



تأثیر نوع استراتژی و توانمندی‌های سازمانی بر عملکرد: نقش میانجی تکنیک‌های حسابداری مدیریت

بهنام کرمشاهی^a، تابنده صالحی^b، زینب اعظمی^c
^a استادیار گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان
^b استادیار گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان
^c مربی گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان

نویسنده مسئول: بهنام کرمشاهی (۰۹۱۳۵۹۸۳۴۳۸، مجتمع آموزش عالی بافت، بخش حسابداری)

چکیده: هدف این پژوهش بررسی تأثیر نوع استراتژی و توانمندی‌های سازمانی بر عملکرد مالی با نقش میانجی فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک است. در این پژوهش از فن مدل معادلات ساختاری استفاده شده است تا الگوی ارائه شده مورد آزمون قرار گیرد. اطلاعات مورد نیاز پژوهش به وسیله پرسشنامه از مدیران سطوح میانی و سطوح بالای ۱۹۴ شرکت تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران جمع‌آوری شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که استراتژی تمایز، استراتژی رهبری هزینه و توانمندی‌های سازمانی، تأثیر مثبت و معناداری بر روی عملکرد مالی دارند. همچنین فن‌های حسابداری مدیریت به عنوان متغیر میانجی با ارائه اطلاعات مناسب جهت برنامه‌ریزی، کنترل و ارزیابی عملکرد و ایجاد مزیت رقابتی، در تقویت تأثیر متغیرهایی شامل؛ استراتژی سازمانی و توانمندی‌های سازمانی، بر عملکرد مالی، نقش استراتژیک ایفاء کنند.

کلمات کلیدی: استراتژی‌های سازمانی، عملکرد مالی، توانمندی‌های سازمانی، فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک، معادلات ساختاری

۱. مقدمه

امروزه بسیاری از شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا با تدوین استراتژی‌های رقابتی مناسب، مزیت رقابتی به دست آورند و با افزایش میزان رقابت‌پذیری محصولات خود، زمینه رشد و پیشرفت را فراهم سازند [۶]. شرکت‌هایی که استراتژی مدیریت هزینه را به کار می‌گیرند، اصولاً مزایایی را به دست می‌آورند که این مزایا بر پایه کارایی عملیاتی است. در مقابل شرکت‌هایی که استراتژی تمایز محصول را اعمال می‌کنند با ایجاد مزیت رقابتی در محصولات خود نسبت به جلب و حفظ مشتریان اقدام نموده و از این طریق می‌توانند افزایش قیمت‌های آتی را نیز بر مشتریان خود تحمیل نمایند و به حاشیه سود بیشتر دست یابند [۷]. در دنیای پیچیده و پویای کسب و کار، شرکت‌ها به صورت همزمان برای کسب مزیت رقابتی به دنبال همکاری و رقابت هستند. رقابت زیاد موجب می‌شود تا شرکت‌ها استراتژی‌های عملکردی خود را بر اساس آن تطبیق دهند و اقداماتی فعال همانند جستجو برای رقابت و کشف ویژگی‌های جدید و تولید محصولات متمایز را انجام دهند تا از درگیری‌های ارتقاء و قیمتی در امان باشند [۱۱]. بنابراین محیط رقابتی صنعت و شدت رقابت میان شرکت‌های موجود در یک صنعت می‌تواند تأثیر مهمی بر عملکرد سازمان‌ها داشته باشد [۲].

