

پذیرش تکنیک‌های حسابداری مدیریت در بنگاه‌های کوچک و متوسط

سعید شهریاری^{۱*}

طاهره اسمعیلی^۲

الهام به نوید^۳

آرزو میراشه^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۹/۰۲ تاریخ چاپ: ۱۳۹۸/۰۹/۱۴

چکیده

دنیای امروز، عصر اطلاعات است و اهمیت اطلاعات بر کسی پوشیده نیست. وجود اطلاعات مالی شفاف و قابل مقایسه، رکن مهم پاسخ‌گویی و تصمیمات اقتصادی آگاهانه و از ملزومات بی‌بدیل توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. بازار سرمایه به عنوان موتور محرکه اقتصاد بر محور اطلاعات قرار دارد. جریان درست اطلاعات در این بازار منجر به اتخاذ تصمیمات صحیح و منطقی از سوی مشارکت‌کنندگان می‌شود و درنهایت، توسعه اقتصادی و بهبود رفاه اجتماعی را به ارمغان می‌آورد. گزارش‌گری مالی یک ابزار ارتباطی اصلی بین شرکت و گروه‌های مختلف ذینفع در شرکت است. منافع زیادی را که سیستم حسابداری مدیریت برای شرکت‌های تولیدی به همراه دارد، موجب شده تا این پژوهش با هدف بررسی پذیرش روش‌های حسابداری مدیریت در بنگاه‌های کوچک و متوسط انجام گیرد. شرکت‌های کوچک و متوسط به عنوان موتور محرکه اقتصاد کشور محسوب می‌شوند. این که این شرکت‌ها در ارزیابی‌های مالی خود زیان‌ده نباشند و همواره در مسیر پیشرفت قدم بردارند نیازمند بررسی دقیق و حتی بازنگری در روش‌های مدیریتی و حسابداری می‌باشد.

واژگان کلیدی

حسابداری مدیریت، تکنیک‌های حسابداری مدیریت، بنگاه‌های کوچک و متوسط

^۱ عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی کار، گروه مهندسی صنایع، ایران (shahriyari@kar.ac.ir)

^{۲،۳،۴} دانشجوی رشته حسابداری صنعتی، دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد طالقان

۱. مقدمه

سیستم‌های حسابداری، نقش حیاتی در ساختار شرکت‌های مختلف ایفا می‌کنند. تحقیقات نشان داده است که عوامل داخلی و خارجی مختلفی بر حسابداری مدیریت تاثیر گذار می‌باشد. عوامل خارجی از قبیل عدم اطمینان محیطی و رقابت بازار، عوامل داخلی از قبیل ساختار، اندازه، استراتژی، خط‌ومشی کسب‌وکار و نوع معرفی در بازار می‌باشد (آمارا و بنفیل^۱، ۲۰۱۷). امروزه اهمیت حسابداری مدیریت به ویژه در سطوح شرکت بر کسی پوشیده نمی‌باشد (الینه و ویکس-مارشال^۲، ۲۰۱۱). طبق تعریف انجمن حسابداران خبره مدیریت^۳، حسابداری مدیریت دانش و مهارت حرفه‌ای خود را در تهیه و ارائه اطلاعات مالی و سایر تصمیم‌ها به روشی به کار می‌گیرد که برای مدیریت در تدوین سیاست‌ها و در برنامه‌ریزی و کنترل عملیات مورد تعهدش یاری‌رسان باشد (بروکر^۴، ۲۰۱۶).

تحقیق در مورد شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs^۵)، در طول دهه گذشته، با توجه به نقش اساسی SMEs در بخش صنعت و تاثیر در عملکرد کلی اقتصاد، رشد محسوسی داشته است (رودریگز - گیوتیز و همکاران^۶، ۲۰۱۵). در حال حاضر سیاست‌های دولت در کشور ایران بروی SMEs متمرکز می‌باشد (جلالی و همکاران^۷، ۲۰۱۴). بنابراین لزوم بررسی کیفیت اقدامات حسابداری مدیریت در این واحدها ضروری به نظر می‌رسد. بنا به تازه‌ترین تعریف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، صنایع کوچک و متوسط به صناعی گفته می‌شود که تعداد شاغلان آن‌ها بین ۵ تا ۵۰ نفر باشد و صنایع بزرگ، صناعی می‌باشند که تعداد شاغلان بیش از ۵۰ نفر داشته باشند (ابراهیمی و میربرگ^۸، ۲۰۱۷).

