفة؛ فإن كل شركة تجتهد من أجل تخفيض تكلفة المنتجات التي تنتجها (Slack, et.al, 2004). وذلك لأن تخفيض تكلفة المنتج يؤدي إلى تخفيض سعره، وتخفيض هامش الربح أيضًا، وكل هذا يساعد على زيادة الطلب على المنتج (Krajewsky and Ritzman, 2005).

ومن الأمور التي تساعد على تخفيض التكاليف: استخدام الطاقة الإنتاجية المتاحة لها بكفاءة، وإصلاح جودة المنتجات باستمرار، وتصميم المنتجات بإبداع وإتقان، وأن يقدم المدراء المساعدة في دعم استراتيجية الشركة لتكون قائدة في ميزة التكلفة الأقل. وقد أشار (العزاوي، 2006) إلى أن إدارة العمليات تسعى إلى الوصول لأسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية للمنتجات في السوق؛ وذلك بتخفيض تكلفة الإنتاج مقارنة بالشركات المنافسة.

كما أكد (اللامي، 2008) أن هناك كثيرًا من الصناعات تُشتري على أساس التكلفة، فيزيد الطلب عليها كلما انخفضت التكلفة، والعكس بالعكس. والتنافس سوق تلك الصناعات يجب على الشركة أن تنتج بأقل كلفة ممكنة. وإن ذلك لا يضمن الربحية والنجاح دائمًا.

2) بُعد الجودة:

يعرف "بُعد الجودة" بأنه: "قدرة الشركة على تقديم منتجات تلبي رغبات الزبائن" (Hindrikes 2006,) (Zolghadar, 2007). ويُشير (Atem and Yella, 2007) إلى أن الجودة تعني اختلاف نظرة الشركات مقابل اختلاف توقعات الأفراد. حيث إن رضا الزبون متوقف على خصائص المنتج. فمثلًا: لكي تلقى المنتجات رضا الزبون؛ يجب أن تتمتع المنتجات (السلع أو الخدمات) بالموثوقية والكفاءة والفاعلية، ويرى (Karahasanovic and Lonn, 2007) أن الجودة مطابقة المنتج لمتطلبات الزبائن.

وتُعدّ الجودة ميزة من أهم المزايا التنافسية، والتي تعكس أداء الأشياء بصورة صحيحة، وتقديم منتجات تناسب رغبات الزبائن، وتلبي احتياجاتهم. (Slack, et al., 2004).

ودائمًا ما يرغب الزبائن في المنتجات ذات الجودة التي تتحقق فيها الخصائص التي يتوقعونها أو يشاهدونها في الإعلان. والشركات التي لا تعجز عن تقديم منتجات ذات جودة لا تتحقق فيها الأوصاف التي يتوقعها الزبائن؛ لا تستمر ولا يكتب لها النجاح في سلوك المنافسة. (Krajewsky and Ritzman, 2005)

ومن المؤكد أن المنتجات عالية الجودة تُحسن سمعة الشركة، وتحقق رضا الزبائن، ويتيح للشركة أن تفرض أسعارًا أعلى، مادامت تقدم منتجات عالية الجودة، تلبي متطلبات الزبائن. (Evans and Collier, 2007). وأن الجودة العالية تتحقق بتطوير النظام الإنتاجي بتقليل العيوب، بحيث يكون المنتج مطابقاً للمواصفات الموضوعية مسبقاً، فيكتسب موثوقية عالية، ولا يكون عرضة لإعادة فحصه وتصليحه (اللامي والبياتي، 2008).

أهداف الجودة:

تتمثل أهم أهداف جودة المؤسسة في: تحسين الأداء وتطويره، تخفيض التكاليف، توفير الوقت، العمل بروح الفريق، وإزكاء الانتماء، تحقيق رغبات الزبائن ومتطلبات السوق. (رسلان، 2007).

أهم الركائز التي تحقق الجودة:

تقوم الجودة على ركيزتين اثنتين، هما:

أ-المطابقة للمواصفات

ب-تحقيق متطلبات السوق وإشباع رغبات الزبائن وأذواقهم، أو كما يختصرها عالم الجودة جوران في: المواءمة للاستخدام.

3) بُعد المرونة:

تعددت تعريفات المرونة، وإن كانت كلها تدور في فلك واحد، ومن أهم هذه التعريفات: تعريف المرونة بأنها: "قدرة الشركة على إنتاج كم كبير من المنتجات، وابتكار منتجات جديدة، وتعديل المنتجات الموجودة، تلبية احتياجات الزبون وتحقيق رغباته وأذواقه" (Russell and Taylor, 1998).

وتعرف بأنها: "قدرة الشركة على تنويع منتجاتها وتوفيرها في الوقت المطلوب، والعمل على تطوير المنتجات القائمة، وتحسين عملياتها؛ من أجل تقديم منتجات جديدة" (Chase, et.al, 2001).

ويقصد بالمرونة: "الاستجابة السريعة لتغييرات خصائص تصميم المنتج، أو تغييرات حجم وذوق طلبات الزبون" (William, 2007).

ويعرف (Slack, et.al, 2004) المرونة بأنها: "قدرة الشركة على تغيير أداء العمليات وتغيير طريقة ووقت أداء تلك العمليات"، ومن متطلبات الزبون تغيير العمليات من أجل توفير أربعة متطلبات، هي:

- مرونة المنتج: تعني قدرة العمليات على تقديم منتجات جديدة أو معدلة.
- مرونة المزيج: تعني قدرة العمليات لإنتاج مزيج من المنتجات.
- مرونة الحجم: تعني قدرة العمليات على تغيير في مستوى الناتج، أو مستوى نشاط الإنتاج؛ لتقديم أحجام مختلفة من المنتجات.
- مرونة التسليم: تشير إلى قدرة العمليات لتغيير أوقات تسليم المنتجات.

أهمية المرونة في تحقيق الميزة التنافسية:

للمرونة من دور فعال في تحقيق الميزة التنافسية، حسبما أشار كثير من الباحثين؛ فقد أشار (Dilworth, 1996) إلى أن المرونة هي أساس تحقيق ميزة التنافس للشركة، وتحقق الشركة ميزة التنافس باستجابتها السريعة للمستجدات التي تطرأ على تصميم المنتجات، وبما يناسب أذواق الزبائن وحاجاتهم.

كما أكد (العلي، 2006) على أن المرونة تمثل سلاحاً فعالاً في المنافسة بين الشركات؛ ذلك لأن المرونة تؤدي إلى التمكن من تنويع المنتجات القائمة وتطويرها، بالإضافة إلى تقديم منتجات جديدة بما يحقق الاستجابة المستمرة والسريعة لحاجات ورغبات الزبون.

(4) بُعد التسليم:

يمثل "بعد التسليم" ركناً أساساً من أركان المنافسة بين الشركات في الأسواق، و يدخل في "بعد التسليم": السرعة في تنفيذ الطلبات، وتسليمها للزبائن بعد مهلة زمنية يسيرة، مع الحفاظ على جودة المنتج ودقة التصميم (Slack, et.al, 2004).

أسبقيات بُعد التسليم التي تتعامل بالوقت: وقد أشار (Krajewsky and Ritzman, 2005) إلى أن هناك ثلاثة أسبقيات لبعد التسليم تتعامل بالوقت، وهي:

1- سرعة التطوير: وذلك في حال تقديم منتج جديد. وتقاس سرعة التطوير بالوقت المستغرق بين توليد الفكرة وحتى التصميم النهائي للمنتج وتقديمه إلى السوق.