توانمندی‌های سازمانی که متشکل از ۴ جز می‌باشند (جهت‌گیری بازار، نوآوری، کارآفرینی، یادگیری سازمانی)، نیز از عوامل اصلی و مهم در بهبود موفقیت عملکرد شرکت‌ها می‌باشند. جهت‌گیری بازار که بر استفاده از جریان اطلاعات تمرکز می‌کند در بازاریابی و مدیریت نقش مهمی دارد و باعث ایجاد مزیت رقابتی و موفقیت سازمانی می‌شود. نوآوری نیز یک منبع مهم مزیت رقابتی است که سازمان را قادر می‌سازد موقعیت پیشرو خود را در بازار حفظ کند [۱۲]. نوآوری برای ایجاد ارزش، نفوذ به بازارهای جدید، حفظ سهم از بازار موجود و بهبود مزیت رقابتی ضروری است. نوآوری یک عنصر مهم استراتژی تجاری است. هدف از نوآوری نه تنها کاهش هزینه‌ها، بلکه، کمک به شرکت‌ها در بهبود کیفیت محصولات و خدمات ارائه شده است. این امر در عصر جهانی سازی اهمیت دارد، زیرا چرخه عمر محصول با توجه به مشتریانی که نیازهای مختلف و خواسته‌های متفاوت دارند، کوتاه‌تر می‌شود. به گونه خلاصه موفقیت یا شکست یک شرکت در دستیابی به عملکرد بهتر به وسیله نوآوری آن تعیین می‌شود [۱۳]. کارآفرینی توانایی یک شرکت در تجدیدپذیری، نوآوری و ریسک‌پذیری مداوم در بازار و

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران
مرکز آموزش عالی مدیریت صنعتی

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

عملیات است و انتظار می رود در محیط های پویا به خوبی عمل نماید [۹]. زهرا و گارویس (۲۰۰۰)، بیان کرده اند که گرایش کارآفرینانه، رشد درآمد و سودآوری کلی را افزایش می دهد. افزون بر این، امروزه یادگیری منشا کسب امتیاز در رقابت های تجاری است. شرکتی که دائماً به یادگیری می پردازد، فرصت بهتری برای پیگیری و پاسخگویی به نیازهای مشتریان، درک و بهره گیری از فرصت های بازار و عرضه محصولات مناسب و هدفمند به دست می آورد، که این عوامل منجر به پیدایش سطح بالاتری از سود دهی اقتصادی و مالی، اضافه فروش و تولیدات اصلی می شوند و در نهایت به بهبود عملکرد سازمان منجر می شود [۱].

سیستم های حسابداری مدیریت بر استفاده از اطلاعات حسابداری برای مدیران در سازمان ها جهت مهیا کردن آن ها برای تصمیم سازی کسب و کار آگاهانه تاکید دارد که به مدیران اجازه می دهد تا کارکردهای کنترل و مدیریشتان را بهتر انجام دهند [۶]. حسابداری مدیریت می تواند مدیران را در اتخاذ تصمیمات صحیح جهت پویایی محیط کسب و کار یاری نماید و در فضای کسب و کار رقابتی یک نیاز اساسی و حیاتی به شمار می رود [۵]. جهانی شدن روزافزون تجارت در دو دهه ی گذشته، سرعت تغییر فناوری و وجود عدم اطمینان سازمان ها را مجاب به تعامل هر چه بیشتر بین حسابداران و مدیران می کند، به نحوی که حسابداری مدیریت سنتی پاسخگوی این تعاملات نیست [۱۴]. پس فراخوان های استفاده از تکنیک های جدید حسابداری مدیریت، تحت عنوان حسابداری مدیریت استراتژیک مطرح می شود. مدافعان حسابداری مدیریت استراتژیک، آن را سیستم اطلاعات حسابداری می دانند که بر ویژگی هایی مانند؛ بلندمدت بودن، آینده نگر بودن تاکید دارد و بر بازاریابی و جهت گیری بازار متمرکز است و هم چنین بر اقدامات غیر مالی تاکید فراوانی دارد و برای تصمیم گیری های استراتژیک مدیران ارشد مناسب تر است و نسبت به حسابداری مدیریت سنتی انعطاف پذیرتر است. در حسابداری مدیریت استراتژیک اطلاعات مربوط به رقبا، اطلاعات مربوط به مشتری و اطلاعات مربوط به تولید به عنوان عناصر مهم در نظر گرفته می شوند که برای سازمان هایی که تحت بازار رقابت شدید فعالیت می کنند بسیار مهم هستند. پژوهش های متعدد تجربی نشان داده اند [۴ و ۱۲ و ۱۵] که نقش سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت در سازمان، یک نقش میانجی است که اطلاعات لازم را برای تسهیل در تصمیم گیری و تغییر رفتار سازمانی فراهم می سازد و به مثابه کنشگری است که قدرت اصلاح معنای اهداف راهبردی را دارند.

