

رابطه فرهنگ سازمانی و کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

زهره حاجیها^۱

محدثه خراط زاده^۲

تاریخ پذیرش: ۹۲/۳/۱

تاریخ دریافت: ۹۱/۱۰/۱۹

چکیده

فرهنگ سازمانی باورها و انتظاراتی است که موجب ایجاد هنجارها می گردد و بر انتخاب ابزارهایی که در اداره سازمان ها بکار می روند، تاثیر می گذارد. تمامی ابزارهای مورد استفاده در بخش های مختلف یک سازمان برای کنترل، ارتقاء و ایجاد نوآوری به نوعی تحت تاثیر فرهنگ سازمانی قرار دارند. از عوامل تاثیرگذار بر کاربرد حسابداری مدیریت و نوآوری های آن، عوامل فرهنگی است. به خصوص وجود فرهنگ نوآوری. بنابراین در این تحقیق به بررسی فرهنگ سازمانی بر اساس ابعاد فرهنگی مدل موژن (۱۹۹۹) و ارتباط آن با بکارگیری نوآوری های حسابداری مدیریت در شرکت های بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. نوآوری های حسابداری مدیریت مورد نظر این تحقیق عبارتند از هزینه یابی بر مبنای فعالیت، مدیریت بر مبنای فعالیت، ارزیابی متوازن، هزینه یابی بر مبنای هدف، هزینه یابی استاندارد، هزینه یابی کیفیت و هزینه یابی کایزن و ابعاد فرهنگ سازمانی عبارتند از گرایش های حمایتی، نوآوری، قانونگرایی و هدفگرایی. بر اساس یافته های تحقیق میان فرهنگ سازمانی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار گرفته اند و آنهایی که از این نوآوری ها کمتر استفاده کرده اند، تفاوت معنی داری وجود دارد. همچنین ابعاد گرایش حمایتی و هدفگرایی فرهنگ در گروه های بکارگیرنده نوآوری های حسابداری مدیریت بالاتر است. مدیران برای تصمیم گیری های خود نیازمند اطلاعاتی دقیق و به موقع می باشند. مسئولیت تهیه این اطلاعات به عهده سیستم های حسابداری مدیریت است. با توجه به نتایج بدست آمده مدیران می توانند با ایجاد تغییرات فرهنگی در سازمان ها موجبات بهبود سیستم های حسابداری مدیریت را فراهم آورند.

واژه های کلیدی: فرهنگ سازمانی، نوآوری، حسابداری مدیریت.

۱- استادیار گروه حسابداری دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق (مسئول مکاتبات) Z_hajiha@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی - واحد الکترونیکی

۱- مقدمه

امروزه شرکت‌ها در محیط رقابت شدید تجاری به وسیله نوآوری‌ها، موقعیت خود را مدیریت و پشتیبانی می‌کنند. در نتیجه عامل نوآوری در سیستم حسابداری مدیریت یک ضرورت تعیین کننده در اداره سازمان‌های مدرن می‌باشد (کوئن، ۲۰۱۱). نوآوری‌های حسابداری مدیریت می‌توانند به عنوان اصل کلی و اجرایی شناخته شوند. بنابراین به شرکت فرصت می‌دهد تا فرآیند خلاقیت را به عنوان یک نوآوری و محرک یک ایده، انتخاب، اشاعه، استنباط و طرح ریزی نماید (چن هال، ۲۰۰۵). نوآوری و استفاده از آن در واقع بخشی از فرهنگ سازمانی به حساب می‌آید. در نتیجه نباید تاثیر فرهنگ سازمانی بر انتخاب ابزارهایی که در اداره سازمان‌ها بکار می‌رود را از یاد برد. حسابداری مدیریت و نوآوری‌های آن نیز بخشی از این ابزارها است. حسابداری مدیریت به فرآیند تهیه گزارشات مدیریت اشاره دارد و حسابداری مدیریت نقش مهمی در سازمان‌های امروزی بازی می‌کند. از اینرو تحقیق حاضر با پیوند دادن میان دو حوزه نوآوری‌های حسابداری مدیریت و فرهنگ سازمانی و ابعاد آن به دانش موجود در حوزه حسابداری مدیریت و مدیریت رفتار سازمانی می‌افزاید.

برطبق نظر چدویک^۳ (۲۰۰۰) حسابداری مدیریت، حسابداری مالی و مدیریت را با یکدیگر به منظور اداره موفق شرکت ترکیب می‌کند (کوئن، ۲۰۱۱). نوآوری را یک چیز جدید در رابطه با سازمانی معین بیان می‌کند. دوجنبه اصلی تعاریف نوآوری، مربوط به جدید بودن و ارتباط آن با ابتکار است (سن فورد، ۲۰۰۷). فرهنگ سازمانی نوآور، فرهنگی است که در آن توسعه مستمر تولید و کاربرد ایده‌های جدید در تمام قسمت‌های سازمان یک هنجار به شمار می‌رود (آزاد وارشدی، ۱۳۸۸). بسیاری از

نوآوری‌های حسابداری مدیریت برای اینکه کارآمدتر در سازمان عمل کنند باید به صورت فرهنگ سازمان درآیند. جانسون و کاپلن^۵ (۱۹۸۷) می‌گویند که "نوآوری‌هایی مانند هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت، مدیریت بر مبنای فعالیت، کارت ارزیابی متوازن، تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش و ارزش افزوده اقتصادی توسط سازمان‌ها برای افزایش کیفیت اطلاعات و مدیریت مطرح شده‌اند. با توجه به اینکه فرهنگ سازمانی بر انتخاب ابزارهایی که در اداره سازمان‌ها بکار می‌رود تاثیر می‌گذارد، و انتظار می‌رود نوع فرهنگ سازمانی بر کاربرد ابزارهای حسابداری مدیریت نیز تاثیرگذار باشد.

