

تأثیر سازگاری حسابداری مدیریت استراتژیک بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

حمیدرضا کردلویی^۱، مهدی عوض‌زاده تازیانی^۲

^۱ دانشیار، عضو هیئت علمی و باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر، تهران، ایران

^۲ دانشجوی دکتری رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قشم، ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر حسابداری مدیریت استراتژیک بر تصمیم‌گیری استراتژیک سازمان‌ها می‌باشد. این پژوهش پژوهشی کاربردی است که در آن مدیران ارشد کلیه بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به عنوان جامعه آماری پژوهش و ۱۱۸ نفر از مدیران این بانک‌ها به عنوان نمونه آماری پژوهش انتخاب شدند. داده‌های مورد نیاز نیز از طریق ابزار پرسشنامه که روایی محتوا و پایایی آن نیز با تأکید بر همسانی درونی از طریق آلفای کرونباخ تأیید گردید، جمع‌آوری و با استفاده از دو نرم افزار SPSS و Lisrel تجزیه و تحلیل گردید. یافته‌های حاصل نشان داد که سازگاری حسابداری مدیریت استراتژیک بانک با توجه به سه سطح دستیابی به اطلاعات مشتری، رقبا و صنعت تأثیر مثبت و معناداری بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک مدیریت دارد.

واژه‌های کلیدی: تصمیم‌گیری استراتژیک، حسابداری مدیریت استراتژیک، بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.

مقدمه

امروزه سازمان‌ها با فرصت‌ها و تهدیدهای متعددی در مسیر تعالی مواجه هستند که برخی از آن‌ها چالش آفرین بوده و مدیریت آن‌ها نیازمند اتخاذ تصمیم استراتژیک است که صحیح بودن آن می‌تواند منجر به جهش‌های اساسی در مسیر حرکت سازمان گردد و نادرست بودن تصمیم متخذه نیز می‌تواند منجر به کاهش سرعت پیشرفت سازمان در دنیای شتابان معاصر و یا حتی از بین رفتن سازمان گردد (احمدیان، ۱۳۸۶). در این راستا سازمان‌ها باید با فرصت‌ها و تهدیدات به وجود آمده چه از منابع خارجی از قبیل رقبا، مشتریان، دولت و تغییر قوانین و چه از منابع داخلی از قبیل کاهش هزینه و بهبود کیفیت هماهنگ گردند؛ حسابداری مدیریت می‌تواند مدیران را در اتخاذ تصمیمات صحیح جهت پویایی محیط کسب و کار یاری نماید (رضایی دولت آبادی و مهرآذین، ۱۳۹۲). حسابداری مدیریت استراتژیک به عنوان راه‌حلی برای حل مجموعه مسائل مرتبط با پارادایم‌های حسابداری مدیریت در ارتباط با تغییر محیط کسب و کار است و به عنوان پل ارتباطی بین حسابداری مدیریت و وظایف سازمانی دیگر علی‌الخصوص استراتژی شرکتی، بازاریابی و فعالیت‌های عملیاتی شناخته می‌شود (رهنمای رودپشتی، ۱۳۸۷). به اعتقاد روزلندر و هارت^۱ (۲۰۱۰)، ترکیب استراتژی، مدیریت و حسابداری در یک مفهوم واحد، امکان شناسایی یک مفهوم جدید و متفاوت از حسابداری مدیریت را فراهم می‌آورد که قادر به ارائه و تحلیل اطلاعات مالی در خصوص بازار محصول شرکت، هزینه رقبا و بطور کلی ساختار هزینه‌ها، نظارت بر استراتژی‌های شرکت و استراتژی‌های رقبا در چند دوره زمانی می‌باشد (اوبون و عجیبولاد^۲، ۲۰۱۷). اگرچه حسابداری مدیریت اطلاعات کلیدی و مفیدی را به مدیریت سازمان‌ها ارائه می‌دهد، اما با این وجود شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد در صورت عدم تطابق و سازگاری با فضای کسب و کار، این نوع حسابداری نه تنها تاثیر مثبت بر عملکرد مدیریت و سازمان نخواهد داشت بلکه تاثیر منفی و مخرب هم برجای خواهد گذاشت (ملنیک، بتیتسی، پلاتا، توبیاس و اندرسون^۳، ۲۰۱۴) (نظری‌پور، ۱۳۹۵). در این راستا ضروری است که تطابق و سازگاری حسابداری مدیریت بکارگرفته شده بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک سازمان که عملکرد سازمان را رقم می‌زنند مورد بررسی قرار بگیرد. در راستای اهمیت موضوع پژوهش حاضر در صدد برآمد تا بر مبنای مدل پیشنهادی اوبون و اجیبولاد (۲۰۱۷)، سازگاری حسابداری مدیریت استراتژیک بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را با توجه به نقش موثر آن‌ها در به حرکت درآوردن چرخه اقتصادی کشور بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک مدیران این بانک‌ها مورد بررسی قرار دهد. از این رو فرضیه‌های پژوهش به ترتیب زیر طراحی گردید:

فرضیه‌های تحقیق**فرضیه اصلی**

- سازگاری حسابداری مدیریت استراتژیک بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی

- دستیابی به اطلاعات رقبا بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر دارد.
- دستیابی به اطلاعات مشتریان بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر دارد.
- دستیابی به اطلاعات صنعت بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر دارد.

¹ Roslender and Hart

² Obohn and ajibolade

³ Melnyk, Bititci, Platta, Tobias and Andersen

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل مدیران ارشد بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. مدیران ارشد این بانک‌ها در مجموع ۱۶۳ مدیر ارشد بوده که حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران ۱۱۵ برآورد گردید که به جهت جلوگیری از کم شدن حداقل حجم نمونه به دلیل عدم بازگشت یا غیر قابل استفاده بودن برخی پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده، ۱۴۰ پرسشنامه به روش تصادفی ساده در بین مدیران ارشد ۱۱ بانک پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران توزیع و ۱۲۳ پرسشنامه جمع‌آوری و ۱۱۸ پرسشنامه مناسب تشخیص داده شده و مبنای محاسبات قرار گرفت. پرسشنامه مورد استفاده، پرسشنامه‌ای استاندارد و برگرفته از مطالعه اوبون و اجیبولاد^۱ (۲۰۱۷) و حاوی ۱۹ گویه یا سوال بود که سئوالات آن بشرح جدول (۱) تقسیم‌بندی و از طریق طیف پنج امتیازی لیکرت (۱: کاملاً مخالف تا ۵: کاملاً موافق) اندازه‌گیری گردید.

جدول (۱): ترکیب سوالات پرسشنامه

متغیر	تعداد سوال
○ تصمیم‌گیری‌های استراتژیک	۹ سوال
○ سازگاری حسابداری مدیریت استراتژیک	۱۰ سوال
- دستیابی به اطلاعات مشتریان	۴ سوال
- دستیابی به اطلاعات رقبا	۲ سوال
- دستیابی به اطلاعات صنعت	۴ سوال

به منظور سنجش روایی پرسشنامه، از شیوه محتوایی استفاده گردید. بدین منظور جمعی از متخصصان و اساتید مرتبط با موضوع تحقیق انتخاب و از نقطه‌نظرات آن‌ها در جهت روایی محتوای پرسشنامه مذکور بهره گرفته شد. پس از اعمال نقطه نظرات آن‌ها که عمده در جهت سهولت درک گویه‌ها توسط پاسخگویان بود روایی ابزار پژوهش مورد تایید قرار گرفت. همچنین با استفاده از نرم افزار Spss ضریب آلفای کرونباخ بشرح جدول (۲) محاسبه گردید:

جدول (۲): ضرایب آلفای کرونباخ

ضریب آلفا	تعداد سوال	متغیرهای مستقل
۰/۸۳۴	۹ سوال	○ تصمیم‌گیری‌های استراتژیک
۰/۹۱۸	۱۰ سوال	○ سازگاری حسابداری مدیریت استراتژیک
۰/۸۵۰	۴ سوال	○ دستیابی به اطلاعات مشتریان
۰/۹۰۰	۲ سوال	○ دستیابی به اطلاعات رقبا
۰/۸۷۸	۴ سوال	○ دستیابی به اطلاعات صنعت

ضرایب آلفای کرونباخ به دست آمده بیانگر پایایی مطلوب پرسشنامه‌های پژوهش است.

