



The Impact of Innovative Culture on the Implementation of Strategic Management Accounting Techniques

Seyed Hosein Sajadi * 

*Corresponding Author, Prof., Department of Accounting, Faculty of Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran. E-mail: h_sajadi@sbu.ac.ir

Hamideh Asnaashari 

Assistant Prof., Department of Accounting, Faculty of Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran. E-mail: h_asnaashari@sbu.ac.ir

Akbar Shakeri 

Msc., Department of Management Accounting, Faculty of Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran. E-mail: shakeri3507@gmail.com

Abstract

Objective: The adoption of strategic management accounting (SMA) techniques is crucial for effective organizational management. However, the motivation for managers to utilize SMA techniques can be enhanced by creating an innovative culture within the organization. Therefore, this study aims to investigate the influence of an innovative culture on the application of SMA techniques in organizations.

Methods: This is an applied and descriptive study. It employed a questionnaire to collect research data consisting of both general and specialized questions. The general questions comprised six items about the participants' gender, organizational position, education level, age group, work history, and study level, which were all related to the field of strategic management accounting techniques. The second part of the questionnaire contained specialized questions, consisting of five items related to the innovative culture construct, which were based on the theoretical foundations adopted by the researchers. The reliability of the questionnaire was tested using Cronbach's alpha, combined reliability, and the amount of extracted variance. Its validity was tested by comparing the mean square root of the extracted variance of each variable with its correlation with other variables. The results were obtained by analyzing the responses of 212 accounting managers of companies listed on the Tehran Stock Exchange in 2021. Structural equation modeling using partial least squares was used to analyze the data.

Results: The results of the hypothesis test indicated a significant relationship between innovation culture and the application of strategic management accounting techniques.

Additionally, this relationship was influenced by various factors such as gender group, educational group, study level groups, organizational position, and age group.

Conclusion: Choosing the right strategy for an organization is a complex and risky task as each strategy creates a distinctive competitive environment. It requires the alignment of organizational strengths and weaknesses with external opportunities and threats. Identifying the most critical and viable strategies that are worthy of resource allocation is crucial for organizations. To achieve their strategic objectives and maintain success, companies must use strategic management accounting techniques. These techniques provide valuable insights and information that enable organizations to make informed decisions, allocate resources effectively, and implement their strategies efficiently. The results of this study demonstrated that innovative culture plays a crucial role in increasing the use of strategic management accounting techniques. As companies adopt new technologies, applying these techniques gives managers advanced tools to make informed decisions. Managers are now more aware of the importance of understanding their organization's culture to gain a competitive advantage over other firms. An innovative culture fosters continuous development, promotes the production of new ideas, and encourages their implementation throughout the organization. The findings of this research can provide valuable insights to managers on acquiring the necessary skills for the survival and growth of their companies.

Keywords: Strategic management accounting techniques, Innovation-oriented culture, Organizational culture.

Citation: Sajadi, Seyed Hosein, Asnaashari, Hamideh & Shakeri Akbar (2023). The Impact of Innovative Culture on the Implementation of Strategic Management Accounting Techniques. *Accounting and Auditing Review*, 30(1), 1-27. (in Persian)

Accounting and Auditing Review, 2023, Vol. 30, No.1, pp. 1-27
Published by University of Tehran, Faculty of Management
<https://doi.org/10.22059/ACCTGREV.2023.339692.1008659>
Article Type: Research Paper
© Authors

Received: April 7, 2022
Received in revised form: March 02, 2023
Accepted: March 03, 2023
Published online: June 21, 2023





تأثیر فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک

سید حسین سجادی*

* نویسنده مسئول، استاد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. رایانامه: h_sajadi@sbu.ac.ir

حمیده اثنی عشری

استادیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. رایانامه: h_asnaashari@sbu.ac.ir

اکبر شاکری

کارشناس ارشد، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. رایانامه: shakeri3507@gmail.com

چکیده

هدف: فرهنگ نوآوری گرا عاملی است برای سوق دادن مدیران که از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک برای اداره مطلوب سازمان و پیشبرد اهداف آن استفاده کنند. با توجه به این مقدمه، هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک است.

روش: پژوهش پیش رو از نظر هدف، کاربردی است و از نظر روش، توصیفی از نوع پیمایشی و هم‌بستگی است. از ابزار پرسش‌نامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. پایایی پرسش‌نامه از طریق آلفای کرونباخ بررسی شد. پایایی ترکیبی و مقدار واریانس استخراج شده، آزمون و روایی آن نیز، از طریق مقایسه جذر میانگین واریانس استخراج شده هر متغیر با هم‌بستگی آن متغیر با سایر متغیرها آزمون شده است. نتایج با استفاده از تجزیه و تحلیل پاسخ‌های ۲۱۲ نفر از مدیران بخش‌های حسابداری مدیریت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۴۰۰ و با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری، حداقل مربعات جزئی به دست آمده است.

یافته‌ها: پس از پردازش داده‌ها، بر اساس آزمون جمعیت‌شناختی، به تفکیک گروه جنسیتی، گروه تحصیلی، گروه‌های سطح مطالعه، پست سازمانی و گروه‌های سنی نتایج معناداری به دست آمد. همچنین، بر اساس آزمون فرضیه، با افزایش فرهنگ نوآوری گرا، کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک نیز افزایش می‌یابد.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش بیان می‌کند که فرهنگ نوآوری گرا بر افزایش کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارد؛ از این رو با پیشرفت فناوری در شرکت‌ها، کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، ابزاری پیشرفته برای تصمیم‌گیری مدیران فراهم می‌کند. افزون بر این، عوامل فرهنگی در سطح سازمانی، بر نوآوری‌های حسابداری مدیریت استراتژیک تأثیر می‌گذارد؛ اما اثربخشی و کارایی این نوآوری در محیط و بسترهای فرهنگی مختلف، متفاوت است. اهمیت فرهنگ سازمانی از آنجا ناشی می‌شود که در حال حاضر، مدیران بیش از پیش، به اهمیت شناخت فرهنگ سازمانی، به منظور کسب مزیت رقابتی از دیگر سازمان‌ها پی برده‌اند. همچنین، فرهنگ نوآوری گرا، به‌عنوان عاملی برای توسعه مستمر تولید و کاربرد ایده‌های جدید در تمام قسمت‌های سازمان شمرده می‌شود. این پژوهش اطلاعات سودمندی را در اختیار مدیران قرار می‌دهد تا بتوانند برای بقای بیشتر شرکت‌ها، مهارت‌های لازم را کسب کنند.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ سازمانی، فرهنگ نوآوری گرا، کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک.

استناد: سجادی، سید حسین؛ اثنی عشری، حمیده و شاکری، اکبر (۱۴۰۲). تأثیر فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک. *بررسی‌های حسابداری و حسابداری*، ۳۰(۱)، ۱-۲۷.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۸

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۱۲/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۱۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۳/۳۱

doi: <https://doi.org/10.22059/ACCTGREV.2023.339692.1008659>

بررسی‌های حسابداری و حسابداری، دوره ۳۰، شماره ۱، صص. ۱-۲۷

ناشر: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان

مقدمه

توجه به مقوله فرهنگ سازمانی، تأثیر آن بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و بازتاب آن در سازمان و نگاه‌های اقتصادی در ایران، به نظر می‌رسد افق جدیدی پیش روی مدیران و فعالان این حوزه ایجاد کند؛ از این رو شناخت راه‌کارهایی برای تحقق این باور و نهادینه شدن این موضوع و همچنین مطالعه این تأثیر در ایران و همچنین کشورهای توسعه‌یافته و پیشرفته تأمل‌برانگیز خواهد بود. به دلیل اهمیت فراوان فرهنگ سازمانی در دهه‌های اخیر، ضروری است سازمان‌ها به مقوله فرهنگ سازمانی توجه بیشتری داشته باشند. به دلایل مختلفی، کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، برای موفقیت شرکت بسیار مهم است. اهمیت فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، در فضای تجاری معاصر و بسیار رقابتی در حال رشد است. صرفاً با معیارهای مالی، مدیریت شرکت‌ها کاری ناشدنی است و نیاز به ابزارهای استراتژیک‌محور بیشتری دارد. استقرار حسابداری مدیریت استراتژیک، می‌تواند به بلوغ مدیریت استراتژیک عمومی در ایران کمک کند. بنابراین، به توسعه پایدار یک شرکت کمک خواهد کرد.

از سوی دیگر، در دنیای امروز استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک از اهمیت زیادی برخوردار است. تغییرات محیط کسب‌وکار نظیر جهانی شدن، افزایش رقابت و تمرکز بر مشتریان و شرایط سیاسی و اجتماعی موجب پویایی دنیای تجارت شده است. بقای شرکت‌ها در بازار رقابتی امروزی تا حدود زیادی به حسابداری مدیریت بستگی دارد. هدف اصلی حسابداری مدیریت استراتژیک کمک به سازمان برای رسیدن به اهداف استراتژیک آن است. منظور از استراتژی سازمان راه و روشی است که توسط آن جایگاه خود را در میان رقبا یافته و خود را متمایز می‌کند. دستیابی به اهداف استراتژیک سازمان مستلزم آن است که تمام فعالیت‌های تک‌تک اعضای سازمان با اهداف استراتژیک سازمان هم‌سو و هم‌جهت باشد (لاری دشت بیاض، ۱۳۹۳).

با وجود این، برخی پژوهش‌های تجربی نشان داده‌اند استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک منجر به عملکرد بهتر شرکت شده است (آلامری، پادالتوس و کاستاکیس^۱، ۲۰۱۸؛ ترنر، وای و حدیری^۲، ۲۰۱۷؛ کریونز و گیلدینگ^۳، ۲۰۰۱؛ گیلدینگ، ۲۰۰۰). این شرکت‌ها در محیط رقابتی شدید تجاری، به کمک نوآوری‌ها، به‌ویژه نوآوری‌های حسابداری مدیریت، عملکرد مالی خود را مدیریت کرده و بهبود می‌بخشند. در نتیجه عامل نوآوری در سیستم حسابداری مدیریت، یک ضرورت تعیین کننده در بهبود عملکرد مالی سازمان‌های مدرن است (نمازی و مقیمی، ۱۳۹۷). اگر چه پژوهش‌های کمتری در این حوزه مورد مطالعه قرار گرفته است و بیشتر این پژوهش‌های اندک نیز به‌طور عمده در کشورهای پیشرفته صورت گرفته است. در همین راستا، یافته‌های حدید و السید^۴ (۲۰۲۱)، نشان داد که فرهنگ نوآوری گرا تأثیر مثبت غیرمستقیم و چشمگیری بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک داشته است. با توجه به موارد مطرح شده، بررسی تأثیر فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در شرکت‌های ایرانی بسیار با اهمیت و قابل توجه است. در پژوهش حاضر بر خلاف دیگر پژوهشگران به جای بررسی صرفاً دو فن، ۱۲ فن از

1. Alamri, Pavlatos & Kostakis
 2. Turner, Way & Hodari
 3. Cravens & Guilding
 4. Hadid & Al-Sayed

فن‌های پرکاربرد حسابداری مدیریت استراتژیک و تأثیر فرهنگ نوآوری‌گرا بر کاربرد آن‌ها بررسی شده است (برد، هریسون و ریو^۱، ۲۰۰۷؛ برد، سو و تانگ^۲، ۲۰۱۸؛ گوپتا و سالتر^۳، ۲۰۱۸؛ اکس و گریو^۴، ۲۰۱۷؛ نارانجو گیل^۵، ۲۰۰۹؛ دانک^۶، ۲۰۰۴).

از این رو، مسئله اصلی پژوهش را باید این گونه مطرح کرد: تأثیر فرهنگ نوآوری‌گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک چیست؟

ضرورت و اهمیت پژوهش حاضر از این حیث بوده و در همین راستا، این پژوهش درصدد ارزیابی تأثیر فرهنگ نوآوری‌گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و افزایش بهره‌وری و کارایی و اثربخشی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در ساختار پژوهش، ابتدا بیان مسئله، مروری بر پیشینه نظری پژوهش، پیشینه تجربی و فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌شود. در ادامه، روش پژوهش معرفی شده و نحوه گردآوری داده‌ها و نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها ارائه می‌شود و در پایان نیز پیشنهادهای پژوهش بیان خواهد شد.