این تحقیق به بررسی فرهنگ سازمانی بر اساس ابعاد فرهنگی در مدل موژن^۶ (۱۹۹۹) و ارتباط آن با بکارگیری نوآوری‌های حسابداری مدیریت پرداخته است. این ابعاد فرهنگ سازمانی عبارتند از گرایش‌های حمایتی^۷، نوآوری^۸، قانونگرایی^۹ و هدفگرایی^{۱۰}. ابزارهای حسابداری مدیریت این تحقیق نیز عبارتند از هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت (ABC)^{۱۱}، مدیریت بر مبنای فعالیت (ABM)^{۱۲}، ارزیابی متوازن (BSC)^{۱۳}، هزینه‌یابی بر مبنای هدف (TC)^{۱۴}، هزینه‌یابی استاندارد^{۱۵}، هزینه‌یابی کیفیت^{۱۶} و هزینه‌یابی کایزن^{۱۷}. هدف این تحقیق شناخت تفاوت ابعاد مختلف فرهنگی در سازمان‌هایی است که از نوآوری‌های حسابداری مدیریت استفاده می‌کنند و آنهایی که از این نوآوری‌ها کمتر استفاده کرده‌اند. هدف دیگر این تحقیق بررسی تاثیر ابعاد فرهنگی بر میزان استفاده از نوآوری‌های حسابداری مدیریت می‌باشد.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

تحولات فزاینده و فشارهای رقابتی موجود در محیط سازمان‌ها ضرورت تمرکز بر نوآوری، ارتقا کیفیت، بهبود خدمات به مشتری، سرعت و کاهش

بکارگیری نوآوری های گوناگون از جمله نوآوری های حسابداری مدیریت تاثیر گذار باشد.

انستیتو تحقیقات بین المللی دانشگاه رامکاهنگ^{۲۱} تایلد در سال ۲۰۰۹ تحقیقی در ارتباط با فرهنگ سازمانی و نوآوری های حسابداری مدیریت انجام داده است. در تحقیق مذکور که در خصوص تاثیرات فرهنگ سازمانی در حیطه حسابداری مدیریت می باشد، از مدل موژن استفاده گردیده و بر طبق یافته های این تحقیق که به بررسی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تایلد (SET) پرداخته ارتباط معناداری میان فرهنگ های سازمانی گوناگون و استفاده از نوآوری های حسابداری مدیریت وجود ندارد (چانگراکسا^{۲۲}، ۲۰۰۹).

ریدنبا^{۲۳} (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان «استفاده ابزارهای حسابداری مدیریت توسط مدیران مالی دانشگاه های رتبه دو، کالج های عمومی و کالج های پایه آمریکایی» به بررسی میزان استفاده از ابزارهای حسابداری مدیریت پرداخته است. هفت ابزار مورد مطالعه شامل تجزیه و تحلیل نقطه سر به سر، هزینه یابی بر مبنای فعالیت برنامه های آکادمیک، هزینه یابی بر مبنای فعالیت برنامه های غیر آکادمیک، هزینه های مربوط و الگوهای تصمیم گیری درآمد، تجزیه و تحلیل بازده سرمایه گذاری، تجزیه تحلیل انحرافات و حسابداری سنجش مسئولیت بود. براساس نتایج این تحقیق شیوه های هزینه های مربوط و مدل های تصمیم گیری کاربرد و اثربخشی بیشتری نسبت به سایر ابزارها داشت. همچنین مشکلات مربوط به پذیرش ابزارهای نوین، مسئله هزینه و منفعت به کارگیری ابزارها و کمبود نیروی زبده انسانی جزء مهمترین موانع استفاده از این شیوه ها شناسایی شد. انجمن حسابداران مدیریت آمریکا (۲۰۰۳) در پژوهشی به بررسی کاربرد ابزارهای حسابداری

هزینه را تشدید کرده است. قدرت فرهنگ بیانگر میزان توافقی است که بین اعضای سازمان در رابطه با اهمیت ارزش های خاص وجود دارد. اگر توافق نظر کاملی درباره اهمیت این ارزش ها وجود داشته باشد، سازمان دارای فرهنگی قوی و اگر توافق چندانی وجود نداشته باشد، آن فرهنگ ضعیف است (دفت^{۱۸}، ۱۹۹۸). ارنست دیل^{۱۹} (۱۹۸۶) بر این باور است که به وجود آوردن محیط خلاق و نوآور شاید مهم ترین عامل در تضمین بقای سازمان برای ارائه اندیشه های جدید و بکر باشد. محیط مناسب برای بروز خلاقیت نه فقط انگیزش را در افراد برای ابراز تفکر جدید و خلاق ترغیب می کند بلکه سبب می شود که سازمان آسان تر بتواند افرادی را که دارای این ویژگی ارزشمند هستند برای تقویت کادر تخصصی خود انتخاب کند (نقل از آقایی فیشانی، ۱۳۷۷).

سازمان هایی که فرهنگ مناسب را برای نوآوری فراهم می کنند از مزایای رقابتی آن بهره خواهند برد. آمابیل^{۲۰} (۱۹۹۶) در مدل خلاقیت و نوآوری پیوستی را، بین محیط سازمانی و انگیزش درونی سازمان، خلاقیت و نوآوری برقراری سازد. او اشاره دارد که محیط سازمانی می تواند تاثیر قابل توجهی بر سطح انگیزش درونی افراد داشته باشد که نقش کلیدی در هدایت خلاقیت دارد. سه مولفه محیط سازمانی که برای نوآوری لازم هستند شامل فرهنگ سازمانی، منابع و رویه های مدیریتی می باشند. در این مدل فرهنگ سازمانی تاثیراتی را بر انگیزش درونی افراد دارد که بر خلاقیت سازمانی اثرگذار بوده و پیش برنده نوآوری است. در کاربرد مدل تشویق سازمانی، حمایت های گروه کاری، تشویق سرپرست، موانع سازمانی و چالش مثبت تاثیرگذار بر خلاقیت آزمون گردید. با توجه به مطالب فوق فرهنگ سازمانی بر نوآوری تاثیرگذار است، بنابراین فرهنگ سازمانی می تواند بر

ارائه شده می توان ادعان نمود که سازمان ها با بهره مندی از فرهنگ سازمانی مطلوب از طریق افزایش انگیزش در کارکنان، آزادی عمل و تفویض اختیار می توانند به ارتقاء و پیشرفت سازمان ها در جهت اعتلای اهداف متصور برای آن یاری رسانند. همچنین با توجه به یافته های تحقیق چنین استنباط می شود که سازمان ها می توانند با توافق برسرارزش ها و باورهای موجود سازمان، تطابق با تغییر، توجه به افراد، هماهنگی درکار و همسوکردن اهداف فردی و سازمانی به افزایش خلاقیت افراد کمک کنند.

