

Research Article

The Effect of Social Relations on Trust Building upon Management Accounting Information Systems¹

Seyyed Hossein Ahmadi Langari¹, Ali Khozin²

¹ PhD., Student, Accounting Department, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran
(Corresponding author), hosseinahmadi2000@yahoo.com

² Assistant Professor, Department of Accounting, Aliabad Katool Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katool, Iran. khozein@aliabadiu.ac.ir

Abstract

Purpose: Reaching the highest level of information in order to increase the social level of trust upon management accounting information systems can be acquired using smart tools. The purpose of the present study is to review the effect of socialization objectives (fame and information back up), socialization policies (reward, common norms, and credit), and sociable people (Intimacy and common interests) in management accounting information systems.

Methods: In order to study the relationship between the research variables, 3 hypotheses were proposed. After distributing a questionnaire among senior and junior managers of corporations in the industrial townships of Sari, 158 respondents completed that within a time period from January to February 2022. The data were analyzed using SPSS.

Results: A significant relationship between socialization objectives in management accounting information system was rejected while it was confirmed that there is a significant relation between socialization policies and sociable people in management accounting information system. The results showed that policies and aspects of sociable people have a positive impact on their trust upon others' advice.

Conclusions: Various classifications including synergy and replacement relation among subcategories of socialization trust on the advice of managers. Management accounting information system enables the managers to cooperate in mutual interaction with the workers who have common interests.

Keywords: Social Relations, Socialization, Trust Building, Management Accounting Information Systems.

<http://sebaa.journal.qom-iau.ac.ir/>

1. Received: 2022/04/25 ; Revised: 2022/06/06 ; Accepted: 2022/07/19 ; Published online: 2022/09/23

© the authors

Publisher: Qom Islamic Azad University



تأثیر روابط اجتماعی در ایجاد اعتمادسازی بر سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت^۱

سید حسین احمدی لنگری^۱، علی خوزین^۲

^۱ دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران (نویسنده مسئول)، hosseinahmadi2000@yahoo.com

^۲ استادیار، گروه حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران. khozein@aliabadiu.ac.ir

چکیده

هدف: دستیابی به اطلاعات به بالاترین میزان به منظور افزایش سطح اجتماعی اعتماد از سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت می‌تواند با استفاده از ابزارهای هوشمندانه حاصل شود. هدف پژوهش حاضر بررسی چگونگی تأثیر اهداف جامعه‌پذیری (شهرت‌سازی و پشتیبانی اطلاعات)، سیاست‌های جامعه‌پذیری (پاداش، هنجارهای مشترک و اعتبار) و افراد جامعه‌پذیر (صمیمیت و علائق مشترک) در سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت بوده است.

روش: برای بررسی روابط بین متغیرهای پژوهش سه فرضیه تدوین گردید که پس از توزیع پرسشنامه بین مدیران ارشد و میانی شرکت‌های شهرک صنعتی شهر ساری، ۱۵۸ پاسخ‌دهنده در فاصله زمانی بهمن تا اسفند ماه ۱۴۰۰ آن را تکمیل نمودند. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها: وجود رابطه معنادار بین اهداف جامعه‌پذیری، در سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت رد شد، اما وجود رابطه معناداری بین سیاست‌های جامعه‌پذیری و افراد جامعه‌پذیر در سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت تأیید گردید. یافته‌ها نشان داد که سیاست و جنبه‌های افراد جامعه‌پذیری بر اعتماد به توصیه‌های افراد جامعه تأثیر مثبتی می‌گذارد.

نتیجه‌گیری: پیکربندی‌های متعددی که شامل یک رابطه هم‌افزایی و جایگزینی در بین ابعاد فرعی جامعه‌پذیری است، به توصیه‌های مدیر اعتماد می‌کند. سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت، مدیران را قادر می‌سازد تا در تعاملات متقابل با کارکنانی که علائق مشابهی دارند، همکاری کنند.

کلیدواژه‌ها: روابط اجتماعی، جامعه‌پذیری، اعتمادسازی، سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت.

۱. مقدمه

سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت،^۱ بخشی از سیستم اطلاعات حسابداری در یک شرکت است (هانسن و موون^۲، ۲۰۰۷). سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت، مجموعه‌ای از منابع انسانی و سرمایه در یک سازمان می‌باشد که مسئول تولید و انتشار اطلاعاتی است که به تصمیم‌گیری داخلی مربوط می‌شود (بلکویی^۳، ۲۰۰۲). بنابراین سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت، بخشی جدایی‌ناپذیر از یک ساختار سازمانی بوده و برای فرآیند نظارتی، ایجاد انگیزه، ارائه اندازه‌گیری عملکرد مانند تفویض اختیار، برقراری ارتباط با اهداف، مشارکت و بازخورد اطلاعاتی است (جونز^۴، ۱۹۸۵). کیفیت سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت را در این مطالعه می‌توان طبقه‌بندی کرد، به طوری که دارای ویژگی‌هایی باشد که توسط لادون و لادون^۵ (۲۰۱۲)، چنگ، چن و لن^۶ (۲۰۱۲) و استایر و رینولدز^۷ (۲۰۱۰) توصیف شده است. تعاریف سیستم اطلاعات حسابداری ارائه شده توسط اونگ، دی و هسو^۸ (۲۰۰۹)، هایدمن، شفر و استرارینگر^۹ (۲۰۰۸)، ویکسوم و تاد^{۱۰} (۲۰۰۵)، کاپلان و اتکینسون^{۱۱} (۱۹۹۸) و همچنین ویلکینسون^{۱۲} (۱۹۸۹)، یکپارچه، انعطاف‌پذیر، قابل اعتماد و کارآمد هستند. کیفیت سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت می‌تواند رضایت کاربران را جلب کند. رضایتی که توسط کاربر (مدیر) احساس می‌شود زمانی است که از سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت بتوان برای کمک به تصمیم‌گیری، چه در تصمیم‌گیری‌های کوتاه‌مدت و چه بلندمدت استفاده کرد (حمدان، ۲۰۱۲؛ میا و پاتیار^{۱۳}، ۲۰۰۱). اما هنگامی که سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت پیاده‌سازی می‌شود، پیامدهای ناخواسته یا پیش‌بینی نشده‌ای دارد، زیرا در زمینه سازمانی و اجتماعی به خوبی توسط کاربر درک نمی‌شود (لارنس و همکاران^{۱۴}، ۱۹۹۷).

1. MAIS
2. Hansen & Mowen
3. Belkaoui
4. Jones
5. Laudon & Laudon
6. Chang, Chen & Lan
7. Stair & Reynolds
8. Ong, Day & Hsu
9. Heidmann, Schäffer & Strahinger
10. Wixom & Todd
11. Kaplan & Atkinson
12. Wilkinson
13. Mia & Patiar
14. Lawrence

