

# بررسی ارتباط بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت‌گیری نوآوری و جهت‌گیری کار تیمی

عبدالحسین رضوانی<sup>۱</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۰ شهریور ماه ۱۴۰۴

تاریخ دریافت: ۱۰ تیرماه ۱۴۰۴

## چکیده

هر سازمانی به منظور دستیابی به هدف خود، ایجاد فرصت‌های جدید و دوری از تهدیدات را هدف قرار می‌دهد، مانند کنترل، بقا و تحمیل حضور خود در بازار، با رفع نیازهای مشتریان، تولید کالا با کیفیت بالا با کمترین هزینه ممکن در موقعیت بهتری برای سایر سازمان‌ها قرار می‌دهد. بنابراین موفقیت یک سازمان به میزان کشف روشهای نوین و مؤثرترین و کارآمدترین آنها بستگی دارد که این امر باعث می‌شود سازمان‌ها به مزیت رقابتی دست یابند. با توجه به موارد فوق، حسابداری مدیریت به عنوان ابزاری موثر با هدف ارائه اطلاعات مالی به سطوح مختلف مدیریتی مطرح شده است. هدف از تحقیق حاضر بررسی ارتباط بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت‌گیری نوآوری و جهت‌گیری کار تیمی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. تحقیق حاضر از نوع تحقیقات همبستگی است که با روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار Smart PLS انجام شده است. در این تحقیق با توجه به نمونه ۲۰۰ نفری از کلیه مدیران و کارکنان ارشد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، نتایج نشان داد بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت‌گیری کار تیمی و جهت‌گیری نوآوری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

**واژگان کلیدی:** استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، مزیت رقابتی، جهت‌گیری نوآوری، جهت‌گیری کار تیمی

---

<sup>۱</sup> گروه حسابداری، واحد پارس آباد مغان، دانشگاه آزاد اسلامی، پارس آباد مغان، ایران  
rezvani.abdolhossein59@gmail.com

## ۱- مقدمه

امروزه سازمان‌ها با استرس و چالش‌هایی مواجه هستند. این عمدتاً به دلیل تغییرات اساسی سریع به ویژه با پیشرفت تکنولوژی در وسایل ارتباطی و فناوری اطلاعات در همه زمینه‌ها است. بنابراین سازمان در تلاش است تا بهترین، دقیق‌ترین، مناسب‌ترین و منعطف‌ترین اطلاعات را ارائه دهد. سازمان‌ها همچنین با در دسترس بودن تکنیک‌ها و سیستم‌های مؤثری که به مدیران کمک می‌کند تا تصمیم‌های مناسب و سازگار با زمان را اتخاذ کنند و استراتژی خود را تغییر دهند، نیازمند تجربه بیشتر و مهارت‌های مدیریتی بالا هستند که این امر توسعه را پیش می‌برد. حسابداری مدیریت به دلیل روش‌ها، دیدگاه‌ها و تحلیل‌های فراوانی که دارد، یک علم تجدیدپذیر است، علمی مدرن است و دائماً در حال به روز شدن است و نقش موثر و تاثیرگذاری در حمایت از مدیران و حمایت آنها در برنامه ریزی، نظارت، ارزیابی عملکرد و اتخاذ تصمیمات مناسب دارد. حسابداری مدیریت با تغییر مفاهیم، ابعاد، روش‌ها و چارچوب‌های آن برای مطابقت با الزامات عصر مدرن و نیازهای سازمان‌ها، شروع به تغییر از ورودی سنتی به ورودی معاصر کرد. دلایل متعددی منجر به توسعه روش‌های حسابداری مدیریت شده است، از جمله ظهور رقابت شدید بین شرکت‌های تولیدکننده کالاهای مشابه، تنوع و تعدد سلیقه مصرف‌کنندگان که منجر به افزایش درصد ترکیب کالا و درصد بالایی از هزینه‌های غیرمستقیم نسبت به هزینه‌های مستقیم.

هر سازمانی به منظور دستیابی به هدف خود، ایجاد فرصت‌های جدید و دوری از تهدیدات را هدف قرار می‌دهد، مانند کنترل، بقا و تحمیل حضور خود در بازار، با رفع نیازهای مشتریان، تولید کالا با کیفیت بالا با کمترین هزینه ممکن در موقعیت بهتری برای سایر سازمان‌ها قرار می‌دهد. بنابراین موفقیت یک سازمان به میزان کشف روش‌های نوین و مؤثرترین و کارآمدترین آنها بستگی دارد که این امر باعث می‌شود سازمان‌ها به مزیت رقابتی دست یابند. با توجه به موارد فوق، حسابداری مدیریت به عنوان ابزاری موثر با هدف ارائه اطلاعات مالی به سطوح مختلف مدیریتی مطرح شده است. در نتیجه، حسابداری مدیریت در خدمت مدیریت است و به آن کمک می‌کند تا وظایف خود را انجام دهد. علاوه بر این، حسابداری مدیریت دارای چندین تکنیک و روش مدرن است که سازمان را قادر می‌سازد تا به مزیت‌های رقابتی در زمینه‌های مختلف دست یابد.

حسابداری مدیریت یکی از مهمترین اجزای سیستم اطلاعات مدیریت در پروژه محسوب می‌شود، زیرا حسابداری مدیریت سیستم اطلاعات مالی و اقتصادی را ارائه می‌دهد. حسابداری مدیریت سایر اطلاعات تولید شده از سایر سیستم‌های اطلاعاتی فرعی در سازمان را جمع‌آوری می‌کند. هدف اصلی این عملیات انجام شده توسط سیستم حسابداری مدیریت کمک به مدیریت در نظارت، ارزیابی عملکرد و فرآیندهای تصمیم‌گیری است. حسابداری مدیریت یکی از ابزارهای کلیدی برای تصمیم‌گیری در هر سطحی از سازمان است. حسابداری مدیریت ابزار مهمی برای مدیریت مؤثر کسب و کار است زیرا اطلاعات کافی برای تصمیم‌گیری در مورد عملکرد سازمان را در اختیار مدیران قرار می‌دهد. علاوه بر این،

حسابداری مدیریت به ارائه اطلاعات به افراد سازمان برای کمک به تصمیم‌گیری بهتر و بهبود کارایی و اثربخشی عملیات موجود مربوط می‌شود.

