

اثر گذاری امنیت سایبری و تحول دیجیتال با توجه به مدیریت استراتژیک در کسب مزیت رقابتی

نرگس صبوری

دانشجوی دکتری حسابداری، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران. (نویسنده مسئول).
narges.saboori2013@gmail.com

مهدی زارع

کارشناسی ارشد حسابداری، واحد لامرد، دانشگاه آزاد اسلامی، لامرد، ایران.
mehdi64.zare@yahoo.com

شماره ۱۱۱ / زمستان ۱۴۰۴ (جلد سوم) / صص ۱۹۳-۲۰۸
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره هشتم)

چکیده

امروزه شرکتها برای کسب مزیت رقابتی در تلاشند تا از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک و تحول دیجیتال به آن تقویت دهند و همچنین برای محافظت از اطلاعات مالی و غیرمالی با توجه به امنیت سایبری میزان کلاهبرداریها و یا تخلفات را کاهش دهند؛ بنابراین هدف از انجام این مطالعه تعیین نقش امنیت سایبری و تحول دیجیتال در کسب مزیت رقابتی از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک انجام شده است. روش پژوهش توصیفی- پیمایشی و از نوع کاربردی بوده است و داده‌های پژوهش به صورت مقطعی و در نیمه دوم سال ۱۴۰۴ جمع آوری شده، از طریق پرسشنامه بین اعضای نمونه توزیع و در مدت زمان مشخصی مورد سنجش قرار گرفت؛ روایی به صورت همگرا و واگرا و پایایی داده‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ و بررسی فرضیه‌ها با استفاده از تحلیل رگرسیونی انجام شد. در همین راستا جامعه آماری، شرکتهای بزرگ و متوسط جنوب ایران و نمونه آماری نیز شامل ۱۲۵ نفر از مدیران، کارشناسان و مهندسان فعال در این شرکتها می‌باشند که با استفاده از روش تصادفی انتخاب شده‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که امنیت سایبری و تحول دیجیتال در کسب مزیت رقابتی از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک نقش مثبت و بسزایی دارد. بنابراین، وجود معیارهای حسابداری مدیریت استراتژیک میتواند نقش میانجیگری بر مولفه‌هایی همچون امنیت سایبری، تحول دیجیتال در زمینه کسب مزیت رقابتی شوند.

کلیدواژه‌ها: امنیت سایبری، تحول دیجیتال، کسب مزیت رقابتی، حسابداری مدیریت استراتژیک.

مقدمه

شرکتها سعی بر این دارند که بتوانند با یکدیگر رقابت داشته باشند و برای کسب مزیت رقابتی تلاش می‌نمایند. بنابراین سعی میکنند از عواملی بهره ببرند که بتواند آنها را در این مسیر هدایت نماید، به نظر میرسد عواملی مانند امنیت سایبری و تحول دیجیتال از مواردی باشند که بتواند مزیت رقابتی شرکتها را تغییر دهد یا به عبارتی شرکتها را به تغییر و تحول و رقابت شدیدتر یا کمتر ترغیب نماید. بنابراین این احتمال وجود دارد که امنیت سایبری با توجه به اطلاعات و امنیت مربوط به آن یا افشای دقیق و به موقع و مناسب آن بتواند امنیت را برای شرکت حفظ نماید. تحول دیجیتال نیز به عنوان یک شاخص نوپا و جدید باعث میشود که شرکتها بتوانند از آن بهتر بهره ببرند و در عصر اینترنت و دیجیتال بتوانند فعالیت های خود را با سهولت بیشتری به اجرا درآورند که نرم افزارهای مربوط به فعالیت شرکتها را میشود به

