



تبیین بکارگیری استرژئی های نوآورد در سیستم حسابداری مدیریت از منظر تئوری ناهماهنگی شناختی

بهاره بنی طالبی دهکردی^۱

عبداله غفوری نژاد^۲

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۱/۱۷

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۱/۱۱

چکیده

در محیط حسابداری مدیریت نوین، مدلها و تئوری ها می توانند به منظور طراحی یک برنامه عملیاتی اثربخش بر مبنای درک صحیح از محیط سازمان و اهداف مورد نیاز سیستم حسابداری، منطبق با نیاز جامعه به کار گرفته شوند. یکی از این نظریه ها، تئوری ناهماهنگی شناختی است که در آن به وجود تعارض بین عناصر شناختی در فرد می پردازد و تبیین و مطالعه آن با توجه به وجود جنبه های روان شناختی ناهماهنگی شناختی در حسابداران مدیریت، می تواند ضمن افزایش کاربرد روان شناسی در حیطه حسابداری مدیریت، منجر به انتخاب صحیح جنبه های نوآور اثر گذار بر روی عملکرد سیستم اطلاعات حسابداری توسط حسابداران مدیریت گردد و در نهایت ارتقای ساختار عملکرد مالی، اجتماعی و اقتصادی سازمان را شامل شود. از این رو، در این تحقیق پرداخته می شود. این مقاله براساس روش کتابخانه ای و تفسیری برآن است تا به تبیین تئوری ناهماهنگی شناختی و کاربرد آن در سیستم حسابداری مدیریت از منظر دانش پردازد. بنابراین هدف این پژوهش بررسی متغیرهای مربوط به استرژئی های نوآورانه و تئوری ناهماهنگی شناختی در نحوه تصمیم گیری حسابداران مدیریت می باشد. از این رو در این مقاله ضمن تشریح مفاهیم مذکور، نقش تئوری ناهماهنگی شناختی به طور کلی و نحوه تصمیم گیری حسابداران مدیریت درانتخاب و بکارگیری استرژئی های نوآورانه مورد نیاز فضای کسب و کار مورد واکاوی قرار گرفته است. شواهد این مقاله نشان می دهد وجود تعارض شناختی، عاملی اثرگذار است که بر روی انتخاب حسابداران مدیریت در جهت بکارگیری یا عدم بکارگیری تکنیک های نوآورانه در هر سیستم اثر می گذارد.

واژه های کلیدی: تئوری ناهماهنگی شناختی، سیستم حسابداری مدیریت، نوآوری.

۱- عضو هیات علمی، گروه حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران (نویسنده مسئول) banitalebi57@yahoo.com

۲- دانشجوی دکتری تخصصی حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران.

۱- مقدمه

امروزه توجه به عامل نوآوری در سیستم حسابداری مدیریت به عنوان یک ضرورت پایه و اثرگذار در مدیریت سازمان های مدرن و به شدت رقابتی مطرح است به گونه ای که از طریق بکارگیری موثر و هوشمندانه آن، موفقیت مدیریت شرکتها تضمین می گردد (کوئن، ۲۰۱۱). نوآوری های حسابداری مدیریت که معمولا چند بعدی بوده و دارای آثار چندوجهی می باشند، به شرکت فرصت می دهند تا فرآیند خلاقیت را به عنوان یک نوآوری و محرک یک ایده، انتخاب، اشاعه، استنباط و طرح ریزی نماید (چن هال، ۲۰۰۵).

آنچه واضح است این نکته می باشد که موسسات و شرکت های با تواناییهای چند گانه، همواره در تلاش به دنبال یافتن برنامه های خلاقانه و استراتژیک نوینی هستند که تحقق آن، مستلزم یادگیری مهارت های جدید توسط پرسنل موسسه می باشد و در عین حال، یادگیری پرسنل همزمان به ارتقاء مهارت های موجود موسسه و بهره برداری از این مهارتها کمک می کند. بر این اساس، موسسات و شرکت ها به نحو فزاینده ای به دنبال پیاده سازی و بکارگیری استراتژی های نوآورانه چند وجهی هستند که نتایج پیاده سازی و اجرای آنها به دلیل ماهیت پیچیده روابط و اهداف متناقض و متعدد، برای مدیریت تنش و بحران به همراه خواهد آورد (گوپتا و بیرکینشا، ۲۰۱۳؛ توشمن و همکاران، ۲۰۱۰). چنانچه که نتایج پژوهش های محققان حوزه حسابداری مدیریت و سازمان هم گویای این مسئله است که تحقق اهداف نوآورانه چند بعدی، یکی از پیچیده ترین چالش های پیش روی مدیران و حسابداران مدیریت برشمرده می شود (اسنیت و توشمن، ۲۰۰۵).

به گونه ای که، آنچه همواره به عنوان دغدغه و نگرانی اصلی برای صاحبان صنایع، مدیران و حسابداران مدیریت مطرح بوده این پرسش است که آیا شرکت هایی که به منظور دستیابی به اهداف نوآورانه، مهارت های جدید را به پرسنل خود را آموزش می دهند و این مهارتها در موسسه پیاده

سازی و اجرا می شود، به گونه ایی موثر و قابل قبول و بدون مواجه با هیچگونه مشکلی، به نوآوری واقعی در زمینه ارائه محصول و خدمات دست پیدا می کنند (لین، ۲۰۱۳)؟

باید یادآور شد که به دلیل پیچیده و چند وجهی بودن این حوزه، پاسخ به این سؤال چندان ساده نیست و بخصوص به دلیل وجود نگرشهای گوناگون در بین افراد، ساختارهای رفتاری متعددی بروز خواهد کرد که منجر به پاسخ واحدی برای پرسش مذکور نخواهد شد. در این میان حسابداران مدیریت همواره با این چالش درگیر هستند که آیا الگوهای نوین را یاد بگیرند و بکار ببندند یا بر حفظ الگوهای قبلی تاکید کنند و در همان وضعیت قبلی باقی بمانند؟

بررسی پژوهش های انجام شده تا کنون نشان می دهد " همه شرکت هایی که در تلاش برای پیاده سازی و اجرای نوآوری های چند وجهی بودند، موفق نشدند " و لازم است پژوهش های بیشتری انجام شود تا مشخص شود که چه تفاوت هایی میان شرکت هایی که شکست خوردند با شرکت هایی که با پیاده سازی نوآوری های چند وجهی، موفق شدند، وجود دارد (گوپتا و بیرکینشا، ۲۰۱۳؛ توشمن و همکاران، ۲۰۱۰). در این راستا، تا کنون پژوهش های زیادی توجه خود را معطوف به مطالعه اشاعه نوآوری های حسابداری مدیریت و عوامل مؤثر بر آن نموده اند اما تاکنون هیچ پژوهشی از منظر دانشی به مطالعه و بررسی تاثیر نوع نگرش حسابداران مدیریت به نوآوری و بکارگیری تکنیک های نوین حسابداری مدیریت به کمک نظریه ناهماهنگی شناختی نپرداخته است. در صورتی که بررسی ها نشان میدهد معمولا خلق و پیاده سازی نوآوری با یادگیری الگوهای نوین و نوآورانه و جایگزینی آنها به جای الگوهای قبلی در سازمانها همراه است. در این میان به دلیل آنکه معمولا ساختار الگوهای قبلی بر دوام و پایداری بنا شده (مارچ، ۱۹۹۱؛ مارچ و لوینتال، ۱۹۹۳) و افراد نیز در سیستم ها به دلایلی همچون تعصبات فردی و یا قومی بر حفظ شرایط موجود پافشاری می کنند، فشارهایی بر فضای سیستم و افراد شاغل در آن وارد

می شود که در نهایت تصمیم گیری مدیران و حسابداران مدیریت را با چالش هایی همراه خواهد نمود (اسنیت و توشمن^۷، ۲۰۰۵).

گروهی از نظریه پردازان، معتقدند که انسان‌ها به شیوه‌های متعددی، برای ایجاد هماهنگی بین نگرش‌ها و رفتارها و در درک و تصور از دنیا کوشش می‌کنند. در واقع انسان‌ها می‌کوشند تا دنیای خود را به شیوه‌ای سامان دهند که به نظرشان معنادار و قابل فهم بیاید.

لئون فستینگر، بنیانگذار نظریه ناهمسانی شناختی، اظهار می‌کند تعارض بین عناصر شناختی در فرد، اساس تغییر نگرش است. این حالت زمانی ایجاد می‌شود که فرد باورهای متناقض داشته باشد یا حتی نگرش و رفتارش مخالف یکدیگر باشند (بدار، دزی ل و لامارش، ۱۳۸۱). این نظریه که مشهورترین الگوی همسانی شناختی و شاید تأثیرگذارترین نظریه در روان‌شناسی اجتماعی است، به مطالعه این موضوع می‌پردازد که افراد در زندگی روزمره، اغلب در وضعیتی قرار می‌گیرند که طبق نگرش‌های خود عمل نمی‌کنند؛ بلکه هماهنگ با الزامات نقش خود و یا زمینه اجتماعی عمل می‌نمایند.