پس از ظهور شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، این نگرانی در مورد چگونگی تمایز شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک از شیوه‌های حسابداری سنتی مطرح شد. رشید و همکاران (۲۰۲۰) پیشنهاد کرد که شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک باید: (۱) بر محیط خارجی سازمانی تمرکز کند. (۲) تمرکز بر اطلاعات مالی و غیر مالی داشته باشد. و (۳) بلند مدت و آینده نگر باشد. چنین معیارهایی مطابق با تعریف سیموندز (۱۹۸۱) از حسابداری مدیریت استراتژیک است. دو جریان اصلی تحقیق در ادبیات حسابداری مدیریت استراتژیک شامل مطالعاتی است که عوامل مؤثر بر استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک را بررسی می‌کند و مطالعاتی که تأثیر شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک را بر نتایج سازمانی بررسی می‌کند. با توجه به جریان اول، تعداد زیادی از مطالعات وجود دارد که عوامل احتمالی را که بر اتخاذ شیوه‌های خاص حسابداری مدیریت استراتژیک از جمله استراتژی کسب‌وکار تأثیر می‌گذارند، بررسی کرده‌اند (ترنر و همکاران، ۲۰۱۷).

جریان دوم تحقیق شامل مطالعاتی است که تأثیر شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک را بر عملکرد سازمانی بررسی کرده‌اند. به عنوان مثال، کادز و گیلدینگ (۲۰۱۲) یک ارتباط مثبت بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و عملکرد کلی سازمان را شناسایی کردند. علاوه بر این، ترنر و همکاران (۲۰۱۷) ارتباط مثبتی بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و عملکرد مالی سازمانی را گزارش کردند. در حالی که ارتباط مستقیم بین استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک و عملکرد سازمانی در این مطالعات شناسایی شده است، در راستای تئوری اقتضایی استدلال شده است که عملکرد سازمانی وابسته به تناسب بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و عوامل زمینه‌ای سازمانی است. به عنوان مثال، علمری (۲۰۱۹) نشان داد که تناسب بین حسابداری مدیریت استراتژیک و چهار عامل زمینه‌ای خاص، از جمله ساختار، منابع، اطلاعات و تغییرات محیطی، می‌تواند عملکرد مالی و غیرمالی را افزایش دهد.

بر اساس تئوری دیدگاه مبتنی بر منبع (RBV) که استدلال می‌کند «منابع و قابلیت‌های شرکت با ارزش و پرهزینه، منابع کلیدی مزیت رقابتی پایدار را فراهم می‌کنند»، استدلال می‌شود که استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، به عنوان بخشی از منابع و/یا قابلیت‌های سازمانی، می‌تواند مزیت رقابتی را افزایش دهد. به طور خاص، استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک می‌تواند به سازمان‌ها در توسعه مزیت رقابتی از طریق شناسایی، ثبت و تجزیه و تحلیل سریع و دقیق اطلاعات کمک کند (ترنر و همکاران، ۲۰۱۷).

به طور مشابه، اویبو و آجیولا (۲۰۱۷) استدلال می‌کنند که شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک جمع‌آوری اطلاعات در مورد مشتریان، رقبا و بازار را تسهیل می‌کند، که متعاقباً می‌تواند به توسعه مزیت رقابتی کمک کند. علاوه بر این، عزیز (۲۰۱۲) معتقد است که شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک به عنوان تکنیک‌های منحصربه‌فرد متعلق به سازمان‌ها عمل می‌کنند و می‌توانند به سازمان‌ها در

تصمیم‌گیری استراتژیک تجاری کمک کنند که منجر به مزیت رقابتی بهتر نسبت به رقبایشان شود. در نهایت، اویبو و آجیولا (۲۰۱۹) بیان می‌کنند که استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک باید سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا مزیت رقابتی را با بهبود مستمر و حفظ عملکرد بالاتر از حد متوسط صنعت نه تنها در کوتاه‌مدت، بلکه همچنین در میان مدت تا بلندمدت حفظ کنند. این پیوند نظری قوی بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی توسط اویبو و آجیولا (۲۰۱۹) پشتیبانی می‌شود که ارتباط مثبت معناداری بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی گزارش کردند.

یکی از جنبه‌های فرهنگ سازمانی، جهت‌گیری کار تیمی است، که بر تشکیل تیم‌ها به منظور امکان همکاری با دیگران برای دستیابی به اهداف کلی سازمانی تمرکز دارد (بیرد و همکاران، ۲۰۱۸). به عنوان مثال، مطالعات قبلی اهمیت فرهنگ کار گروهی را در افزایش موفقیت سازمان از طریق تسهیل همکاری و به اشتراک گذاری اطلاعات بین کارکنان مستند کرده‌اند. کلید موفقیت سازمان داشتن یک تیم متقابل کارکردی است که شامل نمایندگانی از فناوری اطلاعات، امور مالی و افرادی است که صاحب فرآیندها هستند.

سازمان‌هایی که جهت‌گیری کار تیمی بالاتر (پایین‌تری) دارند، فرصت‌های بیشتر (کمتری) برای دانش و اشتراک اطلاعات هم‌افزایی خواهند داشت، در نتیجه توانایی شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک را برای تسهیل مزیت رقابتی از طریق ارائه اطلاعاتی که به تصمیم‌گیری استراتژیک کمک می‌کند افزایش می‌دهند (ممانعت می‌کنند). به طور مشابه، جهت‌گیری کار تیمی بالاتر (پایین‌تر) موفقیت شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک را به دلیل ارتباطات گسترده‌تر (کمتر)، افزایش (کاهش) می‌دهد. علاوه بر این، مطابق با اصول توانمندسازی کارکنان، سازمان‌هایی که دارای فرهنگ کار تیمی بیشتر (کمتر) هستند، به احتمال زیاد (کمتر) مسئولیت‌پذیری و اختیارات تصمیم‌گیری را برای کارکنان سطوح پایین‌تر دارند و در نتیجه منجر به افزایش (کاهش) احساس قدرت‌دانی و تعهد به اجرای موفقیت‌آمیز شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک می‌شوند (کادز و گیلدینگ، ۲۰۱۲).

تمرکززدایی تصمیم‌گیری منجر به موفقیت بیشتر نوآوری‌های حسابداری می‌شود، انتظار می‌رود که سازمان‌هایی با گرایش کار گروهی بالاتر (پایین‌تر) شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک را به دلیل حمایت از تعهد قوی‌تر (ضعیف‌تر) کارمند به موفقیت در چنین شیوه‌هایی به طور موثرتر (کمتر) معرفی کنند. در نهایت، از آنجایی که تیم‌ها تعاملات بیشتری را تسهیل می‌کنند، در نتیجه انسجام بین کارکنان را با تسهیل یک باور مشترک افزایش می‌دهند. سازمان‌های با کار تیمی بیشتر (کمتر) با احتمال بیشتری (کمتر) با استرس مرتبط کنار می‌آیند. کار تیمی به گونه‌ای عمل می‌کند که مزیت رقابتی را افزایش دهد. بنابراین، انتظار می‌رود که فرهنگ کار تیمی از طریق تسهیل تبادل اطلاعات، توانمندسازی کارکنان و به حداقل رساندن مقاومت کارکنان در برابر تغییر، موفقیت شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک را تسهیل کند. با توجه به مطالب گفته شده این مطالعه با هدف ارائه شواهد تجربی از بررسی ارتباط بین

استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت‌گیری نوآوری و جهت‌گیری کار تیمی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام می‌شود.