2- سرعة التسليم: تقاس هذه السرعة بالوقت المستغرق ما بين استلام طلب الزبون وتلبية الطلب، والذي يسمى بوقت الانتظار. ومن الممكن زيادة سرعة التجهيز بتقليل وقت الانتظار.

3- التسليم بالوقت المحدد: يعني تسليم طلبات الزبائن في الوقت المحدد لهم من قبل الشركة.

والوقت في مجتمع اليوم- يُعدّ من المصادر الأساسية التي تساعد على تحقيق ميزة تنافسية للشركة؛ وأن شركات كثيرة صارت تجيد استخدام الوقت سلاحاً تنافسياً، بتسليم المنتجات إلى الزبائن بشكل أسرع وأفضل. والزبائن يرغبون في الاستجابة السريعة لطلباتهم، بحيث ينتظرون فترات قصيرة (Evans and Collier, 2007).

2.2. الدراسات السابقة:

1.2.2. الدراسات التي تناولت المحاسبة الإلكترونية:

دراسة (حبيب، 2013) هدفت الدراسة إلى تقصي مدى انتشار تطبيق منهج المحاسبة الإلكترونية في الشركات القائمة على الصناعة السودانية، والتأكد من مدى فعالية منهج المحاسبة الإلكترونية. وذلك من خلال تتبع مدى صلاحية المعلومات التي تنتجها الأنظمة الإلكترونية المحاسبية، من حيث: الشكل، والمحتوى، والتوقيت، والتأكد من مدى كفاءة الأنظمة الإلكترونية المحاسبية، وذلك من خلال استغلال المواد المتاحة استغلالاً أمثل من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة، واستيضاح مدى اعتماد إدارات الشركات الصناعية -أثناء القيام بمهامها- على نظم المعلومات المحاسبية. واستخدمت الدراسة كلاً من: المنهج التاريخي، والمنهج الاستنباطي، والمنهج الاستقرائي، والمنهج الوصفي التحليلي. وكانت أهم نتائج الدراسة: أن منهج المعلومات المحاسبية المستخدم في الشركات القائمة على الصناعة في السودان يمكن المستخدم من الوصول إلى المعلومة في الوقت المناسب. وأن المعلومات التي يوصلها نظام المعلومات المحاسبية ذات قيمة تنبؤية، بحيث تمكن صانع القرار من التنبؤ واختيار أفضل البدائل المتاحة. وأن منهج المعلومات المحاسبية المستخدم في الشركات القائمة على الصناعة في السودان يؤدي إلي زيادة إنتاج العنصر البشري؛ مما يساعد على الاستغلال الموارد المتاحة استغلالاً أمثل، من أجل تحقيق الأهداف المرجوة. وأن منهج المعلومات المحاسبية المستخدم في الشركات القائمة على الصناعة في السودان يساعد على تخفيض التكاليف، وذلك بتقليل عدد الأيدي العاملة ومتطلبات الأرشفة، كما يوفر الجهد والوقت المبذولين في إعداد الحسابات الختامية.

دراسة (العزاوي وجهاد، 2018) هدفت إلى قياس مدى فاعلية النظام المحاسبية الحكومي في ظل تطبيق النظام الإلكتروني؛ من أجل إبراز أهم ما يطرأ من تحولات على المقومات الأساسية للنظام المحاسبية الحكومي، نتيجة تطبيق نظام التشغيل الإلكتروني وتكنولوجيا المعلومات. وتحديد أهم المشكلات المحاسبية الناتجة عن استخدام نظم المحاسبة الإلكترونية، وأثر هذه النظم في رفع عناصر النظام المحاسبية الحكومي ومقوماته في جامعة ديالى والوحدات التابعة لها؛ وذلك من أجل الاستفادة منها في الحصول على التقارير المحاسبية، وإلى أي درجة يؤدي النظام الإلكتروني إلى أمن وسلامة النظام المحاسبية المستخدم. وكانت أهم نتائج الدراسة: أن للأنظمة الإلكترونية أثراً متوقعاً على ركائز نظام المعلومات المحاسبية الحكومية، وهذا يمثل مطلباً ضرورياً في بناء إطار له يتوافق مع ذلك النظام.

دراسة (العزاوي وجهاد، 2018) هدفت إلى قياس مدى فاعلية تطبيق المنهج المحاسبية الحكومي في ظل العمل بالنظام الإلكتروني؛ وذلك بغرض إظهار التغيرات التي تطرأ -نتيجة تطبيق النظام الإلكتروني وتكنولوجيا المعلومات- على الأركان الأساسية للنظام المحاسبية الحكومي. وتحديد أهم المشكلات المحاسبية المترتبة على تطبيق المحاسبة الإلكترونية، وأثر ذلك على رفع كفاءة النظام المحاسبية الحكومي في جامعة ديالى والوحدات التابعة لها؛ وذلك من أجل الاستفادة منها في الحصول على التقارير المحاسبية، وتحقيق أمن النظام المحاسبية المستخدم وسلامته. وكانت أهم نتائج الدراسة: أن النظم الإلكترونية لها أثر كبير على دعائم نظام المعلومات المحاسبية الحكومية، الأمر الذي يمثل مطلباً ملجأً من أجل تحديد إطار متوافق مع هذا النظام.

دراسة (عز الدين وبخيت، 2018) هدفت إلى إظهار تأثير فاعلية النظام الإلكتروني على المؤشرات المحاسبية الربحية، ومخاطر ذلك. وذلك من خلال الإجابة عن السؤال الرئيس للبحث: هل هناك تأثير للنظام الإلكتروني على المؤشرات المحاسبية التي تمثلها المعدلات الربحية ومخاطر البنوك التجارية في البورصة المصرية،

استخدمت الدراسة استبانة لجمع البيانات المالية من القوائم المالية للبنوك التجارية خلال الفترة (2006-2017)، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقرائي. وكانت أهم نتائج الدراسة: وجود اتفاق بين البنوك على توافر الخصائص الأربعة لفاعلية نظم المعلومات بدرجة مرتفعة، وذلك وفقاً لمقياس "ليكرت". ووجود تأثير معنوي لنظم المعلومات الإلكترونية على مخاطر البنوك التجارية المقيدة بالبورصة بعناصرها الثلاثة: (الائتمان، والسيولة، ورأس المال). وعدم وجود تأثير معنوي لنظم المعلومات على الربحية.

دراسة (فودة وسيد والغبور، 2019) هدفت إلى التعرف على أثر النظام الإلكتروني في المعلومات المحاسبية وفاعليته في إصلاح معايير تقييم الأداء في البنوك التجارية المصرية، وتم تصميم قائمة استقصاء مختصرة ومبسطة، متمثلة في أثر كفاءة منظومة المعلومات المحاسبية الإلكترونية في إصلاح معايير تقييم الأداء في البنوك التجارية المصرية. وكانت أهم نتائج الدراسة: أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية لكفاءة منظومة المعلومات المحاسبية الإلكترونية في إصلاح معايير تقييم الأداء في بنوك مصر التجارية.

دراسة (أحمد، 2021) هدفت إلى تقصي الدور الذي تقوم به نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية في الحفاظ على سرية المعلومات المالية، وتأمينها. وقياس كفاءة نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية، ومدى قدرتها على تفعيل الرقابة على المعلومات المالية في شركة "برديبار" للصيرفة. بحيث يُتمكّن من تقييم قدرة نظام المعلومات المحاسبية على توفير الموثوقية. استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة لجمع البيانات. وتكونت العينة من (54) من العاملين في تلك الشركة وفروعها في محافظة أربيل. وكانت أهم نتائج الدراسة: تمتلك شركة "برديبار" للصيرفة نظاماً متكاملًا لأمن المعلومات، وتمتلك شركة "برديبار" للصيرفة نظاماً متكاملًا للرقابة على أمن المعلومات.