اقدامات حسابداری مدیریت به دنبال بهبود و پایداری کسب‌وکار از طریق ایجاد مزایای پذیرش عملکردهای حسابداری می‌باشد. این اقدامات ابزارهای متنوع، روش‌ها و اطلاعات داخلی و خارجی ارزشمند برای طرح‌های سودمند شرکت‌ها و ارزیابی عملکرد مالی فراهم می‌نماید (آزودین و منصور^۹، ۲۰۱۷).

در محیط پرتلاطم تجارت کنونی، برای کسب مزیت رقابتی باید از رویکردهای نوین حسابداری مدیریت استفاده نمود. این انتظار وجود دارد که استفاده صحیح از رویه‌های مناسب حسابداری مدیریت، شرکت‌ها را حتی در شرایط وقوع رکودهای اقتصادی، در سطح قابل قبولی نگه دارد. از سویی وجود ابزارهای نوین حسابداری مدیریت، مدیران را در دستیابی بهتر به اهداف شرکت یاری می‌کنند که در رأس این اهداف، افزودن ثروت سهامداران و ارزش شرکت است (دیانتی دیلمی و همکاران، ۱۳۹۵). با توجه به مطالب بیان‌شده این پژوهش قصد دارد تا ضمن ارائه مفاهیم مرتبط با حسابداری مدیریت، موانع به کارگیری این رویکرد در SMEs بررسی نماید.

1. Amara and Benelifa

2. Alleyne and Weekes-Marshall

3. Chartered Institute of Management Accountants (CIMA)

4. Borker

5. Small and Medium-sized Enterprises

6. Rodriguez-Gutierrez et al.

7. Jalali et al.

8. Ebrahimi and Mirbargar

9. Azudin and Mansor

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

۲-۱. حسابداری مدیریت

سیستم‌های حسابداری مدیریت^۱ به منظور دستیابی به اهداف سازمانی به استفاده نظام‌مند از حسابداری مدیریت اشاره دارد. اتحادیه بین‌المللی حسابداران^۲ (۱۹۹۸) حسابداری مدیریت را چنین تعریف می‌کند: فرآیند شناسایی، سنجش، گردآوری، تحلیل، آماده‌سازی، تفسیر و انتقال اطلاعات مالی و غیرمالی که توسط مدیران برای برنامه‌ریزی، کنترل و استفاده کارآمد از منابع به کار می‌رود (دکامپوس و همکاران^۳، ۲۰۱۷). بنابراین حسابداری مدیریت یک بخش مکمل فرآیند مدیریت در مؤسسات مالی است که اطلاعات لازم را برای کنترل فعالیت‌های معمول یک سازمان، تدارک برنامه‌ها، تاکتیک‌ها و عملیات‌های آینده‌اش، بهینه‌سازی و استفاده از منابع خود، سنجش و ارزیابی عملکرد، کاهش اعمال نظرات شخصی در تصمیم‌گیری و توسعه روابط داخلی و خارجی را فراهم می‌کند. انتظار می‌رود سیستم‌های حسابداری مدیریت در یک سازمان به شکل صحیح برای مدیران دردسترس باشد و در صورت لزوم نیازهای مدیران به اطلاعات فراهم کند (حیدری، ۱۳۹۴). درواقع به گفته چنهال^۴ (۲۰۰۳) سیستم‌های حسابداری مدیریت بخشی از سیستم کنترل مدیریت^۵ است و به عنوان ابزار زیرنظام کنترل سازمانی محسوب می‌شود (رسیت و همکاران^۶، ۲۰۱۷).

