

The Role of Management Accountants on the Implementation Practices of Strategic Management Accounting: The Role of Organizational Culture and Information Systems

Shahram Nouri

Department of Accounting, West Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

shahramnouri21788@gmail.com

Khadijeh Khodabakhshi Parijan

Department of Accounting, West Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Samira Zarei

Department of Accounting, West Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract

The purpose of this study is to investigate the factors of strategic management accounting practices and the role of management accountants in Mazandaran Textile Company. This research is applied in terms of purpose and survey (field) in terms of data collection method. After reviewing the research topic and related perspectives, a questionnaire was used to collect the data of this research. The research population was all managers and employees of Mazandaran Textile Company branches. Management accounting, information systems and organizational culture are three variables that play an important role in management accounting. The findings of this study demonstrate the positive relationship between quality information systems and the implementation of strategic management accounting practices that enable management accountants to implement strategic management accounting practices. However, quality information systems moderate the relationship between management accounting systems and strategic management accounting practices. The relationship between innovative culture and strategic management accounting practices was also discussed in this study, which showed that there is a significant relationship between them that innovative culture has an impact on strategic management accounting.

Keywords: Management Accountants, Strategic Management Accounting, The Role of Organizational Culture, Information Systems.

تاریخ دریافت مقاله:

۱۴۰۰/۱۲/۰۸

تاریخ پذیرش مقاله:

۱۴۰۱/۰۱/۱۸

نقش حسابداران مدیریت بر شیوه های اجرایی حسابداری مدیریت استراتژیک: نقش فرهنگ سازمانی و سیستم های اطلاعاتی

شهرام نوری

دانشجوی کارشناسی ارشد گروه حسابداری، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاداسلامی، تهران، ایران.

shahramnouri21788@gmail.com

خدیدجه خدابخشی پاریجان

استادیار گروه حسابداری، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاداسلامی، تهران، ایران.

سمیرا زارعی

استادیار گروه حسابداری، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاداسلامی، تهران، ایران.

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی عوامل اعمال حسابداری مدیریت استراتژیک و نقش حسابداران مدیریت در شرکت نساجی مازندران می باشد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها پیمایشی (میدانی) به شمار می رود. پس از مروری بر موضوع تحقیق و دیدگاه های مرتبط با آن، به منظور گردآوری داده های این تحقیق از پرسشنامه بهره گرفته شده است. جامعه تحقیق کلیه مدیران و کارمندان شعب شرکت نساجی مازندران بوده است. حسابداری مدیریت، سیستم های اطلاعاتی و فرهنگ سازمانی سه متغیری هستند که در حسابداری مدیریت نقش به سزایی دارند. یافته های این پژوهش رابطه مثبت بین سیستم های اطلاعاتی با کیفیت و اجرای شیوه های حسابداری مدیریت استراتژیک را اثبات می کند که حسابداران مدیریت را قادر می سازد تا اقدامات حسابداری مدیریت استراتژیک را پیاده سازی کنند. با این حال، سیستم های اطلاعاتی با کیفیت رابطه بین سیستم های حسابداری مدیریت با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را تعدیل می نماید. بین فرهنگ نوآورانه گرا با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک نیز در این تحقیق مورد بحث و بررسی قرار گرفته شد که نشان داد، بین آنها رابطه معناداری وجود دارد که فرهنگ نوآورانه گرا بر حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر گذار است.

واژه های کلیدی: حسابداران مدیریت، حسابداری مدیریت استراتژیک، نقش فرهنگ سازمانی، سیستم های اطلاعاتی.

۱. مقدمه

ادبیات مربوط به حسابداری مدیریت استراتژیک (SMA) بعد از مطالعات سیموندز^۱ (۱۹۸۱) به طور قابل توجهی گسترش یافته و رویکردهایی برای SMA معرفی شده است (ریگی و بیلودئو^۲، ۲۰۱۵؛ کادز و گودلینگ^۳، ۲۰۱۲، لانگفیلد و اسمیت^۴، ۲۰۰۸؛ گودلینگ و همکاران، ۲۰۰۰). از آن زمان، علاقه به اشاعه چنین رویکرد هایی در بین شرکت ها و تعیین تأثیر آنها بر عملکرد شرکت در حال افزایش است (ریگی و بیلودئو، ۲۰۱۵؛ گودلینگ و همکاران، ۲۰۰۰). با این حال، در حالی که برخی از مطالعات تجربی اثبات کرده اند که رویکرد های SMA مورد استفاده باعث عملکرد بهتر شرکت شده است (المری^۵، ۲۰۱۹؛ پاولاتوس و کوستاکیس^۶، ۲۰۱۸؛ ترنر و همکاران^۷، ۲۰۱۷؛ کراونس و گودینگ^۸، ۲۰۰۱؛ گودینگ و همکاران، ۲۰۰۰)، سایر مطالعات میزان پیاده سازی نامیدکننده ای را گزارش کرده اند (لاچمن و دیگران^۹، ۲۰۱۳؛ T لانگفیلد-اسمیت، ۲۰۰۸؛ هیوونون^{۱۰}، ۲۰۰۳؛ کراونز و گیلدینگ، ۲۰۰۱؛ گیلدینگ و همکاران، ۲۰۰۰). چنین نتایجی برای بسیاری از محققان که انتظار داشتند شیوه های SMA با توجه به توانایی بالقوه آنها در کمک به مدیران برای مقابله با افزایش سطح رقابت و عدم اطمینان و تصمیمات استراتژیک آگاهانه، در عمل گسترش یابد، تعجب آور است. (بهیمنی و لانگفیلد اسمیت^{۱۱}، ۲۰۰۷؛ بروموویچ و بهیمنی^{۱۲}، ۱۹۹۴؛ دیکسون و اسمیت^{۱۳}، ۱۹۹۳؛ بروموویچ، ۱۹۹۰؛ سیموندز، ۱۹۸۱).

برخی از دانشمندان معتقدند که سیستم ها و فناوری اطلاعات باید با فرهنگ سازمان سازگار باشد

¹ Simmonds

² Rigby and Bilodeau

³ Cadez and Guilding

⁴ Langfield-Smith

⁵ Alamri

⁶ Pavlatos and Kostakis

⁷ Turner et al

⁸ Cravens and Guilding

⁹ Lachmann et al

¹⁰ Hyvonen

¹¹ Bhimani and Langfield-Smith

¹² romwich and Bhimani

¹³ Dixon and Smith

و اگر پیش فرضیه ای فرهنگی با واقعیتها و عملکردهای سازمان بالاخص در حوزه فناوری اطلاعات تطبیق نداشته باشد، کارکنان سعی می کنند تا واقعیت را نادیده گرفته و یا آن را تغییر دهند تا با فرهنگ آنها هماهنگ شود(المری، ۲۰۱۹؛ پاولاتوس و کوستاکیس، ۲۰۱۸).

در برخی از سازمان ها، هنجارها و ارزش های مشترک ممکن است به یک فرهنگ نوآورانه گرا به دنبال فرصت های جدید و پذیرش سطوح بالاتری از ریسک منجر شود که می تواند به عنوان پیگیری و آزمایش با ایده های نوآورانه تعریف شود؛ چنین سازمان هایی احتمال بیشتری برای پذیرش ایده های جدید و شیوه های حسابداری نوآورانه و غیر حسابداری با مقاومت کمتر دارند. به طور مشابه، یک فرهنگ نتیجه گرا نیز ممکن است در اجرای شیوه های حسابداری مدیریت استراتژیک (SMA) نقش داشته باشد. یک فرهنگ نتیجه گرا می تواند به عنوان هدف تعیین شده، تعریف شود که برهنجارهای مشترک و ارزش های مبتنی بر موفقیت، اقدامات، نتایج و انتظارات با کارایی بالا تأکید می کنند. بنابراین، سازمان هایی که دارای فرهنگ نتیجه گرایی هستند، به دنبال اجرای عملکردهایی هستند که به ارزیابی عملکرد و کمک به دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده خود کمک می کنند و انتظار می رود که آنها بیشتر متعهد به ارائه زیرساختهای لازم برای موفقیت، پیاده سازی و بهره مند شدن از چنین شیوه هایی باشند (برد و همکاران، ۲۰۱۸).

