



ارزیابی تأثیر ظرفیت‌های سازمانی در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک با میانجی‌گری اینرسی سازمانی

احسان شهریاری^{۱*}

لیلی قاسم زاده^۲

مهدی حسین زاده کرمانی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۱۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی اثر ابعاد ظرفیت سازمانی در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک با توجه به نقش میانجی‌گری اینرسی سازمانی انجام شده است. جامعه آماری شامل تمام مدیران ارشد (عامل و مالی) شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۴۰۰ است به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تعداد ۲۶۰ پرسشنامه توزیع گردید. فرضیه‌های پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری آزمون گردیدند. نتایج پژوهش نشان داد که رهبری تحول‌آفرین، یادگیری سازمانی، نوآوری فناوری و بازارگرایی تأثیر مثبت در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک دارند. همچنین نقش میانجی‌گری اینرسی سازمانی در تأثیر ابعاد ظرفیت سازمانی بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تایید شد. در واقع نتایج بیان‌کننده این واقعیت است که ظرفیت سازمانی به منظور خلق ارزش همراستا با تغییر در فرآیندها و شبکه‌های ارتباطی داخلی و محیط رقابتی خارجی در کاربست تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک تأثیر مثبت دارد اما اینرسی سازمانی در برابر هر نوع تغییر در رویه‌های معمول حسابداری مدیریت مقاومت می‌کند.

واژه‌های کلیدی: حسابداری مدیریت استراتژیک، ظرفیت‌های سازمانی، اینرسی سازمانی

^۱مربی حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ماهشهر، خوزستان، ایران. (نویسنده مسئول*) shahryari.e.dr@gmail.com

^۲دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد، لرستان، ایران. L_ghasemzadeh@yahoo.com

^۳دانش آموخته کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بردسکن، خراسان رضوی، ایران. hzadeh.kermani@gmail.com

۱- مقدمه

در سال‌های اخیر تغییرات سریع در محیط، رشد نوآوری و افزایش فشار رقابتی فضای خارجی سازمان‌ها را به نوعی تغییر داده است که باعث تشدید چالش‌های پیش‌روی مدیران گردیده است و کارآمدی فرآیندهای اطلاعاتی کمک کننده به مدیران در انجام اهداف سازمانی مانند حسابداری مدیریت را مورد انتقاد قرار داده است (چانگ و همکاران، ۲۰۱۲). مدیریت نوین به اهداف جدید از حسابداری مدیریت نیاز دارد تا مدیران را در تجزیه و تحلیل راهبردی کمک کند و در این مسیر برای حصول اطمینان از سودمندی حسابداری مدیریت در فرآیند مدیریتی لازم است شیوه‌های حسابداری مدیریت به اهداف و راهبرد کسب و کار در درازمدت نزدیک شود (کارمزدی و همکاران، ۱۴۰۰).

متداول‌ترین عامل برای تغییرات حسابداری مدیریت شرایط اقتصادی، جهانی شدن بازارها، رقابت شدید و تحولات انقلابی در فناوری اطلاعات است که منجر به کاهش کارایی تکنیک‌های حسابداری مدیریت در گزارش به موقع اطلاعات دقیق گردیده است که توسط تصمیم‌گیرندگان سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد. همچنین علت عدم رضایت نسبت به تکنیک‌های حسابداری مدیریت را می‌توان افزایش عدم اطمینان محیط خارجی و ناتوانی در ارائه اطلاعات مناسب معرفی کرد (حدید و السید، ۲۰۲۱). همانگونه که پویایی محیط تجاری با توسعه فناوری به شکل ملموسی افزایش یافته است، دامنه حسابداری مدیریت نیز از گزارش ارزش تاریخی به گزارش‌های پیش‌گویانه و آینده‌نگر گسترش یافته است که لازمه آن تغییر شیوه‌ها و تکنیک‌های حسابداری مدیریت است. در این راستا حسابداری مدیریت استراتژیک یکی از نوآوری‌های حسابداری مدیریت است که می‌تواند با ارائه ابزارهای نوآورانه و ارتباط مستقیم با طرف‌های ذینفع از نقش استراتژیک در حسابداری مدیریت پشتیبانی کند.

حسابداری مدیریت استراتژیک سعی می‌کند بر اساس تدوین یک استراتژی مطلوب و بر اساس مزیت‌ها و محدودیت‌های سازمان و سازه‌های داخلی و خارجی،

اطلاعات مالی و غیرمالی لازم را به مدیران و تصمیم‌گیرندگان مربوطه ارائه دهد (نمازی و همکاران، ۱۳۹۵)، که هر دو گروه اطلاعات برای ارزیابی جایگاه رقابت سازمانی در شرایط اقتصادی دارای اهمیت است. علی‌رغم وجود شواهد مبسوط، بسیاری از مدیران تمایلی به پشتیبانی از حسابداری مدیریت استراتژیک از خود نشان نمی‌دهند که می‌توان بخشی از آن را به فقدان آگاهی، تخصص و ویژگی‌های فردی مربوط دانست و بخشی دیگر را به عوامل ساختاری و محیطی ارتباط داد (فرن لافتراچکرن، ۲۰۱۹)، که سرعت کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک در ارتقاء کیفیت تصمیم‌گیرندگان را تقلیل داده است. پژوهشی که توسط کاشانی پور و همکاران (۱۳۹۷) انجام شد نقش عوامل انسانی به شکل مشارکت و حمایت در کاربست تکنیک‌های حسابداری مدیریت از جمله حسابداری مدیریت استراتژیک مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت اما براساس دیدگاه اقتضایی و دیدگاه مبتنی بر منابع، نمی‌توان از ویژگی‌های ساختاری منحصر به فرد یک سازمان در جهت پیاده‌سازی مطلوب سیستم حسابداری مدیریت استراتژیک چشم‌پوشی کرد (شاهزادی و همکاران، ۲۰۱۸). به عبارتی دیگر سیستم حسابداری مدیریت عنصری از ساختار یک سازمان است و کارایی ویژگی‌های خاص آن وابسته به شرایطی است که سازمان دارد. وجود ناهمگونی در منابع و ظرفیت بین سازمان‌ها باعث تفاوت در سطح عملکرد سیستم‌های یک شرکت و اثربخشی خروجی‌های آن می‌شود. این ظرفیت‌ها که همان الگوهای رفتاری متمایز محسوب می‌شوند میزان پویایی تکنیک‌های تولید اطلاعات را تحت شعاع قرار می‌دهند و به دنبال آن بر کیفیت تصمیم‌گیری مدیر در سطوح عملیاتی، فنی و استراتژیک تاثیر دارد. در واقع مدیران زمانی می‌توانند ادعا کنند توانمند هستند که به صورت بهینه و کارا از منابع شرکت در جهت اهداف آن شرکت استفاده کرده باشند (کورنر و جانستون، ۲۰۲۲). از طرفی در ادبیات نظری یکی از مهمترین موانع بر سر یادگیری، بروز خلاقیت و نوآوری پدیده اینرسی است. اینرسی سازمانی که به وضعیت بیش از حد پایدار ساختار یک پدیده اشاره دارد مهم‌ترین عاملی

کاربست تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک با نقش میانجی‌گری اینرسی سازمانی است.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه موضوع پژوهش

حسابداری مدیریت استراتژیک: اصطلاح حسابداری مدیریت استراتژیک ۴۰ سال پیش توسط سایموند (۱۹۸۱) به عنوان ابزاری برای همسویی حسابداری و استراتژی مطرح شد. همکاری حسابداری مدیریت توسعه استراتژی‌های کسب و کار در حسابداری مدیریت استراتژیک انعکاس یافته و هدف آن غلبه یافتن در رقابت با شرکت‌های رقیب است (نخعی و همکاران، ۱۴۰۰). لزوم توجه به اطلاعات غیرمالی و استراتژیک رقبا در حسابداری مدیریت استراتژیک نوعی ادغام ادبیات بازاریابی در حسابداری مدیریت محسوب می‌شود که تعریف آن را به صورت تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به محصولات، قیمت‌ها، سهم بازار و روش‌های ایجاد ارزش رقبا در تهیه استراتژی سازمان در می‌آورد (کرونچای و خواجه‌ایت، ۲۰۲۰).

تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک براساس مطالعه کادز و گولدینگ (۲۰۰۸) شامل ۱۶ تکنیک است که در ۵ طبقه هزینه‌یابی، اندازه‌گیری عملکرد، تصمیم‌گیری استراتژیک، حسابداری رقیب و حسابداری مشتری قرار می‌گیرند (هانیمیت کولچای، ۲۰۲۱). دسته بندی تکنیک‌های هر طبقه در جدول ۱ آورده شد.