¹ Obohn and ajibolade

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش داده‌های جمع‌آوری شده در قالب آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از دو نرم‌افزار SPSS19 و Lisrel 8.80 ارائه گردید. در آمار توصیفی چگونگی توزیع نمونه آماری از حیث متغیرهای جمعیت شناختی چون (جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه شغلی) و ابعاد متغیرهای مستقل و وابسته از مقادیر میانگین، انحراف معیار، واریانس و فراوانی و در آمار استنباطی نیز با استفاده از تحلیل مسیر فرضیات تحقیق مورد آزمون قرار گرفتند. ضمن اینکه جهت بررسی توزیع نرمال متغیر وابسته از آزمون کولموگراف-اسمیرنوف استفاده گردید و توزیع نرمال متغیر وابسته نیز مورد تأیید قرار گرفت.

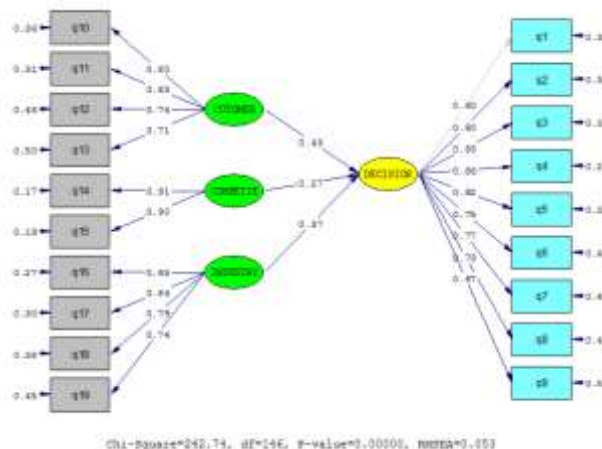
جدول (۳): توصیف متغیرهای پژوهش

تعداد	میانگین	انحراف معیار	واریانس
۱۱۸	۴/۱۷	۰/۴۸۶	۰/۲۳۶
۱۱۸	۳/۴۲	۰/۵۶۵	۰/۳۲۰
۱۱۸	۳/۳۳	۰/۵۵۷	۰/۳۱۰
۱۱۸	۳/۶۷	۰/۱۸۶۸	۰/۷۵۴
۱۱۸	۳/۹۴	۰/۶۲۱	۰/۳۸۵

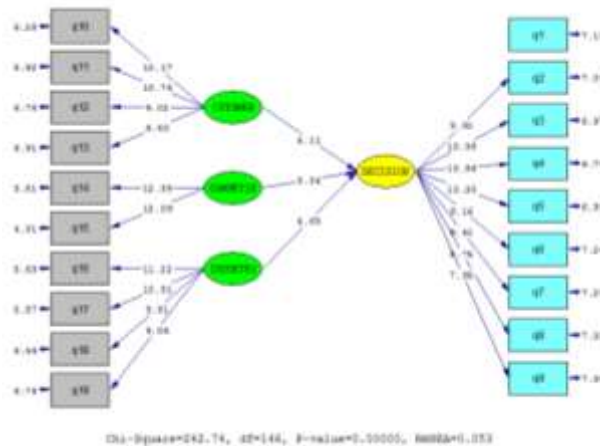
همانطور که مشاهده می‌شود کمترین میانگین مربوط به متغیر دسترسی به اطلاعات مشتریان و بیشترین میانگین مربوط به متغیر تصمیم‌گیری استراتژیک بوده است.