عنوان مثال ذکر کرد. رقابت در شرکتها نیز به عنوان یک موضوعی که از دیرباز بوده و شرکتها برای حفظ بقا سعی میکنند برای بهبود فعالیتهای خود یا کسب سودآوری بیشتر به رقابت با دیگر شرکتهای مشابه بپردازند و این رقابت میتواند در زمینه کیفیت، خدمات، محصولات جدید و متنوع، قیمت، رضایت مشتری و غیره دنبال شود. هر شرکتی برای اینکه بتواند مشتریان بیشتری را به سمت خود جذب نماید سعی میکند به کسب مزیت رقابتی بپردازد. با توجه به همه مطالب گفته شده حسابداری مدیریت استراتژیک نیز به عنوان یک شاخص مهم و اثرگذار میتواند نقشی در کسب مزیت رقابتی داشته باشد و مانند تحول دیجیتال و امنیت سایبری بتواند منجر به تغییراتی در مزیت رقابتی شرکتها شود. بنابراین مدیران شرکتها سعی میکنند به عواملی توجه نمایند تا بتوانند رقابت سالمی را با دیگر شرکتهای مشابه و یا شرکتهای متفاوت خود داشته باشند که البته هدف اصلی آنها کسب سود، شهرت، اعتبار و غیره میباشد. بنابراین آنها از تمامی عواملی که بتواند در این مسیر کمک نماید یا تأثیرگذار باشد استفاده لازم را میبرند و برای کسب مزیت رقابتی تلاش مینمایند تا توانایی خود را در بهبود وضعیت مالی و عملکرد کلی شرکت نیز نشان دهند. اینگونه مدیران برای اینکه بتوانند اعتبار و شهرت خود را نیز حفظ نمایند تلاش خود را چندین برابر میکنند تا نتایج بهتری را عاید خود سازند و مشتریان خود را به صورت دائمی و با رضایت کامل حفظ نمایند.

حسابداری مدیریت استراتژیک^۱ یک رویکرد آینده‌نگر به حسابداری مدیریت میباشد که به دلیل ترویج دستیابی به اهداف مدیریتی بلندمدت از طریق جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات رقابتی مرتبط با هزینه‌ها، بازارها و استراتژی‌های سازمانی، مورد تأیید قرار گرفته است. حسابداری مدیریت استراتژیک به ادغام اطلاعات مالی و غیرمالی مورد نیاز برای اطلاع‌رسانی و استفاده بیشتر برای اتخاذ تصمیمات استراتژیک در کسب و کارها اشاره دارد. این رویکرد به وضوح بر قابلیت و موفقیت بلندمدت شرکت از طریق آنالیز الگوهای اطلاعات رقابتی در مورد ساختارهای هزینه همراه با پویایی بازار تمرکز دارد. بر اساس (الشرازی^۲، ۲۰۲۴؛ نمازی و رضایی، ۲۰۲۴)، تمرکز حسابداری مدیریت استراتژیک بر محیط خارجی و پیکربندی استراتژیک، آن را به ابزاری ارزشمند برای دستیابی به مزیت رقابتی^۳ تبدیل کرده است. مزیت رقابتی برتری یا موقعیت بهتری است که یک کسب و کار یا شرکت نسبت به رقبای خود دارد، که این امر باعث افزایش فروش و سود و وفاداری بیشتر مشتریان نسبت به رقبا می‌شود. سازمان از طریق قابلیت منابع متمایز و استراتژی‌های منحصربه‌فرد که موقعیت ارزشمندی را در چارچوب بازار خود ایجاد می‌کنند، به مزیت رقابتی دست می‌یابد. از این رو، حسابداری مدیریت استراتژیک که داده‌های کیفی و کمی را با هم ترکیب می‌کند، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا جهت بازار را مطابق با منابع موجود و منحصربه‌فرد بودن خدمات ارائه شده پیش‌بینی کنند. با این حال، نقش آن در مزیت رقابتی به عوامل زمینه‌ای بستگی دارد و به ویژه در محیط‌های در حال تغییر مانند بخش خدمات مالی به خوبی تثبیت نشده است. این مطالعه به بررسی روابط پیچیده بین حسابداری مدیریت استراتژیک، امنیت سایبری، تحول دیجیتال، مزیت رقابتی در صنعت خدمات مالی هند پرداخته است. با استفاده از مقیاس‌های معتبر و تحلیل‌های آماری پیشرفته، این پژوهش به درک بهتر این روابط و تأثیرات آنها بر سازمان‌ها کمک می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که حسابداری مدیریت استراتژیک به عنوان یک عامل کلیدی برای افزایش مزیت رقابتی عمل می‌کند، به شرطی که اقدامات امنیت سایبری قوی اعمال شود و استراتژی‌های تحول دیجیتال تهاجمی به کار گرفته شوند. به طور ویژه، سازمان‌هایی که هنوز به طور فشرده از شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک استفاده می‌کنند و در عین حال از فناوری‌های دیجیتال برای تقویت امنیت سایبری خود بهره می‌برند، در مقایسه با رقبا از نظر سودآوری، نوآوری و رضایت مشتری عملکرد بهتری دارند. داده‌ها نشان می‌دهند که ابزارها و نوآوری‌های دیجیتال می‌توانند مزایای شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک را تقویت کنند و این مطالعه