مبانی نظری پژوهش

فرهنگ سازمانی^۷

جامع‌ترین تقسیم‌بندی که در زمینه فرهنگ سازمانی ارائه شده است، تقسیم‌بندی کامرون و کوئین^۸ (۲۰۰۶) است که فرهنگ سازمانی را به چهار دسته؛ فرهنگ نوآوری‌گرا^۹، فرهنگ نتیجه‌گرا^{۱۰}، فرهنگ گروه‌گرا^{۱۱} و فرهنگ مراتب‌گرا^{۱۲} تقسیم کرده‌اند. چهار بُعد فرهنگ، خود توسط شش مؤلفه کلیدی فرهنگ ارزیابی می‌شوند. این مؤلفه‌ها در ترکیب با یکدیگر در مجموع می‌توانند انعکاسی از ارزش‌های اساسی یک سازمان و مفروضات ضمنی درباره روش و نحوه عمل یک سازمان باشند.

ادگار شاین^{۱۳} (۲۰۱۰)، در کتاب فرهنگ سازمانی و رهبری^{۱۴}، فرهنگ سازمانی را الگویی از مفروضات اساسی مشترک تعریف کرده است که توسط یک گروه خُبره و معتبر، برای حل مسائل و مشکلات سازگاری و یکپارچگی داخلی و خارجی بیان می‌شود، بنابراین، به‌عنوان روش صحیح ادراک، تفکر و احساس در رابطه با مسائل و مشکلات سازمان به اعضای جدید آموزش داده می‌شود (ناپیتوپولو^{۱۵}، ۲۰۱۸).

1. Baird, Harrison & Reeve
2. Baird, Su & Tung
3. Gupta & Salter
4. Ax & Greve
5. Naranjo-Gil
6. Dunk
7. Organizational Culture
8. Cameron & Quinn
9. Innovation-oriented culture
10. Outcome-oriented culture
11. Clan Culture
12. Hierarchy Culture
13. Edgar H. Schein
14. Organizational Culture and Leadership
15. Napitupulu

شرکت‌هایی که فرهنگ سازمانی بهتری دارند، کیفیت و شفافیت اطلاعات بیشتری دارند (فخاری و محمدی، ۱۳۹۵) بنابراین، زمینه پایداری سازمان را فراهم می‌کنند (ملانظری، ابوحمزه و میرزایی، ۱۳۹۵). همچنین، می‌توان به پژوهش شومپتر^۱ (۱۹۸۰)، اشاره کرد که در آن بر نقش ارزش‌های اجتماعی و جنبه‌های فرهنگی در فعالیت‌ها و عملکرد افراد تأکید شده است.

فرهنگ نوآوری گرا

به اعتقاد هلریگل^۲ (۲۰۰۲)، برخی از صاحب نظران با ادغام دو مفهوم فرهنگ و نوآوری، واژه فرهنگ نوآوری را مطرح کردند. به بیانی دیگر، فرهنگ و نوآوری را لازم و ملزوم یکدیگر دانسته و تفکیک ناپذیر می‌پندارند. همچنین، فرهنگ نوآوری گرا تمرکز برون سازمانی و انعطاف‌پذیری محیط، خلاقیت و پویایی را در سازمان‌ها تشویق می‌کند. بنابراین، در این نوع فرهنگ، تعهد به تجربه کردن و نوآوری وجود دارد (مرادی، وثوقی و امیرمحسنی، ۱۳۹۱).

فرهنگ نوآوری گرا به شدت پیش‌بینی‌کننده گرایش نوآورانه است. به بیان دیگر، فرهنگ سازمانی به انعکاس نوآوری در فرایندهای سازمانی کمک می‌کند. همچنین، بر روی مهارت‌های خلاقانه کارکنان تأثیر گذاشته و منجر به سطوح بیشتری از مشارکت در روند توسعه محصولات جدید می‌شود. افزون بر این، فرهنگ سازمانی به کشف فرصت‌ها و ایده‌های جدید برای مرحله ایده‌سازی توسعه محصولات جدید اهمیت می‌دهد (مازور و زابورک^۳، ۲۰۱۶).

همچنین، در فرهنگ نوآوری گرا، توسعه مستمر تولید و کاربرد ایده‌های جدید، در تمام بخش‌های سازمان یک هنجار به‌شمار می‌رود، فرهنگ نوآوری گرا به‌عنوان درک مشترک از ارزش‌ها و واقعیت‌ها، محیط شناختی اجتماعی و اعتقادات، مطرح می‌شود که در یک الگوی رفتاری پایدار در افراد، وجود دارد (اسماعیل^۴، ۲۰۰۵). با تدبیر بودن، ابتکار عمل بدون آموزش، صبر در تصمیم‌گیری‌ها، مسئولیت‌پذیری ایجاد محیط حامی نوآوری و نوآوری پروری و کار گروهی می‌توانند به شکل‌گیری یا عدم شکل‌گیری فرهنگ نوآوری کمک کنند (روفی، کمارالزمان و یوسف^۵، ۲۰۱۶). این فرهنگ جهت‌گیری انعطاف‌پذیر، پذیرش و قبول انحراف از رویه‌های موجود و اجرای نوآوری را میسر می‌سازد (بونجر، کانلون و آستین^۶، ۱۹۹۶). در این مقاله فقط تمرکز بر فرهنگ نوآوری گرا است و سایر جنبه‌های فرهنگ سازمانی مانند، فرهنگ نتیجه‌گرا، فرهنگ گروه‌گرا و فرهنگ مراتب‌گرا برگرفته از مدل فرهنگ سازمانی کامرون و کوئین (۲۰۰۶) دنبال نخواهد شد.

فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک

حسابداری مدیریت استراتژیک دارای فن‌ها و سابقه طولانی مدت است (کانکو و بیمروان^۷، ۲۰۱۷). این فن‌ها یک تصویر کلی از عملیات شرکت را در اختیار می‌گذارد و به حسابداران و دیگر مدیران واحد تجاری اجازه می‌دهد که به سمت

1. Hofstede
2. Hellriegel
3. Mazur & Zaborek
4. Ismail, Meriam
5. Roffeei, Kamarulzaman & Yusop
6. Buenger, Conlon & Austin
7. Kaneko & Yimruan

چشم‌انداز بیرونی در مقابل دیدگاه درون‌گرا گرایش پیدا کنند (آکسویلو و آیکان^۱، ۲۰۱۳). برای مثال، حسابداری مدیریت استراتژیک، مدیریت، حسابداری و بازاریابی را در چارچوب مدیریت استراتژیک خود ترکیب می‌کند (فورن لافاتراچاکورن^۲، ۲۰۱۹). بنابراین، می‌توان ادعا کرد کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در فضای تجاری معاصر و بسیار رقابتی، در حال رشد است (پترا و سولاکووا^۳، ۲۰۲۰). همچنین، اطلاعات حسابداری مدیریت استراتژیک دارای جهت‌گیری بیرونی و آینده‌نگر است. این جهت‌گیری‌ها راهبردها را ارائه می‌دهند (الامری^۴، ۲۰۱۸).

استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت، در صنایع و سازمان‌ها و کسب‌وکارهای امروز ایران بسیار حیاتی است؛ زیرا در سال‌های اخیر تغییرات شگرفی در محیط داخلی و خارجی سازمان‌های صنعتی و تجاری رخ داده است. مدیران نیز پیش از پیش، به اهمیت نیروی انسانی و دارایی‌های نامشهود و فرهنگ سازمانی حاکم آگاهی یافته‌اند. وجود این پدیده‌ها باعث شده است که حسابداری مدیریت از حالت سنتی خارج شده و به بحث جدید حسابداری مدیریت استراتژیک ورود پیدا کند. در نتیجه، در شرایط امروز جهانی برای بقا و ایجاد درآمد و ارزش پایدار، لازم است که مدیران سازمان‌های کنونی، هرچه سریع‌تر با فن‌های جدید و نوآورانه حسابداری مدیریت استراتژیک آشنا شوند و به پیاده‌سازی آنها در سازمان‌های خود اقدام کنند (نمازی، ۱۳۹۱).

برای آنکه یک فن حسابداری مدیریت در ایجاد و ارزیابی استراتژیک سودمند باشد و به‌عنوان یک فن حسابداری مدیریت استراتژیک شناخته شود، باید دارای یکی از ویژگی‌های گرایش طولانی مدت و تمرکز خارجی یا هر دوی آنها باشد. بنابراین، برخی از مهمترین و پرکاربردترین فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک عبارت‌اند از: ۱. هزینه‌یابی استراتژیک (مدیریت هزینه استراتژیک)؛ ۲. فن‌های مبتنی بر فعالیت^۵؛ ۳. هزینه‌یابی طول عمر؛ ۴. هزینه‌یابی هدف؛ ۵. هزینه‌یابی کیفیت؛ ۶. مدیریت هزینه محیط زیست؛ ۷. ارزش افزوده اقتصادی؛ ۸. نظارت بر موقعیت رقیب؛ ۹. ارزیابی عملکرد رقیب؛ ۱۰. تحلیل زنجیره ارزش؛ ۱۱. ارزیابی متوازن؛ ۱۲. تحلیل سود بخشی مشتری (کادز و گیلدینگ، ۲۰۱۲). در مطالعات و پژوهش‌های تجربی تا به امروز (گیلدینگ، کراونس و تایلر^۶، ۲۰۰۰؛ کراونس و گیلدینگ^۷، ۲۰۰۱؛ کادز و گیلدینگ، ۲۰۱۲؛ سینکوینی و تنوچی^۸، ۲۰۱۰؛ ترنر، وای و حدیری، ۲۰۱۷؛ اوبوه و آجیبولاد^۹، ۲۰۱۷ و پاولاتوس و کوستاکیس^{۱۰}، ۲۰۱۸)، از معیارهایی برای جداسازی فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک از فن‌های سنتی حسابداری مدیریت استفاده شده است که عبارت‌اند از: الف) تمرکز بر محیط یا مفهوم خارجی سازمانی؛ ب) رویکرد بلند مدت یا آینده‌نگرانه؛ ج) تمرکز بر روی هر دو اطلاعات مالی و غیرمالی (رشید، علی و محبوب حسین^{۱۱}، ۲۰۲۰).

1. Aksoylu & Aykan
2. Phornlaphatrachakorn
3. Petera & Soljakova
4. Alamri
5. Activity-based Techniques (ABT)
6. Guilding, Cravens, Tayles
7. Cravens & Guilding
8. Cinquini & Tenucci
9. Oboh & Ajibolade
10. Pavlatos & Kostakis
11. Rashid, Mohobbot Ali & Mahboob Hossain

تأثیر فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک

به‌طور کلی فرهنگ نوآوری گرا به‌عنوان قواعد و ارزش‌های مشترکی بیان می‌شود که انتظاراتی را در مورد نگرش‌ها و رفتار مناسب اعضای گروه به وجود می‌آورد (اوریلی و چمن^۱، ۱۹۹۶). از این نظر، برخی پژوهشگران معتقدند فرهنگ نوآوری گرا نقش مهمی در کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک دارد (اکس و گریو، ۲۰۱۷؛ برد و همکاران، ۲۰۰۷؛ مارکوس و فیفر^۲، ۱۹۸۳). برای مثال، در برخی سازمان‌ها، قواعد و ارزش‌های مشترک منجر به فرهنگ نوآوری گرا می‌شود که همانا باعث ایجاد فرصت‌های جدید و افزایش قابل توجهی از ریسک‌پذیری می‌شود (اوریلی، ۱۹۹۱). چنین سازمان‌هایی ایده‌های جدید و فن‌های حسابداری و غیرحسابداری را به ندرت می‌پذیرند (برد و همکاران، ۲۰۱۸؛ گوپتا و سالتر، ۲۰۱۸). آن‌ها آمادگی بیشتری برای تجربه فن‌های جدید دارند و واکنش مثبتی به آن‌ها نشان می‌دهند و تمایل دارند در زمان، هزینه و دیگر منابع مورد نیاز برای اجرای آن‌ها، سرمایه‌گذاری کنند (برد و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین، به شرکت فرصت می‌دهند تا فرایند خلاقیت را به‌عنوان یک نوآوری و محرک یک ایده، انتخاب، اشاعه و استنباط و طرح ریزی کند. بنابراین، استفاده از این نوآوری‌ها در واقع بخشی مهمی از فرهنگ سازمانی را تشکیل می‌دهد (چن حال^۳، ۲۰۰۵). فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک چه به‌عنوان یک نوآوری مدرن و چه به‌عنوان ابزارهای پشتیبان تصمیم‌گیری در شرکت از عوامل فرهنگی هم در سطح ملی و هم در سطح سازمانی تأثیر می‌پذیرند و کارایی آن‌ها در محیط‌های فرهنگی مختلف متفاوت خواهد بود. از سوی دیگر، باید در نظر داشت فن‌های پشتیبان تصمیم‌گیری حسابداری مدیریت استراتژیک نیز بر فرهنگ سازمانی، پویایی و ایستایی آن و ارتباط آن با دیگر مؤلفه‌های تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارد (کریستیانو و اسکپنس^۴، ۲۰۱۱).