با افزایش کارایی سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت، مدیران به طور فزاینده‌ای محتوای اطلاعات را به ارزیابی می‌گذارند تا روند رشد سیستم را تسهیل نمایند. مطالعات، عواملی که باعث پذیرش سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت توسط مدیران می‌شود را مورد بررسی قرار می‌دهند، اما تعداد نسبتاً کمی از آن‌ها نقش جامعه‌پذیری را بررسی کرده‌اند. از آنجا که جامعه‌پذیری، نحوه تعامل کاربران را تعیین می‌کند و مفهوم‌سازی جامعه‌پذیری همچنان نامشخص است، گسترش روابط اجتماعی مورد استفاده افراد جامعه، معنای قابل فهمی را در سیستم ایجاد کرده است. این مطالعه با شناسایی هفت عنصر از سه بُعد فرعی جامعه‌پذیری از طریق بحث‌های گروهی متمرکز، تحقیق پریس (۲۰۱۱) را گسترش داد. تصمیم‌گیری افراد براساس پیامد جامعه‌پذیری در روابط اجتماعی مطالعه پریس (۲۰۰۱)، در سه زیربُعد جامعه‌پذیری را اتخاذ می‌نماید: اهداف، سیاست‌ها و افراد. بهبود مستمر عملکرد سازمان‌ها در سایه توجه به سرمایه اجتماعی، نیروی عظیم هم‌افزایی را ایجاد می‌کند که این نیروها می‌توانند پشتیبان برنامه رشد و توسعه و ایجاد فرصت‌های تعالی سازمانی شوند؛ از این‌رو، دولت‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات تلاش بسیاری را در این مورد اعمال می‌کنند. هنجارهایی در سیستم‌های اجتماعی سازمان‌ها وجود دارد که عدم توجه به آن‌ها، موجب کاهش سطح همکاری اعضای آن سازمان با یکدیگر و نیز با سایر سازمان‌ها شده و باعث بالا رفتن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات با ذینفعان می‌شود و به تبعیت از آن سبب کاهش سطح عملکرد سازمان خواهد شد (کلمن^۱، ۲۰۱۱). در محیط کار امروز، منابع ارتباطی می‌تواند در جهت تسهیل اقدامات و دستیابی به اهداف، مورد استفاده قرار گیرد و یک مزیت سازمانی - اجتماعی ایجاد کند (گلدنمن و همکاران^۲، ۲۰۱۶).

این مطالعه ضمن تکمیل چارچوب نظری و بحث با گروه‌های متمرکز، سعی در شناخت عوامل منحصر به فرد مؤثر بر عناصر سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت دارد. با ادغام نتایج گروه متمرکز با ادبیات مربوطه، چارچوب نظری ایجاد شده به طور تجربی اثرات جامعه‌پذیری بر اعتماد سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت را بررسی می‌نماید.

بدین ترتیب به نظر می‌رسد نتایج حاصل، اطلاعات ارزشمندی را برای دانشگاهیان و متخصصان در مورد چگونگی افزایش اعتماد بر سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت از طریق اجتماع‌پذیری فراهم نماید.

1. Coleman
2. Gelderman

۲. مبانی نظری

سیستم اطلاعاتی حسابداری، مؤلفه و عنصری از شرکت است که به وسیله پردازش رویدادهای مالی، اطلاعات مالی و اطلاعات مناسب مبنای تصمیم‌گیری را در اختیار استفاده‌کنندگان قرار می‌دهد. سیستم اطلاعاتی حسابداری را می‌توان محل تقاطع منطقی دو موضوع گسترده‌تر یعنی حسابداری و سیستم اطلاعاتی مدیریت^۱ دانست. آنچه که در هر دو رشته حسابداری و سیستم اطلاعات مدیریت مشترک است، توجه محوری به اطلاعات است. حسابداری بیشتر به خود اطلاعات گرایش دارد، در حالی که سیستم اطلاعات مدیریت بیشتر به پوشش‌دهنده‌ای که اطلاعات را تولید می‌کنند، توجه دارد. این پوشش بیشتر در حسابداری ریشه داشته و پارادایم IT را ارزش‌گذاری می‌کند و اثرات عملکرد تجاری IT تکنولوژی اطلاعات را مورد بحث قرار می‌دهد (رهنمای رودپشتی و همکاران، ۱۳۹۲).

سیستم اطلاعات حسابداری یک سازمان دارای دو زیرسیستم اصلی است، سیستم اطلاعات حسابداری مالی^۲ و سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت^۳ که در هر دو سیستم، حسابداری فرعی براساس اهداف، ویژگی‌های ورودی و نوع فرآیند مورد استفاده برای تبدیل ورودی به خروجی، مورد عمل قرار می‌گیرد. علاوه بر این، FAIS اطلاعاتی را که توسط طرف خارجی شرکت مورد استفاده قرار می‌گیرد، تولید و از رویدادهای اقتصادی به‌عنوان ورودی استفاده می‌کند و مطابق مقررات و قوانین خاصی پردازش می‌شود (هانس و موون، ۲۰۰۷)؛ در حالی که MAIS بخشی جدایی‌ناپذیر از یک ساختار سازمانی برای فرآیند نظارتی، ایجاد انگیزه، ارائه اندازه‌گیری عملکرد مانند تفویض اختیار، برقراری ارتباط با اهداف، مشارکت و بازخورد اطلاعاتی است (جونز، ۱۹۸۵). یک سیستم باید حداقل به یک هدف برسد، اما می‌تواند همزمان به چندین هدف نیز خدمت کند. به‌طور کلی، MAIS همان سیستم اطلاعاتی است که قادر به پشتیبانی و خدمت به اهداف استراتژی شرکت می‌باشد (کاپلان^۴، ۱۹۸۴). خدمت به هدف، توجیه اساسی آن است. هنگامی که سیستم برای خدمت به هدف متوقف می‌شود، باید جایگزین گردد (هال^۵، ۲۰۱۱). هدف MAIS، ارائه اطلاعات برای فعالیت‌های عملیاتی (هال، ۲۰۱۱؛ ویلکینسون، ۱۹۸۹) و برنامه‌ریزی، کنترل، ارزیابی و بهبود

1. MIS
2. FAIS
3. MAIS
4. Kaplan
5. Hall

مستمر (هانسن و موون، ۲۰۰۷) و همچنین تصمیم‌گیری (هال، ۲۰۱۱؛ هانسن و موون، ۲۰۰۷؛ ویلکینسون، ۱۹۸۹) می‌باشد. بنابراین MAIS دارای دامنه وسیعی است که به مدیران اجازه می‌دهد تا در تصمیم‌گیری موفق اقتصادی در درازمدت، اطلاعات مورد نیاز را بدست آورند (هوگ^۱، ۲۰۰۳). برای تولید اطلاعات مورد نیاز مطابق با نیازهای کاربر، شرایط MAIS لازم است.

مفهوم کیفیت MAIS در این مطالعه، یک ویژگی است که می‌تواند به‌عنوان چارچوبی با استفاده از منابع برای ارائه اطلاعات مربوط به مدیران و کارکنان یک سازمان، چه اطلاعات مالی و چه غیرمالی، برای تصمیم‌گیری در شرکت ادغام شود تا به این طریق برای دستیابی به اهداف، به‌طور خاص در داخل سازمان مورد استفاده قرار گیرد. وقتی سیستم بتواند نیازهای کاربران را برآورده کند، کیفیت MAIS می‌تواند رضایت کاربران خود سیستم را فراهم آورد (ناپیتوپولو و دالیمونته^۲، ۲۰۱۵). به گفته لادون و لادون (۲۰۱۲)، به‌طور کلی سیستم اطلاعاتی در واحدهای تجاری به پنج متغیر اندازه‌گیری یعنی محدوده، زمان، هزینه، کیفیت و ریسک توجه می‌کند. در همین حال، استایر و رینولدز (۲۰۱۰) ویژگی‌های کیفیت سیستم اطلاعاتی را به‌طور کلی در انعطاف‌پذیری، کارآمدی، در دسترس و به‌موقع بودن توصیف کردند. کاپلان و اتکینسون^۳ (۱۹۹۸) بیان نمودند در پاسخ به این سؤال که آیا مدیران در تحقق انگیزه و اهداف سازمانی MAIS کمک کرده‌اند یا نه، به‌موقع بودن، کارآمدی و مؤثر بودن رسیده‌اند. محققانی مانند اونگ و همکاران (۲۰۰۹) و ویکسوم و تاد^۴ (۲۰۰۵)، کیفیت سیستم اطلاعاتی را به‌وسیله ابعاد قابلیت اطمینان، انعطاف‌پذیری، یکپارچگی، دسترسی و به‌موقع بودن اندازه‌گیری می‌کنند. چنگ و همکاران (۲۰۱۲)، کیفیت سیستم اطلاعات را با امنیت، سهولت استفاده و کارایی اندازه‌گیری کردند. به‌طور خاص، هایدمن و همکاران^۵ (۲۰۰۸)، ابعاد کیفیت MAIS را با استفاده از یکپارچگی، انعطاف‌پذیری، دسترسی، رسمی شدن و غنای رسانه اندازه‌گیری نمودند.