¹ Strategic Management Accounting

² Alsharari, N. M

³ Competitive Advantage

بر نقش حیاتی استراتژی‌های تحول دیجیتال به‌عنوان یک کاتالیست در این زمینه تأکید می‌کند. به‌طور مشابه، امنیت سایبری به‌عنوان یک لایه محافظ برای تضمین پایداری مزایای رقابتی در یک اقتصاد دیجیتال شناخته می‌شود (وارون چوتیا و همکاران^۱، ۲۰۲۵). امنیت سایبری^۲ به اقدامات انجام شده برای محافظت از دارایی‌های فناوری اطلاعات یک سازمان، مانند شبکه‌ها، داده‌ها و سیستم‌های کامپیوتری در برابر حملات اینترنتی که می‌تواند عملیات تجاری را مختل کند یا اطلاعات مهم را به خطر بیندازند، از بین ببرند یا تغییر دهند، اشاره دارد (ازسونگور^۳، ۲۰۲۱). امنیت سایبری مستلزم ادغام افراد، رویه‌ها و ابزارهای فناوری برای محافظت از مشاغل، اشخاص یا شبکه‌ها در برابر حملات سایبری است (المومانی و همکاران^۴، ۲۰۲۱). در عین حال که امنیت سایبری را ارتقا می‌دهیم، باید دیدگاه تحول دیجیتال^۵ را نیز در نظر بگیریم، زیرا تحول دیجیتال به یک رویکرد استراتژیک برای دستیابی به تحول دیجیتال در اقتصاد دیجیتال امروز تبدیل شده است (وانگ و همکاران^۶، ۲۰۲۴)؛ و روشی برای دیجیتالی کردن پلتفرم‌های تثبیت شده است (ورهوف و همکاران^۷، ۲۰۲۱). توسعه فناوری کل فرآیند و جریان پیمایش و بهره‌برداری از فناوری، عمدتاً فناوری دیجیتال، برای دستیابی به تحولات اساسی عملیاتی و ارائه ارزش به مشتری است. این شامل ادغام فناوری دیجیتال در هر بخش و تجربه پیشرفت‌های عمده در بهره‌وری عملیاتی و تجربیات مشتری و الگوهای مدل کسب‌وکار می‌شود. این مطالعه به دنبال ایجاد رابطه بین حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی با در نظر گرفتن نقش‌های واسطه‌ای امنیت سایبری و تحول دیجیتال است. با تشدید محیط کسب‌وکار در سال‌های اخیر، عمدتاً به دلیل تأثیر فناوری، جهانی شدن و افزایش تقاضای مشتری، رقابتی که سازمان‌ها تجربه می‌کنند به طرز چشمگیری افزایش یافته است. تغییرات تا حدی افزایش یافته است که مفهوم شیوه‌های مدیریت استراتژیک پدیدار شده است که نه تنها به سادگی به نیازهای بازار توجه می‌کند، بلکه از تهدیدهای آینده نیز جلوگیری می‌کند. از این نظر، حسابداری مدیریت استراتژیک همچنان یک واسطه کلیدی است زیرا اطلاعات مالی به فرآیندهای تصمیم‌گیری استراتژیک سازمانی کمک می‌کند. در مقایسه با حسابداری مدیریت متعارف، حسابداری مدیریت استراتژیک شامل عوامل خارجی مرتبط با موقعیت یک کسب‌وکار، رقبا آن و صنعتی است که کسب‌وکار در آن فعالیت می‌کند. این امر به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا بین منابع خود و خواسته‌های محیطی، تناسب استراتژیک ایجاد کنند و در نهایت مزیت رقابتی پایدار را تقویت کنند. با این حال، حسابداری مدیریت استراتژیک در هدایت حسابداری مدیریت استراتژیک بسیار مؤثر بوده است و این اثربخشی منوط به تعدادی از عوامل خارجی و داخلی است. عدم انطباق حسابداری مدیریت استراتژیک با خواسته‌های تحول دیجیتال و تهدیدهای امنیت سایبری ممکن است بهینه‌سازی در این نقطه استراتژیک را برای برخی از سازمان‌ها دشوار کند. برای مثال، نوآوری و دانش و ویژگی‌های پیشرفته فنی، مکمل مفهوم حسابداری مدیریت استراتژیک هستند که بیشتر بر محیط بیرونی و روندهای بازار تمرکز دارد. در مقابل، نادیده گرفتن این جنبه‌ها می‌تواند منجر به خطراتی شود که شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، به خصوص در حوزه‌هایی که پویایی فناوری را تجربه می‌کنند، مانند صنعت خدمات مالی. با این وجود، این پژوهش درصدد است به سوال زیر پاسخ دهد: نقش امنیت سایبری و تحول دیجیتال در کسب مزیت رقابتی از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک شرکت‌های جنوب ایران چگونه است؟