آزاد و ارشدی (۱۳۸۸) در تحقیقی به بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر درک حمایت از نوآوری در شرکت تخصصی بازرگانی دولتی ایران پرداختند. نتایج تحقیق نشان می دهد که بین دو متغیر حمایت از نوآوری با درک حمایت، انسجام، سیستم پاداش سازمانی و انصاف رابطه مستقیم وجود دارد. همچنین میان درک کارکنان برای حمایت از نوآوری و فشار کاری رابطه غیر مستقیم وجود دارد و حجم کاری زیاد باعث از میان رفتن قوه نوآوری می شود.

اعتمادی و دیانتی (۱۳۸۷) تحقیقی در خصوص بررسی نقش سه پارامتر فرهنگ سازمانی، مشارکت در بودجه بندی و سیستم های حسابداری مدیریت بر عملکرد مدیران و در نهایت تبیین نحوه اثرگذاری این عوامل بر یکدیگر پرداختند. نتایج مؤید وجود رابطه بین مشارکت در بودجه بندی، سیستم های حسابداری مدیریت، عملکرد مدیران و نیز اثرگذاری فرهنگ سازمانی بر نوع این رابطه است. به نحوی که می توان نتیجه گرفت در جوامع یا سازمان های با فاصله قدرت زیاد و جمع گرا، مشارکت افراد در بودجه بندی حتی با وجود اطلاعات حسابداری مدیریت مناسب، موجب موفقیت بالای عملکردی مدیر نمی شود. اما رابطه مثبتی بین سیستم حسابداری

مدیریت در شرکت های آمریکایی پرداختند. شیوه های مورد بررسی آنها در قالب چهار گروه شیوه های بودجه بندی و ارزشیابی، شیوه های پشتیبان تصمیم گیری، روش های کنترل، تحلیل و برنامه ریزی و شیوه های سنجش و بهبود عملکرد، دسته بندی شد. براساس پژوهش یاد شده، شیوه های مقداری، هزینه یابی سنتی و بودجه بندی عملیاتی پرکاربردترین ابزارها و برنامه ریزی آرمانی کم کاربردترین روش است. همچنین موانع به کارگیری این ابزارها در شرکت های کوچک و بزرگ آمریکایی متفاوت بود. مهمترین مانع استفاده ابزارهای حسابداری مدیریت در شرکت های کوچک، فعالیت خاص سازمان و در شرکت های بزرگ آمریکایی کمیته مدیریت سازمان است (آماییل و همکاران، ۲۰۰۳).

شانها و لانگ فیلد^{۲۴} (۱۹۹۸) به بررسی کاربرد روش های پیشرفته حسابداری مدیریت در شرکت های استرالیایی پرداخته اند. آنها بیان کردند که به رغم اینکه اغلب شرکت ها این روش ها را به کار گرفته اند، هنوز روش های سنتی کاربرد زیادی دارد. البته اغلب این شرکت ها بر استفاده از روش های پیشرفته حسابداری مدیریت در آینده تأکید داشتند. به نظر پژوهشگران یاد شده، شاید هنوز زود باشد که اظهار نظر شود که روش های سنتی حسابداری مدیریت برای تولید کنندگان نامناسب و نامربوط است.

در ایران در حوزه حسابداری مدیریت و فرهنگ سازمانی تحقیقات اندکی انجام شده است که به برخی از مربوط ترین آنها در ادامه اشاره خواهد شد:

صادقی و لطف زاده (۱۳۸۹) در تحقیقی به بحث در خصوص فرهنگ سازمانی از قبیل ابهام پذیری، چالش پذیری و آزادی و تاثیر بر خلاقیت پرداخته اند. نتایج این تحقیق نشان دهنده رابطه میان فرهنگ سازمانی و میزان خلاقیت است و با جمع بندی مطالب

مدیریت و عملکرد مدیر در سازمان های فردگرا با فاصله قدرت کم وجود دارد.

دستگیر و عرب یارمحمدی (۱۳۸۴) با بررسی موانع سیستم هزینه یابی بر مبنای هدف در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نشان دادند که عدم امکان تعیین قیمت رقابتی، رایج نبودن طرز فکر مشتری مداری، نبودن روحیه کارگروهي، عدم استفاده از سیستم هزینه یابی بر مبنای فعالیت و عدم استفاده از مهندسی ارزش، مانعی برای به کارگیری سیستم هزینه یابی هدف است.

۳- فرضیه های پژوهش

هدف این تحقیق شناخت تفاوت ابعاد مختلف فرهنگی در سازمان های استفاده کننده از نوآوری های حسابداری مدیریت و آنهایی که از این نوآوری ها استفاده نمی کنند، می باشد. در راستای دستیابی به هدف تحقیق یک فرضیه اصلی و بر مبنای هر یک از ابعاد فرهنگی مدل موژن چهار فرضیه فرعی به شرح زیر طراحی شده است:

فرضیه اصلی: میان فرهنگ سازمانی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد.

فرضیه های فرعی:

(۱) میان بعد گرایش حمایتی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد.

(۲) میان بعد گرایش به نوآوری شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد.

(۳) میان بعد قانونگرایی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد.

(۴) میان بعد هدفگرایی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد.

۴- روش شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع توصیفی-میدانی بوده و اطلاعات نظری پژوهش، به روش کتابخانه ای و با استفاده از نشریات و کتب و سایت های اینترنتی گردآوری شده است. داده های مربوط به فرهنگ سازمانی و بکارگیری نوآوری های حسابداری مدیریت از طریق ارسال پرسشنامه برای مدیران مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران گردآوری گردیده است.

جامعه تحقیق شامل مدیران مالی شرکت های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. دلیل انتخاب این جامعه بزرگی این شرکت ها و توان بالای تامین مالی آنها در طراحی و اجرای سیستم های حسابداری مدیریت است. در این تحقیق نمونه گیری به روش تصادفی صورت گرفته است. به منظور گردآوری داده ها و اطلاعات، پرسشنامه ای برای نمونه آماری تحقیق تهیه شده است. پرسشنامه مذکور برگرفته از تحقیق موژن در سال ۱۹۹۹ می باشد که با انجام تعدیلاتی تکمیل گردیده و شامل نامه همراه، پرسش درباره استفاده و یا عدم استفاده ابزارهای مورد نظر این تحقیق، سوالات توصیفی که شامل ۲۰ سوال بوده و به منظور توصیف فرهنگ سازمان بر اساس ابعاد فرهنگی مورد بحث این تحقیق (گرایش های حمایتی، نوآوری، قانون وهدف) و سوالات ارزیابی که شامل ۱۸ سوال بوده و به منظور ارزیابی فرهنگ سازمان بر اساس ابعاد فرهنگی مورد