درحقیقت، افراد یک انگیزه‌ی داخلی دارند که همه نگرش‌ها و رفتارهایشان را در هماهنگی و اجتناب از ناسازگاری (یا ناهماهنگی) نگه می‌دارد و به عنوان اصل هماهنگی شناختی شناخته شده است. وقتی یک تناقض بین نگرش‌ها یا رفتارها (ناهماهنگی) وجود دارد، برای از بین بردن ناهماهنگی چیزی باید تغییر کند.

البته باید یادآور شد که هنوز تجارب اندکی در خصوص مطالعه مکانیزم‌های روانی و ذهنی افراد و تاثیر آنها بر روی بکارگیری تکنیک‌های نوآورانه چندوجهی در سیستم حسابداری مدیریت، وجود دارد. اما با توجه به اینکه یافته‌های پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که وجود تضاد نگرشی، سوگیری‌ها و تعصبات فردی، مدیران ارشد و حسابداران مدیریت سازمان را با خود درگیر می‌نماید (اسمیت و توشمن، ۲۰۰۵؛ ریلی و توشمن، ۲۰۱۳)، نظریه

ناهماهنگی شناختی می‌تواند در شناخت ناهماهنگی‌های شناختی که ممکن است به تغییر نگرش منجر شود، مفید واقع شود (توشمن و اسمیت، ۲۰۰۵؛ ویگا و همکاران، ۲۰۰۶). لذا پژوهش حاضر، به دنبال تبیین بکارگیری نوآوری‌های چند وجهی در سیستم‌های حسابداری مدیریت از منظر تئوری ناهماهنگی شناختی است.

این پژوهش به دنبال آن است که به کمک تئوری ناهماهنگی شناختی، وجود تعارض شناختی را به عنوان عاملی که بر روی انتخاب حسابداران مدیریت در جهت بکارگیری یا عدم بکارگیری تکنیک‌های نوآورانه در هر سیستم اثر می‌گذارد، تبیین نماید (توشمنو بنیس، ۲۰۱۰؛ اسمیت، ۲۰۱۴).

پژوهش حاضر شامل بخش‌هایی به شرح زیر است: بخش دوم درخصوص روش‌شناسی پژوهش است. بخش سوم مقاله مروری بر مبانی نظری پژوهش و تبیین تئوری ناهماهنگی شناختی، نحوه شکل‌گیری تئوری همچنین نحوه تغییر نگرش، ارزیابی انتقادی از نظریه‌ی لئون فستینگر و سپس، پیشینه پژوهش‌های پردازد، در بخش چهارم نظریه ناهماهنگی شناختی و فرایند تصمیم‌گیری در حسابداری مدیریت شرح داده شده و در بخش پنجم نوآوری و حسابداری مدیریت مطرح گردید. در بخش ششم یافته‌های علمی پژوهش و در نهایت در بخش هفتم به نتیجه‌گیری پرداخته شده است.

۲- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس رویکرد فلسفی و علمی و بر پایه شناخت تاریخی است و به تبیین بکارگیری استرژئی‌های نوآورد در سیستم حسابداری مدیریت از منظر تئوری ناهماهنگی شناختی برای اولین بار در ایران می‌پردازد. در حقیقت بر اساس این رویکرد محقق قصد دارد به معرفی و تبیین تئوری ناهماهنگی شناختی بپردازد و به سوال اصلی پژوهش یعنی آیا می‌توان بر اساس تئوری ناهماهنگی شناختی، نحوه تصمیم‌گیری حسابداران مدیریت درخصوص بکارگیری استرژئی‌های نوآورد در سیستم حسابداری

در او به وجود آید (هارمون جونز و میلز، ۲۰۰۹). در نتیجه، اگر مصرف کننده پس از خرید یک محصول، در نگرش های خود ناهمسانی مشاهده کند، برای جلوگیری از تکرار این ناهمسانی به سراغ محصولات دیگر می رود.

شدت ناهمسانی های شناختی به خصوصیات منحصر به فرد مشتری و رفتارهای آن مانند ترس از نامعتبر بودن محصول، میزان ساختارمند بودن زندگی فردی، بدبینی ذهن و خوش بینی فرد، بستگی دارد که موجب ایجاد تعارض شناختی در مصرف کننده می شود (جونز و میلز، ۲۰۰۹، دینر، امونز، لارسن و گریفین، ۱۹۸۵؛ ریف و کیز، ۱۹۹۵ و بک، راش، شاو و امری، ۱۹۷۹). از دیگر عوامل مؤثر بر ناهمسانی های شناختی، درگیری ذهنی مصرف کننده است. درگیری ذهنی مصرف کننده میزان اهمیت محصول یا علاقه فرد برای انجام یک خرید ممکن است ناشی از درگیری ذهنی مصرف کننده در مورد آن موضوع باشد (بیتی و کال، ۱۹۸۸). یکی از جنبه های مهم درگیری ذهنی مصرف کننده، فرموله کردن تصمیم بکارگیری نوآوری است، که پاسخی شناختی به کنترل عدم قاطعیت یا دودلی ناشی از بکارگیری نوآوری است (میتال، ۱۹۸۹). به عبارت دیگر، خریدهای با درگیری ذهنی کمتر نسبت به خریدهای با درگیری ذهنی بالاتر، ناهمسانی شناختی بیشتری را در پی داشته اند. در حالت ناهمسانی افراد ممکن است احساس شگفتی، ترس، گناه، خشم یا خجالت را تجربه کنند. افراد بدون توجه به وجود شواهدی علیه این فکر دچار سوگیری می شوند که فکر کنند انتخابشان درست بوده است، این سوگیری به نظریه ناهمسانی، این قدرت پیشگویانه اش را می دهد که رفتارهای ویرانگر و غیر منطقی را روشن کند که در نبود این نظریه بسیار گیج کننده بودند.

۳-۲- شکل گیری ناهمسانی شناختی

تا کنون تئوری های مختلفی در زمینه ناهمسانی های شناختی مطرح شده است؛ که از مهمترین آنها می توان به نظریه تعادل هایدنر؛ نظریه

راتبیین کرد؟ پاسخ دهد. برای جمع آوری منابع مورد نیاز، اسناد و مدارک آرشیوی که نتیجه تحقیقات تجربی است، بررسی گردید و مبانی نظری و پیشینه تحقیق به روش کتابخانه ای شناسایی و مورد استفاده قرار گرفت.

۳- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

در این بخش، ابتدا به تبیین تئوری ناهمسانی شناختی، نحوه شکل گیری نگرش و ارزیابی انتقادی این تئوری پرداخته شد. سپس پیشینه پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است.

۳-۱- تئوری ناهمسانی شناختی^۸

نظریه ناهمسانی شناختی که یکی از بانفوذترین نظریه ها در حوزه روان شناسی اجتماعی است، بر این اصل که افراد به دنبال سازگاری بین انتظارات خود و واقعیت خود هستند، پایه ریزی شده است. لئون فستینگر، مبتکر این تئوری، در تعریف نظریه ناهمسانی شناختی می گوید که افراد تلاش برای کاهش ناهمسانی دارند. آنها این کار را با تغییر در گرایش ها، اعتقادات و کنش هایشان انجام می دهند. بر اساس این نظریه، ارتباط دو شناخت با یکدیگر، می تواند با هم هماهنگ یا ناهمگون باشد. دو شناخت وقتی هماهنگ هستند که یکی از دیگری پیروی کند ولی اگر یکی از شناخت ها عکس دیگری باشد، آنها ناهمگون می شوند. وجود ناهمسانی، فشار روانی و استرس به وجود می آورد، فرد برای کاهش ناهمسانی انگیزه پیدا می کند و درصدد بر می آید از اطلاعاتی که ناهمسانی را بیشتر می کند، اجتناب نماید. هر قدر ناهمسانی بیشتر باشد، فشار روانی برای کاهش ناهمسانی بیشتر است (جونز و میلز، ۲۰۰۹).

به طور مثال، در زمینه رفتار خرید این حالت زمانی اتفاق می افتد که تفاوت شایان توجهی بین عملکرد مورد انتظار و عملکرد واقعی محصول وجود داشته باشد و موجب می شود فرد رفتارهای آتی خود را طوری تنظیم کند که ناهمسانی شناختی کمتری

البته عناصر شناختی لازم نیست از نظر منطقی با سازگاری یا ناسازگاری مرتبط باشد. یک رابطه ممکن است از نظر منطقی (برای ما به عنوان ناظر بیرونی) ناسازگار باشد؛ ولی از جهت روان شناختی، با فردی که دارای این باورهای مشهود است، سازگار باشد (بیان و ماتینو، ۲۰۱۱).

نظریه ناهماهنگی پیش بینی می کند که اگر شخصی برای نیل به هدفی سخت بکوشد، آن هدف برایش جالب تر خواهد بود؛ تا کسی که همان هدف را با کوشش اندک یا بدون جدّ و جهد به دست آورده باشد (برادریک، ۲۰۰۷).

آنچه برای یک شخص سبب ناهماهنگی می شود، ممکن است برای دیگران این گونه نباشد. همچنین ممکن است شناخت هایی ناهماهنگ باشند، اما لزوماً سبب ایجاد تنش در شخص نشوند (کیم، ۲۰۰۵).