2.2.2. الدراسات التي تناولت السلوك الريادي:

دراسة (بونوة وخلوط، 2011) هدفت إلى التعرف على دور تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ريادة المنظمات الحديثة بغرض تحسين أداء المنظمات الريادية. وكانت أهم نتائج الدراسة: أن الريادة والتنوع أصبحت سمة أساسية من سمات الاقتصاديات المعاصرة في ظل المتغيرات العالمية الجديدة التي أفرزتها المعطيات الاقتصادية والثورة التكنولوجية. أن تقدم وسائل الاتصال، وتطور التكنولوجيا، والنمو المعرفي، وتحوّل الاقتصاد إلى اقتصاد رقمي (رقمنة الاقتصاد)؛ كل ذلك قد ساهم في زيادة الإبداع والريادة. أن جميع تنظيمات الأعمال الحديثة قد استفادت من آليات تكنولوجيا المعلومات في زيادة إنتاجها وتحسين أدائها. الأمر الذي جعلها تتبع مناهج عديدة لاستراتيجيات الإبداع والابتكار، هذا بالإضافة إلى الدور العظيم الذي تقوم به تكنولوجيا المعلومات في إدارة مثل هذه العمليات.

دراسة (ميسون حسين، 2013) هدفت إلى استيضاح الريادة في منظمات الأعمال، والإشارة للتجارب ذات الأهمية التي قامت بها بعض الدول. وكانت أهم نتائج الدراسة: ازدادت لريادة في منظمات الأعمال أهمية، خاصة مع اشتداد المنافسة بين المنظمات وتسارع معدلات التغيير في بيئة الأعمال. أن ريادة الأعمال تعني القدرة على خلق شيء من عدم تقريباً، وهي القدرة على إنجاز عمل منقطع النظير، أو خلق منظمة جديدة. أن المنظمات غير الشركة جيداً تتعرض للفشل. أن أنشطة الريادة تختلف باختلاف نوع عمل المنظمات الناشئة.

دراسة (سكافي وأبو مرخية وأبو سنيّة، 2015) هدفت إلى التعرف على درجة تطبيق الريادة المؤسسية في جامعة بوليتكنك فلسطين من وجهة نظر الإدارة العليا والوسطى منها. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة أداة

لجمع البيانات وتكونت العينة من (38) فردًا، بعضهم من أفراد الإدارة العليا وبعضهم من الإدارة الوسطى. وكانت أهم نتائج الدراسة: التوافق التام بين أفراد العينة (أفراد الإدارة العليا وأفراد الإدارة الوسطى) على تحقق بُعد الريادة المؤسسية المسمى (مغامرة الأعمال الجديدة) بنسبة مرتفعة. كما توافقوا على تحقق أبعاد الريادة المؤسسية بنسبة متوسطة في كل ما يلي: (النشاط الاستباقي، الإبداع، الحكم والاستقلال الذاتي، ثقافة العمل الريادي، تقبل المخاطرة، التجديد الذاتي والاستراتيجي). واتفقوا - أيضًا- على تحقق بُعد "عدائية المنافسة" لكن بنسبة متدنية. أن التحديات التي تمنع من تطبيق الريادة المؤسسية جاء ترتيبها من حيث تأثيرها على الجامعة، على النحو التالي: الاعتماد على التفكير التقليدي في الأعمال، وعدم وجود مواءمة بين النظام الجديد والنظام القديم اللذان تتبناهما الجامعة، وافتقار الجامعة للبيانات الضرورية، خاصة في حال ما إذا كان لديها تكنولوجيا غير مستثمرة، وفي حال تقديم خدمات جديدة.

دراسة (مطوع، 2017) هدفت إلى وضع تصوّر يساعد على تفعيل مبادئ الابتكار والإبداع والريادة في جميع برامج التجربة التكاملية للجامعات الخليجية. واستقصاء جهود الجامعات ومؤسسات التعليم العالي في تعزيز الابتكار والإبداع من خلال التجربة التكاملية التي أوصت أمانة دول مجلس التعاون الخليجي، ووفق رؤية خادم الحرمين الشريفين؛ بتفعيل برامجها الأكاديمية على الجامعات السعودية، ومن ثم الجامعات الخليجية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن انخفاض مستويات الوعي لدى طلبة الجامعة وأعضاء هيئة التدريس بأبعاد وآليات تفعيل التجربة التكاملية؛ يعتبر أبرز معوقات تفعيلها.

دراسة (حفيظة البراشدية، 2021) هدفت إلى بيان الأثر الذي تركته جائحة كورونا في إعادة تشكيل قطاع الأعمال، واستعراض الفرص والتحديات التي تواجهها ريادة الأعمال الرقمية على المستوى العالمي، وفي عمان تحديدًا. استخدمت الدراسة المنهج النوعي التحليلي. حيث استخدمت طريقتي SWOT و PEST لتحليل فرص وتحديات ريادة الأعمال الرقمية. إلى جانب تحليل نتائج بعض الدراسات التي نشرت في دوريات علمية محكمة خلال الفترة من 2019-2020. وكانت أهم نتائج الدراسة: كان لجائحة كورونا أثر كبير في إعادة تشكيل قطاع الأعمال؛ حيث دفعت مؤسسات ريادة الأعمال إلى رقمنة أعمالها التجارية القائمة، كما دفعتها إلى أن تزيد من عدد مشروعات ريادة أعمال مبتكرة. تهيأت الفرص التي تساعد على نمو قطاع الأعمال الرقمية خلال جائحة كورونا؛ وذلك نتيجة لدور الرقمنة في تعزيز مرونة الأعمال، إلى جانب دور الاقتصاد الرقمي في النمو الاقتصادي. يجب وضع خيارات متنوعة أمام سياسات دعم التحول الرقمي لنماذج الأعمال. والسعي لتطوير السياسات المتعلقة بالبنية التحتية الرقمية، وخلق سبل لنشر ثقافة استخدام التقنيات الرقمية في المجتمع.

3.2.2. الدراسات التي تناولت الميزة التنافسية:

دراسة (الهوراني، 2017) هدفت إلى بيان مدى تطبيق استراتيجية "المحيط الأزرق" لدى شركات الصناعات الغذائية في قطاع غزة، والدور الذي تقوم به تلك الاستراتيجية في تعزيز "الميزة التنافسية المستدامة" لدى تلك الشركات. وذلك من خلال استكشاف مؤشرات استراتيجية المحيط الأزرق، ومدى تأثيرها على أبعاد الميزة التنافسية في كل من: (فاعلية الشركة، كفاءة الشركة جودة المنتج، الخدمة، الاستجابة للزبائن، المرونة، الكلفة، الإبداع). استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة أداة لجمع البيانات. تكونت العينة من (120) مديرًا من إجمالي مديري (40) شركة. وكانت أهم نتائج الدراسة: أن هناك أثرًا كبيرًا لاستراتيجية المحيط الأزرق -بمؤشراتها منفردة (الابتكار، الريادة، التقليص)- على أبعاد الميزة التنافسية من حيث: (جودة المنتج/ الخدمة، الاستجابة للزبائن، الكلفة الإبداع، المرونة، كفاءة الشركة، فاعلية الشركة).