چیا^۷ (۱۹۹۵) سیستم حسابداری مدیریت را مکانیزم کنترل سازمانی تعریف می‌کند که فرآیند کنترل را از طریق اطلاع رسانی و رؤیت کار و عملکرد اعضایش را آسان می‌کند (رنته و همکاران^۸، ۲۰۱۷). نیاز سیستم‌های حسابداری مدیریت به اطلاعات برای تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و کنترل را می‌توان در چارچوب ویژگی‌های اطلاعات عمومی به شمار آورد که این ویژگی در حوزه به‌موقع بودن، ادغام و گردآوری طبقه‌بندی می‌شوند (تیلما^۹، ۲۰۰۵).

۲-۲. مراحل تکامل حسابداری مدیریت

در متون و نوشتارهای تخصصی حسابداری، مراحل تکامل حسابداری مدیریت به صورت زیر در نظر گرفته شده است که عبارتند از:

مرحله اول یا مرحله گذار^{۱۰}، دورانی است که در آن شرکت‌ها و امور تجاری با نیت گسترش موقعیت فعالیت می‌کنند. در این مرحله سیستم حسابداری مدیریت جایگاه مستقلی ندارد و شرکت‌ها با اطلاعاتی که توسط حوزه حسابداری مالی تهیه و ارائه می‌شود کنترل و اداره می‌گردند. در این مرحله استفاده از تجزیه و تحلیل نسبت‌های مالی و ارقام مقایسه‌ای متداول است (روفینو^{۱۱}، ۲۰۱۳).

^۱. Management accounting systems (MAS)

^۲. International Finance Accounting Corporations (IFAC)

^۳. de Campos et al

^۴. chenhall

^۵. MCS

^۶. Rasit et al.

^۷. chia

^۸. Rante et al.

^۹. Tillema and agbejule

^{۱۰}. drifting

^{۱۱}. Rufino

مرحله دوم که حسابداری مدیریت سنتی^۱ نام دارد، دوره تکوینی و ابتدائی حسابداری مدیریت است و اشاره به مقاطع زمانی دارد که در آن تأثیر به‌سزای بودجه دولت در آن دوره خاص قابل مشاهده است. در این مرحله روش‌های سنتی کنترل بودجه‌ای، بهایابی استاندارد و تجزیه و تحلیل انحرافات متداول بوده است (سونارنی^۲، ۲۰۱۵).

مرحله سوم که مرحله کمی^۳ نام دارد با اتخاذ روش‌های ریاضی جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و تفسیر نتایج آن‌ها همراه است. بخش عمده فعالیت‌ها در این مرحله به کنترل، برنامه‌ریزی و پیش‌بینی آینده تجاری اختصاص دارد. در این مرحله برای برنامه‌ریزی و تخصیص منابع و مواد از تکنیک‌های برنامه‌ریزی خطی، رگرسیون چندگانه و نقدینگی تنزیل شده استفاده می‌شود (هيو و دانگ^۴، ۲۰۱۸).

مرحله چهارم که بالاترین سطح از حسابداری مدیریت در دیدگاه شرقی است با نام حسابداری مدیریت یکپارچه^۵ شناخته می‌شود. در این سطح اطلاعات به‌دست آمده از حسابداری مدیریت با دیگر روش‌های کنترلی مدیریت در حالتی منظم و با قاعده یکی می‌شود تا در نهایت سیستم بهایابی و حسابداری مدیریت اثربخشی منطبق با سیاست‌های اصلی مدیریت به‌دست آید. از تکنیک‌های مورد استفاده در این مرحله می‌توان به سیستم بهایابی بر مبنای فعالیت، مدیریت بر مبنای فعالیت، بهایابی هدف، مدیریت کیفیت جامع، کارت ارزیابی متوازن و... را نام برد (اسمیت و همکاران^۶، ۲۰۰۸).

۳-۲. تکنیک‌های حسابداری مدیریت

تکنیک‌های حسابداری مدیریت به شرح زیر می‌باشد:

۷. هزینه‌یابی بر مبنای هدف (بهای تمام شده مورد نظر)^۷

هزینه‌یابی بر مبنای هدف یکی از ابزارهایی است که به‌صورت مستقیم، ناشی از بازارهای رقابتی در صنایع مختلف است. در این شیوه هزینه‌یابی، قیمت رقابتی، مقدار هزینه‌های تولید و عرضه یک محصول را تعیین می‌کند، به گونه‌ای که شرکت بتواند به سود مطلوب (مورد نظر) خود دست یابد (مایسنباچر و همکاران^۸، ۲۰۱۵).