در حقیقت، ناهماهنگی، یک فرآیند شناختی برای حل و فصل خطاهایی است که در سیستم باورهای یک فرد رخ می دهد از جمله راه های حل و فصل این خطاها می توان به استدلال انگیزشی اشاره کرد که فرآیند سوگیرانه ای از حل و فصل ناهماهنگی برای دستیابی به نتیجه مطلوب است. همچنین تعریف انگیزشی که از طریق نیاز برای ثبات شناختی تحمیل می شود. پیش داوری، استنباط اختیاری و ثبات اولین احساس نیز روش هایی برای کاهش ناهماهنگی شناختی به شمار می روند (گاورونسکی، ۲۰۱۲).

ناماهنگی شناختی^۱ در دانش روان شناسی، نوعی استرس ذهنی یا ناهنجاری و احساس ناخوش آیند است که بر اثر شرایطی همچون ایجاد (و القای) همزمان دو یا چند دیدگاه، عقیده، ارزش یا اندیشه ناهم ساز در یک فرد به وجود می آید (فستینگر، ۱۹۵۷)

(۱) این نظریه، کاربردهای گوناگونی در زمینه های مختلف دارد؛ که می توان موارد زیر را از جمله آن ها برشمرد:

(۲) در حوزه سیاست؛ مثلاً در تحقیقات مربوط به انتخابات ریاست جمهوری و ...؛

تقارن؛ نظریه ناهمخوانی ازگود؛ نظریه مدیریت برداشت و تئوری ادراک خویشتن اشاره کرد. یکی از مطرح ترین نظریه ها در این حوزه، نظریه ناهماهنگی شناختی لئون فستینگر است.

لئون فستینگر، بنیانگذار این نظریه، معتقد است که تعارض بین دو شناخت در درون فرد، اساس تغییر نگرش را تشکیل می دهند. دو شناخت، موقعی ناهماهنگی پیدا می کنند، که تأیید یکی، موجب نفی دیگری می شود. این حالت زمانی پیش می آید که مثلاً باورهای متضاد داشته باشیم؛ یا حتی نگرش و رفتار ما مخالف یکدیگر باشند (پرلووسکی، ۲۰۱۳).

به عقیده فستینگر، کسی که می داند دو شناخت ناهماهنگ دارد، حالت تنش ناخوشایندی احساس پیدا می کند. با افزایش ناخوشایند برانگیختگی فیزیولوژیک بدن، تعارض درونی متجلی می شود. هر اندازه شناخت های دست اندرکار، مهم و انحراف آن ها از یکدیگر بیشتر باشد، ناهماهنگی و ناخوشایندی به همان اندازه بزرگتر و نیاز به بازیابی حالت هماهنگی درونی به همان اندازه بیشتر خواهد بود (نیل و پالمر، ۲۰۰۴). میزان ناهماهنگی ایجاد شده به دو عامل بستگی دارد:

(الف) نسبت شناخت های ناهماهنگ به شناخت های هماهنگ؛

(ب) اهمیت هر یک از شناخت ها (جی بادامسی، ۲۰۰۹).

نتایج پیدایش ناهماهنگی در اثر قرار گرفتن در معرض اخبار ناهماهنگ، حاکی از آن است که شدت ناهماهنگی که با دریافت خبر ناهماهنگ ایجاد می شود، با اهمیت خبر ارتباط مستقیم دارد. همچنین ناهماهنگی با میزان دشواری یا کوشش برای شنیدن خبر ناهماهنگ برای فرد، رابطه مستقیم دارد (هانگ، ۲۰۰۶).

در ناهماهنگی شناختی عناصر مورد بحث ممکن است با یکدیگر:

(۱) بی ارتباط باشند؛

(۲) سازگار (هماهنگ) باشند؛

(۳) ناسازگار (ناهماهنگ) باشند.

۳) در حوزه بازاریابی؛ تحقیقات مربوط به واکنش مصرف‌کنندگان در مقابل کالاهای ارزان قیمت و ...؛

۴) در حوزه مسائل اجتماعی؛ پژوهش‌های مربوط به مصرف دخانیات و ... (کیم، ۲۰۰۵) و همچنین حوزه حسابداری، حسابداری مدیریت و حسابرسی اشاره کرد.

یکی از جنبه‌های جالب و مهم الگوی ناهماهنگی شناختی، تأکید آن بر روابط و وابستگی متقابل عناصر مختلف در نظام شناختی است. در این الگو، به جای تصویر کردن یک ساخت شناختی با تعداد زیادی عناصر - اندیشه‌ها و تصورات - که دارای پیوندهای متقابل نسبتاً ضعیفی باشند، سیستمی مطرح می‌شود که در آن پیوندهایی در میان بسیاری از عناصر آن برقرار است و این پیوندها تمایل زیادی به هماهنگ بودن دارند. این وضعیت بیش از همه در درون نظامی که نگرش خاصی را ایجاد می‌کند، وجود دارد.

تا کنون پژوهش‌های بسیاری در چارچوب نظریه ناهماهنگی شناختی، درباره اثرات اخذ یک تصمیم بر نگرش‌ها و رفتارهای بعدی انسان انجام شده است. بر طبق این نظریه، هرگاه شخص مجبور می‌شود از دو انتخاب مطلوب یکی را برگزیند، دچار ناهماهنگی بعد از تصمیم می‌شود. هر چه این تصمیم مهمتر و دشوارتر باشد، احتمال بیشتری دارد که شخص دلایلی برای تأیید لزوم تصمیم اتخاذ شده و به حداقل رساندن کیفیت‌های جالب توجه موضوعی که انتخاب نشده، پیدا کند.

بنابراین، عوامل مختلفی می‌توانند بر این ناهماهنگی شناختی اثر بگذارند یا به نحوی با آن همبستگی داشته باشند؛ از جمله منبع کنترل (میشل، ۱۹۹۷)؛ موسیقی (پرلووسکی، ۲۰۱۳)؛ ارتباط بین فردی (منگ، ۲۰۱۲)؛ ساختارهای ذهنی (واکسلاک، ۲۰۱۲)؛ تصمیم‌گیری (رنهکمپ، ۲۰۱۵)؛ عزت نفس (منصوری، ۱۳۹۱).

بررسی‌ها نشان می‌دهد عواملی که منجر به تغییر نگرش مهم و بروز ناهماهنگی‌های شناختی در

افراد می‌شوند را بر اساس شکل ۱ می‌توان به سه حوزه‌ی اصلی زیر تقسیم کرد.

• رفتار انطباق اجباری

هنگامی که کسی مجبور به انجام (به طور عمومی) چیزی می‌شود که (به طور شخصی) واقعا نمی‌خواهد آن را انجام دهد، ناهماهنگی بین شناخت آنها (من نمی‌خواستم این کار را انجام دهم) و رفتار آنها (کاری که من آن را انجام دادم) ایجاد شده است.

انطباق اجباری زمانی اتفاق می‌افتد که فرد اقداماتی را انجام می‌دهد که با اعتقاداتش سازگار نیست. رفتار نمی‌تواند تغییر کند، زیرا در گذشته نیز بوده است، بنابراین ناهماهنگی باید با بازنگری مجدد نگرش آنها، در خصوص آنچه که قبلاً انجام داده بودند کاهش یابد (پرلووسکی، ۲۰۱۳).

• تصمیم‌سازی

زندگی پر از انواع تصمیمات است و تصمیمات (به عنوان یک قاعده کلی) موجب ناهماهنگی می‌شود. به عنوان مثال، فرض کنید شما مجبور بودید تصمیم بگیرید که آیا شغلی را در یکی از مناطق کاملاً زیبا از کشور بپذیرید، یا برای نزدیک بودن به دوستان و خانواده از این شغل دست بکشید. در هر صورت، شما ناهماهنگی را تجربه خواهید کرد. اگر شما شغل را بپذیرید، دلتنگ عزیزانتان خواهید شد و اگر از آن شغل دست بکشید، شما حسرت رودخانه‌ها، کوه‌ها و دره‌های زیبا را در دل خود خواهید داشت.

هر دو گزینه دارای نقاط خوب و بدی هستند. مسأله این است که اتخاذ یک تصمیم فرصتی را از بین می‌برد. بنابراین شما می‌توانید از مزایای گزینه‌ی جایگزین استفاده کنید. با این حال شما باید معایب گزینه‌ی انتخاب شده را نیز قبول کنید.

افراد راه‌های مختلفی برای کاهش ناهماهنگی دارند که با یک تصمیم‌گیری برانگیخته می‌شود. یکی از مواردی که آنها می‌توانند انجام دهند تغییر رفتار است. همانطور که قبلاً نیز اشاره شد، انجام این کار اغلب بسیار دشوار است، بنابراین مردم در اکثر موارد انواع مختلفی از مانورهای ذهنی را به کار می‌گیرند. یک روش معمول برای کاهش ناهماهنگی، افزایش

۳-۳- چگونه نگرش تغییر می‌یابد؟

ناهماهنگی موجود یا تنش ذهنی در نگرش را می‌توان با توجه به یکی از چهار روش زیر که در شکل شماره ۲ نشان داده شده است، کاهش داد:

اول تغییر دادن یک یا چند نگرش، رفتار، باورها و ... تا در نتیجه بین دو عنصر، هماهنگی را ایجاد شود.