دراسة (مروة عثمان، 2019) هدفت إلى الربط بين بطاقة الأداء المتوازن والميزة التنافسية المستدامة في شركات الأسمنت العاملة في جمهورية مصر العربية. وذلك عن طريق العلاقة بين بطاقة الأداء المتوازن -بأبعادها الخمسة- والميزة التنافسية المستدامة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وتكونت العينة من (352) من بين العاملين في شركات قطاع الأسمنت في جمهورية مصر العربية، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع المعلومات. وكانت أهم نتائج الدراسة: وجود علاقة بين بطاقة الأداء المتوازن بأبعادها الخمسة (البُعد المالي- بُعد التعلم والنمو- بُعد العمليات الداخلية- بُعد العملاء- البُعد الاجتماعي والبيئي) والميزة التنافسية المستدامة، ولهذا فإنه يمكن استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تفعيل الميزة التنافسية المستدامة.

دراسة (ريم القحطاني، 2019) هدفت إلى بيان مدى تحقق الميزة التنافسية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في ظل رؤية المملكة 2030م. وبيان مدى تطبيق "الحوكمة" في القرارات الصادرة -في شأن تحقيق الميزة التنافسية في اتخاذ القرارات في ظل رؤية المملكة 2030- من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وبيان متطلبات تطبيق تلك القرارات. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة كأداة، وتكونت العينة من (63) من قيادات إدارية وأكاديمية في جامعة واستخدمت الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وكانت أهم نتائج الدراسة: تراوح الأوزان النسبية لاستجابات أفراد العينة على فقرات المحور، من حيث: (واقع الحوكمة - متطلبات تطبيق الحوكمة - مستوى توافر الميزة التنافسية في اتخاذ القرار). أما من حيث (واقع الحوكمة) فقد تراوحت النسبة بين (61.9 - 79.4%) وأن الدرجة الكلية لاستجاباتهم على المحور (74.2%). وأما من حيث (متطلبات تطبيق الحوكمة) فكانت النسبة متراوحة بين (65.4 - 82.2%). وأما من حيث (مستوى توافر الميزة التنافسية في اتخاذ القرار) فكانت النسبة متراوحة بين (60.6 - 76.8%).

دراسة (محمد وإسحاق، 2020) هدفت إلى قياس نسبة مساهمة الذكاء الاستراتيجي في استدامة الميزة التنافسية بشركات الاتصالات العاملة في الجزائر. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي. والاستبانة كأداة للدراسة، وتكونت العينة من (245) من أعضاء الهيئة الإدارية والموظفين في ثلاث شركات للاتصالات. وكانت أهم نتائج الدراسة: أن الذكاء الاستراتيجي يساهم بدرجة عالية في استدامة الميزة التنافسية. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى سنوات الخدمة والمستوى الوظيفي في مساهمة عمليات إدارة المعرفة في استدامة الميزة التنافسية.

3. إجراءات البحث المنهجية:

1.3. منهج البحث:

استناداً إلى الهدف الرئيس الذي يسعى البحث الحالي إلى تحقيقه وهو التعرف على دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية، وإلى أن الظاهرة المدروسة تتعلق بالحاضر، رأى الباحث أن أنسب مناهج البحث العلمي الذي يمكن من خلال تطبيقه أن تتحقق أهداف البحث الحالية، هو المنهج الوصفي التحليلي.

2.3. مجتمع وعينة البحث:

تكون مجتمع البحث من جميع العاملين في شركات الأدوية بمدينة جدة البالغ عددها (50) شركة أدوية، وتكونت عينة البحث من (47) من العاملين في شركات الأدوية بمدينة جدة الذين أجابوا على الاستبيان الإلكتروني خلال الفصل الدراسي الثاني (2022) 1443.

جدول رقم (1) شركات الأدوية في مدينة جدة

اسم الشركة	م	اسم الشركة	م	اسم الشركة	م
شركة سيفن نير	35	أمجين	18	الشركة السعودية للصناعات الدوائية والمستلزمات الطبية.	1
شركة محمد الناغي للأدوية	36	أدوية الشرق الأوسط	19	شركة أراك للرعاية الصحية المحدودة (أراك).	2
شركة مخزن الأدوية العربي السعودي المحدودة	37	الشركة السعودية العالمية للتجارة	20	الشركة العربية لصناعة المنتجات الطبية المحدودة (عناية).	3
مؤسسة ابراهيم علوى السقاف	38	الشركة السعودية العالمية للتجارة المحدودة	21	شركة الدمام الدوائية (الدمام فارما).	4
مؤسسة الأوزون	39	الشركة السعودية للتوريدات الطبية	22	شركة سبيماكو المغرب للصناعات الدوائية.	5
مؤسسة الشعيلة التجارية	40	الشركة السعودية للخدمات الطبية	23	شركة كاد الشرق الأوسط للصناعات الدوائية.	6
مؤسسة العشيان للأدوية	41	الشركة السعودية للتوريدات	24	شركة القصيم للخدمات الطبية.	7
مؤسسة المتحدة للأدوية	42	الصاحية الطبية	25	شركة سبيماكو مصر للصناعات الدوائية.	8
مؤسسة الوصفة الطبية	43	الليرجان للخدمات العالمية المحدودة (مستودع أدوية مجموع)	26	شركة أراكم الطبية.	9
مؤسسة أنفال نجد الحديثة للتجارة	44	المؤسسة المتحدة للأدوية	27	شركة الوطن العربية للصناعات الدوائية.	10
مؤسسة نماء السعودية	45	شركة بيبير فابر	28	مؤسسة سبيماكو الجزائر.	11
مؤسسة ثمار الجزيرة	46	شركة تبوك للصناعات الدوائية	29	شركة الصناعات الدوائية للتوزيع.	12

مؤسسة ربيع سعد للتجارة	47	شركة تبوك للصناعات الدوائية	30	شركة سبيماكو مصر للتوزيع.	13
مكتب القصيد للتجارة	48	شركة تمر	31	شركة سبيماكو مصر للتسويق.	14
مكتب عبد الرحمن القصيبي للأدوية والمعدات الطبية	49	شركة تمر وشركاه	32	شركة سبيماكو إيجبت.	15
ميرك سيرونو	50	شركة روش للأدوية	33	الشركة العربية الصيدلانية طاسيلي تافكو الجزائر.	16
		شركة ساندوز تمر	34	شركة أنورا للتجارة.	17

3.3. أداة جمع البيانات:

اختار الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وقد تكونت الاستبانة في صورتها الأولية من:

أولاً: البيانات الأولية للمستجيب، وتضمنت: المؤهل العلمي، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة.

ثانياً: دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية، وذلك في ثلاثة محاور رئيسية، تضمنت (24) عبارة.

عرض الباحث على المشرف العلمي على هذا البحث الصيغة الأولية للأداة، فأبدى المشرف ملحوظاته، التي كان لها دور عظيم سواء في بناء الاستبانة أو في تعديل صيغتها.

وبعد إجراء التعديلات المطلوبة على أداة البحث، تضمنت الاستبانة في صورتها النهائية ما يلي:

أولاً: البيانات الأولية للمستجيب، وتضمنت: المؤهل العلمي، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة.

ثانياً: دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية، وذلك في ثلاثة محاور تضمنت (25) عبارة. وأعطى الباحث لكل فقرة وزناً مدرجاً وفق مقياس "ليكرت" الخماسي، وكانت الدرجات على النحو التالي: (أوافق بشدة، أوافق، أوافق إلى حد ما، لا أوافق، لا أوافق بشدة) وتمثل رقمياً (5، 4، 3، 2، 1) على التوالي.