است که از شناسایی تهدیدات سازمانی جلوگیری می‌کند و مانعی بر سر راه تغییر و تاثیرگذاری بر شیوه‌های حسابداری مدیریت می‌شود. قدرت اینرسی به شدت بر حفظ وضعیت فعلی رویکردها است که تغییرات در حسابداری مدیریت را به سمت فرصت‌ها یا در برابر تهدیدها کند می‌کند. بنابراین برای آنکه سازمان بتواند از پتانسیل کامل تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک استفاده کند باید به نقش اینرسی سازمانی در کاربست ظرفیت‌های سازمانی برای تغییر بپردازد که در این تحقیق به پیروی از مطالعه فرن لافترچکرن (۲۰۱۹) رهبری تحول آفرین، یادگیری سازمانی، نوآوری فناوری و بازارگرایی مولفه‌های ظرفیت سازمانی لحاظ می‌شوند. ضرورت انجام این پژوهش از چند بعد قابل تامل است که نخست این مطالعه یک نمای کلی از وضعیت فعلی پذیرش شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس ایران ارائه می‌دهد. دوم به نیازهای نظری در راستای ایجاد پل ارتباطی بین مفاهیم موجود در سیستم کنترل مدیریت (در این مورد حسابداری مدیریت استراتژیک) و ظرفیت‌های سازمان پاسخ داده شود. اطلاعات سودمندی برای مدیران سازمانی جهت افزایش کارآمدی و کارایی پیاده‌سازی و اجرای تکنیک‌های حسابداری مدیریت با در نظر داشتن اهمیت جایگاه اینرسی سازمان فراهم آید. بنابراین این پژوهش با هدف ارزیابی ساختاری تاثیر مولفه‌های ظرفیت سازمانی در

جدول ۱: تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک

تعریف	فنون و تکنیک‌ها	طبقه
به ویژگی‌هایی از محصول مربوط است که می‌تواند نظر مشتری را جلب نماید مانند قابلیت اطمینان، ضمانت نامه‌ها و خدمات پس از فروش.	هزینه‌یابی ویژگی	هزینه‌یابی
به ارزیابی هزینه‌ها بر اساس طول مراحل عمر یک محصول یا خدمات اشاره دارد و شامل طراحی، معرفی، رشد، بلوغ، افول و در نهایت رها شدن باشد.	هزینه‌یابی چرخه عمر	
مربوط به چگونگی تاثیر کیفیت نامطلوب بر قیمت محصول است که شامل هزینه‌های پیشگیری، ارزیابی و خرابی داخلی و خارجی می‌باشد.	هزینه‌یابی کیفیت	

هزینه‌یابی هدف	روشی که در طول فرآیند طراحی محصول استفاده می‌شود و شامل برآورد هزینه تخمینی از طریق تفاوت حاشیه سود مورد نظر از قیمت تخمینی (یا مبتنی بر بازار) است.
هزینه‌یابی فعالیت (زنجیره ارزش)	هزینه‌ها به فعالیت‌های مورد نیاز برای طراحی، تهیه، تولید، بازاریابی، توزیع و خدمات محصول اختصاص می‌یابد.
الگو برداری	به روند مقایسه فرآیندهای داخلی با استانداردهای ایده‌آل می‌پردازد.
ارزیابی یکپارچه عملکرد	بر کسب دانش عملکرد مبتنی بر نیاز مشتری متمرکز است و اقدامات مالی و غیر مالی را در بر می‌گیرد.
تصمیم‌گیری استراتژیک	استفاده از داده‌های مربوط به هزینه بر اساس اطلاعات استراتژیک و بازاریابی، برای شناسایی و توسعه استراتژی‌های برتر است. عوامل استراتژیک در روند تصمیمات قیمت‌گذاری تحلیل می‌شوند. این عوامل شامل: واکنش قیمتی رقیب، کشش و رشد بازار، صرفه-جویی به مقیاس و تجربه است.
ارزش‌گذاری نام تجاری	ارزیابی مالی یک نام تجاری از طریق توانایی‌های آن مانند: رهبری، ثبات، بازار، سودآوری.
حسابداری رقیب	برآورد به روز شده ساختار بهای تمام شده رقیب. تجزیه و تحلیل موقعیت رقبا در صنعت با ارزیابی و نظارت بر روند فروش رقبا، سهم بازار، هزینه‌های واحد و بازده فروش. تحلیل اظهارات منتشر شده رقیب به عنوان بخشی از ارزیابی منابع اصلی آن.
حسابداری مشتری	محاسبه سود کسب شده از مشتری خاص که براساس هزینه‌ها و فروش صورت می‌گیرد. به گسترش افق زمانی تحلیل سودآوری مشتری در سال‌های آینده، تمام جریان‌های درآمدی پیش‌بینی شده و هزینه‌های خدمات‌دهی به مشتری در آینده متمرکز است.
ارزیابی مشتری به عنوان دارایی	محاسبه ارزش مشتری (ارزش فعلی تمام سودهای آتی منتسب به یک مشتری).

همکاران، ۲۰۲۰). رهبری تحول‌آفرین از چهار بعد اصلی (نفوذ ایده‌آل، انگیزه الهام بخش، ترغیب فکری و توجه فردی) تشکیل شده است. در نفوذ ایده‌آل (ویژگی‌ها و رفتارها) مدیر الگویی مثال زدنی برای پیروان است، استانداردهای بالایی از رفتار را تعیین می‌کند و قادر است چشم انداز سازمان را برای جلب اعتماد پیروان به شکل کامل شرح دهد. انگیزه الهام بخش دیدگاه رهبر را از طریق کلمات، نمادها و تصاویر شرح می‌دهد. ترغیب فکری میزان درخواست یک رهبر نسبت به مشارکت پیروان در حل

رهبری تحول‌آفرین: رهبران تحول‌آفرین سبک رهبری تعاملی است که با ایجاد انگیزه یا الهام به پیروان خود آنها را برای دستیابی به عملکرد فراتر از انتظار آماده می‌کند (هیلتون و همکاران، ۲۰۲۳). رهبران تحول‌آفرین در باورها، ارزش‌ها و اهداف پیروان نفوذ کرده و با ایجاد تعهد و اشتیاق وافر در آنها مسیر نو از رشد و شکوفایی را برای سازمان به ارمغان می‌آورند (ریبئی‌فرادنبه و همکاران، ۱۴۰۰). این رهبران توسط الگوکردن احساس شان نسبت به هدف، پیروان خود را مجاب می‌کنند به صداقت، خیرخواهی و شایستگی رهبر رای دهند (ختاک و

مشکلات را منعکس می‌کند. بعد چهارم رهبری تحول-آفرین، تفاوت‌های فردی در نیازهای کارکنان را مورد توجه قرار داده و تلاشی را برای کمک به آنها در رسیدن به پتانسیل بالفعل هدایت می‌کند. به کمک ابعاد این سبک از رهبری، بهتر می‌توان استعدادهای انسانی سازمان‌ها را بالا برد و از ظرفیت‌ها و انرژی فزاینده آنها در جهت حرکت به سمت تحقق اهداف و دورنمای سازمانی بهره گرفت (احمدیان و عزیزی، ۱۳۹۹).

یادگیری سازمانی: یادگیری سازمانی فرآیندی است که در آن تجربه به دست آمده از انجام یک کار به دانش تبدیل می‌شود که پیامد آن تاثیر بر فعالیت و عملکرد آینده شرکت است (آرگوت و همکاران، ۲۰۲۰). یادگیری سازمانی به دلیل پیچیدگی و تغییرات پویای محیط و نیاز به تولید دانش جدید و نهادینه کردن آن مستلزم شناخت عوامل آزمایش، ریسک‌پذیری، تعامل با محیط خارجی، گفتگو و مشارکت است زیرا فرآیند یادگیری سازمانی را تسهیل می‌کنند (کوساسی و نگره‌وو، ۲۰۲۱). آرگریس و اسپن (۱۹۹۶) دو سطح مختلف یادگیری سازمانی را شامل یادگیری تک حلقه‌ای و یادگیری دو حلقه‌ای پیشنهاد دادند. یادگیری تک حلقه‌ای، یادگیری ابزاری است که استراتژی‌های عمل یا مفروضات اساسی آنها را به شیوه‌ای تغییر می‌دهد که مقادیر تئوری عمل بدون تغییر باقی ماند. دو حلقه‌ای به دو حلقه بازخورد اشاره دارد که اثرات مشاهده شده را با استراتژی‌ها و مقادیر ارائه شده توسط آن استراتژی‌ها مرتبط می‌کند. این نوع یادگیری سعی دارد سطح الزامات بالقوه عملکرد سازمانی و اگرچه موجب تعارض بین افراد می‌شود را به حداقل برساند (نلرند، ۲۰۲۲).

