

دور مستخدمي المعلومات المحاسبية في تحقيق رضا الزبون في ظل استخدام المحاسبة الرشيدة (دراسة عملية في الشركات الصناعية المسجلة في سوق الاوراق المالية)

وعد هادي عبد¹

ازدهار عبدالله زامل²

حيدر عباس العطار¹

waadabd24@yahoo.com

izdihar.zamil@qu.edu.iq

hayderabbas78@gmail.com

¹جامعة المثنى /كلية الادارة والاقتصاد ²جامعة القادسية /كلية الادارة والاقتصاد

الخلاصة:

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيس الى دور مستخدمي المعلومات المحاسبية (الاطراف الداخلية والخارجية) في تحقيق رضا الزبون في ظل استخدام المحاسبة الرشيدة، وكذلك بيان العلاقة بين تطبيق ادوات المحاسبة الرشيدة ومستخدمي المعلومات المحاسبية في تحقيق رضا الزبون من خلال تقديم لهم المنتج او خدمة من قبل الشركات الصناعية . ولتحقيق اهداف الدراسة قام الباحثان باستخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال اعداد قائمة الاستقصاء (استمارة الاستبيان) معد اعداد علمي والمحكمة من قبل بعض اساتذة كلية الادارة والاقتصاد في جامعتي القادسية والمثنى، حيث وزعت هذه الاستمارة على بعض العاملين في شركات الصناعية المسجلة في سوق الاوراق المالية والبالغ عددهم (5) شركات ، وتم توزيع (65) استمارة وارجع منها (59) استمارة أي بمعدل 91% ، وقد تم اجراء التحليلات الاحصائية اللازمة لتحقيق فرضيات الدراسة.

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها انها تهتم شركات الصناعية المسجلة ف سوق الاوراق المالية في تطوير نشاطه من خلال اجراء التحسين المستمر لعملياته وانشطته الانتاجية من قبل المتابعة من قبل مجلس الادارة وكذلك المستثمرين والمساهمين والمقرضين وذلك لتقديم اجود الخدمات الى البون، وكذلك اظهرت الدراسة ان رضا الزبون يتأثر بمدى استخدام ادوات المحاسبة الرشيدة من قبل مستخدمي المعلومات المحاسبية.

لذا توصي الدراسة بضرورة قيام الشركات الصناعية المسجلة في سوق الاوراق المالية بدراسة السوق والعوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في سلوك الزبون قبل طرح أي منتج او خدمة ، وكذلك ضرورة قيام الجمعيات المهنية المحاسبية المتمثلة بنقابة المحاسبين وجمعية المحاسبين والمدققين بإقامة دورات تدريبية المتخصصة وورش العمل في القطاع الصناعي واقامة المؤتمرات والندوات العلمية لتعريف عن مدى واهمية استخدام ادوات المحاسبة الرشيدة.

الكلمات المفتاحية: مستخدمي المعلومات المحاسبية، المحاسبة الرشيدة، رضا الزبون

The role of users of accounting information in achieving customer satisfaction in the use of Lean accounting

(Practical study in industrial companies registered in the stock market)

Hayder Abbas Alatar Azdhar Abdalah Zamil Waad Hadi Abd

Abstract

This study aimed mainly at the role of accounting users (Internal users and External users) in achieving customer satisfaction in the use of good accounting, as well as the relationship between the application of accounting tools and users of accounting information in achieving customer satisfaction by providing them with the product or service by Industrial Companies.

In order to achieve the objectives of the study, the researchers used the analytical descriptive method by preparing the survey questionnaire prepared by some of the professors of the Faculty of Management and Economics at the universities of Qadisiya and Muthanna. The questionnaire was distributed to some workers in the industrial companies registered in the stock market The number of (5) companies, and distributed (65) form and returned (59) form, or 91%, has been conducted statistical analysis necessary to achieve the hypotheses of the study .

The study reached a number of results, the most important of which is that the registered companies in the stock market are interested in developing their activities through continuous improvement of their operations and production activities by follow up by the board of directors as well as investors, shareholders and lenders in order to provide the best services to the bank. Customer is affected by the extent to which accounting tools are used by users of accounting information.

Therefore, the study recommends that the industrial companies registered in the stock market study the market and internal and external factors affecting the behavior of the customer before the introduction of any product or service, as well as the need for professional accounting associations represented by the Association of Accountants and the Association of Accountants and Auditors to establish specialized training courses and workshops in the industrial sector and establish Conferences and scientific seminars to identify the extent and importance of using accounting tools.

Keywords: Users of Accounting Information , Lean Accounting ,Customer satisfaction

المقدمة

بعد التطور الذي يحصل في جميع القطاعات الاقتصادية والتكنولوجيا والاجتماعية خلال السنوات الماضية وما صاحب ذلك من تغيرات في الانظمة المالية المستخدمة ، لذا تعد الانظمة المحاسبية والمالية غير كافية لتلبية جميع المتطلبات في ضوء الحداثة التي ظهرت في عالم التكنولوجيا مما اوجب على اغلب الشركات ايجاد ادوات ووسائل محاسبية ومالية حديثة تعمل على مواكبة هذا التطور تعمل على تحسين وتطوير وزيادة وكفاءة فعالية الشركات من اجل التحسينات المستمرة والحديثة في جودة الانتاج وتخفيض التكاليف لذا توجب على الشركات اعتمد اسس ونماذج جديد في عملية التصنيع ومنها الانتاج الرشيد من خلال تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة.

يساهم ظهور هذا النوع من المحاسبة (المحاسبة الرشيدة Lean Accounting) ظهور منهج جديد وحديث يعمل على زيادة وتوسيع الفائدة من خلال اتباع الترشيد في الانتاج، لذا انه يعد من الطرق الحديثة في احتساب التكاليف تساهم في تحسن نوع المنتج وجذب الزبائن والاقبال على منتجاتها والمحافظة على مكانتها في الاسواق.

شوهدت في الآونة الاخيرة وفي ظل وجود الانتاج المطروح من قبل الشركات الخارجية وكذلك وجود التجارة الالكترونية في الاسواق الدولية الخارجية من انتشار المنافسة الشديدة وما صاحب ذلك من ظهور التقنيات الحديثة المستمرة التي تعمل تلبية متطلبات الزبائن وتحقيق رضاهم ادى ذلك الى قيام بعض الشركات الى تبني وتطبيق نظام المحاسبة الرشيدة من اجل ترشيد منتجاتها وكذلك التقليل من الاهدار والاسراف والضياع في الوقت والكلفة.

لقد تناول الباحثون في هذه الدراسة اربعة مباحث وهي(المبحث الاول منهجية البحث والمبحث الثاني الاطار المفاهيمي لمستخدمين المعلومات المحاسبية والمبحث الثالث رضا الزبائن والمحاسبة الرشيدة، اما المبحث الاخير فقد تناول الجانب العملي للدراسة.

المبحث الاول

منهجية البحث

اولاً:- مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث بأن اغلب الشركات الصناعية في العراق تعاني من كساد في بيع منتجاتها في ظل وجود شركات اجنبية منافسة التي تقدم نفس السلع والخدمات الى الزبائن بنفس الجودة وبسعر منافس للإنتاج المحلي وكذلك اتباع مناهج وانظمة محاسبية ومالية تقليدية التي تؤدي الى مزيد من الضياع والهدر في الوقت والكلفة والتي اصبحت لا تلائم التطور الحاصل في عالم التكنولوجيا الحديثة والمستمرة ، هذا ادى الى قيام الزبائن الى العزوف عن الانتاج المحلي والتوجه نحو الانتاج الاجنبي ، لذا تتلخص مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:-

- 1- ما مدى اعتماد مستخدمي المعلومات المحاسبية من اسلوب تطبيق المحاسبة الرشيدة من اجل تحقيق رضا الزبائن ؟
- 2- ما اثر اعتماد مستخدمي المعلومات المحاسبية من اسلوب المحاسبة الرشيدة في تحقيق رضا الزبون؟

ثانياً:-اهمية البحث

تتبع اهمية البحث من خلال ما يأتي:-

- 1- اهمية الدور الي يلعبه مستخدمي المعلومات المحاسبية في استخدام المحاسبة الرشيدة في الشركات الصناعية لأنه يعتبر من المواضيع الحديثة في كسب رضا الزبون.
- 2- اهمية التعمق في دراسة المحاسبة الرشيدة وذلك لقلّة الابحاث والدراسات الميدانية والتطبيقية التي تطرقت عن هذا الموضوع.
- 3- اهمية الدور الذي تمارسه المحاسبة الرشيدة في التخلص من جميع انواع الضياع والهدر والاسراف في الوقت والكلفة .
- 4- امكانية تطبيق المحاسبة الرشيدة على جميع أنشطة الشركات الصناعية لتهيئة متطلبات الجودة وتحقيق رضا الزبائن والعملاء.

ثالثاً:- هدف البحث

يهدف البحث الى تحقيق الآتي:-

- 1- التعرف على مستخدمي المعلومات المحاسبية في ظل استخدام المحاسبة الرشيدة وذلك من اجل تحقيق اعلى رضا للزبائن وجذبة نحو منتجاته .
- 2- تحديد المنافع والمعوقات المتحققة من تطبيق مستخدمي المعلومات المحاسبية للمحاسبة الرشيدة .
- 3- بيان العلاقة بين مستخدمي المعلومات المحاسبية وتحقيق رضا الزبون في ظل استخدام وتطبيق المحاسبة الرشيدة.
- 4- الخروج ببعض التوصيات ذات العلاقة والتي يمكن ان تستفاد منها الشركات الصناعية العراقية .
- 5- تطبيق المحاسبة الرشيدة لما لها من دور في بيئة الاعمال العراقية والمتمثلة بالشركات عينة البحث.

رابعاً:- فرضيات البحث

لتحقيق اهداف البحث قام الباحثون بصياغة فرضيتين رئيسيتين هما:-

- 1- اعتماد مستخدمي المعلومات المحاسبية على المناهج الحديثة والمتطورة لتحقيق رضا الزبون في ظل استخدام المحاسبة الرشيدة .
- 2- يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمستخدمي المعلومات المحاسبية في تحقيق رضا الزبون في ظل استخدام المحاسبة الرشيدة.