از طرفی سامانه‌های اطلاعاتی حسابداری مدیریت، سامانه‌های مهندسی و کارکردگرا نیستند، بلکه سیستم‌هایی اجتماعی و متشکل از انسان‌ها هستند که در محیط و زمینه سازمان طراحی و توسعه می‌یابند. لذا با توجه به ضرورت و اهمیت سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت و تأثیر آن بر

1. Hoque
2. Napitupulu & Dalimunthe
3. Kaplan & Atkinson
4. Wixom & Todd
5. Heidmann

تصمیم‌گیری‌های مدیران، شناخت و بررسی آن جهت اصلاح و ارتقاء، می‌تواند کمک مؤثری به انجام این وظیفه ارتباطی نماید (اعرابی و حقیقت ثابت، ۱۳۸۹). علی‌رغم مسئله حل‌نشده انواع تغییر در تکنیک‌های حسابداری مدیریت، تغییر در محیط، تقاضای دیگری بر سیستم حسابداری مدیریت تحمیل می‌کند که شامل ضرورت ایجاد تغییراتی مناسب در راستای حفظ اثرگذاری و کارآمدی است (چن هال و یوسکه^۱، ۲۰۰۷). برنز و وایویو^۲ (۲۰۰۱) استدلال می‌کنند که تغییرات در شیوه‌های حسابداری مدیریت، ضرورتاً به معرفی و جایگزینی سیستم‌های جدید محدود نمی‌شود. تغییر می‌تواند در روشی باشد که حسابداری مدیریت استفاده می‌شود (اصلاح عملیاتی و یا خروجی).

بررسی روابط درون‌سازمانی، یک موضوع پیچیده و نقش آن در بسیاری از فرآیندها و متغیرهای سازمانی حائز اهمیت است. توجه به ارتباطات سازمانی منحصر به مراکز علمی نیست، بلکه سازمان‌های تجاری و تولیدی نیز از آن به‌عنوان کلید موفقیت یاد نموده‌اند (احمد^۳، ۲۰۰۴). وجود سازمان، وابسته به ارتباطات است و هر مدیری معمولاً بیشتر وقت خود را صرف برقرار کردن ارتباط می‌کند. برای ایجاد هماهنگی بین عناصر مادی و انسانی سازمان به صورت یک شبکه کارآمد و مؤثر، برقراری ارتباطات مطلوب ضروری است، زیرا وقتی ارتباطات برقرار نشود، فعالیت سازمان متوقف می‌شود و در واقع می‌توان گفت که مدیریت کارساز، به برقراری ارتباطات مؤثر بستگی دارد (برهان یزدانی، ۲۰۱۵). ارتباط برای هماهنگی فعالیت‌های گروهی، اجرای وظایف رهبری و انجام وظایف مدیریتی لازم است، بنابراین مدیرانی که مدیریت خود را با توجه به مفاهیم ارتباطات سازمانی اعمال نمایند، به‌وضوح از موفقیت بیشتری برخوردار خواهند شد. در مدیریت اموری چون ارتباطات انسانی، عوامل مؤثر بر ارتباطات، گروه‌های رسمی و غیررسمی، روش‌های بهبود ارتباطات و رفع موانع ارتباطی در سازمان حائز اهمیت است (بالارد و سیولد^۴، ۲۰۰۴). روابط اجتماعی ممکن است در زمینه‌های مختلفی مانند خانواده، کار، اوقات فراغت و جامعه شکل بگیرد. زمینه کاری، پس از خانواده، دومین واحد مهم اجتماعی برای افراد شاغل می‌باشد. این امر تعجب‌آور نیست؛ زیرا اکثر بزرگسالانی که کار می‌کنند حداقل هشت ساعت در روز، در محیط‌های کاری حضور دارند. این مقدار از زمان، فرصت‌های قابل توجهی برای کارکنان فراهم می‌کند تا با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و همدیگر را بشناسند، از این‌رو، محیط کاری عامل مهمی در شکل‌گیری روابط اجتماعی است. فرآیند

1. Chenhall & Euske
2. Burns & Vaivio
3. Ahmad
4. Ballard & Seibold

کار، به کارکنان اجازه می‌دهد تا تجربیات، فشارها، نگرانی‌ها، واژگان و فرهنگ مشترکی داشته باشند و این فرصت را برای آنان ایجاد می‌کند تا تجارب خود را به اشتراک گذاشته و پایه‌های مشترکی را برای ایجاد رابطه بین خود فراهم کنند (چادسی و بیر،^۱ ۲۰۰۱).

تعاریف جامعه‌پذیری، به زمینه تحقیق بستگی دارد. به‌عنوان مثال، اسپیک و میگهی^۲ (۲۰۱۰) جامعه‌پذیری را به‌عنوان گرایش استفاده‌کنندگان به ارتباط با دیگران تعریف کردند و تأثیر آن را در موفقیت روابط خدمات بررسی نمودند؛ در حالی که برانتزائگ و همکاران^۳ (۲۰۱۰) از اجتماعی بودن به‌عنوان توانایی فرد در تعامل با دیگران یاد کردند و چگونگی تأثیر آن بر تجربیات کاربران در زمینه حریم خصوصی و رفتار استفاده‌کنندگان را مورد بررسی قرار دادند. علاوه بر این، باتاچاریا و همکاران^۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی نشان دادند که جامعه‌پذیری به‌کار گرفته شده در اعتبار منتقدان تأثیر می‌گذارد؛ در حالی که چن و شن^۵ (۲۰۱۵) نشان دادند که اجتماعی بودن، مترادف با سرمایه اجتماعی است. گاو و همکاران^۶ (۲۰۱۰) نشان دادند که ویژگی‌های اجتماعی آب و هوا، مزایا و اهداف، افراد، غنای تعامل، ارائه خود و حمایت از تعامل رسمی اجتماعی بودن هستند. چن و شن (۲۰۱۵) استدلال کردند که جامعه‌پذیری، سرمایه شناختی از نظر زبان و دیدگاه مشترک است؛ زیرا پریس^۷ (۲۰۰۱) از جامعه‌پذیری به‌عنوان سیاست‌های اجتماعی و ساختارهای فنی که برای یک هدف مشترک طراحی شده‌اند، یاد کرده است. وی پیشنهاد داد که عوامل تعیین‌کننده جامعه‌پذیری شامل تعداد شرکت‌کنندگان، پیام‌های ارسالی، خطاها و عضویت کاربران در هر ماه، علاوه بر رضایت، حفظ، قابلیت اعتماد، بهره‌وری و سایر اقدامات کمی باشد. نویسندگان در ادامه استدلال می‌کنند که نمونه‌های جامعه‌پذیری به‌عنوان نقطه شروع کار در موضوعات جدید عمل می‌کنند و می‌توانند اقدامات پیچیده‌تری را ابداع نمایند. وی همچنین استدلال می‌کند که اهداف، افراد و سیاست‌ها سه زیرمجموعه اصلی اجتماعی بودن هستند که از آن‌ها ابعاد فرعی نیز استخراج می‌شوند.