۷. هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت^۹

بیشتر نویسندگان هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت را به‌عنوان تخصیص هزینه براساس هزینه‌های کامل تعریف کرده‌اند و مفهوم فعالیت را در جهت تهیه اطلاعات مربوط به شرکت در نظر می‌گیرند (الهاما و موالا^{۱۰}، ۲۰۱۵). هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت دانشی است که محصولات و خدمات به‌وسیله آن به‌صورت مستقیم از منابع گوناگون استفاده نمی‌کنند، بلکه استفاده از فعالیت‌ها مطرح می‌شود. سطوح فعالیت‌ها شامل فعالیت‌های سطح واحد محصول، فعالیت‌های سطح دسته محصول، فعالیت‌های سطح محصول، فعالیت‌های سطح مشتری و فعالیت‌های متحمل شده سازمانی است (سجادی و علی صوفی، ۱۳۹۴).

1. traditional

2. Sunarni

3. mathematical

4. Hieu & Dung

5. integrated

6. Smith et al.

7. Target Costing (TC)

8. Maisenbacher et al.

9. Activity Based Costing (ABC)

10. Elhamma & Moalla

۷ مدیریت کیفیت جامع^۱

مدیریت کیفیت جامع به عنوان تعهد سازمان برای جلب رضایت مشتریان از طریق بهبود مستمر هر فرآیند تجاری مرتبط با تحویل کالا و خدمات تعریف می‌شود (یاسا^۲، ۲۰۱۹). به طور کلی، مدیریت کیفیت جامع را می‌توان چنین تعریف کرد: اقدام هوشمندانه، آرام و مستمر، که تأثیری هم‌افزا در جهت تأمین اهداف سازمان دارد و در نهایت به رضایت مشتری، افزایش کارایی و ارتقاء وضعیت رقابت در بازار ختم می‌شود. در واقع مدیریت کیفیت جامع، یک سیستم مدیریتی با مجموعه‌ای از اصول عملیاتی است، که پایه و اساس بهبود تدریجی و پیوسته سازمان بوده و در راستای اجرای آن، تمام اعضای سیستم درگیر شده و تلاش می‌کنند. هدف از اجرای این سیستم، جلب رضایت مشتری، چه در حال حاضر و چه در آینده است (احمدپور و سودبخش، ۱۳۹۴).

۷ تولید به موقع^۳

تکنیک تولید به موقع رویکردی است که از ژاپن نشأت می‌گیرد. این تکنیک اکثراً به عنوان تکنیک کنترل موجودی‌ها و یا روش خرید شناخته می‌شود که به کمک آن کالا درست در لحظه‌ای که به آن نیاز هست، به دست خط تولید می‌رسد؛ هدف آن حذف ضایعات و اتلاف از تمام قسمت‌های فرآیند تولید، از مرحله طراحی محصول گرفته تا مرحله توزیع می‌باشد. هدف این تکنیک اولاً بهبود کیفیت محصولات از طریق عدم انباشت موجودی‌های بلااستفاده و دوام کنترل به هنگام بودن تولید و انتقال به موقع محصولات جهت فروش آن‌ها می‌باشد. این رویکرد نشان‌دهنده کاهش انباشت مواد اولیه و کالای در جریان ساخت، کنترل ضایعات، تثبیت تولید، ایجاد انعطاف‌پذیری و ساده کردن فرآیند تولید است (حیدری، ۱۳۹۴).

۷ تئوری محدودیت‌ها^۴

محدودیت در سازمان به هر عاملی گفته می‌شود که سازمان را در رسیدن به اهدافش محدود کند؛ نظریه محدودیت‌ها شیوه‌ای است برای اداره کردن فرایندهای محدودشده به منظور بیشینه‌سازی سود از طریق ارزش افزوده. بدین ترتیب هر سازمانی حداقل دارای یک گلوگاه است که باعث محدودیت در تولید می‌شود. در غیر این صورت، سازمان می‌توانست به تولید مقدار نامحدودی از آن چه در پی آن است (مثل سود)، پردازد (رضایی دولت آبادی و مهرآزین، ۱۳۹۲).