¹ Varun Chotia and etal

² Cyber Security

³ Ozsungur, " F

⁴ Almomani and etal

⁵ Digital Transformation

⁶ Wang and etal

⁷ Verhoef and etal

مبانی نظری پژوهش

امروزه در شرکتها که با هدف کسب سود و حداکثرسازی سود فعالیت میکنند، به دنبال عواملی هستند که بتواند آنها را در این راستا کمک نماید. همچنین شرکتها بدین منظور به رقابت با دیگر شرکتهای مشابه میپردازند که بتوانند محصولات خود را به فروش رسانند. از این رو، برای اینکه بتوانند کسب مزیت رقابتی بالاتری داشته باشند، سعی میکنند محصولات و یا خدمات خود را در موردهای مختلف، با دیگر شرکتها مقایسه نمایند و به رقابت با آنها بپردازند. به عنوان مثال سعی بر این دارند که کیفیت محصولات خود را تغییر دهند و یا اینکه قیمت محصولات خود را کاهش دهند و یا با جایزه و پادشهایی که برای مشتریان در نظر میگیرند خود را از دیگر شرکتهای مشابه متمایز کنند و یا با خدمات رسانی و کسب رضایت مشتریان از راه های مختلف سعی داشته باشند مشتریان خود را بیشتر و از طرفی منجر به کسب سودآوری بیشتری شوند. بنابراین عواملی که بتواند در این زمینه به مدیران کمک نماید حائز اهمیت میباشد که در این مطالعه امنیت سایبری و تحول دیجیتال انتخاب شده اند. امنیت سایبری به عنوان یک عامل مهم و امنیتی که میتواند در خصوص اطلاعات شرکت و افشاء آن، اطمینان لازم را برای مدیران، سرمایه گذاران، سهامداران، ذینفعان و مشتریان فراهم آورد و باعث شود اعتبار و شهرت شرکت افزایش یابد. تحول دیجیتال نیز منجر میشود شرکتها از اطلاعات و موارد مربوط به آن به صورت روزانه و به روز باشد و به نوعی فناوری، نوآوری و محصولات و خدمات جدید ارائه دهد که با دیگر شرکتهای مشابه رقابت شدیدتری داشته باشد. همچنین شرکتها برای اینکه بتوانند خود را متمایز از دیگر شرکتهای رقیب نشان بدهند سعی میکنند علاوه بر این موارد و احتمالات فوق، از حسابداری مدیریت استراتژیک نیز بهره ببرند که این مولفه نیز به عنوان یکی از عواملی که میتواند رقابت میان شرکتها را تشدید کند و به مدیران قدرت تصمیم گیری بهتر در زمینه مدیریتی داده شود را داشته باشد. به هر حال شرکتها میتوانند با بکارگیری و اهمیت دادن به امنیت سایبری، تحول دیجیتال و حسابداری مدیریت استراتژیک نقش مهمی در کسب مزیت رقابتی داشته باشند و باعث شوند نتایج بهتری را برای شرکتها کسب نمایند. اهمیت روزافزون حسابداری مدیریت استراتژیک در مقابله با مسائل امروزی، توسط انتشارات اخیر صنعت به شدت برجسته شده است. در گزارش چشم انداز روندهای فناوری مک کینزی (۲۰۲۲)، مک کینزی بر اهمیت «فناوری های دیجیتال» به عنوان ابزاری برای بهبود و تغییر مدل های عملیاتی و همچنین نقشی که در تأمین رضایت مشتریان ایفا می کنند، تأکید می کند. همچنین، ارنست و یانگی در گزارش ارزش تحقق یافته ارنست و یانگ خود در مورد «تأثیر جهانی»، خطر رو به رشد حملات سایبری را که عملیات را بی ثبات کرده و اعتماد ذینفعان را از بین می برد، آشکار می کند. این یافته ها ثابت می کند که سازمان ها نمی توانند نقش امنیت سایبری را در حفاظت جهانی از منابع دیجیتال و حفظ عملیات تجاری دست کم بگیرند. در مجموع، این بینش ها، آگاهی از نیاز به تعریف یک رابطه مختصر بین حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی، با غلبه بر امنیت سایبری و اجرای تحول دیجیتال به عنوان عامل ضروری در تقاطع آنها، افزایش می دهد. برآورده کردن این نیاز می تواند به سازمان ها یک چارچوب تاکتیکی برای فعالیت موفقیت آمیز در محیطی چالش بر انگیزتر بدهد (وارون چوتیا و همکاران، ۲۰۲۵). نقش اساسی حسابداری مدیریت استراتژیک در توسعه مزیت رقابتی همچنان مورد اذعان است، اما تحقیقات فعلی فاقد بررسی کافی از این فرآیند، به ویژه در بخش های بسیار دیجیتالی مانند خدمات مالی هستند. بدنه تحقیقات موجود عمدتاً بر بررسی های نظری حسابداری مدیریت استراتژیک تمرکز دارد، بدون اینکه پیاده سازی داخلی آن را با شکل گیری تغییرات دیجیتال بررسی کند. علاوه بر این، در کارهای گذشته، نقش امنیت سایبری و تحول دیجیتال به عنوان واسطه های رابطه بین متغیرها نادیده گرفته شده است، گذشته از تأثیر قابل توجه آنها بر سازگاری و تاب آوری سازمان نیز میتوان اشاره کرد. علاوه بر این، تحقیقات گذشته تأیید می کند که امنیت سایبری به عنوان یک عامل حیاتی عمل می کند که موفقیت سازمانی را همراه با شهرت و اعتماد مشتری هدایت می کند. تحول دیجیتال با کمک به کسب و کارها برای بهبود سرمایه سازمانی خود از طریق