نوآوری فناوری: فناوری و نوآوری به عنوان عوامل اصلی موفقیت در توسعه جامعه و پایداری طولانی مدت شرکت-ها شناخته شده‌اند. منظور از نوآوری فناوری پیاده‌سازی ایده برای محصول جدید یا خدمات جدید یا معرفی عناصر جدید در فرآیند تولید یا عملکرد خدمات سازمان است. از طریق نوآوری فناوری شرکت می‌تواند در طراحی و تولید

محصول‌هایی که برایشان جدید هستند تسلط یابد، صرف-نظر از اینکه این محصولات برای رقبای محلی و خارجی آنها جدید است یا نه. نوآوری اغلب به نوآوری در فناوری و غیرفناوری تقسیم می‌شود. در حالی که نوآوری فناوری با معرفی محصولات و فرآیندهای جدید برای مشتریان یا مصرف‌کنندگان سروکار دارد، نوآوری غیرفناوری کاربرد ایده‌ها و فرآیندهای جدید در محل کار مانند سیستم‌های مدیریت و بازاریابی است تا به کاهش هزینه‌ها و ایجاد ارزش کمک کند (زیگماس و آکویلی، ۲۰۲۱). بسته به ابعاد مختلف آن، مطالعات اخیر نشان داد که نوآوری فناوری می‌تواند شامل یادگیری، تحقیق و توسعه، تخصیص منابع، تولید، بازاریابی، سازماندهی و تصمیم‌گیری باشد (چن و همکاران، ۲۰۲۰).

بازارگرایی: اصطلاح بازارگرایی به اجرای مفهوم بازاریابی که فلسفه تجارت است اشاره دارد. بازارگرایی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا تغییرات در نیازها، خواسته‌ها و انتظارات مشتریان فعلی یا بالقوه را به منظور افزایش رضایت مشتری، بهبود سودآوری، بهره‌وری و کسب مزیت رقابتی پیش‌بینی کنند. بازارگرایی به تدوین مجموعه‌ای از فرآیندها و قابلیت‌ها در شرکت کمک می‌کند که درک نیازها و خواسته‌های مشتری را به دنبال دارد و باعث می‌شود شرکت‌ها ارتباط با مشتریان خود را به طور موثرتری مدیریت کنند (سیف‌اللهی، ۱۳۹۸). بازارگرایی از دو دیدگاه فرهنگی و رفتاری بررسی می‌گردد. بر اساس رویکرد مبتنی بر فرهنگ، بازارگرایی یک فرهنگ سازمانی است که شامل موثرترین و مولدترین رفتارهای لازم برای دستیابی به عملکرد بالا و پایدار با ایجاد کیفیت برتر برای مشتریان است. به گفته آیدین (۲۰۲۰) بازارگرایی از دیدگاه رفتاری به عنوان تولید دانش مربوط به نیازهای فعلی و آینده مشتری و نشر افقی و عمودی آن در کل سازمان تعریف شده است.

اینرسی سازمانی: نیوتن اینرسی را چنین تعریف می‌کند: هر چیزی که در وضعیت راکد یا حرکت ثابت باقی بماند مگر اینکه نیروی خارجی آن را فعال کند. مفهوم اینرسی در سازمان توسط سینگ و لومزدن (۱۹۹۰) برای

تبیین رابطه بین سازمان و محیط پیرامونش و پدیده‌هایی که در مواجهه با تغییرات محیطی به راحتی تغییر نمی‌کنند معرفی شد. اینرسی سازمانی که استعاره‌ای برای توصیف تغییر سخت در ساختار سازمانی است را می‌توان توانایی سازمان برای ایجاد تغییرات داخلی در مواجهه با تغییرات مهم خارجی تعریف کرد (ژن و همکاران، ۲۰۲۱). در بررسی و مطالعه پژوهشگران مشخص گردید که اینرسی سازمانی بر دو نوع است: عدم انعطاف منابع و عدم انعطاف جریان عادی. عدم انعطاف منابع حاکی از ناموفق بودن شرکت در تغییر الگوهای سرمایه‌گذاری منابع است. عدم انعطاف جریان عادی به معنای عدم تغییر در فرآیندهای سازمانی و رویه‌های استفاده از منابع سرمایه‌گذاری شده است. اینرسی به اشکال مختلف در سازمان ظاهر شود، از جمله سرکوب اطلاعات ارزشمند، قوانین سخت و غیرمنعطف، تعهد بیش از حد به سازمان و غیره. اینرسی می‌تواند جنبه روانشناختی به خود بگیرد و اعضا سازمان از نظر روانی در برابر تغییرات مقاومت کنند. فرد به دلیل ترس از نوآوری یا عدم تمایل به یادگیری مهارت جدید است که مقاومت را در ذهن می‌پروراند. در ادامه شواهد تجربی پیرامون موضوع پژوهش بیان می‌گردد.

اویوو (۲۰۲۲) در بررسی تاثیر شش عامل زمینه‌ای مرتبط به هم یعنی ساختار سازمانی، کیفیت فناوری اطلاعات، استراتژی کسب‌وکار از نظر تدوین استراتژی، بازارگرایی، رقابت بازار و عدم اطمینان محیطی ادراک‌شده بر شدت استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک در بین اعضای هیات مدیره شرکت‌های بورس نیجریه به این نتایج دست یافت که بازارگرایی، تدوین استراتژی، نوآوری فناوری و رقابت در بازار در استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر دارند و ساختار سازمانی و عدم اطمینان محیطی ادراک‌شده رابطه بین استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی را تعدیل می‌کنند. حدید و السید (۲۰۲۱) در پژوهشی با هدف بررسی نقش فرهنگ سازمانی و سیستم‌های اطلاعاتی بر اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک با بکارگیری روش معادلات ساختاری نشان دادند فرهنگ نوآوری محور از طریق

حسابداران مدیریت تاثیر غیرمستقیم بر اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک دارد و فرهنگ نتیجه محور تاثیر مستقیم بر تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک دارد. همچنین سیستم‌های اطلاعاتی رابطه مثبت بین تعامل حسابداران مدیریت و اجرای حسابداری مدیریت استراتژیک را تعدیل می‌کند. ژن و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان تاثیر اینرسی سازمانی بر چابکی سازمانی شرکت‌های چینی به این نتایج دست یافتند که اینرسی سازمانی بر چابکی سازمانی تاثیر منفی دارد. همچنین یافته‌ها نشان داد که اکتشاف و بهره‌برداری فناوری اطلاعات به طور مثبت بر چابکی سازمانی تاثیر دارد. الیخاندرو و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی تاثیر عوامل موثر بر کاربرد تکنیک‌های مدرن حسابداری مدیریت در شرکت‌های فهرست شده در بورس عمان پرداختند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با رویکرد معادلات ساختاری نشان داد که عدم اطمینان محیطی و رقابت بازار به عنوان عوامل بیرونی تاثیر مثبت بر کاربرد تکنیک‌های مدرن حسابداری مدیریت دارند. همچنین نوآوری فناوری ساخت، استراتژی‌های شرکت به عنوان عوامل داخلی تاثیر مثبت بر تکنیک‌های مدرن حسابداری مدیریت دارند. اما شواهدی مبنی بر تاثیر فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی بر کاربرد تکنیک‌های مدرن حسابداری مدیریت دیده نشد. پترو و سولجاکوا (۲۰۲۰) با هدف بررسی کاربرد تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در جمهوری چک، به تجزیه و تحلیل داده‌های شرکت‌های فعال در بورس پراگ با تکنیک رگرسیون پرداختند. نتایج نشان داد که استراتژی‌های تجاری شرکت تاثیر مستقیم بر کاربرد تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک دارد. فرن لافترچکرن (۲۰۱۹) مطالعه‌ای با هدف بررسی تاثیر رهبری کارآفرین، یادگیری سازمانی و نوآوری فناوری بر حسابداری مدیریت استراتژیک در موسسات مالی تایلند انجام داد. با استفاده از تکنیک رگرسیون چندگانه نتایج نشان داد که رهبری تحول‌آفرین، یادگیری سازمانی و نوآوری فناوری تاثیر مثبت در حسابداری مدیریت استراتژیک دارند. همچنین نتایج حاکی از وجود رابطه مثبت بین حسابداری مدیریت استراتژیک و عملکرد

شرکت است. لای و جوسه (۲۰۱۷) در پژوهشی به تاثیر بازارگرایی، کارآفرینی، نوآوری و یادگیری سازمانی بر حسابداری مدیریت استراتژیک و عملکرد در بین شرکت‌های مالزی پرداختند. داده‌های ۱۰۳ شرکت تولیدی جمع‌آوری و با تکنیک حداقل مربعات جزئی روابط متغیرها تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد که هر چهار مولفه ظرفیت سازمانی رابطه مثبت با کاربرد تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک دارند اما هیچ شواهدی مبنی بر رابطه بین کاربرد تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و عملکرد شرکت دیده نشد. آزدین و منصور (۲۰۱۷) تاثیر دی ان ای سازمانی، پتانسیل تجاری و فناوری عملیاتی را بر شیوه‌های حسابداری مدیریت در میان شرکت‌های کوچک و متوسط مالزی بررسی کردند. نتایج نشان داد که فناوری عملیاتی تاثیر مثبت بر شیوه‌های حسابداری مدیریت دارد. اما دی ان ای سازمانی و پتانسیل تجاری فاقد تاثیر معنادار بر شیوه‌های حسابداری مدیریت است.