برای مفهوم اعتماد، به‌طور کلی از سه رویکرد می‌توان استفاده نمود: رویکرد خرد، رویکرد کلان و رویکرد تلفیقی. براساس دیدگاه‌های سطح خرد، اعتماد یک ویژگی یا خصوصیت فردی است و

1. Chadsey & Beyer
2. Spake & Megehee
3. Brandtzaeg
4. Bhattacharyya
5. Chen & Shen
6. Gao
7. Preece

بنابراین با ویژگی‌ها و رفتارهای فردی ارتباط دارد، پس با توجه به این خصوصیات، می‌توان میزان اعتماد را سنجید. ولی بر طبق رویکرد کلان، اعتماد اجتماعی نه یک خصوصیت فردی، بلکه ویژگی نظام اجتماعی تلقی می‌شود. مطابق با دیدگاه‌های سطح کلان، اعتماد فقط جزئی از شخصیت افراد به‌شمار می‌رود. بنابراین اعتماد افراد به دیگران، بیشتر به ارزیابی آنان از قابل اعتماد بودن محیط اطرافشان برمی‌گردد تا به شخصیت و تمایلات فردی آنان. بر این اساس، افرادی که در جامعه‌ای زندگی می‌کنند که نظام اجتماعی آن از ثبات بالایی برخوردار است و هنجارها و قواعد اجتماعی از سوی دیگران رعایت می‌شود، از اعتماد اجتماعی بالایی برخوردارند. در نهایت، رویکرد سوم با تلفیق سطح خرد و کلان، تلاش می‌کند که ابعاد مختلف اعتماد را مورد بررسی قرار دهد و با در نظر گرفتن عوامل سطح خرد و سطح کلان در کنار یکدیگر، تبیین کامل‌تری از مسئله ارائه دهد (عبدالملکی، ۱۳۸۷).

اریکسون از نظریه‌پردازانی است که در حوزه روانشناسی و با نگاهی خردنگر، به بحث در پیرامون شکل‌گیری اعتماد می‌پردازد. او مفهوم اعتماد بنیادی^۱ را مطرح کرده و معتقد است که اعتماد، در سال‌های اولیه رشد و متأثر از پیرامون فرد شکل می‌گیرد؛ یعنی اعتماد در سطح وسیع در جامعه، در درجه اول به نحوه رشد و شکل‌گیری شخصیت تک‌تک اعضای جامعه در آغاز دوران کودکی برمی‌گردد (گلایی، ۱۳۸۳). از نظر اریکسون، اعتماد از همان آغاز بر نوعی تجربه دوسویه دلالت می‌کند. رفتار عجیب و غریب و کناره‌گیری، نمایشگر کوشش‌هایی است برای تطبیق با یک محیط متعین یا دشمنانه که در آن، احساس قابلیت اعتماد درونی، اعتمادناپذیری جهان خارجی را بازتاب می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۰).

نظریه‌پردازان مبادله، اعتماد بین شخصی را مطرح می‌کنند که شکل دیگری از اعتماد است و در روابط چهره به چهره، خود را نشان می‌دهد. در این نوع اعتماد، حداقل دو نفر حضور دارند، فرد اعتمادکننده و فرد مورد اعتماد. اعتماد بین شخصی، موانع ارتباطی را از میان برداشته و با کاستن از حالت دفاعی، بسیاری از تعاملات مهم را ممکن می‌سازد. روابط شخصی در ایجاد اعتماد بین شخصی، نقش اساسی دارد. به عبارت دیگر، اعتماد بین شخصی در روابط و تعاملات معنا پیدا می‌کند، توسعه می‌یابد و تقویت می‌شود (عباس‌زاده، ۱۳۸۳).

اعتماد تعمیم‌یافته، نوع سوم اعتماد است که در آن، اعتماد به افرادی که با هم تعامل دارند و روابط چهره به چهره برقرار می‌سازند، محدود نمی‌شود، بلکه این نوع از اعتماد، مرزهای خانوادگی، همسایگی، قومی و محلی را درمی‌نوردد و در سطح ملی گسترش می‌یابد. اعتماد تعمیم‌یافته، پدیده

نسبتاً جدیدی است که با پیدایش دولت‌های مدرن مطرح می‌شود و لازمه آن، همکاری و مشارکت میلیون‌ها شهروندی است که در جوامع مدرن امروزی زندگی می‌کنند (گلابی، ۱۳۸۳).

از نظر جانسون، اعتماد امر ثابتی نیست، بلکه جنبه‌ای از روابط است که به صورت مداوم در حال تغییر و تحول است. از نظر او، هر آنچه افراد انجام می‌دهند و سطح اعتماد را در روابط، افزایش و یا کاهش می‌دهد، در ایجاد و حفظ اعتماد در روابط دوجانبه و کنش‌های دوطرفه از اهمیت زیادی برخوردار است (امیرکافی، ۱۳۷۴). جانسون اعتقاد دارد که در یک رابطه مبتنی بر اعتماد بین دو یا چند نفر، عناصری وجود دارند که عبارتند از: صراحت و باز بودن، سهمیم کردن، پذیرش، حمایت، تمایلات همکاری جویانه، روابط مبتنی بر اعتماد، اعتماد کردن و قابل اعتماد بودن. با توجه به مبانی نظری بیان شده، سؤال اصلی در این پژوهش این است که آیا روابط اجتماعی در ایجاد اعتماد بر سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت تأثیر می‌گذارد؟

۳. پیشینه پژوهش

المطاری و همکاران^۱ (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی تأثیر سیستم اطلاعاتی حسابداری پویا بر تاب‌آوری سازمانی با نقش واسطه‌ای قابلیت‌های فرآیندهای کسب‌وکار پرداختند. در این مطالعه، نقش قابلیت‌های فرآیند کسب‌وکار در تعدیل ارتباط بین قابلیت AIS پویا و انعطاف‌پذیری سازمانی بررسی شد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که قابلیت AIS پویا در سطح شرکت دارای ویژگی‌های AIS انعطاف‌پذیر، سیستم BI مکمل و شایستگی منابع انسانی، با AIS مرتبط است. نتایج آن‌ها همچنین نشان می‌دهد که قابلیت AIS پویا بر انعطاف‌پذیری سازمانی تأثیر دارد. با توجه به نظریه مبتنی بر منبع (RBT) و دیدگاه قابلیت‌های پویا (DCV)، بین AIS پویا و ظرفیت فرآیند کسب‌وکار ارتباط وجود دارد.

قاسمی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی اثربخشی سیستم‌های حسابداری مدیریت در سازمان‌های دولتی ایران پرداختند. مطالعه آن‌ها به شناسایی ارتباط بین تکنولوژی و عملکرد مدیریتی با سیستم‌های حسابداری مدیریت می‌پردازد. یافته‌های تحقیق آنان نشان می‌دهد که هدایت مدیران سازمان‌های مالی برای بهبود عملکرد خود از طریق سیستم حسابداری مدیریت، با استفاده از فناوری‌های جدید و با توجه به عوامل داخلی و محیطی امکان‌پذیر است.

طبق نتایج پژوهش ریخاردسون و ییگیتباسی اوغلوب^۲ (۲۰۱۸) مدیران اجرایی، فناوری، داده‌ها و

1. Al-Matari

2. Rikhardssona & Yigitbasioglub

تجزیه و تحلیل را به عنوان یک نیروی تبدیل در کسب و کار می بینند. در نتیجه بسیاری از سازمان ها، فناوری های هوش تجاری و تجزیه و تحلیل را برای حمایت از گزارش دهی و تصمیم گیری پیاده سازی می کنند. به طور سنتی، حسابداری مدیریت، حمایت اصلی برای تصمیم گیری و کنترل در یک سازمان است؛ به این ترتیب، پیوندهای آشکاری با فناوری های هوش تجاری و تجزیه و تحلیل دارد و می تواند از کاربرد این فناوری ها سود برد.

و حیودی^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی، به بررسی سیستم های جدید اطلاعات حسابداری به عنوان یک مزیت اساسی اجتماعی در کشور اسپانیا پرداخت. وی دریافت که اطلاعات حسابداری در خصوص مزایای اجتماعی، بر اساس محدوده مدیریت در بودجه عمومی اجتماعی تأمین می گردد. اطلاعات موجود در بودجه ممکن است مناسب باشد، اما احتمالاً برای مقایسه مقادیری که باید با صورت های مالی شرکت برای دوره های قبل و با صورت های مالی سایر اشخاص انجام شود، کافی نیست.