هنگامی که یکی از عناصر ناهماهنگی، یک رفتار است، فرد می‌تواند رفتار را تغییر دهد و یا آن را حذف کند. با این حال، این حالت کاهش ناگهانی، مشکلاتی را برای افراد به وجود می‌آورد، همانطوری که تغییر واکنش‌های رفتاری نهادینه شده (برای مثال ترک سیگار) اغلب، برای افراد دشوار است.

دوم کسب اطلاعات جدیدی که باورهای مربوط به ناهماهنگی را قویتر کند.

به عنوان مثال؛ اگر فردی سیگار می‌کشد، تفکر کردن در خصوص اینکه سیگار کشیدن موجب سرطان ریه می‌شود، باعث ایجاد ناهماهنگی در او خواهد شد. اما، اطلاعات جدیدی نظیر «تحقیقات ثابت نکرده است که سیگار کشیدن باعث سرطان ریه می‌شود» ممکن است ناهماهنگی را کاهش دهد.

سوم توجیه رفتار یا شناخت با اضافه کردن شناخت جدید

در این روش فرد خود را متقاعد می‌کند که اگر این کار را انجام دهد نتایج موثری برایش در پی خواهد داشت. به طور مثال فرد با خود می‌گوید "امروز ۳۰ دقیقه بیشتر در باشگاه می‌مانم تا این شیرینی را بسوزانم".

چهارم کاهش اهمیت شناخت‌ها (یعنی باورها، نگرش‌ها)

در کاهش اهمیت شناخت‌ها، فرد می‌تواند خودش را متقاعد کند که «زندگی کردن برای امروز» بهتر از «نگاه داشتن آن برای فردا» است. به عبارت دیگر، او ممکن است به خودش بگوید که یک زندگی کوتاه اما پر از سیگار، بهتر از یک زندگی طولانی اما بی‌بهره از چنین لذت‌هایی می‌باشد. به این ترتیب، او اهمیت تشخیص ناهماهنگی (سیگار کشیدن برای سلامت افراد بد است) را کاهش می‌دهد.

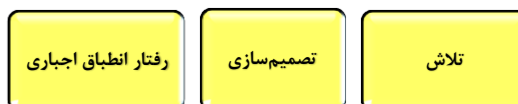
جذابیت برای گزینه‌ی انتخاب شده و کاهش جذابیت برای گزینه‌ای است که رد شده است. این امر با عنوان «گسترش جدایی گزینه‌ها» نامیده می‌شود. برم (۱۹۵۶) اولین کسی بود که رابطه‌ی بین ناهماهنگی و تصمیم‌گیری را مورد بررسی قرار داد.

• تلاش

به نظر می‌رسد که افراد بیشترین اهمیت و ارزش گذاری را برای آن دسته از اهداف یا مواردی قایل می‌شوند که تلاش زیادی برای دستیابی به آنها انجام داده اند. با این حساب، اگر فرد تلاش زیادی برای رسیدن به چیزی انجام دهد و سپس در پایان آن را منفی ارزیابی کند، احتمالاً این موضوع، دلیلی برای به وجود آمدن ناهماهنگی در وی محسوب می‌شود. در حقیقت، به نظر می‌رسد که فرد خود را متقاعد می‌کند که آن چیزی که به دست می‌آورد، ارزشمند است و این همان کاری است که بیشتر ما آن را انجام می‌دهیم؛ یعنی ارزیابی بالای دستاوردهایی که برای ما عزیز و پربها هستند- خواه آنکه دیگران آن را ارزشمند بدانند یا ندانند. این روش کاهش ناهماهنگی به عنوان «توجیه تلاش» شناخته شده است.

اگر فرد، تلاش خود را برای کاری که خودش انتخاب کرده، مبذول دارد و در در نهایت کار به شکلی بد، به پیش رود، فرد ناهماهنگی شناختی را تجربه می‌کند. بنابراین، برای کاهش این ناهماهنگی، انگیزه‌ای در فرد شکل می‌گیرد که در نتیجه‌ی آن در تلاش است تا این چنین فکر کند که این کار به خوبی انجام شده است.

عوامل موثر در بروز ناهماهنگی های شناختی در افراد



شکل ۱- عوامل موثر در تغییر نگرش مهم و بروز ناهماهنگی های شناختی در افراد



شکل ۲. روش های کاهش تنش ذهنی در تئوری ناهماهنگی شناختی، (گاورونسکی، ۲۰۱۲).

تنش های ناشی از بروز ناهماهنگی های شناختی را تجربه نمی کنند.

۳-۵- پیشینه پژوهش

بر اساس پژوهش لانگفیلد-اسمیت^{۱۱} (۲۰۰۷)، پذیرش سیستم های کنترل مدیریت (MCS) متاثر از نوع استراتژی اتخاذ شده است. دسته دیگری از پژوهشها نشان داده اند که چگونه MCS میتواند منجر به ارتقاء نوآوری محصول در سازمان شود (بیسی و اتلی^{۱۲}، ۲۰۰۴، هنری^{۱۳}، ۲۰۰۶؛ ویدنر^{۱۴}، ۲۰۰۷).

بوونز و ابرنتی^{۱۵} (۲۰۰۰)، به بررسی پیامدهای بومی سازی بر طراحی سیستم های حسابداری مدیریت پرداختند. در پژوهش آنها ارتباط بین استراتژی تمایز و سیستم های حسابداری مدیریت تأیید شد.

بیسی و اتلی (۲۰۰۴)، به مطالعه اثرات استفاده تعاملی از سیستم های کنترل مدیریت بر نوآوری محصول پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد استفاده تعاملی از سیستم های کنترل مدیریت در سازمان های با نوآوری پایین منجر به افزایش نوآوری خواهد شد. درحالی که در شرکتهای نوآور، این اثر معکوس خواهد بود. شواهدی در حمایت از اثر غیرمستقیم استفاده تعاملی از سیستم های کنترل مدیریت بر عملکرد از طریق نوآوری یافت نشد. در مقابل بر اساس یافته های پژوهش اثر نوآوری بر

۳-۴- ارزیابی انتقادی از نظریه ی لئون فستینگر

تا کنون پژوهش های بسیاری در زمینه تئوری ناهماهنگی شناختی صورت گرفته و برخی یافته ها، جالب و گاه غیرمنتظره بوده است. در حقیقت این تئوری نشان می دهد که افراد برای سازگاری بین نگرش ها و رفتارها در حال تلاش فراوان هستند و حتی ممکن است برای دستیابی به این هدف، از روش های منطقی نیز استفاده نکنند.

با این حال، درخصوص پذیرش و بکارگیری این تئوری، انتقادهایی از نظر علمی وجود دارد. مثلاً ناهماهنگی های شناختی به صورت فیزیکی قابل مشاهده و سنجش به صورت عینی نیست، در نتیجه، اصطلاح ناهماهنگی شناختی، تا حدودی ذهنی است (گاورونسکی، ۲۰۱۲).

همچنین ابهاماتی در مورد اصطلاح «ناماهنگی» وجود دارد. آیا این اصطلاح، ادراک است (همانگونه که شناخت آن را نشان می دهد)، یا احساس؟ و یا یک احساس درباره ادراک می باشد؟

در این نظریه پیش بینی می شود که وجود تفاوت های فردی نیز در ایجاد ناهماهنگی های شناختی اثرگذار است. به طور مثال افراد بسیار مضطرب بیشتر با ناهماهنگی های شناختی مواجه می شوند. در مقابل افراد با اضطراب کمتر، بیشتر قادر به مقابله با ناهماهنگی های شناخت عمده هستند و

عملکرد تحت تأثیر نوع استفاده از سیستم کنترل مدیریت خواهد بود.

چنجال و همکاران^{۱۶} (۲۰۱۱)، با استفاده از مدل مسیر به بررسی ارتباط بین استراتژی، سیستمهای کنترل مدیریت و نوآوری بر روی ۲۱ شرکت روسی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد تمایز محصول رابطه مستقیم با نوآوری دارد. همچنین بر اساس نتایج حاصل، تمایز محصول ارتباط مستقیم با هر سه بعد سیستمهای کنترل مدیریت دارد. فرهنگ سازمانی ارگانیک و کنترلهای رسمی اثرات مستقیم بر نوآوری داشته، درحالیکه تأثیر شبکه های اجتماعی بر نوآوری بصورت غیرمستقیم از طریق فرهنگ سازمانی ارگانیک اعمال می شود.

بررسی پژوهشهای حسابداری انجام شده در داخل کشور نشان می دهد تا کنون هیچ مطالعه ای در زمینه تئوری ناهماهنگی شناختی در سیستم حسابداری انجام نشده است.

در زمینه پژوهش ها با رویکرد نوآوری نیز می توان به مطالعه حجازی و فتوحی در سال ۱۳۸۸ اشاره کرد. آنها به بررسی ارتباط بین استراتژی رقابتی سازمان، طرح سازمانی و سیستم حسابداری مدیریت و عملکرد سازمان با رویکرد تناسب اقتضایی پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که بین استراتژی رقابتی، طرح سازمانی و سیستم حسابداری مدیریت و عملکرد در صنایع مورد نظر رابطه معنی داری وجود دارد.