با توجه به ادبیات فوق در این پژوهش به دنبال پاسخ گویی به این سوالات و مشکلات هستیم:

رابطه ی استراتژی، رقابت و توانایی های سازمانی با عملکرد شرکت های تولیدی در ایران چگونه است؟ نقش فن های حسابداری مدیریت استراتژیک بر این روابط چیست؟ آیا شرکت های تولیدی در ایران از حسابداری مدیریت استراتژیک به عنوان ابزاری استراتژیک برای تقویت مزیت رقابتی خود استفاده می کنند؟ آیا توانایی های سازمانی تأثیری در حسابداری مدیریت استراتژیک دارد؟ نقش میانجی حسابداری مدیریت استراتژیک در رابطه ی بین قابلیت های سازمانی و عملکرد مالی چگونه است؟

فرضیه های پژوهش به صورت زیر تبیین می گردد:

- فرضیه ۱) بین استراتژی تمایز و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۲) بین استراتژی تمایز و نقش استراتژیک حسابدار رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۳) بین استراتژی تمایز و استفاده از فن های حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۴) بین استراتژی رهبری هزینه و عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۵) بین استراتژی رهبری هزینه و نقش استراتژیک حسابدار رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۶) بین استراتژی رهبری هزینه و استفاده از فن های حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۷) استفاده از فن های حسابداری مدیریت استراتژیک تأثیر مثبت و معنی داری بر عملکرد شرکت دارد.
- فرضیه ۸) فن های حسابداری مدیریت به عنوان یک متغیر میانجی بر رابطه استراتژی تمایز و عملکرد مالی تأثیر مثبت می گذارند.
- فرضیه ۹) فن های حسابداری مدیریت به عنوان یک متغیر میانجی بر رابطه استراتژی رهبری هزینه و عملکرد مالی تأثیر مثبت می گذارند.
- فرضیه ۱۰) فن های حسابداری مدیریت به عنوان یک متغیر میانجی بر رابطه توانمندی های سازمانی و عملکرد مالی تأثیر مثبت می گذارند.

۲. مواد و روش ها

این پژوهش از حیث هدف از نوع کاربردی بوده که با ارائه مدل جهت گیری توسعه ای نیز دارد. و ترکیبی از روش های کتابخانه ای و میدانی است و در دسته پژوهش های کمی طبقه بندی می شود. از نظر زمانی از نوع پژوهش های مقطعی است. چرا که در یک برهه زمانی یعنی سال ۱۴۰۱ اتفاق می افتد. روش پژوهش

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کوتاه‌ترین سخن‌گویی، بلندترین دست‌افراش

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

حاضر توصیفی پیمایشی و از حیث روش انجام، جزء مطالعات همبستگی است. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. برای تهیه پرسشنامه پژوهش‌های نظری و کاربردی مرتبط، بررسی و بر مبنای آن‌ها متغیرها و معیارهای اندازه‌گیری استخراج و بر پایه آن‌ها سوالات طراحی گردید. برای سنجش روایی محتوایی پرسشنامه، پرسشنامه‌ها، در اختیار چند نفر از متخصصین و استادان قرار گرفت تا اهمیت اطلاعات و ارتباط بین متغیرها، در جای مناسب مورد بررسی قرار بگیرد و مشخص شود آیا این پرسشنامه‌ها در راستای هدف مطالعه قرار دارند یا خیر. با طرح دیدگاه‌های آن‌ها، تغییر در آئین نگارش و مفهوم برخی از پرسش‌ها، روایی صوری حاصل شد. پایایی پرسشنامه نیز به وسیله آلفای کرونباخ مورد آزمون قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه شرکت‌های تولیدی فعال در بورس اوراق بهادار تهران در صنایع مختلف در سال ۱۴۰۱ می‌باشند. به دلیل حیثی موضوعی پژوهش که فن‌های حسابداری مدیریت است، اولین شرط اساسی فعالیت مستمر چند ساله و شرط دوم استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت می‌باشد.