سازمان‌هایی که فرهنگ مناسب را برای نوآوری فراهم می‌کنند، از مزایای رقابتی آن بهره‌مند خواهند شد. برای نوآوری، سه مؤلفه محیط سازمانی لازم است: فرهنگ سازمانی، منابع و رویه‌های مدیریتی. در این مدل فرهنگ سازمانی تأثیری را بر انگیزش درونی افراد دارد که بر خلاقیت سازمانی اثرگذار بوده و پیش‌برنده نوآوری است. بنابراین، فرهنگ نوآوری گرا می‌تواند بر به‌کارگیری نوآوری‌های گوناگون از جمله نوآوری‌های حسابداری مدیریت استراتژیک تأثیرگذار باشد (آماییل^۵، ۱۹۹۶). افزون بر این، با پیشرفت فناوری در شرکت‌ها کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک ابزاری پیشرفته برای تصمیم‌گیری مدیران است. عوامل فرهنگی در سطح سازمانی بر نوآوری‌های حسابداری مدیریت استراتژیک تأثیر می‌گذارد و اثر بخشی و کارایی این نوآوری در محیط و بسترهای فرهنگی مختلف متفاوت است (نخعی، ۱۳۹۹). با توجه به این مطالب و همچنین، به‌منظور دستیابی به هدف پژوهش و بر اساس مبانی نظری پژوهش و پیشینه پژوهش مطرح شده، فرضیه پژوهش به شرح زیر تدوین شده است.

- فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک تأثیر مثبت دارد.

پیشینه تجربی

چانگراکسا^۱ (۲۰۰۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی و نوآوری‌های حسابداری با استفاده از مدل موژن در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تایلند پرداخت و به این نتیجه رسید، رابطه معناداری میان فرهنگ سازمانی و استفاده از نوآوری‌های حسابداری مدیریت نداشته است. ابراهمان و رملی^۲ (۲۰۱۶)، در پژوهشی در کشور مالزی نشان دادند به تدریج فرهنگ سازمانی، استراتژی تجاری و نوآوری‌ها تبدیل به مهمترین موضوعات استراتژیک شده است. بنابراین، آنان به بررسی فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، نوآوری و عملکرد در شرکت‌های کوچک و متوسط پرداختند. به این نتیجه رسیدند، فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و نوآوری از عوامل مؤثر بر عملکرد شرکت‌ها است. کریستین و جان^۳ (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی کاربرد نوآوری‌های حسابداری مدیریت و سازگاری فرهنگ سازمانی پرداختند و به این نتیجه رسیدند، فرهنگ سازمانی بر کنترل و جهت‌گیری درونی تأکید دارد و در سازمان‌ها نوآوری‌های حسابداری مدیریت به میزان کافی وجود داشته است. گاندهی و یونه^۴ (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی بهبود فرهنگ سازمانی در چهار ابعاد (گروه‌گرا، نتیجه‌گرا، نوآوری‌گرا و مراتب‌گرا) با به‌کارگیری سیستم حسابداری مدیریت پرداختند و به این نتیجه رسیدند، به‌کارگیری سیستم حسابداری مدیریت منجر به بهبود عملکرد مالی و غیرمالی سازمان شده است. برد و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بین چهار بُعد از مشخصات فرهنگ سازمانی (تیم‌گرایی، نوآوری‌گرا، نتیجه‌گرا و توجه به جزئیات) با استفاده از روش پیمایشی پرداختند و به این نتیجه رسیدند، فرهنگ نوآوری‌گرا با میزان استفاده از هر دو فن تجزیه‌وتحلیل هزینه فعالیت محیطی و هزینه‌یابی مبتنی بر فعالیت محیطی رابطه مثبت داشته است. حدید و السید (۲۰۲۱)، پژوهشی با هدف بررسی عوامل تعیین‌کننده حسابداری مدیریت استراتژیک و نقش حسابداران مدیریت در آن انجام دادند. در این پژوهش بطور همزمان نقش سه متغیر از جمله فرهنگ سازمانی بررسی شد. آنان با استفاده از داده‌های ۱۴۹ شرکت تولیدی در انگلستان و مدل معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی، به این نتیجه رسیدند، فرهنگ نوآوری‌گرا تأثیر مثبت غیرمستقیم و چشمگیری بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک دارد؛ اما تأثیر مستقیمی ندارد.

با وجود پژوهش‌های اندک خارجی در این زمینه، مرور پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد در داخل کشور نیز پژوهشی در خصوص تأثیر فرهنگ نوآوری‌گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک صورت نگرفته است، اما پژوهش‌هایی به‌صورت غیرمستقیم انجام شده است. در همین راستا، حاجیها و خراط زاده (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «رابطه فرهنگ سازمانی بر اساس ابعاد فرهنگی مدل موژن (۱۹۹۹) و کاربرد نوآوری‌های حسابداری مدیریت در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» به این نتیجه رسیدند، میان فرهنگ سازمانی شرکت‌هایی که نوآوری‌های حسابداری مدیریت را به‌کار گرفته‌اند و شرکت‌هایی که از این نوآوری‌ها به میزان کمتری استفاده کرده‌اند، تفاوت معناداری وجود داشته است. نخعی (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی رابطه میان فرهنگ سازمانی و دو فن از

1. Chongruksu
2. AbRahman & Ramlı
3. Creastian & Jan
4. Gandhi & yvonne

نوآوری‌های حسابداری مدیریت (هزینه‌یابی و مدیریت بر مبنای فعالیت) در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته است. نتایج نشان داد، میان فرهنگ سازمانی و نوآوری‌های حسابداری مدیریت رابطه معنادار و مستقیم وجود داشته است. احدیان، حجازی و علیفری (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با در نظر گرفتن سیستم‌های حسابداری مدیریت پرداختند. آنان به این نتیجه رسیدند، فرهنگ سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر سیستم حسابداری مدیریت شرکت داشته است. در ضمن، شرکت‌ها قبل از اجرای سیستم‌های حسابداری مدیریت باید در جهت بهبود ابعاد فرهنگ سازمانی که شامل فرهنگ‌های تیم‌گرا، نتیجه‌گرا، نوآوری‌گرا و سلسله‌مراتبی است، گام بردارند.

اگر چه مطالب بالا در خصوص نقش و ابعاد فرهنگ سازمانی و تأثیر آن بر فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، یافته‌های مهمی ارائه داده‌اند، اما به بررسی فرهنگ نوآوری گرا با استفاده از مدل ارائه شده توسط کامرون و کوئین (۲۰۰۶) و تأثیر آن بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک پرداخته‌اند. افزون بر این، در خصوص شاخص‌های مهم فرهنگ نوآوری گرا مانند، رقابت‌پذیری، عملگرایی در سازمان و بررسی همزمان ۱۲ فن از فن‌های پرکاربرد حسابداری مدیریت استراتژیک مطالعه نشده است. از ویژگی‌های مدل کامرون و کوئین (۲۰۰۶) این است که، در بیش از ده هزار سازمان از سال ۲۰۰۶ تاکنون پیاده‌سازی شده است و همچنین، یکی از بهترین مدل‌های ارزیابی تعاملات ارتباطی - فرهنگی سازمان با رویکرد سیاست‌گذارانه در میان بیش از ۱۵۰۰ مدل و رویکرد در بررسی سازمان است. بنابراین، هدف اصلی این مطالعه بررسی تأثیر فرهنگ نوآوری گرا با شاخص‌های مزبور بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک است.

روش‌شناسی پژوهش

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در اوایل فصل بهار ۱۴۰۰ طبق سایت رسمی (Ihadaf.com) ۴۷۰ شرکت بوده است. حجم نمونه مدیران بخش‌های حسابداری مدیریت شرکت‌های بورسی به تعداد ۴۷۰ شرکت برگرفته از سایت مذکور بوده است. از فرم افزار برای طراحی پرسش‌نامه‌ها استفاده شده است. پرسش‌نامه‌ها به صورت آنلاین ارسال و دریافت شد. به دلیل اینکه برخی از پرسش‌نامه‌ها ممکن است قابل استفاده نباشد، تعداد بیشتری پرسش‌نامه تهیه شد و در نهایت تعداد ۲۵۰ پرسش‌نامه برای مدیران بخش‌های حسابداری مدیریت شرکت‌های مزبور ارسال شد. از این تعداد، ۲۲۳ پرسش‌نامه دریافت شد که در نهایت، ۲۱۲ پرسش‌نامه قابل استفاده بود. با اینکه ۱۱ پرسش‌نامه غیرقابل استفاده بود؛ اما تأثیری در روند تحلیل داده‌ها و نتایج پژوهش ایجاد نکرد. برای نمونه‌گیری این پژوهش از فرمول کوکران (رابطه ۱) استفاده شده است.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right]} \quad \text{رابطه ۱}$$

در این رابطه، N حجم جامعه است؛ آماره p درصد توزیع صفت در جامعه، یعنی نسبت افرادی است که دارای صفت

مورد مطالعه هستند؛ آماره q نیز درصد افرادی را نشان می‌دهد که فاقد صفت مورد مطالعه هستند. به دلیل مشخص نبودن میزان p و q از حداکثر مقدار آنها یعنی $0/5$ استفاده شد. آماره $z = t$ است. بنابراین، در سطح خطای ۵ درصد مقدار z برابر $1/96$ و Z^2 برابر $3/8416$ است. مقدار d نیز تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه با میزان تخمین پژوهشگر برای وجود آن صفت در جامعه است. دقت نمونه‌گیری به این عامل بستگی دارد و به دلیل اینکه می‌خواستیم نمونه‌گیری دارای بیشترین دقت باشد از حداکثر مقدار d برابر ۵ درصد استفاده شد. مطابق فرمول فوق با سطح خطای ۵ درصد حداقل حجم نمونه ۲۱۲ می‌باشد.

از لحاظ هدف، پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌های کاربردی دسته بندی می‌شود. داده‌های پژوهش از طریق پرسش‌نامه با سؤال‌های عمومی و تخصصی گردآوری شده است. بخش اول پرسش‌نامه، سؤال‌های عمومی شامل ۶ پرسش در خصوص؛ جنسیت، پست سازمانی، سطح تحصیلات، گروه سنی، سوابق کاری و سطح مطالعه در حوزه فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک بوده است. بخش دوم شامل سؤال‌های تخصصی با ۵ پرسش در زمینه فرهنگ نوآوری‌گرا با استفاده از مدل کامرون و کوئین (۲۰۰۶) و بر اساس مبانی نظری پژوهشگران تهیه شده است. در این راستا از شاخص‌هایی مانند: اولویت و اهمیت به تجربه اجرایی، معتقد به ایجاد اختیار تصمیم‌گیری و قضاوت فردی در اجرای وظایف، توانمندی تشخیص و بهره‌مندی از فرصت‌ها، نوآوری و ریسک‌پذیری در ۷ گویه (از هیچ ارزشی ندارد با مقدار ۱ تا بسیار با ارزش با مقدار ۷) استفاده شده است. همچنین، با ۱۲ پرسش در زمینه کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، تأثیر فرهنگ نوآوری‌گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک سنجیده شده است. ۱۲ فن حسابداری مدیریت استراتژیک شامل، هزینه‌یابی استراتژیک (مدیریت هزینه استراتژیک)، فن‌های مبتنی بر فعالیت، هزینه‌یابی طول عمر، هزینه‌یابی هدف، هزینه‌یابی کیفیت، مدیریت هزینه محیط زیست، ارزش افزوده اقتصادی، نظارت بر موقعیت رقیب، ارزیابی عملکرد رقیب، تحلیل زنجیره ارزش، ارزیابی متوازن، تحلیل سودبخشی مشتری، که برای پاسخ‌های (گزینه‌های) ۱ تا ۳، مقدار ۰ (میزان و قصد پایین استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک) و برای گزینه‌های ۴ تا ۷، مقدار ۱ (میزان و قصد بیشتر استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک) لحاظ شده است. پس از آماده‌سازی داده‌ها در اکسل ۲۰۱۶، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، از روش دو مرحله‌ای هالاند^۱ (۱۹۹۹) برای مدل‌یابی به روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. در هر یک از این مراحل، از نسخه ۳ نرم‌افزار اس‌پی‌اس‌اس و نسخه ۲۳ نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس استفاده شده است.