نخعی و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی ارتقای سطح اثربخشی معیارهای رقابتی شرکت‌ها براساس تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک پرداختند. با جمع‌آوری نظرات ۱۷ نفر از نخبگان حسابداری و استفاده از تحلیل‌های درخت تصمیم و تئوری راف توسعه یافته نتایج نشان داد که از میان تکنیک‌های هزینه‌یابی کیفیت، سنجش عملکرد، قیمت‌گذاری پویا، ارزیابی رقیب و ارزیابی برند، بیشترین تاثیر بر سطح اثربخشی رقابت شرکت را تکنیک قیمت‌گذاری پویا دارد. میرباقری رودباری و کردستانی (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان وضعیت حسابداری مدیریت استراتژیک در ایران: رویکرد تکنیکی-مدیریتی انجام دادند. جامعه آماری شامل مدیران مالی و حسابداران مدیریت در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران است که با جمع‌آوری داده‌های ۷۵ نفر و تجزیه و تحلیل آنها با بهره‌گیری از روش میانگین و تحلیل واریانس نتایج نشان داد که ارتباط بین استراتژی‌های کسب و کار و حسابداری مدیریت استراتژیک قوی و مثبت است. شرکت‌ها از رویه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک بیشتر برای پیاده‌سازی استراتژی بازار استفاده می‌کنند. مجلسی و همکاران

(۱۳۹۹) در بررسی تاثیر رهبری هوشمند و ساختار سازمانی بر گرایش‌های حسابداری مدیریت با تاکید بر نقش میانجی فناوری اطلاعات با جمع‌آوری داده‌های ۲۲۰ مدیر ارشد شرکت‌های بورسی، فرضیه‌های پژوهش را آزمودند. یافته‌ها نشان داد رهبری هوشمند به صورت مستقیم و با نقش میانجی فناوری اطلاعات بر گرایش‌های حسابداری مدیریت تاثیر مثبت دارد. همچنین ساختار سازمانی به صورت مستقیم و با نقش میانجی فناوری اطلاعات بر گرایش‌های حسابداری مدیریت تاثیر مثبت دارد. ابراهیمی کههریزسنگی و بخردی نسب (۱۳۹۸) به نقش راهبری شرکتی و حسابداری مدیریت استراتژیک در میان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. داده‌های ۱۸۳ شرکت را با استفاده از تکنیک رگرسیون تجزیه و تحلیل کردند. نتایج بدست آمده نشان داد شرکت‌هایی که مالکان نهادی فعال و استقلال بالا در کمیته حسابرسی دارند، بیش از دیگر شرکت‌ها از تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک استفاده کرده‌اند. کاشانی پور و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان تاثیر عوامل اقتصادی و انسانی در بکارگیری ابزارهای حسابداری مدیریت، نمونه‌ای از ۱۰۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را انتخاب کردند. میزان کاربرد ۵۳ تکنیک حسابداری مدیریت در این شرکت‌ها بررسی گردید. یافته‌ها نشان داد که بیشتر شرکت‌ها از تکنیک‌های سنتی حسابداری مدیریت استفاده می‌کنند. همچنین نتایج حاکی از آن است که بین عوامل اقتصادی و انسانی در بکارگیری ابزارهای حسابداری مدیریت رابطه وجود ندارد. پاک مرام و رضایی (۱۳۹۶) به بررسی تاثیر محیط رقابتی و شاخصه‌های سازمانی بر شیوه‌های حسابداری مدیریت و عملکرد سازمانی پرداختند. ۶۴ شرکت به عنوان نمونه انتخاب شد و از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها بهره گرفته شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با مدلسازی معادلات ساختاری نشان داد تغییر در محیط رقابتی با تغییر در ساختار و استراتژی سازمان رابطه مثبت دارد و تغییر در استراتژی سازمان منجر به تغییر در سیستم

حسابداری مدیریت شد. همچنین ارتباط میان استراتژی-های سازمانی و شیوه‌های حسابداری مدیریت و ساختار وجود دارد که باعث افزایش عملکرد می‌شود.

۳- فرضیه‌های پژوهش

بینش، نگرش و رفتار رهبر بر ادراک کارکنان در پذیرش و اجرای شیوه‌های حسابداری تاثیر دارد. سبک رهبری مهمترین عاملی است که منجر به اجرای موفقیت‌آمیز سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری می‌شود (سارکر و لی، ۲۰۰۳). رهبر تحول‌آفرین این احساس را در کارکنان ایجاد می‌کند که در اجرای تکنیک‌های ارزش آفرین حسابداری مدیریت مورد حمایت قرار می‌گیرد و می‌تواند به عامل اصلی در اجرای موفقیت‌آمیز سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت تبدیل شوند. بنابراین می‌توان چنین فرض نمود:

H1: رهبری تحول‌آفرین در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر دارد.

قابلیت یادگیری سازمان را از طریق ارتقای دسترسی به منابع خاص قادر می‌سازد تا با محیط‌های تجاری غیرمنتظره کنار بیاید و عملکرد را بهبود بخشد (اوه، ۲۰۱۹). در واقع یادگیری سازمانی توانایی اعضای را برای سازگاری با تغییرات محیطی تسهیل می‌کند. حسابداری مدیریت استراتژیک با فرض بنیادی عدم توجه حسابداری مدیریت سنتی به شرایط پویای محیط ایجاد شد. بنابراین تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک به گرایش یادگیری برای انجام کار هوشمندانه نیاز دارد. در واقع استفاده بیشتر از حسابداری مدیریت استراتژیک تایید-کننده یادگیری سازمانی در پاسخ به اطلاعات تولید شده است. پس می‌توان فرض کرد که:

H2: یادگیری سازمانی در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر دارد.

شرکت با اهمیت دادن به نوآوری از فرصت موجود در بازار برای رشد استفاده می‌کند که این امر منشاء ایجاد حجم گسترده‌ای از اطلاعات مربوط به رقبا و مشتریان می‌گردد. تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک قادر به

شناسایی و تجزیه و تحلیل این اطلاعات ارزش آفرین است. به باور کورنر و جانستون (۲۰۲۲) نوآوری فناوری باعث می‌شود کاربرد تکنیک‌های حسابداری مدیریت سنتی در تهیه و گزارش اطلاعات به موقع از محیط پیچیده جای خود را به تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک دهد. بنابراین می‌توان فرض کرد:

H3: نوآوری فناوری در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر دارد.

یک شرکت با رویکرد بازارگرایی فرایندهایی برای جمع-آوری اطلاعات در مورد مشتریان و رقبا و ادغام آنها با فرایند تصمیم‌گیری استراتژیک دارد. گولدینگ و مک مانوس (۲۰۰۲) بیان کردند که در محیطی با تمرکز زیاد بر بازارگرایی، سیستم حسابداری مشتری (یک تکنیک از حسابداری مدیریت استراتژیک) توسعه بیشتری خواهد یافت. بنابراین می‌توان فرض کرد:

H4: بازارگرایی در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر دارد.

ایستایی یا اینرسی سازمانی ظرفیت و قابلیت سازمان را برای بروز خلاقیت و نوآوری، یادگیری و یافتن پاسخ مشکلات تحت تاثیر قرار می‌دهد. عبدی و همکاران (۱۴۰۱) با توجه به اثر اینرسی در رفتار انسان بیان می‌کنند افراد اغلب روش‌های قدیمی را در مواجهه با مشکلات به کار می‌برند و در برابر تغییر از خود واکنش منفی و یا مقاومت نشان می‌دهند. این مقاومت افراد باعث می‌گردد به تدریج توجه کمتری به فرصت‌ها و تلاش برای تغییر شیوه‌های سنتی انجام کار ایجاد شود. ظرفیت سازمانی در تلاش برای سازگاری با تغییرات با تولید دانش جدید در تقابل با اینرسی سازمانی قرار می‌گیرد و با زیرسوال بردن پایه‌های نهادینه سازی استانداردهای سازمانی بر سکون سازمانی تاثیر می‌گذارد. بنابراین می‌توان فرض کرد:

H5: اینرسی سازمانی در تاثیر رهبری تحول آفرین بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک نقش میانجی دارد.

H6: اینرسی سازمانی در تاثیر یادگیری سازمانی بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک نقش میانجی دارد.

H7: اینرسی سازمانی در تاثیر نوآوری فناوری بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک نقش میانجی دارد.

H8: اینرسی سازمانی در تاثیر بازارگرایی بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک نقش میانجی دارد.

