

تأثیر نوآوری های حسابداری مدیریت بر فرهنگ سازمانی

کریم نخعی^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۱۶ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۰۹/۲۶

چکیده

شرکت ها و بنگاه های اقتصادی اهداف متوعی را دنبال می کنند که حسابداری مدیریت در تحقق آن نقش موثری دارد. با توجه به تغییرات شکرپی که در زمینه تکنولوژی های مدرن و فن آوری اطلاعات ایجاد شد شرکت ها برای ادامه حیات خویش نیازمند پذیرش و بکارگیری نوآوری های حسابداری مدیریت شدند. این تحقیق از نوع توصیفی - میدانی بوده و برای جمع آوری داده های مربوطه از پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه از طیف پنج گزینه ای لیکرت می باشد پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۲ می باشد و از لحاظ هدف تحقیق حاضر کاربردی می باشد. داده های تحقیقی کیفی بوده به همین منظور در تجزیه و تحلیل داده های مربوطه از روش های آزمون تی-تست، آزمون ویلکا کسون و کروسکال والیس استفاده شده است. شرکت های نمونه به دو گروه دارای نوآوری حسابداری مدیریت و فاقد نوآوری حسابداری مدیریت تقسیم شد. با توجه به نتایج آزمون های آماری در سطح اطمینان ۹۵٪ می توان ادعا نمود که میان کاربرد نوآوری هزینه یابی بر مبنای فعالیت و مدیریت بر مبنای فعالیت با فرهنگ سازمانی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. نتایج تحقیق نشان داد که بکارگیری مفاهیم و روش های حسابداری مدیریت و نوآوری های آن در شرکت ها نقش بسزایی در رسیدن به اهداف سازمانی، بهبود مستمر عملیات و کارا بودن تصمیمات مدیریت دارد از آنجایی که فرهنگ سازمانی برای حرفه حسابداری لازم و ضروری است لذا پذیرش و بکارگیری نوآوری های حسابداری مدیریت در شرکت ها تابع فرهنگ سازمانی است.

واژگان کلیدی

فرهنگ سازمانی، نوآوری، حسابداری مدیریت

۱. استادیار گروه حسابداری، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران. (karim_nakhaei_1360@yahoo.com)

مقدمه

فرهنگ سازمانی برای توسعه و پیشرفت هر حرفه ای لازم و ضروری است. حرفه و جامعه به تصمیمات اخلاقی شخصی افراد که مبنایی برای مسئولیت عملیات تجاری و یک نظم اجتماعی است وابسته است.

اخلاق و رفتار حرفه ای برای حرفه حسابداری بسیار مهم است. بدون پذیرش و جلب اعتماد استفاده کنندگان ارائه خدمات از سوی حسابداران بیهوده است. اعتماد به خدمات، تابع اعتماد به ارائه کننده و آن نیز تابع درستکاری و پایبندی به اصول اخلاقی است. با توجه به نقش حیاتی حسابداری در پیشرفت اقتصادی و اجتماعی جامعه و نیز اهمیت درستی اطلاعات برای سرمایه گذاران و اعتبار دهندگان اخلاق در حرفه حسابداری عنصری محوری به شمار می آید (حاجیه، ۱۳۹۵).

بکارگیری مفاهیم و روش های حسابداری مدیریت در شرکت های تولیدی و خدماتی نقش بسزایی در دستیابی به اهداف سازمانی، بهبود مستمر عملیات و کارا بودن تصمیمات را داراست. سیستم سنتی حسابداری، نمی تواند بین مصرف منابع و نتایج بدست آمده به صورت مستقیم یا غیر مستقیم ارتباط برقرار کند و تنها به جمع آوری هزینه ها می پردازد. اکثر مدیران نیز به همین دیدگاه عادت دارند و تنها به جمع هزینه های دستگاه در هر یک از طبقه های مواد هزینه ای توجه می کنند و سیستم حسابداری نیز که در همین جهت شکل گرفته است موجب تقویت دیدگاه این گونه مدیران می شود (نمازی، ۱۳۹۳).