خامساً:- اسلوب البحث

- 1- الأسلوب الاستنباطي القائم على أدوات القياس الاحصائي في البحث العلمي من خلال القيام بأعداد استبانة لمعرفة آراء عينة من ال عاملين في الشركات، وقد تم توزيع (65) استمارة استبيان على العينة المذكورة تم استرجاع (59) استمارة منها لأجراء التحليل الإحصائي والتعرف على النتائج .
- 2- المراجع العلمية والدراسات الميدانية المختلفة ذات العلاقة بموضوع مستخدمي المعلومات المحاسبية وأثرها في تحقيق رضا الزبون في ظل استخدام المحاسبة الرشيدة.

سادساً:-مجتمع وعينة البحث

يتكون مجتمع البحث من المحاسبين والمدققين وعمال المعرفة والمدراء في الاقسام العاملين في الشركات الصناعية، أما عينة البحث فقد تم اختيار

عينة من الشركات الصناعية المسجلة في سوق العراق المالية وعددها (5) شركات والتي تعد حساباتها الختامية والتي تدقق من قبل ديون الرقابة المالية .

المبحث الثاني**الاطار المفاهيمي لمستخدمي المعلومات المحاسبية أولاً:- مفهوم المعلومات المحاسبية**

المعلومات المحاسبية بمفهومها البسيط هي عبارة عن الناتج النهائي من البيانات التي تم تشغيلها وفق مراحل نظام المعلومات ،كما انها تمثل لغة وادارة الاتصال ما بين معدها والذي يجب ان يحدد هدفها بوضوح وبين مستلمها الذي ينتظر تلك المعلومات والتي يجب ان تكون فعالة وذات كفاءة ومفيدة في اتخاذ القرار [14]

تعد كل من البيانات والمعلومات المحاسبية مكونات اساسية لنظم المعلومات المحاسبية وغالباً ما يتم استخدامها في الحياة العملية كمصطلحات مترادفة ويقصد بالدلالة على معنى واحد رغم ما بينها من اختلافات جوهرية [5]، لذا فإن البيانات المحاسبية هي عبارة عن المواد الخام وهي تمثل المدخلات نظم المعلومات وهي لا تصلح لاتخاذ القرارات بكونها غير منتظمة ، اما المعلومات المحاسبية في تمثل المنتج النهائي للنظام المحاسبي والذي سوف يذهب للبيئة المحيطة بالبيانات الت تمت معالجتها وتشغيلها لتعبير عن احداث ووقائع اقتصادية فعلية والتي تساعد في زيادة قدرة مستخدميها على اتخاذ القرارات المناسبة [9].

عرف(الخطيب وفؤاد)المعلومات المحاسبية هو ناتج نظام المعلومات المحاسبي الذي يتم تغذيته بالبيانات من خلال تسجيلها ومعالجتها واخراجها في شكل قوائم مالية ،تكون الغاية منها بمثابة المحرك للإدارة لاستخدامها في ادارة مشاريعها ،كما تتوقف فعالية الادارة على مدى توفير هذه المعلومات المحاسبية اللازمة للتخطيط والرقابة والتوجيه [18].

لذا يمكننا اعطاء مفهوم للمعلومات المحاسبية على انها حصيللة او ناتج النهائي لنظام المعلومات المحاسبي والذي يتم تدعيمه بالبيانات والتقارير والكشوفات من خلال تسجيلها ومعالجتها واخراجها على شكل القوائم المالية وذلك من اجل تزويد الادارة بالمعلومات اللازمة في ادارة مشاريعها واتخاذ القرارات المناسبة.

ثانياً:- الجهات المستفيدة من المعلومات المحاسبية

يعد المستثمرون والمقرضون الحاليون والمرتبون والموردون والعملاء وكذلك الجهات الحكومية ومؤسسات الدولة وموظفو المؤسسة ممن لهم ارتباطات

اذا ما كانوا سيحصلون عليها في الوقت المحدد.

- ج- المحللون الماليون :- يحتاج المحللون الماليون الى المعلومات المالية لتحليل مختلف الوضعيات المالية للمؤسسات وبالتالي تقدم مختلف النصائح والارشادات والاستثمارات الى مختلف الاطراف التي وكلت اليهم مهمة تحليل بيانات المؤسسة.
- ح- الحكومات او وكالاتها والمتمثلة بدائرة الضرائب والسلطات القضائية ومعاهد الاحصاء ودائرة ديوان الرقابة المالية وغيرها من الدوائر.
- خ- الجمهور: يهتم بعض من الجمهور بالوضعيات المالية للمؤسسات بهدف معرفة اتجاه نموها وفرص توفيرها لمناصب العمل .

ثالثاً:- الصفات الواجب توفرها في مستخدم المعلومات المحاسبية

يعد مستخدم المعلومات المحاسبية هم في الغالب صناع القرارات اذ انهم يعتمدون على المعلومات المحاسبية في مساعدتهم في اتخاذ القرارات المختلفة ولكي يكون الحكم عادلاً على المعلومات المحاسبية، فإن هنالك مجموعة من الصفات التي يجب ان يتسم بها متخذ القرار الذي يقوم باستخدام المعلومات المحاسبية ومن هذه الصفات [12]:-

- 1- القدرة على فهم محتوى المعلومات المحاسبية (الادراك).
- 2- القدرة على الاستخدام الصحيح للمعلومات في القرارات المناسبة والمعلومات التي عدت من اجلها تلك المعلومات .
- 3- الخبرة النوعية والزمنية المتعلقة بالتعامل مع انواع المعلومات المحاسبية خلال فترة زمنية سابقة، عليه فان استخدام المعلومات المحاسبية يجب ان يتحدد بمتخذ القرار مناسب ومهياً لذلك الاستخدام ، فمن غير المعقول ان تستخدم المعلومات المحاسبية لا يفهم الحد الأدنى من المعلومات المحاسبية اذ ان المصطلحات المستخدمة او كيفية نشوء تلك المعلومات ومن ثم الحكم على المعلومات المحاسبية من خلال ذلك المستخدم بأنها غير جيدة او مفيدة.

حالية ومستقبلية مع المؤسسة الفئات الرئيسة التي تستخدم المعلومات المحاسبية وتشترك هذه الفئات في الهدف من استخدام هذه المعلومات والمتمثل في ترشيد القرارات الاقتصادية، لذا يمكن تقسيم مستخدمي المعلومات المحاسبية الى طرفين رئيسيين هما [14]:-

- 1- الاطراف الداخلية :- تتضمن هذه المجموعة كل الفئات التي تعمل داخل المؤسسة والتي لها دور في اتخاذ بعض القرارات المصيرية وبذلك هم يحتاجون الى المعلومات التفصيلية حول أنشطة المؤسسة بهدف ترشيد قراراتهم .
- 2- الاطراف الخارجية :-يتمثل المستخدمون الخارجيون للمعلومات المحاسبية في كافة الفئات التي تتطلب المعلومات المحاسبية والتي تعود للمؤسسة وهم :-
 - أ- المستثمرون الحاليون والمرتقبون: حيث يستخدمون المعلومات المحاسبية من اجل ترشيد قراراتهم الاستثمارية والمتمثلة في امتلاك او بيع حق من حقوق الملكية داخل المؤسسة ،حيث يستخدمون المعلومات المحاسبية في تقسيم حصيلة كل بديل من البدائل المتاحة ،كما يحتاجون للمعلومات المحاسبية من اجل ترشيد قراراتهم الاقتصادية والمتعلقة بالشراء لحق من حقوق الملكية لذا يتطلب منهم اجراء المقارنات وتحليل التقارير المالية التي لديهم .
 - ب- الموردون :-يستخدم الموردون والذين يزودون المؤسسات بمختلف السلع والخدمات المعلومات المحاسبية من اجل معرفة مصير اموالها وتحديد ما اذا كانوا يستطيعون الحصول عليها من اجلها المحدد وذلك من خلال اللجوء الى التقارير المحاسبية لهذه المؤسسة ومن ثم تحليل وضعيتها المالية.
 - ت- العملاء:- يحتاج العملاء المعلومات المحاسبية للمؤسسات التي تربطهم الصفقات خصوصاً الصفقات طويلة الامد ، وهذا يهدف دراسة امكانية استمرار هذه المؤسسات في نشاطها وبالتالي بقائها كمصدر من مصادر احتياجهم سواء للمواد او الخدمات.
 - ث- المقرضون:- يهتم المقرضون بالمعلومات المحاسبية من اجل معرفة مصير قروضهم والفوائد المترتبة عنها

رابعاً- طرق احتياجات المستخدمين (المستفيدين) من المعلومات المحاسبية

يعد مستخدمي المعلومات المحاسبية هم نقطة البداية في تقرير احتياجات المعلومات باعتبار ان هنالك تعدداً في اصحاب المصالح المهتمين بأمر المؤسسة وان هنالك تبايناً في اهدافهم وتعارضاً في دوافعهم ومن البديهي ان ذلك ينعكس بدوره على ما يتخذونه من قرارات وما يتبعونه من اساليب في اتخاذ هذه القرارات وما يستخدمونه من معلومات وعلى مقدرتهم في تفهم واستخدام هذه المعلومات [9]، لذا فإن هنالك ثلاث طرق بموجبها يتم تحديد المستفيدين او المستخدمين من المعلومات المحاسبية وهي [2]:-

1- طريقة الاستفسار:- ويقصد بها سؤال صانعي

القرار عن احتياجاتهم من المعلومات المحاسبية والمالية وذلك من خلال المقابلة الشخصية او باستخدام قوائم الاستقصاء ، الا ان هذه الطريقة غالباً ما تنقصها الفعالية الخاصة في الواقع العملي للوصول الى القرار مالي فعال ، نظراً لعدم قدرة صانعي القرار من تحديد احتياجاتهم بشكل دقيق وكذلك عدم معرفتهم على كل جوانب المشكلة المعروض عليهم ، وهو بطبيعة الحال ما يؤثر سلباً على صانع القرار المالي.

2- طريقة تحليل المعلومات :- تعتمد هذه

الطريقة على تحليل المعلومات الحالية ودراسة سلوك وتصرفات صانعي القرار في استخدامها ومن ثم تقدير وتحديد احتياجاتهم وذلك من خلال الاستعانة بخبرة القائمين على نظام المعلومات المالي والمحاسبي لاسيما المحاسبين ، الا ان هذه الطريقة لا تخلو من بعض الانتقادات المتمثلة ان النظام قد يستمر في انتاج نفس المعلومات في حين احتياجات صانعي القرار في تغير مستمر وهو ما يؤثر سلباً على صنع القرار.