۷ شش سیگما^۵

شش سیگما را می‌توان به عنوان یک متدولوژی ویژه برای توسعه و به کارگیری رشد کیفی در فرآیندهای حیاتی سازمان از طریق سنجش دقیق و تشخیص تفاوت با ویژگی‌های مورد نظر مشتری و تنظیم یا اصلاح آن‌ها و یا ایجاد تمامی فرایندهای جدید برای نگهداری تفاوت‌ها در سطحی قابل قبول تعریف کرد. به طور خاص شش سیگما، تمرکز یک سازمان بر موارد زیر را جستجو می‌نماید (رسولی، ۱۳۹۲):

۱- تعریف نیازمندی‌ها مشتری بر کاربر

۲- هم‌راستا کردن فرآیندها در برآورده ساختن آن نیازها

۳- به کارگیری واحد متریک برای کمینه کردن اختلافات در فرآیندها

1. Total Quality Manegement (TQM)

2. Yasa

3. Just in Time (JIT)

4. Theory of Constraints (TOC)

5. Six Sigma

۴- فرایندهای توسعه‌ای سریع و دائمی

آکسویال و آیکان^۱ (۲۰۱۳) نیز تکنیک‌های حسابداری مدیریت را به شرح زیر بیان می‌کنند:

➤ **هزینه‌یابی کیفیت:** هزینه‌یابی کیفیت از هزینه‌های ارائه کیفیت مطلوب و همچنین هزینه‌های به‌وجود آمده به وسیله عدم کیفیت تشکیل شده است.

➤ **هزینه‌یابی هدف:** یک رویکرد ساختاریافته برای تعیین هزینه در طول عمر محصول است، به گونه‌ای که تعیین کند محصول موردنظر با چه شاخص‌های عملکردی و کیفیتی می‌باید تولید شود تا در هنگام فروش با قیمت پیش‌بینی شده، به میزان سود دلخواه در طول عمر خود دست یابد.

➤ **الگوبرداری:** اقتباس از شیوه‌های مفید و کامل دیگر شرکت‌ها در همان بخش یا بخش‌های متفاوت، و تلاش برای بهبود فعالیت‌ها به وسیله ارزیابی مقایسه‌ای را الگوبرداری گویند (آکسویال و آیکان، ۲۰۱۳).

➤ **ارزشیابی برند:** این تکنیک شامل ترکیبی از عوامل متعدد است که توسط نام تجاری (برند) از طریق عوامل استراتژیک به‌دست آمده‌اند؛ مانند منافع نام تجاری طراحی شده، موقعیت نام تجاری در بازار و سطح حمایت آن در بازاریابی.

➤ **سنجش عملکرد رقیب:** این تکنیک با تجزیه و تحلیل مالی و با در نظر گرفتن اطلاعات صورت‌های مالی رقیب انجام می‌شود.

همچنین کادیز و گویلدینگ^۲ (۲۰۰۸) نیز در پژوهش خود تکنیک‌های زیر را برمی‌شمارند:

○ **هزینه‌یابی چرخه عمر محصول:** این تکنیک به‌عنوان محاسبه همه هزینه‌های یک محصول در سرتاسر چرخه عمر محصول تعریف شده است. چرخه عمر محصول می‌تواند شامل طراحی، معرفی، رشد، بلوغ، و درنهایت انقراض یک محصول باشد.

○ **هزینه‌یابی زنجیره ارزش:** رویکردی مبتنی بر فعالیت است که در آن هزینه‌ها به فعالیت‌های موردنیاز برای طراحی، تأمین، تولید، بازاریابی، توزیع، خدمات پس از فروش، تخصیص می‌یابد.

○ **هزینه‌یابی ویژگی محصول:** هزینه‌یابی ویژگی خاص محصول است که به‌وسیله مشتریان درخواست می‌شود. ویژگی‌هایی که ممکن است شامل این هزینه‌یابی شوند؛ مانند تقویت تزئینات، قابلیت اطمینان عرضه، ترتیبات ضمانت، خدمات پس از فروش است.