## ۲- اهمیت و ضرورت تحقیق

تغییر در محیط کسب و کار در دهه ۱۹۸۰ ارتباط حسابداری مدیریت سنتی را به چالش کشید و اصطلاح حسابداری مدیریت استراتژیک با طیف وسیعی از تکنیک‌ها برای رسیدگی به چالش‌های حسابداری مدیریت سنتی ایجاد شد. پیشرفت سریع فناوری و کاربرد آن در کسب و کار و تصمیم‌گیری، توسعه ابزارها در زمینه حسابداری مدیریت را بیشتر تشویق کرد. عوامل انگیزشی متعددی به عنوان دلایل پذیرش ابزارهای حسابداری مدیریت استراتژیک توسط کسب‌وکارها شناسایی شدند. توانایی ارزیابی اطلاعات رقبا، ابزارهایی برای پشتیبانی از فرآیند تصمیم‌گیری، تسهیل فرآیند مدیریت و کنترل هزینه چرخه عمر محصول، توسعه و پیشرفت حسابداری مدیریت استراتژیک با استفاده از تجزیه و تحلیل‌های مناسب به بهبود عملکرد کسب‌وکار می‌انجامد. سیموندز (۱۹۸۲) اولین کسی بود که اصطلاح «حسابداری مدیریت استراتژیک» را توسعه داد. وی حسابداری مدیریت استراتژیک را ابزاری توصیف کرد که به ارائه و تجزیه و تحلیل داده‌های حسابداری مدیریت در مورد یک شرکت و رقبا آن به منظور ایجاد و نظارت بر استراتژی کسب و کار کمک می‌کند. در حالی که در مطالعه اخیر مارلینا و تچهجادی (۲۰۲۰) حسابداری مدیریت استراتژیک به عنوان «ارائه و تجزیه و تحلیل اطلاعات مالی در مورد هزینه‌های محصول در بازار و ساختار هزینه رقبا و نظارت بر استراتژی شرکت» تعریف شده است. حسابداری مدیریت استراتژیک با سایر روش‌های حسابداری مدیریت سنتی متفاوت است زیرا جهت‌گیری خارجی را در خود جای داده است. حسابداری مدیریت استراتژیک یک نظریه یا یک زمینه نیست، بلکه اصطلاحی است که برای توصیف مجموعه‌ای از تکنیک‌ها، رویکردها، ابزارها و کاربردهایی که در تجزیه و تحلیل داده‌های رقبا و توسعه استراتژی‌های کاربردی مرتبط ضروری هستند، استفاده می‌شود (عبدالله و همکاران، ۲۰۲۰).

سیموندز (۱۹۸۲) خاطر نشان کرد که یک سازمان نه تنها با کارآمد بودن در داخل می‌تواند رشد کند، بلکه داشتن موقعیت مناسب در بازار و مزیت‌های رقابتی ضروری است. حسابداری مدیریت استراتژیک از اطلاعات حسابداری مدیریت برای تجزیه و تحلیل تجارت و رقابت برای توسعه و نظارت بر استراتژی‌های تجاری استفاده می‌کند. حسابداری مدیریت استراتژیک به مدیریت حسابداری کمک می‌کند، که جهت استراتژیک یک سازمان را برای استفاده به عنوان ورودی برای تصمیم‌گیری و کنترل تعریف می‌کند و برای عملیات تجاری بسیار مهم است. از آنجایی که کسب و کارها با محیط رقابتی فزاینده‌ای روبرو هستند، کسب اطلاعات داخلی و خارجی مفید، مناسب و به موقع برای تصمیم‌گیری مدیریت ضروری است. مطالعه حسابداری مدیریت استراتژیک بسیار مهم است، زیرا در دنیای امروز، یک رویکرد تعیین کننده به طور فزاینده‌ای به دیدگاه کلاسیک حسابداری مدیریت به عنوان یک روش فنی برای محاسبه هزینه‌ها اضافه می‌شود (دوچی، ۲۰۲۱).

مزیت رقابتی که به عنوان «مزایایی که ممکن است یک کسب‌وکار نسبت به دیگری داشته باشد و تقلید آن دشوار است» تعریف می‌شود (لنگفیلد و همکاران، ۲۰۱۸). هارت (۱۹۹۵) پیشنهاد می‌کند که حسابداری مدیریت استراتژیک " رویکرد قدرتمندی برای محاسبه مزیت رقابتی است ". شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک برای ارائه اطلاعات مرتبط تر و قابل اعتمادتر برای دستیابی به پایداری مزیت رقابتی معرفی شده‌اند. به طور مشابه، اویبو و آجیبولا (۲۰۱۹) معتقدند که ماهیت شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، به ویژه تمرکز آنها بر بلندمدت و آینده‌نگری، می‌تواند سازمان‌ها را برای بهبود مستمر و حفظ سطح عملکرد بالاتر از متوسط صنعت تسهیل کند، در نتیجه منجر به مزیت رقابتی شود. با این حال، "شواهد تجربی در مورد نتایج استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک در رابطه با ایجاد و حفظ مزیت رقابتی هنوز وجود ندارد. بنابراین انجام تحقیق حاضر یعنی بررسی ارتباط بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل‌کننده جهت‌گیری نوآوری و جهت‌گیری کار تیمی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به سبب ارائه شواهد تجربی در بورس اوراق بهادار تهران دارای اهمیت و ضرورت است.

### ۳- پیشینه تحقیق

جعفری و همکاران (۱۴۰۲) رابطه حسابداری مدیریت استراتژیک و عملکرد زیست‌محیطی استراتژیک با در نظر گرفتن اثرات استراتژی‌های زیست‌محیطی را بررسی کردند. نتایج نشان داد که حسابداری مدیریت و استراتژی زیست‌محیطی بر عملکرد زیست‌محیطی تاثیر معناداری دارند و بین حسابداری مدیریت و استراتژی زیست‌محیطی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اهمیت عملکرد زیست‌محیطی مدیران شرکت‌ها باید روش‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و همچنین استراتژی‌های مناسب زیست‌محیطی را در برنامه‌های خود قرار دهند.