3- طريقة تحليل القرار:- تعتمد هذه الطريقة

على ضرورة معرفة افراد نظام المعلومات المحاسبي وكل متطلبات عملية صنع القرار ، وذلك لأجل تحديد المعلومات الضرورية والمهمة ، وتتطلب هذه الطريقة ضرورة مساندة نظام المعلومات المحاسبي للتغيرات المستمرة في متطلبات صانعي القرار من المعلومة ، وبالتالي فإن هذه الطريقة لها اثر ايجابي على صنع القرار المالي .

خامساً- خصائص المعلومات المحاسبية المناسبة لجميع مستخدمي المعلومات المحاسبية

مستخدمي المعلومات المحاسبية لهم اتجاهات ونوازع مختلفة تتأثر بعوامل متعددة ومتنوعة ، لذا فإن المعلومات المحاسبية التي قد تكون مناسبة لمجموعة من المستثمرين وقد لا تكون مناسبة لبعض المقرضين ، لذا فإن تحديد المعلومات المحاسبية المناسبة لمجموعة معينة ينطلق من تحقيق التوازن بين الاهتمامات المختلفة للمجموعات المختلفة المهتمة بتلك المعلومات ، وهذا يحتم على المحاسبين الاهتمام بأجراء التنسيق المناسب للمعلومات المحاسبية بين مجموعة متعددة من المعلومات ليخدم جميع الاطراف المستخدمة للمعلومات المحاسبية [22]، حتى تكون المعلومات التي تحتويها التقارير والقوائم المالية مفيدة ومناسبة لجميع مستخدميها لابد ان تمتاز بخصائص نوعية محددة اهمها:-

1- الملائمة :-لكي تكون المعلومات ملائمة لابد

ان ترتبط بالهدف او الغرض المطلوب تحقيقه ، وتحدث اختلافاً في القرار الذي سيخذه المهتم بتلك المعلومات وكلما كانت المعلومات تتميز بالملائمة والمناسبة والقابلية للمقارنة وعدم التحيز زيمكن التحقق منها بسهولة كانت هذه المعلومات قادرة على منح مستخدميها الامان والثقة عند اتخاذ القرار الاستثماري السليم لأنه مبني على اساس صحيحة وعلمية ، لذا لكي تكون المعلومات المحاسبية ملائمة لابد من ان يتوافر فيها الشروط الآتية:-

أ- التوقيت المناسب لاستخدام المعلومات المحاسبية.

ب- القدرة التنبؤية لما لها من اثر ايجابي عند استخدام المعلومات المحاسبية الملائمة .

ت- التغذية المرتجعة للمعلومات المحاسبية.

2- الموثوقية :- المقصود بها ان تكون المعلومات المحاسبية خالية من الاخطاء والتحيز، ومن ثم فإن مستخدم المعلومات المحاسبية يصبح واثقاً منها ويستطيع الاعتماد عليها ، ويتحقق ذلك من خلال ما يأتي:-

أ- القابلية للتحقق أي اذا قام اشخاص مؤهلون بفحص البيانات نفسها او السجلات فأنهم يتوصلون الى نتائج مطابقة .

ب- عدم التحيز أي ان المعلومات يجب ان تتميز بالحيادية وليس مختارة او وضعت لتخدم بعض الاطراف دون الاطراف الاخرى .

المبحث الثالث

رضا الزبون والمحاسبة الرشيدة

أولاً:- رضا الزبون (المفهوم والتعريف، الأهمية، قياس رضا الزبون، التحديات وادوات تحسن رضا الزبون)

1- مفهوم وتعريف رضا الزبون:-

يقصد بالزبون هو المستخدم النهائي لخدمات ومنتجات المؤسسة وتتأثر قراراته بعوامل داخلية مثل الشخصية والمعتقدات والأساليب والدوافع وبمعايير خارجية مثل الموارد وتأثيرات العائلة وجماعات التفضيل والاصدقاء ، وقد يكون الزبائن افراد او منظمات سواء من مناطق الريف او المدينة او من مختلف الشرائح المجتمعية[16].

يعد الزبون الطرف المهم في المعادلة الاقتصادية كونه يعد الغاية التي تسعى المؤسسات الى بلوغ الرضا وتكوين علاقات جيدة تضمن عملها وتحقيق مزايا تنافسية في السوق ،لهذا تعد ابحاث السوق والتعرف على رغبات الزبون مركز لتطوير الانتاج[20].

يعد مفهوم رضا الزبون من المفاهيم المثيرة لاهتمام الباحثين بشؤون الادارة والتسويق على حد سواء وهذا لأدراك المؤسسات ان هدف وجودها ومن ثم استمرارها وتميزها عن المؤسسات الاخرى قائم على اساس احترامها لهذا الزبون والعمل على ارضائه[11].

لذا تعددت تعاريف رضا الزبائن بين الكتاب والباحثين وذلك باختلاف الظروف البيئية المختلفة ، ومن هذه التعاريف هي:-

- رضا الزبون هو بأنه درجة ادراكه لمدى

فاعلية المؤسسة في تقديم الخدمات

والمنتجات التي تلي توقعاته وحاجاته[16].

- رضا الزبون هي الحالة التي تكون فيها

المنفعة اكبر من التضحيات وبالتالي تزداد

القيمة ويزداد رضا الزبون [4].

- رضا الزبون بأنه رد فعل ايجابي او سلبي

من قبل الزبون من خلال خبرته الشرائية او

نتيجة استهلاكه للسلع والخدمات جاء نتيجة

مقارنة بين توقعات الزبون للمنتج والاداء

المدرک[34].

2- اهمية رضا الزبائن

تختلف عملية تحقيق رضا الزبون في تسويق الخدمات كثيراً عما هو عليه في تسويق السلع والخدمات باعتبار ان النوعية المدركة في الخدمة غير النوعية المدركة في السلع الملموسة وذلك من اختلاف الأهمية التسويقية فيما بينها[17]، ويمكن تحديد أهمية رضا الزبون من خلال النقاط الآتية[3]:-

أ- اذا كان الزبون راضياً عن الخدمة والسلعة

المقدمة اليه من قبل المؤسسة سيقل من

احتمال توجه الزبائن الى مؤسسات اخرى

منافسة في السوق.

3- الصدق والامانة في عرض المعلومات المحاسبية لكي تكون المعلومات مقدمة بشكل صادق وصحيح حيث يجب ان تصور الاحداث والعمليات التي تحصل بمحتواها الصادق او يمكن ان تصور تلك الاحداث بشكل معقول.

4- القابلية للمقارنة :- يعني امكانية مقارنة المعلومات التي تحتويها التقارير والقوائم المالية مع المؤسسات المماثلة ومع الفترات المالية المختلفة للمؤسسة نفسها ' علماً ان مبدأ الثبات في استخدام السياسات والاجراءات المحاسبية من دورة الى اخرى له اثر كبير في كفاءة خاصية قابلية المقارنة.

5- التكلفة والمنافع :-تعني الموازنة بين تكلفة الحصول على المعلومات والمنفعة التي سوف تعود على المؤسسة من تلك المعلومات ، ان حجم المعلومات التي يجب ان تحتويها التقارير المرحلية يعتمد على تكلفة الحصول عليها والمنفعة التي ستعود على المؤسسة من تلك المعلومات.

6- الأهمية النسبية للمعلومات :- يعد للمعلومات أهمية نسبية اذا كان لها تأثير في القرار المتخذ من قبل الدائنين والمستثمرين ، وتظهر أهمية تلك الخاصة اذ غيابها سيتم عرض المعلومات المهمة وغير المهمة مما يؤدي الى ارباك المستخدم العادي وكذلك صعوبة اداء المحلل المالي لوظيفته وحاجاته الى تجميع بعض العناصر بهدف تكوين مجموعات ذات معنى في التحليل وعدم قدرة الادارة بعملها بسبب عدم وضوح المعلومات الجوهرية.

7- القابلية للفهم :-حتى يتحقق للمعلومات المحاسبية الاستجابة المطلوبة يجب ان تقدم بشكل وطريقة يمكن للمستخدمين او المستفيدين ان يستخدمها بسهولة لا ان تكون مجرد توصيل ارقام وعبارات عن نشاط المؤسسة وذلك انا المعلومات تأخذ شكلاً غير مألوف تكون احتمال تجاهلها او عدم امكانية ترجمتها الى معنى مفهوم .

ب- اذا كان الزبون راضياً عن السلعة والخدمة المقدمة اليه من قبل المؤسسة فإن قراره بالعودة اليها سيكون سريعاً لأنه تعرف على هذه السلعة والخدمة مسبقاً مما حققت رضاها عنها.

ت- اذا كان الزبون راضياً عن اداء المؤسسة فانه سيتكلم للأخرين كأن يكون الاقرباء والاصدقاء مما يولد زبائن جدد.

ث- ان المؤسسة التي تهتم برضا الزبائن ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين وبالأخص المنافسة السعرية للخدمة او السلعة.

ج- ان رضا الزبون عن الخدمة او السلعة المقدمة اليه سيفوقه الى التعامل مع المؤسسة مرة اخرى في المستقبل .

ح- يعد دالة التخطيط الموارد التنظيمية وتسخيرها لخدمة رغبات الزبون وطموحاته في ضوء آرائه التي تعد تغذية عكسية للمؤسسة.

خ- الكشف عن اداء مستوى العاملين في المؤسسة ومدى حاجاتهم الى برامج تدريبية في المستقبل لتطوير ادائهم بشكل افضل بما ينسجم مع التغيرات والتحسينات المستمرة للمنتج .

3- قياس او متطلبات رضا الزبائن

يعد قياس مستوى الزبائن حجماً لأي مؤسسة ، اذ يعبر عن مدى نجاح المؤسسة في التعامل مع عملائها وفي تسويق منتجاتها ، فالزبون الراضي يعود للشراء مرة اخرى ويعمل على نقل صورة جيدة لمعارفه مما يؤدي الى كسب زبائن جدد، اذ يقسم نموذج (Kano) رضا الزبون متطلبات المنتج من خلال تأثيرها في رضا الزبون الى ثلاثة انواع من المتطلبات [1]، [4] .

أ- المتطلبات الاساسية (Basic or Must be Requirement):-

يتوقع ان تكون هذه المتطلبات موجودة في المنتج والخدمة وبالتالي لا حاجة الى التعبير عنها ، وفي حالة عدم تلبية هذه المتطلبات يكون الزبون غير راضي عن المنتج الذي تقدمه المؤسسة مما يجعله البحث عن مؤسسات اخرى تقدم نفس المنتج بجودة عالية وبسعر معقول ويلبي طموحه ورغباته.