بحث این تحقیق ارائه گردیده است. در این پرسشنامه از طیف پنج گزینه ای لیکرت استفاده شده است. پایایی پرسشنامه با آلفای کرونباخ بیش از ۰,۷ مورد تایید قرار گرفته و باتوجه به استفاده از پرسشنامه ای استاندارد و همچنین تایید اساتید، روایی آن نیز مورد تایید می باشد. ازمیان ۱۰۵ پرسشنامه ارسالی برای مدیران مالی شرکت های تولیدی بورس اوراق بهادار تهران ۷۳ پرسشنامه برگردانده شد. بر این اساس حدود ۳۴٪ از شرکت های نمونه نوآوری های حسابداری مدیریت را استفاده نمی کنند و حدود ۶۶٪ از شرکت های نمونه این نوآوری ها را استفاده می کنند.

داده های این تحقیق کیفی بوده و درتجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه می بایست از روش های آماری متناسب با داده های کیفی استفاده شود. به همین منظور در تجزیه و تحلیل داده های مربوط به بررسی تفاوت معنی دار میان فرهنگ سازمانی شرکت های مورد بررسی و بکارگیری نوآوری های حسابداری مدیریت از روش مان - ویتنی^{۲۵} و آزمون مقایسه میانگین و میانگین رتبه دو جامعه مستقل استفاده گردید.

۵- مدل پژوهش، متغیرها و نحوه اندازه گیری آن

در این پژوهش برای سنجش فرهنگ سازمانی از مدل فرهنگی موژن (۱۹۹۹) استفاده شده است. موژن براساس مدل ارزش های رقابتی کوین چهار گرایش سازمانی را با رعایت معیارهای ارزشی سازمان بیان نمود. گرایش حمایتی که به ارتقاء ارزش ها و شیوه مشارکت، تعاون، کار تیمی، اطمینان و رشد فردی اشاره دارد. گرایش نوآوری که خلاقیت، آزادی برای تغییر، پاسخگویی و تعهدات سازمانی افراد سازمان است. گرایش قوانین که شیوه بوروکراسی را مشخص می کند و گرایش هدف که برعقلانیت، اندازه گیری

عملکرد و پاداش ها تاکید دارد (سریکرای^{۲۶}، ۲۰۱۰). هریک از ابعاد فوق با توجه به عناصر تشکیل دهنده خود می توانند بر بکارگیری نوآوری های حسابداری مدیریت تاثیرگذار باشند.

در این تحقیق فرهنگ سازمانی متغیر مورد بررسی در دو گروه شرکت های دارای نوآوری و شرکت های فاقد آن می باشد. فرهنگ سازمانی باورها و انتظاراتی است که موجب ایجاد هنجارها می گردد. این هنجارها به نحوه رفتار افراد در سازمان ها شکل می دهد (شیوارتز و داویس^{۲۷}، ۱۹۸۱). در این تحقیق برای سنجش نوع فرهنگ سازمانی از مدل موژن (۱۹۹۹) و پرسشنامه ای شامل ۳۸ سوال در قالب چهار بعدگرایش حمایتی، نوآوری، قانونگرایی و هدفگرایی استفاده شده است. نوآوری های حسابداری مدیریت نیز به شرح زیر می باشند که شناسایی وجود یا عدم وجود آنها در شرکت های نمونه از طریق پرسشنامه محقق شده است.

هزینه یابی برمبنای فعالیت (ABC): این رویکرد محرک و عوامل موثر در هزینه های غیر مستقیم ساخت محصول، بازاریابی و پشتیبانی را تعریف نموده و براساس آن هزینه ها را به فعالیت های مختلف تخصیص می دهد (رهنمای رودپشتی و جلیلی، ۱۳۸۸).

مدیریت برمبنای فعالیت (ABM): به مدیریت فعالیت ها جهت بهبود عملکرد توجه و تمرکز دارد و با کاربست ABC تاثیر تغییرات در تمارین کار، طراحی تولید و بکارگیری آن، تقاضای مشتریان از منابع مورد درخواست و عملکرد مالی را تعیین می نماید (رهنمای رودپشتی، الف و ب ۱۳۸۷).

کارت ارزیابی متوازن (BSC): به عنوان شاخص جامع عملکرد بوده و روشی است که در آن دیدگاه های مختلف یعنی چشم انداز های اساسی که در سنجش عملکرد می بایست مورد توجه قرار گیرد و

حسابداری مدیریت را بکارمی برند و آنهایی که بکار نمی برند، انجام گرفته است. در نتیجه برای نیل به پاسخ فرضیه های تحقیق از آزمون مقایسه^{۲۹} و میانگین رتبه^{۳۰} بین دو جامعه مستقل استفاده شده است.

باتوجه به اینکه فرهنگ سازمانی و ابعاد آن با استفاده از چندین شاخص اندازه گیری شده و میانگین آنها به عنوان مقادیر متغیرها لحاظ شده است، بنابراین با شرط قابل توجیه بودن مفروضه های اساسی کاربرد آزمون های پارامتریک آزمون آن مقدور است. مفروضه های اساسی برای استفاده از آزمون های مقایسه میانگین و همبستگی مقیاس اندازه گیری، همسانی واریانس و خطی بودن رابطه بین متغیرها است. مقادیر متغیرها حداقل فاصله ای است. توزیع فرهنگ سازمانی و ابعاد آن به صورت کلی و به تفکیک شرکت های دوگروه نوآوری های حسابداری مدیریت، نرمال مشاهده شده است. نتایج آزمون کالموگروف-اسمیرنوف^{۳۱} برای توزیع کل مشاهده ها، برای شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت ندارند و آنهایی نوآوری های حسابداری مدیریت دارند، در جدول (۱) نمایش داده شده است. متغیرهایی که سطح معنی داری محاسبه شده آنها کوچکتر از ۰/۰۵ است، دارای توزیع غیرنرمال و متغیرهایی که سطح معنی داری محاسبه شده آنها بزرگتر از ۰/۰۵ است، دارای توزیع نرمال ارزیابی شده است.

همچنین با تعامل آنها با استراتژی و با یکدیگر که منتج به نتیجه مالی یا اقتصادی و یا هر نوع ستانده ای می شود نیز مورد تأمل است (همان منبع).