پایایی از طریق آزمون، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و قابلیت اطمینان شاخص از طریق بارهای عاملی سنجیده شد. در پژوهش حاضر با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ پایایی بررسی شد و با یک مطالعه مقدماتی با توزیع ۳۰ پرسش‌نامه محاسبه شد. نتایج نشان داد که فرهنگ نوآوری‌گرا از پایایی خوبی برخوردار است. همچنین، سؤال‌های فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک از پایایی بسیار خوبی برخوردار است. همچنین، برای بررسی روایی مدل‌های اندازه‌گیری از دو روش روایی هم‌گرا^۲ و روایی واگرا^۳ استفاده شد.

1. Hulland
2. Convergent Validity
3. Discriminant Validity

متغیرها و نحوه محاسبه آنها

فرهنگ نوآوری گرا

برای سنجش فرهنگ نوآوری گرا به پیروی از روش برد و همکاران (۲۰۰۷ و ۲۰۰۴) و ژانگ، هوک و عیسی^۱ (۲۰۱۵) و همچنین حدید و السید (۲۰۲۱)، از شاخص‌هایی مانند، اولویت و اهمیت در تجربه اجرایی، معتقد به ایجاد اختیار تصمیم‌گیری و قضاوت فردی در اجرای وظایف، توانمندی تشخیص و بهره‌مندی از فرصت‌ها، نوآوری و ریسک‌پذیری، بر اساس مقیاس هفت درجه‌ای لیکرت، از هیچ ارزشی ندارد (مقدار ۱) تا بسیار با ارزش (مقدار ۷) استفاده شد.

فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک

برای سنجش کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، به پیروی از حدید و السید (۲۰۲۱)، برای گزینه‌های ۱ تا ۳، مقدار ۰ (میزان و قصد پایین استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک) و برای گزینه‌های ۴ تا ۷، مقدار ۱ (میزان و قصد بیشتر استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک) لحاظ شده است.

یافته‌های پژوهش

در این بخش، نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده از متغیرهای پژوهش ارائه شده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر حسب جمعیت شناختی

پست سازمانی			جنسیت				
سایر	معاون مالی	مدیر مالی	رئیس حسابداری	زن	مرد	موضوع	
۷۲	۱۳	۸۹	۳۸	۶۸	۱۴۴	فراوانی	
۳۴	۶/۱	۴۲	۱۷/۹	۳۲/۱	۶۷/۹	درصد	
گروه سنی			سطح تحصیلات				
بیش از ۳۵ سال	بین ۳۵ تا ۵۰ سال	زیر ۳۵ سال	دکتری	ارشد	کارشناسی	موضوع	
۱۹	۱۰۷	۸۶	۱۳	۱۲۵	۷۴	فراوانی	
۹	۵۰/۵	۴۰/۶	۶/۱	۵۹	۳۴/۹	درصد	
سطح مطالعه فن‌ها			سوابق کاری				
اندک	متوسط	بسیار	بیش از ۲۰ سال	بین ۱۶ تا ۲۰ سال	بین ۱۵ تا ۶ سال	کمتر از ۵ سال	موضوع
۷۴	۱۰۴	۳۴	۳۹	۴۸	۹۰	۳۵	فراوانی
۳۴/۹	۴۹/۱	۱۶	۱۸/۴	۲۲/۶	۴۲/۵	۱۶/۵	درصد

با توجه به جدول ۱، بیشترین فراوانی پاسخ‌گویان بر حسب جمعیت‌شناسی مربوط به مدیر مالی، سابقه کاری بین ۶ تا ۱۵ سال، مقطع کارشناسی ارشد و گروه سنی بین ۳۵ تا ۵۰ سال با سطح مطالعه متوسط فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و جنسیت مرد است.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخ به سؤال‌های تخصصی پاسخ‌گویان

مؤلفه	سؤالات	شاخص	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
فرهنگ فراوانی ۱۵	چه میزان سازمان خود را علاقه‌مند به رویکرد رقابت‌پذیری در سازمان می‌دانید؟	فراوانی	۳	۸	۲۰	۴۰	۴۶	۵۱	۴۴
		درصد	۱	۴	۹	۱۹	۲۲	۲۴	۲۱
	چه میزان سازمان خود را علاقه‌مند به روحیه تأمین منفعت شخصی در اجرای وظایف می‌دانید؟	فراوانی	۰	۲۵	۲۸	۴۱	۴۴	۴۲	۳۲
		درصد	۰	۱۲	۱۳	۱۹	۲۱	۲۰	۱۵
	چه میزان سازمان خود را علاقه‌مند به ایدئال‌گرایی در انجام وظایف می‌دانید؟	فراوانی	۴	۲۳	۲۵	۵۴	۴۵	۳۴	۲۷
		درصد	۲	۱۱	۱۲	۲۵	۲۱	۱۶	۱۳
	چه میزان سازمان خود را علاقه‌مند، دارای روحیه الزام به حصول نتیجه در اجرای وظایف می‌دانید؟	فراوانی	۷	۱۵	۲۹	۳۲	۳۵	۴۹	۴۵
		درصد	۳	۷	۱۴	۱۵	۱۷	۲۳	۲۱
	چه میزان سازمان خود را علاقه‌مند به عملگرایی در برخورد با مشکلات در حیطه سازمان می‌دانید؟	فراوانی	۸	۱۸	۳۲	۴۰	۵۳	۲۷	۳۴
	درصد	۴	۸	۱۵	۱۹	۲۵	۱۳	۱۶	
فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	مدیریت هزینه‌یابی استراتژیک	فراوانی	۷۹	۳۷	۴	۲۸	۳۳	۱۰	۲۱
		درصد	۳۷	۱۷	۲	۱۳	۱۶	۵	۱۰
	فن‌های مبتنی بر فعالیت	فراوانی	۸۰	۳۵	۴	۲۵	۴۰	۲۰	۷
		درصد	۳۸	۱۷	۲	۱۲	۱۹	۹	۳
	هزینه‌یابی طول عمر	فراوانی	۱۵	۱۴	۷	۳۲	۳۲	۷	۵
		درصد	۵۴	۷	۳	۱۵	۱۵	۳	۲
	هزینه‌یابی هدف	فراوانی	۷۵	۲۰	۳	۲۸	۵۵	۱۷	۱۴
		درصد	۳۵	۹	۱	۱۳	۲۶	۸	۷
	هزینه‌یابی کیفیت	فراوانی	۸۹	۱۳	۷	۳۴	۳۶	۲۰	۱۲
		درصد	۴۲	۶	۳	۱۶	۱۷	۹	۶
	مدیریت هزینه محیط زیست	فراوانی	۱۱۰	۱۴	۲	۴۰	۲۲	۹	۱۵
		درصد	۵۲	۷	۱	۱۹	۱۰	۴	۷
	ارزش افزوده اقتصادی	فراوانی	۶۴	۹	۳	۳۰	۵۴	۲۵	۲۷
		درصد	۳۰	۴	۱	۱۴	۲۵	۱۲	۱۳
	نظارت بر موقعیت رقیب	فراوانی	۸۸	۱۴	۳	۲۹	۴۱	۲۶	۱۱
		درصد	۴۲	۷	۱	۱۴	۱۹	۱۲	۵
	ارزیابی عملکرد رقیب	فراوانی	۸۶	۱۴	۲	۳۰	۴۵	۲۶	۹
		درصد	۴۱	۷	۱	۱۴	۲۱	۱۲	۴
	تحلیل زنجیره ارزش	فراوانی	۹۲	۱۵	۲	۳۵	۳۸	۲۰	۱۰
		درصد	۴۳	۷	۱	۱۷	۱۸	۹	۵
ارزیابی متوازن	فراوانی	۱۱۸	۲۰	۱	۳۳	۲۴	۹	۷	
	درصد	۵۶	۹	۰	۱۶	۱۱	۴	۳	
تحلیل سود بخشی مشتری	فراوانی	۸۷	۱۸	۵	۲۰	۴۲	۱۹	۲۱	
	درصد	۴۱	۸	۲	۹	۲۰	۹	۱۰	

در ادامه این بخش، سؤال‌های تخصصی مورد بررسی قرار گرفته است. سؤال‌ها در مقیاس ۷ گزینه‌ای لیکرت ارزیابی شده است که ۱ فاقد ارزش و ۷ نشان دهنده بیشترین ارزش بوده است. بیشترین فراوانی و درصد در هر سؤال، به‌صورت تیره نمایش داده شده است.

تحلیل الگوی بیرونی الگوی اندازه‌گیری

در جدول ۳ نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای گویه‌های پرسش‌نامه به تفکیک حوزه‌های قابل شناسایی و تصرف فرصت‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

جدول ۳. تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای پنهان

مؤلفه	گویه‌ها	بار عاملی	انحراف استاندارد	آماره t	p-value	AVE	CR
فرهنگ نوآوری گرا	a7	۰/۵۶۲	۰/۲۲۲	۲/۵۳۶	۰/۰۱۲	۰/۴۶۳	۰/۸۰۲
	a8	۰/۳۸۴	۰/۲۰۲	۱/۹	۰/۰۵۸		
	a9	۰/۸۳۶	۰/۱۸	۴/۶۴۸	۰/۰۰۰		
	a10	۰/۸۲۵	۰/۱۹۸	۴/۱۷۳	۰/۰۰۰		
	a11	۰/۶۸۸	۰/۱۸۵	۳/۷۲۷	۰/۰۰۰		
فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	a17	۰/۶۶۵	۰/۰۹۱	۷/۲۸۵	۰/۰۰۰	۰/۵۰۶	۰/۹۲۴
	a18	۰/۵۳۳	۰/۰۸۸	۶/۰۵۹	۰/۰۰۰		
	a19	۰/۷۱۳	۰/۰۷۵	۹/۴۸۸	۰/۰۰۰		
	a20	۰/۷۷۴	۰/۰۷۴	۱۰/۴۶۷	۰/۰۰۰		
	a21	۰/۷۶۴	۰/۰۷۵	۱۰/۱۳۲	۰/۰۰۰		
	a22	۰/۶۲۱	۰/۱۲۵	۴/۹۵۷	۰/۰۰۰		
	a23	۰/۷۱۵	۰/۱۰۶	۶/۷۶۴	۰/۰۰۰		
	a24	۰/۷۵۱	۰/۰۹۳	۸/۰۴۱	۰/۰۰۰		
	a25	۰/۷۵۵	۰/۰۹۱	۸/۳۳۱	۰/۰۰۰		
	a26	۰/۷۹۳	۰/۰۸	۹/۹۰۴	۰/۰۰۰		
	a27	۰/۶۹۲	۰/۱۰۲	۶/۷۷۵	۰/۰۰۰		
	a28	۰/۷۱۸	۰/۰۸۵	۸/۴۸۳	۰/۰۰۰		

جدول ۳ نتایج تحلیل عاملی گویه‌های پرسش‌نامه را نشان می‌دهد. گویه‌هایی که بارعاملی کمتر از ۰/۷ داشتند، از سازه مدنظر حذف شدند. بر این اساس، پس از حذف گویه ۸، واریانس استخراج شده و روایی مرکب تمام سازه‌های بررسی شد و تمامی گویه‌ها بار عاملی مطلوب داشتند و در سطح تشخیص ۰/۰۵، معنادار بودند.