حجازی و رامشه (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی روابط میان استراتژی تمایز، نوآوری و سیستم های کنترل مدیریت پرداختند. در این پژوهش، پیش بینی شده که نوآوری متأثر از استراتژی تمایز محصول در سازمان است که این اثر در قالب مسیرهایی از تمایز محصول به دو بعد سیستمهای کنترل مدیریت و سپس مسیرهایی از این ابعاد به نوآوری قابل توضیح می باشد. برای آزمون مدل مسیر، از تحلیل مدل یابی معادله ساختاری، استفاده شده است. اطلاعات مربوط، از ۶۹ شرکت تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران فعال در ۴ صنعت، از طریق پرسشنامه

دریافت گردید. یافته های پژوهش حاکی از ارتباط مستقیم میان تمایز محصول با نوآوری و با هر دو بعد MCS است. ابعاد MCS نیز اثراتی مستقیم بر نوآوری دارند. علاوه بر اثر مستقیم تمایز بر نوآوری، اثر واسطه ای MCS در رابطه میان استراتژی تمایز و نوآوری، که معرف اثرات غیرمستقیم تمایز بر نوآوری است، نیز تأیید شد

۴- نظریه ناهماهنگی شناختی و فرایند تصمیم گیری در حسابداری مدیریت

متعاقب اتخاذ یک تصمیم، به ویژه تصمیمی دشوار، یا تصمیمی که متضمن تعهدی مهم از نظر وقت، کوشش، یا پول باشد، حسابداران مدیریت، همواره احساس ناهماهنگی می کنند؛ علت این امر این است که به ندرت اتفاق می افتد که راه حل برگزیده، کاملاً مثبت و راه حل های انتخاب نشده، کاملاً منفی باشند. یک راه خوب برای کاهش ناهماهنگی، عبارت از یافتن اطلاعات منحصرأ مثبت در مورد تصمیم اتخاذ شده و پرهیز از اطلاعات منفی است. یعنی پس از اخذ تصمیم، ویژگی های مثبت چیزی که انتخاب شده مورد تأکید قرار گیرد و به خصوصیات منفی بی اعتنایی شود و یا برعکس بر خصوصیات منفی چیزی که انتخاب نشده تأکید شده و به ویژگی های مثبت آن بی توجهی شود.

پژوهش های انجام شده در زمینه نگرش ها نشان می دهند که حسابداران مدیریت، هرگاه انتخاب مشخصی داشته باشند و انتخاب خود را در برابر عموم، علنی سازند، به واقع نیز به طور انتخابی در پی اطلاعات تأیید شده در مورد انتخاب خود هستند. بعلاوه، این گرایش در جهت انتخاب اطلاعات، زمانی بیشتر می شود که میزان ناهماهنگی شناختی نیز بیشتر باشد.

ادراک گرینشی، یک فرایند مهم شناخت است؛ به این معنا که حسابداران مدیریت تحت شرایط خاص در مقایسه با شواهد اطلاعات ناهماهنگ، وقت بیشتری را صرف توجه به شواهد هماهنگ می کنند. مردم، اطلاعات محیط را مورد جستجو، توجه و تفسیر

۵- نوآوری و حسابداری مدیریت

در اکثر مدل هایی که محققان حوزه حسابداری مدیریت، برای سنجش عملکرد سازمان تاکنون ارایه نمودند، شاخص نوآوری به عنوان یکی از شاخص های اصلی و ثابت در مدل ها مشاهده می شود. ویراگن در چارچوبی که برای اندازه گیری عملکرد ارائه می دهد، شاخص های: انگیزش کارکنان، عملکرد بازار، نوآوری، بهره‌وری و تاثیر اجتماعی را به عنوان شاخص های اصلی سنجش عملکرد سازمان مطرح می کند (سنجقی وهمکاران، ۱۳۹۰).

نورتون و کاپلان نیز با ارایه کارت‌های امتیازی متوازن برای تبیین راهبرد از پنج شاخص زیر استفاده کردند:

- (۱) منظر مالی،
- (۲) منظر مشتری،
- (۳) منظر فرآیندهای داخلی،
- (۴) نوآوری و
- (۵) کارکنان (وو و همکاران، ۲۰۱۰).

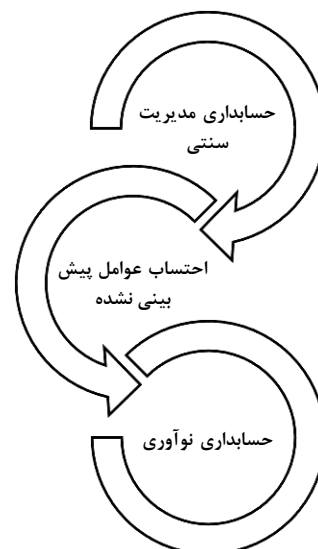
یوکل نیز برای اندازه‌گیری عملکرد سازمانی، سه بعدی را پیشنهاد می‌کند که شامل بازدهی، انطباق پذیری با شرایط و نوآوری های موجود و سرمایه انسانی است. او با مرور ادبیات در این زمینه، نتیجه می‌گیرد که عملکرد سازمانی وابسته به بازدهی فرایندهای داخلی، و انطباق پذیری به موقع در برابر فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی و توان بکارگیری نوآوری های منطبق با نیاز جامعه و همچنین سرمایه انسانی است که نشانگر میزان مهارت و انگیزه اعضای سازمان برای انجام اثرگذار کارها را دارند می‌باشد. (یوکل، ۲۰۰۸).

بر این اساس نوآوری را می‌توان فرایندی دانست که اختراعات با استفاده از آن به محصولات، فرایندها، خدمات یا تغییرات سازمانی دارای ارزش افزوده یا قابل عرضه در بازار تبدیل می‌شود. به تعبیر پیتردراکر از دیدگاه مدیریتی، نوآوری به معنای تغییری است که بعد تازه ای از عملکرد را بوجود می‌آورد ولیکن از دیدگاه سازمانی نوآوری به معنای بهره‌برداری از افکار جدید است. در واقع به فرایند خلق، توسعه و اجرای هر فکر جدید یا رفتار تازه نوآوری گفته می‌شود. باید

قرار می‌دهند؛ به طوری که موجب تقویت نگرش‌های خود گردد (گاورونسکی، ۲۰۱۲).

نظریه ناهماهنگی شناختی پیش‌بینی می‌کند که حسابداران مدیریت از اطلاعاتی که میزان ناهماهنگی را افزایش می‌دهد، اجتناب کنند. از نظر فستینگر، حسابداران مدیریت، بیشتر، اطلاعاتی را پردازش می‌کنند که با نگرش‌ها و رفتارشان هماهنگ باشد. بنابراین، جستجوی اطلاعات، توجه و تفسیر آن‌ها به گونه‌ای گزینشی انجام می‌شود. البته باید توجه کرد که دقت علمی و رفتار منصفانه سبب می‌شود تا حسابداران مدیریت اطلاعاتی را جستجو کنند که با نگرش‌هایشان ناسازگار باشد. حسابداران مدیریت همچنین با تفسیر گزینشی اطلاعات پیرامون، از نگرش‌های خود محافظت می‌کنند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که حسابداران مدیریت، حداقل از نظر توجه و ادراک، دارای سوگیری در جهت باورهای خود هستند؛ که با مراحل پردازش اطلاعات مربوط به شناخت اجتماعی، هماهنگی دارد (آلگر، ۲۰۰۸).

نظریه ناهماهنگی شناختی پیش‌بینی می‌کند که یادگیری‌ها و حافظه‌ها در حسابداران مدیریت در جهت هماهنگی و همسانی نگرش‌ها، جنبه گزینشی پیدا می‌کنند.



پدیده ای با دو مرحله متفاوت است: شروع و اجرا. مرحله شروع شامل «دریچه‌ای به سوی نوآوری» است و به این بستگی دارد که افراد در سازمان آن را بپذیرند یا نه. برخی صاحب‌نظران این مرحله را خلاقیت و یا فرهنگ تجارت نوآور می‌نامند و آن را متغیری می‌دانند که فرهنگ، ارزشها و اصولی را منعکس میکند که رفتار مرتبط با نوآوری و تصمیمگیری اعضای سازمان را شکل میدهد (دامان-پور، ۲۰۰۹).