4.3. إجراءات الصدق والثبات:

(1) الصدق:

(أ) الصدق الظاهري للأداة (صدق المحتوى):

قام الباحث بعرض الاستبانة على عدد من المحكمين الأكاديميين ذوي الخبرة والتخصص في عدد من الجامعات السعودية وقد طلب من المحكمين إبداء رأيهم في الأداة من حيث: صياغة العبارة، ومدى وضوح العبارة، ومدى انتمائها للبعد،

وأية ملاحظات يرونها مناسبة (من حذف أو إضافة عبارات)، وبعد إجراء التعديلات المطلوبة بلغ عدد عبارات الاستبانة في صورتها النهائية (25) عبارة في ثلاثة محاور، حيث تضمن المحور الأول (9) عبارات، المحور الثاني (8) عبارات، المحور الثالث (8) عبارات.

(ب) صدق الاتساق الداخلي:

تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية بلغت (20) من العاملين في شركات الأدوية بمدينة جدة لقياس مدى صدق الاستبانة. وقام الباحث بحساب صدق الاتساق الداخلي للاستبانة باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation، حيث تم حساب معامل الارتباط بين كل عبارة والبعد الذي تنتمي له والدرجة الكلية للاستبانة.

جدول (2) قيم معاملات الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (ن=20)

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
المحور الأول: أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية			
1	**0.504	6	**0.765
2	**0.742	7	**0.760
3	**0.706	8	**0.609
4	**0.674	9	**0.564
5	**0.635		
المحور الثاني: أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية			
1	**0.560	5	**0.616
2	**0.543	6	**0.662
3	**0.574	7	**0.710
4	**0.541	8	**0.580
المحور الثالث: أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية			
1	**0.833	5	**0.848
2	**0.845	6	**0.849
3	**0.830	7	**0.826
4	**0.858	8	**0.807

** دالة عند مستوى (0.01).

ويتضح من الجدول السابق اتفاق المحاور الثلاثة في درجة كل عبارة والدرجة الكلية؛ حيث جاءت الدرجة في الثلاثة محاور موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول رقم (3) معاملات صدق الاتساق الداخلي بين محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة (ن=20)

م	محاور الاستبانة	معامل ارتباط بيرسون
1	المحور الأول: أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية.	**0.833
2	المحور الثاني: أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية.	**0.849
	المحور الثالث: أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية.	**0.896

** دال عند مستوى (0.01)

يتضح من الجدول السابق تحقق (الصدق) في محاور الاستبانة الثلاثة من خلال معامل ارتباط بيرسون؛ حيث بلغ المحور الأول (0.833)، وبلغ المحور الثاني (0.849)، بينما بلغ المحور الثالث (0.896). وهذا يجعلنا نثق في نتائج الاستبانة.

(2) الثبات:

قام بتطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية بلغت (20) من العاملين في شركات الأدوية بمدينة جدة لقياس مدى ثبات الاستبانة. وقام الباحث بحساب ثبات الاستبانة باستخدام معامل كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha للاتساق الداخلي.

جدول رقم (4) معاملات ثبات الاتساق الداخلي بين محاور الاستبانة والدرجة الكلية للأداة (ن=20)

م	محاور الاستبانة	عدد العبارات	معامل كرونباخ ألفا
1	المحور الأول: أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية.	9	**0.831
2	المحور الثاني: أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية.	8	**0.860
3	المحور الثالث: أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية.	7	**0.847
	الأداة كلها	25	**0.945

** دال عند مستوى (0.01)

يتضح من الجدول السابق تحقق مبدأ (الثبات) في كل محاور الاستبانة طبقاً لمعامل كرونباخ ألفا؛ حيث بلغ المحور الأول (0.831)، وبلغ المحور الثاني (0.860)، بينما بلغ المحور الثالث (0.847) بحيث بلغت الأداة كلها (0.945)، وهذا يجعلنا نسلّم بنتائج الاستبانة.

5.3. حدود البحث:

- الحدود الموضوعية: اقتصر موضوع البحث على دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية.

- الحدود المكانية: تم تطبيق البحث على شركات الأدوية بمدينة جدة.
- الحدود البشرية: تم تطبيق البحث على العاملين في شركات الأدوية بمدينة جدة.
- الحدود الزمانية: تم تطبيق البحث خلال الفصل الدراسي الثاني 1442هـ - 1443هـ.

6.3. توزيع عينة البحث بعد التطبيق:

جدول رقم (5) توزيع عينة البحث بعد التطبيق

النسبة %	التكرار	المؤهل العلمي	
53.2	25	بكالوريوس	1
23.4	11	دبلوم عالي	2
17.0	8	ماجستير	3
6.7	3	دكتوراه	4
%100	47	المجموع	
النسبة %	التكرار	الوظيفة	
53.2	25	محاسب مالي	1
10.6	5	مراقب مالي	2
8.5	4	مدير مالي	3
14.9	7	مراجع داخلي	4
12.8	6	مراجع خارجي	5
%100	47	المجموع	
النسبة %	التكرار	سنوات الخبرة	
51.1	24	أقل من 5 سنوات	1
23.4	11	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	2
21.3	10	من 10 إلى أقل من 15 سنة	3
4.2	2	15 سنة فأكثر	4
%100	47	المجموع	

يتضح من الجدول السابق توزيع عينة البحث بعد التطبيق حسب المؤهل العلمي، وجاء في المرتبة الأولى الذين مؤهلهم (بكالوريوس) بنسبة (53.2%)، ثم الذين مؤهلهم (دبلوم عالي) بنسبة (23.4%)، ثم الذين مؤهلهم (ماجستير) بنسبة (17.0%)، ثم الذين مؤهلهم (دكتوراه) بنسبة (6.7%). ويوضح الجدول توزيع عينة البحث بعد التطبيق حسب الوظيفة، وجاء في المرتبة الأولى الذين وظفتهم (محاسب مالي) بنسبة (53.2%)، ثم الذين وظفتهم (مراجع داخلي) بنسبة (14.9%)،

ثم الذين وظيفتهم (مراجع خارجي) بنسبة (12.8٪)، ثم الذين وظيفتهم (مراقب مالي) بنسبة (10.6٪)، ثم الذين وظيفتهم (مدير مالي) بنسبة (8.5٪). ويوضح الجدول توزيع عينة البحث بعد التطبيق حسب سنوات الخبرة، وجاء في المرتبة الأولى الذين خبرتهم (أقل من 5 سنوات) بنسبة (51.1٪)، ثم الذين خبرتهم (من 5 إلى أقل من 10 سنوات) بنسبة (23.4٪)، ثم الذين خبرتهم (من 10 إلى أقل من 15 سنة) بنسبة (21.3٪)، ثم خبرتهم (15 سنة فأكثر) بنسبة (4.2٪).

7.3. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم تفرغ بيانات الاستبانة المستوفاة وعددهم (47) استبانة على برنامج الرزم الإحصائية (SPSS) في الحاسب الآلي، واستخدام المعالجات الإحصائية التالية:

- 1) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية التي تهدف إلى التعرف على توزيع أفراد عينة البحث بعد التطبيق حسب المتغيرات الديموغرافية.
- 2) معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لحساب صدق أداة البحث.
- 3) معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لحساب ثبات أداة البحث.
- 4) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية التي تهدف إلى التعرف على تكرار إجابات أفراد عينة البحث.
- 5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات الاستبانة وذلك للتعرف على مدى تشتت إجابات أفراد عينة البحث.

4. عرض نتائج البحث:

- نتائج السؤال الأول:

للإجابة عن السؤال الأول الذي نصه: "ما أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية؟"

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث حول أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية. وقد رتب إجابات ترتيباً تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية.

جدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث حول أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية

رقم العبارة	ترتيبها	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
2	1	سهولة الوصول إلى البيانات.	4.55	0.65	أوافق بشدة
7	2	الاعتماد على برنامج محاسبي يلبي احتياجات الشركة الحالية وينمو مع التطورات المستقبلية.	4.51	0.77	أوافق بشدة
8	3	ترتيب حسابات العملاء بطريقة تناسبك وعرض التقارير وأوراق البيانات بسرعة في وقت سريع.	4.49	0.80	أوافق بشدة
5	4	إنشاء الكشوف والتقارير والتحليلات والحسابات في وقت سريع.	4.47	0.80	أوافق بشدة
6	5	التحكم في إمكانية الوصول إلى الأنظمة لمزيد من الأمان.	4.43	0.71	أوافق بشدة

أوافق بشدة	0.77	4.40	يحق أعلى درجات الأمن والدقة للمعلومات.	6	3
أوافق بشدة	0.83	4.30	الأتمتة.	7	1
أوافق بشدة	0.82	4.26	البرامج المحاسبية هي أنظمة موثوقة للاستخدام.	8	4
أوافق	0.97	4.00	يعد استخدام نظام محوسب أرخص بكثير من أشكال حفظ البيانات الأخرى.	9	9
أوافق بشدة	0.52	4.38	المجموع الكلي		

يوضح الجدول رقم (6) أن موافقة أفراد عينة البحث على أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية كانت بدرجة (أوافق بشدة) وهي الفئة الأولى من فئات الاختيار بمتوسط حسابي (4.38) وانحراف معياري (0.52). وقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.00 - 4.55) حول أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية، وتقع هذه المتوسطات الحسابية ضمن فئة الاستجابة الأولى والثانية والتي تشير إلى درجة موافقة (أوافق بشدة - أوافق) على المقياس الخماسي المستخدم في أداة البحث. وقد تراوحت الانحرافات المعيارية بين (0.65 - 0.97) وهي قيم متدنية مما يدل على تجانس استجابات أفراد عينة البحث حول أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية. وجاء ترتيب أعلى (3) عبارات كما يلي: العبارة رقم (2) وهي "سهولة الوصول إلى البيانات" بمتوسط حسابي (4.55)، ثم العبارة رقم (7) وهي "الاعتماد على برنامج محاسبي يلبي احتياجات الشركة الحالية وينمو مع التطلعات المستقبلية" بمتوسط حسابي (4.51)، ثم العبارة رقم (8) وهي "ترتيب حسابات العملاء بطريقة تناسبك وعرض التقارير وأوراق البيانات بسرعة في وقت سريع" بمتوسط حسابي (4.49). وجاء ترتيب أدنى (3) عبارات كما يلي: العبارة رقم (1) وهي "الأتمتة" بمتوسط حسابي (4.30)، ثم العبارة رقم (4) وهي "البرامج المحاسبية هي أنظمة موثوقة للاستخدام" بمتوسط حسابي (4.26)، ثم العبارة رقم (9) وهي "يعد استخدام نظام محوسب أرخص بكثير من أشكال حفظ البيانات الأخرى" بمتوسط حسابي (4.00).

- نتائج السؤال الثاني:

للإجابة عن السؤال الثاني الذي نصه: "ما أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية؟"

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية، وقد تم ترتيبها تنازلياً حسب المتوسطات.

جدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث حول أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية

رقم العبارة	ترتيبها	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	1	أخذ روح المبادرة والتحرك.	4.28	0.75	أوافق بشدة
7	2	الحصول على مورد (أو موردين) جدد.	4.20	0.82	أوافق بشدة
8	3	تأسيس منظمة جديدة في قطاعات الأعمال.	4.19	0.79	أوافق

أوافق	0.81	4.17	تقديم طريقة إنتاج جديدة.	4	5
أوافق	0.89	4.13	المساهمة في فتح أسواق جديدة.	5	6
أوافق	0.88	4.09	تقديم منتج جديد، أو إضافة جديدة على منتج قائم.	6	4
أوافق	0.80	4.00	تنظيم وإعادة آلية الاقتصادية والاجتماعية.	7	3
أوافق	0.96	3.76	قبول المخاطرة والفسل.	8	2
أوافق	0.69	4.08	المجموع الكلي		

يوضح الجدول رقم (7) أن موافقة أفراد عينة البحث على أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية كانت بدرجة (أوافق) وهي الفئة الثانية من فئات الاختيار بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.69). وقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.76-4.28) حول أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية، وتقع هذه المتوسطات الحسابية ضمن فئة الاستجابة الأولى والثانية والتي تشير إلى درجة موافقة (أوافق بشدة- أوافق) على المقياس الخماسي المستخدم في أداة البحث، وقد تراوحت الانحرافات المعيارية بين (0.75-0.96) وهي قيم متدنية مما يدل على تجانس استجابات أفراد عينة البحث حول أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية. وجاء ترتيب أعلى (3) عبارات كما يلي: العبارة رقم (1) وهي "أخذ روح المبادرة والتحرك" بمتوسط حسابي (4.28)، ثم العبارة رقم (7) وهي "الحصول على مورد (أو موردين) جدد" بمتوسط حسابي (4.20)، ثم العبارة رقم (8) وهي "تأسيس منظمة جديدة في قطاعات الأعمال" بمتوسط حسابي (4.19). وجاء ترتيب أدنى (3) عبارات كما يلي: العبارة رقم (4) وهي "تقديم منتج جديد، أو إضافة جديدة على منتج قائم" بمتوسط حسابي (4.09)، ثم العبارة رقم (3) وهي "تنظيم وإعادة آلية الاقتصادية والاجتماعية" بمتوسط حسابي (4.00)، ثم العبارة رقم (2) وهي "قبول المخاطرة والفسل" بمتوسط حسابي (3.76).

- نتائج السؤال الثالث:

للإجابة عن السؤال الثالث الذي نصه: "ما أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية؟"

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث حول أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية، وقد تم ترتيبها تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية.

جدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث حول أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية

رقم العبارة	ترتيبها	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	1	تحسن جودة الخدمات المقدمة.	4.51	0.68	أوافق بشدة
2	2	زيادة كفاءة العمليات في الشركة.	4.49	0.74	أوافق بشدة
5	3	تطوير الهياكل التنظيمية لنظم المعلومات.	4.37	0.76	أوافق بشدة

أوافق بشدة	0.79	4.35	إنشاء أقسام متخصصة من خلال المحاسبية الإلكترونية.	4	6
أوافق بشدة	0.83	4.32	إيجاد خطط واضحة ودقيقة للعمل.	5	7
أوافق بشدة	0.83	4.30	صنع واتخاذ القرارات الاستراتيجية.	6	4
أوافق بشدة	0.79	4.28	أحد المداخل الاستراتيجية لتوليد واكتساب مزايا تنافسية.	7	8
أوافق بشدة	0.88	4.21	توفر فرص الإبداع في الشركة.	8	3
أوافق بشدة	0.67	4.35	المجموع الكلي		