مدیران برای تصمیم گیری های خود در جهت اداره بهتر سازمان ها از ابزار و تکنیک های گوناگونی استفاده می کنند. یکی از این ابزارها حسابداری مدیریت است که از طریق ابزارهای مختلف مدیران را در تصمیم گیری یاری می کند. با توجه به پیشرفت های روز افزون در کلیه علوم در حسابداری مدیریت نیز پیشرفت های زیادی حاصل گردیده که شامل ظهور نوآوری هایی در آن می باشد یک تعریف نوآوری را به عنوان نخستین استفاده از دانش جدید می بیند، در حالی که در تعریف دیگری، نوآوری به عنوان یک چیز جدید در رابطه با یک سازمان معین شناخته می شود. دو جنبه های اصلی تعاریف نوآوری، مربوط به جدید بودن و ارتباط آن با ابتکار است (حسن پور، ۱۳۹۶).

امروزه برای آنکه سازمان ها بتوانند در محیط خود پایدار بمانند و در بلند مدت نیز قادر باشند با محیط سازگار شده و پیوسته توانایی های لازم را برای بقای خود ایجاد کرده و گسترش دهند، ضرورت دارد از سلامت سازمانی برخوردار باشند. حسابداری مدیریت برخلاف حسابداری مالی که اساساً بر اطلاعات گذشته تمرکز دارد، عمدتاً فراهم کننده اطلاعاتی با ماهیت عادی و جاری است؛ بنابراین حسابداری مدیریت جوهره اصلی آن تصمیم گیری است و تصمیم گیری ذاتاً با رویدادهای حال و آتی سروکار دارد. حسابداری مدیریت برای اینکه بتواند به مدیران سطوح مختلف سازمان در تصمیم گیری ها و ارزیابیها کمک کند باید به شکل تفصیلی و در اسرع وقت اطلاعات مورد نیاز را در دسترس قرار دهد. لذا اطلاعات حسابداری مدیریت زمانی سودمند واقع می شود که مربوط، صحیح، قابل اعتماد و در صورت برآوردی بودن بر رویه های صحیح برآورد مبتنی باشد. در آخرین گزارش مجمع جهانی اقتصاد در زمینه فناوری اطلاعات کشورها به نقش محوری فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه تأکید شده است. این مهم پیش تر در گزارشات سازمان های بین المللی و ملی به چشم می خورد (کیون هتهو، ۲۰۱۱).

اما توسعه مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات نیازمند پذیرش نوآوری های حسابداری مدیریت در سازمان ها و شرکت ها می باشد؛ بنابراین گسترش فناوری اطلاعات و تکنولوژی های مدرن مستلزم بکارگیری و پذیرش نوآوری های

حسابداری مدیریت می باشد. نوآوری های حسابداری مدیریت می توانند به عنوان اصل کلی و اجرایی شناخته شوند؛ بنابراین به سازمان فرصت می دهد تا فرایند خلاقیت را به عنوان یک نوآوری و محرک یک ایده انتخاب، اشاعه، استنباط و طرح ریزی نماید بنابراین بکارگیری این نوآوری ها در واقع بخشی از فرهنگ سازمانی را تشکیل می دهد (حاجیه، ۱۳۹۵).

بنابراین با پیشرفت تکنولوژی و فناوری در شرکت ها این تکنیک ها ابزاری پیشرفته برای تصمیم گیری مدیران می باشد. عوامل فرهنگی هم در سطح ملی و هم در سطح سازمانی بر نوآوری های حسابداری مدیریت تأثیر می گذارد و کارایی این نوآوری در محیط های فرهنگی مختلف متفاوت می باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

فرهنگ سازمانی موضوعی است که به تازگی در دانش مدیریت و در قلمرو رفتار سازمانی راه یافته است. به دنبال نظریات و تحقیقات جدید در مدیریت، فرهنگ سازمانی دارای اهمیت روزافزونی شده و یکی از مباحث اصلی و کانونی مدیریت را تشکیل داده است. جمعیت شناسان، جامعه شناسان و اخیراً روان شناسان و حتی اقتصاددانان توجه خاصی به این مبحث نو و مهم در مدیریت مبذول داشته و در شناسایی نقش و اهمیت آن نظریه ها و تحقیقات زیادی را به وجود آورده و در حل مسائل و مشکلات مدیریت به کار گرفته اند. با بررسی که توسط گروهی از اندیشمندان علم مدیریت به عمل آمده فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از مؤثرترین عوامل پیشرفت و توسعه کشورها شناخته شده است (تقی زاده، ۱۳۹۵). به طوری که بسیاری از پژوهشگران معتقدند که موفقیت کشور ژاپن در صنعت و مدیریت یکی از علل مهم توجه آنها به فرهنگ سازمانی است. فرهنگ سازمانی به عنوان مجموعه ای از باورها و ارزشهای مشترک بر رفتار و اندیشه اعضای سازمان اثر می گذارد و می توان نقطه شروعی برای حرکت و پویایی و یا مانعی در راه پیشرفت به شمار آید. فرهنگ سازمانی از اساسی ترین زمینه های تغییر و تحول در سازمان است نظر به اینکه برنامه های جدید تحول بیشتر به تحول بنیادی سازمانی نگاه می کند از این رو هدف این برنامه ها تغییر و تحول فرهنگ سازمان به عنوان زیربنا به بستر تحول است (حاجیه، ۱۳۹۵).