آمار توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش

در جدول ۴، به بررسی توصیفی متغیرهای پژوهش و مؤلفه‌های مشمول در آن‌ها پرداخته شده است.

جدول ۴. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	میانه	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
فرهنگ نوآوری گرا	۴/۷۵۲	۴/۸۰۰	۱/۰۲۴	۲/۴۰۰	۶/۸۰۰
فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	۳/۰۶۲	۳/۲۵۰	۱/۴۶۰	۱/۰۰۰	۶/۵۸۳

با بررسی نتایج مندرج در جدول ۴، برخی از مفاهیم آمار توصیفی متغیرها شامل میانگین، انحراف معیار، کمترین و بیشترین نمایش داده شده است. آماره توصیفی نشان می‌دهد فرهنگ نوآوری گرا دارای میانگین ۴/۷۵۲ و میانه ۴/۸۰۰ است که اختلاف کم این دو شاخص نشان دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است. از جمله مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. هرچه میزان انحراف معیار یک توزیع آماری بیشتر باشد، نشان‌دهنده این است که این داده‌ها، دارای پراکندگی بیشتری هستند.

آمار استنباطی با فن حداقل مربعات جزئی

به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، از روش دو مرحله‌ای هالاند (۱۹۹۹) برای مدل یابی به روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. مرحله اول شامل تعیین مدل اندازه‌گیری از طریق برآورد روایی و پایایی است و مرحله دوم تعیین مدل ساختاری از طریق تحلیل شاخص‌های برازندگی، ضرایب تعیین و تحلیل مسیر است. در هر یک از این مراحل از نرم‌افزارهای اسپاس نسخه ۳ و اسمارت پی‌ال‌اس نسخه ۲۳ استفاده شده است.

بررسی سازگاری درونی الگو

برای اندازه‌گیری پایایی الگو در PLS از شاخص پایایی ترکیبی استفاده شده است. مقدار شاخص پایایی ترکیبی باید بیشتر از ۰/۷ باشد.

جدول ۵. نتایج پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان پژوهش

متغیر پنهان	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
فرهنگ نوآوری گرا	۰/۷۲۵	۰/۸۲۹
فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۹۱۲	۰/۹۲۴

طبق داده‌های جدول ۵، این ضرایب، همگی بیشتر از ۰/۷ است. بنابراین، سازگاری درونی الگو تأیید شده است.

بررسی اعتبار الگو

برای بررسی اعتبار (روایی) الگوهای اندازه‌گیری از دو روش اعتبار هم‌گرا و اعتبار واگرا (افتراقی) استفاده شده است. اعتبار هم‌گرا به این معناست که مجموعه شاخص‌ها، سازه اصلی را تبیین می‌کنند. حداقل واریانس استخراج شده معادل ۰/۵ بیانگر اعتبار هم‌گرای کافی است؛ به این معنا که یک متغیر مکنون می‌تواند به‌طور میانگین بیش از نیمی از پراکندگی شاخص‌ها را تبیین کند.

جدول ۶. نتایج متوسط واریانس استخراج شده متغیرهای پنهان پژوهش

متغیر پنهان	AVE
فرهنگ نوآوری گرا	۰/۵۵۵
فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۵۰۵

داده‌های جدول ۶ نشان می‌دهد که میزان اعتبار هم‌گرایی تمامی متغیرهای پنهان بیشتر از ۰/۵ است. بنابراین، اعتبار هم‌گرایی الگوی اندازه‌گیری تأیید شده است. اعتبار واگرا یا افتراقی، نسبتاً یک مفهوم تکمیل کننده است و در الگوسازی مسیری پی‌ال‌اس، دو معیار فورنل - لارکر و آزمون بارهای عرضی برای آن مطرح شده است. برای آزمون فورنل - لارکر باید، جذر واریانس استخراج شده را با هم‌بستگی بین متغیرهای مکنون مقایسه کرد و باید جذر واریانس استخراج شده برای هر متغیر مکنون از مقدار هم‌بستگی آن متغیر با دیگر متغیرها بیشتر باشد. اعداد روی قطر اصلی، جذر واریانس استخراج شده برای هر سازه را نشان می‌دهد (قنواتی، آذر و غلامزاده، ۱۳۹۱).

جدول ۷. هم‌بستگی سازه‌ها و جذر واریانس استخراج شده

متغیرها	۱	۲	۳
فرهنگ نوآوری گرا	۰/۷۴۵		
فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۲۰۱	۰/۷۱	
فرهنگ نتیجه گرا	۰/۴۸۴	۰/۲۲۲	۰/۷۲۲

همان‌گونه که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، در بررسی تمام متغیرها جذر واریانس استخراج شده هر متغیر از مقدار هم‌بستگی آن متغیر با دیگر متغیرها بیشتر است و می‌توان گفت روایی واگرایی الگوی اندازه‌گیری تأیید شده است.

تجزیه و تحلیل فرضیه پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پژوهش‌های پیشین، فرضیه پژوهش (فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک تأثیر مثبت دارد) بررسی می‌شود.

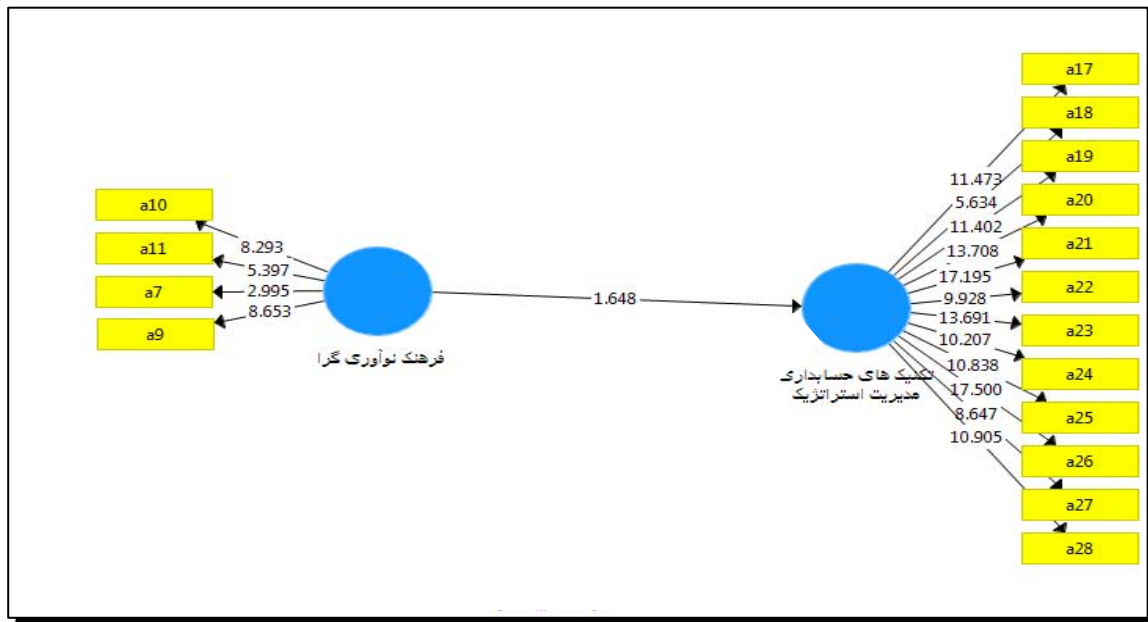
در بررسی تأثیر فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، بر اساس مدل ساختاری و طبق داده‌های جدول ۸، آماره t برای این ضریب برابر ۱/۶۴۸ محاسبه شده است و از سطح معناداری ۰/۰۵ در آزمون یک‌طرفه با مقدار t برابر ۱/۶۴۵ بیشتر است. بنابراین، این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است، به همین دلیل این فرضیه در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید است. به بیان دیگر، با افزایش فرهنگ نوآوری گرا، کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۸. ضریب مسیر و معناداری مرتبط با فرضیه

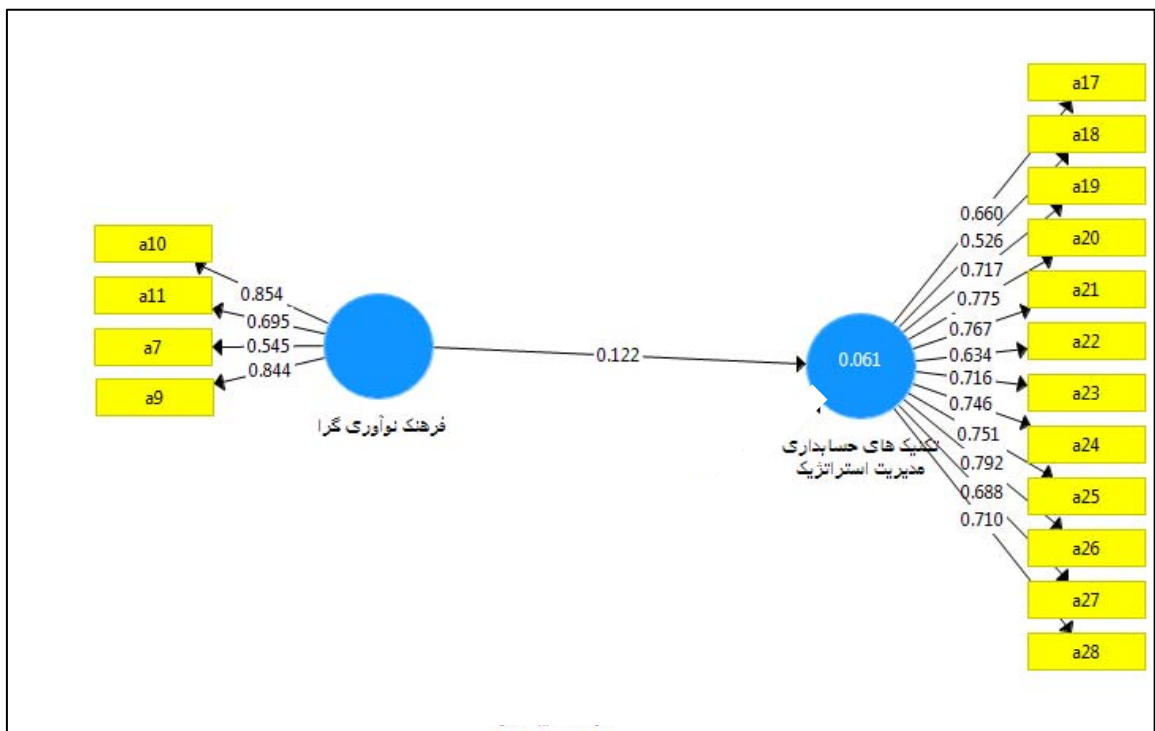
مسیر مستقیم	ضریب مسیر	انحراف معیار	آماره t	p	نتیجه
فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۱۲۲	۰/۰۷۴	۱/۶۴۸	۰/۱۰۰	تأیید

برازش الگوی ساختاری

در این قسمت به بررسی الگوی ساختاری پرداخته شده است. در واقع، مرحله دوم در رویه‌ها لاند بهره‌گیری از تحلیل مسیر، ضریب تعیین و شاخص‌های برازندگی الگو است. شکل‌های ۱ و ۲، الگوی معادلات ساختاری و نمودار مسیر الگو پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱. الگوی ساختاری اول به همراه ضرایب استاندارد شده



شکل ۲. الگوی ساختاری اول به همراه آماره‌های تی

برازش کلی الگوی معادلات ساختاری

برای محاسبه شاخص برازش کلی الگوی GOF به صورت میانگین هندسی R^2 و میانگین مقادیر اشتراکی به صورت دستی محاسبه شده است.

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2} \quad (\text{رابطه ۲})$$

مقدار ضریب شاخص نکویی برازش برای مدل ۰/۱۷۹ محاسبه شد که نشان دهنده برازش ضعیف مدل است. نتایج مسیره‌های مورد بررسی در مدل، در جدول ۹ ارائه شده است.