○ **هزینه‌یابی استراتژیک (مدیریت هزینه استراتژیک):** استفاده از داده‌های هزینه براساس اطلاعات استراتژیک و بازاریابی برای توسعه و شناسایی استراتژی‌های برتر که باعث ایجاد مزیت رقابتی پایدار می‌گردد.

○ **قیمت‌گذاری استراتژیک:** تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک در فرآیند تصمیم‌گیری قیمت‌گذاری است. این عوامل عبارتند از: واکنش رقیب به نوسانات قیمت، کشش قیمت، رشد بازار، صرفه‌جویی ناشی از مقیاس و تجربه.

○ **ارزیابی هزینه رقیب:** تکنیکی که به وسیله آن به صورت منظم و به روز هزینه هر واحد رقیب برآورد می‌گردد.

1. Aksoylu & Aykan

2. Cadez & Guilding

- **نظارت بر موقعیت رقیب:** این تکنیک شامل تجزیه و تحلیل موقعیت رقبا در صنعت با ارزیابی و نظارت بر فروش رقیب، سهم بازار، حجم معاملات، هزینه‌های واحد و بازده فروش رقبا می‌باشد. این اطلاعات می‌تواند اساسی برای ارزیابی استراتژی بازار رقبا را فراهم کند.
- **تجزیه و تحلیل سودآوری مشتری:** این تکنیک شامل محاسبه سود به دست آمده از یک مشتری خاص است. منفعت به دست آمده بر اساس هزینه‌ها و فروش‌هایی که توسط یک مشتری خاص ترسیم می‌شود.
- **تجزیه و تحلیل چرخه عمر سودآوری مشتری:** این تکنیک شامل گسترش افق زمانی برای تجزیه و تحلیل سودآوری مشتری در سال‌های آینده است.
- **ارزیابی مشتریان به عنوان دارایی:** روشی است که روی محاسبه ارزش افزوده مشتریان برای شرکت تمرکز دارد.

۲-۴. موانع به کارگیری تکنیک‌های حسابداری مدیریت در SMEs

در سال‌های اخیر تعداد بسیار معدودی از روش‌های حسابداری مدیریت در واحدهای تولیدی مورد استفاده قرار گرفته است. ذکر این نکته لازم است که رویکردهای حسابداری مدیریت با توجه به نوع نگرش در کشورهای مختلف متفاوت است. در جستجو برای یافتن علل و موانع عدم استفاده از روش‌های حسابداری مدیریت در شرکت‌های تولیدی می‌توان نبود دانش مدیران نسبت به مفاهیم و روش‌های حسابداری مدیریت، نبود اطلاعات لازم برای انجام دادن پیش‌بینی‌های لازم، نبود هماهنگی و همکاری سایر بخش‌های واحد تولیدی با امور مالی، مشکل بودن تفهیم روش مورد عمل به مدیران تولید، آشنا نبودن به تفکیک هزینه‌های ثابت و متغیر عنوان نمود (خانگلی زیولای، ۱۳۹۴).

۳. بحث و نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر تحول تأمل برانگیز در حسابداری مدیریت رخ داده که منافع بسیاری برای مدیران و صاحبان شرکت‌ها به ارمغان آورده است. با ظهور ابزارهای جدید و کارآمد، حسابداری مدیریت با یاری سایر ابزارهای مؤثر قبلی به شکل مفیدتری مدیران را در جهت برنامه‌ریزی، ارزیابی و کنترل عملیات سازمان کمک می‌کند. با گسترش جوامع بشری، بازارهای تجاری نیز گسترش یافته و واحدهای تجاری متنوع و متعددی از جمله شرکت‌های کوچک و متوسط پدید آمده‌اند و به رقابت با یکدیگر می‌پردازند. در این شرایط، مدیران در راستای افزایش کارایی واحدهای تجاری تلاش‌های بیشتری را مبذول داشته و بدین منظور اطلاعات مورد نیاز خود را معمولاً از سه منبع عمده اقتصاددان‌ها، تحلیل‌گرهای مالی و حسابداران مدیریت تأمین می‌کنند. نقش حسابداری مدیریت در بنگاه‌های اقتصادی کشور با توجه به شرایط اقتصادی در دو دهه گذشته کاملاً جلوه کرده است. با حرکت به سوی خصوصی‌سازی، تغییرات در الگوهای رقابت، تولید، ساختار شرکت‌ها، سرعت توسعه فناوری و نیز مطرح شدن تجارت جهانی، اهمیت مدیریت حسابداری مدیریت در بنگاه‌های اقتصادی به خوبی مشهود می‌باشد. با توجه به رقابت روزافزون شرکت‌ها، بسیاری از شرکت‌ها به منظور ادامه بقا در بازارهای رقابتی، ناگزیرند با استفاده از روش‌های نوین در جهت بهبود مستمر کیفیت و کنترل کاهش بهای تمام شده محصولات خود بکوشند و بدین منظور می‌توان بر روی استفاده از رویکرد حسابداری مدیریت توجه ویژه‌ای نمود. شرکت‌های کوچک و متوسط به عنوان موتور محرک اقتصاد کشور محسوب می‌شوند. این که این شرکت‌ها در ارزیابی‌های مالی خود زیان‌ده نباشند و همواره در مسیر پیشرفت قدم بردارند نیازمند بررسی دقیق و حتی بازنگری در