فرهنگ سازمانی به اعتقادات، باورها و رفتارهایی اشاره دارد که تعامل کارکنان و مدیران شرکت را تعیین کرده و معاملات و سایر فعالیت های بیرونی سازمان را مدیریت می کند. مدت زمان زیادی نیست که داشتن فرهنگ سازمانی بسیار خوب هم مانند حقوق ماهیانه و تسهیلات شغل به یک گزینه برای کارکنان بدل شده است. در واقع، فرهنگ سازمانی که یک شرکت داراست لزوماً برای یک سازمان دیگر نتیجه نمی دهد (تقی زاده، ۱۳۹۵)؛ اما می توان از شرکت هایی که از فرهنگ سازمانی درست و مناسب برخوردارند چیزهای زیادی آموخت و سپس برای ایجاد فرهنگ خود اقدام کرد حسابداری مدیریت به نظامها و دانشهای متنوعی بستگی دارد و بر این اساس در تعریف و تبیین ماهیت نظام حسابداری مدیریت چنین اظهار می شود: حسابداری مدیریت دانشی است که از طریق به کارگیری روشهای عملیاتی مؤثر در فرایند پردازش داده های مالی (تاریخی، جاری و آینده) یک واحد اقتصادی، از یک سو مدیریت را در مسیر برنامه ریزی مناسب برای دستیابی به هدفهای مشخص یاری می دهد و از سوی دیگر، شرایط تصمیمگیری منطقی را برای دستیابی به هدفهای مقرر فراهم می کند (کیون هتھو، ۲۰۱۱).

به طور معمول واژه اعتماد پذیری به منظور توصیف احتمال قرار گرفتن ارزش واقعی مقدار برآورد شده در فاصله اطمینان، به اطلاعات حسابداری مدیریت باید دارای توان لازم برای تغییر، تعدیل یا تأیید تصمیمهای مدیران باشد کار

برده می‌شود؛ بنابراین، داده‌های ایجاد شده به وسیله نظام حسابداری مدیریت باید بر پایه بار اطلاعاتی آن مورد ارزیابی قرار گیرد مجموعه‌ای است متشکل از منابع مالی و انسانی موجود در یک سازمان که عهده‌دار مسئولیت ایجاد و انتشار اطلاعات مربوط برای تصمیم‌گیریهایی درون سازمانی است (رهنمای رودپشتی، ۱۳۸۷). حسابداری مدیریت، یک سیستم اندازه‌گیری برای گردآوری اطلاعات مالی و عملیاتی است که فعالیت مدیریتی و رفتارهای انگیزه‌ای را هدایت می‌کند و ارزشهای فرهنگی را که برای به‌دست‌آوردن هدفهای استراتژیک سازمان لازم است خلق و حمایت می‌کند (تقی زاده، ۱۳۹۵).

طالبی تحقیقی تحت عنوان بررسی کاربرد ابزارهای حسابداری مدیریت توسط مدیران شرکت های تولید پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام داد. هدف این تحقیق تعیین موانع بکارگیری ابزارهای حسابداری مدیریت و همچنین اثر بخشی هریک از ابزارهای تحت بررسی بود. این تحقیق از نوع پیمایشی بوده و برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است. نتایج آزمون تحقیق نشان می دهد که مدیران شرکت های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ابزارهای بودجه بندی، تجزیه و تحلیل انحرافات و تجزیه و تحلیل نقطه سربه سر استفاده می کنند. همچنین مدیران از ابزارهای کارت ارزیابی متوازن، فرآیند مهندسی مجدد، حسابداری سنجش مسئولیت، هزینه یابی بر مبنای هدف و هزینه یابی بر مبنای فعالیت چندان استفاده نمی کنند. مهم ترین موانع استفاده از ابزارهای حسابداری مدیریت مورد بررسی به ترتیب هزینه و منفعت بکارگیری ابزارها، کمبود نیروی انسانی زبده از نظر علمی و تجربی و اتخاذ سیاست های مقطعی و کوتاه مدت توسط دولت می باشد (طالبی، ۱۳۸۹).