از منظر نظری، این تحقیق با ایجاد و آزمایش یک مدل پیچیده تر و یکپارچه، برای روشن کردن نقش بالقوه مدیریت، به ادبیات حسابداری مدیریتی استراتژیک (SMA) کمک می کند. شبکه حسابداری، کیفیت سیستم های اطلاعاتی و فرهنگ سازمانی در اجرای شیوه های SMA، که بطور همزمان در یک مدل واحد بررسی نشده اند. با این کار، ما می توانیم اهمیت این سه مورد را در تعیین اجرای یک مجموعه نسبتاً بزرگ از اقدامات SMA آشکار کنیم. علاوه بر این، در تحقیق حاضر این موضوع بررسی می شود که چگونه کیفیت IS ممکن است توانایی حسابداران مدیریتی را که با اشخاص داخلی و خارجی ارتباط برقرار می کنند یا برای اجرای SMA همکاری می کنند،

افزایش دهد. با توجه به مطالب ذکر شده مساله اصلی تحقیق حاضر این است که آیا بین حسابداری مدیریت و حسابداری مدیریت استراتژیک با توجه به نقش تعدیلی فرهنگ سازمانی و سیستم های اطلاعاتی رابطه معناداری وجود دارد؟

۲. حسابداری مدیریت استراتژیک

مفهوم حسابداری مدیریت استراتژیک مستلزم تمرکز روش های حسابداری مدیریت بر ارزیابی عملکرد از زوایای استراتژیک در عوض شاخص های عملیاتی است. این مفهوم برای اولین بار توسط سایمونندز^۱ در سال ۱۹۸۱ مطرح شد. وی این مفهوم را برای اشاره به رویکردی با جهت گیری خارجی بکار گرفت که در جمع آوری و تحلیل داده های مرتبط با هزینه ها، قیمت، حجم فروش سهم بازار، گردش وجوه نقد و بهره برداری از منابع برای کسب و کار و رقباي آن مورد استفاده قرار می گیرد و معتقد بود باید توانمندی های حسابداران مدیریت برای جمع آوری اطلاعات از منابع داخلی شرکت به سوی جمع آوری اطلاعات از رقبا هدایت گردد (روسلندر و هارت، ۲۰۰۳). بنابراین آنچه حسابداری مدیریت استراتژیک را از دیگر پیشرفت های صورت گرفته در حسابداری مدیریت متمایز می گرداند، جهت گیری خارجی این رویکرد است که آن را به صورت ابزاری برای کسب مزیت رقابتی پدید آورده است (سیل^۲، ۲۰۰۱). با این حال این مفهوم به طور جدی از اواخر دهه هشتاد میلادی به عنوان یک رویکرد نوین در مبانی نظری حسابداری مدیریت مورد توجه گرفت. اصطلاح حسابداری مدیریت استراتژیک، تلفیقی از دو واژه حسابداری مدیریت و مدیریت استراتژیک است. حسابداری مدیریت عبارت است از فرآیند شناسایی، اندازه گیری و جمع آوری اطلاعات مالی مورد استفاده مدیریت است (دهدشتی، ۱۳۸۷) و عمدتاً تمرکز آن روی بهای تمام شده داخلی شرکت است در حالی که مدیریت استراتژیک، تمام توجه اش بر زنجیره ارزش شرکت متمرکز است و نه تنها با هزینه معاملات شرکت ارتباط دارد بلکه در مباحث

¹ saymondez

² sil

مربوط به بازار نیز ورود می کند (لرنزونی و همکاران، ۱۹۹۹).

نمازی حسابداری مدیریت استراتژیک را این گونه تعریف می کند:

((حسابداری مدیریت راهبردی عبارت از جمع آوری، طبقه بندی، تلخیص و تحلیل اطلاعات مالی و غیر مالی پیرامون عملیات شرکت و همچنین رقابای آن است به نحوی که این اطلاعات در تدوین راهبرد شرکت مؤثر واقع گردند)) (نمازی، ۱۳۸۶). تعاریف بالا از حسابداری مدیریت استراتژیک عمدتاً مبتنی بر حسابداری رقابتی و نظارت راهبردی رقابتی است.

۳. پیشینه پژوهش

۳.۱. تحقیقات داخل کشور

سلیمانپور و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی ارتباط جهت گیری بازار و عملکرد شرکت با در نظر گرفتن نقش میانجی سیستم های حسابداری مدیریت پرداختند. نتایج نشان داد جهت گیری بازار بر سیستم های حسابداری مدیریت تاثیر مثبت و معناداری دارد. این حسابداری مدیریتی است که پایه دانش را برای کاربران داخلی ایجاد می کند و جریان اطلاعاتی را برای مدیریت قطعی تشکیل می دهد.

احمدی و معطوفی (۱۳۹۹) به بررسی تاثیر حسابداری مدیریت استراتژیک بر تصمیم گیری مالی مدیران: مطالعه موردی بانک استان گلستان پرداختند. نتایج نشان دهنده ی تاثیر مثبت و معنادار حسابداری مدیریت استراتژیک و ابعاد آن بر تصمیم گیری مالی مدیران بود.

سقای (۱۳۹۹) به بررسی حسابداری مدیریت استراتژیک و مدیریت کیفیت پرداخت. نتایج نشان داد امروزه، کیفیت یکی از ویژگی های پایه ای برای هر محصول، خدمت تولیدشده،

¹ Lern zoni

محسوب می شود.

محمدی و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی نقش حسابداری مدیریت استراتژیک در تصمیم گیری بهینه پرداختند. نتایج نشان داد حسابداری مدیریت با ارائه سیستم های هزینه یابی جدید و کاهش هزینه، ارائه تکنیک های مدیریتی جدید و حل مشکلات و موانع مالی، در راه کسب موفقیت سازمان ها می تواند موثر واقع گردد و همچنین در اتخاذ بهترین تصمیمات موثر واقع گردد.

گرد و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی نقش حسابداری مدیریت استراتژیک در عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: هتل های ۵ ستاره شهر تهران) پرداختند. یافته ها نشان داد اثر استراتژی کسب و کار جهت گیری بازار، یکی از عوامل تعیین کننده مزیت حسابداری مدیریت استراتژیک هتل و اثر واسطه های حسابداری مدیریت استراتژیک هتل و عملکرد مشتری هتل بر ارتباط میان استراتژی کسب و کار جهت گیری بازار هتل و عملکرد مالی هتل می باشند و با توجه به یافته های تحقیق، تمام فرضیه های تحقیق مورد تایید قرار گرفت.

خدای پور و بهرامی (۱۳۹۷) به بررسی حسابداری مدیریت استراتژیک هزینه های شرکت پرداختند. براساس روش هزینه کرد مبتنی بر فعالیت ABC روش حسابداری مدیریت استراتژیک هزینه های شرکت در ساختارهای مدیریت فرآیندمدار پیشنهاد شده است. نویسندگان شش مرحله را در روش ABC پیشنهاد کرده و محتوای آنها را تعریف می کنند.

۳.۲. تحقیقات انجام شده در خارج

حدید^۱ و همکاران (۲۰۲۱)، تحقیقی با عنوان «حسابداران مدیریت و حسابداری مدیریت استراتژیک: نقش فرهنگ سازمانی و سیستم های اطلاعاتی»، پرداختند. با استفاده از داده های ۱۴۹ واحد تجاری تولیدی در انگلستان و مدل معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی، نتایج وجود

¹ Hadid

رابطه مثبت بین شبکه سازی حسابداران مدیریت و پیاده سازی رویکردهای حسابداری مدیریت استراتژیک (SMA) را اثبات می کند. با این حال، این رابطه با کیفیت سیستم اطلاعاتی (IS) تعدیل می شود، که حسابداران مدیریت را قادر می سازد تا رویکردهای SMA را پیاده سازی کنند. برخلاف کیفیت IS، از لحاظ تجربی اثرات تعدیل کننده برای این رابطه از طریق فرهنگ نتیجه گرا و فرهنگ نوآوری گرا، پشتیبانی نمی شود. در عوض، فرهنگ نوآوری گرا تأثیر مثبت و غیرمستقیم معناداری بر پیاده سازی SMA از طریق شبکه سازی حسابداران مدیریت دارد اما این تأثیر مستقیم نیست.

