

بسم الله الرحمن الرحيم





شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الالكتروني والميكرو فيلم



جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار





بعض الوثائق الأصلية تالفة





بالرسالة صفحات
لم ترد بالأصل



B1V 7.7



جامعة الزقازيق - فرع بنها

كلية التجارة

قسم المحاسبة

أساليب الإعلام الحاسبي

ودورها في التأثير على مستخدمي المعلومات الحاسوبية
في مجال الائتمان المصرفي

بحث مقدم للحصول على درجة الماجستير في المحاسبة
من

عبد العزيز محمد إسماعيل محرم

تحت إشراف

أ.دكتور / أحمد على إبراهيم

أستاذ المحاسبة و المراجعة و وكيل الكلية

لشئون التعليم و الطلاب بكلية التجارة بنها . مشرفاً

دكتور / محمد العمروسي محمد

مدرس المحاسبة بالكلية . مشرفاً مساعداً

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

((..سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ))

صَلَّى اللَّهُ الْعَظِيمِ

(آية ٣٢ من سورة البقرة)

لجنة المناقشة و الحكم على الرسالة

الأستاذ الدكتور / فكري عبد الحميد عشناوى
أستاذ المحاسبة و المراجعة و عميد كلية التجارة
وإدارة الأعمال بجامعة حلوان السابق .

رئيس
لجنة المناقشة

الأستاذ الدكتور / أحمد على إبراهيم
أستاذ المحاسبة و المراجعة و وكيل الكلية لشئون
التعليم و الطلاب بكلية التجارة ببنها .

مشرفا و عضوا

عضوا
فاروق

الأستاذ الدكتور / فاروق جمعه عبد العال
أستاذ المحاسبة المساعد بكلية التجارة ببنها .

قرار اللجنة : مع الباحث د. محمد الماحي د. محمد الماحي

٢٠٠٠ / ٧ / ٢٤

تاريخ المناقشة :

لجنة المناقشة و الحكم على الرسالة

الأستاذ الدكتور / فكرى عبد الحميد ع شماوى

أستاذ المحاسبة و المراجعة و عميد كلية التجارة
وإدارة الأعمال بجامعة حلوان السابق .

رئيساً

الأستاذ الدكتور / أحمد على إبراهيم

أستاذ المحاسبة و المراجعة و وكيل الكلية لشئون
التعليم و الطلاب بكلية التجارة ببها .

مشرفاً و عضواً

الأستاذ الدكتور / فاروق جمعه عبد العال

أستاذ المحاسبة المساعد بكلية التجارة ببها .

عضواً

قرار اللجنة :

تاريخ المناقشة :

شكر و تقدير

يتقدم الباحث بخالص آيات الشكر إلى الأستاذ الدكتور / أحمد على إبراهيم أستاذ المحاسبة و المراجعة و وكيل كلية التجارة ببنها لشئون التعليم و الطلاب و المشرف على الرسالة ، لتفضل سيادته بتقديم النصح و المتابعة المستمرة و التوجيهات المفيدة منذ بداية إعداد هذا البحث و التى كان لها الفضل الكبير فى إتمام هذه الدراسة وبصفته قدوة و مرجعاً فى الإشراف العلمى .

كما أقدم شكرى و تقديرى إلى الأستاذ الدكتور / فكرى عبد الحميد عشاوى أستاذ المحاسبة و المراجعة و عميد كلية التجارة و إدارة الأعمال بجامعة حلوان السابق و الأستاذ الدكتور / فاروق جمعه عبد العال أستاذ المحاسبة المساعد بكلية التجارة ببنها لقبول سيادتهما المشاركة فى لجنة الحكم على الرسالة .

كما أقدم شكرى و إمتنانى إلى الأستاذ الدكتور / حامد طلبه محمد أستاذ المحاسبة و المراجعة و عميد الكلية لما قدمه من أبحاث و كتابات علمية و توجيهات بناءة كان لها الفضل العظيم خلال فترة إعداد هذه الدراسة .