از مجموع ۲۴۰ عدد پرسشنامه ارسال شده، ۱۹۴ عدد آن برگشت داده شد که قابل استفاده بود. نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش به شرح جدول ۱، در زیر آورده شده است:

جدول ۱: نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

نحوه اندازه‌گیری	نوع متغیر	نام متغیر
۷ پرسش	وابسته	عملکرد مالی (FP)
۱۶ پرسش	میانجی	فن‌های حسابداری مدیریت (MATs)
۴ پرسش	مستقل	استراتژی تمایز
۶ پرسش	مستقل	استراتژی رهبری هزینه
۶ پرسش	مستقل	جهت‌گیری بازار (MC)
۷ پرسش	مستقل	نوآوری (Ino)
۱۳ پرسش	مستقل	کارآفرینی (Ent)
۵ پرسش	مستقل	یادگیری سازمانی (OL)
۹ پرسش	کنترلی	عدم قطعیت (UN)

جدول ۲ نشان می‌دهد که سن ۳۶/۲ درصد از افراد شرکت‌کننده در پژوهش در فاصله ۲۵ تا ۳۵ سال، سن ۵۲ درصد شرکت‌کنندگان در پژوهش بین ۳۶ تا ۴۵ سال، سن ۹/۶ درصد از افراد مشارکت‌کننده بین ۴۶ تا ۵۵ سال و سن ۲/۳ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش نیز بیشتر از ۵۵ سال می‌باشد. این آمار نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی سن شرکت‌کنندگان در پژوهش در محدوده سنی ۳۶ تا ۴۵ سال است. جدول شماره ۲ همچنین نشان می‌دهد که ۲۷/۷ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات کارشناسی، ۶۲/۷ درصد کارشناسی ارشد و تحصیلات ۹/۶ درصد پاسخگویان نیز دکترا می‌باشد.

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان

جنسیت	مرد	زنان	فراوانی	درصد
	۱۳۴	۴۳		۷۵/۷
				۲۴/۳

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران
موسسه عالی پژوهش‌های مدیریت صنعتی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

۳۶/۲	۶۴	بین ۲۵ تا ۳۵ سال	
۵۲	۹۲	بین ۳۶ تا ۴۵ سال	
۹/۶	۱۷	بین ۴۶ تا ۵۵ سال	سن
۲/۳	۴	بیشتر از ۵۵ سال	
۲۷/۷	۴۹	کارشناسی	
۶۲/۷	۱۱۱	کارشناسی ارشد	میزان تحصیلات
۹/۶	۱۷	دکتری	

جدول ۳ آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش شامل حداقل و حداکثر نمرات، میانگین و انحراف معیار و همچنین نتیجه آزمون "t یک نمونه‌ای" را نشان می‌دهد. با توجه به اطلاعات مندرج در نگاره ۳، سطح معناداری آماره t نشان دهنده معنادار بودن تفاوت بین میانگین پاسخ افراد و ارزش مورد آزمون (عدد ۳) در همه متغیرهای پژوهش است.