نمازی تحقیقی تحت عنوان بررسی کاربرد ابزارهای حسابداری مدیریت توسط مدیران شرکت های تولید پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام داد. هدف این تحقیق تعیین موانع بکارگیری ابزارهای حسابداری مدیریت و همچنین اثر بخشی هریک از ابزارهای تحت بررسی بود. این تحقیق از نوع پیمایشی بوده و برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است. نتایج آزمون تحقیق نشان می دهد که مدیران شرکت های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ابزارهای بودجه بندی، تجزیه و تحلیل انحرافات و تجزیه و تحلیل نقطه سربه سر استفاده می کنند. همچنین مدیران از ابزارهای کارت ارزیابی متوازن، فرآیند مهندسی مجدد، حسابداری سنجش مسئولیت، هزینه یابی بر مبنای هدف و هزینه یابی بر مبنای فعالیت چندان استفاده نمی کنند. مهم ترین موانع استفاده از ابزارهای حسابداری مدیریت مورد بررسی به ترتیب هزینه و منفعت بکارگیری ابزارها، کمبود نیروی انسانی زبده از نظر علمی و تجربی و اتخاذ سیاست های مقطعی و کوتاه مدت توسط دولت می باشد (نمازی، ۱۳۹۵).

حاجیها تحقیقی تحت عنوان رابطه فرهنگ سازمانی و کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند. در این تحقیق به بررسی فرهنگ سازمانی براساس ابعاد فرهنگی مدل موژن^۱ (۱۹۹۹) و ارتباط آن با بکارگیری نوآوری های حسابداری مدیریت مورد نظر این تحقیق عبارت بود از هزینه یابی بر مبنای فعالیت، مدیریت بر مبنای فعالیت، ارزیابی متوازن، هزینه یابی بر مبنای هدف، هزینه یابی استاندارد، هزینه یابی کیفیت و هزینه یای کایزن و ابعاد فرهنگ سازمانی عبارتند از گرایش های حمایتی، نوآوری، قانونگرایی و هدفگرایی. براساس یافته های تحقیق میان فرهنگ سازمانی شرکت هایی که نوآوری های حسابداری مدیریت را بکار گرفته اند آنهایی که از این نوآوری ها کمتر استفاده کرده اند تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین مدیران می توانند با ایجاد تغییرات فرهنگی در سازمان ها موجبات بهبود سیستم های حسابداری مدیریت را فراهم آورند (حاجیها، ۱۳۹۵).

چنهال در تحقیقی تأثیر فرهنگ سازمانی، ویژگی های سازمانی و محیط خارجی سازمان را بر روش های حسابداری مدیریت در شرکت های صنعتی در ترکیه بررسی کرد. نتایج این تحقیق نشان داد فرهنگ سازمانی با روش های حسابداری مدیریت رابطه دارند و بین روش های حسابداری مدیریت با تعداد کارکنان و سن آن ها رابطه وجود دارد و هیچ رابطه ای بین سطوح رقابتی و محیط های نامطمئن و روش های حسابداری مدیریت وجود ندارد (چنهال).

سانفورد در تحقیقی تأثیر فرهنگ سازمانی، ویژگی های سازمانی و محیط خارجی سازمان را بر روش های حسابداری مدیریت بررسی کرد. نتایج این تحقیق نشان داد فرهنگ سازمانی با روش های حسابداری مدیریت رابطه دارند و بین روش های حسابداری مدیریت با تعداد کارکنان و سن آن ها رابطه وجود دارد و هیچ رابطه ای بین سطوح رقابتی و محیط های نامطمئن و روش های حسابداری مدیریت وجود ندارد (سانفورد، ۲۰۰۷).