رشید^۱ و همکاران (۲۰۲۰)، به تحقیقی با عنوان بازنگری در ارتباط حسابداری مدیریت استراتژیک پرداختند. یافته ها این بررسی نشان می دهد که تحقیقات در مورد SMA بر موارد غیرمترقبه موثر بر پذیرش و اجرای تکنیک های SMA و تأثیرات چنین تصویری بر جنبه های مختلف عملکرد شرکت و کارمندان متمرکز بوده است. نوسازی و اصلاح شیوه های موجود در جهت تطبیق با شرایط سازمانی نیز مورد توجه بسیاری از محققان SMA قرار گرفته است.

لاپسلی و لیکر^۲ (۲۰۱۸) به تحقیقی با عنوان ارتباط حسابداری مدیریت استراتژیک با فرهنگ عمومی: پایان دنیای موزیکال غرب پرداختند. یافته ها نشان می دهد که استراتژی یک عمل پیچیده با یک فرآیند اجتماعی ذاتی است: تولید کنندگان تئاتر برای یافتن مسیری به بازار مذاکره می کنند که این مسیر شامل استفاده از اعتبار سازمان های واسطه ای است که کمک به شهرت محصولات فرهنگی جدید می کنند و از این طریق از روند استراتژیک حمایت می کنند.

آبه و حاجیبیلد^۳ (۲۰۱۷) به تحقیقی با عنوان حسابداری مدیریت استراتژیک و تصمیم گیری: بررسی بانک های نیجریه، پرداختند. تایید نشان داد که بانک های نیجریه SMA را نه به عنوان یک مفهوم، بلکه به عنوان یک اصل کاربردی مورد استفاده قرار می دهند. و SMA به طور قابل توجهی

¹ Rashid

² Lapsley & Rekers

³ Oboh, & Ajibolade

به تصمیم‌گیری استراتژیک در زمینه مزیت رقابتی و افزایش سهم بازار کمک می‌کند.

تورنر و همکاران (۲۰۱۷) به تحقیقی با عنوان عملکرد املاک هتل: نقش حسابداری مدیریت استراتژیک پرداختند. در این تحقیق یک نمونه شامل ۸۰ هتل برای بررسی عوامل کلیدی مزایای استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک هتل و تأثیر آن بر مشتریان هتل و عملکرد مالی را مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد اثر استراتژی کسب‌وکار جهت‌گیری بازار، یکی از عوامل تعیین‌کننده مزیت حسابداری مدیریت استراتژیک هتل و اثر واسطه‌ای حسابداری مدیریت استراتژیک هتل و عملکرد مشتری هتل بر ارتباط میان استراتژی کسب‌وکار جهت‌گیری بازار هتل و عملکرد مالی هتل می‌باشند.

آپلبوم^۱ و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی تأثیر تجزیه و تحلیل کسب و کار و سیستم‌های سازمانی بر حسابداری مدیریت پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که ماهیت و دامنه حسابداری مدیریت کاملاً تغییر کرده است و حسابداران مدیریت بیشتر از تحلیل‌های توصیفی، برخی نیز از تحلیل‌های پیشگویانه و تعداد کمی از تحلیل‌های تجویزی استفاده می‌کنند.

۳.۳. فرضیه‌های پژوهش

۳.۳.۱. بین سیستم‌های حسابداری مدیریت با شیوه‌های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه معناداری وجود دارد.

۳.۳.۲. بین سیستم‌های اطلاعاتی با کیفیت و شیوه‌های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه معناداری وجود دارد.

۳.۳.۳. سیستم‌های اطلاعاتی با کیفیت رابطه بین سیستم‌های حسابداری مدیریت با شیوه‌های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را تعدیل می‌نماید.

۳.۳.۴. بین فرهنگ نوآورانه گرا با شیوه‌های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه وجود دارد.

¹ Appelbaum

۳.۳.۵. بین فرهنگ نتیجه گرا با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه معناداری وجود دارد.

۳.۳.۶. فرهنگ نوآورانه گرا رابطه بین سیستم های حسابداری مدیریت با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را تعدیل می نماید.

۳.۳.۷. فرهنگ نتیجه گرا رابطه بین سیستم های حسابداری مدیریت با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را تعدیل می نماید.

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف از جمله تحقیقات کاربردی می باشد. تحقیقات کاربردی تحقیقاتی هستند که در پی ارائه شناخت سودمند و قابل کاربرد درباره حل مسائل سازمانی بکار می روند همچنین از نظر نحوه گردآوری داده ها توصیفی و از نوع همبستگی - پیمایشی بوده و از نظر ارتباط بین متغیرها از نوع علمی می باشد.

۴.۱. جامعه و نمونه آماری

جامعه تحقیق کلیه مدیران و کارمندان شعب شرکت نساجی مازندران بوده و تعداد نمونه بر اساس فرمول کلاین و جکسون محاسبه خواهد گردید. در تحلیل عاملی تائیدی حداقل حجم نمونه براساس عاملها تعیین می شود نه متغیرها. اگر از مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شود حدود ۲۰ نمونه برای هر عامل (متغیر پنهان) لازم است. (جکسون^۱، ۲۰۰۳) حجم نمونه توصیه شده برای تحلیل عاملی تائیدی حدود ۲۰۰ نمونه برای ده عامل توصیه شده است (شه و گلداشتاین^۲، ۲۰۰۶، کلاین، ۱۹۹۰). طبق ملاک کلاین برای هر گویه پرسشنامه حداقل بین ۵ الی ۲۵ آزمودنی نیاز است. شیوه نمونه گیری تصادفی ساده می باشد.

6. jaksun

7. Shah and goldashtayn

بنابراین از آنجایی که تعداد سوالات پرسشنامه ۴۷ سوال می باشد، تعداد نمونه ۲۳۵ نفر می گردد.

$$N = 47 \times 5 = 235$$

۴.۲. روش گردآوری داده ها

در این تحقیق، داده ها از روش های زیر جمع آوری می شود:

- مطالعات کتابخانه ای: از طریق فیش برداری از کتابها، مقالات، پایان نامه ها و استفاده از اینترنت.

- روش میدانی: پژوهش میدانی به بررسی آزمودنی ها در محیط طبیعی خود می پردازد و شامل جمع آوری داده های اولیه یا اطلاعات جدید از خودآزمودنی هاست. به طور کلی ابزار اصلی گردآوری داده ها پرسشنامه می باشد.

در این تحقیق روش جمع آوری اطلاعات، با استفاده از هر دو روش کتابخانه ای و میدانی می باشد بدین صورت که روش کتابخانه ای از طریق مراجعه به کتب، مقالات و منابع موجود در کتابخانه ها و جستجو در شبکه جهانی اینترنت و همچنین مطالعه و بررسی پایان نامه ها و رساله ی ارشد و دکتری می باشد و همچنین روش میدانی با استفاده از پخش کردن پرسشنامه در بین نمونه آماری است.

۴.۳. ابزار گردآوری داده ها

دو روش اصلی جمع آوری اطلاعات (اولیه) از افراد شامل روش ارتباطات و روش مشاهده است. در این پژوهش جهت جمع آوری اطلاعات و دستیابی به اهداف از سایت ها و مجلات معتبر علمی، پرسشنامه، نظرات اساتید و خبرگان بهره گرفته شده است.

در استفاده از پرسشنامه از پرسشنامه بی نام استفاده شده است، که توسط نمونه آماری تکمیل شده

است. سؤالات تحقیق در قالب گویه‌های پرسشنامه گنجانده شده است. هر گویه پرسشنامه با توجه به هدف اصلی و سؤالات در نظر گرفته شده و بالطبع جواب هر سؤال گامی است در جهت تحقق و تأمین هدف اصلی پژوهش. پرسش‌هایی در مورد متغیرهای مورد بررسی مطرح خواهد شد که این پرسش‌ها را از ادبیات نظری و تجربی پژوهش و مقالات مورد بررسی قرار گرفته استخراج شده است که در این تحقیق از پرسشنامه متغیرهای تحقیق بر اساس پرسشنامه استاندارد ۴۷ سوالی برگرفته از تحقیق حدید و همکاران (۲۰۲۱) مورد سنجش قرار گرفته است.