آسوده دستجردان (۱۴۰۱) در تحقیقی تاثیر تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک بر بهبود عملکرد مدیران و کارکنان بانک ملت مشهد را بررسی کردند. نتایج تحقیق نشان داد بین تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک با مشارکت حسابداران در فرایندهای تصمیم‌گیری استراتژیک و بکارگیری سیستم حسابداری مدیریت استراتژیک ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد که منجر به ارتباط معنی‌دار حسابداری مدیریت استراتژیک با عملکرد سازمانی می‌شود.

عامری پور (۱۴۰۱) نقش حسابداری مدیریت استراتژیک بر ابعاد مزیت رقابتی شرکتها را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد حسابداری مدیریت استراتژیک بر ابعاد مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد. میر باقری و کردستانی (۱۴۰۰) در تحقیقی وضعیت حسابداری مدیریت استراتژیک در ایران را با استفاده از رویکرد تکنیکی-مدیریتی را بررسی کردند. در استراتژی سطح عملیات تکنیک‌های تحقیق و توسعه، مدیریت ریسک و بهایابی هدف، استراتژی سطح بازار تکنیک‌های تجزیه و تحلیل سودآوری ترکیب محصولات، تجزیه و تحلیل امکانات و منابع، و تجزیه و تحلیل رقبا، و استراتژی سطح شرکت تکنیک‌های

تحلیل چشم انداز صنعت، و تجزیه و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید بالاترین میانگین استفاده را دارند. همچنین، تکنیک تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش در همه سطوح استراتژی‌های کسب و کار استفاده می‌شود. بیش از ۹۰ درصد تکنیک‌های استفاده شده در همه سطوح استراتژی، اهمیت زیاد دارند. همچنین، میزان استفاده از برخی رویه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در صنایع مختلف، متفاوت است.

سو و همکاران (۲۰۲۳) ارتباط بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی را با نقش تعدیل‌کننده چهار جنبه فرهنگ سازمانی - جهت‌گیری کار تیمی، جهت‌گیری نتیجه، جهت‌گیری نوآوری و توجه به جهت‌گیری جزئیات بررسی کردند. نتایج نشان‌دهنده ارتباط مثبت بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت با نقش تعدیلی جهت‌گیری کار تیمی است. به طور خاص، یافته‌ها نشان می‌دهند که تأثیر مثبت شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک بر مزیت رقابتی به تناسب بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و جهت‌گیری کار تیمی با کار گروهی بیشتر نسبت به کار گروهی کمتر است.

دیتکایف (۲۰۲۳) تأثیر استراتژی تجاری بر حسابداری مدیریت استراتژیک (SMA) و تأثیر غیرمستقیم آن بر مزیت رقابتی تجارت را بررسی کرد. ضرایب مسیر و آزمون فرضیه نشان می‌دهد که استراتژی کسب و کار به طور مثبت بر حسابداری مدیریت استراتژیک تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، حسابداری مدیریت استراتژیک نقش مثبت و قابل توجهی در مزیت رقابتی ایفا می‌کند.

اویوی (۲۰۲۲) تأثیر شش عامل زمینه‌ای مرتبط به هم، یعنی ساختار سازمانی، کیفیت فناوری اطلاعات، استراتژی کسب و کار از نظر تدوین استراتژی عمدی، بازارگرایی، رقابت بازار و عدم اطمینان محیطی ادراک‌شده بر شدت استفاده از مدیریت نوآورانه با نقش تعدیل‌کننده حسابداری مدیریت استراتژیک را بررسی کرد. نتایج نشان داد. جهت‌گیری بازار و تدوین استراتژی عمدی به عنوان عوامل تعیین‌کننده شدت استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک می‌باشند. اگرچه بین استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی رابطه معناداری وجود دارد، اما قدرت این رابطه متوسط است. ساختار سازمانی، تدوین استراتژی عمدی و عدم اطمینان محیطی ادراک‌شده به طور قابل توجهی رابطه بین استفاده از حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی را تعدیل می‌کند.

آلماری (۲۰۱۹) توسعه یک مفهوم‌سازی گسترده از جنبه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک (SMA) و همچنین بررسی تأثیر این جنبه‌ها بر معیارهای مالی و غیر مالی عملکرد سازمانی (OP) را بررسی کرد. نتایج نشان می‌دهد که جنبه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک به طور قابل توجهی بر عملکرد سازمانی، ارزیابی شده در دو دسته اصلی عملکرد مالی و غیر مالی تأثیر می‌گذارد.

عبدالمومن و جونز (۲۰۱۴) ارائه مدل استراتژیک جامع برای مدیریت سودآوری با استفاده از ابزارهای حسابداری مدیریت استراتژیک برای کشف و مدیریت محرک‌های اصلی سودآوری (هزینه، دارایی و درآمد) را بررسی کرد. یافته‌ها نشان داد مدل جامع سودآوری پیشنهادی که شامل تکنیک‌های هزینه،

دارایی ها و درآمد است، نسبت به مدل های جایگزین که ترکیبی از آنها را در بر می گیرد، پیش بینی کننده سودآوری بهتری هستند.