۴- روش شناسی پژوهش

این پژوهش از منظر هدف از نوع کاربردی، از نظر روش گردآوری داده‌ها از نوع آرشویی، به لحاظ ماهیت از نوع پیمایشی-تحلیلی و از نظر فلسفه از نوع اثباتی است زیرا سعی دارد با بررسی آنچه موجود است رفتار آینده متغیر را پیش بینی کند. جامعه آماری پژوهش تمام مدیران عامل و مدیران مالی شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۴۰۰ است زیرا تصمیم آنها به کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک به خلق ارزش افزوده اطلاعاتی معطوف می‌گردد. روش نمونه‌گیری پژوهش از نوع نمونه‌گیری خوشه‌ای است و جهت تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با فرض جامعه آماری معلوم (۵۳۶ نفر) استفاده شده است:

$$n = \frac{Nz^2pq}{Nd^2 + z^2pq}$$

$$z=1/96 \text{ و } qp=0/5, N=536$$

تعداد نمونه مطابق فرمول بالا ۲۲۴ نفر است. با در نظر گرفتن احتمال عدم پاسخگویی به پرسشنامه از سوی اعضا نمونه، تعداد ۲۶۰ پرسشنامه توزیع شد که با نرخ بازگشت ۰/۸۹ در نهایت تعداد ۲۳۲ پرسشنامه کامل و بدون نقص جمع‌آوری شد. کاربست تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک به عنوان متغیر وابسته پژوهش است که برای اندازه‌گیری آن از پرسشنامه لای و جوسه (۲۰۱۷) استفاده

می‌شود. در این پرسشنامه میزان استفاده مدیران از ۱۶ تکنیک حسابداری مدیریت استراتژیک اندازه‌گیری می‌گردد. متغیر مستقل پژوهش ظرفیت‌های سازمانی است که مشتمل بر سبک رهبری تحول‌آفرین، یادگیری سازمانی، نوآوری فناوری و بازارگرایی می‌باشد که در اندازه‌گیری آنها به ترتیب از مطالعات گارسیا مورالس و همکاران (۲۰۱۲) برای رهبری تحول‌آفرین، جیانگ و لی (۲۰۰۸) برای یادگیری سازمانی، وردو و همکاران (۲۰۱۲) برای نوآوری فناوری و گولدینگ و مک مانوس (۲۰۰۲) برای بازارگرایی استفاده می‌شود. متغیر میانجی پژوهش اینرسی سازمانی است که میزان بی میلی سازمان نسبت به تغییر را نشان می‌دهد و براساس پرسشنامه ژن و همکاران (۲۰۲۱) اندازه‌گیری می‌شود. در تایید روایی پرسشنامه از نظر تعدادی از متخصصان و اساتید دانشگاهی استفاده گردید و برای بررسی پایایی آن، از آلفای کرونباخ استفاده شد که نتیجه آن برای کل سوالات ۰/۸۳۸ بدست آمد. تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش با استفاده از آزمون مسیر در مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) و با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) انجام گرفت. جهت تعیین میزان برازش الگوی مفهومی از شاخص‌های نسبت کای دو بر درجه آزادی، ریشه میانگین مربعات باقی مانده استاندارد شده، ریشه میانگین مربعات خطای برآوردشده و برازندگی قاعده شده بهره گرفته شد.

۵- یافته‌های پژوهش

۵-۱ آمار توصیفی

توزیع ویژگی‌های جمعیت شناختی در جدول ۲ نشان داد که ۳۵/۸٪ از پاسخ‌دهندگان سمت مدیرعامل و تعداد ۶۴/۲٪ سمت مدیر مالی دارند، ۲۵٪ دارای مدرک تحصیلی دکتری و ۷۵٪ دارای کارشناسی ارشد بودند. بیشترین فراوانی مطلق مربوط به سابقه کاری در گروه بیشتر از ۲۰ سال است.

جدول ۲: توزیع رده شغلی، تحصیلات و سابقه کاری پاسخ دهندگان

رده شغلی	فراوانی	درصد	مقطع تحصیلی	فراوانی	درصد	سابقه کاری	فراوانی	درصد
مدیرعامل	۸۳	۳۵/۸	دکتری	۵۸	۲۵	بین ۱۵ تا ۲۰ سال	۶۴	۲۷/۶
مدیرمالی	۱۴۹	۶۴/۲	کارشناسی ارشد	۱۷۴	۷۵	بیشتر از ۲۰ سال	۱۶۸	۷۲/۴

چولگی و کشیدگی در مدل‌یابی علی اگر بیشتر از $+1/96$ و کمتر از $-1/96$ نباشد نرمال بودن داده‌ها تایید می‌شود (کلاسن، ۲۰۱۱)، که در جدول ۳ پیش فرض نرمال بودن متغیرها پذیرفته می‌شود. نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که تکنیک‌های برنامه‌ریزی، کنترل و سنجش عملکرد با میانگین $5/26$ و تکنیک‌های تصمیم‌گیری استراتژیک با میانگین $4/92$ به ترتیب بیشترین استفاده را در میان مدیران ارشد شرکت‌ها دارند. در حالی که کمترین کاربست متعلق به تکنیک‌های حسابداری مشتری با میانگین $3/25$ است.

آمار توصیفی مربوط در دو بخش متغیرهای پژوهش در جدول ۳ و میزان کاربست انواع تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در جدول ۴ آورده شد. با توجه به نتایج جدول ۳، رهبری تحول‌آفرین بیشترین میانگین ($5/73$) را دارد و با در نظر گرفتن مقدار میانه این متغیر می‌توان ادعان داشت وجود امتیازهای بزرگ سبب تمایل میانگین به سمت آنها شده است. پاسخ‌ها همگی چولگی و کشیدگی منفی دارند، بیشترین کشیدگی منفی برای متغیر کاربست تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک است، بنابراین می‌توان اینگونه بیان کرد که عمده پاسخ‌ها بر روی یک یا دو گزینه متمرکز شده است. قدر مطلق

جدول ۳: شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
رهبری تحول‌آفرین	5/73	5	0/55	-0/573	-0/320
یادگیری سازمانی	5/08	5	0/61	-0/121	-0/801
نوآوری فناوی	4/41	4	0/58	-0/040	-0/949
بازارگرایی	4/52	4	0/72	-0/098	-0/972
کاربست SMA	4/26	4	0/83	-0/299	-1/098
اینرسی سازمانی	4/17	4	0/39	-0/108	-0/652

جدول ۴: شاخص توصیفی کاربست تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک

تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	میانگین	انحراف معیار
هزینه‌یابی	3/68	0/57
برنامه‌ریزی، کنترل و سنجش عملکرد	5/26	0/81
تصمیم‌گیری استراتژیک	4/92	0/65
حسابداری رقیب	4/17	0/94
حسابداری مشتری	3/25	0/72

۲-۵ آمار استنباطی

متغیرهای مدل کمتر از ۰/۹ می باشد. بنابراین بین متغیرهای مدل همپوشانی قابل توجهی دیده نشد.

نتایج همبستگی متغیرهای مکنون پژوهش در جدول ۵ نشان می‌دهد که در این ماتریس همبستگی بین

جدول ۵: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱ کاربست SMA	۱					
۲ رهبری تحول‌آفرین	۰/۵۳	۱				
۳ یادگیری سازمانی	۰/۱۸	۰/۲۱	۱			
۴ نوآوری فناوری	۰/۶۰	۰/۵۲	۰/۱۷	۱		
۵ بازارگرایی	۰/۳۱	۰/۱۶	-۰/۲۲	۰/۱۰	۱	
۶ اینرسی سازمانی	-۰/۲۸	۰/۰۹	-۰/۱۴	-۰/۳۷	-۰/۰۵	۱

و آماره تی ۳/۱۴۴- در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر دارد. یادگیری سازمانی با ضریب ۰/۱۰۵- در سطح معناداری ۹۵ درصد در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر دارد. اینرسی سازمانی با ضریب ۰/۲۰۸- و آماره تی ۵/۶۷۵- در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر معناداری دارد. در آخر اینرسی سازمانی با ضریب مسیر ۰/۱۹۷- تاثیر منفی معناداری در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک دارد.

به منظور ارزیابی اثر غیرمستقیم میانجی‌گری اینرسی سازمانی در تاثیر هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته باید ضریب مسیر رابطه اول و رابطه دوم در یکدیگر ضرب شوند که نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد اینرسی سازمانی در تاثیر رهبری تحول‌آفرین بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک با ضریب مسیر ۰/۰۹۷- ظاهر می‌شود. ضریب مسیر نقش میانجی‌گری اینرسی سازمانی در تاثیر یادگیری سازمانی بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک ۰/۰۱۶- است. اینرسی سازمانی در تاثیر نوآوری فناورانه بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک با ضریب مسیر ۰/۱۰۷- نقش میانجی‌گر دارد. ضریب مسیر اینرسی سازمانی در تاثیر بازارگرایی بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک میزان ۰/۰۷۹- است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها در جدول ۶ آورده شده است. رهبری تحول‌آفرین با ضریب مثبت ۰/۵۵۲ و مقدار تی ۹/۷۸۴ که معتبر بودن ضریب بدست آمده را تایید می‌کند و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر دارد. یادگیری سازمانی با ضریب ۰/۱۵۴ سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ دارد و بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر دارد. نوآوری فناوری دارای ضریب ۰/۵۱۷، مقدار تی ۹/۳۳۵ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است بنابراین تاثیر مثبت آن بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تایید شد. بازارگرایی با ضریب ۰/۴۰۲ و مقدار تی ۸/۸۲۹ در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تاثیر مثبت دارد.