جدول ۳: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار	آماره t
استراتژی تمایز	۱	۵	۲/۹۱۵	۰/۹۹۸	۷/۲۶۵
استراتژی رهبری هزینه	۱/۵۹۴	۴/۰۶۳	۲/۵۷۹	۰/۵۹۴	۱۹/۳۹۴
بکارگیری فن‌های حسابداری مدیریت	۱/۱۶۷	۴	۲/۲۰۶	۰/۶۹۱	۵/۴۹۶
جهت‌گیری بازار	۱/۱۶۷	۴	۲/۴۹۸	۰/۶۳۷	۱۸/۰۲۵
نوآوری	۱/۲	۴	۱/۸۶۱	۰/۶۶۳	۵/۷۹۶
کارآفرینی	۱	۴/۳۳۳	۲/۱۷۹	۰/۷۷۳	۲/۸۷۷
یادگیری سازمانی	۱/۶۲۵	۴	۲/۳۳	۰/۴۸۸	۷/۱۶۵
عملکرد مالی شرکت	۱/۷۵	۴/۷۵	۳/۶۱۲	۰/۵۹۴	۲۱/۹۸۵
نقش استراتژیک حسابداری	۱/۲۰۸	۳/۸۲۳	۱/۹۰۲	۰/۶۱۱	۷/۳۶۴

تعیین پایایی: در این پژوهش جهت تعیین پایایی از معیار ضریب آلفای کرونباخ بر طبق نظر نونالی (۱۹۷۸) و فارل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده شده است. میزان قابل قبول برای آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷ می‌باشد (اکبری، بهارستان و شائمی برزکی، ۱۳۹۲). لازم به ذکر است که، ضریب آلفای کرونباخ به عنوان عاملی در ارزیابی سازگاری درونی الگو مورد استفاده قرار می‌گیرد. این ضریب برای هر کدام از ابعاد پژوهش در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴: ضرایب آلفای کرونباخ

متغیرها	آلفای کرونباخ
استراتژی تمایز	۰/۷۸۶
استراتژی رهبری هزینه	۰/۸۵۶
بکارگیری فن‌های حسابداری مدیریت	۰/۹۵۶

۰/۹۶۷	جهت گیری بازار
۰/۸۷۵	نوآوری
۰/۹۲۱	کارآفرینی
۰/۹۰۸	یادگیری سازمانی
۰/۹۳۱	عملکرد مالی شرکت
۰/۹۰۱	نقش استراتژیک حسابداری

شاخص روایی همگرا: روایی همگرا به این اصل بر می گردد که شاخص های هر سازه (متغیر) با یکدیگر همبستگی میانه ای داشته باشند. میزان روایی همگرا از طریق بیشتر از ۰/۵ بودن میانگین واریانس خروجی یا AVE به دست می آید (خیاطان، مبارکی، ۱۳۹۳). در حقیقت این شاخص نشان می دهد که یک متغیر پنهان تا چه حد قادر است واریانس شاخص های خود را به طور متوسط توضیح دهد. مقادیر این شاخص برای هر کدام از ابعاد پژوهش در جدول ۵ آورده شده است.

جدول ۵: شاخص روایی همگرا

پایایی ترکیبی	متغیرها
۰/۵۳۸	استراتژی تمایز
۰/۵۸۱	استراتژی رهبری هزینه
۰/۶۲۸	عدم تمرکز
۰/۵۷۶	جهت گیری بازار
۰/۶۰۷	نوآوری
۰/۵۹۸	کارآفرینی
۰/۶۱۸	یادگیری سازمانی
۰/۵۶۶	بکارگیری فن های حسابداری مدیریت استراتژیک
۰/۷۱۴	عملکرد شرکت
۰/۶۷۲	نقش استراتژیک حسابداری

ارزیابی الگوی کلی معادلات ساختاری: در الگوسازی معادلات ساختاری به کمک روش حداقل مربعات جزئی بر خلاف روش کوواریانس محور، شاخص های متعدد برای سنجش کل الگو وجود ندارد، ولی شاخصی به نام نیکویی برازش به وسیله تننهاوس، وینزی، چانتلینک و لاورو (۲۰۰۵) پیشنهاد شده است. پس از برازش الگوی ساختاری، برازش الگوی کلی از طریق شاخص GOF ارزیابی می شود. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای معیار GOF معرفی شده است (وتزلس، شرودر و ون اوپن، ۲۰۰۹). مقدار GOF برای الگوی پژوهش، برابر با ۰/۶۲۱ می باشد که نشان دهنده برازش بسیار قوی الگوی پژوهش است.