هزینه یابی بر مبنای هدف (TC) : فرآیند مدیریت استراتژیک هزینه به منظور کاهش مجموع هزینه ها در مراحل طراحی و برنامه ریزی است (رهنمای رودپشتی، محمد جلیلی، ۱۳۸۸).

هزینه یابی استاندارد : یک سیستم حسابداری مدیریت که بر اساس تعداد وساعاتی که ماشین آلات و نیروی کار در یک دوره زمانی معین در اختیار بخش تولید بوده است، هزینه ها را به محصولات اختصاص می دهد (همان منبع).

هزینه یابی کیفیت (QC) : هزینه یابی کیفیت عبارت است از شناسایی، طبقه بندی و تسهیم صحیح هزینه های مرتبط با کیفیت و ارائه اطلاعات مرتبط، به نحوی که مدیران شرکت را در جهت کنترل و بهبود عملیات آن، راهنمایی کند (بیداقی، ۱۳۸۸).

هزینه یابی کایزن : کایزن واژه ای ژاپنی به معنای بهبود مستمر برای ارتقاء فعالیت های تجاری است. کایزن بر کاهش مستمر هزینه های شناسایی شده برای محصولات موجود شرکت تاکید دارد (کوپر^{۲۸}، ۱۹۹۵).

در این تحقیق داشتن هر یک از نوآوری های حسابداری مدیریت با عدد یک و نداشتن آن در شرکت مورد بررسی با عدد صفر نشان داده شده است، بدین ترتیب که در مورد داشتن انواع ابزارها در پرسشنامه از مخاطب سوال گردید و در صورت اعلام وجود سیستم عد ۱ و در غیر این صورت عدد ۰ به آن اختصاص یافت.

۶- نتایج پژوهش

این تحقیق با اهداف مقایسه فرهنگ سازمانی و ابعاد آن در بین شرکت هایی که نوآوری های

جدول شماره (۱): نتایج آزمون توزیع نرمالیتی متغیرهای فرهنگ سازمانی

متغیرهای تحقیق	کل نمونه آماری			نوآوری های حسابداری مدیریت ندارند			نوآوری های حسابداری مدیریت دارند		
	تعداد	آماره z	سطح خطا	تعداد	آماره z	سطح خطا	تعداد	آماره z	سطح خطا
حمایتی	۷۳	۱,۱۶۷	۰,۱۳۱	۲۵	۰,۸۱۶	۰,۵۱۸	۴۸	۱,۲۴۶	۰,۰۹۰
نوآوری	۷۳	۰,۸۵۶	۰,۴۵۶	۲۵	۰,۸۲۰	۰,۵۱۱	۴۸	۱,۰۳۹	۰,۲۳۰
قانونگرا	۷۳	۱,۰۴۵	۰,۲۲۵	۲۵	۰,۷۳۳	۰,۶۵۶	۴۸	۰,۸۴۹	۰,۴۶۶
هدفگرا	۷۳	۱,۰۴۱	۰,۲۲۸	۲۵	۰,۹۵۱	۰,۳۲۷	۴۸	۰,۶۱۹	۰,۸۳۸
فرهنگ سازمانی	۷۳	۰,۴۵۱	۰,۹۷۸	۲۵	۰,۵۴۸	۰,۹۲۴	۴۸	۰,۴۴۰	۰,۹۹۰

آزمون فرضیه اصلی تحقیق

فرضیه اصلی: میان فرهنگ سازمانی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد. فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح و مورد آزمون قرار گرفته است:

$$\begin{cases} H_0: Mean\ YES = Mean\ NO \\ H_1: Mean\ YES \neq Mean\ NO \end{cases} \Rightarrow \{t = ۳.۹۹۷, p = .۰۰۰\}, \{t_{ob} > |۱.۹۶\ and\ ۲.۵۸|\}$$

با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار ۳/۹۹۷ از قدرمطلق آماره بحرانی ۱/۹۶ و ۲/۵۸ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۵ و ۰/۰۱ است، در نتیجه فرضیه صفر علاوه بر سطح ۹۵٪ اطمینان در سطح ۰/۹۹

اطمینان نیز رد شده و با رد فرضیه صفر دال بر برابر بودن میانگین فرهنگ سازمانی در دو گروه شرکت، فرضیه مخالف مبنی بر بزرگ بودن میانگین فرهنگ سازمانی در شرکت های بکارگیرنده نوآوری های حسابداری مدیریت پذیرفته شده است. بنابراین می توان ادعا کرد که میان فرهنگ سازمانی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد. نتیجه به دست آمده از آزمون مقایسه میانگین رتبه یو مان ویتنی نیز همسو و مطابق با نتیجه آزمون مقایسه میانگین مشاهده شده است. نتایج در جدول (۲) نشان داده شده است. برای پاسخ های هر پاسخ دهنده میانگینی محاسبه گردیده که میانگین این میانگین ها نشان دهنده میانگین تجربی است.

جدول (۲): نتایج آزمون مقایسه میانگین و میانگین رتبه فرهنگ سازمانی در بین دو گروه شرکت

متغیر اصلی	تعداد		میانگین تجربی		مقایسه واریانس ۳۲		آزمون مقایسه میانگین ۳۳		
	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	آماره f	سطح خطا	آماره t	درجه آزادی	سطح خطا
فرهنگ سازمانی	۴۸	۲۵	۳,۵۴۶۱	۳,۲۷۷۹	۱,۶۱۷	۰,۲۰۸	۳,۹۹۷	۷۱	۰,۰۰۰
متغیر اصلی	تعداد		میانگین رتبه		آزمون مقایسه میانگین رتبه				
	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	آماره u	آماره z	سطح خطا		
فرهنگ سازمانی	۲۵	۴۸	۲۳,۴۸	۴۴,۰۴	۲۶۲,۰۰۰	-۳,۹۳۲	۰,۰۰۰		

فرضیه فرعی اول: میان بعد گرایش حمایتی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد. فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح و مورد آزمون قرار گرفته است:

$$\begin{cases} H_0: Mean_{YES} = Mean_{NO} \\ H_1: Mean_{YES} \neq Mean_{NO} \end{cases} \Rightarrow \{t = 7.145, p = .000\}, \{t_{ob} > |1.96 \text{ and } 2.58|\}$$

با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار 7/145 از قدرمطلق آماره بحرانی 1/96 و 2/58 بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از 0/05 و 0/01 است، در نتیجه فرضیه

صفر علاوه بر سطح 95٪ اطمینان در سطح 0/99 اطمینان نیز رد شده و با رد فرضیه صفر دال بر برابر بودن میانگین گرایش حمایتی در دو گروه شرکت، فرضیه مخالف مبنی بر بزرگ بودن میانگین گرایش حمایتی در شرکت های بکارگیرنده نوآوری های حسابداری مدیریت پذیرفته شده است. بنابراین می توان ادعا کرد میان بعدگرایش حمایتی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند تفاوت معنی داری وجود دارد. نتیجه به دست آمده از آزمون مقایسه میانگین رتبه یومان ویتنی نیز همسو و مطابق با نتیجه آزمون مقایسه میانگین مشاهده شده است. نتایج در جدول (3) نشان داده شده است.