به منظور ارزیابی نقش میانجی‌گری اینرسی سازمانی باید دو رابطه برقرار باشد. در رابطه اول باید تاثیر متغیرهای مستقل (رهبری تحول‌آفرین، یادگیری سازمانی، نوآوری فناوری، بازارگرایی) در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تایید شود که براساس نتایج فرضیه‌های اول تا چهار این خواسته تامین گردید. در رابطه دوم باید تاثیر متغیر میانجی (اینرسی سازمانی) در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تایید شود که نتایج بدست آمده جدول ۶ نشان می‌دهد اینرسی سازمانی با ضریب ۰/۱۸۶-

همچنین در بررسی رابطه اول و دوم مقدار ضریب تعیین بدست آمده که نشان دهنده قدرت توضیح دهنده تغییرات کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک توسط متغیرهای مستقل است ۶۴ درصد می‌باشد. شاخص‌های برازش مدل نشان می‌دهند مدل دارای اعتبار قابل قبولی است.

جدول ۶: نتایج تاثیر متغیرهای مستقل و میانجی در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک

نتیجه	سطح معناداری	مقدار تی	ضریب مسیر	شاخص روابط مدل
تایید	۰/۰۰۰	۹/۷۸۴	۰/۵۵۲	رهبری تحول‌آفرین ← کاربست SMA
تایید	۰/۰۱۳	۴/۲۶۱	۰/۱۵۴	یادگیری سازمانی ← کاربست SMA
تایید	۰/۰۰۰	۹/۳۳۵	۰/۵۱۷	نوآوری فناوری ← کاربست SMA
تایید	۰/۰۰۰	۸/۸۲۹	۰/۴۰۲	بازارگرایی ← کاربست SMA
تایید	۰/۰۳۶	-۳/۱۴۴	-۰/۱۸۶	اینرسی سازمانی ← کاربست SMA
تایید	۰/۰۱۵	-۴/۰۸۶	-۰/۱۰۵	اینرسی سازمانی ← کاربست SMA
تایید	۰/۰۰۰	-۵/۶۷۵	-۰/۲۰۸	اینرسی سازمانی ← کاربست SMA
تایید	۰/۰۳۲	-۳/۳۷۴	-۰/۱۹۷	اینرسی سازمانی ← کاربست SMA
	۰/۶۴			ضریب تعیین
				برازش مدل
<i>NFI</i>	<i>RMSEA</i>	<i>SRMR</i>	χ^2/df	معیارهای برازش
۰/۹۴۶	۰/۰۷۹	۰/۰۶۳	۱/۹۰۴	نتیجه بدست آمده
بیشتر از ۰/۹	کمتر از ۰/۱	کمتر از ۰/۰۸	کمتر از ۳	مقادیر توصیه شده

جدول ۷: نتایج نقش میانجی‌گری اینرسی سازمانی در تاثیر متغیرهای مستقل بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک

نتیجه	ضریب مسیر	متغیر وابسته	متغیر میانجی	متغیر مستقل
تایید	-۰/۰۹۷	کاربست حسابداری مدیریتی استراتژیک	اینرسی سازمانی	رهبری تحول‌آفرین
تایید	-۰/۰۱۶	کاربست حسابداری مدیریتی استراتژیک	اینرسی سازمانی	یادگیری سازمانی
تایید	-۰/۱۰۷	کاربست حسابداری مدیریتی استراتژیک	اینرسی سازمانی	نوآوری فناوری
تایید	-۰/۰۷۹	کاربست حسابداری مدیریتی استراتژیک	اینرسی سازمانی	بازارگرایی

۶- نتیجه‌گیری و بحث

مدیریت استراتژیک دارند. رهبری تحول‌آفرین با در اختیار قراردادن بازخورد عملکرد به کارکنان انگیزه استفاده از راه‌حل‌های نوآورانه را ایجاد می‌کند. رهبران تحول‌آفرین با ژرف‌نگری مسیر آینده سازمان را در بکارگیری روش‌های خلق ارزش می‌بینند و برای توسعه و نظارت استراتژی تجاری با استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک به تجزیه و تحلیل داده‌های رقبا می‌پردازند تا امکان برآورده

این پژوهش با هدف فراهم آوردن شواهد تجربی نقش ظرفیت سازمانی در کاربست تکنیک‌های حسابداری مدیریت با پرداختن به نقش میانجی‌گری اینرسی سازمانی انجام گرفت و این نتیجه را بدست آورد که تمام مولفه‌های ظرفیت سازمانی تاثیر مثبت در کاربست حسابداری

لای و جوسه (۲۰۱۷) و آزدین و منصور (۲۰۱۸) مشابه است که معتقدند شرکت‌های که در پی فرصت‌های جدید و راه‌حل‌های تازه از طریق کاربرد نوآوری هستند از حسابداری مدیریت استراتژیک برای تولید، تفسیر و تجزیه و تحلیل اطلاعات حسابداری به منظور شناسایی سهم فعالیت‌ها، فرآیندها یا محصولات در تصمیمات مدیران بهره می‌برند. در تایید فرضیه چهارم و وجود تاثیر مثبت بازارگرایی در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک می‌توان استدلال کرد زمانی بازارگرایی با این فلسفه که کلیه فعالیت‌های شرکت باید در راستای برآورده کردن نیازهای مشتری در شرکت جاری باشد نیاز به اطلاعات مشتری بیش از پیش احساس می‌شود. تکنیک‌های حسابداری مشتری، تحلیل سودآوری مشتری و ارزیابی مشتری به عنوان یک دارایی که دسته‌ای از تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک هستند و به بررسی و ارزیابی اطلاعات مشتری جهت ایجاد ارزش برتر برای آنها می‌پردازند بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. این نتیجه همسو با یافته مطالعه اویوو (۲۰۲۲) است که نشان داد بازارگرایی می‌تواند شرکت را به سمت اجرای تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک سوق دهد زیرا هدف شرکت از بازارگرایی سازگاری سازمان با نیازهای مشتری است که برای دستیابی به آن با بکارگیری تکنیک حسابداری مشتری، ارزش درک شده مشتریان از محصول را تعیین می‌کند. نتیجه فرضیه پنجم نشان داد که اینرسی سازمانی در تاثیر رهبری تحول آفرین بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک نقش میانجی دارد. هنگامی که اینرسی در یک سازمان تعبیه شده است، توانایی رهبر در خلق ایده‌های نوآورانه محدود می‌شود. رهبر تمایل دارد کارکنان در اجرای کار استاندارد را رعایت کنند و آنها را به شکل یکسان انجام دهند. کلامر و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند کنارگذاستن تکنیک‌های سنتی جمع‌آوری اطلاعات توسط رهبر یک تهدید برای ترک آداب و رسوم گذشته و انتقال اطلاعات مهم سازمان به زیردستان شناسایی می‌شود که باعث عدم حمایت رهبر نسبت به اجرای تکنیک‌های نوآورانه حسابداری مدیریت می‌گردد. براساس نتیجه فرضیه ششم اینرسی سازمانی در تاثیر

ساختن اهداف سازمان را از طریق جایگزینی روش‌های پیشرفته به جای روش‌های سنتی فراهم آورند. این نتیجه با یافته لای و جوسه (۲۰۱۷) و فرن لافتراچکرن (۲۰۱۹) مشابه است که نشان دادند رهبران تحول آفرین با کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک به دنبال خلق ارزش هستند. در تایید فرضیه دوم می‌توان ادعان داشت یادگیری سازمانی به مفهوم داشتن دید بلندمدت سازمان نسبت به خود و محیطی که در آن فعالیت می‌کند و ترسیم چشم اندازی با لحاظ کردن مشکلات آتی که می‌تواند کارکنان سازمان را به یادگیری مهارت‌های نوآورانه حسابداری مدیریت سوق دهد. در واقع سازمان‌هایی می‌توانند قدرت خود را در برابر رقبا حفظ کنند که یادگیری سازمانی آن باعث گردد اعضا نسبت به اصلاح تکنیک‌های جمع‌آوری اطلاعات واکنش نشان دهند. نتیجه مطالعه میلر (۲۰۲۱) نشان داد که یادگیری سازمانی با تولید دانش و مهارت در افراد آنها را به حمایت از سازمان در محیط رقابتی از طریق کاربرد تکنیک‌های نوآورانه حسابداری مدیریت ترغیب می‌کند. در واقع یادگیری سازمانی باعث می‌شود استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک به عنوان راهکاری برای جمع‌آوری و تفسیر اطلاعات در حوزه‌های بیرونی سازمان مانند بازارها، محصولات، تامین کنندگان، رقبا و مشتریان مورد حمایت و پشتیبانی جمعی قرار گیرد. تایید فرضیه سوم این پژوهش مبنی بر وجود تاثیر مثبت نوآوری فناوری در کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک تعجب آور نیست زیرا نوآوری فناوری عامل مهمی در پیشرفت اقتصادی، رشد بهره‌وری و عملکرد بلندمدت در اقتصادهای در حال توسعه مانند ایران است. نوآوری فناوری با تغییر شبکه‌های ارتباطی و فرآیندهای عملیاتی و تولید اطلاعات کیفی سبب پیچیده شدن شیوه هماهنگی بین بخش‌های تولیدی، کنترل داخلی و حسابداری سازمان می‌گردد. حسابداری مدیریت استراتژیک همراستا با این تغییرات از تکنیک‌ها و فنون خود جهت فراهم آوردن اطلاعات مالی و غیرمالی برای کمک به همسویی واحدهای مختلف و بهبود کیفیت تصمیم‌گیری استفاده می‌کند. نتیجه این فرضیه با یافته مطالعات بروگمن و اسلاگمولدر (۱۹۹۵)،