ب- متطلبات الاداء (Performance Requirements):-

يطلب الزبون هذه المتطلبات بصراحة ، اذ يتناسب مستوى رضاه تناسباً طردياً مع درجة تلبية هذه المتطلبات ، وكلما كانت المتطلبات عالية كلما كان مستوى الرضا عالي والعكس الصحيح .

ت- المتطلبات الجاذبة (Attractive Requirement):-

لا يعبر الزبون عن هذه المتطلبات لأنها غير متوقعة من قبله ، فالوفاء بهذه المتطلبات يعطي الزبون رضا اكبر لكن عدم الوفاء بها لا يشعر الزبون بعد الرضا .

4- تحديات رضا الزبون

تتمثل تحديات رضا الزبون من خلال النقاط

الاتية [19] [30][24]:-

أ- النظر للجودة داخلياً وخارجياً حيث كان معيار الجودة سابقاً مبني على ما تمتلكه المنظمة من تقنيات هندسية وموارد بشرية وموارد انتاجية وعلى مدى توافرها جودة المنتج ، في حين قدمت دراسات التسويق الكثير من الدراسات المتعلقة بالمنتجات من اجل تطوير النظرة الخارجية للجودة والمبنية من الزبون الى الزبون .

ب- جودة الخدمة :- تتولى المؤسسة عملية مراقبة جودة المنتج او الخدمة المقدمة ، اذ ان الزبون ليس له علاقة فقط بالحصول على الخدمة او السلعة ، لذلك توجب على المؤسسات ان تتخذ الاجراءات والوسائل الفعالة لتقديم الخدمة بالشكل المطلوب وفي حالة حدوث خلل فيها يجب على المؤسسة ان تقدم الاقتناع الى الزبون نتيجة الخلل الحاصل في المنتج او الخدمة وتلافي هذا الخلل مستقبلاً.

ت- الجودة تحقق الربح :- بعد اجراء العديد من الدراسات من قبل المؤسسات تأكد لها بوجود علاقة بين الجودة والربح ، فالجودة تعد مصدر للميزة التنافسية للمؤسسة تؤدي الى ارضاء الزبون وزيادة درجة الولاء الى زيادة الارباح في المؤسسة على المدى المتوسط والطويل من خلال النقاط الاتية:-

ث- الزبون يأتي للمؤسسة لتكرار عملية الشراء وبذلك لا تدفع أي مبالغ بقصد جذبه .

ج- يقوم بالإشهار عن طريق الحديث ايجابياً في المحيط الذي يعيش فيه لذا يعد وسيلة ترويج مجانية للمؤسسة.

ح- يدفع الزبون اعلى الاسعار ولا يتحسس منه لأنه في نظره ان المنتج او الخدمة قد حققت رضاه وثقته ، فانه يبدو من المعقول لاستخدام رضا الزبائن هو موضوع بالغ الاهمية لتحقيق النجاح في أي الاعمال سواء التقليدية او عبر الانترنت والشبكات العنكبوتية.

5- أدوات تحسين رضا الزبون

هنالك عاملان اساسيان يشتركان في تحسين رضا الزبون هما اداء المنتج ومستوى توقعات الزبون لذلك الاداء وعليه يمكن للمؤسسة ان تعمل على تحسين مستوى اداء خدماتها او سلعها وكذلك العمل على تشكيل توقعات الزبائن حول نوعية هذه الخدمات او السلع ومن المعلوم ان توقعات الزبائن تشكل من خلال الخبرة السابقة والاصدقاء او الاقارب[15].

تتم عملية تحسين رضا الزبائن من خلال تطبيق الادوات الاتية[34]:

أ- الجودة المدركة:- ان تحسين الاداء الداخلي للمؤسسة الذي يمثل في تحسين الجودة والغرض منها ارضاء وكسب الزبون ، الا ان هذا غير كافه لذا يتوجب على المؤسسة ان تقوم بقياس رضا زبائنها .

ب- تحليل عدم الرضا :- في حالة عدم الرضا من قبل الزبائن تصبح طرق الاتصالات التي من الضروري على المؤسسة ان تقوم بمعالجة هذه المشاكل التي سببت هذه الحالة ، لان عدم الرضا المعالج بطريقة سيئة يعادل زبون مفقود.

ت- متابعة الزبون :- هذه العملية تأخذ عدة اشكال هدفها اقامة علاقة وثيقة بين الزبون والمؤسسة فمن الضروري ان تكون هذه العلاقات شخصية .

ث- ولاء الزبون :- ان الزبون الوفي مردوديته تمثل مرتين ويكلف اقل من جذب الزبون جيد ، فيجب على المؤسسة توجيه استراتيجيتها نحو اعتبار ولاء الزبون نقطة بداية ، وان التسيير الجيد يقدم الرضا والذي يعتبر ركيزة فعالة لخلق الرضا.

ثانياً :- المحاسبة الرشيدة(المفهوم، التعريف ، المبادئ، الاهداف ، خطوات التطبيق، المعوقات وفوائد المحاسبة الرشيدة)

1- مفهوم وتعريف المحاسبة الرشيدة

يعد مفهوم اسلوب المحاسبة الرشيدة هو اسلوب عمل منظم يعتمد على الادوات والتقنيات المتطورة والتي تستخدم من اجل تقليل الضياع والهدر والاسراف في الموارد المالية ومن ثم تسهم في تقديم المعلومات ذات قيمة للمؤسسة تمكنها المنافسة في الاسواق[10]

وكذلك يعد مفهومها هي من المفاهيم المصممة لتعكس اداء مالي افضل عن المؤسسة التي تقوم بتطبيق تلك المفاهيم في العمليات الصناعية للحصول على انتاج رشيق وخال من الضياع كما انها تتضمن تكاليف المؤسسة من خلال تيار القيمة واساليب تقييم المخزون وتعديل القوائم المالية لتتضمن المعلومات غير المالية

[21]

يعتبر مفهوم المحاسبة الرشيدة من المفاهيم الحديثة وتعد مفتاحاً للتقدم، وتتبع المحاسبة الرشيدة من التصنيع الرشيد والذي هو في الاصل منهج ياباني ، واما ما يتعلق بالمحاسبة الرشيدة فأنها تعني الرقابة والاساليب الادارية التي تعكس حقيقة التفكير الرشيد والممارسات الرشيدة [13].

لذلك فقد اختلف الكتاب والباحثين تعريف موحد للمحاسبة الرشيدة ومن هذه التعاريف هي :-

أ- المحاسبة الرشيدة هي التي تشير الى محاولة توجيه المعلومات الادارية ذات الصلة المالية او النقدية نحو مجرى القيمة (الانشطة التي تضيف قيمة) مستندة بذلك الى مبادئ الرقابة وهذه الخصوصية جمعت بين منهج التصميم تدفق العمليات (الرشيد) ومنهج المحاسبة الادارية.[7]

ب- المحاسبة الرشيدة هي التي توفر المعلومات المفيدة للمدراء والعاملين في المؤسسات والشركات وغيرها لاتخاذ افضل القرارات بواسطة ادواتها المحكمة التي تعمل على القضاء على اغلب الضياعات المقترنة بالمحاسبة التقليدية ونظم الرقابة وتركز هذه الادوات على قيمة الزبون وتحقيق متطلباته والتحسين المستمر [13].

ت- المحاسبة الرشيدة بأنها نظام محاسبي يعكس الاداء المالي وغير المالي لنظام التصنيع الرشيد من اجل قياس النجاح والتقدم المتحقق نتيجة تطبيق هذا النظام وظيفتها الفصل بين التكاليف التي تضيف قيمة والتكاليف التي لا تضيف قيمة [8].

ث- المحاسبة الرشيدة بأنها اسلوب متخصص لإدارة الاعمال تستند الى مرتكزات الادارة الرشيدة والانتاج الرشيد التي توفر اسس مناسبة لاستعمال المعلومات المحاسبية التي تدعم الرقابة في الانتاج والادارة لدعم ادارة تكلفة وانشطة القيمة وازالة الضياع من النظام المحاسبي المطبق في المؤسسات.[25]

ج- المحاسبة الرشيدة على انها مصطلح عام يستخدم للتعبير عن التغيرات المطلوبة في العمليات المحاسبية والرقابية والادارية والمقاييس للمؤسسة لغرض دعم ومساندة التصنيع الرشيد لان اجراءات وطرق المحاسبة التقليدية لا تتلاءم مع التصنيع الرشيق وهو قائم على مبدأ الانتاج كبير الحجم[31].

الماليين وتجعلهم اكثر فعالية ونشاط في مساعدة المؤسسة وتنفيذ استراتيجيتها .

ب- دعم الثقافة الرشيدة من خلال تحفيز العاملين وتوفير المعلومات الملائمة وتشجيع التحسين المستمر في كل مستويات الادارية في المؤسسات .

ت- الامتثال بالمبادئ المحاسبية المقبولة قبولاً عاماً (GAAP) فيما يتعلق بأعداد التقارير الداخلية والخارجية.

ث- تعمل المحاسبة الرشيدة على زيادة قيمة المبيعات لأنها توفر معلومات جيدة لاتخاذ القرارات.

ج- تحدد المحاسبة الرشيدة الاثر المالي بوضوح للتحسينات الرشيدة لان اغلب المؤسسات تستخدم نماذج توفير التكاليف التقليدية لتقييم مزايا التحسين الرشيد.

ح- المحاسبة الرشيدة توفر المال ونخفض التكاليف .

خ- تحفز المحاسبة الرشيدة على التحسين الرشيد في الامد الطويل من خلال استخدام المعلومات والمقاييس الهامة في الرشيد.

4- معوقات وخطوات تطبيق المحاسبة الرشيدة

واجهت المحاسبة الرشيدة العديد من المعوقات التي لم يلاحظها المدراء لانهم كانوا يتطلعون الى معلومات افضل لتنظيم عملياتها بغض النظر عن أي شيء اخر ، ومن هذه المعوقات هي:- [10][35]

أ- الحصول على القبول من الهيئات المحاسبية ومنها مجلس المعايير المحاسبية المالية (FASB) واذا لم تحصل الموافقة عليه سيسبب العرقلة في العمل وتأخير في مدة التنفيذ.

ب- تكلفة التحول الى نظام المحاسبة الرشيدة.