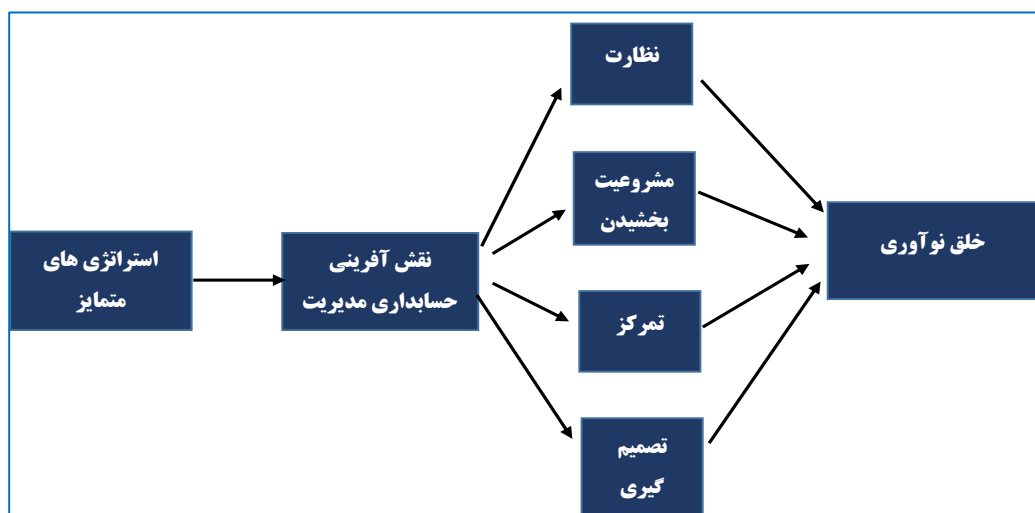
هارلی وهالت (۲۰۰۵) برای ارجاع به مرحله دوم از عبارت «ظرفیتی برای نوآوری» استفاده می‌کنند و آن را این گونه تعریف می‌کنند: نوآوری هایی که از سوی سازمان واقعا برگزیده شده باشند. این مفهوم به قابلیت های تصمیم گیری و گزینش رفتار نوآور مربوط می‌شود و بعبارت دیگر، توانایی اجرای موفق ایده های نوآورانه، فرآیندها یا محصولات. این مفهوم شامل تحقق ایده ها در تصمیم هاست. در این پژوهش، متغیر «ظرفیت برای ایجاد خلاقیت» بعنوان دست آورد نوآوری فنی در محصولات، خدمات و فرآیندها در نظر گرفته شده است (میلر و همکاران، ۲۰۱۲). این مفهوم به توسعه محصول جدید مربوط می‌شود که یکی از قابلیت های تثبیت شده در شرکت هاست.

دانست که نوآوری می‌توان بعنوان تغییر سازمانی برای پاسخ به محیط خارجی یا نفوذ بر آن در نظر گرفته شود. نوآوری، نظام مدیریتی است که بر رسالت سازمان تاکید دارد به دنبال فرصت استثنایی است؛ معیارهای موفقیت را مشخص می‌کند و به دنبال فرصت‌های جدید است (آلگر، ۲۰۰۸).

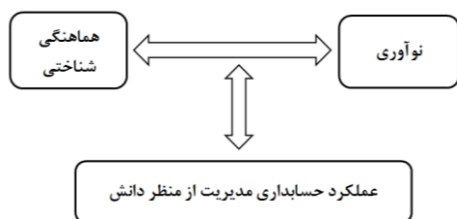
نوآوری در سیستم حسابداری مدیریت را معمولا میتوان به شش دسته تقسیم کرد: (۱) آنچه برای دنیا جدید است. (۲) محصولات جدید برای موسسه (۳) اضافه نمودن به خطوط فعلی محصول (۴) بهبود یا اصلاح خطوط فعلی محصول (۵) کاهش هزینه محصولات فعلی (۶) موضع یابی محصولات فعلی (بوز، ۱۹۸۲).

سازمان‌ها بواسطه نوآوری می‌توانند با تغییرات محیط سازگار شوند و تغییراتی که برای‌شان دو جایگزین بدست می‌دهد: نوآور باشند و یا سقوط کنند. معرفی محصولات و فرآیندها به سازمان باعث توسعه روندهای عادی می‌شود تا سازمان بتواند با تغییرات در محیط‌های پویا سازگار شود (دیکسون و همکاران، ۲۰۱۴).

نوآوری با استفاده از سیستم های دوتایی طبقه بندی شده است؛ در این سیستم ها بین مقوله های رادیکال و فزاینده، محصول و فرآیند، ممتد و منقطع، فنی و اجرایی تمایز وجود دارد. علاوه بر این، نوآوری



تازگی برای سازمان، عرضه کنندگان و مشتریان فراهم می‌آورد (مک فادزین^{۱۸}، ۲۰۰۵). در نهایت نوع تصمیم گیری حسابداران مدیریت در بکارگیری تکنیک های نوآوری منجر به افزایش آگاهی از شرایط بازار، خلق رقابت نوین و در نهایت افزایش کیفیت و بهره وری سازمان می شود (باردن^{۱۹}، ۲۰۰۸).



مدل پیشنهادی راهبردی نوآوری با رویکرد ناهماهنگی شناختی در سیستم حسابداری مدیریت

براساس آنچه در ادبیات پژوهش ذکر شد، حسابداران مدیریت که دچار نوعی تردید و عدم قطعیت در تصمیم بکارگیری یا عدم بکارگیری نوآوری در سیستم می شوند و دائم گزینه های انتخاب شده و گزینه های انتخاب نشده را مقایسه می کنند، دچار ناهمسانی شناختی می شوند. درمقابل، حسابداران مدیریتی که به تصمیم خود در بکارگیری استراتژی نوآوری اطمینان و اعتماد دارند، ناهمسانی شناختی کمتری را تجربه می کنند؛ می توان گفت این افراد در شرایط درگیری ذهنی شدید، تصمیم بکارگیری نوآوری گرفته اند. در سلسله مراتب درگیری ذهنی بالا، اول باورها رخ می نمایند، سپس عاطفه و به دنبال آن رفتار می آید (ری، ۱۹۷۳).

این طبقه بندی آثار، چنان که از نامش هم پیداست زمانی رخ می دهد که حسابداران مدیریت در حالت درگیری ذهنی بالا قرار دارند. در این حالت، حسابداران مدیریت فعالیت های حل مسئله را افزایش می دهند و به شدت به دنبال اطلاعات در مورد بکارگیری نوآوری های جایگزین می گردند. در نتیجه، باورهای بسیار متعددی درباره جایگزین ها شکل می گیرد. به هر باور، یک بار عاطفی پیوند

بر این اساس، اگر سازمانی بدنبال بقا در این محیط متغیر و پویا باشد لازم است در انواع مختلف نوآوری سرمایه گذاری نماید، چرا که انواع مختلف نوآوری به روش های متفاوتی سازمان را تحت تاثیر قرار داده و نتایج مختلفی را بدنبال دارد (سیگوا و همکاران، ۲۰۰۶).

در عصر حاضر که مشخصه آن رقابت گسترده و تغییرات سریع تکنولوژیکی است، شرکت های نوآور می توانند به مزایای رقابتی دست یابند (آقین و همکاران ۱، ۲۰۰۵). نوآوری موفق محصول و قابلیت شرکتها برای بهبود مستمر فرایندهای نوآوری به سرعت به یک نیاز اساسی برای بدست آوردن سود بیشتر و توسعه بلندمدت تبدیل شده است. لزوم ایجاد نوآوری تحت تاثیر نوع استراتژی است. به طور مثال بررسی ها نشان میدهد شرکت هایی که استراتژی تهاجمی (میلز و اسنو، ۲) یا تمایز محصول (پورتر، ۳، ۱۹۸۵) را اتخاذ میکنند، نوآوری بیشتری دارند.

۶- یافته های علمی پژوهش

امروزه در توسعه نظری مبانی حسابداری مدیریت استراتژیک نیز توجه به رویکرد نوآوری در جهت خلق ارزش سازمانی به تدریج به پارادایم غالب این حوزه علمی تبدیل شده است. با در نظر گرفتن نقش محوری حسابداری مدیریت استراتژیک در ارزیابی عملکرد و رویکرد خلق ارزش در این شاخه از علم حسابداری، عملکرد شرکت تابعی از تناسب میان متغیرهای ساختاری و استراتژی هایی خواهد بود که توسط حسابداران مدیریت اتخاذ می شود. (لاو و لیم، ۲۰۰۲؛ اسمیت، ۲۰۰۰).

بر اساس بررسی های انجام شده در این پژوهش، اتخاذ تصمیمات نوآورانه توسط حسابداران مدیریت همچنین پذیرش بکارگیری تکنیک های نوآورانه در سیستم حسابداری، فرآیندی است که در سازمانها و سیستم حسابداری مدیریت آنها، منجر به بکارگیری روش های جدید و ایجاد راهکارها، راه حلها، محصولات و خدمات نو، ارزش افزوده و درجه ای از

خورده است و مجموع این باورها، نگرش ها را می سازند. پس از شکل گیری باورها و نگرش ها، رفتار پدیدار می شود؛ بنابراین، در این حالت افراد با تأکید بر رویکرد خردگرا و اطلاعات پردازانه درمورد بکارگیری یا عدم بکارگیری نوآوری مورد نظر تصمیم می گیرند.

این حالت موجب می شود تصمیم گیری مطمئنی صورت گیرد و حسابداران مدیریت و درنهایت سیستم مدیریت، کمتر دچار تردید و سردرگمی شود و درنهایت ناهمسانی شناختی کمتری را هم احساس می کند. در شرایط درگیری ذهنی پایین، تصمیم گیری محدود صورت می گیرد و رفتار جست و جوگرانه کمتری از حسابداران مدیریت سر می زند (موون و مینور، ۲۰۱۰). در این شرایط، اغلب تصمیم های تصمیم گیرنده بعد از انتخاب و بکارگیری استراتژی نوآورانه، با عدم قطعیت روبه رو می شود و نوعی تردید و ناهمسانی در او به وجود می آید.