یادگیری سازمانی بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک نقش میانجی دارد. اینرسی سازمانی با تاکید بر ثبات و تداوم عملیات معمول در تقابل با یادگیری سازمانی قرار می‌گیرد که بر بازتولید هنجارها و سیستم‌ها متمرکز است. نتیجه این فرضیه همسو با یافته موسی و همکاران (۲۰۲۰) است که نشان داد اینرسی سازمانی از طریق ایجاد مقاومت در دو سطح سازمانی و فردی مانع شناسایی نیاز به تغییر و انطباق‌پذیری روش‌های سازمانی می‌شود. در واقع تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک که به توسعه اثربخشی رقابتی کمک می‌کنند نیازمند ارتباط افراد مختلف و به اشتراک گذاشتن دانش جدید سازمان است که اینرسی سازمانی باعث افزایش سطح مقاومت فرد و ساختار نسبت به پذیرش ارتباط یکپارچه می‌شود. با تایید نقش میانجی‌گری اینرسی سازمانی در تاثیر نوآوری فناوری بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک می‌توان نتیجه گرفت نوآوری جدید در صورتی به مزیت رقابتی منتهی می‌شود که توسط سازمان مورد پذیرش قرار گیرد. در واقع پیش نیاز موفقیت نوآوری در سازمان ایجاد محیط بهینه برای آن است به طوری که رقابت‌پذیری به طور مداوم تقویت می‌شود. اینرسی سازمانی، مانعی در ایجاد احساس مسئولیت مشترک اعضا نسبت به پذیرش و اجرا شیوه‌های جدید می‌گردد. همراستا با نتیجه این فرضیه گاناراسنه و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند فراهم شدن آمادگی سازمان و افراد برای پذیرش روش‌های نوآورانه در حسابداری مدیریت مستلزم درجه باور فرد به اینکه استفاده از روش جدید به او کمک می‌کند تا در شغلهش به دستاوردهایی مهم نایل گردد است. در حالی که اینرسی سازمانی از طریق بینش عدم تفسیر درست تغییرات مانع آن می‌شود که اعضا نیاز به روش نوآورانه را درک کند. نتیجه فرضیه هشتم تایید کرد که متغیر اینترسی سازمانی در تاثیر بازارگرایی بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک نقش میانجی دارد. در واقع بازارگرایی شرکت که تولید و پاسخگویی به نیازهای مشتریان و عملکرد رقبا است نیاز به تخصیص منابع سرمایه‌ای و انسانی سازمان دارد. هماهنگی بین کارکنان برای دستیابی به اطلاعات بازار، پردازش و تولید دانش و انتقال آن به محصول

ضروری است. اینرسی سازمانی از طریق مقاومت در انعطاف منابع سازمانی، بازارگرایی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. عدم اطمینان به پیامد مطلوب تخصیص مجدد منابع و ناهماهنگی بین بخش‌های مختلف سازمان به عنوان جنبه‌های ساختاری و بینشی اینرسی سازمانی در تاثیر بازارگرایی بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک نقش دارند. برای طراحان سیستم حسابداری مدیریت، به ویژه برای توسعه‌دهندگان تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و برای افرادی که مسئولیت مدیریت ظرفیت‌های سازمانی را بر عهده دارند یافته‌های این مطالعه بینشی مفید در رابطه بین ظرفیت‌های سازمانی و استفاده از تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک ارائه می‌دهد. لازم است که مدیران شرکت برای پاسخ مناسب به تغییرات محیطی و افزایش تاثیر ظرفیت سازمانی بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک، ابتدا مشخص کنند که اینرسی سازمانی مربوط به نوع روانشناسی است یا مربوط به نوع ساختاری بعد از مشخص کردن، تمهیدات لازم برای کاهش سطح آن را در نظر بگیرند. به شرکت‌های ایرانی که در محیط پر ریسک فعالیت می‌کنند پیشنهاد می‌شود با کاربست تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، تقاضای بازار و شرایط رقبا را ارزیابی کنند تا از معرفی محصولات غیر سودآور به بازار جلوگیری گردد. برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود که سطح آمادگی کارکنان برای تغییر که می‌تواند منجر به کاهش اینرسی سازمانی شود را در تاثیر ظرفیت سازمانی بر کاربست حسابداری مدیریت استراتژیک بررسی کنند تا بر این اساس مدیران در اجرای مطلوب حسابداری مدیریت استراتژیک مشکلات را به حداقل برسانند.

فهرست منابع

ابراهیمی کهریزسنگی، خدیجه؛ بخردی نسب، وحید. (۱۳۹۸). نقش راهبری شرکتی در حسابداری مدیریت استراتژیک. حسابداری مدیریت، ۱۲(۴۱)، ۶۹-۸۹.

احمدیان، ذکریا؛ عزیزی، معصومه. (۱۳۹۹). تحلیل ساختاری روابط رهبری تحول آفرین و چابکی سازمانی با

میرباقری رودباری، آمنه؛ کردستانی، غلامرضا. (۱۴۰۰). وضعیت حسابداری مدیریت استراتژیک در ایران: رویکرد تکنیکی-مدیریتی. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱۰(۴۰)، ۷۱-۸۷.

نخعی، کریم؛ یزدی‌فر، حسن؛ مهدی، فغانی. (۱۴۰۰). ارتقای سطح اثربخشی معیارهای رقابتی شرکت‌ها براساس تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک از طریق تحلیل‌های درخت‌تصمیم و تئوری راف توسعه‌یافته. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۱۱(۱)، ۱۲۷-۱۶۸.

نمازی، محمد؛ قدیریان آرانی، محمدحسین؛ فتاحی نافچی، حسن. (۱۳۹۵). استراتژی اقیانوس آبی و توسعه حسابداری مدیریت استراتژیک. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۵(۱۸)، ۲۹-۵۳.

Al-Khasawneh, Sh. M., Endut, W. A. and Mohd Rashid, N. N. (2020). Factors Affecting Usage of Modern Management Accounting Techniques in Industrial Companies Listed in Amman Stock Exchange. International Journal of Research in Commerce and Management Studies, 2(3): 14-36.

Argote, L., Lee, S. and Park, J. (2020) Organizational Learning Processes and Outcomes: Major Findings and Future Research Directions. Management Science, 67(9):5399-5429.

Argyris, C. and Schön, D. A. (1996). Organizational learning II: Theory, method, and practice (2nd Ed.). Reading, MA: Addison-Wesley. Retrieved from <http://www.worldcat.org/oclc/56225478>.

Aydin, H. (2020). Market orientation and product innovation: the mediating role of technological capability. European Journal of Innovation Management. <https://doi.org/10.1108/EJIM-10-2019-0274>.

Azudin, A. and Mansor, N. (2017). Management accounting practices of SMEs: The impact of organizational DNA, business potential and operational technology. Asia Pacific Management Review, 23(3): 222-226.

نقش واسطه‌ای درگیری شغلی در نظام سلامت. رهبری آموزشی کاربردی، ۱(۲)، ۸۱-۹۶.

پاک مرام، عسگر؛ رضایی، ندا. (۱۳۹۶). تاثیر محیط رقابتی و شاخصه‌های سازمانی بر شیوه‌های حسابداری مدیریت و عملکرد سازمانی. حسابداری مدیریت، ۱۰(۳۴)، ۴۵-۵۵.

ربیعی فرادنبه، نیلوفر؛ مقتدایی، لیلا؛ جمشیدیان، عبدالرسول. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و اشتیاق شغلی با نقش میانجی خلاقیت هیجانی در بین معلمان مدارس ابتدایی. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۱۱(۳)، ۱۳۹-۱۶۶.

سیف الهی، ناصر. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر بازار گرایی و ثبات مدیریتی بر عملکرد مالی شرکت‌ها. اقتصاد مالی، ۱۳(۴۸)، ۲۶۱-۲۷۷.