ت- الحصول على قبول من قبل الجمهور المستثمر وخصوصاً المؤسسات العامة اذا كانت التغيرات شفافة ومعلنة.

ث- قد تتعارض التغيرات مع سياسات المؤسسات

ج- يجب على المحاسبين فهم وتعلم نظام تطبيق المحاسبة الرشيدة لأنه يعتبر متطلب اساسي للأطراف ليقبوا على معرفة ومتابعة التغيرات التي تهدف مصالحهم.

ح- عند استخدام المحاسبة الرشيدة يصاحب عملية تغير في هيكل المؤسسات وثقافتها في التحول من الصفقات الى التوجيهات العملية وهذا يحتاج الى فترة من الوقت.

خ- عدم قيام المحاسبين والماليين بتقديم النصح والارشادات والاستشارات الى المدراء من اجل فهم الاخير لإثار العمليات المحاسبية.

لذا يرى الباحثون ان مفهوم المحاسبة الرشيدة يعمل على تقديم المنتجات والخدمات وفق معايير الجودة لتحقيق اعلى رضا لزبون عنها ، وكذلك تعمل على تزويد المدراء والمؤوسين بالمعلومات المناسبة واللازمة التي تدعم الانتاج الرشيد، واخيراً تتطلب المحاسبة الرشيدة وجود مجموعة من المهارات والصفات التي يمتلكها الافراد العاملين داخل المؤسسة. على ضوء ما تقدم يمكن تعريف المحاسبة الرشيدة على انه منهج محاسبي جديد وحديث يعمل على تقديم اقصى فائدة في الانتاج الرشيد من اجل ازالة الهدر والاسراف في الوقت والتكلفة وتحقيق اعلى جودة للمنتوج في المؤسسات وتحقيق اعلى كسب للزبون والمحافظة على مكانتها في الاسواق.

2- اهداف المحاسبة الرشيدة

يرى (Bhasin & Burcher) ان من اهداف المحاسبة الرشيدة هو [27]:-

- خلق قيمة للزبون عن طريق رسم التدفقات القيمة لتلبية احتياجات الزبائن .
 - التركيز على تقليل الهدر في الوقت والموارد التي تصاحب هذه العملية.
 - يعد نظام المحاسبة الرشيدة نظاماً لتنظيم وادارة تطوير الانتاج والعمليات والموردين.
 - ارضاء الزبائن التي تتم عن طريقة عملية الانتاج بأقل وقت وتكاليف
- في حين يرى (Kroll) نقلا عن (الربيعي) ان من اهداف المحاسبة الرشيدة هو [26] [7]:-

- تطبيق لأدوات المحاسبة الرشيدة في مستويات مجرى القيمة .
- تدريب مجرى القيمة واخرين في صنع القرارات المالية ، واعداد مجرى القيمة بوضوح وتقارير الارباح والخسائر.
- قياسات مجرى القيمة لتربط بين استراتيجيات المؤسسات والتقارير المالية.
- تطبيق مبادئ الرقابة من المهام المالية للحد من التعقيدات والضياعات .
- اشتراك مؤيدي مجرى القيمة في التخطيط المالي وعمليات الموازنة .

3- منافع المحاسبة الرشيدة

وجدت المحاسبة الرشيدة لتلبية احتياجات المؤسسات التي تطبق نظام التصنيع الرشيد في الانتاج وتأتي وظيفة المحاسبة الرشيدة لتقديم المعلومات عن التقدم الحاصل نتيجة اجراء تحسين في نظام التصنيع الرشيد [8]، لذا فإن هنالك مجموعة من المنافع المتحققة نتيجة تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة ومن هذه المنافع هي:- [31] [28] [21]

- أ- المساعدة في الحد من الضياع في العمليات المحاسبية بالشكل الذي يحدد وقت الافراد

الرشيد وهو القضاء المطلق عن الضياع الذ
يتطلب وجود عقلية جديدة .

ب- قياسات الاداء (Performance Measurement):- في البيئة الرشيدة قياسات الاداء يجب ان تعكس الاستراتيجية الرشيدة لذا يجب ان تكون المقاييس سهلة وبسيطة الفهم لان اغلب المستفيدين هم غير ماليين ويجب ان تكون في الوقت المناسب ومن المفضل ان تكون بعض القياسات تتضمن خدمات الزبائن ووقت الدورة والحد من الخلل .

ت- الممارسات المحاسبية (Accounting Practices):- هنالك مجالات رئيسية للمجالات المحاسبية وادارة التكاليف والرقابة المالية ، ان العمليات المحاسبية يجب ان تركز في العمليات وليس على النتائج والتشديد والقضاء على العمليات التي لا تضيف قيمة مع المحاسبة الرشيدة مع مناع اضافية للمهام الاقل تعقيد والحاجة لبعض الاشخاص لأداء تلك المهام.

ث- ادارة الاستثمار (Investment Management):- تسعى الادارة الرشيدة الى اعادة هيكلية الجذرية للمؤسسات عن طريق تيارات القيمة بدلاً من الاقسام الوظيفية وذلك بهدف تبسيط العمليات التجارية الى حد كبير (للتصنيع والخدمات) لتحسين خدمة الزبائن وايضاً تحسين الرسمية والكفاءة .

وبالمقابل ولتجاوز هذه المعوقات وبالرغم من وجود الاختلافات بين المشاريع الا ان هنالك مجموعة من الخطوات الواجب اتباعها من اجل تطبيق المحاسبة الرشيد في المؤسسات ، ومن هذه الخطوات هي:-

[29] [10]

- أ- ربط تدفق القيمة مع الاهداف الاستراتيجية .
- ب- تطوير وتحسين طرق التسعير لتدفق القيمة والربح وتحديد اماكن تدفق القيمة .
- ت- تعليم المدير والطاقت المالي لاستراتيجيات تدفق القيمة من اجل اتخاذ القرار باستخدام ادوات المحاسبة الرشيدة .
- ث- تحليل بيانات التكلفة لدعم عمليات المحاسبة الرشيدة .
- ج- حذف او الحد من المعاملات المعقدة من العمليات المالية .
- ح- يعتمد التسعير على حساب التكاليف وتحديد نقطة التعادل والاسواق المنافسة .
- خ- تدريب وتطوير كافة قادة المؤسسة على تطبيق نظام المحاسبة الرشيدة .

5- مجالات استعمال المحاسبة الرشيدة

هناك اربعة مجالات او ابعاد رئيسية للمحاسبة الرشيدة وتتمثل بالاتي:- [23] [32]

- أ- ممارسات التصنيع (Manufacturing Practices):- ان ممارسة التصنيع الرشيد يجب ان تتغير من الانتاج على شكل دفعات وجدولة الدفع الى تدفق الانتاج وجدولة السحب والاتجاه الرئيسي الذي يمثل التحول

المبحث الرابع

الجانب العملي

بعد الانتهاء من عملية تفرغ استمارات الاستبيان و التي عددها (59) استمارة تم تحليل تلك البيانات باستخدام برنامج الحزم الاحصائية (SPSS) ، وتم التحليل وفق الاساليب الاحصائية المناسبة لعينة الدراسة.

1 - خصائص عينة الدراسة

جدول (1) خصائص عينة الدراسة

النسبة	التكرار	خصائص مجتمع الدراسة
الجنس		
76%	45	ذكر
24%	14	انثى
المؤهل العلمي		
10%	6	اعدادية
19%	11	دبلوم
60%	35	بكالوريوس
6%	4	ماجستير
5%	3	دكتوراه
التخصص		
30%	18	محاسبة
15%	9	أدارة

12%	7	علوم مالية ومصرفية
13%	8	اقتصاد
9%	5	قانون
21%	12	تخصصات اخرى تذكر
عدد سنوات الخدمة		
24%	14	اقل من 5 سنوات
35%	21	من 6 الى 10 سنوات
25%	15	من 11 إلى 20 سنة
16%	9	اكثر من 20 سنة

2- صدق الاستبانة

أ- الاتساق الداخلي

يقصد بصدق الاتساق الداخلي هو مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد تم حساب الاتساق الداخلي للاستبانة وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة.

اولاً :- المحور الأول/مستخدمي المعلومات المحاسبية.

جدول (2) يبين معامل الارتباط بين كل فقره من فقرات المحور الاول

ت	الفقرات	معامل ارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية
1	يعتبر توفر المعلومات المحاسبية واستخدامها أمراً مهماً وضرورياً في عملية اتخاذ القرار بالنسبة لمستخدمي المعلومات المحاسبية	.712	.000
2	يساهم مستخدمو المعلومات المحاسبية بتحسين جودة المنتج من خلال التخطيط لكافة العمليات وتقييم المخاطر والعناية المهنية	.446	.000
3	يوفر نظام المعلومات المحاسبية كشوفات مالية تتميز بدرجة عالية من الوضوح بحيث يمكن للمستخدمين والمستفيدين منها التعامل معها ولو لم يكونوا محترفين في الأمور المحاسبية.	.516	.000
4	يوفر نظام المعلومات المحاسبية الكشوفات المالية التي تطلبها الجهات الخارجية والداخلية بسهولة في الوقت المناسب.	.472	.000
5	تعد البنية التحتية لنظام المعلومات المحاسبية في الشركات ملائمة ومناسبة لمختلف المستخدمين لها	.464	.000
6	تشارك قواعد البيانات في شركتكم بين مستخدمي المعلومات المحاسبية وكافة الإدارات	.542	.000
7	نظام المعلومات المحاسبية المطبق في شركتكم يساهم في تبسيط اجراء التعاملات مع المستخدمين الداخلي والخارجين	.422	.000
8	يتميز مستخدمي المعلومات المحاسبية مستواً عالاً من الادراك والفهم للأنظمة المحاسبية	.529	.000
9	يهتم مستخدمو المعلومات المحاسبية بتطوير قدراتهم المهنية لملائمة متطلبات اعمالهم	.535	.000
10	توفر المعلومات المحاسبية معلومات ذات قدرة تنبويه تساعد مستخدمي المعلومات المحاسبية في صياغة وتصميم الخطط المستقبلية	.436	.000
11	يتوفر لدى الشركة نظاماً مالياً ومحاسبياً يحدد الواجبات والصلاحيات لكافة مستخدمي المعلومات المحاسبية	.489	.000
12	يساعد توفر المعلومات المحاسبية الواضحة المستخدمين في تحديد التكاليف واسعار المنتجات	.519	.000
13	تهتم ادارة شركتكم بإقامة دورات تدريبية وورش العمل وبشكل دوري للموظفين القائمين على تطبيق المعلومات المحاسبية مما يزيد من خبراتهم وكفاءتهم	.457	.000
14	من أهداف الكشوفات المالية تزويد المستخدمين بالمعلومات الكافية لغرض تمكينهم من تقييم قدرة الوحدة على تحقيق الدخل(القدرة على تحقيق الأرباح	.775	.000

يوضح الجدول (2) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الاول والذي يبين أن معاملات الارتباط المبيّنة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$ وبذلك يعتبر المحور صادقاً لما وضع لقياسه .