و أقدم شكرى إلى الدكتور / محمد العمروسى محمد مدرس المحاسبة بالكلية و المشرف المساعد على الرسالة لما قدمه من جهد صادق و توجيه دائم طوال فترة إعداد هذه الدراسة .

كما أشكر جميع أساتذتى الأفاضل بكلية التجارة ببنها الذين أسهموا بكتاباتهم و أبحاثهم التى إستعان بها الباحث فى إعداد هذه الدراسة .

وشكر خاص للعاملين بإدارة الدراسات العليا بالكلية و العاملين بمكتبة كلية التجارة ببنها و القاهرة بصفة خاصة و مكاتب كليات التجارة بالجمهورية بصفة عامة و العاملين بإدارات الإئتمان المصرفى فى البنوك المصرية سواء التابعة منها لقطاع الأعمال أو بنوك الإستثمار المشترك ، لما أبدوه من تعاون كامل فى مرحلة إعداد الدراسة الميدانية .

فهرست البحث

رقم الصفحة	الموضوع
٤-١	مقدمة البحث
١	- طبيعة المشكلة
٢	- الهدف من البحث
٢	- حدود البحث
٢	- منهج البحث
٢	- فروض البحث
٣	- خطة البحث
٢٦-٥	١/ الفصل الأول : الوظيفة الإعلامية فى المحاسبة
٦	- مقدمة
٧	١/١ - المبحث الأول : ماهية الإعلام ومقوماته
١٥	٢/١ - المبحث الثانى : تطور الرسالة الإعلامية فى المحاسبة
	٣/١ - المبحث الثالث : الرسالة الإعلامية فى المحاسبة وتطویر
٢١	النشاط الإقتصادى فى مصر
٨٤-٢٧	٢/ الفصل الثانى : أساليب الإعلام المحاسبى
٢٨	- مقدمة
٣٠	١/٢ - المبحث الأول : أساليب و أدوات تداول المعلومات داخل
	الوحدة الإقتصادية
٤٩	٢/ ٢ - المبحث الثانى : أساليب تداول المعلومات خارج الوحدة
	الإقتصادية
٦٤	٣/٢ - المبحث الثالث : أدوات التحليل المالى المكملة لأساليب
	الإعلام المحاسبى
١٠٧-٨٥	٣/ الفصل الثالث : الإعلام المحاسبى ومجال الإئتمان
	المصرفى
٨٦	- مقدمة
٨٨	١/٣ - المبحث الأول : الإئتمان المصرفى وصناعة الإقتصاديات
	المعاصرة

١٠٠	٢/٣ - المبحث الثانى : الإعلام المحاسبى المطور ودوره فى ترشيد قرارات الإئتمان المصرفى
١٠٤	٣/٣ - المبحث الثالث : أساليب الإعلام المحاسبى و تحييد سلوكيات متخذ القرار فى مجال الإئتمان المصرفى
١٥٣-١٠٨	٤/ الفصل الرابع : إختبار أساليب الإعلام المحاسبى و دورها فى التأثير على مستخدمى المعلومات المحاسبية فى مجال الإئتمان المصرفى وإمكانية تطوير هذه الأساليب من الناحية التطبيقية .
١٠٩	- مقدمة
١١٠	١/٤ - المبحث الأول : الإطار العام لموضوع الإستقصاء
١١٤	٢/٤ - المبحث الثانى :الموضوعات التى يختبرها الإستقصاء
١١٨	٣/٤ - المبحث الثالث : النتائج التى إنتهى إليها الإستقصاء
١٥١	٤/٤ - المبحث الرابع : خلاصة الدراسة التطبيقية
١٥٣	- الخلاصة والنتائج والتوصيات
١٥٤	أ- الخلاصة
١٥٦	ب- النتائج
١٥٩	ج- التوصيات
١٦٠	- مراجع البحث
١٦١	المراجع العربية
١٦٨	المراجع الأجنبية
١٧٠	-ملاحق البحث

مقدمة البحث

طبيعة المشكلة

حققت تكنولوجيا المعلومات طفرات هائلة لتلبية إحتياجات المستخدم من المعلومات المفيدة ، وقد ساهم إستخدام الأساليب العلمية الحديثة فى إضافة كم وافر ومتنوع من المعلومات التى تلائم وتخدم عملية تكوين الرأى وصنع القرار.