رستم خانی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر ابزارهای هوش تجاری بر افزایش بهره‌وری سیستم های یکپارچه اطلاعاتی حسابداری مدیریت مدرن، نشان دادند که با هدف به روزرسانی سیستم اطلاعاتی و تصمیم گیری، حسابداری مدیریت موجود و سنتی به معنای جامع انجام گرفته است. بنابراین حسابداری مدیریت می تواند نقش اصلی خود را در تصمیم گیری باز پس گیرد. دستیابی به اطلاعات به بالاترین میزان به منظور افزایش بهره‌وری از سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت می تواند با استفاده از ابزارهای هوش تجاری حاصل شود. ابزارهای هوش تجاری، ابزارهایی به نام عملکرد، برنامه ریزی منابع و اطلاعات استراتژیک می باشند. به طور سنتی، حسابداری مدیریت به عنوان سیستم حمایتی اصلی برای تصمیم گیری و کنترل در سازمان تلقی می شود؛ به این ترتیب، پیوندهای روشنی با استفاده از فناوری های هوش تجاری دارد. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که ذخیره سازی اطلاعات، کاهش زمان، کاهش ریسک، ارائه اطلاعات و اعتماد به داده ها بر افزایش بهره‌وری حسابداری تأثیرگذار بوده و مزیت رقابتی و نسبت بحرانی بر افزایش بهره‌وری حسابداری مدیریت تأثیر مثبت و معنی دار ندارد.

تجویدی و محمدی (۱۳۹۹) در مطالعه ای با عنوان بررسی نقش اطلاعات حسابداری مدیریت در سیستم کنترل مدیریت در شرکت های بزرگ تولیدی در ایران، دریافتند که بین اهمیت و در دسترس بودن اطلاعات حسابداری مدیریت، شکاف وجود دارد و همچنین اطلاعات حسابداری مدیریت،

نقش واسطه‌ای در رابطه بین استراتژی رقابت، پیچیدگی تولید و عدم اطمینان محیطی با اثربخشی سیستم کنترل مدیریت ایفا می‌کند، ولی در مورد رسمی‌سازی و تمرکزگرایی این مورد وجود ندارد. فراهانی و اصغری (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای با عنوان تأثیر سرمایه اجتماعی و روابط مشتری بر عملکرد راهبردی با در نظر داشتن نقش عدم اطمینان فناورانه (مورد مطالعه: شرکت کاله)، نشان دادند که سرمایه اجتماعی یک دارایی ارزشمند برای شرکت‌ها است که از منابع قابل دسترسی حاصل می‌شود که از طریق روابط خریدار و عرضه‌کننده بدست می‌آید. بسیاری از مطالعات، مقیاس‌های شناختی، ارتباطی و ساختاری سرمایه اجتماعی را بر برخی از شاخص‌های عملکرد بررسی کرده‌اند، اما کمتر مطالعه‌ای به بررسی تأثیر عدم اطمینان فناوری به‌عنوان متغیر میانجی پرداخته است. نتایج بدست آمده از تحقیق نشان داد که سرمایه شناختی، سرمایه رابطه‌ای، سرمایه ساختاری و روابط مشتری بر عملکرد راهبردی شرکت کاله تأثیر مثبت و معناداری دارند.

افشار صالحی و پیرخانی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان رابطه ویژگی‌های شخصیتی با روابط اجتماعی، دریافته‌اند که با به‌کارگیری اصول برقراری روابط اجتماعی مؤثر، به دیگران می‌فهمانند که آن‌ها برایتان مهم هستند و دوستشان دارید، به آن‌ها شخصیت می‌دهید و از طرفی برای موفقیتشان در کنارشان می‌مانید.

اردلان و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان آمادگی برای تغییر: تبیین نقش تعهد سازمانی، تعهد شغلی و روابط اجتماعی در مکان کاری، به بررسی رابطه بین متغیرها برای تغییر در کارکنان پرداختند. نتایج نشان داد که اثر تعهد سازمانی، تعهد شغلی و روابط اجتماعی بر آمادگی برای تغییر کارکنان، مثبت و معنی‌دار است. در نتیجه، از عواملی که می‌بایست در راستای افزایش آمادگی برای تغییر کارکنان مورد توجه مدیران دانشگاه مورد تحقیق قرار گیرد، تعهد سازمانی، تعهد شغلی و روابط اجتماعی مکان کاری می‌باشد.

۴. روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق توصیفی براساس ۴۱ پرسش در یک نظرسنجی از میان جامعه شرکت‌های فعال شهرک صنعتی شهر ساری، با ۱۵۸ شرکت‌کننده انجام شد. برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده گردید. از شرکت‌کنندگان خواسته شد که در مقیاس پنج نقطه‌ای (۱ = کاملاً مخالفم و ۵ = کاملاً موافقم)، درجه موافقت خود را در برابری امتیازات مقیاس به‌منظور به حداقل رساندن مشکلات توزین دلخواه جهت دسته‌بندی متغیرهای کیفی نشان دهند.

لازم به یادآوری است که مقیاس‌ها و ابزارهای استفاده شده توسط تئوری ادغام‌شده در مطالعات قبلی، اعمال و اعتبارسنجی شده‌اند. همچنین نکته مهم و قابل ذکر این است که از نمرات تحلیل

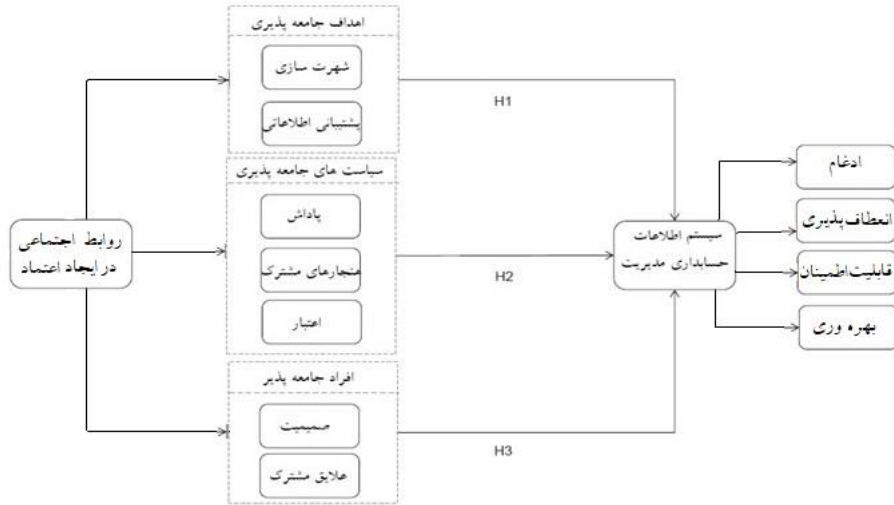
عاملی تأییدی استفاده شده است و به این ترتیب می‌توان اندازه‌گیری جدیدی از متغیرها را با توزین نمرات پاسخ‌دهندگان در هر مورد براساس نمره فاکتوریل متغیر در هر واحد نمونه استخراج کرد (سیلوا و کاستا^۱، ۲۰۱۴).

از Google form جهت ارسال ابزار تحقیق استفاده شد. قبل از استفاده از پرسشنامه، برخی از تنظیمات نوشتاری برای اجرای بهینه انجام گردید و پس از آن، برای افراد تحقیق ارسال شد. این پرسشنامه در بازه زمانی بهمن‌ماه تا اسفندماه ۱۴۰۰ ارسال شده است. در ابتدا، در برنامه اکسل از داده‌ها خروجی گرفته شد و سپس از مدل معادلات ساختاری (SEM) برای آزمون فرضیه استفاده گردید. برای برآورد مدل معادلات ساختاری، از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد. استفاده از این روش، با این واقعیت توجیه می‌شود که اهداف پیش‌بینی را برآورده کرده و همچنین مدل‌های نظری را تأیید می‌کند، زیرا هیچ شاخصی برای تنظیم کفایت مدل به‌طور کلی وجود ندارد (بیدو و همکاران^۲، ۲۰۱۰). استفاده از تکنیک PLS به این دلیل است که اجازه استفاده از متغیرهای نهفته با شاخص‌های سازنده را به‌جای شاخص‌های انعکاسی می‌دهد. شاخص‌های سازنده، آن دسته از متغیرهایی هستند که سازه را تشکیل می‌دهند و با یکدیگر همبستگی ندارند، در حالی که شاخص‌های انعکاسی توسط سازه تشکیل و با مقیاس اندازه‌گیری می‌شوند (هایر و همکاران^۳، ۲۰۱۱). بدین ترتیب، فرضیه‌های زیر طراحی و مورد آزمون قرار گرفت. شکل (۱)، الگوی آزمون شده در این پژوهش را نشان می‌دهد.