برای بررسی رابطه علی بین متغیرهای مستقل و وابسته و تایید کل مدل از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. تحلیل مسیر در این پژوهش با استفاده از نرم افزار اسمارت PLS انجام شده است. جدول ۶ تخمین وزن های رگرسیونی مدل نهایی پژوهش و نتایج فرضیه های مطرح شده را به طور خلاصه نشان می دهد.

جدول ۶: تخمین وزن های رگرسیونی مدل نهایی پژوهش

مسیر	استاندارد	معناداری	نتیجه

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران
وزارت امور اقتصادی و دارایی

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

تایید	۳/۶۴	۰/۰۹	عملکرد مالی → استراتژی تمایز
تایید	۱۵/۵۸	۰/۴۰	نقش استراتژیک حسابداران → استراتژی تمایز
تایید	۳/۰۲	۰/۱۲	استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک → استراتژی تمایز
تایید	۶/۲۳	۰/۲۸	عملکرد مالی → استراتژی رهبری هزینه
تایید	۱۰/۴۳	۰/۳۹	نقش استراتژیک حسابداران → استراتژی رهبری هزینه
تایید	۳/۲۵	۰/۱۶	استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک → استراتژی رهبری هزینه
تایید	۱۰/۲۵	۰/۵۱	استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک → توانایی‌های سازمانی
تایید	۳/۲۷	۰/۱۳	عملکرد مالی → توانایی‌های سازمانی
تایید	۱۲/۱۸	۰/۴۹	استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک → شدت رقابت
تایید	۵/۰۱	۰/۴۲	عملکرد مالی → استفاده از فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک

جدول ۷ نقش میانجی متغیر بکارگیری فن‌های حسابداری مدیریت استراتژیک بر رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته را به طور خلاصه نشان می‌دهد.

جدول ۷: نتایج آزمون سوبل

نتیجه	شدت اثر غیر VIF (مستقیم)	آماره سوبل	فرضیه
تایید	۰/۲۲	۲/۲۷	فن‌های حسابداری مدیریت به عنوان یک متغیر میانجی بر رابطه استراتژی تمایز و عملکرد مالی تاثیر مثبت می‌گذارند.
تایید	۰/۳۱	۳/۴۱	فن‌های حسابداری مدیریت به عنوان یک متغیر میانجی بر رابطه استراتژی رهبری هزینه و عملکرد مالی تاثیر مثبت می‌گذارند.
تایید	۰/۴۲	۵/۷۵	فن‌های حسابداری مدیریت به عنوان یک متغیر میانجی بر رابطه توانمندی‌های سازمانی و عملکرد مالی تاثیر مثبت می‌گذارند.

۳. نتایج و بحث



با توجه به اهمیت مبحث عملکرد مالی، پژوهش حاضر، درصدد یافتن مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر عملکرد مالی و همچنین نقش میانجی فن‌های حسابداری مدیریت بر رابطه استراتژی سازمانی، شدت رقابت در بازار و توانمندی‌های سازمانی با عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی بود. اطلاعات مورد نیاز پژوهش به وسیله پرسشنامه از مدیران سطوح میانی و سطوح بالای ۱۹۴ شرکت تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۴۰۱ جمع‌آوری شد و برای تحلیل داده‌ها از نرم افزار Smart PLS3 استفاده به عمل آمد.

یافته‌های پژوهش نشان داد که استراتژی تمایز، استراتژی رهبری هزینه و توانمندی‌های سازمانی، تاثیر مثبت و معناداری بر روی عملکرد مالی دارند. این یافته‌ها مشابه با یافته‌های [۱ و ۴ و ۱۴] می‌باشند.