جدول ۹. نتایج بررسی مدل مفهومی بر اساس مدل ساختاری

مسیر	ضریب مسیر	انحراف معیار	آماره t	p
فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۱۲۲	۰/۰۷۴	۱/۶۴۸	۰/۱۰۰

ضریب تعیین این مدل نیز برابر ۰/۰۶۱ است، به این معنا که ۶/۱ درصد از تغییرات متغیر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک توسط متغیرهای برونزا در مدل بیان می‌شود و باقی مانده ناشی از عواملی است که در مدل در نظر گرفته نشده است. ضریب مسیر فرهنگ نوآوری گرا به کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک برابر ۰/۱۲۲ است، این ضریب معنادار است، زیرا مقدار آماره t برابر ۱/۶۴۸ به دست آمده است که بیشتر از مقدار بحرانی (۱/۶۴۵) است.

آزمون فرضیه پژوهش به تفکیک ویژگی گروه‌های پاسخ‌دهنده

در این بخش، فرضیه پژوهش، به تفکیک ویژگی گروه‌های پاسخ‌دهنده آزمون می‌شود و بر اساس نتایج، در خصوص پذیرش یا عدم پذیرش فرضیه تصمیم‌گیری خواهد شد. مدل مورد بررسی به تفکیک گروه جنسیتی، گروه تحصیلی، گروه‌های سطح مطالعه، سابقه کاری، پست‌های سازمانی و گروه‌های سنی، آزمون شد و نتایج معناداری مسیرها در هر گروه در جدول ۱۰ ارائه شده است.

جدول ۱۰. خلاصه نتایج آزمون مدل در گروه‌های مختلف

گروه	مسیر	ضریب مسیر	انحراف معیار	آماره t	سطح معنادار
کل	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۱۲۲	۰/۰۷۸	۱/۵۶۳	۰/۱۱۹
آزمون مدل در گروه‌های جنسیت					
مرد	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۲۳	۰/۰۸۷	۲/۶۳۶	۰/۰۰۹
زن	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۱۳	۰/۲۱۹	۰/۵۹۳	۰/۵۵۳
آزمون مدل در گروه‌های تحصیلی					
لیسانس	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۱۳۱	۰/۲۰۳	۰/۶۴۵	۰/۵۱۹
ارشد	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۰۸۳	۰/۱۲۳	۰/۶۷۵	۰/۵
دکتری	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۱/۲	۰/۴۵۳	۲/۶۵۳	۰/۰۰۸

گروه	مسیر	ضریب مسیر	انحراف معیار	آماره t	سطح معنادار
آزمون مدل در گروه‌های مطالعه					
بسیار	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۳۲۹	۰/۲۲۹	۱/۴۳۸	۰/۱۵۱
متوسط	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۱۸۸	۰/۲۱۵	۰/۸۷۴	۰/۳۸۲
اندک	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۰۷۶	۰/۱۶۸	۰/۴۵۱	۰/۶۵۲
آزمون مدل در گروه‌های سابقه کار					
کمتر از ۵ سال	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۴۷۲	۰/۲۷۴	۱/۷۲۲	۰/۰۸۶
بین ۶ تا ۱۵ سال	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۲۲۷	۰/۲۹۷	۰/۷۶۴	۰/۴۴۵
بین ۱۶ تا ۲۰ سال	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۲۴	۰/۳۳۵	۰/۷۱۶	۰/۴۷۴
بیش از ۲۰ سال	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۳۱۴	۰/۳۰۳	۱/۰۳۶	۰/۳۰۱
آزمون مدل در گروه‌های پست سازمانی					
رئیس حسابداری مدیریت	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۲۸۵	۰/۳۵۳	۰/۸۰۹	۰/۴۱۹
مدیر مالی	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۳۴۷	۰/۲۵۵	۰/۹۷۱	۰/۳۳۲
معاون مالی	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۲۷۱-	۰/۳۵۴	۰/۷۶۵	۰/۴۴۵
سایر	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۲۲۹	۰/۱۸۸	۱/۲۲۱	۰/۲۲۲
آزمون مدل در گروه‌های سنی					
زیر ۳۵ سال	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۲۶۲	۰/۲۶۲	۰/۹۹۹	۰/۳۱۸
بین ۳۵ تا ۵۰ سال	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۱۳۳	۰/۱۴۶	۰/۹۱۴	۰/۳۶۱
بیش از ۵۰ سال	فرهنگ نوآوری گرا ← فن‌های حسابداری	۰/۳۷-	۰/۳۹۸	۰/۹۳۱	۰/۳۵۲

نتایج بررسی تأثیر فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک نشان داد، این مسیر در کل نمونه معنادار بوده است. این یافته نشان می‌دهد، با افزایش فرهنگ نوآوری گرا، استفاده از کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک نیز افزایش یافته است. همانطور که ملاحظه می‌شود نتایج بررسی داده‌های دیگر گروه‌ها هم‌سو با نتایج آزمون کل نمونه بوده است.

مقایسه زوجی نتایج پژوهش در گروه‌های جنسیتی

به‌منظور مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش در دو گروه جنسیتی، ابتدا شاخص‌های توزیع شامل کشیدگی و چولگی برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها محاسبه می‌شود؛ سپس آزمون مناسب پارامتری یا ناپارامتری انتخاب می‌شود.

جدول ۱۱. بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش به تفکیک گروه‌های جنسیت

متغیر	ضریب چولگی		ضریب کشیدگی	
	مرد	زن	مرد	زن
فرهنگ نوآوری گرا	۰/۲۸۱	-۰/۳۳۹	-۰/۷۸۹	-۰/۲۳۴
کاربرد فن‌های حسابداری استراتژیک	۰/۰۲۶	۰/۴۲۰	-۱/۱۳۲	-۱/۰۷۵

مطابق جدول ۱۱، مقدار چولگی مشاهده شده برای متغیرها، در بازه (۲، -۲) قرار دارد. یعنی از لحاظ کجی، متغیرهای پژوهش نرمال بوده و توزیع آن متقارن است. مقدار کشیدگی متغیرها نیز در بازه (۱۰، -۱۰) قرار دارد (کلین، ۲۰۱۱). این موضوع نشان می‌دهد که تمامی توزیع متغیرها از کشیدگی نرمال برخوردارند. با توجه به نرمال بودن متغیرهای مورد بررسی در گروه‌های جنسیت، می‌توان از آزمون پارامتری t برای مقایسه میانگین این متغیرها در دو گروه مردان و زنان استفاده کرد که نتایج این مقایسه در جدول ۱۲ ارائه شده است.

جدول ۱۲. نتایج مقایسه میانگین متغیرها در دو گروه جنسیتی با آزمون t

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار		آزمون تی	
				آماره آزمون	p-value	درجه آزادی	p-value
فرهنگ نوآوری گرا	مرد	۱۴۴	۴/۷۱	۰/۹۷	۰/۳۵۲	-۰/۹۲۹	۲۱۰
	زن	۶۸	۴/۸۵	۱/۱۳			
کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	مرد	۱۴۴	۳/۱۶	۱/۵۰	۰/۲۵۱	۱/۳۷۸	۲۱۰
	زن	۶۸	۲/۸۶	۱/۳۷			

در آزمون تی دو نمونه مستقل، لازم است ابتدا برابری واریانس گروه‌ها مورد بررسی قرار گیرد و اگر واریانس‌ها برابر بود، از آماره آزمون تی با فرض برابری واریانس‌ها استفاده شود. در غیراین صورت، از آماره آزمون تی با فرض نابرابری واریانس‌ها استفاده می‌شود. در جدول ۱۲ نتایج آزمون لون نیز ارائه شده است که برابری واریانس‌ها را بررسی می‌کند. با توجه به نتایج حاصل، از آماره آزمون تی با فرض برابری واریانس‌ها استفاده شده است.

مقایسه زوجی نتایج پژوهش در گروه‌های سنی

به منظور مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش در دو گروه سنی، ابتدا شاخص‌های توزیع شامل کشیدگی و چولگی محاسبه شده است، تا نرمال بودن توزیع متغیرها مشخص شود. سپس، آزمون مناسب پارامتری یا ناپارامتری انتخاب شده است.

جدول ۱۳. بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش به تفکیک گروه‌های سنی

متغیر	ضریب چولگی			ضریب کشیدگی		
	زیر ۳۵ سال	بین ۳۵ تا ۵۰ سال	بیش از ۵۰ سال	زیر ۳۵ سال	بین ۳۵ تا ۵۰ سال	بیش از ۵۰ سال
فرهنگ نوآوری گرا	-۰/۱۱۸	۰/۰۹۱	-۰/۴۱۳	-۰/۳۳۵	-۰/۶۶۴	-۱/۱۲۷
کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۴۳۶	۰/۱۶۵	-۱/۶۴۹	-۱/۲۰۶	-۰/۹۴۲	۵/۳۹۴

مقادیر کمتر از ۲ برای قدر مطلق ضریب چولگی و مقادیر قدر مطلق کمتر از ۱۰ برای ضرایب کشیدگی به لحاظ نرمال بودن متغیرها قابل قبول هستند (کلین، ۲۰۱۱). همان‌طور که در جدول ۱۳ ملاحظه می‌شود، برای همگی

متغیرهای پژوهش، مقادیر ضرایب کشیدگی و ضرایب چولگی در محدوده مزبور قرار دارد؛ بنابراین نرمال بودن آن‌ها مورد تأیید قرار می‌گیرد. باتوجه به نرمال بودن متغیرهای مورد بررسی در گروه‌های سنی، می‌توان از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه برای مقایسه میانگین این متغیرها در سه گروه سنی استفاده کرد. نتایج این بررسی در جدول ۱۴ ارائه شده است.

جدول ۱۴. نتایج مقایسه میانگین متغیر بین گروه‌های سنی با استفاده از آنالیز واریانس یک طرفه

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آماره آزمون	درجه آزادی	p-value
فرهنگ نوآوری‌گرا	زیر ۳۵ سال	۸۶	۴/۵۶	۰/۹۴	۵/۷۹۵	(۲۰۲۰۹)	۰/۰۰۴
	بین ۳۵ تا ۵۰ سال	۱۰۷	۴/۷۹	۱/۰۲			
	بیش از ۵۰ سال	۱۹	۵/۴۱	۱/۱۳			
کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	زیر ۳۵ سال	۸۶	۲/۵۹	۱/۳۲	۱۵/۰۲۹	(۲۰۲۰۹)	۰/۰۰۰
	بین ۳۵ تا ۵۰ سال	۱۰۷	۳/۱۹	۱/۴۹			
	بیش از ۵۰ سال	۱۹	۴/۴۴	۰/۷۶			

اعتقاد به تأثیر فرهنگ نوآوری‌گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، در گروه‌های سنی متفاوت بوده است، برای بررسی دوبه‌دوی این گروه‌ها از آزمون‌های تعقیبی استفاده شده است.

جدول ۱۵. نتایج مقایسه میانگین زوجی در بین گروه‌های سنی با استفاده از آزمون توکی

متغیر	گروه مبنا	گروه مورد مقایسه	تفاوت میانگین‌ها	خطای معیار	p-value
فرهنگ نوآوری‌گرا	زیر ۳۵ سال	بین ۳۵ تا ۵۰ سال	-۰/۲۳۳	۰/۱۴۵	۰/۲۴۷
		بیش از ۵۰ سال	-۰/۸۵۲	۰/۲۵۴	۰/۰۰۳
	بین ۳۵ تا ۵۰ سال	زیر ۳۵ سال	۰/۲۳۳	۰/۱۴۵	۰/۲۴۷
		بیش از ۵۰ سال	-۰*۶۱۹۸۷	۰/۳۴۹	۰/۰۳۶
	بیش از ۵۰ سال	زیر ۳۵ سال	*۰*۸۵۲۳۹	۰/۲۵۴	۰/۰۰۳
		بین ۳۵ تا ۵۰ سال	*۰*۶۱۹۸۷	۰/۳۴۹	۰/۰۳۶
کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	زیر ۳۵ سال	بین ۳۵ تا ۵۰ سال	-۰*۶۰۰۷۸	۰/۱۹۹	۰/۰۰۸
		بیش از ۵۰ سال	-۱/۸۴۱۰۲*	۰/۳۴۸	۰/۰۰۰
	بین ۳۵ تا ۵۰ سال	زیر ۳۵ سال	*۰*۶۰۰۷۸	۰/۱۹۹	۰/۰۰۸
		بیش از ۵۰ سال	-۱/۲۴۰۲۳*	۰/۳۴۱	۰/۰۰۱
	بیش از ۵۰ سال	زیر ۳۵ سال	*۱/۸۴۱۰۲*	۰/۳۴۸	۰/۰۰۰
		بین ۳۵ تا ۵۰ سال	*۱/۲۴۰۲۳*	۰/۳۴۱	۰/۰۰۱

نتایج مندرج در جدول ۱۵، نشان داد که با افزایش سن، اعتقاد به تأثیر فرهنگ نوآوری‌گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک افزایش می‌یابد، به طوری که افراد دارای بیش از ۵۰ سال سن نسبت به دیگران، اعتقاد

بیشتری به تأثیر فرهنگ نوآوری گرا دارند. همچنین، استفاده از کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در گروه بیش از ۵۰ سال به‌طور معناداری بیش از دو گروه دیگر است و با افزایش سن، استفاده از این فن‌ها افزایش یافته است و تفاوت معنادار بین دویه‌دوی گروه‌ها نیز وجود داشته است.