فرضیه اول: اهداف جامعه‌پذیری، تأثیر مثبتی بر سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت دارد.

فرضیه دوم: سیاست‌های جامعه‌پذیری، تأثیر مثبتی بر سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت دارد.

فرضیه سوم: افراد جامعه‌پذیر، تأثیر مثبتی بر سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت دارد.



شکل ۱- مدل مفهومی

۵. یافته‌ها

جدول (۱) تجزیه و تحلیل توصیفی معیارهای حداقل، حداکثر، بیش‌کشیدگی توزیع، میانه، میانگین و انحراف معیار و چولگی برای پاسخ به سؤالات پرسشنامه را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰- تجزیه و تحلیل توصیفی

سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت	افراد جامعه پذیر	سیاست‌های جامعه پذیری	اهداف جامعه پذیری	تجزیه و تحلیل توصیفی	
				معتبر	تعداد
158.00	158.00	158.00	158.00	معتبر	
0.00	0.00	0.00	0.00	نامعتبر	
58.93	24.59	36.06	29.64	میانگین	
0.71	0.36	0.44	0.34	انحراف استاندارد میانگین	
58.50	25.00	37.00	30.00	میانه	
64.00	26.00 ^a	40.00	32.00	مد	
8.89	4.55	5.49	4.30	انحراف معیار	
79.05	20.74	30.15	18.50	واریانس	
-0.14	-0.71	-1.03	-1.21	چولگی	
0.19	0.19	0.19	0.19	انحراف استاندارد چولگی	
-0.46	1.08	3.54	3.46	ضریب کشیدگی	
0.38	0.38	0.38	0.38	انحراف استاندارد ضریب کشیدگی	
41.00	27.00	37.00	29.00	دامنه	

سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت	افراد جامعه پذیر	سیاست‌های جامعه‌پذیری	اهداف جامعه‌پذیری	تجزیه و تحلیل توصیفی
39.00	7.00	11.00	8.00	حداقل
80.00	34.00	48.00	37.00	حداکثر
9311.00	3886.00	5698.00	4683.00	مجموع
52.75	22.00	33.00	27.00	25
58.50	25.00	37.00	30.00	50
64.00	28.00	40.00	32.00	75

a. حالت‌های متعدد وجود دارد. کوچک‌ترین مقدار نشان داده شده است.

در جدول (۱) می‌توان مشاهده کرد که پاسخ‌ها دارای رابطه خطی خاصی هستند. از سوی دیگر، نتایج مربوط به میانگین از سازه سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت نشان می‌دهد که دانش پاسخ‌دهندگان در اطلاعات عینی، مشتق شده از روابط اجتماعی و اعتماد می‌باشد و این امر در ادغام، قابلیت انعطاف، قابلیت اطمینان و کارآمدی منعکس می‌شود. بنابراین به‌طور سنتی، چارچوب‌های مبتنی بر کارآمدی سیستم اطلاعاتی حسابداری مدیریت، بیشترین استفاده در بروز اعتماد مناسب با محیط را دارند.

ذکر این نکته حائز اهمیت است که داده‌های این تحقیق، از طریق پرسشنامه‌هایی با پاسخ گردآوری شده است.

پالداسکوف و همکاران^۱ (۲۰۰۳) هشدار می‌دهند که این روش ممکن است به یک روش معمول منجر شود^۲. به‌دنبال راهنمایی این نویسندگان، در رابطه با تکنیک‌های رویه‌ای، به پاسخ‌دهندگان اطمینان داده شد که نام شرکت‌کنندگان ناشناخته است و با پاسخ‌ها به صورت جمع رفتار می‌شود. در مورد تکنیک آماری، از آزمون تک عاملی Harmans استفاده شد که طبق پالداسکوف و همکاران (۱۹۸۶)، به‌طور کلی بیشترین روش مورد استفاده در ادبیات است. اگر در تجزیه و تحلیل، یک عامل تکی یا یک عامل کلی بیش از ۵۰ درصد از واریانس متغیرها را توضیح دهد، CMB وجود خواهد داشت که در این مطالعه رخ نداده است. پس از کنترل سوگیری، کیفیت مدل از طریق آلفای کرونباخ، روایی همگرا و اعتبار متمایز ارزیابی شد. جدول (۲)، شاخص‌های کفایت مدل را نشان می‌دهد.

جدول ۱۱- کیفیت مدل

متغیر	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ
اهداف جامعه‌پذیری	۸	۰/۶۹۶
سیاست‌های جامعه‌پذیری	۱۰	۰/۷۶۳
افراد جامعه‌پذیر	۷	۰/۷۳۶
سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت	۱۶	۰/۸۵۵

تحلیل قابلیت اطمینان ترکیبی (پایایی مرکب) هر سازه، قابلیت ارزیابی عملکرد این را دارد که آیا شاخص به اندازه کافی سازه‌ها را اندازه‌گیری کرده است. بنابراین شاخص باید بزرگ‌تر یا برابر با ۰/۷۰ باشد. با توجه به خروجی پایایی مرکب، مدل دارای کیفیت لازم می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل سازگاری داخلی (آلفای کرونباخ)، مقادیر از ۰/۶۰ مناسب در نظر گرفته شد (هایر و همکاران، ۲۰۰۵).

جدول ۱۲- تجزیه و تحلیل رگرسیون خطی

مدل	ضریب همبستگی	R ²	R ² تعدیل شده	برآورد خطای استاندارد	آماره دوربین- واتسون
1	.715 ^a	0.512	0.502	6.27203	2.077

a. سیاست‌های جامعه‌پذیری، افراد جامعه‌پذیر، اهداف جامعه‌پذیری: (ثابت) پیش‌بین‌ها

b. سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت: متغیر وابسته

همان‌طور که در جدول (۳) مشاهده می‌شود مقدار آماره دوربین- واتسون بدست آمده ۲/۰۷۷ می‌باشد و چون این مقدار بین ۱/۵ تا ۲/۵ قرار می‌گیرد، نشان می‌دهد که خطاها از یکدیگر مستقل هستند و بین خطاها خودهمبستگی وجود ندارد و فرض همبستگی بین خطاها رد می‌شود و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد. همچنین از جدول (۳) مشاهده می‌شود ضریب همبستگی بدست آمده ۰/۷۱۵ است که حاکی از همبستگی بین افراد جامعه‌پذیر، اهداف جامعه‌پذیری، سیاست‌های جامعه‌پذیری و سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت می‌باشد.

جدول ۱۳- برآورد رگرسیون خطی^a

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
1	رگرسیون	3	2117.376	53.825	.000 ^b
	باقیمانده	154	39.338		
	مجموع	157	12410.234		

a. سیاست‌های جامعه‌پذیری، افراد جامعه‌پذیر، اهداف جامعه‌پذیری: (ثابت) پیش‌بین‌ها،

b. سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت: متغیر وابسته.