ثانياً :- المحور الثاني / رضا الزبون.

جدول (3) يبين معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني

ت	الفقرات	معامل ارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية
1	يحرص العاملون في القطاع الصناعي على تقديم السلعة ذات مستوى عالي من الجودة وبأسعار مناسبة	.697	.000
2	يهتم العاملون في الشركات الصناعية بأراء ومقترحات الزبائن من اجل كسب رضاهم	.565	.000
3	سأحت اصداقائي واقربائي لشراء المنتج في حال كون جودة المنتج عالي وبسعر تنافسي	.543	.000
4	تقوم الشركات الصناعية دائماً بتلبية حاجات ورغبات الزبائن	.432	.000
5	تسعى شركتكم باستمرار تحسين جودة المنتجات المقدمة للزبائن من اجل المحافظة على زبائنهم وكسب زبائن جدد	.530	.000
6	تضع الشركات الصناعية منفعة الزبائن فوق كل اعتبار من اجل المحافظة على مكانتها في الاسواق	.467	.000
7	يتميز العاملين في الشركات الصناعية بالكفاءة المهنية العالية في تقديم السلع والخدمات الى الزبائن	.487	.000
8	تعتبر ادارة العاملين في شركتكم ان الزبائن دائماً على حق فيما يقولونه	.524	.000
9	تعتبر جودة المنتج المقدمة من قبل شركتكم افضل من توقعات الزبائن	.478	.000
10	تطرح الشركة باستمرار الاسئلة للزبائن من اجل التعرف على حاجاتهم ورغباتهم من المنتج	.636	.000
11	يعد الشكل الخارجي والتصميم الحديث او الموديل له اثر في الاقبال والشراء فضلاً من السعر من قبل الزبائن	.535	.000
12	تقوم شركتكم بأجراء جميع انواع الاعلام عن منتجاتها عبر وسائل الاعلام المختلفة من اجل جذب زبائن جدد	.403	.000
13	تعتمد ادارة الشركة على تقديم خدمات ذات جودة عالية وبأقل التكاليف مقارنة بالمنافسين لتحقيق رضا زبائنهم	-.558	.000
14	يتم وضع الاهداف الاستراتيجية في الشركة لتحقيق الابداع والتميز في تقديم المنتجات الى الزبائن	.618	.000

يوضح الجدول (3) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الاول والذي يبين أن معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$ وبذلك يعتبر المحور صادقاً لما وضع لقياسه .

ثالثاً :- المحور الثالث / المحاسبة الرشيدة.

جدول (4) يبين معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثالث

ت	الفقرات	معامل ارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية
1	يساعد تطبيق استخدام المحاسبة الرشيدة في تحديد هامش الربح المستهدف قبل طرح المنتج في السوق	.707	.000
2	تقوم الادارة العليا بالتخطيط لتحسين جودة ونوعية المنتج بشكل يساعد الادارة على تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة	.404	.000
3	يتم تدريب وتطوير اداء ومهارات المحاسبين والمدققين عند تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة	.551	.000
4	تعمل الادارة في شركتكم على تطبيق استخدام المحاسبة الرشيدة من اجل وضع سعر مقبول ومنافس يتقبله الزبائن	.409	.000
5	يؤدي اتباع منهج تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة الى تفادي الاخطاء والعيوب وبالتالي تخفيض التكاليف للمنتج	.538	.000
6	يوجد هيكل اداري سليم يساعد في عملية انجاح تطبيق المحاسبة الرشيدة	.415	.000
7	يعد مفهوم نظام المحاسبة الرشيدة من المفاهيم المعروفة بشكل جيد لدى الموظفين لدى الشركة	.598	.000

8	عند تطبيق المحاسبة الرشيد مستخدمي المعلومات المحاسبية من التأكد من ان مهام العاملين في الشركة فعالة ونشطة من اجل تحقيق رضا الزبون	.548	.000
9	يساعد مستخدمي المعلومات المحاسبة عند تطبيق المحاسبة الرشيدة في زيادة فاعلية الوسائل المستخدمة في حماية الاصول والحصول على المعلومات التي تصف بالموثوقية والملائمة	.542	.000
10	يساعد تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة مستخدمي المعلومات المحاسبية من متابعة المشكلات التي تظهر عند انتاج المنتج	.584	.000
11	تسعة ادارة الشركة الى نشر ثقافة ازالة الوقت الضائع بين العاملين لتخفيض الاخطاء المحاسبية	.443	.000
12	تسعر المنتوجات بموجب تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة يمكن الشركات من زيادة مبيعاتها وتحقيق اقصى ربح ممكن	.713	.000

يوضح الجدول (4) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الاول والذي يبين أن معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$ وبذلك يعتبر المحور صادقاً لما وضع لقياسه .

ب- الصدق البنائي :- يعد الصدق البنائي من اهم احد مقاييس صدق الاداة الذي بموجبه يقيس مدى تحقق الاهداف التي ترغب الاداة تحقيقها ، والذي يبين مدى ارتباط كل محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية للفقرات ، وقد تم ذلك في النحو الآتي :-

يبين الجدول (5) ان جميع معاملات الارتباط في جميع المحاور للاستبانة دالة احصائية عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$ وبذلك تعتبر جميع المحاور للاستبانة صادقاً لما وضع لقياسه .

جدول (5) يبين معامل الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة

ت	المحور	معامل ارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية
1	مستخدمي المعلومات المحاسبية	.504	.000
2	رضا الزبون	.347	.000
3	المحاسبة الرشيدة	.687	.000

2- الاحصاء الوصفي لعينة الدراسة

اولاً :- المحور الأول/مستخدمي المعلومات المحاسبية.

جدول (6) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و الاهمية النسبية لإجابات المحور الاول

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	قيمة الاختبار	الترتيب
1	يعتبر توفر المعلومات المحاسبية واستخدامها أمراً مهماً وضرورياً في عملية اتخاذ القرار بالنسبة لمستخدمي المعلومات المحاسبية	4.03	0.76	مرتفعة	41.196	6
2	يساهم مستخدمي المعلومات المحاسبية بتحسين جودة المنتج من خلال التخطيط لكافة العمليات وتقييم المخاطر والعناية المهنية	4.08	0.62	مرتفعة	51.124	5
3	يوفر نظام المعلومات المحاسبية كشوفات مالية تتميز بدرجة عالية من الوضوح بحيث يمكن للمستخدمين والمستخدمين منها التعامل معها ولو لم يكونوا محترفين في الأمور المحاسبية.	3.95	0.87	متوسطة	35.093	9
4	يوفر نظام المعلومات المحاسبية الكشوفات المالية التي تطلبها الجهات الخارجية والداخلية بسهولة في الوقت المناسب.	4.02	0.81	مرتفعة	38.276	7
5	تعد البنية التحتية لنظام المعلومات المحاسبية في الشركات ملائمة ومناسبة لمختلف المستخدمين لها	3.75	0.95	متوسطة	30.575	11
6	تشارك قواعد البيانات في شركتكم بين مستخدمي المعلومات المحاسبية وكافة الإدارات	3.93	0.88	متوسطة	34.606	10
7	نظام المعلومات المحاسبية المطبق في شركتكم يساهم في تبسيط اجراء التعاملات مع المستخدمين الداخلي والخارجين	4.10	0.82	مرتفعة	38.863	4
8	يتميز مستخدمي المعلومات المحاسبية مستو عال من الادراك والفهم للأنظمة المحاسبية	4.13	0.77	مرتفعة	41.608	3

1	38.744	مرتفعة	0.84	4.20	يهتم مستخدمو المعلومات المحاسبية بتطوير قدراتهم المهنية لملائمة متطلبات اعمالهم	9
2	40.241	مرتفعة	0.80	4.15	توفر المعلومات المحاسبية معلومات ذات قدرة تنبؤية تساعد مستخدمي المعلومات المحاسبية في صياغة وتصميم الخطط المستقبلية	10
8	34.089	متوسطة	0.90	3.97	يتوفر لدى الشركة نظاما ماليا ومحاسبيا يحدد الواجبات والصلاحيات لكافة مستخدمي المعلومات المحاسبية	11
6	41.196	مرتفعة	0.76	4.03	يساعد توفر المعلومات المحاسبية الواضحة المستخدمين في تحديد التكاليف واسعار المنتجات	12
3	39.413	مرتفعة	0.81	4.13	تهتم ادارة شركتكم بإقامة دورات تدريبية وورش العمل وبشكل دوري للموظفين القائمين على تطبيق المعلومات المحاسبية مما يزيد من خبراتهم وكفاءتهم	13
8	36.446	متوسطة	0.84	3.97	من أهداف الكشوفات المالية تزويد المستخدمين بالمعلومات الكافية لغرض تمكينهم من تقييم قدرة الوحدة على تحقيق الدخل(القدرة على تحقيق الأرباح	14
		مرتفعة	0.82	4.03		المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (6) بان اغلب المتوسطات الحسابية كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي وهذا يدل على استجابات العينة المدروسة والتي كانت ايجابية على معظم الفقرات ، حيث نلاحظ بان الوسط الحسابي العام كان (4.03) و الانحراف المعياري (0.82) وعالية فان تأثير مستخدمي المعلومات المحاسبية مرتفع ،ونلاحظ من الجدول اعلاه حصول الفقرة رقم (9) على المرتبة الاولى بالتأثير " يهتم مستخدمو المعلومات المحاسبية بتطوير قدراتهم المهنية لملائمة متطلبات اعمالهم" بوسط حسابي قدره (4.20) وانحراف معياري (0.77) ،اما الفقرة رقم (5) جاءت باخر ترتيب " تعد البنى التحتية لنظام المعلومات المحاسبية في الشركات ملائمة ومناسبة لمختلف المستخدمين لها" بوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (0.95) ، وهذا ما يدي قبول الفرضية الاولى (يستخدم مستخدمو المعلومات المحاسبية الطرق والمناهج الحديثة في تحقيق رضا الزبون عند استخدام المحاسبة الرشيدة).