جدول (3): نتایج آزمون مقایسه میانگین و میانگین رتبه گرایش حمایتی در بین دو گروه شرکت

متغیر فرعی		تعداد		میانگین تجربی		مقایسه واریانس		آزمون مقایسه میانگین	
		نوآوری دارند	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	آماره f	سطح خطا	آماره t	درجه آزادی
گرایش حمایتی		48	25	3,6875	3,0667	0,193	0,662	4,145	71
متغیر فرعی		تعداد		میانگین رتبه		آزمون مقایسه میانگین رتبه			
		نوآوری دارند	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	آماره u	آماره z	سطح خطا	
گرایش حمایتی		25	48	17,96	46,92	124,000	-5,548		0,000

فرضیه فرعی دوم: میان بعد گرایش به نوآوری شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد. فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح و مورد آزمون قرار گرفته است:

$$\begin{cases} H_0: Mean_{YES} = Mean_{NO} \\ H_1: Mean_{YES} \neq Mean_{NO} \end{cases} \Rightarrow \{t = -5.85, p = .560\}, \{t_{ob} < |1.96|\}$$

با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار 0/585- از قدرمطلق آماره بحرانی 1/96 کوچکتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده بزرگتر از 0/05 و در نتیجه فرضیه صفر در سطح 0/95 اطمینان رد نشده و فرضیه صفر دال بر برابر بودن میانگین گرایش به نوآوری در دو گروه شرکت به عنوان فرضیه سالم حفظ شده است. باردار نشدن فرضیه صفر می توان ادعا کرد که میان بعد گرایش به نوآوری شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند،

تفاوت معنی داری وجود ندارد. نتیجه به دست آمده از آزمون مقایسه میانگین رتبه یو مان ویتنی نیز همسو و مطابق با نتیجه آزمون مقایسه میانگین مشاهده شده است. نتایج در جدول (۴) آمده است.

جدول (۴): نتایج آزمون مقایسه میانگین و میانگین رتبه گرایش به نوآوری در بین دو گروه شرکت

متغیر فرعی	تعداد		میانگین تجربی		مقایسه واریانس			آزمون مقایسه میانگین	
	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	آماره f	سطح خطا	آماره t	درجه آزادی	سطح خطا
گرایش به نوآوری	۴۸	۲۵	۳,۲۰۶۳	۳,۲۸۰۰	۱,۱۶۸	۰,۲۸۳	-۰,۵۸۵	۷۱	۰,۵۶۰
متغیر فرعی	تعداد		میانگین رتبه		آزمون مقایسه میانگین رتبه				
	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	آماره u	سطح خطا	آماره z	سطح خطا	
گرایش به نوآوری	۲۵	۴۸	۳۹,۷۲	۳۵,۵۸	۵۳۲,۰۰۰	۰,۴۲۸	-۰,۷۹۲		

فرضیه فرعی سوم: میان بعد قانونگرایی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد. فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح و مورد آزمون قرار گرفته است.

$$\begin{cases} H_0: Mean YES = Mean NO \\ H_1: Mean YES \neq Mean NO \end{cases} \Rightarrow \{t_{ob} < |t_{0.96}|, p = .411, t = -1.228\}$$

با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار ۰/۸۲۸- از قدرمطلق آماره بحرانی ۱/۹۶ کوچکتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده

بزرگتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه فرضیه صفر در سطح ۰/۹۵ اطمینان رد نشده و فرضیه صفر دال بر برابر بودن میانگین بعد قانونگرایی در دو گروه شرکت به عنوان فرضیه سالم حفظ شده است. با رد نشدن فرضیه صفر می توان ادعا کرد که میان بعد قانونگرایی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند تفاوت معنی داری وجود ندارد. نتیجه به دست آمده از آزمون مقایسه میانگین رتبه یو مان ویتنی نیز همسو و مطابق با نتیجه آزمون مقایسه میانگین مشاهده شده است. نتایج در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول (۵): نتایج آزمون مقایسه میانگین و میانگین رتبه بعد قانونگرایی در بین دو گروه شرکت

متغیر فرعی	تعداد		میانگین تجربی		مقایسه واریانس			آزمون مقایسه میانگین	
	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	آماره f	سطح خطا	آماره t	درجه آزادی	سطح خطا
قانونگرایی	۴۸	۲۵	۳,۸۰۴۲	۳,۸۹۶۰	۶,۷۳۸	۰,۰۱۱	-۰,۸۲۸	۷۱	۰,۴۱۱
متغیر فرعی	تعداد		میانگین رتبه		آزمون مقایسه میانگین رتبه				
	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	آماره u	سطح خطا	آماره z	سطح خطا	
قانونگرایی	۲۵	۴۸	۴۰,۱۰	۳۵,۳۹	۵۲۲,۵۰۰	۰,۳۶۳	-۰,۹۱۰		

فرضیه فرعی چهارم: میان بعد هدفگرایی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند، تفاوت معنی داری وجود دارد.

فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح و مورد آزمون قرار گرفته است:

$$\begin{cases} H_0: Mean_{YES} = Mean_{NO} \\ H_1: Mean_{YES} \neq Mean_{NO} \end{cases} \Rightarrow \{t_{ob} > |1.96 \text{ and } 2.58|\}$$

با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار $3/390$ از قدرمطلق آماره بحرانی $1/96$ و $2/58$ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از $0/05$ و $0/01$ است، در نتیجه فرضیه صفر علاوه بر سطح 95% اطمینان در سطح $0/99$

اطمینان نیز رد شده است. با رد فرضیه صفر دال بر برابر بودن میانگین بعد هدفگرایی در دو گروه شرکت، فرضیه مخالف مبنی بر بزرگ بودن میانگین بعد هدفگرایی در شرکت های بکارگیرنده نوآوری های حسابداری مدیریت پذیرفته شده است. بنابراین می توان ادعا کرد که میان بعد هدفگرایی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار می برند و آنهایی که بکار نمی برند تفاوت معنی داری وجود دارد. نتیجه به دست آمده از آزمون مقایسه میانگین رتبه یومان ویتنی نیز همسو و مطابق با نتیجه آزمون مقایسه میانگین مشاهده شده است. نتایج در جدول (۶) نشان داده شده است.