مقایسه زوجی نتایج پژوهش در گروه‌های پست سازمانی

به‌منظور مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش در دو گروه پست سازمانی، ابتدا شاخص‌های توزیع شامل کشیدگی و چولگی محاسبه می‌شود تا نرمال بودن توزیع متغیرها مشخص شود. سپس، آزمون مناسب پارامتری یا ناپارامتری انتخاب می‌شود.

جدول ۱۶. بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش به تفکیک گروه‌های سن

ضریب کشیدگی				ضریب چولگی				متغیر
سایر	معاون مالی	مدیر مالی	رئیس حسابداری مدیریت	سایر	معاون مالی	مدیر مالی	رئیس حسابداری مدیریت	
-۰/۳۱۸	۰/۰۸۴	-۰/۷۲۸	-۰/۱۳۴	۰/۰۹۹	-۰/۳۶۲	۰/۱۳۶	۰/۱۱۴	فرهنگ نوآوری گرا
-۱/۲۱۰	-۱/۲۱۸	-۱/۲۷۲	-۱/۳۸۶	۰/۲۶۶	-۰/۲۷۵	-۰/۲۰۶	۰/۴۴۱	کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک

مقادیر کمتر از ۲ برای قدر مطلق ضریب چولگی و مقادیر قدر مطلق کمتر از ۱۰ برای ضرایب کشیدگی به لحاظ نرمال بودن متغیرها قابل قبول هستند. همان‌طور که در جدول ۱۶ ملاحظه می‌شود، برای همگی متغیرهای پژوهش، مقادیر ضرایب کشیدگی و ضرایب چولگی در محدوده مزبور قرار دارد. بنابراین نرمال بودن آن‌ها مورد تأیید قرار می‌گیرد. باتوجه به نرمال بودن متغیرهای مورد بررسی در گروه‌های سنی، می‌توان از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه برای مقایسه میانگین این متغیرها در سه گروه پست سازمانی استفاده کرد. نتایج این بررسی در جدول ۱۷ ارائه شده است.

جدول ۱۷. نتایج مقایسه میانگین متغیر بین گروه‌های پست سازمانی با استفاده از آنالیز واریانس یک طرفه

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آماره آزمون	درجه آزادی	p-value
فرهنگ نوآوری گرا	رئیس حسابداری مدیریت	۳۸	۴/۸۳	۰/۸۸	۶/۴۰۲	(۳ و ۲۰۸)	۰/۰۰۰
	مدیر مالی	۸۹	۴/۷۴	۱/۰۴			
	معاون مالی	۱۳	۵/۸۳	۰/۷۰			
	سایر	۷۲	۴/۵۴	۱/۰۱			
کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	رئیس حسابداری مدیریت	۳۸	۲/۴۷	۱/۳۶	۵/۱۰۹	(۳ و ۲۰۸)	۰/۰۰۲
	مدیر مالی	۸۹	۳/۱۱	۱/۳۴			
	معاون مالی	۱۳	۴/۲۲	۱/۷۱			
	سایر	۷۲	۳/۱۰	۱/۴۸			

با توجه به نتایج آنالیز واریانس یک‌طرفه ملاحظه می‌شود که p-value آزمون برای هر سه متغیر کمتر از ۰/۰۵ است. این موضوع نشان می‌دهد نظرات در گروه‌های پست سازمانی درباره میزان تأثیر فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، متفاوت است، برای بررسی دو به دوی این گروه‌ها از آزمون‌های تعقیبی استفاده شده است.

جدول ۱۸. نتایج مقایسه میانگین زوجی در بین گروه‌های پست سازمانی با استفاده از آزمون توکی

متغیر	گروه مبنا	گروه مورد مقایسه	تفاوت میانگین‌ها	خطای معیار	p-value
فرهنگ نوآوری گرا	رئیس حسابداری مدیریت	مدیرمالی	۰/۰۸۹۲	۰/۱۹۱۳	۰/۹۶۶
		معاون مالی	-۱/۰۰۴۴۵*	۰/۳۱۷۲	-۰/۱۰
		سایر	۰/۲۹۰۲	۰/۱۹۷۹	-۰/۴۶۰
	مدیرمالی	رئیس حسابداری مدیریت	-۰/۰۸۹۲	۰/۱۹۱۳	۰/۹۶۶
		معاون مالی	-۱/۰۹۳۶۹*	۰/۲۹۳۱	-۰/۰۰۱
		سایر	۰/۲۰۱۰	۰/۱۵۶۵	-۰/۵۷۴
	معاون مالی	رئیس حسابداری مدیریت	۱/۰۰۴۴۵*	۰/۳۱۷۲	-۰/۱۰
		مدیرمالی	۱/۰۹۳۶۹*	۰/۲۹۳۱	-۰/۰۰۱
		سایر	۱/۲۹۴۶۶*	۰/۲۹۷۵	-۰/۰۰۰
	سایر	رئیس حسابداری مدیریت	-۰/۲۹۰۲	۰/۱۹۷۹	۰/۴۶۰
		مدیرمالی	-۰/۲۰۱۰	۰/۱۵۶۵	-۰/۵۷۴
		معاون مالی	-۱/۲۹۴۶۶*	۰/۲۹۷۵	-۰/۰۰۰
استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	رئیس حسابداری مدیریت	مدیرمالی	-۰/۶۳۸۰	۰/۲۷۵۰	-۰/۰۹۷
		معاون مالی	-۱/۷۴۴۲۶*	۰/۴۵۵۹	-۰/۰۰۱
		سایر	-۰/۶۲۹۳	۰/۲۸۴۵	-۰/۱۲۳
	مدیرمالی	رئیس حسابداری مدیریت	۰/۶۳۸۰	۰/۲۷۵۰	-۰/۰۹۷
		معاون مالی	-۱/۰۶۲۷*	۰/۴۲۱۳	-۰/۰۴۶
		سایر	۰/۰۰۸۷	۰/۲۲۴۹	۱/۰۰۰
	معاون مالی	رئیس حسابداری مدیریت	۱/۷۴۴۲۶*	۰/۴۵۵۹	-۰/۰۰۱
		مدیرمالی	۱/۰۶۲۷*	۰/۴۲۱۳	-۰/۰۴۶
		سایر	۱/۱۱۴۹۴*	۰/۴۲۷۶	-۰/۰۴۸
	سایر	رئیس حسابداری مدیریت	۰/۶۲۹۳	۰/۲۸۴۵	-۰/۱۲۳
		مدیرمالی	-۰/۰۰۸۷	۰/۲۲۴۹	۱/۰۰۰
		معاون مالی	-۱/۱۱۴۹۴*	۰/۴۲۷۶	-۰/۰۴۸

نتایج مندرج در جدول ۱۸ نشان می‌دهد که افراد در پست معاون مالی، به‌طور معناداری نسبت به دیگر پست‌های سازمانی، به تأثیر فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک اعتقاد بیشتری داشته‌اند. همچنین،

میزان استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در گروه بیش از ۵۰ سال به‌طور معناداری بیش از دو گروه دیگر بوده است. به بیانی دیگر، با افزایش سن، استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک افزایش یافته است و تفاوت معنادار بین دویه‌دوی گروه‌ها وجود داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

در عصر حاضر، فرهنگ سازمانی یکی از عوامل مهم و مؤثر در بهره‌وری، رشد و شکوفایی استعدادها و به کارگیری توانمندی منابع انسانی سازمان است. اهمیت فرهنگ سازمانی از آنجا ناشی می‌شود که در حال حاضر، مدیران، بیش از پیش، به اهمیت شناخت فرهنگ سازمانی به‌منظور کسب مزیت رقابتی از دیگر سازمان‌ها پی برده‌اند. همچنین، فرهنگ نوآوری گرا، به‌عنوان توسعه‌ی مستمر تولید و کاربرد ایده‌های جدید، در تمام قسمت‌های سازمان به شمار می‌رود.

یکی از اصلی‌ترین نقش‌های حسابداری مدیریت استراتژیک سنجش و ارزیابی عملکرد است که مجموعه‌ای از فن‌ها و ابزارهای مالی و غیرمالی را برای اندازه‌گیری و ارزیابی عملکرد استفاده می‌کند. طرفداران حسابداری مدیریت استراتژیک یک یا چند جهت‌گیری معین برای واجد شرایط بودن به‌عنوان فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، مشخص کردند، تمرکز بر عوامل محیطی (بازاریابی / خارجی)، تمرکز بر رقبا، گرایش بلند مدت و رویکرد آینده‌نگر است. در فرضیه پژوهش حاضر، به بررسی تأثیر مثبت فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار ایران پرداخته شده است. به‌منظور بررسی و آزمون این فرضیه، بر اساس مدل ساختاری و مطابق ضریب مسیر و معناداری مرتبط با این فرضیه، آماره t برای این ضریب برابر $1/648$ است، و از سطح معناداری $0/05$ در آزمون یک طرفه با مقدار t برابر $1/645$ بیشتر بوده است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای $0/05$ معنادار است، به همین دلیل، فرضیه پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید شده است. به بیانی دیگر، به نظر اعضای نمونه فرهنگ نوآوری گرا بر افزایش کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک تأثیری مثبت و معنادار دارد. تأثیر مثبت و معنادار فرهنگ نوآوری گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، از دیدگاه آزمودنی‌ها، تا حدودی موافق و هم‌سو با نتایج پژوهش‌های پیشین از قبیل (حدید و السید، ۲۰۲۱؛ حاجیها و خراط زاده، ۱۳۹۳ و چانگراکسا، ۲۰۰۹) بوده است.

برخی پژوهشگران معتقدند فرهنگ نوآوری گرا نقش مهمی در کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک دارد (اکس و گریو، ۲۰۱۷؛ مارکس و فیفر، ۱۹۸۳). برای مثال، در برخی سازمان‌ها، قواعد و ارزش‌های مشترک منجر به فرهنگ نوآوری گرا می‌شود که همانا باعث ایجاد فرصت‌های جدید و افزایش قابل توجهی از ریسک‌پذیری می‌شود (اوریلی، ۱۹۹۱). چنین سازمان‌هایی ایده‌های جدید و فن‌های حسابداری و غیرحسابداری را به ندرت می‌پذیرند (برد، ۲۰۱۸؛ گوپتا و سالتر، ۲۰۱۸). آنان آمادگی بیشتری برای تجربه فن‌های جدید دارند و واکنش مثبتی به آن‌ها نشان می‌دهند و تمایل دارند در زمان، هزینه و دیگر منابع مورد نیاز برای اجرای آن‌ها، سرمایه‌گذاری کنند (برد و همکاران، ۲۰۱۸). فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک چه به‌عنوان یک نوآوری مدرن و چه به‌عنوان ابزارهای پشتیبان تصمیم‌گیری در شرکت از عوامل فرهنگی هم در سطح ملی و هم در سطح سازمانی تأثیر می‌پذیرند و کارایی آن‌ها در

محیط‌های فرهنگی مختلف متفاوت خواهد بود. از سوی دیگر، باید در نظر داشت فن‌های پشتیبان تصمیم‌گیری حسابداری مدیریت استراتژیک نیز بر فرهنگ سازمانی، پویایی و ایستایی آن و ارتباط آن با دیگر مؤلفه‌های تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارد (کریستیانو و اسکینس، ۲۰۱۱).