فرآیندهای نوآورانه‌ای که رشد کلی آنها را افزایش می‌دهد و به طور همزمان، ارزش ایجاد می‌کند (ورهوف و همکاران، ۲۰۲۱). تحلیل‌های پژوهش حاضر، چند شکاف مهم را که به‌طور خاص به صنعت خدمات مالی مربوط می‌شوند، برجسته می‌کند. تحقیقات نشان می‌دهد که علیرغم نقش تثبیت‌شده‌ی حسابداری مدیریت استراتژیک در حفظ کزیت رقابتی، تحقیقات گذشته شواهد کمی در مورد چگونگی کمک حسابداری مدیریت استراتژیک به صنایع برای بهبود قدرت رقابتی خود با پذیرش تحول دیجیتال ارائه می‌دهند. بدنه‌ی تحقیقاتی موجود، شکاف‌های قابل توجهی را در درک رابطه‌ی پویا بین حسابداری مدیریت استراتژیک و تعاملات آن با امنیت سایبری و تحول دیجیتال که مزیت رقابتی را تعیین می‌کنند، آشکار کرده است که منجر به نیاز به مطالعات میانجی‌گری عمیق‌تر شده است. ادبیات، نتایج متناقضی را در یافته‌های مربوط به تأثیر پذیرش حسابداری مدیریت استراتژیک بر رقابت‌پذیری سازمانی ارائه می‌دهد، زیرا مطالعات متعدد، نتایج مثبتی را در کنار یافته‌های عملکرد ضعیف یافته‌اند. استفاده‌ی گسترده از چارچوب‌های حسابداری مدیریت مرسوم، با نادیده گرفتن دیدگاه‌های استراتژیک و بلندمدت ضروری مورد نیاز برای محیط‌های تجاری پرشتاب فعلی، این ناهماهنگی را ایجاد می‌کند. مزایای استراتژیک پیشرفت‌های مدرن مانند تجزیه و تحلیل کلان‌داده‌ها به همراه رویکردهای مدیریت حسابداری مدیریت استراتژیک به‌طور پراکنده مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. از طریق این تحقیق، ما زمینه‌های ضروری را برای تحقیقات آینده ایجاد می‌کنیم تا اهمیت مطالعه‌ی حسابداری مدیریت استراتژیک، امنیت سایبری و تحول دیجیتال را به عنوان اجزای اساسی عملکرد رقابتی پایدار در پلتفرم‌های دیجیتال نشان دهیم. بنابراین احتمال می‌رود حسابداری مدیریت استراتژیک تحت تأثیر امنیت سایبری و تحول دیجیتال قرار گیرند و باعث شوند مزیت رقابتی را ایجاد نمایند؛ چراکه امنیت سایبری تحول دیجیتال، از جمله شاخصهایی به شمار می‌روند که این روزها مورد توجه قرار گرفته‌اند و همچنین حسابداری مدیریت استراتژیک نیز باعث می‌شود با ترفندهای خود تغییراتی در محیط کار و فعالیتها ایجاد نماید. از این رو، ضروری است به بررسی نقش امنیت سایبری و تحول دیجیتال در کسب مزیت رقابتی از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک پرداخته شود.