جدول (۶) : نتایج آزمون مقایسه میانگین و میانگین رتبه بعد هدفگرایی در بین دو گروه شرکت

متغیر فرعی	تعداد		میانگین تجربی		مقایسه واریانس			آزمون مقایسه میانگین	
	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	آماره f	سطح خطا	آماره t	درجه آزادی	سطح تفاوت میانگین
هدفگرایی	48	25	3,5833	3,2255	4,121	0,046	3,390	71	0,35788
متغیر فرعی	تعداد		میانگین رتبه		آزمون مقایسه میانگین رتبه				
	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	نوآوری دارند	نوآوری ندارند	آماره u	z	سطح خطا		
هدفگرایی	25	48	24,36	43,58	284,000	-3,685	0,000		

۷- نتیجه گیری و بحث

فرهنگ سازمانی برانتخاب ابزارهایی که در اداره سازمان ها بکار می روند تاثیرگذار است. یکی از این ابزارها حسابداری مدیریت است. این تحقیق به بررسی تفاوت فرهنگ سازمانی در شرکت های استفاده کننده از نوآوری های حسابداری مدیریت و آنهایی که از این نوآوری ها استفاده نمی کنند براساس مدل فرهنگ سازمانی موژن پرداخته است. فرضیه اصلی تحقیق از طریق چهار فرضیه فرعی، بر مبنای ابعاد فرهنگ سازمانی مدل موژن در ۷۳

شرکت مورد بررسی قرار گرفته است. در تجزیه و تحلیل داده های تحقیق از روش آزمون مقایسه میانگین و میانگین رتبه دو جامعه مستقل استفاده شده است. براساس نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه های تحقیق میان فرهنگ سازمانی شرکت های استفاده کننده از نوآوری های حسابداری مدیریت و شرکت هایی که از این نوآوری ها استفاده نمی کنند، تفاوت معنی داری وجود دارد. این تفاوت درگرایش حمایتی و هدفگرایی نمایان گردیده و درگرایش های نوآوری و قانونگرایی تفاوت معنی داری میان دو

گروه شرکت مشاهده نگردیده است. بنابراین می توان بیان کرد که در بین شرکت های استفاده کننده از نوآوری های حسابداری مدیریت نسبت به شرکت هایی که از این نوآوری های حسابداری مدیریت استفاده نمی کنند؛ در ارتقاء ارزش ها و شیوه مشارکت، تعاون، کار تیمی، اطمینان (گرایش حمایتی) و تاکید بر عقلانیت، اندازه گیری عملکرد و پاداش ها (هدفگرایی) تفاوت معنی داری وجود دارد اما، در خلاقیت، آزادی برای تغییر، پاسخگویی و تعهدات سازمانی افراد (گرایش نوآوری) و شیوه بوروکراسی (قانونگرایی) تفاوت معنی داری وجود ندارد.

بنابراین با ایجاد تغییرات و زمینه سازی فرهنگی در سازمان ها می توان نسبت به اصلاح و بهبود سیستم های حسابداری مدیریت و به روز سازی این سیستم ها اقدام نمود. مدیران برای تصمیم گیری های خود نیازمند اطلاعاتی دقیق و به موقع می باشند که مسئولیت تهیه این اطلاعات به عهده سیستم های حسابداری مدیریت می باشد و نحوه عملکرد این سیستم ها نیز متاثر از اجزای تشکیل دهنده آنها و ابزار هایی است که در ساختار آنها بکار می روند. در نتیجه به روز رسانی و جدید بودن این سیستم ها از اهمیت بسزایی برخوردار است. سیستم های نوین حسابداری مدیریت قادر به ارائه اطلاعاتی دقیق تر، به روز تر و موثرتر برای تصمیم گیری مدیران می باشند و مدیران را در راه اتخاذ تصمیمات سازنده برای سازمان یاری می کنند. یکی از راه های به روز رسانی این سیستم ها استفاده از ابزارهای نوین حسابداری مدیریت است که از فرهنگ سازمانی تاثیر پذیری دارد. بر اساس نتایج این تحقیق میان فرهنگ سازمانی و بکارگیری نوآوری های حسابداری مدیریت رابطه معنی داری وجود دارد. در نتیجه مدیران با استفاده از نتایج این تحقیق از طریق بررسی اجزای هر یک از

گرایش های فرهنگ سازمانی مدل تحقیق و ایجاد و یا تقویت آن می توانند زمینه و امکان استفاده از نوآوری های حسابداری مدیریت را فراهم نمایند. نتایج تحقیق حاضر با تحقیق مشابهی که در سال ۲۰۰۹ در بورس اوراق بهادار تایلند صورت گرفته، متفاوت می باشد. بر اساس یافته های تحقیق مذکور میان فرهنگ سازمانی شرکت های استفاده کننده و آنهایی که از نوآوری های حسابداری مدیریت استفاده نمی کنند تفاوت معنی داری وجود ندارد. دلیل این تفاوت می تواند ناشی از تفاوت در ساختارهای فرهنگی و اقتصادی دو کشور ایران و تایلند باشد. بر اساس نتایج بدست آمده می توان پیشنهادات کاربردی زیر را ارائه نمود:

- تهیه طرح هایی به منظور ایجاد تغییرات در فرهنگ سازمانی مانند طرح های افزایش کار تیمی، ارتقای ارزش های سازمانی، تعاون و مشارکت به منظور ایجاد زمینه برای بکارگیری نوآوری های حسابداری مدیریت.
- بازنگری در مفاهیم خلاقیت، نوآوری، تعهد سازمانی و پاسخگویی به منظور ایجاد هماهنگی بیشتر میان گرایش های فرهنگ سازمانی به منظور استفاده از نوآوری های حسابداری مدیریت.
- بازنگری در شیوه بوروکراسی و دستورالعمل ها به منظور ایجاد هماهنگی بیشتر میان گرایش های فرهنگ سازمانی در استفاده از نوآوری های حسابداری مدیریت.
- ایجاد طرح های آموزشی برای آشنایی کارکنان با مفاهیم و ابزار های حسابداری مدیریت. همچنین برای تحقیقات آتی می توان پیشنهادات زیر را ارائه نمود:
- بررسی رابطه میان فرهنگ سازمانی با محیط داخلی سازمان، ساختار سازمانی و گروه صنعتی.