۱-۵. آزمون فرضیه‌ها

جدول ۱۴- آزمون معادله رگرسیون^a

سطح معناداری	T	ضریب استاندارد نشده		مدل
		B	خطای استاندارد	
0.000	3.964		3.724	14.762
0.426	0.798	0.074	0.193	0.154
0.000	3.685	0.369	0.162	0.597
0.000	5.494	0.377	0.134	0.736

a. سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت: متغیر وابسته

همان‌طور که در جدول (۵) دیده می‌شود، p-value آماره t برای متغیر اهداف جامعه‌پذیری برابر با ۰/۴۲۶ است که از سطح خطای قابل قبول ۵٪ بیشتر می‌باشد، لذا رابطه معنی‌داری بین اهداف جامعه‌پذیری و سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت وجود ندارد و در نتیجه، فرضیه اول تحقیق رد می‌شود؛ در حالی که p-value آماره t برای متغیرهای سیاست‌های جامعه‌پذیری و افراد جامعه‌پذیر برابر با ۰/۰۰۰ است که از سطح خطای قابل قبول ۵٪ کم‌تر می‌باشد، لذا، رابطه معنی‌داری بین سیاست‌های جامعه‌پذیری، افراد جامعه‌پذیر و سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت وجود دارد و در نتیجه، فرضیه‌های دوم و سوم تحقیق تأیید می‌شود.

۶. نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر که به بررسی اثر بین روابط اجتماعی در ایجاد اعتماد بر سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت با هدف بررسی رابطه اهداف جامعه‌پذیری، سیاست‌های جامعه‌پذیری، افراد جامعه‌پذیر و سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت در سه فرضیه پرداخته شد، با استفاده از روش‌های آماری (تحلیل رگرسیون خطی و همبستگی) نتایج زیر حاصل گردید:

۱- اهداف جامعه‌پذیری با سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت ارتباط ندارد که با پژوهش تجویدی و محمدی (۱۳۹۹) همسو بوده است.

۲- سیاست‌های جامعه‌پذیری با سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت ارتباط دارد که با پژوهش فراهانی و اصغری (۱۳۹۹) همسو بوده است.

۳- افراد جامعه‌پذیر با سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت ارتباط دارد که با پژوهش افشار صالحی و پیرخانی (۱۳۹۹) همسو بوده است.

سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت، مدیران را قادر می‌سازد تا در تعاملات متقابل مانند توصیه

و اظهار نظر در مورد ابزار یا خدمات مختلف، با کارکنانی که علایق مشابهی دارند همکاری کنند. جامعه‌پذیری را می‌توان یکی از ویژگی‌های سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت در نظر گرفت که سیاست‌ها و ساختارهای اجتماعی را در نظر می‌گیرد که از وضعیت اجتماعی بودن در زمینه‌های نوآوری حمایت می‌کنند. درک ترکیب جامعه‌پذیری می‌تواند برای اعمال استراتژی‌های مدیریت در محیط سازمان، بسیار مهم باشد. یافته‌ها نشان داد که سیاست و جنبه‌های افراد جامعه‌پذیر، بر اعتماد به توصیه‌های افراد جامعه تأثیر مثبت می‌گذارد. پیکربندی‌های متعددی که شامل یک رابطه هم‌افزایی و جایگزینی در بین ابعاد فرعی جامعه‌پذیری است، به توصیه‌های مدیر اعتماد می‌کند.

توصیه ما با توجه به محدودیت‌های موجود در تحقیق پریس (۲۰۰۱)، این است که اولاً استخراج عناصر زیربُعدها برای جامعه‌پذیری در سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت صورت گیرد. با این حال، سایر ابعاد فرعی ممکن است ذیل زمینه‌های تحقیقاتی مختلف وجود داشته باشد. تحقیقات آینده با هدف تکرار نتایج این مطالعه، باید مدل بدست آمده برای استفاده از انواع مختلف طرح‌های اجتماعی (مانند خدمات پیام‌رسانی فوری) را بررسی کنند. دوم اینکه این مطالعه، تأثیر زیربُعدهای جامعه‌پذیری را بر اعتماد سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت در توصیه‌های مدیریت، با استفاده از روابط اجتماعی بررسی کرد. علاوه بر اعتماد، متغیرهای دیگری مانند فرهنگ سازمانی برای کارکنان حیاتی به نظر می‌رسد. مطالعات آینده باید تأثیرات جامعه‌پذیری را بر سایر متغیرهای پیامدی بررسی کنند. سوم اینکه محققان ممکن است عوامل کاربردپذیری را در مدل‌های تحقیقاتی خود بگنجانند و تأثیرات این مدل‌ها بر رفتار مدیران را با عوامل جامعه‌پذیری مقایسه نمایند.

در عین حال، در این مطالعه تنها برخی از قابلیت‌های حیاتی MAIS مورد بحث قرار گرفت و می‌توان گفت که ابعاد دیگر در طیف گسترده قابلیت‌های MAIS مورد بحث قرار نگرفت. اندازه‌گیری مستقیم قابلیت‌های پویای MAIS، فرصت‌هایی را برای تحقیقات آینده فراهم می‌کند. در همین حال، تحقیقات آینده می‌تواند سایر قابلیت‌های روابط اجتماعی سازمانی را که می‌تواند بر MAIS تأثیر بگذارد نیز بررسی کند.

در نهایت، در مورد مراحل تاب‌آوری مانند روشن کردن نقش اساسی دانش، فرهنگ و ساختار سازمانی در توسعه قابلیت‌های سازمانی و اینکه چگونه MAIS به‌عنوان منبع دانش ممکن است بر آن‌ها تأثیر بگذارد، کمتر می‌دانیم. بنابراین محققان می‌توانند بیشتر بر سایر زمینه‌های تحقیقاتی تمرکز کنند و ایده‌ها و یافته‌های موجود را در مطالعات خود بگنجانند. به نظر می‌رسد مطالعات چندانی در مورد قابلیت‌های تاب‌آوری در قالب مطالعات سازمانی و مدیریتی، هنوز وجود ندارد.