اعتمادی و دیانتی تحقیقی در خصوص بررسی نقش سه پارامتر فرهنگ سازی، مشارکت در بودجه بندی و سیستم های حسابداری مدیریت بر عملکرد مدیران و در نهایت تبیین نحوه اثرگذاری این عوامل بر یکدیگر پرداختند. نتایج مؤید وجود رابطه بین مشارکت در بودجه بندی، سیستم های حسابداری مدیریت، عملکرد مدیران و نیز اثرگذاری فرهنگ سازمانی برنوع این رابطه است. به نحوی که می توان نتیجه گرفت در جوامع یا سازمان های با فاصله قدرت زیاد و جمع گرا، مشارکت افراد در بودجه بندی حتی با وجود اطلاعات حسابداری مدیریت مناسب، موجب موفقیت بالای عملکردی مدیر نمی شود (اعتمادی، ۱۳۹۱).

جانسون و کاپلان در پژوهشی بر یکپارچه سازی هزینه یابی بر مبنای فعالیت و ارزش افزوده اقتصادی به عنوان یک سیستم یکدست از ارزیابی عملکرد تأکید نمودند و معتقدند این یکپارچه سازی باعث از بین رفتن محدودیت هر دو سیستم می گردد (جانسون و کاپلان، ۱۹۸۷).

اولاین آدامس نیز در تحقیقی به بررسی کاربرد ابزارهای حسابداری مدیریت توسط مدیران مالی مؤسسات آموزش عالی پرداختند. ابزارهای مورد مطالعه آنها شامل بودجه بندی برنامه ای، بودجه بندی انعطاف پذیر، بودجه بندی موقتی، بودجه بندی نقدی و روش هزینه یابی بر مبنای فعالیت بود. مؤسسات آموزش عالی خصوصی نسبت به مراکز مشابه عمومی بر کاربرد شیوه های حسابداری مدیریت بیشتر تأکید دارند. مراکز آموزش عالی کاربرد شیوه های بودجه بندی، قیمت گذاری، سنجش عملکرد و تأمین منابع مالی از خارج سازمان را از واحدهای تجاری موفق در اجرای این ابزارها، اقتباس کرده اند. شرایط خاص مالی در مؤسسات آموزش عالی تأثیر بسیار اندکی بر کاربرد شیوه های حسابداری مدیریت را نشان می دهد. بر اساس این پژوهش عدم درک صحیح مدیران از اهداف خاص، کاربرد هر یک از ابزارها جزء مهمترین موانع استفاده از این شیوه ها شناسایی شد (حسن پور، ۱۳۹۶).

با این وجود در تحقیقات گذشته به بررسی ارتباط مفاهیم فرهنگ با حسابداری پرداخته شده است ولی تأثیر این مفاهیم بر حسابداری مدیریت و نوآوری های آن که مبنای اصلی برنامه ریزی و تصمیم گیری مدیران در سازمان ها می باشد پرداخته نشده است. در این مقاله با استفاده از فرهنگ سازمانی، سهم حسابداری مدیریت و نوآوری های آن در تعالی فرهنگ مورد بحث قرار می گیرد. یافته های مقاله حاضر حاکی از اینست که فرهنگ سازمانی در شرکت ها امروزه از طریق نوآوری های حسابداری مدیریت نمایان می شود. بررسی انبوه تحقیقاتی که در رشته حسابداری انجام می شوند نشان می دهد که تحقیقات صورت گرفته در زمینه حسابداری مدیریت در کشور ایران بطور چشم گیری کمتر از

پژوهش های انجام شده در خصوص موضوعات حسابداری مالی و حسابرسی است. به همین دلیل نقش و جایگاه حسابداری مدیریت و اهمیت آن کمتر مورد توجه محققان واقع شده است.

روش تحقیق

این تحقیق از نوع توصیفی - میدانی بوده و مبانی نظری تحقیق به روش کتابخانه ای و با استفاده از نشریات و کتب و سایت های اینترنتی تدوین شده است و برای جمع آوری داده های مربوطه از پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه از طیف پنج گزینه ای لیکرت می باشد پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ $0/82$ می باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد که از میان ۱۲۰ پرسشنامه ارسالی برای حسابداران و مدیران مالی تعداد ۸۱ پرسشنامه برگشت داده شد. داده های تحقیق کیفی بوده به همین منظور برای تجزیه و تحلیل داده های مربوطه از روش های آزمون تی-تست، آزمون ویلکاکسون و کروسکال والیس استفاده شده است.

فرضیه های پژوهش

فرضیه اصلی: بین کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت و فرهنگ سازمانی رابطه وجود دارد.
فرضیه های فرعی:

۱- بین هزینه یابی بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی رابطه وجود دارد.

۲- بین مدیریت بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی رابطه وجود دارد.