در پژوهش حاضر مقیاس اندازه‌گیری، مقیاس ترتیبی است. در این نوع مقیاس به طور نسبی، شدت و ضعف اندازه صفت یا ترجیحاتش نیز مشخص می‌گردد. این شدت و ضعف، به صورت تقدم و تأخر بیان می‌شود. طیف مورد استفاده در این پژوهش نیز طیف لیکرت می‌باشد.

جدول ۱ امتیاز بندی مقیاس تحقیق

شکل کلی	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
امتیاز بندی	۱	۲	۳	۴	۵

۴.۴. روایی پرسشنامه

روایی از واژه روا به معنی جایز و درست گرفته شده است و روا به معنی صحیح و درست بودن است. مقصود از روایی آن است که وسیله اندازه‌گیری، بتواند خصیصه و ویژگی مورد نظر را اندازه بگیرد. در این تحقیق از روش منطقی و از شاخه محتوایی و تحلیل عاملی تائیدی استفاده شده است. در این حالت کمیت و کیفیت سؤالات از نظر خبرگان مورد بررسی قرار می‌گیرد. همچنین سعی گردید با استفاده از نظرات صاحب‌نظران و کارشناسان خبره در زمینه موضوع مورد بررسی، پرسشنامه تحقیق مورد ارزیابی و تحلیل قرار گیرد. سپس با استفاده از تکنیک‌های تحلیل عاملی تائیدی روایی

سازه مورد بررسی قرار گرفته شده است.

۴.۵. پایایی پرسشنامه

پایایی یکی از مهمترین ویژگیها برای ابزارهای سنجشی است که جهت اندازه‌گیری متغیرها یا سازه‌های پنهان طراحی شده‌اند. بدون داشتن یک ابزار پایا نمیتوان به نتایج پژوهش اعتماد کافی داشت و در صورت تکرار پژوهش، نتایج می‌تواند دارای تفاوت معنی‌دار با مرحله اول باشد. هر چند پایایی شرط کافی برای اعتماد و اطمینان به نتایج به بار آمده از یک ابزار سنجش نیست اما شرط ضروری و لازم است. شیوه‌های مختلفی برای سنجش پایایی وجود دارد که عبارتند از: آزمون-آزمون مجدد، استفاده از فرمهای موازی، دو نیمه کردن ابزار سنجش و هماهنگی درونی بین آیتم‌های ابزار سنجش. برای سنجش هماهنگی درونی بین آیتم‌های مختلف یک ابزار نیز از تکنیک‌های مختلفی میتوان استفاده کرد که استفاده از ضریب آلفای کرونباخ یکی از آنهاست. ضریب آلفای کرونباخ در علوم مختلف بویژه علوم انسانی و پزشکی برای سنجش پایایی ابزارهای مختلف سنجش نگرش و یا آزمونهای آموزشی و سنجش دانش دارای کاربرد فراوان است.

هر چند ضریب آلفا از طریق فرمول‌های مختلفی قابل محاسبه است اما عمومی‌ترین فرمول مورد استفاده که اولین بار توسط کرونباخ ارایه شد، به شرح زیر است:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

(کرونباخ، ۲۰۰۴، ۹)

ویژگیهای مختلف ضریب آلفای کرونباخ به لحاظ روش شناختی و همچنین به لحاظ تکنیکی شامل موارد زیر است:

۱- ضریب آلفای کرونباخ بر پایه هماهنگی درونی گویه‌ها با یکدیگر قرار دارد.

۲- ضریب آلفای کرونباخ تابع دو متغیر «تعداد آیتم‌های ابزار» و «متوسط ضریب همبستگی بین آیتم‌ها» است.

۳- یک ضریب آلفا به تنهایی برای آزمونهایی که هر خوشه از گویه‌ها در حول و حوش وجه ویژه‌ای از پدیده مورد سنجش قرار دارند مناسب نیست (کرونباخ، ۲۰۰۴، ۲۰). ضریب آلفای کرونباخ مناسب برای سنجش پایایی ابزارهای تک بعدی است.

۴- مقدار ضریب آلفای کرونباخ برابر با میانگین کلیه ضرایب پایایی ممکن از طریق دو نیمه کردن است.

به منظور سنجش پایایی سوالات، با استفاده از داده‌های بدست آمده از پرسشنامه‌ها، میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ توسط نرم افزار SPSS 19 محاسبه شده است. ضریب اعتماد آلفای کرونباخ، یک مقدار بین صفر و یک می باشد. در صورتی یک پرسشنامه پایاست که مقدار آلفای کرونباخ آن بزرگتر از مقدار ۰/۷ باشد و هرچه این مقدار به عدد یک (۱) نزدیکتر باشد؛ پرسشنامه از پایایی بالاتری برخوردار می باشد.

جدول ۲ آلفای کرنباخ پرسشنامه

ردیف	ابعاد	آلفای کرنباخ
۱	حسابداری مدیریت استراتژیک	۰.۹۲۵
۲	حسابداری مدیریت	۰.۸۵۶
۳	سیستم های اطلاعاتی	۰.۷۷۹
۴	فرهنگ نوآورانه گرا	۰.۸۱۵
۵	فرهنگ نتیجه گرا	۰.۷۷۹
۶	میزان رقابت	۰.۷۷۲
۷	عدم اطمینان محیطی درک شده	۰.۹۲۹
۸	تنوع محصول	۰.۷۶۸
۹	اندازه شرکت	۰.۹۶۸

۴.۶. آمار استنباطی

به تحلیل داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق ابزار تحقیق (پرسشنامه) پرداخته شده است تا به فرضیه‌هایی که محقق با توجه به ادبیات موضوع در نظر گرفته، پاسخ داده شود. همان‌طور که قبلاً نیز ذکر شد برای آزمودن مدل این تحقیق، از تحلیل داده‌ها به وسیله مدل معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS استفاده شده است. مدل یابی معادلات ساختاری، مدلی آماری برای بررسی روابط خطی بین متغیرهای مکنون (مشاهده نشده) و متغیرهای آشکار (مشاهده شده) است. به عبارت دیگر مدل یابی معادلات ساختاری تکنیک آماری قدرتمندی است که مدل اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تأییدی) و مدل ساختاری (رگرسیون یا تحلیل مسیر) را با یک آزمون آماری هم‌زمان ترکیب می‌کند.

۴.۷. تحلیل نهایی

۴.۷.۱. ارزیابی مدل اندازه‌گیری

به منظور بررسی پایایی مدل سنجش از روایی همگرا^۱ و روایی افتراقی^۲ به روش‌های تحلیل عاملی تأییدی و میانگین واریانس استخراج شده (AVE)^۳ استفاده شده است. روش تأییدی هماهنگی داده‌ها با یک ساختار عاملی معین را بررسی می‌نماید.

در واقع تحلیل عاملی تأییدی شایستگی گویه‌هایی که برای معرفی سازه یا متغیر مکنون برگزیده شده‌اند را بررسی می‌نماید. تحلیل عاملی تأییدی به واقع بسط تحلیل عاملی معمولی است و یکی از جنبه‌های مهم معادلات ساختاری است که در آن فرضیه‌های معینی درباره ساختار بارهای عاملی مورد آزمون قرار می‌گیرند. با توجه به معیار فرنل و لار کر (۱۹۸۱) بارهای عاملی بزرگ‌تر

8. Convergent Validity

9. Discriminant Validity

10. Average Variance Extracted (AVE)

از ۰/۵ اعتبار مناسبی برخوردارند. همچنین میانگین واریانس استخراج شده در بین سازه‌ها نیز باید بزرگ‌تر مساوی از ۰/۵ باشد. پایایی ترکیبی با استفاده از فرمولی که توسط یورسکاگ ارائه شده نیز قابل محاسبه است. ضریب Rho نیز برای سنجش پایایی درونی سازه‌ها است. همچنان که چن^۱ (۱۹۹۸) معتقد است ضریب Rho نسبت به آلفای کرون باخ از اطمینان بیشتری برخوردار است. به ضریب Rho گاهی ضریب دایلون-گولداشتین^۲ نیز گفته می‌شود. مقدار این ضریب باید بیش از ۰.۷ باشد (چن، ۱۹۹۸).