#### ۴- روش تحقیق

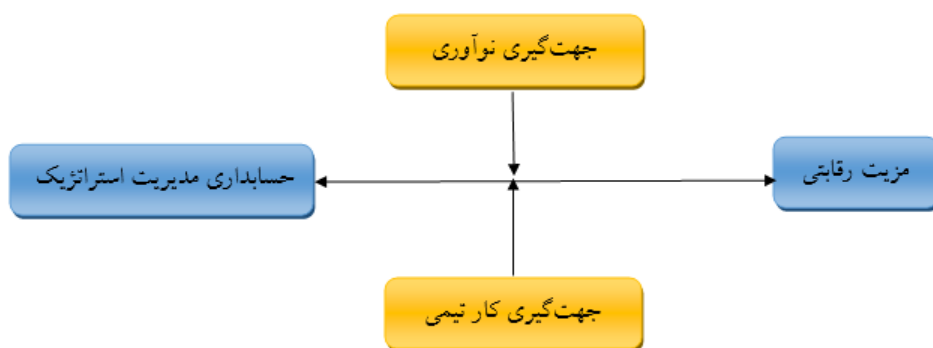
مطالعه حاضر یعنی ارتباط بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت‌گیری نوآوری و جهت‌گیری کار تیمی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در تحقیقات داخلی از جمله مقالات و طرح های پژوهشی و همچنین پایان نامه ها بررسی نشده است. تحقیق حاضر از نوع تحقیقات تجربی حسابداری است که به شیوه توصیفی-تحلیلی انجام می شود. با توجه به اینکه به بررسی ارتباط بین متغیر های تحقیق پرداخته می شود تحقیق حاضر از نوع تحقیقات همبستگی است و به علت قابل استفاده بودن نتایج آن جزء تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه مدیران و کارکنان ارشد، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. با توجه به اینکه در این تحقیق از شیوه مدل سازی معادلات ساختاری بر پایه روش حداقل مربعات جزئی (Smart PLS) استفاده می شود، تعداد نمونه بر اساس مضرب ۵، ۱۰ یا ۱۵ برابر تعداد سوالات پرسشنامه ها است. بنابراین با توجه به اینکه تعداد ۲۰ سوال پرسشنامه داریم، با مضرب ۱۰ در نهایت تعداد ۲۰۰ نمونه بدست می آید، که پرسشنامه ها بصورت آنلاین در بین اعضای جامعه پخش می شود. شیوه نمونه گیری بصورت تصادفی در دسترس است. در این تحقیق از ابزار پرسشنامه استاندارد که برگرفته از تحقیق سو و همکاران (۲۰۲۳) استفاده می‌شود. متغیر های تحقیق و همچنین گویه های مربوطه در جدول ۱ نشان داده شده است. در مطالعه حاضر استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک متغیر مستقل، مزیت رقابتی متغیر وابسته و جهت‌گیری نوآوری و جهت‌گیری کار تیمی به عنوان متغیر های تعدیلی می باشند. مدل مفهومی تحقیق حاضر بصورت شکل ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: نحوه اندازه گیری متغیر های تحقیق (سو و همکاران، ۲۰۲۳)

مزیت رقابتی	دستیابی به مزیت های استراتژیک نسبت به رقیب
	دارا بودن سهم زیاد از بازار
	موفق بودن نسبت به رقبا
	بالا تر بودن درآمد نسبت به شرکت های صنعت
	بالا تر بودن بازگشت سرمایه میانگین صنعت
	بالا تر بودن بازده فروش از میانگین صنعت
جهت گیری نوآوری	تمایل به آزمایش
	سریع بودن در استفاده از فرصت ها
	ریسک پذیری
	نوآور بودن
	قانون مدار بودن
جهت گیری کار تیمی	تیم محور بودن



همکاری با دیگران	حسابداری مدیریت استراتژیک
اعتقاد به توانایی های یکدیگر	
تعامل و ارتباطات رودررو	
هزینه یابی استراتژیک	
برنامه ریزی، کنترل و مدیریت عملکرد استراتژیک	
تکنیک های مرتبط با تصمیم گیری استراتژیک	
تکنیک های مرتبط با حسابداری رقیب	
تکنیک های مرتبط با حسابداری مشتری	



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

## ۵- فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت گیری نوآوری ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت گیری کار تیمی ارتباط معناداری وجود دارد.

## ۶- یافته ها

### ۶-۱- یافته های توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای تحقیق در جدول ۲، ارائه شده است. بر اساس جدول ۲، متغیر استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک دارای میانگین ۳۶۰، انحراف معیار ۰۹۲ و کمترین مقدار و بیشترین مقدار ۱۴۰ و ۵ است. متغیر مزیت رقابتی دارای میانگین ۳۳۲، انحراف معیار ۰۹۵ و کمترین مقدار و بیشترین مقدار ۱۳۳ و ۵ است. متغیر جهت گیری نوآوری دارای میانگین ۳۴۷، انحراف معیار ۰۸۲ و کمترین مقدار

و بیشترین مقدار ۱.۴۰ و ۵ است. متغیر جهت‌گیری کار تیمی دارای میانگین ۳.۴۹، انحراف معیار ۰.۷۸ و کمترین مقدار و بیشترین مقدار ۱.۵۰ و ۵ است.

جدول ۲: آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	کمترین مقدار	بیشترین مقدار	میانگین	انحراف معیار
استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک	۱.۴۰	۵	۳.۶۰	۰.۹۲
مزیت رقابتی	۱.۳۳	۵	۳.۳۲	۰.۹۵
جهت‌گیری نوآوری	۱.۴۰	۵	۳.۴۷	۰.۸۲
جهت‌گیری کار تیمی	۱.۵۰	۵	۳.۴۹	۰.۷۸

## ۶-۲- برآورد مدل مفهومی تحقیق

مدل مفهومی تحقیق با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با روش کمترین در این بخش مربعات جزئی<sup>۲</sup> برآورد می‌شود. این روش، از روش‌های ناپارامتری است و در این روش نیازی به نرمال بودن توزیع متغیرها نیست. نتایج برآورد مدل مفهومی در شکل ۲ و ۳ ارائه شده است. قبل از بررسی ضرایب نخست برازش مدل مفهومی بر داده‌ها بررسی می‌شود. در این بخش برازش مدل و میانگین واریانس استخراج مفهومی با استفاده از معیارهای ضریب آلفای کرونباخ<sup>۳</sup>، پایایی ترکیبی<sup>۴</sup> شده<sup>۵</sup> استفاده می‌شود. بر اساس جدول ۴-۷، معیار ضریب آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرهای اصلی تحقیق یعنی جهت‌گیری نوآوری، جهت‌گیری کار تیمی، حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی از مقدار ۰.۷ بزرگتر است. بنابراین می‌توان گفت پایایی متغیرها قابل تأیید است. همچنین بر اساس پایایی ترکیبی برای تمامی متغیرهای اصلی تحقیق یعنی جهت‌گیری نوآوری، جهت‌گیری کار تیمی، حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی بزرگتر از مقدار ۰.۶ که نشان‌دهنده مناسب بودن این مقادیر است. شاخص میانگین واریانس استخراج شده متغیرهای اصلی تحقیق یعنی جهت‌گیری نوآوری، جهت‌گیری کار تیمی، حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی بزرگتر از مقدار ۰.۵ است، بنابراین این شاخص نیز قابل تأیید است. برازش کل مدل مفهومی تحقیق نیز با استفاده از معیار معیار نیکویی برازش<sup>۶</sup> بررسی می‌شود. مقدار این معیار در جدول ۳ برابر ۰.۹۷۰ بوده و بزرگتر از مقدار ۰.۴ است. بنابراین برازش مدل مفهومی قابل تأیید است. بعد از بررسی قابلیت پایایی یا همان

<sup>2</sup> partial least squares)

<sup>3</sup> Cronbach's Alpha

<sup>4</sup> Composite Reliability

<sup>5</sup> Average Variance Extracted (AVE)

<sup>6</sup> Goodness of fit

برازش مدل مفهومی در بخش قبل، برای بررسی روایی واگرا<sup>۷</sup> از شاخص فورنل-لارکر<sup>۸</sup> استفاده می شود. در جدول ۴-۸ شاخص فورنل-لارکر برای متغیرهای تحقیق ارائه شده است. در بررسی روایی واگرا میزان همبستگی یک متغیر با عامل مربوط به خود باید بیشتر از میزان همبستگی آن متغیر با عامل های دیگر باشد. در جدول ۴ با توجه به اینکه جذر میانگین واریانس استخراج شده ( قطر اصلی ماتریس) هر متغیر بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر با متغیرهای دیگر است، می توان نتیجه گرفت که این شاخص قابل تایید است و روایی واگرای مدل مفهومی قابل تایید است.