يوضح الجدول رقم (8) أن موافقة أفراد عينة البحث على أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية كانت بدرجة (أوافق بشدة) وهي الفئة الأولى من فئات الاختيار بمتوسط حسابي (4.35) وانحراف معياري (0.67). وقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.51- 4.21) حول أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية، وتقع هذه المتوسطات الحسابية ضمن فئة الاستجابة الأولى والثانية والتي تشير إلى درجة موافقة (أوافق بشدة) على المقياس الخماسي المستخدم في أداة البحث، وقد تراوحت الانحرافات المعيارية بين (0.68- 0.88) وهي قيم متدنية مما يدل على تجانس استجابات أفراد عينة البحث حول أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية. وجاء ترتيب أعلى (3) عبارات كما يلي: العبارة رقم (1) وهي "تحسن جودة الخدمات المقدمة" بمتوسط حسابي (4.51)، ثم العبارة رقم (2) وهي "زيادة كفاءة العمليات في الشركات" بمتوسط حسابي (4.49)، ثم العبارة رقم (5) وهي "تطوير الهياكل التنظيمية لنظم المعلومات" بمتوسط حسابي (4.37). وجاء ترتيب أدنى (3) عبارات كما يلي: العبارة رقم (4) وهي "صنع واتخاذ القرارات الاستراتيجية" بمتوسط حسابي (4.30)، ثم العبارة رقم (8) وهي "أحد المداخل الاستراتيجية لتوليد واكتساب مزايا تنافسية" بمتوسط حسابي (4.28)، ثم العبارة رقم (3) وهي "توفر فرص الإبداع في الشركات" بمتوسط حسابي (4.21).

5. الخاتمة:

1.5 ملخص نتائج البحث:

فيما يتعلق: بأهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية:

أشار تحليل بيانات الدراسة إلى أن موافقة أفراد عينة البحث على أهمية تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية كانت بدرجة (أوافق بشدة) بمتوسط حسابي (4.38) وانحراف معياري (0.52). وقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.55- 4.00) وتراوحت الانحرافات المعيارية بين (0.65- 0.97).

فيما يتعلق: بأثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية:

أشار تحليل بيانات الدراسة إلى أن موافقة أفراد عينة البحث على أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على السلوك الريادي في شركات الأدوية كانت بدرجة (أوافق) بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.69). وقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.28- 3.76) وتراوحت الانحرافات المعيارية بين (0.75- 0.96).

فيما يتعلق: بأثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية:

أشار تحليل بيانات الدراسة إلى أن موافقة أفراد عينة البحث حول أثر تطبيق المحاسبة الإلكترونية على الميزة التنافسية في شركات الأدوية بدرجة (أوافق بشدة) بمتوسط حسابي (4.35) وانحراف معياري (0.67). وقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.21 - 4.51) وتراوحت الانحرافات المعيارية بين (0.68 - 0.88).

2.5. التوصيات:

في ضوء النتائج التي انتهى إليها البحث حول دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية، فإن الباحث يوصي بما يلي:

1. ضرورة تطبيق المحاسبة الإلكترونية في الشركات لتحسين جودة الخدمات المقدمة.
2. ضرورة استخدام برامج محاسبية تساهم في رفع كفاءة العمليات في الشركات.
3. ضرورة إنشاء أقسام متخصصة من خلال المحاسبية الإلكترونية تدعم الميزة التنافسية للشركات.
4. ضرورة وضع خطط واضحة ودقيقة للعمل من خلال البرامج المحاسبية.
5. ضرورة توظيف البيانات التي توفرها المحاسبة الإلكترونية في صنع واتخاذ القرارات الاستراتيجية.
6. ضرورة توفر فرص الإبداع للعاملين في الشركات عن طريق تطبيق نظم محاسبية إلكترونية.

3.5. المقترحات:

في ضوء النتائج والتوصيات التي انتهى إليها البحث حول "دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية"؛ يقترح الباحث إجراء الدراسات التالية:

1. إجراء دراسات حول دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في شركات الأدوية بمختلف مناطق المملكة العربية السعودية.
2. إجراء دراسات حول معوقات تطبيق المحاسبة الإلكترونية في شركات الأدوية بمختلف مناطق المملكة العربية السعودية.
3. إجراء دراسة حول تصور مقترح لتطوير دور المحاسبة الإلكترونية في تنمية السلوك الريادي والميزة التنافسية في جميع الشركات الحكومية والأهلية بمختلف مناطق المملكة العربية السعودية.

6. المراجع

1.6. المراجع العربية:

1. محمود، حامدي (2019). أثر التسويق الداخلي في تنمية المواهب "دراسة ميدانية بالمديرية الرياضية لاتحاد البسكرة". رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة محمد خيضر- بسكرة- الجزائر.
2. بيرم، نسيم (2016). أثر أبعاد التسويق الداخلي في أداء الشركة "دراسة ميدانية". رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة حلب- سوريا.
3. المجالي، مالك محمد والبشاشة، أمين عايد والمجالي، هاني محمد (2016). تأثير أبعاد التسويق الداخلي على رضا العاملين وأثره على أدائهم في البنوك التجارية العاملة في محافظة الكرك. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال. المجلد (12). العدد (3). ص ص 597-626.

4. حبيب، مهند جعفر حسن (2013). نظام المحاسبة الإلكترونية وأثره على الرقابة وتقييم الأداء في الشركات الصناعية السودانية: دراسة ميدانية. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة السودان العلوم والتكنولوجيا. الخرطوم.
5. العزاوي، فيصل سرحان عبود وجهاد أسعد غني (2018). العلاقة بين النظام المحاسبي الحكومي التقليدي في العراق والنظام الإلكتروني بين النظرية والتطبيق: بحث تطبيقي في جامعة ديالى (2018). مجلة دراسات مالية ومحاسبية. عدد خاص. المؤتمر العلمي الدولي الأول.
6. عز الدين، أسر حسن يوسف وبخيت، محمد بهاء الدين محمد (2018). تأثير فاعلية نظم المعلومات الإلكترونية على المؤشرات المحاسبية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المقيدة بالبورصة المصرية خلال الفترة من 2007-2017. مجلة الفكر المحاسبي. كلية التجارة جامعة عين شمس، مج (22)، ع (4)، ص ص 994-1040.
7. فودة، شوقي السيد وسيد، سيد عبد الفتاح والغبور، أماني سعد الدين (2019). أثر كفاءة وفعالية نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية على تحسين تقييم الأداء في البنوك التجارية مع دراسة ميدانية. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، ع (6)، ص ص 360-409.
8. حسين، ميسون علي (2013). الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة لتجربة بعض الدول". مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، مجلد 21، عدد 2، ص ص 385-407.
9. مطاوع، ضياء الدين محمد (2017). تصور مقترح لتفعيل الابتكار والإبداع وريادة الأعمال في برامج التجربة التكاملية للجامعات الخليجية. دراسة مقدمة إلى مؤتمر "الجامعات ورؤية المستقبل.. ابتكار واستثمار" الذي نظمتها جامعة المجمعة في الفترة من 3/30 - 1439/4/2هـ.
10. الحوراني، يوسف. (2017). مدى تبني استراتيجية المحيط الأزرق لدى شركات الصناعات الغذائية في قطاع غزة ودورها في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية. غزة.
11. قاسم، سامر وإبراهيم، أيهم. (2018). دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية على المصارف التجارية السورية الخاصة. مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (40). العدد (6).
12. عثمان، مروة السيد مهران. (2019). تحليل العلاقة بين بطاقة الأداء المتوازن والميزة التنافسية المستدامة "دراسة ميدانية". بحث منشور. كلية التجارة. جامعة بور سعيد. مصر.
13. القحطاني، ريم ثابت محمد (2019). إطار حوكمة الجامعات السعودية لتحقيق الميزة التنافسية في اتخاذ القرارات وفق تطلعات رؤية 2030م. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث مجلة العلوم التربوية والنفسية المجلد الثالث. العدد الخامس عشر. ص ص 51-79.
14. محمد، فلاق وإسحاق، خرشي. (2020). مساهمة الذكاء الاستراتيجي في استدامة الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية العاملة في الجزائر (دراسة ميدانية). مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال. المجلد (6). العدد (4). ص ص 156-173.
15. صيام، عزيزة (2013). واقع تطبيق نظام إدارة المواهب البشرية: دراسة حالة على الجامعة الإسلامية. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية. غزة.
16. القطب، محي الدين (2012). الخيار الاستراتيجي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية. دار الحامد للنشر والتوزيع. عمان.