روش‌های مدیریتی و حسابداری می‌باشد. برای این مهم نمی‌توان از نقش سیستم‌های حسابداری مدیریت چشم‌پوشی نمود و لزوم توجه به آن بیش از گذشته ضروری است.

۴. منابع و مآخذ

۱. احمدپور کاسگری، احمد و سودبخش، امیر. (۱۳۹۴). رویکرد مدیریت کیفیت جامع و بهبود عملکرد مالی در بانک‌ها و شرکت‌های بیمه و سرمایه‌گذاری، *حسابداری مدیریت*، سال ۸، شماره ۲۶، ۲۱-۳۸.
۲. حیدری، نرجس. (۱۳۹۴). *بررسی اثر واسطه‌ای سیستم‌های حسابداری مدیریت بر متغیرهای متنی و عملکرد سازمانی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.
۳. خانگلی زیولایی، مرضیه. (۱۳۹۴). *بررسی پذیرش روش‌های حسابداری مدیریت در بنگاه‌های متوسط و کوچک (SMEs) (مطالعه موردی: شهرک‌های صنعتی استان مازندران)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه مازندران.
۴. دیان‌تی دیلمی، زهرا و علم بیگی، امیر و برزگر، مرتضی. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین کاربرد ابزارهای پیشرفته حسابداری مدیریت و ارزش افزوده اقتصادی، *حسابداری مدیریت*، سال ۹، شماره ۳۰، ۸۷-۹۶.
۵. رسولی، فاطمه. (۱۳۹۲). *تاثیر یادگیری سازمانی بر بکارگیری اطلاعات حسابداری مدیریت و عملکرد تولیدی شرکت‌های پذیرفته شده بورس تهران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه مرودشت.
۶. رضایی دولت آبادی، حسین و مهرآذین، سمیرا. (۱۳۹۲). تحلیل نقش حسابداری مدیریت در ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان‌ها، در *محیط‌های متغیر و پویا، پژوهش حسابداری*، شماره ۸، ۸۹-۹۹.
۷. سجادی، حسین و علی صوفی، هاشم. (۱۳۹۴). *حسابداری مدیریت*. چاپ هفتم، تهران: انتشارات اشراقی.
8. Aksoylu, S., & Aykan, E. (2013). Effects of strategic management accounting techniques on perceived performance of businesses. *Journal of US-China Public Administration*, 10(10), 1004-1017.
9. Alleyne, P., & Weekes-Marshall, D. (2011). An exploratory study of management accounting practices in manufacturing companies in Barbados. *International Journal of Business and Social Science*, 2(9).
10. Amara, T., & Benelifa, S. (2017). The Impact of External and Internal Factors on the Management Accounting Practices. *International Journal of Finance and Accounting*, 6(2), 46-58.
11. Azudin, A., & Mansor, N. (2017). Management accounting practices of SMEs: The impact of organizational DNA, business potential and operational technology. *Asia Pacific Management Review*, 23(3), 222-226.
12. Borker, D. R. (2016). Global management accounting principles and the worldwide proliferation of IFRS. *The Business & Management Review*, 7(3), 258.
13. Cadez, S., & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. *Accounting, organizations and society*, 33(7-8), 836-863.
14. de Campos, C. M. P., Rodrigues, L. L., & Jorge, S. M. F. (2017). The Role of Management Accounting Systems in Public Hospitals and the Construction of Budgets: A Literature Review. In *Public Health and Welfare: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp. 289-312). IGI Global.
15. Ebrahimi, P., & Mirbargkar, S. M. (2017). Green entrepreneurship and green innovation for SME development in market turbulence. *Eurasian Business Review*, 7(2), 203-228.
16. Elhamma, A., & Moalla, H. (2015). Impact of uncertainty and decentralization on activity-based costing use. *International Journal of Accounting and Economics Studies*, 3(2), 148-155.
17. Hieu, P. D., & Dung, B. T. (2018). Management Accounting Practices in Vietnam: An Empirical Study. *Account and Financial Management Journal*, 3(07), 1616-1620.