همه بارهای عاملی در جدول حداقل در سطح ۰/۴ هستند. بنابراین روایی همگرایی داده‌ها در این قسمت به طور کامل مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مقدار آماره تی، نشان‌دهنده این است که آیا این متغیر برای سازه متناظر خود، متغیر تأثیرگذاری بوده یا خیر. چنانچه مقادیر این متغیرها بیشتر یا مساوی ۱/۹۶ باشد حاکی از آن است که آن متغیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد، برای سازه موردنظر مناسب بوده و در غیر این صورت متغیر تأثیرگذاری نبوده است. همان‌گونه که مشاهده می‌گردد تمامی متغیرها مقادیر بیش از ۱/۹۶ را دارا می‌باشند، که بیان‌کننده تأثیرگذار بودن آن‌ها بر سازه متناظر می‌باشد.

چنانچه مقدار AVE بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۵ باشد (چین، ۱۹۹۸)، بیان می‌نماید که حداقل ۵۰ درصد از واریانس، توسط متغیرهای توضیحی بیان شده است. میانگین واریانس استخراج شده برای همه متغیرها بالاتر از ۰/۵ بوده و در حد مناسبی قرار دارد. بنابراین روایی همگرایی سازه‌ها در این قسمت نیز تایید می‌شود. همچنین پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرون باخ بدست آمده برای تمامی سازه‌ها نشان می‌دهد که سازگاری درونی مدل‌های سنجش سازه‌ها در حد مطلوب قرار دارد.

1. chesn

2. Dillon-Goldstein

برای بررسی روایی افتراقی، روش فرنل و لارکر (۱۹۸۱) به کار برده شده است؛ به این ترتیب که اگر ریشه دوم (جذر) مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) هر سازه، بزرگتر از مقادیر همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر باشد، روایی افتراقی تأیید می‌شود.

جذر میانگین واریانس استخراج شده برای تمامی سازه‌ها، بیشتر از همبستگی با سایر سازه‌ها است، به عبارت دیگر معیار فرنل و لارکر (۱۹۸۱) در تمامی سازه‌ها محقق شده است؛ بنابراین روایی افتراقی سازه‌ها تأیید می‌گردد.

۴.۷.۲. بارهای عاملی متقاطع برای بررسی روایی ابزارها

برای بررسی اعتبار یا اعتبار و اگر ای سازه‌ها، چن (۱۹۹۸) توصیه می‌کند گویه های یک سازه باید بیشترین بار عاملی را بر سازه خود داشته باشند. یعنی بار مقطعی کمی بر سازه‌های دیگر داشته باشند. گیفن و اشتراب (۲۰۰۵)، پیشنهاد می‌کنند که بار عاملی هر گویه بر روی سازه مربوط به خود باید حداقل ۰/۱ بیشتر از بار عاملی همان گویه بر سازه‌های دیگر باشد.

۴.۷.۳. ارزیابی مدل ساختاری

در این بخش به بررسی مدل ساختاری پرداخته و مدل کلی تحقیق مورد برازش قرار می‌گیرد. برای این منظور، معنی‌داری و ضرایب مسیر مدل تحقیق با استفاده از روش بوت استرپ (نمونه‌گیرهای مجدد و متوالی) و آماره آزمون تی استیودنت مورد بررسی قرار گرفته است.

۴.۷.۴. معیار R Squares یا R²

R² ضرایب مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زا (وابسته) است. R² معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰.۱۹، ۰.۳۳ و ۰.۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R² در نظر گرفته می‌شود.

مقادیر R2 برای متغیرهای مکنون مدل، بیان‌کننده میزان تأثیرپذیری متغیرهای وابسته از متغیر مستقل است. در حقیقت از مقادیر تحقیق فوق استنباط می‌شود که ۹۴ درصد از تغییرات شیوه اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک به وسیله سازه‌های حسابداری مدیریت، سیستم‌های اطلاعاتی، فرهنگ نوآورانه گرا، فرهنگ نتیجه گرا، میزان رقابت، عدم اطمینان محیطی درک شده، تنوع محصول و اندازه شرکت بیان می‌شود.

۴.۷.۵. معیار CV.Red و CV.Com

در نهایت قابلیت پیش‌بینی مدل نیز با استفاده از آزمون نا پارامتری استون گیسر مورد ارزیابی قرار گرفته است. در آزمون استون گیسر دو مقدار (مقادیر Q^2) ارائه می‌شود: CV.Redundancy و CV.Community. مقدار CV.Redundancy به ارزیابی مدل ساختاری و مقدار CV.Community به ارزیابی مدل سنجش می‌پردازد (تننهاوس، ۲۰۰۵). Q^2 مثبت و بزرگ، نشان از قابلیت بالای پیش‌بینی مدل دارد. مقادیر Q^2 ، ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب نشان دهنده توانایی ضعیف، متوسط و قوی یک سازه برون‌زا در پیش‌بینی یک متغیر برون‌زا است (وونگ، ۲۰۱۳). مقادیر Q^2 منفی نشان دهنده تخمین بسیار ضعیف متغیر پنهان است. بررسی مقادیر Q^2 نشان داد که هیچ یک از مقادیر Q^2 منفی نبوده و حداقل مقادیر لازم برای پیش‌بینی، برآورده شده است.

۷.۵.۶. آزمون معیار نیکویی برازش (GOF)

مهم‌ترین شاخص برازش مدل در تکنیک حداقل مجذورات جزئی شاخص GOF است. این شاخص با استفاده از میانگین هندسی شاخص R2 و میانگین شاخص‌های اشتراکی قابل محاسبه است. معیار GOF توسط تننهاوس و همکاران (۲۰۰۴) ابداع گردید و طبق رابطه زیر محاسبه می‌شود.

$$GOF = \sqrt{\text{average (Commonality)} \times \text{average (R2)}}$$

از آنجاکه در حداقل مربعات جزئی مقدار Commonality با AVE برابر است و تزلس و همکاران (۲۰۰۹) فرمول زیر را ارائه کرده‌اند:

$$GOF = \sqrt{\text{average (AVE)} \times \text{average (R2)}}$$

و تزلس و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار برای ارزیابی شاخص GOF در نظر گرفته‌اند:

۱- ضعیف: اگر بین ۰.۱ تا ۰.۲۵ باشد.

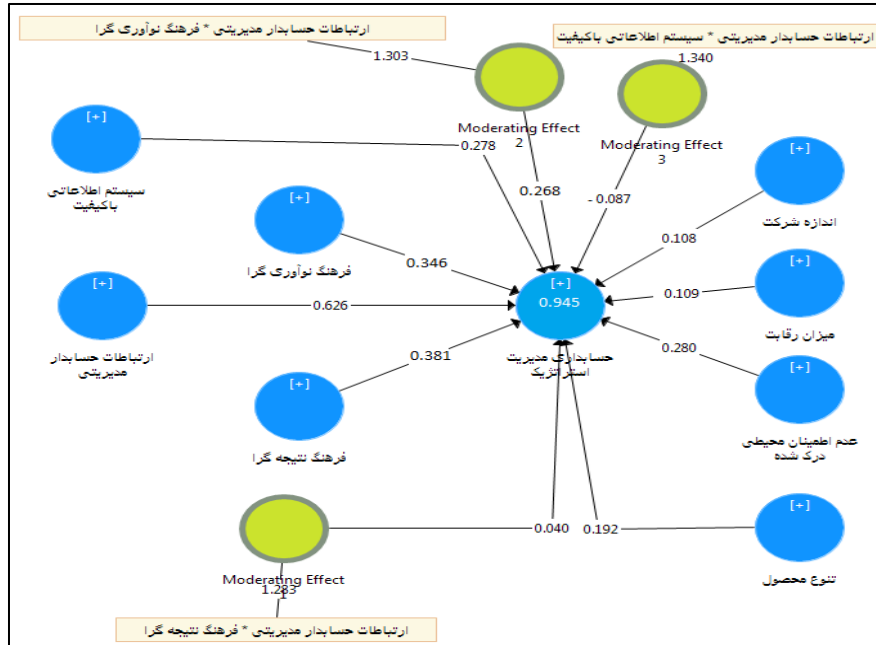
۲- متوسط اگر بین ۰.۲۵ تا ۰.۳۶ باشد.