افزون بر این، همان‌گونه که در نمودار شماره ۵-۶ نشان داده می‌شود، ضریب مسیر متغیر فن‌های حسابداری مدیریت به متغیر عملکرد مالی ۰/۴۲ است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد مثبت و معنادار است. شواهد گویای آن است که، سیستم حسابداری مدیریت تکامل یافته که به خوبی طراحی شده باشد، اطلاعات مناسبی به مدیران برای رسیدن به اهداف عملکردی، استانداردهای ارزیابی عملکرد و بازخورد عملکرد ارائه می‌کند و در نهایت منجر به بهبود عملکرد می‌شود. این یافته مطابق با یافته پژوهش‌های، [۵ و ۹ و ۱۲] است.

همان‌طور که انتظار می‌رفت، یافته‌های مندرج در جدول شماره ۷ نشان داد که، فن‌های حسابداری مدیریت در ابعاد؛ کنترل و ارزیابی عملکرد مدیران، برنامه‌ریزی، پشتیبانی از سیستم و روش‌های مختلف هزینه‌یابی محصول و کنترل آن، به عنوان متغیر میانجی بر رابطه استراتژی‌های سازمانی، شدت رقابت در بازار و توانمندی‌های سازمانی با عملکرد مالی تاثیر مثبت می‌گذارد. این یافته‌ها مطابق با یافته‌های پژوهش، [۵ و ۹ و ۱۱] است. این نتایج می‌تواند به علل زیر باشند:

۱- اگر شرکتی بخواهد به مزیت رقابتی دست یابد و این توانایی را داشته باشد که در سطوح بالای عملکرد فعالیت کند، نیازمند استراتژی سازمانی مشخصی است. با این حال حضور یک فن حسابداری مدیریت مناسب می‌تواند در تقویت تاثیر استراتژی بر عملکرد مالی، نقشی استراتژیک ایفاء کند.

۲- فن‌های حسابداری مدیریت می‌توانند اطلاعات مربوط به منابع مالی و بازار را پردازش کرده و از طریق فرآیند یادگیری به دانش تبدیل نمایند که در نهایت با ایجاد مزیت رقابتی، سبب بهبود عملکرد مالی شرکت‌ها می‌شوند.

نوآوری بر شاخص‌هایی، مانند، رضایت مشتری، خلاقیت و رقابت در تکنولوژی که سبب بهبود عملکرد می‌شوند، تاثیر می‌گذارد. اجرای انواع استراتژی‌های نوآوری نیز، مستلزم وجود یک سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت است که اطلاعاتی معتبر، جامع، به هنگام و با چشم‌اندازی گسترده را در خصوص منابع و برای تصمیم‌گیری دقیق، ارائه کند. بنابراین، عملکرد مالی، تحت تاثیر تعامل سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت و نوآوری می‌باشد.

۴. پیشنهادات

یافته‌های این پژوهش مطابق با نظریه مبتنی بر دانش (مبنی بر اینکه، حسابداری مدیریت، اطلاعات مربوط به استراتژی سازمانی، فکری و توانمندی‌های سازمانی در بازار را پردازش می‌کند و این اطلاعات را از فرآیند یادگیری به دانش تبدیل می‌کند)، نظریه مباشرت (مبنی بر اینکه، حسابداری مدیریت می‌تواند با کنترل منابع به کمک فرآیند بودجه‌بندی، کارت ارزیابی متوازن و سایر روش‌ها از حاکمیت پشتیبانی کند) و دیدگاه مبتنی بر منابع (مبنی بر اینکه، حسابداری مدیریت با ارائه اطلاعات گسترده و به هنگام، منجر به کسب منابع ارزشمند، کمیاب، بی نظیر و غیر قابل جبران می‌شود) است. پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی به منظور دستیابی به نتایج دقیق‌تر، مقوله‌های فن‌های حسابداری مدیریت، یعنی فن‌های هزینه‌یابی، فن‌های ارزیابی عملکرد و کنترل و فن‌های پشتیبانی از تصمیم به تفکیک مورد آزمون قرار گیرند تا تاثیر هر یک به طور جداگانه بر رابطه توانمندی‌های سازمانی و عملکرد مالی مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