ولكى تحقق الأساليب الإعلامية المحاسبية دورها فى التأثير على متخذ القرار يجب أن تركز على المحاور التالية :-

- الإهتمام بالوسيلة الإعلامية من حيث الشكل والمحتوى لتكون أكثر منفعة وفائدة للمتلقى .

- التركيز على موضوعية وشمول المدخلات لتعبر بصدق عن نتائج القياس فيما تقدمه من معلومات .

- إخضاع المخرجات من المعلومات للتحليل و التفسير ومراعاة الإفصاح الكافى .

- دراسة إحتياجات الأطراف المهمة بالقوائم المالية كالبنوك والجهات الرقابية و الحكومية وفئات أخرى ، وإشباع حاجاتهم من المعلومات من خلال أساليب الإعلام المحاسبى .

وهذه المحاور ضرورة حتمية لبلورة دور أكثر فاعلية وتأثيراً لأساليب الإعلام المحاسبى لتعميق ثقة المستخدم وصانع القرار فى المجالات المختلفة وخاصة مجال الائتمان المصرفى .

كما أن الدور المؤثر والإيجابى للأساليب الإعلامية يتحقق من خلال توجيه سلوك صانع القرار لإتخاذ القرار الصائب الذى يبنى على معلومات صادقة ، فالقرار هو الذى يحدد الحاجة إلى المعلومات وليس شخصية متخذ القرار . وهو ما يؤكد على أهمية تحييد الدوافع السلوكية لدى صانع القرار .

وعليه فإن طبيعة المشكلة التى يطرحها هذا البحث تتمثل فى ضرورة إدراك الدور المؤثر والمتنامى لأساليب الإعلام المحاسبية على مستخدمى المعلومات فى مجال الإئتمان المصرفى .

الهدف من البحث :

يهدف البحث إلى تأصيل أهمية دور أساليب الإعلام المحاسبى داخل وخارج الوحدة الإقتصادية وتأثير هذه الأساليب فى عملية صنع القرار وأهمية تطوير وتحديث هذه الأساليب من حيث الشكل والمضمون لمواكبة الطفرات الهائلة فى عالم المعلومات من ناحية ، و تلبية الإحتياجات المتجددة لمستخدمى هذه المعلومات من ناحية أخرى .

حدود البحث :

يتعرض موضوع البحث إلى إختبار مدى قدرة أساليب الإعلام المحاسبى فى التأثير على مستخدمى المعلومات فى مجال الإئتمان المصرفى ، ومدى الأهمية النسبية لهذه الأساليب دون الخوض فى مجالات أخرى إلا بالقدر الذى يفرض نفسه وبما يخدم موضوع البحث .

منهج البحث :

يعتمد الباحث فى تناوله لموضوع البحث على الدراسة النظرية بشقيها الإستقرائى و الإستنباطى ، وإختبارها بالتطبيق الميدانى من خلال الدراسة المنهجية لبعض قرارات الإئتمان المصرفى المدعومة بإستقصاء فعلى تم إجراؤه فى هذا المجال لربط مقدمات الموضوع بنتائجه .

فروض البحث :

هذا البحث مؤسس على إختبار الفروض الآتية :-

١ - أساليب الإعلام المحاسبى تؤثر من حيث طبيعتها وطبيعة

المخرجات التى تخلص إليها على مجموعة المستخدمين الحاليين

والمستهدفين .

٢ - أساليب الإعلام المحاسبى تؤثر فى مجال إتخاذ القرار على

مستوى الإئتمان المصرفى .