عبدی، اسماعیل؛ صفری گرایلی، مهدی؛ رضائی پسته نوئی، یاسر. (۱۴۰۱). ارائه الگوی اینرسی سازمانی مدیران و بررسی تاثیر آن بر خطر سقوط قیمت سهام. دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، ۱۵(۵۴)، ۱۱۵-۱۳۴.

کاشانی‌پور، محمد؛ حمیدی‌زاده، علی؛ کاظم‌پور، مرتضی؛ کبیرپور، مرتضی. (۱۳۹۷). تاثیر عوامل اقتصادی و انسانی در بکارگیری ابزارهای حسابداری مدیریت (شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران). حسابداری مدیریت، ۱۱(۳۶)، ۸۱-۹۲.

کارمزدی، زهرا؛ غلامی جمکرانی، رضا؛ رهنمای رودپشتی، فریدون؛ دیانته دیلمی، زهرا. (۱۴۰۰). پارادایم ارزش اقتصادی اطلاعات در حسابداری مدیریت با بهره‌برداری از مدل‌سازی معادلات ساختاری. حسابداری مدیریت، ۱۴(۵۱): ۱۹-۴۱.

مجلسی، علی؛ خانی، ذبیح اله؛ عوض زاده، فریبرز؛ پیرزاد، علی. (۱۳۹۹). تاثیر رهبری هوشمند و ساختار سازمانی بر گرایش‌های حسابداری مدیریت با تاکید بر نقش میانجی فناوری اطلاعات. حسابداری مدیریت، ۱۳(۴۶)، ۱۵۵-۱۷۱.

- Hadid, W. and Al-Sayed, M. (2021). *Management accountants and strategic management accounting: The role of organizational culture and information systems*. *Management Accounting Research*, 50: 100725.
- Hannimitkulchai, K. (2021). *The Causal Relationship of Strategic Management Accounting Practices, Intellectual Capital Development and Firm Success*. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 41(2), 148-169.
- Hilton, S.K., Madilo, W., Awaah, F. and Arkorful, H. (2023). *Dimensions of transformational leadership and organizational performance: the mediating effect of job satisfaction*. *Management Research Review*, Vol. 46 No. 1, pp. 1-19.
- Jiang, X. and Li, Y. (2008). *The relationship between organizational learning and firms' financial performance in strategic alliances: A contingency approach*. *Journal of World Business*, 43(3): 365-379.
- Khattak, M.N., Zolin, R. and Muhammad, N. (2020). *Linking transformational leadership and continuous improvement: The mediating role of trust*. *Management Research Review*, 43(8): 931-950.
- Klammer, A., Grisold, T., and Gueldenberg, S. (2019). *Introducing a 'stop-doing' culture: How to free your organization from rigidity*. *Business Horizons*, 62(4): 451-458.
- Koerner, A. A. and Johnston, J. M. (2022). *Linking Organizational Capacity and Performance: The Case of Probation and Medicaid Reform in California Counties*. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 32(4): 702-716.
- Kornchai, P.H. and Khajit, N. K. (2020). *Strategic Management Accounting and Firm Performance: Evidence from Finance Businesses in Thailand*. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8): 309-321.
- Bogsnes, B. (2009). *Implementing beyond budgeting*. United States of America: Wiley. Boocock.
- Bruggeman, W. and Slagmulder, R. (1995). *The impact of technological change on management accounting*. *Management Accounting Research*, 6(3): 241-252.
- Burns, J. and Scapens, R. W. (2000). *Conceptualizing management accounting change: an institutional framework*. *Management accounting research*, 11(1): 3-25.
- Cadez, S. and Guilding, C. (2008). *An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting*. *Accounting Organization Society*, 33(4): 836-863.
- Chen, Q., Wang, Ch. H. and Huang, Sh. Zh (2020). *Effects of organizational innovation and technological innovation capabilities on firm performance: evidence from firms in China's Pearl River Delta*. *Asia Pacific Business Review*, 26(1): 72-96.
- Chung, S. H., Su, Y. F. and Yu-Ju., S. (2012). *Broad scope Accounting Research. Management accounting system and managerial*, 9(1), 1-20.
- Gunarathne, A.D.N., Lee, K.H and Hitigala Kaluarachchilage, P.K. (2021). *Institutional pressures, environmental management strategy, and organizational performance: The role of environmental management accounting*. *Bus Strat Env*; 30: 825-839.
- García-Morales, V.J., Jiménez-Barrionuevo, M.M., and Gutiérrez-Gutiérrez, L. (2012). *Transformational leadership influence on organizational performance through organizational learning and innovation*. *Journal of Business Research*, 65(7): 1040-1050.
- Guilding, C. and McManus, L. (2002). *The incidence, perceived merit and antecedents of customer accounting: An exploratory note*. *Accounting, Organizations and Society*, 27: 45-59.

- Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1): 46-67.
- Phornlaphatrachakorn, Kornchai (2019). *Effects of Transformational Leadership, Organisational Learning and Technological Innovation on Strategic Management Accounting in Thailand's Financial Institutions*. *Asian Journal of Business and Accounting*, 12(1): 165-188.
- Sarker, S. and Lee, A.S. (2003). *Using a Case Study to Test the Role of Three Key Social Enablers in ERP Implementations*. *Information & Management*, 40(8): 813-829.
- Shahzadi, S., Khan, R., Toor, M. and Haq, A.u. (2018). *Impact of external and internal factors on management accounting practices: a study of Pakistan*. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(2): 211-223.
- Simmonds, K. (1981). *Strategic management accounting*. *Management Accounting*, 59: 26-30.
- Verdu, A.J., Tamayo, I., and Ruiz-Moreno, A. (2012). *The moderating effect of environmental uncertainty on the relationship between real options and technological innovation in high-tech firms*. *Technovation*, 32(9): 579-590.
- Zigmas, L. and Akvilė, K. (2021). *Assessment of the effect of technological innovations on unemployment in the European Union countries*. *Inžinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 32(2): 130–139.
- Zhen, J., Cao, C. and Qiu, H. (2021). *Impact of organizational inertia on organizational agility: the role of IT ambidexterity*. *Inf Technol Manag*, 22: 53–65.
- Kosasih, K. and Nugroho, A. W. (2021). *Perception of Millennial Workforce upon ICT and Organizational Learning and Innovative Performance: The Mediating Role of Ambidexterity*. *European Journal of Business and Management Research*, 6(2): 153-161.
- Lay, T. A. and Jusoh, R (2017). *Organizational capabilities, strategic management accounting and firm performance*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 14(2): 222 - 246.
- Miller, B. W. (2021). *Beyond instrumentalism? An instructional project using communicative learning in management accounting*. *Journal of Education for Business*, 96(1): 44-51.
- Mousa, M., Massoud, H.K. and Ayoubi, R.M. (2020). *Organizational learning, authentic leadership and individual-level resistance to change: A study of Egyptian academics*. *Management Research*, 18(1): 5-28.
- Nerland, M. (2022). *Organisational learning in complex epistemic environments: reflections from studies of professional work in Norway*. *The Learning Organization*, 29(3): 243-254.
- Oh, S.-Y. (2019). *Effects of organizational learning on performance: the moderating roles of trust in leaders and organizational justice*. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 23 No. 2, pp. 313-331.
- Oyewo, B. (2022). *Contextual factors moderating the impact of strategic management accounting on competitive advantage*. *Journal of Applied Accounting Research*, 23(5): 921-949.
- Petera, P. and Šoljaková, L. (2020). *Use of strategic management accounting techniques by companies in the Czech Republic*.

Evaluation of the impact of organizational capacities in the strategic management accounting usage with the mediation of Organizational inertia

*Ehsan shahryari**¹

*Layli ghasemzadeh*²

*Mahdi hoseinzadeh kermani*³

Abstract

This research conducted with the aim of evaluating the effect of organizational capacities in the strategic management accounting usage with regard to the mediating role of organizational inertia. The statistical population includes all senior managers (CEO and financial) of companies listed in the Tehran Stock Exchange in 2022 and 260 questionnaires were distributed by cluster sampling method. Research hypotheses tested using structural equation modeling. The research results showed that transformational leadership, organizational learning, technological innovation and market orientation have a positive effect on the strategic management accounting usage. In addition, the mediating role of organizational inertia in the impact of organizational capacities on the strategic management accounting usage confirmed. In fact, the results state that organizational capacity to create value along with changes in internal communication processes and external competitive environment has a positive effect on the strategic management accounting techniques usage. However, the organizational inertia is mutually resistant to change in the usual management accounting procedures.

Keywords: *Strategic management accounting, Organizational capacities, Organizational inertia*

¹ Accounting Instructor, Islamic Azad University Mahshahr branch, Khuzestan, Iran. (Corresponding Author*).
Shahryari.e.dr@gmail.com

²Ph.D. student in accounting, Islamic Azad University Borujard branch, Lorestan, Iran.
L_ghasemzadeh@yahoo.com

³MA Educated in accounting, Islamic Azad University Bardaskan branch, Razavi Khorasan, Iran.
hzadeh.kermani@gmail.com