۳- قوی: اگر از ۰.۳۶ بیشتر باشد.

تنهاوس و همکاران معتقدند شاخص GOF در مدل PLS راه حلی عملی برای این مشکل بررسی برازش کلی مدل است. این شاخص همانند شاخص‌های برازش در روش‌های مبتنی بر کوواریانس عمل می‌کند. همچنین می‌توان از آن برای بررسی اعتبار یا کیفیت مدل PLS به صورت کلی استفاده کرد. این شاخص نیز همانند شاخص‌های برازش مدل لیزرل عمل می‌کند و بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند.

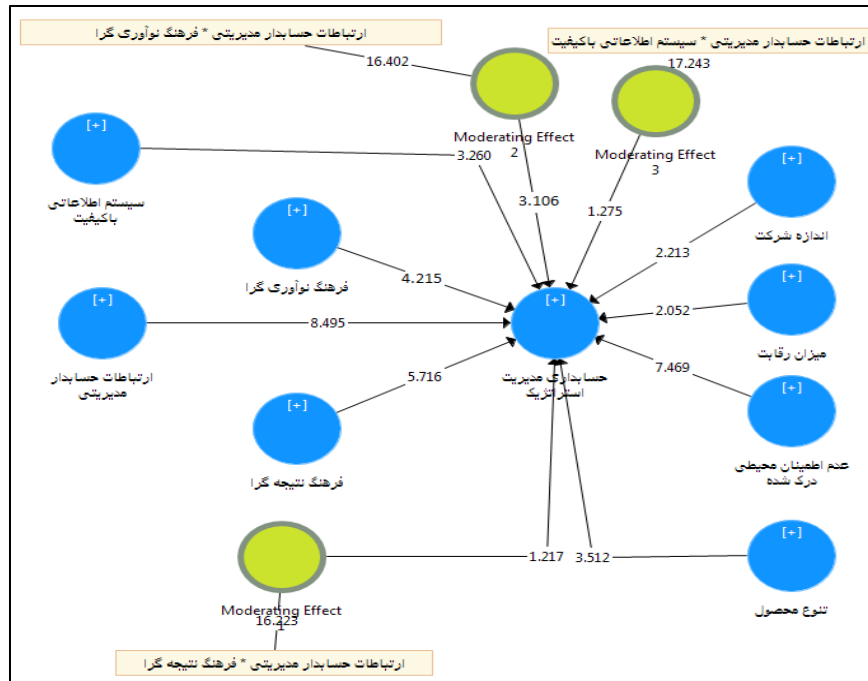
$$GOF = \sqrt{0.552 \times 0.945} = 0.722$$

مقدار GOF برای مدل پژوهش برابر با 0.722 به دست آمد که حاکی از برازش کلی قوی مدل است.



نمودار (۱) ضرایب مسیر مدل تحقیق

نمودار (۱) ضرایب مسیر مدل (بارهای عاملی) تحقیق را نمایش می دهد. تحلیل عاملی تاییدی به واقع بسط تحلیل عاملی معمولی است و یکی از جنبه های مهم معادلات ساختاری است که در آن فرضیه های معینی درباره ساختار بارهای عاملی مورد آزمون قرار می گیرند. با توجه به معیار فرنل و لارکر (۱۹۸۱) بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۵ از اعتبار مناسبی برخوردارند.



نمودار (۲) مقادیر آماره تی مدل تحقیق

نمودار (۲) آماره تی مدل را نمایش می‌دهد که چنانچه مقدار آماره‌اتی برای مسیری بزرگ‌تر از $1/96$ باشد، می‌توان نتیجه گرفت که این مسیر معنی‌دار بوده و فرضیه مورد نظر در سطح خطای $0/05$ مورد تایید قرار می‌گیرد.

۵. آزمون فرضیه‌های پژوهش

در این بخش از پژوهش، فرضیه اصلی تحقیق به وسیله ضرایب مسیر و آماره‌اتی مورد آزمون قرار گرفته‌اند. چنانچه مقدار آماره‌اتی برای مسیری بزرگ‌تر از $1/96$ باشد، می‌توان نتیجه گرفت که این مسیر معنی‌دار بوده و فرضیه مورد نظر در سطح خطای $0/05$ مورد تایید قرار می‌گیرد. جدول شماره (۳) نتایج حاصل از آزمون تی را نشان می‌دهد.

جدول (۳) آزمون فرضیه‌های تحقیق

نتیجه	آماره تی	ضریب مسیر	متغیر			فرضیه
			تعدیلگر	وابسته	مستقل	
تایید	۸/۴۹۵	۰/۶۲۶	شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک	سیستم های حسابداری مدیریت	۱
تایید	۳/۲۶۰	۰/۲۷۸	شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک	سیستم های اطلاعاتی با کیفیت	۲
رد	۱/۲۷۵	۰/۰۸۷	سیستم های اطلاعاتی با کیفیت	شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک	سیستم های حسابداری مدیریت	۳
تایید	۴/۲۱۵	۰/۳۴۶	شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک	فرهنگ نوآورانه گرا	۴
تایید	۵/۷۱۶	۰/۳۸۱	شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک	فرهنگ نتیجه گرا	۵
تایید	۳/۱۰۶	۰/۲۶۸	فرهنگ نوآورانه گرا	شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک	سیستم های حسابداری مدیریت	۶
رد	۱/۲۱۷	۰/۰۴۰	فرهنگ نتیجه گرا	شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک	سیستم های حسابداری مدیریت	۷

۵.۱. خلاصه نتایج آزمون فرضیه ها

خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها در سطح خطای پنج درصد در جدول (۴) ذکر شده است.

جدول (۴) خلاصه نتایج آزمون فرضیات

نتیجه	فرضیه
تایید شده	۱- بین سیستم های حسابداری مدیریت با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه معناداری وجود دارد.
تایید شده	۲- بین سیستم های اطلاعاتی با کیفیت و شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه معناداری وجود دارد.
رد شده	۳- سیستم های اطلاعاتی با کیفیت رابطه بین سیستم های حسابداری مدیریت با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را تعدیل می نماید.
تایید شده	۴- بین فرهنگ نوآورانه گرا با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه وجود دارد.
تایید شده	۵- بین فرهنگ نتیجه گرا با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه معناداری وجود دارد.
تایید شده	۶- فرهنگ نوآورانه گرا رابطه بین سیستم های حسابداری مدیریت با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را تعدیل می نماید.
رد شده	۷- فرهنگ نتیجه گرا رابطه بین سیستم های حسابداری مدیریت با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را تعدیل می نماید.

۶. بحث و نتیجه گیری

هدف از انجام این پژوهش، حسابداران مدیریت و حسابداری مدیریت استراتژیک: نقش فرهنگ سازمانی و سیستم های اطلاعاتی در شرکت نساجی مازندران بوده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها پیمایشی (میدانی) به شمار می رود. به منظور گردآوری داده های این تحقیق از پرسشنامه بهره گرفته شده است. جامعه تحقیق کلیه مدیران و کارمندان شعب شرکت نساجی مازندران بوده و تعداد نمونه بر اساس فرمول کلاین و جکسون محاسبه گردیده است. برای بررسی روایی سؤالات نیز از تحلیل روایی محتوایی مورد بررسی قرار گرفته شده، سپس پایایی پرسشنامه ها از روش آلفای کرونباخ بررسی و تایید شده که اعتبار آن ها در سطحی بالاتر از ۰/۷ قرار دارد که گواه بر پایایی و قابل اعتماد بودن سؤالات پرسشنامه‌های به-

کارگرفته شده است. به منظور تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه تحقیق از معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل استفاده شده است. یافته های این پژوهش رابطه مثبت بین سیستم های اطلاعاتی با کیفیت و اجرای شیوه های حسابداری مدیریت استراتژیک را اثبات می کند. سیستم های اطلاعاتی با کیفیت رابطه بین سیستم های حسابداری مدیریت با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را تعدیل می نماید. بین فرهنگ نوآورانه گرا با شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک نیز در این تحقیق مورد بحث و بررسی قرار گرفته شده است که نشان داد، بین آنها رابطه معناداری وجود دارد.