حسابداری مدیریت استراتژیک: با گسترش جوامع بشری، بازارهای تجاری نیز گسترش یافته و واحدهای تجاری بزرگ‌تر و متعددی پدید آمده‌اند و به رقابت با یکدیگر می‌پردازند. سازمان‌ها برای حفظ مزیت رقابتی خود در محیط پویا و متغیر امروزی باید بتوانند خود را با تغییرات هماهنگ نموده و توانایی پیش‌بینی و پاسخگویی در برابر آنها را در خود ایجاد کنند. بدین منظور سازمان بایستی با توجه به شرایط محیطی، از وضع موجود و مطلوب ارزیابی داشته باشد تا بتواند مناسب‌ترین استراتژی را اتخاذ و به مرحله اجرا بگذارد. حسابداری مدیریت با ارائه سیستم‌های هزینه‌یابی جدید و کاهش هزینه، ارائه فنون مدیریتی جدید و حل مشکلات و موانع سازمان‌ها در راه کسب موفقیت آنها می‌تواند موثر واقع گردد. بقای شرکت‌ها در بازارهای بسیار رقابتی امروزی جهان تا حدودی به وظایف حسابداری مدیریت بستگی دارد که تا چه میزان می‌تواند موفقیت رقابتی شرکت را به صورت موفقیت‌آمیز ارزیابی کند. حسابداری مدیریت استراتژیک می‌تواند چنین نقشی را ایفا نماید. در سال‌های اخیر با توجه به تغییرات محیط کسب‌وکار و ارتباط یافتن حسابداری مدیریت و مدیریت استراتژیک، سیستم حسابداری مدیریت به عنوان یک منبع تامین‌کننده اطلاعات جهت تامین اهداف استراتژیک سازمان اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. حسابداری مدیریت استراتژیک باعث ارتباط تمام فعالیت‌های شرکت با استراتژی کسب وکار شده و همچنین موجب افزایش رقابت‌پذیری شرکت می‌گردد. حسابداری مدیریت استراتژیک که از دو ترکیب حسابداری مدیریت و مدیریت استراتژیک تشکیل شده است، اصطلاحی با سابقه طولانی است که ابتدا توسط سیمونز در سال ۱۹۸۱ معرفی شد. سیمونز، حسابداری مدیریت استراتژیک را تهیه، تدارک و تجزیه و تحلیل اطلاعات حسابداری مدیریت در مورد یک واحد تجاری و رقابای آن به منظور تدوین استراتژی واحد تجاری تعریف می‌کند. حسابداری

مدیریت استراتژیک شامل مجموعه فنونی است که استفاده از آنها می‌تواند سازمان‌ها را در مدیریت هزینه‌ها به طور موثر و بهبود بهره‌وری و اثربخشی عملیاتشان کمک کند (وارون چوتیا و همکاران، ۲۰۲۵).