منابع

- اردلان، محمدرضا؛ عرفانی‌زاده، فریبرز (۱۳۹۶). رابطه بین نگرش نسبت به تغییر سازمانی و استرس شغلی: آزمون نقش میانجی تعهد سازمانی. *مدیریت تحول*، ۹(۱۷)، ص ۱-۲۳.
- اردلان، محمدرضا؛ عرفانی‌زاده، فریبرز؛ سلطان‌زاده، وحید (۱۳۹۸). آمادگی برای تغییر: تبیین نقش تعهد سازمانی، تعهد شغلی و روابط اجتماعی در مکان‌کاری. *پژوهشنامه مدیریت تحول*، دوره ۱۱، شماره ۲، ص ۱۸۵-۲۰۶.
- اعرابی، سید محمد؛ حقیقت ثابت، حسین (۱۳۸۹). *سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت، برنامه‌ریزی استراتژیک، تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات*. تهران: نشر مهکامه.
- امیرکافی، مهدی (۱۳۷۴). *اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی.
- برهان یزدانی، محمدحسین (۱۳۹۴). *تأثیر ارتباطات درون‌سازمانی و رضایت شغلی کارکنان (BRT) اتوبار تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران.
- پیرخانی، علیرضا؛ افشار صالحی، ملیکا (۱۳۹۹). رابطه ویژگی‌های شخصیتی با روابط اجتماعی. *ایده‌های نوین روانشناسی*، ۱۱(۱)، ص ۱-۱۱.
- تجویدی، الناز؛ محمدی، سحر (۱۳۹۹). بررسی نقش اطلاعات حسابداری مدیریت در سیستم کنترل مدیریت در شرکت‌های بزرگ تولیدی در ایران. *حسابداری مدیریت*، ۱۳(۴۶).
- رستم‌خانی، رویا؛ مرادزاده فرد، مهدی؛ حسینی، سید حسین (۱۴۰۰). بررسی تأثیر ابزارهای هوش تجاری بر افزایش بهره‌وری سیستم‌های یکپارچه اطلاعاتی حسابداری مدیریت مدرن. *بیشرفت‌های مالی و سرمایه‌گذاری*، ۱۲(۱)، ص ۱۱۳-۱۲۹.
- رهنمای رودپشتی، فریدون؛ نیکومرام، هاشم؛ محمودی، محمد (۱۳۹۲). *سنجش تأثیر سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت مبتنی بر پشتیبانی تصمیم و هوش تجاری بر عملکرد مالی واحدهای اقتصادی*. مدیریت، ۱۰(۳۲)، ص ۱۱۱-۱۲۲.
- عباس‌زاده، محمد (۱۳۸۳). *اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین دانشجویان دانشگاه تبریز*. پایان‌نامه کارشناسی دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز.
- عبدالملکی، احمد (۱۳۸۷). *بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن*. پژوهش و سنجش، ۱۵(۵۵).
- فراهانی، طیب؛ اصغری، سونیا (۱۳۹۹). تأثیر سرمایه اجتماعی و روابط مشتری بر عملکرد راهبردی با در نظر داشتن نوع اطمینان فناورانه (مورد مطالعه: شرکت کاله). *جهاد دانشگاهی*، ۳۹(۳)، ص ۵۳-۶۲.
- گلایی، فاطمه (۱۳۸۳). *بررسی تأثیر اعتماد بر توسعه با نگاهی به عملکرد شوراهای اسلامی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰). *جهان رها شده*. ترجمه علی اصغر سعیدی و یوسف حاج عبدالوهاب. تهران: نشر علم و ادب.
- Ahmad, A. (2004). *Relationships between communication satisfaction and organizational commitment of academic staff in a selected public university*. PhD. Dissertation. University Putra Malaysia.
- Al-Matari, A.S., Khairul Azman Aziz, R.A. & Al-Sharafi, M.A. (2022). The Impact of Dynamic Accounting Information System on Organizational Resilience: The Mediating Role of Business Processes Capabilities. *Sustainability*, 14(9). DOI: <https://doi.org/10.3390/su14094967>
- Ballard, D.I. & Seibold, D.R. (2004). Organizational members' communication and temporal experience. *Communication Research*, 31(2).
- Banerjee, S., Bhattacharyya, S. & Bose, I. (2017). Whose online reviews to trust? Understanding

reviewer trustworthiness and its impact on business. *Decis. Support Syst.* Vol.96.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dss.2017.01.006>

- Belkaoui, A.R. (2002). *Behavioural management accounting*. London: Quorum Books.
- Bido, D.S., Silva, D., Souza, C.A. & Godoy, A.S. (2010). Mensuração com indicadores formativos nas pesquisas em administração de empresas: Como lidar com a multicolinearidade entre eles? *Administração: Ensino e Pesquisa*, 11(2), p.245-269.
- Brandtzaeg, P.B., Lüders, M. & Skjetne, J.H. (2010). Too many Facebook “friends”? Content sharing and sociability versus the need for privacy in social network sites. *Int. J. Human – Comput. Interact.*, 26(11/12), p.1006–1030.
- Burns, J. & Vaivio, J. (2001). Management Accounting Change. *Management Accounting Research*, 12(4), p.389-402.
- Chadsey, J. & Beyer, S. (2001). Social relationships in the workplace. *Mental retardation and developmental disabilities research reviews*, 7(2), p.128-133.
- Chang, C.-S., Chen, S.-Y. & Lan, Y.-T. (2012). Motivating medical information system performance by system quality, service quality, and job satisfaction for evidence-based practice. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 12(135), p.1–12.
- Chen, J. & Shen, X.-L. (2015). Consumers' decisions in social commerce context: An empirical investigation. *Decis. Support Syst.*, 79, p.55–64.
- Chenhall, R.H. & Euske, K.J. (2007). The role of management control systems in planned organizational change: An analysis of two organizations. *Accounting, Organizations and Society*, 32(7/8), p.601-637.
- Coleman, J. (2011). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, Vol. 94, p.95–120.
- Gao, Q., Dai, Y., Fan, Z. & Kang, R. (2010). Understanding factors affecting perceived sociability of social software. *Comput. Hum. Behav.*, 26, p.1846–1861.
- Gelderman, C.J., Semeijn, J. & Mertschuweit, P.P. (2016). The impact of social capital and technological uncertainty on strategic performance: The supplier perspective. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 22(3), p.225-234.
- Ghasemi, R., Habibi, H.R., Ghasemlo, M. & Karami, M. (2019). The Effectiveness of Management Accounting Systems: Evidence from Financial Organizations in Iran. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 9(2), p.182-207.
- Hair, J.F., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), p.139-152.
- Hall, J.A. (2011). *Accounting information systems*. (7th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Hamdan, M.W. (2012). The impact of accounting information systems (AIS) development life cycle on its effectiveness and critical success factors. *European Scientific Journal*, 8(6), p.19–32.
- Hansen, D.R. & Mowen, M.M. (2007). *Managerial accounting*. (8th ed.). New York: Thomson Press.
- Heidmann, M., Schäffer, U. & Strahringer, S. (2008). Exploring the role of management accounting systems in strategic sensemaking. *Information Systems Management*, 25(3), p.244–257.
- Hoque, Z. (2003). *Strategic management accounting*. London: Spiro Press.

- Jones, C.S. (1985). An empirical study of the role of management accounting systems following takeover or merger. *Accounting Organizations and Society*, 10(2), p.177–200.
- Kaplan, R.S. & Atkinson, A.A. (1998). *Advanced management accounting*. (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall International.
- Kaplan, R.S. (1984). The evolution of management accounting. *The Accounting Review*, 59(3), p.390–418.
- Laudon, K.C. & Laudon, J.P. (2012). *Management information systems: Managing the digital firm*. (12th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lawrence, S., Alam, M., Northcott, D. & Lowe, T. (1997). Accounting systems and systems of accountability in the New Zealand health sector. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 10(5), p.665–683.
- Mia, L. & Patiar, A. (2001). The use of management accounting systems in hotels: An exploratory study. *International Journal of Hospitality Management*, 20(2), p.111–128.
- Napitupulu, I.H., & Dalimunthe, A.R. (2015). The influence of information system user competency and the quality of management accounting information systems on user satisfaction. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 9(31), p.660–667.
- Ong, C.S., Day, M.Y. & Hsu, W.L. (2009). The measurement of user satisfaction with question answering systems. *Information and Management*, 46(7), p.397–403.
- Podsakoff, P.M. & Organ, D.W. (1986). Self-reports in organizational research: problems and prospects. *Journal of Management*, 12(4), p.531–544.
- Podsakoff, P.M., Mackenzie, S.B., Lee, J.Y. & Podsakoff, N.P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), p.879–903.
- Preece, J. (2001). *Online communities: Designing usability and supporting sociability*. New York: John Wiley and Sons.
- Rikhardssona, P. & Yigitbasioglu, O. (2018). Business intelligence & analytics in management accounting research: Status and future focus. *International Journal of Accounting Information Systems*, 29, p.37–58.
- Silva, S.D. & Costa, F.J. (2014). Mensuração e escalas de verificação: uma análise comparativa das escalas de likert e phrase completion. *PMKT*, Vol.15, p.1–16.
- Spake, D.F. & Megehee, C.M. (2010). Consumer sociability and service provider expertise influence on service relationship success. *J. Serv. Marketing*, 24(4), p.314–324.
- Stair, R.M. & Reynolds, G.W. (2010). *Principles of information systems*. (9th ed.). Boston, MA: Course Technology.
- Wahyudi, I. (2018). Accounting Information Quality and Market Reaction: A Survey of Banking Industries Listed in Indonesia Stock Exchange. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(5), p.2222–2847.
- Wilkinson, J.W. (1989). *Accounting information system: Essential concepts and applications*. New York :John Wiley and Sons Inc.
- Wixom, B.H. & Todd, P.A. (2005). A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance. *Information Systems Research*, 16(1), p.85–102.