بررسی ها نشان می دهد برخی پژوهشگران با توجه به اهمیت نوآوری در بحث عملکرد سازمانی به دنبال عواملی هستند که بر نوآوری تأثیر مثبت دارند و به شکلی غیرمستقیم بر عملکرد سازمانی نقش به سزایی ایفا میکنند (داروچ، ۲۰۰۵). بسیاری از پژوهشگران نیز با مطالعات خود نشان دادند که نوآوری بر عملکرد تأثیر مستقیم دارد که می توان به مطالعات کارمن و خوزه^{۲۰}، ۲۰۰۸، واکگان و همکاران^{۲۱}، ۲۰۰۹ اشاره کرد.

براساس مدل شماره ۱، انتخاب راهبرد نوآوری توسط حسابداران مدیریت، اگر با هم‌هنگی شناختی مدل چارچوب ارزشهای رقیب صورت گیرد، به عملکرد بهتر سازمانی منجر می گردد. به بیان دیگر چنانچه، مدل تصمیم گیری حسابداران مدیریت و مدیران یک سازمان بر اساس هدف عقلایی باشد، بهتر است جهت نوآوری از الگوی واحدی و بر اساس تئوری ناهم‌هنگی شناختی صورت پذیرد تا به عملکرد بهتری از خلق ارزش در سازمان نایل شوند. در توجیه چرایی هم‌هنگی شناختی دو به دو در نوآوری و فرآیند

عملکرد سازمان از منظر دانش می توان مدل شماره ۱ را ارائه نمود (اسکندری، ۱۳۹۰). بر اساس این مدل، سیستم حسابداری مدیریت هر سازمان برای دستیابی به موفقیت نمیتواند فقط بر ویژگیهای فنی عملیات سازمان تمرکز کند. بلکه لازم است سیستم حسابداری مدیریت را به عنوان بخشی از یک بافت بزرگتر دانست که در آن مجموعه ای از عوامل فردی در کنار عوامل سازمانی، به نقش آفرینی می پردازند.

۷- نتیجه گیری

مدیران و در کنار آنها حسابداران مدیریت یک سازمان همواره ناگزیر از تصمیم گیری های گوناگونی در امور روزمره و همچنین هدف های سازمان در فضای کسب و کار رقابتی هستند و از طرفی با توجه به تغییراتی که پیرامون سازمانها اتفاق می افتد اگر سازمان ها نتوانند خود را با این تغییرات وفق دهند و بهترین راهکارها را جهت هم‌هنگی خود با آنها انتخاب کنند؛ موقعیت خود را در حال و آینده به خطر میندازند. حسابداران مدیریت با بکارگیری یکسری روشهای نوآورانه و نوین در بحث های گوناگون نظیر هزینه یابی و تکنیک های مدیریتی می توانند در جهت هم‌هنگی سازمانها با تغییرات محیط پیرامون کسب و کارشان کمک فراوانی نمایند.

هنگامی که حسابداران مدیریت تصمیم به بکارگیری استراتژی نوآورانه می گیرند، ذهن آنها جوانب مثبت و منفی آن استراتژی را ارزیابی می کند، این واکنش به ایجاد افکار متضاد در ذهن حسابداران مدیریت منجر می شود، جنبه های مثبت بکارگیری استراتژی نوآورانه فراموش می شود و جنبه های منفی آن، موجب ایجاد فشار فزاینده ای در ذهن حسابداران مدیریت می شود و در نهایت تغییر نظر حسابداران مدیریت را درمورد بکارگیری یا عدم بکارگیری استراتژی نوآورانه به دنبال دارد و ایجاد ناهمسانی شناختی می کند. در حالیکه در دنیای امروز، در کنار رقابت در ابعاد مختلف، مواردی همچون سرعت تحویل محصول یا ارائه خدمات به مشتری، افزایش کیفیت محصول یا ارائه خدمات و کاهش قیمت محصول به

عنوان عوامل مهم موفقیت یک سیستم مطرح می باشند.

بنابراین، وقتی که اطلاعات کافی در مورد عوامل مختلف موجود باشد، برای تصمیم گیری حسابداران مدیریت درخصوص بکارگیری استراتژی نوآورانه و به کارگیری مدل ها و تئوری ها بایستی موارد زیر را در نظر گرفت:

۱) قبل از صرف وقت و انرژی برای ارزیابی و تجزیه و تحلیل رفتار حسابداران مدیریت، بر اساس تئوری ناهماهنگی شناختی، باید، اطمینان حاصل شود که موسسه و جامعه از آن رفتار چه میزان سود و یا زیان خواهند برد. همچنین شناخت ابعاد و آثار آن رفتار مورد مطالعه و بررسی دقیق قرار گیرد. چرا که ممکن است محققان، وقت زیادی صرف مطالعه رفتاری از حسابداران مدیریت نمایند که آن رفتار چندان در نوع تصمیم گیری حسابداران مدیریت اثرگذار نبوده و یا بالعکس رفتاری را مد نظر قرار ندهند، در حالیکه آن رفتار به شدت نوع تصمیم گیری و واکنش های حسابداران مدیریت را تحت تاثیر قرار می دهد.

۲) از سوی دیگر، رفتاری که قرار است حسابداران مدیریت براساس این تئوری به عنوان رفتار موثر در بکارگیری استراتژی نوآورانه اتخاذ کنند، باید به طور دقیق تعریف شود و در نظر گرفته شود که چه نوع عواملی برای ایجاد انگیزه در حسابداران مدیریت لازم است تا آنها رفتاری را اتخاذ نمایند که مورد نظر موسسه می باشد. حتی می توان عوامل بازدارنده ای را مشخص نمود که در صورت وجود آنها، نوع تصمیم گیری و رفتار حسابداران مدیریت در زمان مواجهه با استراتژی های نوآورانه تغییر می کند. عواملی مثل پیچیدگی های نوآوری، زمان، پول، مهارت هایی که موجود نیستند و یا ناسازگار بودن با فرهنگ و رفتارهای فعلی تغییر می کنند.

۳) استراتژی های نوآورانه باید قبل از پیاده سازی و بکارگیری در سازمانها، مورد بررسی قرار گیرند تا اطمینان حاصل شود که قابل دسترسی هستند و جایگزینی و اجرای آنها در سازمان، منجر به ارائه خدمات مناسبتر می شود. ضمن آنکه ضروری است مهارت های ویژه ای که مورد نیاز کاربران در سازمان می باشد، به آنها آموخته شود.

همچنین اگر موسسه اعتقاد دارد که انجام یک رفتار و نوع تصمیم گیری خاص حسابداران مدیریت، منجر به نتایج غیر مطلوب می گردد، باید چرایی آن نیز تعیین شود. چون ممکن است این امکان وجود داشته باشد که بتوان نوع تصمیم گیری و رفتار خاص حسابداران مدیریت را تعدیل نمود تا قابل قبول گردد.

هرچند از نظر اخلاقی، درست این است که نگرش مطلوب درباره آن تصمیم و رفتار در سازمان، ارتقا یابد. این امر می تواند در بر گیرنده پیام هایی باشد که درک منفی سیستم سازمانی از نتایج آن رفتار را به حداقل رسانده و اعتقادات حامی رفتار مذکور را تقویت نمایند.

در هر صورت، استراتژی و راهبرد ارزشمند به منظور پیشبرد اهداف، درگیر کردن افراد مهم کلیدی از جمله حسابداران مدیریت از شروع انتخاب و اجرای هر برنامه نوآورانه می باشد.

فهرست منابع

- * ابزری، مهدی؛ رنجبریان، بهرام؛ فتحی، سعید؛ قربانی، حسن. (۱۳۸۸). تأثیر بازاریابی داخلی بر بازاریابی و عملکرد سازمانی در صنعت هتلداری. چشم انداز مدیریت، صص ۵۷ - ۴۲.
- * اسکندری محمد (۱۳۹۰). الگوی هماهنگی راهبرد های نوآوری محصول و فرآیند براساس چارچوب ارزشهای رقیب. بهبود مدیریت.
- * آقاجانی، حسنعلی. جعفری کناری، سیده نفیسه. (۱۳۹۲). رابطه بین یادگیری سازمانی و عملکرد شرکتهای دانش بنیان: نقش واسطه ای نوآوری