کسب مزیت رقابتی: مزیت رقابتی به معنای شرایط و توانایی‌هایی است که به یک کسب‌وکار اجازه می‌دهد محصول یا خدمات ارزشمندی را با قیمتی پایین‌تر یا کیفیتی بهتر از رقبا تولید کند. این روش به شرکت کمک می‌کند در بازار، فروش بیشتری داشته باشد یا حاشیه سود بالاتری نسبت به رقبا ایجاد کند. از نظر پورتر، مزیت رقابتی به معنای ویژگی یا ویژگی‌هایی است که باعث می‌شود یک کسب و کار بتواند بهتر از رقیبانش عمل کند (وارون چوتیا و همکاران، ۲۰۲۵).

امنیت سایبری: امنیت سایبری به معنای محافظت از سیستم‌های متصل به اینترنت شامل سخت‌افزار، نرم‌افزار و داده‌ها در برابر تهدیدات دیجیتال است. این روش هم توسط افراد و هم توسط سازمان‌ها برای جلوگیری از نفوذ غیرمجاز به پایگاه‌های داده و سایر سیستم‌های دیجیتال مورد استفاده قرار می‌گیرد. امنیت سایبری به‌عنوان یکی از موضوعات تاثیرگذار در زندگی شخصی و کاری افراد شناخته شده و جایگاه ویژه‌ای نیز دارد. چراکه با گسترش فناوری و استفاده گسترده از شبکه‌های اینترنتی، خطرات و تهدیدات سایبری نیز به‌شدت افزایش یافته است؛ به همین دلیل هم امروزه اهمیت حفظ امنیت در فضای سایبری بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود (وارون چوتیا و همکاران، ۲۰۲۵).

تحول دیجیتال: تحول دیجیتال را به‌طور کلی می‌توان نوعی بازنگری اساسی در نحوه عملکرد یک سازمان با رویکرد دیجیتال تعریف کرد. هدف از تحول دیجیتال، ایجاد مزیت رقابتی برای بهبود تجربه مشتری و کاهش هزینه‌ها با استقرار مداوم فناوری‌های نو و گسترش استفاده از فناوری‌های دیجیتال است. تحول دیجیتال، تغییری شگرف در عملکرد یک سازمان و یا یک کشور با محوریت فناوری‌های تحول‌آفرین است. اینترنت اشیاء، رایانش ابری، اپلیکیشن‌های موبایل، رسانه‌های اجتماعی، واقعیت مجازی و افزوده، تحلیل‌گری داده، هوش مصنوعی و بلاک چین از مهم‌ترین انواع فناوری‌های تحول‌آفرین هستند. تأکید می‌کنم تحول دیجیتال به معنی استفاده تزئینی و مدگرایانه از فناوری‌های نامبرده نیست، بلکه زمانی می‌توانیم مدعی تحول دیجیتالی شویم که این فناوری‌ها، مدل‌های کسب و کار، تجربه‌های ذی‌نفعان (مانند مشتریان و کارکنان در سطح سازمانی و شهروندان در سطح ملی و فرایندهای عملیاتی ما را به نحو مطلوبی زیر و رو کرده باشند (وارون چوتیا و همکاران، ۲۰۲۵).

پیشینه تجربی پژوهش

فهمی فر و مومن زاده (۱۴۰۴)، گذار از امنیت اطلاعات به هوش مصنوعی: تحلیل روندهای پژوهشی در امنیت سایبری صنعت بانکداری با رویکرد علم سنجی را بررسی نمودند. شبکه هم‌رخدادی واژه‌ها نشان داد که موضوع‌های مدیریت ریسک و یادگیری ماشین بیشترین رخداد را در پژوهش‌ها به خود اختصاص داده‌اند و دارای بیشترین قدرت ارتباطی با سایر موضوع‌ها هستند. موضوع‌های کلاهدرداری، مدل‌های داده‌ای، یادگیری یکپارچه و تحول دیجیتال از جمله مهم‌ترین موضوع‌های سال ۲۰۲۴ بوده است. خوش‌ه‌ی یادگیری ماشین دارای بیشترین مرکزیت و تراکم است.