ثانياً :- المحور الثاني / رضا الزبون.

جدول (7) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و الاهمية النسبية لإجابات المحور الثاني

الترتيب	قيمة الاختبار	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات	ت
9	35.829	متوسطة	0.85	3.97	بحرص العاملون في القطاع الصناعي على تقديم السلعة ذات مستوى عالي من الجودة وبأسعار مناسبة	1
6	32.597	مرتفعة	0.95	4.05	يهتم العاملون في الشركات الصناعية بآراء ومقترحات الزبائن من اجل كسب رضاهم	2
7	38.640	مرتفعة	0.80	4.02	سأحت اصدقائي واقربائي لشراء المنتج في حال كون جودة المنتج عالي وبسعر تنافسي	3
5	33.744	مرتفعة	0.93	4.07	تقوم الشركات الصناعية دائماً بتلبية حاجات ورغبات الزبائن	4
2	44.628	مرتفعة	0.71	4.15	تسعى شركتكم باستمرار تحسين جودة المنتجات المقدمة للزبائن من اجل المحافظة على زبائنهم وكسب زبائن جدد	5
1	43.551	مرتفعة	0.74	4.22	تضع الشركات الصناعية منفعة الزبائن فوق كل اعتبار من اجل المحافظة على مكانتها في الاسواق	6
3	38.997	مرتفعة	0.81	4.12	يتميز العاملون في الشركات الصناعية بالكفاءة المهنية العالية في تقديم السلع والخدمات الى الزبائن	7
13	35.341	متوسطة	0.84	3.86	تعتبر ادارة العاملين في شركتكم ان الزبائن دائماً على حق فيما يقولونه	8
10	34.496	متوسطة	0.88	3.95	تعتبر جودة المنتج المقدمة من قبل شركتكم افضل من توقعات الزبائن	9
12	33.848	متوسطة	0.88	3.90	تطرح الشركة باستمرار الاسئلة للزبائن من اجل التعرف على حاجاتهم ورغباتهم من المنتج	10

11	37.870	متوسطة	0.79	3.92	يعد الشكل الخارجي والتصميم الحديث او الموديل له اثر في الاقبال والشراء فضلاً من السعر من قبل الزبائن	11
8	43.280	متوسطة	0.71	3.98	تقوم شركتكم بأجراء جميع انواع الاعلام عن منتجاتها عبر وسائل الاعلام المختلفة من اجل جذب زبائن جدد	12
4	45.847	مرتفعة	0.69	4.10	تعتمد ادارة الشركة على تقديم خدمات ذات جودة عالية وبأقل التكاليف مقارنة بالمنافسين لتحقيق رضا زبائنهم	13
10	39.134	متوسطة	0.78	3.95	يتم وضع الاهداف الاستراتيجية في الشركة لتحقيق الابداع والتميز في تقديم المنتجات الى الزبائن	14
مرتفعة			0.81	4.02		المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (7) بان اغلب المتوسطات الحسابية كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي وهذا يدل على استجابات العينة المدروسة والتي كانت ايجابية على معظم الفقرات ، حيث نلاحظ بان الوسط الحسابي العام كان (4.02) و الانحراف المعياري (0.81) وعلية فان تأثير رضا الزبون كان مرتفع ،ونلاحظ من الجدول اعلاه حصول الفقرة رقم (1) على المرتبة الاولى بالتأثير " تضع الشركات الصناعية منفعة الزبائن فوق كل اعتبار من اجل المحافظة على مكانتها في الاسواق " بوسط حسابي قدره (4.22) وانحراف معياري (0.74) ،اما الفقرة رقم (8) جاءت باخر ترتيب " تعتبر ادارة العاملين في شركتكم ان الزبائن دائماً على حق فيما يقولونه " بوسط حسابي (3.86) وانحراف معياري (0.84) .

ثالثاً :- المحور الثالث / المحاسبة الرشيدة.

جدول (8) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و الاهمية النسبية لإجابات المحور الثالث

الترتيب	قيمة الاختبار	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات	ت
4	37.102	مرتفعة	0.85	4.12	يساعد تطبيق استخدام المحاسبة الرشيدة في تحديد هامش الربح المستهدف قبل طرح المنتج في السوق	1
5	45.847	مرتفعة	0.69	4.10	تقوم الادارة العليا بالتخطيط لتحسين جودة ونوعية المنتج بشكل يساعد الادارة على تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة	2
3	46.631	مرتفعة	0.68	4.14	يتم تدريب وتطوير اداء ومهارات المحاسبين والمدققين عند تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة	3
4	43.864	مرتفعة	0.72	4.12	تعمل الادارة في شركتكم على تطبيق استخدام المحاسبة الرشيدة من اجل وضع سعر مقبول ومنافس يتقبله الزبائن	4
9	34.304	متوسطة	0.88	3.92	يؤدي اتباع منهج تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة الى تفادي الاخطاء والعيوب وبالتالي تخفيض التكاليف للمنتج	5
8	43.683	متوسطة	0.69	3.93	يوجد هيكل اداري سليم يساعد في عملية انجاح تطبيق المحاسبة الرشيدة	6
2	41.643	مرتفعة	0.77	4.17	يعد مفهوم نظام المحاسبة الرشيدة من المفاهيم المعروفة بشكل جيد لدى الموظفين لدى الشركة	7
1	37.369	مرتفعة	0.86	4.19	عند تطبيق المحاسبة الرشيدة مستخدم المعلومات المحاسبية من التأكد من ان مهام العاملين في الشركة فعالة ونشطة من اجل تحقيق رضا الزبون	8
6	41.346	مرتفعة	0.75	4.05	يساعد مستخدم المعلومات المحاسبة عند تطبيق المحاسبة الرشيدة في زيادة فاعلية الوسائل المستخدمة في حماية الاصول والحصول على المعلومات التي تصف بالموثوقية والملائمة	9
5	47.618	مرتفعة	0.66	4.10	يساعد تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة مستخدم المعلومات المحاسبية من متابعة المشكلات التي تظهر عند انتاج المنتج	10

10	33.664	متوسطة	0.87	3.83	تسعى ادارة الشركة الى نشر ثقافة ازالة الوقت الضائع بين العاملين لتخفيض الاخطاء المحاسبية	11
7	35.292	متوسطة	0.86	3.95	تسعر المنتوجات بموجب تطبيق اسلوب المحاسبة الرشيدة يمكن الشركات من زيادة مبيعاتها وتحقيق اقصى ربح ممكن	12
مرتفعة			0.77	4.05		المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (8) بان اغلب المتوسطات الحسابية كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي وهذا يدل على استجابات العينة المدروسة والتي كانت ايجابية على معظم الفقرات ، حيث نلاحظ بان الوسط الحسابي العام كان (4.05) و الانحراف المعياري (0.77) وعلية فان تأثير المحاسبة الرشيدة كان مرتفع ،ونلاحظ من الجدول اعلاه حصول الفقرة رقم (8) على المرتبة الاولى بالتأثير " عند تطبيق المحاسبة الرشيد مستخدمى المعلومات المحاسبية من التأكد من ان مهام العاملين في الشركة فعالة ونشطة من اجل تحقيق رضا الزبون " بوسط حسابي قدره (4.19) وانحراف معياري (0.86) ،اما الفقرة رقم (11) جاءت باخر ترتيب " تسعى ادارة الشركة الى نشر ثقافة ازالة الوقت الضائع بين العاملين لتخفيض الاخطاء المحاسبية " بوسط حسابي (3.83) وانحراف معياري (0.87) .

رابعاً:- اختبار وتحليل الفرضية الرئيسية الثانية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمستخدمى المعلومات المحاسبية في تحقيق رضا الزبون في ظل استخدام المحاسبة الرشيدة)، حيث تبين من نتائج الانحدار المتعدد باستخدام طريقة stepwise والتي استنتجت ان المتغيرات المؤثرة (مستخدمى المعلومات المحاسبية) قد أثرت بشكل مقبول على المتغير التابع (تحقيق رضا الزبون)، ويمكننا تحديد ذلك من خلال الاهمية النسبية للمتغيرات حسب الجدول(9).

جدول (9) يبين المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و الاهمية النسبية لمحاور الاستبانة

ت	المحور	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الترتيب
1	مستخدمى المعلومات المحاسبية	4.03	0.82	مرتفعة	2
2	رضا الزبون	4.02	0.81	مرتفعة	3
3	المحاسبة الرشيدة	4.05	0.77	مرتفعة	1

من خلال الجدول (9) نلاحظ بان المحاسبة الرشيدة كان لها التأثير الاكبر من بين المحاور حيث كان الوسط الحسابي العام للمحور (4.05) و الانحراف المعياري (0.77) و جاء بالمرتبة الثانية من حيث التأثير محور مستخدمى المعلومات المحاسبية بوسط حسابي (4.03) وانحراف معياري (0.82) ،اما في الترتيب الاخير من حيث الاهمية كان من نصيب المحور الثاني رضا الزبون بوسط حسابي (4.02) وانحراف معياري (0.81) . وهذا ما يدعونا الى قبول الفرضية الرئيسية الثانية.

الاستنتاجات والتوصيات

1-الاستنتاجات

توصل الباحثون الى مجموعة من الاستنتاجات كانت اهمها ما يلي:-

أ- لا يوجد اهتمام كافي من قبل الباحثين والكتاب سواء كانوا عراقيين او من انحاء الوطن العربي عن ادوات المحاسبة الرشيدة بالرغم من اهميته في جذب الزبون .

ب- ان مفهوم المحاسبة الرشيدة يعمل على تقديم المنتجات والخدمات وفق معايير الجودة لتحقيق اعلى رضا لزبون عنها ، وكذلك تعمل على تزويد المدراء والمرووسين بالمعلومات المناسبة واللازمة التي تدعم

الانتاج الرشيد، واخيراً تتطلب المحاسبة الرشيدة وجود مجموعة من المهارات والصفات التي يمتلكها الافراد العاملين داخل المؤسسة.

ت- المحاسبة الرشيدة هو منهج محاسبي جديد وحديث يعمل على تقديم اقصى فائدة في الانتاج الرشيد من اجل ازالة الهدر والاسراف في الوقت والتكلفة وتحقيق اعلى جودة للمنتوج في المؤسسات وتحقيق اعلى كسب للزبون والمحافظة على مكانتها في الاسواق.