۱۱. پیشنهادهای پژوهش

۱۱.۱. پیشنهاد بر اساس یافته های تحقیق

۱۱.۱.۱. بر اساس فرضیه اول تحقیق پیشنهاد می گردد: حسابداران مدیریت شرکت خود تنها بر بخش کاری مرتبط بر با خود متمرکز نشده و تعاملات خود با همکاران در بخشهای دیگر، همکاران در شرکت های دیگر، اعضای انجمن های حرفه ای دیگر، تأمین کنندگان و مشاوران شرکت را افزایش داده و از این طریق سبب تقویت شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک گردند. بنابراین برای اینکه حسابداران مدیریت در استراتژی سازی نقش ایفا کنند، باید از محدوده عملکرد حسابداری خارج شده و در هر دو عملکرد و شرکت های دیگر در زنجیره تأمین خود با افراد تعامل یا ارتباط برقرار کنند.

۱۱.۱.۲. بر اساس فرضیه دوم تحقیق پیشنهاد می گردد: مدیران شرکت ها در پیاده سازی سیستم های اطلاعاتی به مواردی همچون میزان برآورد کردن نیازهای اطلاعاتی کاربر، میزان مشارکت سیستم اطلاعاتی در نیل به اهداف سازمانی، رضایت کارمندان از سیستم اطلاعاتی مورد استفاده، میزان از کار افتادن و قطعی سیستم حین انجام کار و میزان تطابق سیستم اطلاعاتی با نیازهای کارمندان توجه و دقت بالایی نموده و از طریق برقراری موارد ذکر شده در سیستم های اطلاعاتی

شرکت خود سبب افزایش کیفیت سیستم های اطلاعاتی گردیده و از این طریق شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را تقویت نمایند.

۱۱.۱.۳. بر اساس فرضیه چهارم تحقیق پیشنهاد می گردد: مدیران شرکت ها از طریق استقبال از ایده های جدید؛ بکارگیری شیوه های حسابداری نوآورانه و تلاش برای ارائه محصولات جدید و متمایز با رقبا سبب ترویج فرهنگ نوآورانه گرا در سازمان خود گردیده و از این طریق شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را بهبود بخشند.

۱۱.۱.۴. بر اساس فرضیه پنجم تحقیق پیشنهاد می گردد: جهت دستیابی به نتایج با کارایی بالا از طریق تعامل با مدیران موفق و مشاورین باتجربه اقدام به ارائه زیرساخت های لازم برای موفقیت شرکت نمایند و همچنین از طریق تشویق کارکنان و ایجاد گروه های کاری مشترک سبب افزایش کار تیمی در شرکت گردیده و از این طریق با افزایش فرهنگ نتیجه گرا در شرکت خود سبب بهبود شیوه های اجرای مدیریت استراتژیک گردند.

۱۱.۱.۵. بر اساس فرضیه ششم تحقیق پیشنهاد می گردد: از رویکردهای این پژوهش استفاده کافی و وافی ببرند:

الف) نگاه سازمان به نوآوری از حیث منابع لازم برای آن مانند هزینه، زمان و... یا از لحاظ تغییرات تکنولوژیکی، کسب و کار یا محصول جدید از موارد قابل ملاحظه ای است که پیشنهاد می شود مورد توجه مدیران آنها قرارگیرد.

ب) میزان حمایت مدیران ارشد از نوآوری در سازمان، مشارکت دادن افراد در تیم های نوآوری، ایجاد نظام پیشنهادها، بهبود روشهای شناسایی ایده های جدید و سیستمهای تقویتی نوآوری از راهکارهای عملی بهبود نوآوری در شرکتهای بیمه است.

ج) به مدیران شرکتهای پیشنهاد می شود با استفاده از تکنولوژی جدید، ارائه محصولات جدید در

بازار، ارائه روش ها و فرآیندهای نوین خدماتی و استفاده از روشهای نوین اداری برای جذب و نگهداری بهترین کارکنان سبب افزایش فرهنگ نوآورانه گرا در شرکت خود گردیده و از این طریق موجبات تقویت رابطه بین سیستم های حسابداری مدیریت و شیوه های اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را برای شرکت خود را فراهم آورند.

د) پیشنهاد می شود شرکت ها از اندیشیدن در چهارچوب دولتی به شدت بپرهیزند و آزادی عمل مدیران و کارکنان خود را فراهم آورند. این راهکار موجب میشود نوآوری در افکار و اعمال آن ها نهادینه شده و شرکتهای به طور قطع و یقین از نتایج آن بهره مند شوند.

منابع و مآخذ

منابع فارسی

سلیمانپور، صدیقه، یوسفوند، داود، همتی، حسن. (۱۳۹۹). بررسی ارتباط جهت گیری بازار و عملکرد شرکت با در نظر گرفتن نقش میانجی سیستم های حسابداری مدیریت. چشم انداز حسابداری و مدیریت. ۳(۳۷). ۱-۱۱.

گرد، عزیز و یعقوبی، آیت اله و صالحی، علی اصغر(۱۳۹۷). نقش حسابداری مدیریت استراتژیک در عملکرد سازمانی مطالعه موردی : هتل های ۵ ستاره شهر تهران، دومین کنفرانس علمی پژوهشی رهیافت های نوین در علوم انسانی ایران، ایلام.

محمدی، جمال، صالحی اصل، امین، انوری، رزیتا(۱۳۹۸). بررسی نقش حسابداری مدیریت استراتژیک در تصمیم گیری بهینه، پژوهشهای جدید در مدیریت و حسابداری، ۳۰(۱۶). ۲۳۵-

۲۵۰

نمازی، محمد و عبد العظیم شکاری. (۱۳۷۹). بررسی کاربرد هزینه یابی بر مبنای فعالیت در افزایش بهره وری (کارخانه سیمان فارس). پایان نامه (کارشناسی ارشد). دانشگاه شیراز.

نمازی، محمد. و ناظمی، امین. (۱۳۹۱). ارزیابی تطبیقی سودمندی اطلاعات سیستم هزینه یابی بر

مبنای فعالیت با هزینه یابی سنتی در بانکداری الکترونیک. بررسی های حسابداری و حسابرسی، ۱۹. شماره ۳، صص. ۱۳۸-۱۱۹.

نوروش، ایرج و بیتا مشایخی. (۱۳۸۴). نیازها و اولویتهای آموزشی حسابداری مدیریت: فاصله ادراکی بین دانشگاهیان و شاغلین در حرفه حسابداری. بررسیهای حسابداری و حسابرسی، ۱۳۱. شماره ۴۱. ص ۱۶۱.

هداوند، سعید (۱۳۸۴). رویکردی استراتژیک به فرایند برنامه ریزی آموزش، نشریه تدبیر، سال شانزدهم، شماره ۱۶۲.

هرندی، عباس (۱۳۸۸). از ارزیابی درونی در آموزش پزشکی تا نهاد ملی برای تضمین کیفیت در آموزش عالی ایران: چالشها و چشم اندازها، گام های توسعه در آموزش پزشکی، دوره ۶، شماره ۱؛ از صفحه ۸۱ تا صفحه ۸۸.

یادگارزاده (۱۳۸۵) اعتبارسنجی و تضمین کیفیت در نظام آموزش عالی، مجله مدیریت فردا، شماره ۱۳ و ۱۴ (از صفحه ۴۳ تا ۵۴)

یارمحمدیان، محمدحسین، کلباسی. افسانه (۱۳۸۵). ارزیابی درونی گروههای آموزشی دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، مجله آموزش در علوم پزشکی.