17. أبو شمالة، أمل رمضان (2015). تأثير برامج ريادة الأعمال على الاستدامة المشاريع الناشئة: دراسة حالة حاضنات الأعمال في فلسطين. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية. غزة.
18. إخلاص هزاع كريم العبدلي (2003). استخدام الوسائل الآلية في نظام المعلومات المحاسبية - وسائل مقترحة في مصرف الرافدين نينوى. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة الموصل.
19. زياد هاشم يحيى وقاسم محسن الحبيطي (2003). نظام المعلومات المحاسبية، وحدة الحداثة للطباعة والنشر، كلية الحداثة الجامعة، الموصل، العراق.
20. محمد عبد الفتاح محمد وطارق عبد العال حماد (2000). التطبيقات المحاسبية باستخدام الحاسب، الدار الجامعية، الإسكندرية.

2.6. المراجع الإلكترونية:

1. أحمد، راميار رزكار (2021). دور نظام المعلومات المحاسبية الإلكترونية في تعزيز أمن المعلومات المالية: دراسة تطبيقية في شركة بردبار للصرافة فرع محافظة اربيل (2021)، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع (24). متاح على الموقع الإلكتروني: <https://doi.org/10.33193/IJoHSS.24.2021.299>. DOI
2. البراشدية، حفيظة سليمان (2021). ريادة الأعمال الرقمية ظل جائحة كورونا (كوفيد 19): الفرص والتحديات". مجلة دراسات وتكنولوجيا المعلومات (JIS & T)، ع (1). متاح على: <https://doi.org/10.5339/jist>.
3. بونوة، شعيب وخلوط، عواطف (2011). أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ريادة المنظمات الحديثة". متاح على: <http://iefpedia.com>.
4. سكافي، أنغام وليد وأبو مرخية، رموز رافع وأبو سنيينة، مروة مصطفى (2015). مدى تطبيق أبعاد الريادة المؤسسية في جامعة بوليتكنك فلسطين من وجهة نظر الإدارة العليا والوسطى". متاح على: <http://scholar.ppu.edu/handle/123456789/199>.

3.6. المراجع الأجنبية:

- Antoncic, Bostjan&Scarlat, Cezar: (2005) "Corporate Entrepreneurship and Organizational Performance: Acomparision Between Slovenia and Romania", Managing the Process of Globalisation in New and Upcoming EU Members, 6th International Conference of the faculty of Management Koper Congress Center Bernardin, pp.71-89
- Atem, Tongwa Ivo, and, Yella, Gilbert Ncheh, (2007) CONTINUOUS QUALITY IIMPROVEMENT: Implementation AND SUSTAINABILIIITY.
- Barringer, R. Bruce & Ireland, R. Duane: (2008). Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures "Pearson Education, Inc. Hall, New Jersey.
- Charles, Kirk & Clarke, Robyn D" Assuming the Risks", <http://2004/4/20.serarch.epent.com/direct.asp.HTML..638344.CITED>, 2000

- Eisenhardt, K.M. and Martin, J.K. (2000), "Dynamic capabilities: what are they?", Strategic Management Journal, Vol. 21, pp. 1105-21. Ireland, R.D.,
- Eroglu .O, Plcak. M (2011). Entrepreneurship, National Culture and Turkey", International Journal of Business and Social Science, Vol. (2) , No.(16)..
- Evans, and Collier, (2007). Operation Management an Integrated Goods and services, Approach, Thomson, South, western, U.S.A international, student edition, www.swlearning.com.
- Heizer, Jay and Render, Barry. (2001). "Principles of Operations Management" .4 rd ed, Prentice Hall:New Jersey,U.S.A.
- Hindrikes, Erik, and Karlsson, Jens, (2006). Understanding Stakeholder Satisfaction and Balanced Scorecards within a Dispute Resolution Organization, Master of Science Programme Industrial Economics,Lulea University of Technology Department of Business Administration and Social Sciences Division of Quality & Environmental Management.
- Hitt, Charles W. & Jones, G.R. (2009). "Strategic Management theory an in Integrated approach ",8thed., Houghton Mifflin Co.
- Huub L .M. Mudde (2015). Entrepreneurship Education in Ethiopian universities: Institutional assessment, Synthesis Report the Maastricht School of Management, Education Strategy Center.
- Keat, OY., (2008), Inclination towards Entrepreneurship among Malaysian University Students in Northern Peninsula Malaysia, Ph. D. Thesis, Swinburne University of Technology, Melbourne.
- Krajewski, Lee, J. and Ritzman, Larry, P. (2005)." Operations Management:".7th ed, Prentice Hall: New Jersey.
- Kyrgidou P.Lida Hughes M. (2010), Strategic entrepreneurship: origins, core elements and research directions, European Business Review, Vol.22 No.1,pp. 43-63
- Lau, Theresa & Chan, K.F. & Tai, Susan, H. C. & Ng, David , K.C. (2010) Corporate entrepreneurship of IJVs in China, Management Research Review, Vol.33,No.1,pp.6-22.
- Liu, Tsai-Lung (2003). Organization Learning and Social Network Market Orientation: The Role of Resource-Based View Strategy in Gaining Dynamic, Capabilities Advantage. www.hicbusiness.org.

- Macmillan, Hugh and Tampoe, Mahen (2000). Strategic Management: Process, Content, and Implementation. Great Britain: Oxford University Press.
- Mater .V, Zenovta .C (2011). Entrepreneurship versus Intrapreneurship . Review of International Comparative Management, Vol. (12) , No.(5).
- National Centre for Entrepreneurship in Education (2013). The Entrepreneurship University: From Concept to Action, Editors: Paul Coyl, Allan Gibb, Gay Haskins.
- Nian. T, Bakar .R, Islam. A (2014). Students' Perception on Entrepreneurship Education: The Case of Universiti Malaysia Perlis, International Education Studies, Canadian Center of Science and Education, Vol. (7), No. (10).
- Olorundare, A, Kayode, A (2014). Entrepreneurship Education in Nigerian Universities: a tool for National Transformation", Asia Pacific Journal of Educators and Education, Vol. (29).
- Rudhumbu. N, et al (2016). Attitudes of Students towards Entrepreneurship Education at Two Selected Higher Education Institutions in Botswana: A Critical Analysis and Reflection", Academic Journal of Interdisciplinary Studies, MCSER Publishing, Rome- Italy, Vol. (5), No. (2).
- Slack, Nigel, Chambers, Stuart, Harland, Christine, Harrston, Alan, and Johnston, Robert. (2004). Operations Management. 4th ed., Prentice Hall, New York.
- Stevenson, William, J. (2007). Production/ Operations Management". 8thed, Von Hoffmann Press.
- Kuratko, Donald F, Hodgetts, Richard M. (2001) Entrepreneurship Acontemporary Approach 5th ed, Harcourt College Publishers. P,29.

جميع الحقوق محفوظة © 2024، الباحث/ عبد الرحمن خالد العتيبي، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي

(CC BY NC)

Doi: doi.org/10.52132/Ajrsp/v6.61.5