- سازمانی، دومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه گذاری.
- * آقایوسفی علیرضا (۱۳۹۴). بررسی نقش عوامل شخصیتی (در ناهماهنگی شناختی و تغییرات فیزیولوژیک ناشی از آن. فصلنامه روانشناسی سلامت.
- * حجازی، رضوان و رامشه، منیژه، (۱۳۹۲)، بررسی روابط میان استراتژی تمایز، نوآوری و سیستمهای کنترل مدیریت، فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۷۳-۶۱، (۷)۲.
- * حجازی، رضوان و ندا فتوحی، (۱۳۸۸)، بررسی ارتباط همزمان بین استراتژی رقابتی سازمان، طرح سازمانی و سیستم حسابداری مدیریت با عملکرد سازمان: رویکرد تناسب اقتضایی در صنایع شیمیایی و دارویی و وسایل نقلیه موتوری و خودرو، پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی، ۱(۱) ۱۷-۳۱.
- * حساس یگانه، یحیی، دیانتی دیلمی، زهرا، نوروزیگی، ابراهیم. (۱۳۹۰). بررسی وضعیت حسابداری مدیریت در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه حسابداری مدیریت، ۱۸-۱، (۱)۴.
- * رحیم نیا، فریبرز. نیکخواه، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی تاثیر جو اخلاقی سازمان بر عملکرد سازمانی و تمایل به ترک خدمت، نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا.
- * سنجقی، محمدابراهیم. فرهی بوزنجانی، برزو. ظهوریان نادعلی، ایمان. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر توانمندسازی تیمی بر رابطه بین رهبری تحول آفرین و عملکرد سازمانی. پژوهشنامه مدیریت بازارگانی.
- * عطافر، علی. امیری، زینب. کاظمی، علی. امیری، یداله. (۱۳۹۲). تأثیر رهبری معنوی اسلامی بر عملکرد سازمانی (شرکت گاز استان لرستان). دو فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت اسلامی.
- * علامه، سیدمحسن. مقدمی، مهدی. (۱۳۸۹). بررسی رابطه میان یادگیری سازمانی و عملکرد سازمانی(مطالعه موردی: واحد نیرو محرکهی شرکت ایران خودرو). پژوهشنامه مدیریت اجرایی علمی.
- * قربانی زاده، و جهالته. حبیبی بدرآبادی، حسین. ابراهیمزاده، حسین (۱۳۹۱). نقش تعدیلکننده فرایند یادگیری در رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی، پژوهشهای مدیریت عمومی.
- * منصوری سپهر، روح اله؛ باقریان، فاطمه؛ حیدری، (۱۳۹۰). ناهماهنگی شناختی و تغییر نگرش: نقش معیارهای مختلف در تعامل با عزت نفس. روان شناسی کاربردی.
- * نوروزی، حسین. کاملی، علیرضا. بیگی، رویا. مهدبی، مهدی. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر جو اخلاقی سازمان بر عملکرد سازمانی کارکنان از طریق سرمایه اجتماعی(مورد مطالعه: کارکنان شهرداری مناطق پنجگانه شهر رشت)، مدیریت سرمایه اجتماعی، صص ۱۵۴ - ۱۳.
- * Andrews, R. & Boyne, G. A. & Walker, R. M. (2006). Subjective and objective measures of organizational performance: an empirical exploration. in George A.
- * Bisbe, J., and D. Otley. (2004). The effects of the interactive use of management control systems on product innovation. *Accounting, Organizations and Society* 29: 709-737
- * Busi, M (2006). Collaborative performance management: present gaps and future research. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
- * Chen D.-N, Liang T.-P. (2011). Knowledge evolution strategies and organizational performance: A strategic fit analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10 (2), 75-84.
- * Damanpour, F., Schneider, M. (2008). Characteristics of Innovation and Innovation Adoption in Public Organizations: Assessing the Role of Managers. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 19, 495-522.
- * Dixon, J. and McNaughton, R. (2014). Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 210-222.
- * Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. California: Stanford University Press.

- Psychology, 101(2), 291-297. Published online: 01 Jul 2010: DOI:10.1080/00224545.1977.9924019.
- * Millar, P; Stevens, J. (2012). Management training and national sport organization managers: Examining the impact of training on individual and organizational performances. *sport management*, 15, 288-303.
 - * North, D and Smalbone, D .(2000). The Innovativeness and Growth of rural SMEs During The 1900s. *Regional studies*, 34, 57-145.
 - * Perlovsky, L.; Cabanac, A.; Bonniot-Cabanac, M-C.; Cabanac, M. (2013). Mozart effect, cognitive dissonance. and the pleasure of music, *Behavioural Brain Research*, 1-14.
 - * Rainey, H.G. (1999). Using comparison of Public and Private Organizations to assess Innovative Among Members of Organizations. *Public Productivity & Management Review*, 23, 49-130.
 - * Rennekamp, K.; Rupa K. K.; Seybert N. (2015). Impaired Judgment: The Effects of Asset Impairment Reversibility and Cognitive Dissonance on Future Investment. *The Accounting Review*: 90(2), 739-759.
 - * Rus, C.L; Ranas, G & Baban, A. (2012). An analysis of environmental changes, resources and performance: an internal police organization perspective. *Procedia-social and Behavioral*, 33, 727-731.
 - * Siguaw, J.A., Simpson, P.M. and Enz, C.A. (2006). Conceptualizing Innovation Orientation: a Framework for Study and Integration of Innovation Research. *Journal of Product Innovation Management*, 23, 556-74.
 - * Simons, R. (2000). *Performance Measurement and Control Systems for Implementing Strategies*. New York, NY: Prentice Hall
 - * Steiglitz, N and Heine, K. (2007). Innovations and the Role of Complementarities in a Strategic Theory of the Firm. *Strategic Management Journals*, 28, 1-15.
 - * Tangen, S. (2004). Professional practice performance Measurement: from philosophy to practice. *International Journal of Productivity and performance Management*, 53, 726-37.
 - * Wakslak, C.J. (2012), The experience of cognitive dissonance in important and trivial domains: A Construal-Level Theory
 - * Festinger, L. (1962). "Cognitive dissonance". *Scientific American*. 207 (4): 93–107. doi:10.1038/scientificamerican1062-93
 - * Gawronski, B. (2012). Back to the Future of Dissonance Theory: Cognitive Consistency as a Core Motive, *Social Cognition*, 30(Special Issue: Threat-Compensation in Social Psychology: Is There a Core Motivation?), 652-668.
 - * Gupta, A. K., and V. Govindarajan. (1984). Build, hold, harvest: Converting strategic intentions into reality. *The Journal of Business Strategy* 4 (3): 34–47
 - * Henri, J.-F. (2006). Management control systems and strategy: a resource-based perspective. *Accounting, Organization and Society* 31: 529–558.
 - * Hurley, Hult, A. J. (2005). Politicians on the board of directors: Politicians on the Board of Directors: Do Connections Affect the Bottom Line? *Journal of management*.
 - * Izuma, K.; Matsumoto, M.; Murayama, K.; Samejima, K.; Norihiro, S.; Matsumoto, K. (2013). Neural Correlates of Cognitive Dissonance and Decision Conflict, *Advances in Cognitive Neurodynamics*. III: 623-628.
 - * Langfield-Smith, K. (2007). A review of quantitative research in management controls systems and strategy. In *Handbook of Management Accounting Research*, Vol 2, edited by C. Chapman, A. Hopwood, and M. Shields. Oxford, U.K.: Elsevier.
 - * Li, Y., Zhou, N, Si, Y. (2010). Exploratory Innovation, Exploitative Innovation and Performance. *Nanokai Business Review International*.
 - * Masataka, Nobuo; Perlovsky, Leonid (2012). "Music can reduce cognitive dissonance". *Nature*. 2. doi:10.1038/srep00694.
 - * McFadzean, E; Oloughlin, A. & Shaw, E. (2005). Corporate entrepreneurship and innovation part I: the missing link, *European Journal of Innovation Management*, Vol.8, No.3, pp.350-372.
 - * Meng J-A. (2012). Communication Failure with Cognitive Dissonance and Interpersonal Context, *Journal of Bijie University*, Doi: 08GJ-06.
 - * Michael, P.; Nichols M.P.; Marshall, P.; Duke, M.P. (1977). Cognitive Dissonance and Locus of Control: Interface of Two Paradigms. *The Journal of Social*

- approach, *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(6), 1-12.
- * Widener, S. K. (2007). An empirical analysis of the levers of control framework. *Accounting, Organizations and Society* 32 (7/8): 757-788
 - * Wu SI, Liu SY (2010). The performance measurement perspectives and causal relationship for ISO-certified companies A case of opto-electronic industry. *International Journal of Quality & Reliability Management* 27 (1), 27-47.
 - * Yukl, G. (2008). How leaders influence organizational effectiveness. *The Leadership Quarterly*, 19, 708-722.

یادداشت‌ها

-
- ¹ Birkinshaw & Gupta
 - ² Smith & Tushman
 - ³ Birkinshaw & Gupta
 - ⁴ Diffusion
 - ⁵ March
 - ⁶ Levinthal
 - ⁷ Smith & Tushman
 - ⁸ Cognitive Dissonance Theory
 - ⁹ Cognitive dissonance
 - ¹⁰ Langfield- Smith⁶
 - ¹¹ Management Control Systems (MCS)
 - ¹² .. Bisbe and Otley⁷
 - ¹³ Henri⁸.
 - ¹⁴ Widener
 - ¹⁵ Bouwens and Abernethy
 - ¹⁶ Chenhall et. al
 - ¹⁷ Booz
 - ¹⁸ McFadzean
 - ¹⁹ Barden
 - ²⁰ . Carmen, C; José,
 - ²¹ .Akgün