جدول ۲: معیارهای برازش مدل مفهومی تحقیق

معیار نیکویی برازش	میانگین استخراج شده	واریانس پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
۰.۹۷۰	۰.۸۲۲	۰.۹۵۹	جهت گیری نوآوری
۰.۸۹۷	۰.۸۹۲	۰.۹۶۲	جهت گیری کار تیمی
۰.۹۰۹	۰.۹۸۰	۰.۹۷۵	حسابداری مدیریت استراتژیک
۰.۸۸۸	۰.۹۷۹	۰.۹۷۵	مزیت رقابتی

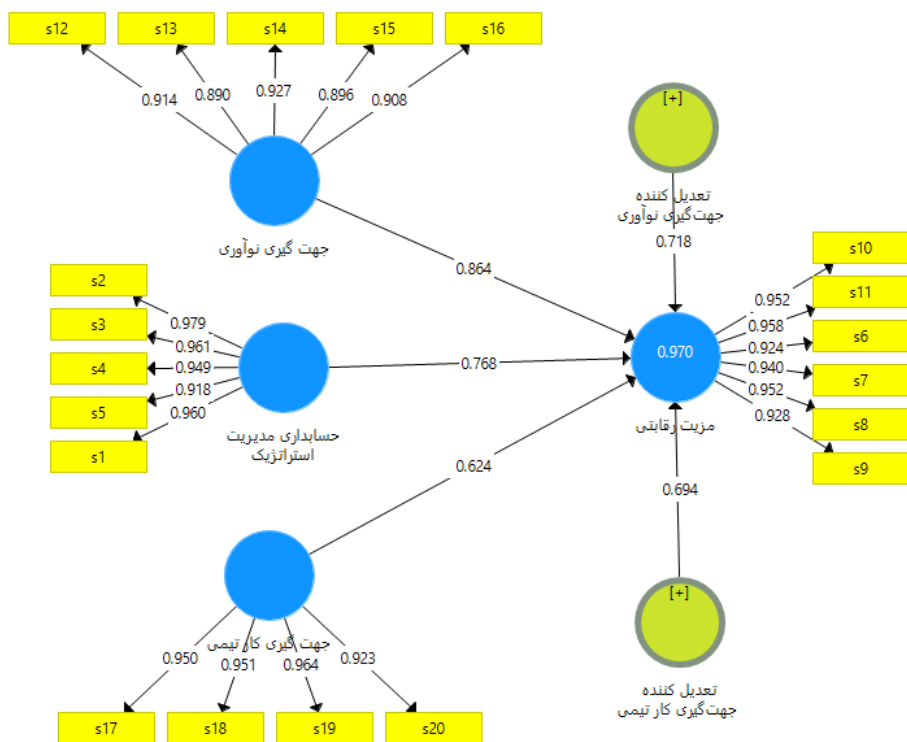
جدول ۳: شاخص روایی واگرا برای بررسی متغیرهای تحقیق

مزیت رقابتی	حسابداری استراتژیک	مدیریت تیمی	جهت گیری کار تیمی	جهت گیری نوآوری
۰.۹۴۲	۰.۵۷۳	۰.۶۱۶	۰.۶۵۵	۰.۹۰۷
۰.۹۵۴	۰.۶۴۴	۰.۹۴۷	۰.۶۶۲	جهت گیری کار تیمی
۰.۹۵۴	۰.۶۴۴	۰.۶۴۴	۰.۶۵۹	حسابداری مدیریت استراتژیک
۰.۹۴۲	۰.۵۷۳	۰.۶۱۶	۰.۶۵۵	مزیت رقابتی

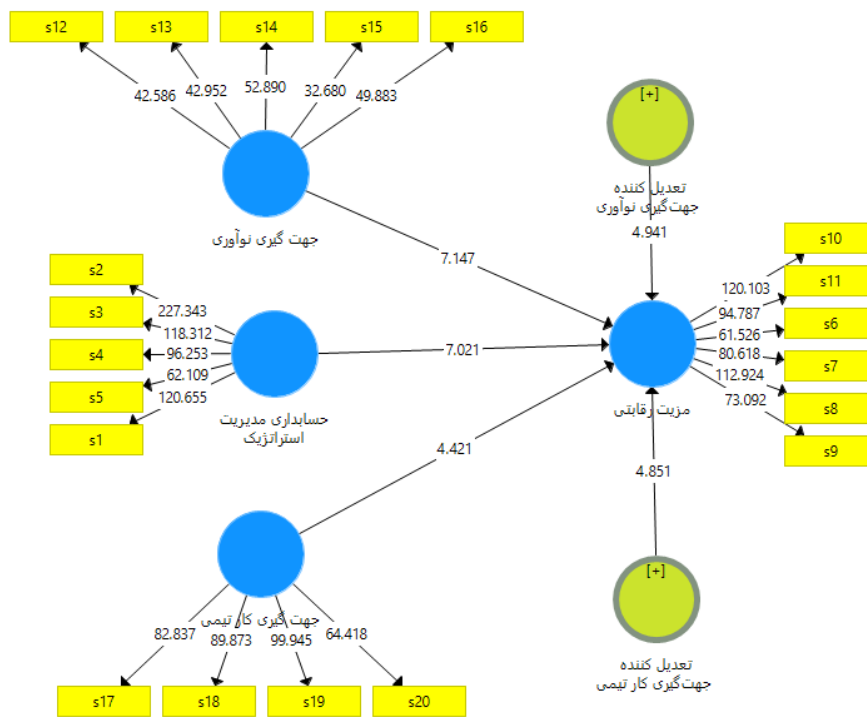
<sup>7</sup> Discriminant Validity

<sup>8</sup> Fornell-Larcker Criterion

عنوان مقاله : بررسی ارتباط بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت ...