با توجه به یافته‌های این پژوهش، به مدیران پیشنهاد می‌شود، برخی از مؤلفه‌های فرهنگ نوآوری‌گرا که در ترکیب با یکدیگر، در مجموع می‌توانند انعکاسی از ارزش‌های اساسی یک سازمان، مانند رویکرد تجربه‌گرایی، رویکرد ایجاد اختیار تصمیم‌گیری و قضاوت فردی، رویکرد نحوه شناسایی فرصت‌های جذاب، رویکرد نوآوری‌گرایی در سازمان و رویکرد مدیریت ریسک بر اساس تجربیات قبلی، را اصلاح و تقویت نمایند، زیرا این موضوع، افزون بر ایجاد مزایای متعدد برای سازمان باعث به‌کارگیری فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در سازمان خواهد شد.

به نظر پژوهشگران، هنوز موضوعات مختلفی در این زمینه وجود دارد که برای انجام پژوهش در آینده می‌تواند حائز اهمیت باشد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود به‌منظور استفاده هر چه بیشتر از نتایج پژوهش و نیز کمک به بررسی بهتر پیامدهای تأثیر فرهنگ نوآوری‌گرا بر کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، به‌دلیل عدم بررسی تأثیر متغیرهای میانجی از قبیل اندازه شرکت، تنوع محصول، بی‌ثباتی محیطی، رقابت و ... در این پژوهش، توصیه می‌شود. تأثیر متغیرهای مزبور بر فرهنگ سازمانی و کاربرد فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک مورد مطالعه قرار گیرد. همچنین با توجه به اهمیت کاربردی و روزافزون فرهنگ سازمانی، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، تأثیر فرهنگ سازمانی بر روی موارد رفتاری در حسابداری مدیریت استراتژیک بررسی شود.

مانند دیگر پژوهش‌ها، پژوهش حاضر نیز دارای محدودیت از جمله عدم میل و رغبت و همکاری مناسب مدیران قسمت‌های حسابداری مدیریت شرکت‌ها در پاسخ‌دهی به پرسش‌نامه، به‌دلیل مشغله شغلی فراوان و همچنین، عدم برگشت‌پذیری کامل پرسش‌نامه‌های توزیع شده از جانب مدیران بود.

منابع

- احدیان پور پروین، دنیا؛ حجازی فرهمند، ندا و علیفری، ملیحه (۱۳۹۹). تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد شرکت با میانجیگری سیستم‌های حسابداری مدیریت. *مجله مدیریت فرهنگی*، ۱۳(۴۸)، ۱۱۵-۱۲۹.
- حاجیه‌ها، زهره؛ خراط زاده، محدثه (۱۳۹۳). رابطه فرهنگ سازمانی و کاربرد نوآوری‌های حسابداری مدیریت در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت*، ۷(۱)، ۳۵-۴۸.
- فخاری، حسن؛ محمدی، جواد (۱۳۹۵). تأثیر فرهنگ سازمانی بر کیفیت افشای اطلاعات (به‌موقع بودن و قابلیت اتکا). *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۳(۳)، ۳۹۳-۴۱۴.
- قنواتی، مهدی؛ آذر، عادل و غلامزاده، رسول (۱۳۹۱). *مدل‌سازی مسیری - ساختاری در مدیریت: کاربرد نرم افزار اسمارت پی ال اس*، تهران: انتشارات نگاه دانش.
- مرادی آیدیشه، شعبان؛ وثوقی نیری، عبدالله؛ امیرمحسنی، شاپور و قزوینی، احمد (۱۳۹۱). تبیین و ارائه الگوی جامع فرهنگ نوآوری. *فصلنامه مطالعات منابع انسانی*، ۲(۱)، ۱-۲۶.

- ملانظری، مهناز؛ ابوحمز، مینا و میرزایی عبا، محمد مهدی (۱۳۹۵). فرهنگ سازمانی و تمکین مالیاتی شرکتی (مطالعه موردی: اداره کل امور مالیاتی مؤدیان بزرگ). *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۳(۱)، ۱-۱۸.
- نخعی، کریم (۱۳۹۹). تأثیر نوآوری‌های حسابداری مدیریت بر فرهنگ سازمانی. *فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۴(۴۵)، ۱۱۰-۱۲۰.
- نمازی، محمد؛ مقیمی، فاطمه (۱۳۹۷). تأثیر نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌ها در صنایع مختلف. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۲۵(۲۲)، ۲۸۹-۳۱۰.
- نمازی، محمد (۱۳۹۶). *حسابداری مدیریت استراتژیک از تئوری تا عمل*. دانشگاه صنعتی مالک اشتر، مرکز پژوهش سامانه‌های یکپارچه و نظام‌های اطلاعاتی مالی امام حسن مجتبی(ع).

References

- AbRahman Nor, A. & Ramli, A. (2016). Entrepreneurial Orientation, Strategic Management Accounting Practices, Innovation, and Firm Performance: Craft Industry Perspective, *Proceedings of the ASEAN Entrepreneurship Conference*, 179-191.
- Abu-Jarad, I.Y., Yusof, N. A. & Nikbin, D. (2010). A Review Paper on Organizational Culture and Organizational Performance, *International Journal of Business and Social Science*, 1(3), 26-46.
- Ahadian Pourparvin, D., Hejazi Farahmand, N. & Alifari, M. (2020). The effect of organizational culture on company performance through the management of management accounting systems, *Journal of Cultural Management*, 13(48), 115-129. (in Persian)
- Ahme, A. (2010). Fifty Two Tools of Management Accounting. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract-1654466>.
- Aksoylu, S. & Aykan, E. (2013). Effects of Strategic Management Accounting Techniques on Perceived Performance of Businesses. *Journal of US-China Public Administration*, 10(10), 1004-1017
- Alamri, A.M. (2018). *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 8 (2), 48-64.
- Amabile, T. (1996). Assessing The Work Environment For creativity. *Academy Of Management Journal*, 39 (5), 1154-1184.
- Ax, C., & Greve, J. (2017). Adoption of management accounting innovations: organizational culture compatibility and perceived outcomes. *Management Accounting Research*, 34, 59-74.
- Baird, K., Harrison, G. & Reeve, R. (2007). Success of activity management practices: the influence of organizational and cultural factors, *Accounting Financ*, 47 (1), 47-67.
- Baird, K., Su, S., & Tung, A. (2018). Organizational culture and environmental activity management, *Business Strategy Environment*, 27 (3), 403-414.
- Buenger, V., Conlon, E.J. & Austin, J. Daft, R.L. (1996). Competing values in organizations: Contextual influences and structural consequences, *Organization Science*, 557-776.

- Cadez, S. & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 33, 836-863.
- Cadez, S. & Guilding, C. (2012). Strategy, strategic management accounting and performance: a configurational analysis, *Ind. Management, Data Syst*, 112 (3), 484-501.
- Cambalikova, A. & Luboslav, S. (2020). Modern trends and emerging practices applied by organisations operating in Slovakia, *SHS Web of Conferences* 83, 01006. <https://doi.org/10.shsconf/202083010061051/>.
- Cameron Kim, S. & Quinn Robert, E. (2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture*. The Jossey-Bass Business and Management Series.
- Chatman, J.A. (1996). Culture as social control: corporations, cults, and commitment, *Research Organizations Behav*, 18, 157-200.
- 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.
- Chongruksut, W. (2009). Organizational Culture and the Use of Management Accounting Innovations in Thailand, *RU. Int. J*, 3(1).
- Cristiano, B. & Scapens, R.W. (2011). Management accounting systems and organizational culture: Interpreting their linkages and processes of change, *Qualitative Research in Accounting & Managemen*, 8(4), 320-357.
- Dunk, A.S. (2004). Product life cycle cost analysis the impact of customer profiling, competitive advantage, and quality of IS information, *Management Accounting Research*, 15 (4), 401-414.
- Fakhari, H. & Mohammadi, J. (2015). The Impact of Organizational Culture on the Quality of Information Disclosure (Timeliness and Reliability), *Accounting and Auditing Reviews*, 23(3), 393- 414. (in Persian)
- Gupta, G. & Salter, S.B. (2018). The balanced scorecard beyond adoption, *Journal International Accounting Research*, 17 (3), 115-134.
- Hadid, W. & Al-Sayed, M. (2021). Management accountants and strategic management accounting: The role of organizational culture and information systems, *Management Accounting Research*, 50, 100725.
- Hajiha, V. & Kharatzadeh, M. (2014). The relationship between organizational culture and the application of management accounting innovations in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Journal of Management Accounting*, 7(21), 35-48. (in Persian)
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies, *Strategic Management Journal*, 20(2), 195-204.
- Kaneko, P.I. & Yimruan, S.Y. (2017). Combination of Strategic Management Accounting Implementation, Organizational Culture, and Human Resource Accounting Capabilities on Sustainable Competitive Advantage: Literature Review on Thai Traditional Puppetry Businesses, *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 6 (1).

- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*, NY, Guilford Press.
- Langfield-Smith, K. (2008). Strategic management accounting: How far have we come in 25 years? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21, 204-228.
- Mazur, J. & Zaborek, P. (2016). Organizational culture and open innovation performance in small and medium-sized enterprises (SMEs) in Poland. *International Journal of Management and Economics*, 51(1), 104-138.
- Mollanazari, M., Abouhamzeh, M. & Mirzaee, M. M. (2016). Organizational culture and corporate tax compliance (The Case study of large taxpayers units), *The Iranian Accounting and Auditing Review*, 23(1), 1-18. (in Persian)
- Moradi Aidisheh, S., Vosoughi Naieri, A., Amir Mohseni, Sh. & ghazouhi, A. (2012). Explain and present a comprehensive model of innovation culture, *Journal of Human Resources Studies*, 2(1), 1-26. (in Persian)
- Nakhaei, K. (2020). The Impact of Management Accounting Innovations on Organizational Culture. *Quarterly Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 4 (45), 110-120. (in Persian)
- Namazi, M. & Moghimi, F. (2015). The effect of innovation and the moderating role of social responsibility on the financial performance of companies in various industries. *Quarterly Journal of Accounting and Auditing Reviews*, 25(22), 289-310 (in Persian)
- Namazi, M. (2012). Strategic management accounting from theory to practice, *Imam Hassan Mojtaba (AS) Research Center for Integrated Systems and Financial Information Systems Publications*. (in Persian)
- Napitupulu, H. (2018). Organizational Culture in Management Accounting Information System: Survey on State-owned Enterprises (SOEs) Indonesia. *Global Business Review*, 19(3), 1-16.
- Naranjo-Gil, D., Maas, V.S. & Hartmann, F.G.H. (2009). How CFOs determine management accounting innovation: an examination of direct and indirect effects, *Eur. Account. Rev.*, 18 (4), 667- 695.
- O'Reilly, C.A., Chatman, J. & aldwell, D.F.(1991). People and organizational culture: a profile comparison approach to assessing person-organization fit, *Acad. Manag. J.*, 34 (3), 416-487.
- Pavlatos, O. & Kostakis, X.(2018). The impact of top management team characteristics and historical financial performance on strategic management accounting. *Journal Accounting Organization Chang*, 14 (14), 455-472.
- Petera, P. & Soljakova, L. (2020). Use of strategic management accounting techniques by companies in the Czech Republic, *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja*, 33(1), 46-67.
- Phornlaphatrachakorn, K. (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).

- Qanawati, M., Azar, A. & Gholamzadeh, R. (2012). Path-structural modeling in management: application of SMARTPLS software, *Tehran: Negah Danesh Publications. (in Persian)*
- Rashid Mamunur, Md., Mohobbot Ali, Md. & Mahboob Hossain, D.(2020). Revisiting the relevance of strategic management accounting research, *PSU Research Review*, 4 (2), 129-148.
- Rigby, D. & Bilodeau, B. (2015). *Management Tools and Trends 2015*. Available at: <https://www.bain.com/insights/management-tools-and-trends-2015/>.
- Zhang, Y.Z., Hoque, Z. & Isa, C.R. (2015). The effects of organizational culture and structure on the success of activity-based costing implementation, *Adv. Management Accounting*, 25, 229-257.