۱. خانلری، ا.، سبزه‌علی، ر. (۱۳۹۳). بررسی رابطه یادگیری سازمانی و عملکرد مالی از طریق فرآیند نوآوری در شرکت‌های صنعتی در گلپایگان. *مجله مدیریت بازرگانی*، دوره ۶، شماره ۴، ۷۷۳-۷۹۰.
۲. حسینی، ز.، قربانی، ز.، احمدی، آ. (۱۳۹۴). بررسی روایی صوری و محتوایی و پایایی پرسشنامه: بررسی چرخه تغییر در افراد سیگاری. *مجله دندانپزشکی مشهد*، دوره ۳۹، شماره ۲، ۱۵۴-۱۴۷.
۳. داوری، ع.، رضازاده، آ. (۱۳۹۲). مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS. چاپ اول، انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه علمی تخصصی مدیریت صنعتی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

۴. رضایی، ش.، محمدزاده، ا. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی و بحران مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله مدیریت توسعه و تحول، شماره ۳۲، ۸۸-۸۱.
۵. طالبی، ب.، بحری ثالث، ج. (۱۳۹۷). بررسی ارتباط بین اجزای سیستم حسابداری مدیریت، ابهام، عدم تمرکز و عملکرد مدیران شرکت‌های تولیدی شهرستان بناب. فصلنامه حسابداری مدیریت، دوره ۱۱، شماره ۳۶، ۳۰-۱۵.
۶. مرادی، م.، سپهوندی، س. (۱۳۹۴). تاثیر استراتژی رقابتی بر پایداری عملکرد مالی و ریسک. پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۷، شماره ۳، ۹۰-۷۵.
۷. مهرانی، س.، مهرانی، ک.، لهراسی، حمیدرضا. (۱۳۸۹). تاثیر مدیریت هزینه و تمایز محصول بر عملکرد مالی بلند مدت. فصلنامه مطالعات حسابداری، دوره ۷، شماره ۲۷، ۷۴-۵۹.
۸. نمازی، م.، رضایی، غ. (۱۳۹۶). مدل‌بندی واسطه‌ای سیستم حسابداری مدیریت، انگیزش و تعهد سازمانی در برنامه‌ریزی و ایجاد مازاد بودجه‌ای مدیران خدمات درمانی. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، شماره ۲۴، ۱۳۳-۱۱۳.

10. Ahlay, T. (2014). Effects of Strategy, Competition, Decentralization Capabilities on Firm Performance: The Mediating Role of Strategic Management Accounting. (Doctoral dissertation, University of Malaya, Kualalumpur, Malaysia).
11. Alamri, A.M. (2018). Association between Strategic Management Accounting Facets and Organizational Performance. Baltic Journal of Management, 4(2). 212-234.
12. AL-Dweikat, M. F., & Ibrahim Nour, M. (2018). A Structural Equation Model for Analyzing the Impact of Strategic Management Accounting Techniques on Quality of Financial Information. International Journal of Economics and Finance, 10(4), 62-71.
13. Alimoradi, A., & Borzoupour, S. (2017). Strategy, Management Accounting System and Performance of Iranian Companies. Iranian Journal of Oil & Gas Sciences and Technology, 6(2). 61-74.
14. Gao, H., Hsu, P.H., & Li, k. (2018). Innovation Strategy of Private Firms. Journal of Financial and Quantitative Analysis, 53(1), 1-32.
15. Ghasemi, R., Noor Azmi, M., Karami, M., Bajuri, N.H., & Asgharizade, E. (2016). The Mediating Effect of Management Accounting System on The Relationship Between Competition and Managerial Performance. International Journal of Accounting & Information Management, (24) 3, 272-295.
16. Namazi, M., & Rezaei, G. (2016). The Effects of Earnings Quality Criteria on the Agency Costs: Evidence from Tehran Stock Exchange. Market Procedia Social and Behaviorol Sciences, 230, 67-75.