شکل ۲: ضرایب استاندارد مدل مفهومی تحقیق



شکل ۳: آماره های t ضرایب استاندارد مدل مفهومی تحقیق

### ۳-۶-آزمون فرضیه های تحقیق

فرضیه اول: بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت‌گیری نوآوری ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج تحلیل داده‌ها در فصل چهارم نشان داد که ضریب مسیر بین متغیر استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی برابر ۰.۷۶۸ و آماره t مربوط به این ضریب برابر ۷.۰۲۱ است. با توجه به اینکه آماره t این ضریب بزرگتر از مقدار بحرانی ۱.۹۶ است، این ضریب معنادر می‌باشد. از این رو می‌توان گفت بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. از طرف دیگر ضریب مسیر بین متغیر جهت‌گیری نوآوری و مزیت رقابتی برابر ۰.۸۶۴ و آماره t مربوط به این ضریب برابر ۷.۱۴۷ است. با توجه به اینکه آماره t این ضریب بزرگتر از مقدار بحرانی ۱.۹۶ است، این ضریب معنادر می‌باشد. از این رو می‌توان گفت بین جهت‌گیری نوآوری و مزیت رقابتی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. در نهایت می‌توان گفت ضریب مسیر بین متغیر تعدیلگر جهت‌گیری نوآوری در مسیر مربوط بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی برابر ۰.۷۱۸ و آماره t مربوط به این ضریب برابر ۴.۹۴۱ است. با توجه به اینکه آماره t این ضریب بزرگتر از

مقدار بحرانی ۱.۹۶ است، این ضریب معنادر می باشد. از این رو می‌توان گفت بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت‌گیری نوآوری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. بنابراین نتیجه می شود که فرضیه فوق با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود. به عبارتی می توان گفت هر چقدر جهت‌گیری نوآوری در شرکت ها بیشتر باشد، ارتباط استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی نیز قوی تر است. این یافته با یافته های تحقیق سو و همکاران (۲۰۲۳) مطابقت دارد.

فرضیه دوم: بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت‌گیری کار تیمی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتایج تحلیل داده ها در فصل چهارم نشان داد که ضریب مسیر بین متغیر استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی برابر ۰.۷۶۸ و آماره  $t$  مربوط به این ضریب برابر ۷.۰۲۱ است. با توجه به اینکه آماره  $t$  این ضریب بزرگتر از مقدار بحرانی ۱.۹۶ است، این ضریب معنادر می باشد. از این رو می توان گفت بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. از طرف دیگر ضریب مسیر بین متغیر جهت‌گیری کار تیمی و مزیت رقابتی برابر ۰.۶۲۴ و آماره  $t$  مربوط به این ضریب برابر ۴.۴۲۱ است. با توجه به اینکه آماره  $t$  این ضریب بزرگتر از مقدار بحرانی ۱.۹۶ است، این ضریب معنادر می باشد. از این رو می‌توان گفت بین جهت‌گیری کار تیمی و مزیت رقابتی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. در نهایت می توان گفت ضریب مسیر بین متغیر تعدیلگر جهت‌گیری کار تیمی در مسیر مربوط بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی برابر ۰.۶۹۴ و آماره  $t$  مربوط به این ضریب برابر ۴.۸۵۱ است. با توجه به اینکه آماره  $t$  این ضریب بزرگتر از مقدار بحرانی ۱.۹۶ است، این ضریب معنادر می باشد. از این رو می‌توان گفت بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل کننده جهت‌گیری کار تیمی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. بنابراین نتیجه می شود که فرضیه فوق با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود. به عبارتی می توان گفت هر چقدر جهت‌گیری کار تیمی در شرکت ها بیشتر باشد، ارتباط استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی نیز قوی تر است. این یافته با یافته های تحقیق سو و همکاران (۲۰۲۳) مطابقت دارد.

## ۷- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادات

شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک با مطابق با مطالعات قبلی که ارتباط مثبتی بین استفاده از یافته بودند، ارتباط مثبت مستقیمی بین استفاده از شیوه‌های و عملکرد کلی عملکرد مالی سازمانی شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی، یک متغیر مهم نتیجه عملکرد، یافته شد که عملکرد ارائه می‌دهد. شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک دیدگاه جدیدی را در رابطه با رابطه شیوه‌های حسابداری مدیریت این یافته، پشتیبانی تجربی برای مطالعات قبلی که به نقش شیوه‌های

استراتژیک در کمک به سازمان‌ها در ایجاد و مدیریت ارزش و توسعه مزیت رقابتی اشاره کرده‌اند، فراهم می‌کند. نتایج در نهایت نشان داد، جهت‌گیری کار تیمی و جهت‌گیری نوآوری، ارتباط بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی را به طور مثبت تعدیل می‌کند، و شیوه‌های سازمان‌هایی که بیشتر (کمتر) جهت‌گیری کار تیمی و جهت‌گیری نوآوری دارند، ارتباط قوی‌تر شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی نشان (ضعیف‌تری) بین استفاده از شیوه‌های جهت‌گیری نوآوری و مزیت رقابتی به طور خاص، یافته‌ها نشان می‌دهد که ارتباط شیوه‌های می‌دهند. جهت‌گیری نوآوری و فرهنگ کار تیمی و نوآوری بستگی دارد. به تناسب بین استفاده از شیوه‌های با توجه به نتایج تحقیق و تایید ارتباط مثبت و معنادار بین استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با نقش تعدیل‌کننده جهت‌گیری کار تیمی و جهت‌گیری نوآوری، در کوتاه‌مدت، توصیه می‌شود که شرکت‌ها برای ارزیابی مناسب بودن شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، از فرهنگ جهت‌گیری کار تیمی و جهت‌گیری نوآوری موجود در سازمان‌های خود آگاه باشند. به طور خاص، از آنجایی که انتظار می‌رود سازمان‌هایی با ارزش‌های فرهنگی مناسب (یعنی کار تیمی محور و نوآور بودن) به میزان بالاتری از موفقیت یعنی مزیت رقابتی دست یابند، توصیه می‌شود که چنین سازمان‌هایی از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک به میزان بیشتری استفاده کنند. از طرف دیگر، از منظر بلندمدت، سازمان‌هایی که جهت‌گیری کار تیمی و جهت‌گیری نوآوری مناسبی ندارند، می‌توانند تلاش آگاهانه‌ای را برای توسعه ارزش‌های فرهنگی که مشخص شده است تأثیر استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک را بر مزیت رقابتی سازمان‌ها تقویت می‌کنند، در نظر بگیرند، یعنی تلاش برای افزایش تأکید بر جهت‌گیری کار تیمی و جهت‌گیری نوآوری. به منظور ترویج فرهنگ کار تیمی، سازمان‌ها ابتدا باید تسهیل تشکیل تیم‌ها و تعریف واضح نقش‌ها و مسئولیت‌های هر یک از اعضای تیم را در نظر بگیرند. پس از تشکیل تیم‌ها، شرکت باید ارتباطات مکرر، اشتراک‌گذاری اطلاعات و یادگیری را در بین اعضای تیم تشویق کنند.