آفرین، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، ص ۲۸۴.

* رهنمای رودپشتی، فریدون و جلیلی، محمد، ۱۳۸۸، هزینه یابی هدف، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

* صادقی، منصورولطف الله زاده، سعید، ۱۳۸۹، بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر خلاقیت، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال ۷، شماره ۱۲۱، ۲۹-۱۰۵.

- * Amabile, T., 1996, Assessing The Work Enviroment For creativity, Acodemy Of Management Journal, Vol.39, No.5, p1154-1184.
- * Amabile, T., Mueller, J., Simpson, W., Hadley C.N., Kramer S.J., Fleming, L., 2003, Time pressures & creativity in organizations: A longitudinal field study, HBS Working, p2-73.
- * Chadwick, A. ۲۰۰۰, 'Studying Political Ideas: A Public Political Discourse Approach' Political Studies, ۴۸(۲), p283-۳۰۱.
- * Chenhall, R.H. 2005. Integrative strategic performance measurement systems, strategic alignment of manufacturing, learning and strategic outcomes: An exploratory study. Accounting, Organization and Society 30: 395-422.
- * Chenhall, S and Langfield, S, 1998, Adoption and benefits of management accounting techniques and practices : An Australian study, Management Accounting Research, 9, p1-19.
- * Chongruksu, W., 2009, Organizational Culture And The Use Of Management Accounting Innovations In Thailand, RU. Int. J. vol. 3(1), p113-124.
- * Cooper, R., 1995. When Lean Enterprises Collide: Competing Through Confrontation, Cambridge, MA, Harvard Business School Press.
- * Johnson, H. T. and R.S. Kaplan, 1987, Relevance Lost. Accounting Horizons (December), p110-116.
- * Muijen, J.V., 1999, Organizational Culture : The Focus Questionnaire , European Journal of work and organizatuional psychlogt, 8(4), p551-568.
- * Quynhthu, N., 2011, The Relationship Between Corporate Culture And Use of Management Accounting Innovation In

• بررسی امکان پیش بینی بکارگیری نوآوری های حسابداری مدیریت با توجه به نوع فرهنگ سازمانی.

• مطالعه جزئیات هر یک از گرایش های فرهنگ سازمانی مدل موژن به منظور یافتن عوامل موثر در تعیین گرایش فرهنگ سازمانی در استفاده از نوآوری ها حسابداری مدیریت.

فهرست منابع

- * آزاد، ناصر و ارشدی، ایمان، ۱۳۸۸، بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر درک حمایت از نوآوری، بررسی های بازرگانی، شماره ۳۶، ص ۳۸-۲۶.
- * اعتمادی، حسین و دیانتی دلمی، زهرا، ۱۳۸۷، بررسی آثار فرهنگ سازمانی، مشارکت در بودجه بندی و سیستم حسابداری مدیریت بر عملکرد مدیران، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۱۳، شماره ۴، ص ۶۰-۳۵.
- * آقایی فیثانی، تیمور، ۱۳۷۷، خلاقیت و نوآوری در انسانها و سازمانها، تهران، انتشارات ترمه.
- * بیداقی، بابک، ۱۳۸۸، هزینه یابی کیفیت و تاثیر آن در هزینه های سازمانی، مجله بندر و دریا، شماره ۳۳، ص ۱۲۳-۱۱۸.
- * دستگیر، محسن، جواد، عرب یار محمدی، ۱۳۸۴، بررسی موانع به کارگیری سیستم هزینه یابی هدف در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۶، ص ۶۳-۷۶.
- * رهنمای رودپشتی، فریدون، الف، ۱۳۸۷، مبانی حسابداری مدیریت رویکرد نوین، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، ص ۳۱۶.
- * رهنمای رودپشتی، فریدون، ب، ۱۳۸۷، حسابداری مدیریت راهبردی مبتنی بر مدیریت هزینه ارزش

- Vietnamese Companies: A Study Of Techcom Bank, Graduation project,p1-86.
- * Redenbaugh, M..J.R., 2005, The use of management accounting tools by chief financial officers of baccalaureate College-General and Masters Colleges and UniversitiesII, www.proquest.umi.com.
 - * Sanford, B., 2007, Innovation, Success and Failure in Public Management Research: Some Methodological Reflections Forthcoming in Public Management, vol 25, No.3,p3-17.
 - * Schwartz, H., and S. Davis, 1981, Matching Corporate Culture and Business Strategy, Organizational Dynamics, p. 30– 48.
 - * Sirikarai, S., 2010, Measurment Of organizational Culture, Thammasat University, N0.109, p.39-52.

يادداشت‌ها

- ¹ - Nguyen Quynh
- ² - Chenhall
- ³ - Chadwick
- ⁴ - Sanford
- ⁵ - Johnson & Kaplan
- ⁵ - Jaap J.Van Muijen
- ⁷ - Support orientation
- ⁸ - Innovation orientation
- ⁹ - Rules orientation
- ¹⁰ - Goal orientation
- ¹¹ - Activity-based costing (ABC)
- ¹² - Activity-based management (ABM)
- ¹³ - Balanced scordcard (BSC)
- ¹⁴ - Target costing (TC)
- ¹⁵ - Standard Costing
- ¹⁶ - Quality Costing
- ¹⁷ - Kaizen costing
- ¹⁸ - Daft
- ¹⁹ -Dale
- ²⁰ - Amabile
- ²¹ - Ramkhamhaeng
- ²² - Chongruksu
- ²³ - Redenbaugh
- ²⁴ - Chanhall & Langfield
- ²⁵ - Mann-Whitney U
- ²⁶ - Sirikai
- ²⁷ - Schwartz & Davis
- ²⁸ - Cooper
- ²⁹ - Comparison Test
- ³⁰ - Comparison Test ranking
- ³¹ -One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
- ³² -Levene's Test for Equality of Variances
- ³³ -t-test for Equality of Means