- تحلیل فرضیه‌ها

قبل از ورود به مرحله آزمون فرضیه‌های تحقیق، می‌بایست از صحت سوالات مربوط به متغیرهای تحقیق اطمینان حاصل کرد به همین جهت در این مرحله از تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردید. بسته به اینکه محقق چه میزان دقت را برای حذف سوالات در نظر بگیرد، مقادیر ملاک از ۰/۵ تا ۰/۷ برای بارهای عاملی معرفی شده است. در این پژوهش مقدار ملاک ۰/۶ در نظر گرفته شد. نتایج حاصل از سنجش بارهای عاملی نیز نشان داد کلیه سوالات مذکور با درصد بالایی متغیر مربوط به خود را می‌سنجند؛ و سازه‌ها با متغیر خود همبستگی بالایی دارند؛ بنابراین هیچ سوالی از فرآیند تجزیه و تحلیل خارج نگردید. سپس جهت آزمون مدل فرضیه‌های پژوهش در نرم‌افزار لیزرل ۸ مورد بررسی قرار گرفت.



نمودار (۱): آزمون مدل پژوهش در حالت استاندارد



نمودار (۲): آزمون مدل پژوهش در حالت معناداری (t-value)

برازش مدل پژوهش

جهت برازش مدل پژوهش از معیارها و شاخص‌هایی همچون کای اسکور نسبی (χ^2/Df)، شاخص‌های برازش هنجار شده (استاندارد) (NFI)، شاخص برازش هنجار نشده (غیر استاندارد) شاخص‌های برازش تطبیقی (CFI) و شاخص‌های برازش افزایشی (IFI)، شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) و نیکویی برازش (GFI) استفاده گردید. یافته‌های مربوط به این معیارها در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول (۴): برازش مدل پژوهش

IFI	NFI	χ^2/Df	RMSEA	شاخص
۰/۹۸	۰/۹۶	۱/۶۶	۰/۰۵۳	مقدار
$۱ \leq ۰/۹ \leq ۱$	$۱ \leq ۰/۹ \leq ۱$	$۳ \leq ۱ \leq ۳$	$۰/۰۸ \leq ۰ \leq ۰/۰۸$	حالت مطلوب
CFI	PNFI	RMR	GFI	شاخص
۰/۹۸	۰/۹۰	۰/۰۳۲	۰/۹۳	مقدار
$۱ \leq ۰/۹ \leq ۱$	$۱ \leq ۰/۵۰ \leq ۱$	$< ۰/۰۵$	$۱ \leq ۰/۹ \leq ۱$	حالت مطلوب

یافته‌های ارائه شده در جدول (۴) نشان می‌دهد کلیه شاخص‌های برازش هنجار شده (استاندارد) (NFI)، شاخص برازش هنجار نشده (غیر استاندارد) شاخص‌های برازش تطبیقی (CFI) و شاخص‌های برازش افزایشی (IFI) نیز مقادیر بالاتر از ۹۰ درصد را نشان می‌دهند که بیانگر برازش مناسب مدل است. شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) با مقدار ۰/۰۵۳ (کوچکتر از ۰/۰۸۰) و همچنین کای اسکور نسبی (χ^2/Df)، با مقدار ۱/۶۶ (کوچکتر از ۳) قابل قبول بودن مدل را نشان می‌دهد. با توجه به تأیید مطلوبیت مدل، می‌توان به تحلیل مسیرهای مدل پرداخت.

جدول (۵): بررسی فرضیه‌های پژوهش

قبول یا رد فرضیه	معنی داری	آماره T	ضریب مسیر استاندارد شده β	فرضیه
تایید	$Sig < 0/05$	۴/۱۱	۰/۴۳	دستیابی به اطلاعات مشتری > تصمیم‌گیری استراتژیک
تایید	$Sig < 0/05$	۳/۳۴	۰/۲۷	دستیابی به اطلاعات رقبا > تصمیم‌گیری استراتژیک
تایید	$Sig < 0/05$	۴/۶۵	۰/۳۷	دستیابی به اطلاعات صنعت > تصمیم‌گیری استراتژیک