یافته های پژوهش

این تحقیق با هدف بررسی رابطه کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت (هزینه یابی بر مبنای فعالیت و مدیریت بر مبنای فعالیت) و فرهنگ سازمانی صورت گرفته است در نتیجه برای رسیدن به پاسخ فرضیه های تحقیق از آزمون تی - تست، آزمون ویلکاکسون و کروسکال والیس استفاده شده است توزیع داده های مربوط به فرهنگ سازمانی نرمال مشاهده شده است.

جدول شمار (۱): نتایج آزمون نرمالیتی نوآوری های حسابداری مدیریت و فرهنگ سازمانی

متغیرهای تحقیق	نتایج کمی			نوآوری های حسابداری مدیریت		
	تعداد	آمار، Z	سطح خطا	استفاده از نوآوری های حسابداری مدیریت		
				تعداد	آمار، Z	سطح خطا
فرهنگ سازمانی	۸۱	$0/815$	$0/447$	۵۹	$0/835$	$0/391$
				۲۲	$0/593$	$0/823$

از آنجایی که شرکت های نمونه به دو گروه دارای نوآوری حسابداری مدیریت و فاقد نوآوری حسابداری مدیریت تقسیم شده اند. جدول شماره (۱) نتایج نرمال بودن را در هر گروه از شرکت ها و همچنین بطور کلی در کل نمونه شرکت ها نشان می دهد.

جدول شماره (۲): آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

نام متغیر	تعداد	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
هزینه یابی بر مبنای فعالیت	۸۱	۰/۱۴۲۸	۰/۱۲۲۳	۰/۴۹۱۸	-۰/۰۸۳۵	۰/۱۰۸۰	۰/۷۸۰۶	۳/۲۶۵۹
مدیریت بر مبنای فعالیت	۸۱	۰/۱۴۳۵	۰/۱۳۹۶	۰/۷۰۱۹	-۰/۳۷۳۱	۰/۲۱۷۹	۰/۲۱۲۴	۲/۶۶۵۸
فرهنگ سازمانی	۸۱	۰/۶۱۸۷	۰/۶۳۲۷	۰/۹۲۵۲	۰/۲۹۲۳	۰/۱۵۳۳	۰/۱۲۲۵	۷/۵۲۳۴

نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: بین هزینه یابی بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد.
 رابطه کاربرد هزینه یابی بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی بشرح زیر مورد آزمون قرار گرفته است. فرضیه صفر و مخالف به صورت زیر مطرح است:

بین هزینه یابی بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی رابطه معنی داری وجود ندارد: H_0

بین هزینه یابی بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد: H_1

برای آزمون این فرضیه از آزمون ویلکاکسون استفاده شده است.

جدول شماره (۳): آزمون ویلکاکسون بین هزینه یابی بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی

متغیر اصلی	تعداد	سطح خطا	مقدار احتمال	آماره Z	آزمون	نوع رابطه
فرهنگ سازمانی	۸۱	۰/۰۵	۰/۰۲۱۶	۳/۴۷	ویلکاکسون	رابطه مستقیم

با توجه به اینکه آماره Z محاسبه شده (۲/۴۷) از قدر مطلق آمار، بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کمتر از ۰/۰۵ است در نتیجه فرضیه صفر در سطح اطمینان ۹۵٪ رد شده و بنابراین می توان ادعا نمود که میان کاربرد نوآوری هزینه یابی بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین مدیریت بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد.
 رابطه کاربرد مدیریت بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی بشرح زیر مورد آزمون قرار گرفته است. فرضیه صفر و مخالف به صورت زیر مطرح است:

بین مدیریت بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی رابطه معنی داری وجود ندارد: H_0

بین مدیریت بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد: H_1

جدول شماره (۴): آزمون ویلکاکسون بین مدیریت بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی

متغیر اصلی	تعداد	سطح خطا	مقدار احتمال	آماره Z	آزمون	نوع رابطه
فرهنگ سازمانی	۸۱	۰/۰۵	۰/۳۳۵۲	۲/۱۷	ویلکاکسون	رابطه مستقیم

با توجه به اینکه آماره Z محاسبه شده (۲/۱۷) از قدر مطلق بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کمتر از ۰/۰۵ است در نتیجه فرضیه صفر در اطمینان ۹۵٪ رد شده و بنابراین می توان ادعا نمود که میان نوآوری مدیریت بر مبنای فعالیت و فرهنگ سازمانی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد.