18. Jalali, A., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2014). Entrepreneurial orientation and performance: the interaction effect of customer capital. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 10(1), 48-68.
19. Maisenbacher, S., Stanglmeier, M., & Behncke, F. (2015, April). Integrated Value Engineering-adapted approach to assess different concepts of a jet engine. In *2015 Annual IEEE Systems Conference (SysCon) Proceedings* (pp. 263-268). IEEE.
20. Rante, A., Rosidi, R., & Djamhuri, A. (2017). Manangement Accounting System as Mediating the Effect of Decentralization and Leadership Style on Managerial Performance. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 15(1).
21. Rasit, Z. A., Ramli, A., Zainuddin, S., & Alam, U. T. M. B. P. (2017). Management Control System: Performance Measurement System and Organisational Ownership Structure.
22. Rodríguez-Gutiérrez, M. J., Moreno, P., & Tejada, P. (2015). Entrepreneurial orientation and performance of SMEs in the services industry. *Journal of Organizational Change Management*, 28(2), 194-212.
23. Rufino, H. (2013). Management accounting practices (MAPs) of small and medium-sized manufacturing enterprises in the city of Tarlac.
24. Smith, M., Abdullah, Z., & Abdul Razak, R. (2008). The diffusion of technological and management accounting innovation: Malaysian evidence. *Asian Review of Accounting*, 16(3), 197-218.
25. Sunarni, C. W. (2015). Management Accounting Practices at Hospitality Business in Yogyakarta, Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 4(1), 380.
26. Tillema, S. (2005). Towards an integrated contingency framework for MAS sophistication: Case studies on the scope of accounting instruments in Dutch power and gas companies. *Management Accounting Research*, 16(1), 101-129.
27. Yasa, I. K. (2019). The implementation of total quality management (TQM) in housekeeping department of W Bali-Seminyak. *International research journal of management, IT and social sciences*, 6(2), 22-30.

Adoption of Management Accounting Techniques in Small and Medium Enterprises

Saeed Shahriyari ¹

Tahereh Esmaeili ²

Elham Beh Navid ³

Arezu Mirashe ⁴

Date of Receipt: 2019/11/23 Date of Issue: 2019/12/05

Abstract

Today's world is the age of information and the importance of information is not hidden. Transparent and comparable financial information is an important pillar of accountability and informed economic decision-making and one of the essentials of economic development. The capital market is based on information as the driving force of the economy. The correct flow of information in this market leads to the right and logical decisions made by the participants, and ultimately to the economic development and improvement of social welfare. Financial reporting is a key communication tool between the company and various stakeholders in the company. The many benefits that management accounting systems have for manufacturing companies have led to this study aimed at examining the acceptance of management accounting methods in small and medium enterprises. Small and medium-sized companies are the driving force of the country's economy. These companies do not need to be deterred in their financial evaluations and are always on the road to improvement.

Keyword

Management Accounting, Management Accounting Techniques, Small and Medium Enterprises

1. Faculty member of Kar Higher Education Institute, Department of Industrial Engineering, Iran (shahriyari@kar.ac.ir).

2, 3, 4. Taleghan University of Applied Science and Technology, Department of industrial accounting, Iran