بحث و نتیجه گیری

همانگونه که در جدول (۵) قابل مشاهده است تاثیر ابعاد سازگاری حسابداری مدیریت استراتژیک با محیط کسب و کار بانک‌ها بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک آن‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تایید قرار گرفت. به طوری که مشاهده می‌گردد که تاثیر دستیابی بر اطلاعات مشتری (با ضریب مسیر ۰/۴۳ و آماره $t=4/11$)، تاثیر دستیابی به اطلاعات رقبا با (ضریب مسیر ۰/۲۷ و آماره $t=3/34$) و تاثیر دستیابی به اطلاعات صنعت (با ضریب مسیر ۰/۳۷ و آماره $t=4/65$)، بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار نیز مورد تایید قرار گرفت؛ که این یافته‌ها را می‌توان در راستای پژوهش کولیر و گرگوری^۱ (۱۹۹۵) و اوبون و اجیبولاد (۲۰۱۷) قلمداد نمود چرا که کولیر و گرگوری در پژوهشی که بر روی بخش هتلداری در انگلستان انجام دادند روابط مورد بررسی را مورد تایید قرار دادند و اوبون و اجیبولاد (۲۰۱۷) نیز در پژوهشی که بر روی ۲۰ بانک در نیجریه به انجام رسانیدند تاثیر سازگاری حسابداری مدیریت استراتژیک، اطلاعات مشتریان، رقبا و صنعت را بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک مورد تایید قرار دادند. یافته‌های حاصل که از بررسی بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار به دست آمده‌اند بیانگر این مهم می‌باشند که حسابداری مدیریت استراتژیک تکنیکی جامع از حسابداری مدیریت است که در صورت سازگاری با محیط فعالیت شرکت یا سازمان می‌تواند برای بررسی محیط رقابتی فضای کسب و کار کنونی مورد استفاده قرار گرفته و اطلاعات جامعی را در اختیار تصمیم‌گیرندگان قرار دهد.

منابع

۱. احمدیان، آراسب. (۱۳۸۶). تصمیم‌گیری استراتژیک در یک سازمان غیردولتی. پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تهران: گروه پژوهشی آریانا.
۲. رضایی دولت آبادی، حسین، مهرآذین، سمیرا. (۱۳۹۲). تحلیل نقش حسابداری مدیریت در ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان‌ها، در محیط‌های متغیر و پویا. پژوهش حسابداری، ۲(۸): ۸۹-۹۹.
۳. رهنمای رودپشتی، فریدون. (۱۳۸۷). حسابداری مدیریت استراتژیک. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
۴. نظری پور، محمد. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر سیستم‌های اطلاعاتی بر قابلیت سازگاری حسابداری مدیریت. دانش حسابداری، ۷(۲۷): ۱۳۵-۱۵۸.

¹ Collier and Gregory

5. Collier, P, Gregory, A. (1995). Strategic management accounting: A UK hotel sector case study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(1): 16–21.
6. Roslender, R, Hart, S.J. (2010). Strategic management accounting: Lots in a name. No. 1005. Accountancy Research Group. Heriot Watt University.
7. Obohn, C.S, Ajibolade, S.O. (2017). Strategic management accounting and decision making: A survey of the Nigerian Banks. *Future Business Journal*, 3(2): 119-137.
8. Melnyk, S.A, Bititci, U, Platta, K, Tobias, J, Andersen, B. (2014). Is performance measurement and management fit for the future. *Management Accounting Research*, 25(22): 173-186.

The Effect of Strategic Management Accounting Adaptability on Decisions of Banks Accepted in Tehran Stock Exchange

Hamidreza kordlouie¹, Mehdi Avazzadeh Taziani²

1- Associate Professor and Member of the Accounting Department and member of the Young Researchers Club Islamic Azad University of Islamshahr Branch Tehran. Iran (Responsible author)

2- PhD Student of Accounting at Islamic Azad University, Science Research Branch-Qeshm International Campus Iran

Abstract

This study aimed to investigate the effect of strategic management accounting on strategic decision making of organizations. This research is an applied research in which senior managers of all banks accepted in Tehran Stock Exchange were selected as the statistical population, and 118 managers of these banks were selected as the statistical sample. The data required were collected through a questionnaire whose content validity and reliability were approved through Cronbach's alpha with an emphasis on internal consistency and were analyzed through SPSS and Lisrel. The results that regarding the three levels of access to customer information, competitors and industry, strategic management accounting adaptability of banks had a positive and significant impact on strategic management decisions.

Keywords: Strategic Decision Making, Strategic Management Accounting, Banks Accepted in Tehran Stock Exchange