فرضیه اصلی: بین کاربرد نوآوری حسابداری مدیریت و فرهنگ سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد.
رابطه کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت و فرهنگ سازمانی بشرح زیر مورد آزمون قرار گرفت. فرضیه صفر و مخالف به صورت زیر مطرح است:

بین کاربرد نوآوری حسابداری مدیریت و فرهنگ سازمانی رابطه معنی داری وجود ندارد: H0

بین کاربرد نوآوری حسابداری مدیریت و فرهنگ سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد: H1

جدول شماره (۵): آزمون تی - تست بین کاربرد نوآوری ها و فرهنگ سازمانی

متغیر اصلی	تعداد	سطح خطا	مقدار احتمال	آماره Z	آزمون	نوع رابطه
فرهنگ سازمانی	۸۱	۰/۰۵	۰/۰۳۵۱	۲/۱۷	تی - تست	رابطه مستقیم

با توجه به اینکه آماره Z محاسبه شده (۲/۱۷) از قدر مطلق بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کمتر از ۰/۰۵ است در نتیجه فرضیه صفر در اطمینان ۹۵٪ رد شده و بنابراین می توان ادعا نمود که میان کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت و فرهنگ سازمانی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد.

نتیجه گیری

این تحقیق به بررسی رابطه میان فرهنگ سازمانی و دو شاخص از نوآوری های حسابداری مدیریت (هزینه یابی بر مبنای فعالیت و مدیریت بر مبنای فعالیت) در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته است. به این منظور ۸۱ شرکت مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است به منظور جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده گردیده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده نشان می دهد که میان فرهنگ سازمانی و نوآوری های حسابداری مدیریت رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد با توجه به تأیید وجود رابطه میان فرهنگ سازمانی و کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت می توان بیان نمود که با ایجاد تغییر و مناسب سازی بستر فرهنگی در سازمان ها می توان نسبت به روز کردن سیستم های حسابداری مدیریت و همچنین رفع موانع و بهبود ابزارهای نوین حسابداری مدیریت گام برداشت. از آنجایی که مدیران بر مبنای اطلاعات دقیق و مربوط اقدام به تصمیم گیری می نمایند لذا مسئولیت تهیه این گونه اطلاعات با حسابداری مدیریت می باشد بنابراین تکنیک ها و ابزارهای نوین حسابداری مدیریت شامل هزینه یابی بر مبنای فعالیت، مدیریت بر مبنای فعالیت، خواهد توانست مدیران را در گرفتن تصمیمات مناسب تر یاری رساند لذا ایجاد بستر فرهنگی مناسب و توجه به آن در سازمان ها زمینه پیاده سازی و اجرای موفق ابزارهای حسابداری مدیریت را ایجاد خواهد نمود. از طرف دیگر در دنیای رقابتی امروزه مهم ترین عامل تضمین بقای سازمان ها به وجود آوردن محیط خلاق و نوآور می باشد. محیط مناسب برای بروز خلاقیت افراد را برای تفکر جدید و خلاق ترغیب می کند. سازمان هایی که فرهنگ مناسب را برای نوآوری بوجود آوردند در ادامه حیات خود از مزایای رقابتی آن استفاده خواهند نمود.