ث- تهتم شركات الصناعية المسجلة في سوق الاوراق المالية في تطوير نشاطه من خلال اجراء التحسين المستمر لعملياته وانشطته

الانتاجية من قبل المتابعة من قبل مجلس الادارة وكذلك المستثمرين والمساهمين والمقرضين وذلك لتقديم اجود الخدمات الى الزبون.

ج- كذلك اظهرت الدراسة ان رضا الزبون يتأثر بمدى استخدام ادوات المحاسبة الرشيدة من قبل مستخدمي المعلومات المحاسبية.

ح- نلاحظ من الجداول (6,7,8) بان اغلب المتوسطات الحسابية كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي وهذا يدل على استجابات العينة المدروسة والتي كانت ايجابية على معظم الفقرات.

خ- من خلال الجدول رقم (9) نلاحظ بان المحاسبة الرشيدة كان لها التأثير الاكبر من بين المحاور حيث كان الوسط الحسابي العام للمحور (4.05) و الانحراف المعياري (0.77) و جاء بالمرتبة الثانية من حيث التأثير محور مستخدمي المعلومات المحاسبية بوسط حسابي (4.03) وانحراف معياري (0.82)، اما في الترتيب الاخير من حيث الاهمية كان من نصيب المحور الثاني رضا الزبون بوسط حسابي (4.02) وانحراف معياري (0.81).

2-التوصيات

توصل الباحثون الى مجموعة من التوصيات اهمها:-

أ- ضرورة اجراء المزيد من الدراسات والبحوث من قبل الباحثين عن ادوات المحاسبة الرشيدة لما له من دور في جذب الزبون في تفعيل الأنشطة الاقتصادية وفي كل الوحدات الاقتصادية.

ب- ضرورة الاهتمام بأدوات المحاسبة الرشيدة من قبل مستخدمي المعلومات المحاسبية لأنه يرتبط ارتباطاً مباشراً في عملية تحقيق رضا الزبون والتي تركز قاعدتها الأساسية على قدرات وكفاءة العاملين .

ت- ضرورة قيام الشركات الصناعية المسجلة في سوق الاوراق المالية بدراسة السوق والعوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في سلوك الزبون قبل طرح أي منتج او خدمة.

ث- ضرورة قيام الجمعيات المهنية المحاسبية المتمثلة بنقابة المحاسبين وجمعية المحاسبين والمدققين بإقامة دورات تدريبية المتخصصة وورش العمل في القطاع الصناعي واقامة المؤتمرات والندوات العلمية للتعريف عن مدى واهمية استخدام ادوات المحاسبة الرشيدة.

ج- ضرورة استخدام الشركات الصناعية لوسائل الاتصال ذات المصادقية، و الأكثر تأثيراً على الزبائن المستهدفين من اجل جذبهم نحو الشركات للتعامل معهم والعمل على ابقائهم كزبائن دائمين ومستقبليين.

ح- ضرورة قيام الدولة بارغام الشركات الصناعية والمسجلة في سوق العراق المالية بتطبيق ادوات المحاسبة الرشيدة لما لها دور في التنمية الاقتصادية للبلد وتوجيه الزبائن بالعزوف عن الشراء من المنتجات الاجنبية الموجودة في السوق .

خ- ضرورة تدعيم البنى التحتية لنظام المعلومات المحاسبي في الشركات من خلال اتباع منهج اسلوب المحاسبة الرشيدة لتكون اكثر ملائمة ومناسبة لمختلف المستخدمين لها.

المصادر

1. جودة، محفوظ احمد(ادارة الجودة الشاملة ، مفاهيم وتطبيقات)، دار وائل للنشر والتوزيع ،الطبعة الرابعة، عمان- الاردن،2009.
2. الحبيطي، قاسم محسن ابراهيم ، السقا ، زياد هاشم (نظام المعلومات المحاسبية)، وحدة الحدياء للطباعة والنشر ، الموصل- العراق ، 2003.
3. سلطان، يوسف حجيم ،دباس، هاشم فوزي (ادارة علاقات الزبون)، الوراق للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى، عمان- الاردن ،2010.
4. عقيلي ، عمر وصفي (المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة/وجهة نظر)، دار وائل لنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، عمان- الاردن،2009.
5. قاسم، عبدالرزاق(نظم المعلومات المحاسبية الحاسوبية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى –الاصدار الاول ،عمان- الاردن،2003.
6. ياسين، سعد (تحليل وتصميم نظم المعلومات الادارية)، دار المناهج ، الطبعة الاولى،عمان-الاردن،2000.
7. الربيعي ، محمد سمير دهيرب (امكانية تطبيق التفكير الرشيق لترشيد التكاليف وتحقيق رضا الزبون)، بحث مقدم لنيل اعلى شهادة محاسبة كلف وادارية ، جامعة بغداد- المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية ،2017.
8. المشراوي ، زاهر حسين قاسم (استخدام نموذج قياس تكاليف تيار القيمة لأغراض

- ضمن فعالية الملتقى العلمي الدولي حول الاصلاح المحاسبي في الجزائر ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة -الجزائر، 2011.
19. الخفاجي، حاكم جبوري (رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون)، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد الثامن-العدد خمسة وعشرون، جامعة الكوفة-العراق، 2012.
20. عبود، سالم محمد(تأثير انخفاض التكاليف والسياسة السعرية في كسب رضا المستهلك)، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية، جامعة بغداد، المجلد 11-العدد37-الفصل 4 لسنة 2016.
21. كاظم ، حاتم كريم (انموذج مقترح تطبيق المحاسبة الرشيقية في الشركة العامة للصناعات الكهربائية)، مجلة مركز الدراسات الكوفة، العدد 35 لسنة 2014.
22. مرعي، عبد الرحمن(دور المعلومات المحاسبية التي تقدمها التقارير المرئية في اتخاذ القرارات الاستثمارية)، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية – المجلد22-العدد2، دمشق-سوريا، 2006.
23. المعيني ، سعد سلمان ، محمد ، راند مجيد (عبد)استعمال ادوات المحاسبة الرشيقية في تخفيض التكاليف)، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية ، جامعة بغداد، المجلد8-العدد25-الفصل 4 لسنة 2013.
24. Abdul Kadir ,Hazlina , Rahmani , Nasim , Masingei ,Reza,(2011),"Impacts of service quality on customer satisfaction : Study of online Banking and ATM services ,Business management Dynamics ,VOL1,NO:1 .
25. GAMAL,(2011),"Lean Manufacturing Basics ,www.devisland.net.
26. Kroll ,D.,(2007)<"Wastes final foothold", Industrial Engineer,VOL39,NO:8.
27. Bhasin, Sanjoy & Burcher ,Pete(2006)"Lean viewed as a philosophy",journal of manufacturing technology management.
28. Davis,Charles,& Davis, Elizababeth(2012),"
- تدعيم استراتيجية الاستدامة في ظل بيئة التصنيع المرشد)، اطروحة دكتوراه ، جامعة عين شمس/كلية التجارة-قسم المحاسبة والمراجعة، جمهورية مصر، 2015.
9. شبير، احمد عبد الهادي (دور المعلومات المحاسبية في اتخاذ القرارات الادارية)، رسالة ماجستير ، الجامعة الاسلامية -غزة ، كلية التجارة -قسم المحاسبة، فلسطين، 2006.
10. شجاع، مخلد فؤاد (دور المحاسبة الرشيقية في تخفيض التكاليف)، رسالة ماجستير ،جامعة الشرق الاوسط ،كلية الاعمال-قسم المحاسبة، 2015.
11. عائشة ، دالة (اهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون)، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر 3 -كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، الجزائر، 2011.
12. علي، حامدي (اثر جودة المعلومات المحاسبية على صنع القرار في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية)، رسالة ماجستير ، جامعة محمد خيضر-بسكرة -كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، الجزائر، 2011.
13. محسن، اسراء عبد السلام (مدى استخدام ادوات المحاسبة الرشيدة في تحقيق الميزة التنافسية في ظل ادارة الجودة الشاملة)، رسالة ماجستير ،جامعة الازهر- كلية الاقتصاد والعلوم الادارية ، فلسطين، 2016.
14. هلالى، فوزية ، عرات، خديجة (جودة المعلومات المحاسبية في ظل النظام المحاسبي المالي SCF)، رسالة ماجستير ، جامعة الدكتور مولاي الطاهرة -السعيدة ، الجزائر، 2016.
15. بريس ، احمد كاظم ، الحميري، بشار عباس (اثر المزيج الترويجي للخدمات السياحية في تحقيق رضا الزبون)، مجلة اهل البيت ، العدد الرابع ، بحوث مؤتمر العلمي الثالث لجامعة اهل البيت ، العراق، 2014.
16. الحسنية ،سليم ابراهيم (مدى رضا طلاب كلية الادارة والاقتصاد عن مستوى الاداء والاكاديمي لكليتهم ، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية ،المجلد خمسة وعشرون-العدد الثاني، سوريا، 2009.
17. خانة ، جمال محمد(جودة الخدمة واثرها على رضا الزبائن)، مجلة الدراسات والاقتصاد والاعمال، العدد الاول يونيو 2015.
18. الخطيب ، عمر محمد ، فؤاد، صديقي (مدى انعكاس الاصلاح المحاسبي على جودة المعلومات المحاسبية والمالية)، مداخلة من

34. Philip, kotler .,(2006),"Marketing management ,Pearson,12 edition , France.
35. Rechard,E.&Karen .M,(2007),"Lean Accounting foal or fashion (unpublished doctoral dissertation, Application state university , north Carolina ,USA .
36. Stephen., Woehrlé & louay ,Abon shady(2010)<"Using Dynamic value stream mapping and lean accounting box scores to support lean Implementation ",Mankato,USA.
- Accounting",John Wiley and sons ,Inc,USA.
29. Huntzinger ,J.R(2007),"Lean cost management"ro 55, publishing ,for lauderd.
30. Laurent , Hermal(2004),"Measurer la satisfaction eluents zeme tirage, AFNOR, Paris.
31. Maskell,Brian(2010),"lean Accounting ", president ,BMA.Inc.
32. Mishra& Pradhan ,(2009),"Lean Accounting :Arelent Development in management sciences.
33. Peelen,Lautres,(2006),"Gestion de la relation rent ,2 edition , Pearson eduction , Paris,France.