. به منظور ترویج فرهنگ نوآوری، شرکت‌ها باید از ایده‌های جدید حمایت کرده و کارکنان خود را در جهت نوآور بودن تشویق نمایند. تسهیل تشکیل تیم‌ها و تعریف واضح نقش‌ها و مسئولیت‌های هر یک از اعضای تیم را در نظر بگیرند.

در کل برای افزایش مزیت رقابتی شرکت‌ها در سایه استفاده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک پیشنهاد می‌شود، موارد زیر در نظر گرفته شود.

- لزوم توجه به رویه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک و تلاش برای توسعه آنها در راستای آرمان‌های آینده با توجه به فناوری‌های مدرن
- لزوم تکیه شرکت‌ها بر استفاده از استعدادها و قابلیت‌های سازمانی در توسعه روابط خود با مشتریان از طریق ارائه ایده‌های جدید برای محصولات و خدمات با توجه به عوامل تعیین‌کننده مشتریان و بازار به منظور دستیابی به مزیت رقابتی

- به منظور تحقق الزامات حسابداری مدیریت استراتژیک ، لازم است بر شناسایی مراکز سود و مراکز هزینه با توجه به استانداردهای حسابداری بهای تمام شده و به شیوه‌ای سازگار با ساختار سازمانی سازمان، تلاش شود
- مطالعه و تحلیل موانعی که کار اداری سازمانی را محدود می‌کند تا علل عدم کاربرد صحیح رویه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک شناسایی شود و با مفاهیم نظری که مبانی هدایت‌کننده در این زمینه را نشان می‌دهند، مطابقت یابند
- لزوم ارائه یک سیستم اطلاعاتی یکپارچه برای حسابداری مدیریت استراتژیک که در آن یک پایگاه داده یکپارچه با تکیه بر فناوری اطلاعات پیشرفته در دسترس باشد، که به سیستم اطلاعاتی یکپارچه برای حسابداری اداری اجازه می‌دهد تا انعطاف‌پذیری کافی در مواجهه با تغییرات سریع در محیط کسب و کار و سرعت پاسخگویی به آنها داشته باشد.

## منابع

- آسوده دستجردان، جواد، ۱۴۰۱، بررسی تاثیر تکنیک های حسابداری مدیریت استراتژیک بر بهبود عملکرد مدیران و کارکنان بانک ملت مشهد، دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در علوم فنی و مهندسی، تهران، <https://civilica.com/doc/1486386>
- جعفری، بهزاد، خیرالهی، فرشید، چاوشانی، مجتبی، فیض جوادیان، سید حامد، (۱۴۰۲)، بررسی رابطه حسابداری مدیریت استراتژیک و عملکرد زیست‌محیطی استراتژیک با در نظر گرفتن اثرات استراتژی‌های زیست‌محیطی. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت 187-200, (53) 14, عامری پور ف. (۱۴۰۱). نقش حسابداری مدیریت استراتژیک بر ابعاد مزیت رقابتی شرکتها، نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری. 566-579, (23) 6,
- میرباقری رودباری، سیده آمنه، و کردستانی، غلامرضا، (۱۴۰۰)، وضعیت حسابداری مدیریت استراتژیک در ایران: رویکرد تکنیکی-مدیریتی. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۱۰(۴۰)، ۷۱-۸۷.
- Abdelmoneim Mohamed, A. and Jones, T. (2014), "Relationship between strategic management accounting techniques and profitability – a proposed model", *Measuring Business Excellence*, Vol. 18 No. 3, pp. 1-22. <https://doi.org/10.1108/MBE-04-2013-0023>
- Alabdullah, T. T. Y. (2019). Management accounting and service companies' performance: Research in emerging economies. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 13(4), 100–118.



- Alamri, A. M. (2019). Association between strategic management accounting facets and organizational performance. *Baltic Journal of Management*, 14(2), 212–234.
- Aziz, A. M. (2012). Strategic role of strategic management accounting towards enhancing SMEs performance in Iraq. Master's Thesis, University Utara, Malaysia.
- Baird, K. M., Su, S., & Tung, A. (2018). Organizational culture and environmental activity management. *Business Strategy and Environment*, 27(3), 403–414.
- Cadez, S., & Guilding, C. (2012). Strategy, strategic management accounting and performance: A configurational analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 112(3), 484–501.
- Ditkaew, Kanthana. "Strategic Management Accounting on Competitive Advantage." *IJABIM* vol.14, no.1 2023: pp.1-17. <https://doi.org/10.4018/IJABIM.321193>
- Duci, E. (2021). The relationship between management accounting, strategic management accounting and strategic cost management. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(5), 376. <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0146>
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014.
- Langfield-Smith, K. (2008). Strategic management accounting: How far have we come in 25 years? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(2), 204–228.
- Oyewo, B. (2022), "Contextual factors moderating the impact of strategic management accounting on competitive advantage", *Journal of Applied Accounting Research*, Vol. 23 No. 5, pp. 921-949. <https://doi.org/10.1108/JAAR-04-2021-0108>
- Oyewo, B., & Ajibolade, S. (2019). Does the use of strategic management accounting techniques creates and sustains competitive advantage? Some empirical evidence. *Annals of Spiru Haret University Economic Series*, 19(2), 61–91.
- Simmonds, K. (1981). Strategic management accounting. *Management Accounting*, 59(4), 26–30.
- Su, S., Baird, K. and Nuhu, N.A. (2023), "The Association Between The Use of Strategic Management Accounting Practices and Competitive Advantage: The Moderating Role of Organisational

Culture", Akroyd, C. (Ed.) *Advances in Management Accounting* (Advances in Management Accounting, Vol. 35), Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 129-157. <https://doi.org/10.1108/S1474-787120230000035006>

Turner, M. J., Way, S. A., Hodari, D., & Witteman, W. (2017). Hotel property performance: The role of strategic management accounting. *International Journal of Hospitality Management*, 63(May), 33-43.