منابع

- ۱- اعتمادی حسین. تأثیر اخلاق حرفه‌ای حسابداران بر قابلیت اتکاء صورت های مالی. فصلنامه اخلاق در علوم و فن آوری. سال هفتم. شماره ۳. ۱۳۹۱
- ۲- تقی زاده زهرا "بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و کاربرد روش های حسابداری مدیریت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، مدیریت فرهنگ سازمانی. جلد ۱۴، شماره ۴، ص ۱۰۶۷-۱۰۸۹
- ۳- حاجیها زهره. رابطه فرهنگ سازمانی و کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه حسابداری مدیریت. سال هفتم. شمار ۲۰. ۱۳۹۳
- ۴- حسن پور اکبر. شناسایی و اولویت بندی شیوه های نهادینه سازی اخلاق در سازمان. فصلنامه اخلاق در علوم و فن آوری. سال دوازدهم. شماره ۱. ۱۳۹۶
- ۵- خوش طینت محسن. هزینه یابی هدف، شناخت، کاربرد و ضرورت به کارگیری آن. نشریه حسابرسی. سال چهارم. شماره ۱۶. ۱۳۸۱
- ۶- رحمتی حامد. اهمیت مدیریت تکنولوژی و نوآوری در خلق ثروت. دومین همایش رویکردی بر حسابداری. دانشگاه آزاد اسلامی واحد فومن و شفت. ۱۳۹۳
- ۷- رهنمای رود پشتهی فریدون. حسابداری مدیریت راهبردی مبتنی بر مدیریت هزینه ارزش آفرین. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات. ۱۳۸۷
- ۸- سرلک نرگس. اخلاق در حسابداری. فصلنامه اخلاق در علوم و فن آوری. سال سوم. شماره های ۱ و ۲. ۱۳۸۷
- ۹- سلیمانی حمید. مروری جامع بر ساختار تئوری حسابداری مدیریت. ماهنامه بازار سرمایه ایران. شماره ۱۲۸ و ۱۲۹. ۱۳۹۴
- ۱۰- طالبی رقیه "مطالعه استفاده از ابزارهای حسابداری مدیریت توسط مدیران شرکت های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، دانش حسابداری شماره ۲ صفحات ۱۱۷-۱۳۸
- 11- Chenhall, R.H(2005). "Integrative strategic performance measurement systems. Strategic alignment of manufacturing. Learning and strategic outcomes: An exploratory study". *Accounting. Organization and Society*. Vol. 30, No.1, pp. 395-422.
- 12- Johnson and kaplan's (1987). *Relevance Lost: The Rise and Fall of Management Accountin*. Boston: Harvard Business School Press.
- 13- Grubler, A (1996). *Time for a change: on patterns of diffusion of innovation*. *Daedalus*. Vol.125, No.3, pp. 19-42.
- 14- Haller, S. A. & Siedschlag. L (2011). Determinants of ICT adoption: Evidence from firm-level data. *Applied Economics*. Vol.43, No.26, pp. 3775-3788.
- 15- Heeks, R(2008). *The next phase of applying ICT for international development*. *Computer*. Vol. 41, No.6, pp. 26-33.
- 16- Nevries. Pascal & Langfield-Smith. Kim & Sill. Frauke. (2010), *The contribution of management accounting departments to firm performance*. University of Witten/ Herdecke Germany. pp1-37.
- 17- Quynhthu, N (2011). "The Relationship Between Corporate Culture And Use of Management Accounting innovation in Vietnamese Companies: A Study Of Techcom Bank". *Graduation project*. Vol.10, No.4, pp.1-86.
- 18- Sanford, B(2007). "Innovation, Some Methodological Reflections Forthcoming in *Public Management Success and Failure in Public Management Research*. Vol. 25, No.3, pp. 3-17.

- 19-Sirikarai, S(2010). "Measurment Oforganizational Culture, Thammasat University", N0.109,pp.39-52.
- 20-Olayen, A (1999). "The application of management accounting tools by financial managers of higher education institutions", *Journal of International Business Studies*.Vol.2No.26,pp. 379-97.

Impact of management accounting innovations on Organizational culture

Karim Nakhaei ^{*1}

Date of Receipt: 2020/12/06 Date of Issue: 2020/12/16

Abstract

Companies and businesses pursue a variety of goals that the management accounting has to play an effective role in Due to the Substantial changes that have taken place in the field of modern technology and information technology Companies needed to Continue life requires admission Application of Innovation management accounting. This research is a descriptive - field study and A questionnaire has been used to collect relevant data. The questionnaire is a five-choice Likert scale The reliability of the questionnaire was 0.82 using Cronbach's alpha. Research data were qualitative and for this purpose of this study was to analyze the data using t-test, Wilcoxon test and Kruskal-Wallis tests. Sample companies were divided into two groups with management accounting innovation and lack of management accounting innovation. According to the results of statistical tests, 95% confidence level can be claimed, There is a direct and significant relationship between the uses of activity based costing innovation on activity based management with organizational culture. The results of the research showed that the application of concepts and methods of management accounting and its innovations in companies have a significant role in achieving organizational goals, Since culture and professional behavior are necessary for the accounting profession It is therefore necessary and necessary. Therefore, accepting and applying sensory innovations in management accounting in companies is function and organizational culture.

Keywords

organizational culture, Innovation, Management Accounting

. Assistant Professor, Department of Accounting, Birjand Branch, Islamic Azad University, Birjand, Iran. (karim_nakhaei_1360@yahoo.com)