یمنی دوزی سرخابی، محمد (۱۳۸۰) درآمدی به بررسی عملکرد سیستمهای دانشگاهی، دانشگاه شهید بهشتی.

منابع انگلیسی

- Abernethy, M.A., Bouwens, J., 2005. Determinants of Accounting Innovation Implementation. *Abacus* 41 (3), 217-240.
- Alamri, A.M., 2019. Association Between Strategic Management Accounting Facets And Organizational Performance. *Balt. J. Manag.* 14 (2), 212-234.
- Al-Omiri, M., Drury, C., 2007. A Survey of Factors Influencing the Choice of Product Costing Systems in UK Organizations. *Manag. Account. Res.* 18 (4), 399-424.

Baird, K., Harrison, G., Reeve, R., 2004. Adoption of Activity Management Practices: A Note On the Extent of Adoption and The Influence of Organizational and Cultural Factors. *Manag. Account. Res.* 15 383–399.

Baird, K., Su, S., Tung, A., 2018. Organizational Culture and Environmental Activity Management. *Bus. Strategy Environ.* 27 (3), 403–414.

Bhimani, A., Langfield-Smith, K., 2007. Structure, Formality and The Importance of Financial and Non-Financial Information in Strategy Development and Implementation. *Manag. Account. Res.* 18 (1), 3–31.

Booth, P., Matolcsy, Z., Wieder, B., 2000. The Impacts of Enterprise Resource Planning Systems On Accounting Practice – The Australian Experience. *Aust. Account. Rev.* 10 (22), 4–18.

Bruns, W.J., Mckinnon, S.M., 1993. Information and Managers: A Field Study. *J. Manag. Account. Res.* 5 (Fall), 84–108.

Cadez, S., Guilding, C., 2008. An Exploratory Investigation of an Integrated Contingency Model of Strategic Management Accounting. *Account. Organ. Soc.* 33 (7–8), 836–863.

Cadez, S., Guilding, C., 2012. Strategy, Strategic Management Accounting And

Cescon, F., Costantini, A., Grassetti, L., 2019. Strategic Choices and Strategic Management Accounting in Large Manufacturing Firms. *J. Manag. Gov.* 23 (3), 605–636.

Effect of Role Involvement On Innovativeness. *Manag. Account. Res.* 16 (2), 157–177

Emsley, D., 2005. Restructuring The Management Accounting Function: A Note On The

14. Langfield-Smith, K., 2008. Strategic Management Accounting: How Far Have We Come in 25 Years? *Account. Audit. Account. J.* 21 (2), 204–228. Available at: <https://www.bain.com/insights/management-tools-and-trends-2015>

Roslender, R., Hart, S.J., 2002. Integrating Management Accounting and Marketing in The Pursuit of Competitive Advantage: The Case for Strategic Management Accounting. *Crit. Perspect. Account.* 13 (2), 255–277.

Roslender, R., Hart, S.J., 2003. In Search of Strategic Management Accounting: Theoretical and Field Study Perspectives. *Manag. Account. Res.* 14 (3), 255–279.

Tillmann, K., Goddard, A., 2008. Strategic Management Accounting and Sense-Making in A Multinational Company. *Manag. Account. Res.* 19 (1), 80–102.

Mncs. Int. J. Account. 54 (1), 1–42

پیوست:

به نام خدا

پرسشنامه ای را که در اختیار دارید، مربوط به پایان نامه کارشناسی ارشد تحت عنوان " حسابداران مدیریت و حسابداری مدیریت استراتژیک: نقش فرهنگ سازمانی و سیستم های اطلاعاتی در شرکت نساجی مازندران" می باشد. قطعاً پاسخ های صادقانه شما، این تحقیق را به اهداف مورد نظر رهنمون خواهد ساخت. اطلاعات جمع آوری شده محرمانه تلقی خواهد شد و فقط بهره برداری تحقیقی از آن به عمل خواهد آمد.

ردیف	سوالات	۹ بسیار زیاد	۸ زیاد	۷ متوسط	۶ کم	۵ بسیار کم	۴ هیچگاه
	میزان استفاده از هر یک از موارد زیر در شرکت را مشخص نمایید:						
۱	استفاده از هزینه یابی استراتژیک						

							محاسبه هزینه ی چرخه عمر	۲
							استفاده از تکنیک های مبتنی بر فعالیت	۳
							هزینه یابی بر مبنای هدف	۴
							هزینه یابی کیفیت	۵
							استفاده از مدیریت هزینه محیطی	۶
							نظارت بر موقعیت رقابتی	۷
							ارزیابی عملکرد رقبا	۸
							ارزش افزوده اقتصادی	۹
							تحلیل زنجیره ارزش	۱۰
							کارت امتیازی متوازن	۱۱
							تحلیل سودآوری مشتری	۱۲
							چند بار از سیستم های زیر برای یادگیری ایده های جدید در زمینه حسابداری مدیریت استفاده کرده اید:	
							تماس با همکاران در بخش پاسخ دهنده	۱۳
							همکاران در بخشهای دیگر	۱۴

							همکاران در شرکت های دیگر	۱۵
							اعضای انجمن های حرفه ای دیگر	۱۶
							تأمین کنندگان	۱۷
							مشاوران	۱۸
							نظر خود در هریک از موارد زیر در خصوص سیستم های اطلاعاتی شرکت بیان بفرمایید.	
							میزان برآورد کردن نیازهای اطلاعاتی کاربر	۱۹
							میزان مشارکت سیستم اطلاعاتی در نیل به اهداف سازمانی	۲۰
							رضایت کارمندان از سیستم اطلاعاتی مورد استفاده	۲۱
							میزان از کار افتادن و قطعی سیستم حین انجام کار	۲۲
							میزان تطابق سیستم اطلاعاتی با نیازهای کارمندان	۲۳
							در شرکت ما ایده های جدید همواره مورد استقبال	۲۴

							قرار می گیرد.	
							در شرکت ما از شیوه های حسابداری نوآورانه استفاده می شود.	۲۵
							مدیر ما ریسک پذیری بالایی دارد.	۲۶
							تلاش شرکت ما در ارائه محصولات جدید در بازار کاملا ملموس است.	۲۷
							تلاش شرکت ما در جذب تکنولوژی های جدید کاملا ملموس است.	۲۸
							شرکت ما متعهد به ارائه زیرساختهای لازم برای موفقیت است.	۲۹
							در شرکت ما تنها نتیجه فرایند ها مورد اهمیت می باشد و شیوه انجام چندان مهم نیست.	۳۰
							کار تیمی در شرکت ما از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.	۳۱
							در شرکت ما شیوه ای که کارها بر اساس آن انجام می گیرد، بسیار منعطف بود	۳۲

							و به سادگی قابل تغییر است.	
							در شرکت ما به طور مداوم با شیوه های پیشرفته و جدید انجام کار، سازگاری و انطباق حاصل می شود.	۳۳
							در شرکت ما میزان رقابت بالایی برای واحد تجاری در رابطه با تهیه مواد اولیه وجود دارد.	۳۴
							در شرکت ما میزان رقابت بالایی در جذب خصوص پرسنل فنی کارآموده وجود دارد.	۳۵
							در شرکت ما رقابت بالایی در افزایش کیفیت تولیدات وجود دارد.	۳۶
							هر یک از عوامل زیر تا چه میزان برای شرکت شما قابل پیش بینی است:	
							فناوری تولید	۳۷
							اقدامات رقبا	۳۸
							تقاضای بازار	۳۹
							ویژگی ها / طراحی محصول	۴۰

						در دسترس بودن مواد اولیه	۴۱
						قیمت مواد اولیه	۴۲
						مقررات دولت	۴۳
						اقدامات اتحادیه کارگری	۴۴
						شرکت دائماً بر توسعه محصولات و خدمات خاص تأکید می کند.	۴۵
						ما موفق می شویم از پس تقاضاهای بازار برآیم و محصولات و خدمات جدید را به سرعت توسعه دهیم.	۴۶
						شرکت به طور مداوم طراحی محصولات و خدمات خود را اصلاح می کند	۴۷