عشایری (۱۴۰۳)، رابطه بین عملکرد استراتژیک و حسابداری مدیریت را بررسی نمودند. تجزیه و تحلیل از طریق آزمون‌های همبستگی و رگرسیون انجام شده و در نهایت مشخص شد که حسابداری مدیریت تاثیر پذیر از عملکرد استراتژیک و سودآوری شرکت می‌باشد.

بهاروند (۱۴۰۳)، تحول دیجیتال در صنعت بیمه را بررسی نمود. نتایج حاصل از این پژوهش بر اهمیت یک استراتژی دیجیتالی جامع در صنعت بیمه تأکید دارد که برای شرکتهای بیمه‌گر و بیمه‌گذاران خدمات بهتر، انتخاب بیشتر، حق بیمه پایین‌تر و ریسک کمتر را به همراه خواهند داشت.

محمودی و بحرکاظمی (۱۴۰۳)، هوش مصنوعی و تأثیر آن بر امنیت سایبری و حق بر حریم خصوصی را بررسی نمودند. یکی از یافته‌های اصلی تحقیقات تدبیر هوش مصنوعی بر افزایش امنیت سایبری و حفاظت از داده‌ها این است که هوش مصنوعی می‌تواند بهبود چشمگیری در تشخیص، پیشگیری و مدیریت حملات سایبری فراهم کند و از طریق تحلیل داده‌های بزرگ، شناسایی الگوهای مشکوک، اجرای تدابیر امنیتی خودکار و بهبود سیستم‌های تشخیص نفوذ، بهبود قابل توجهی در امنیت سایبری ایجاد کند و به کاهش خطرات امنیتی حریم خصوصی افراد در فضای آنلاین کمک کند.

هوشمند نقابی و سقرجوقی فراهانی (۱۴۰۳)، تأثیر حسابداری مدیریت استراتژیک بر استراتژی کسب و کار و تغییرات سازمانی در شرکت تولید ماتو گلدیس را بررسی نمودند. نتایج حاصله نشان داد حسابداری مدیریت استراتژیک بر استراتژی کسب و کار و تغییرات سازمانی در شرکت تولید ماتو گلدیس تأثیر معناداری دارد.

وارون چوتیا و همکاران (۲۰۲۵)، نقش امنیت سایبری و تحول دیجیتال در کسب مزیت رقابتی از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک را بررسی کردند. هدف: این پژوهش به بررسی رابطه بین حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی در بخش خدمات مالی هند از طریق تجزیه و تحلیل نقش امنیت سایبری و تحول دیجیتال به عنوان متغیرهای میانجی می‌پردازد. داده‌های تحلیل شده، پیوند قوی بین حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی را نشان دادند، زیرا تحقیقات نشان داد که امنیت سایبری و تحول دیجیتال به عنوان متغیرهای میانجی در این رابطه عمل می‌کنند. این مطالعه نقش امنیت سایبری و تحول دیجیتال را به طور همزمان در بهینه‌سازی مزیت رقابتی از طریق اجرای مؤثر رویه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک نشان می‌دهد.

لی و همکاران^۱ (۲۰۲۳)، به بررسی تأثیر تحول دیجیتال در جهت ارتقای نوآوری، بهبود عملکرد شرکت، افزایش رقابت پذیری و کارایی پرداختند. نتایج نشان داد تحول دیجیتال منجر به ارائه پشتیبانی فنی برای شرکتهای میشود. همچنین شرکتهای دیجیتال از این فرصت برخوردارند که با سایرین همکاری کنند که موجب ایجاد مدل‌های تجاری نوآورانه میشود.

هونگ تران^۲ (۲۰۲۳)، در پژوهشی به بررسی عوامل تأثیرگذار بر فنهای حسابداری مدیریت استراتژیک پرداخت. به این نتیجه رسید که، اتخاذ شیوه‌های حسابداری مدیریت استراتژیک به طور مثبت با چهار عامل از جمله تیمهای مدیریت ارشد، فرهنگ سازمانی، ریسک پذیری محیطی و شبکه مدیریت ارتباط دارد.

سانگکاجرن و همکاران^۳ (۲۰۲۲)، به بررسی نقش قابلیت پویا و تحول دیجیتال مبتنی بر اشتراک دانش پرداختند. نتایج نشان داد ایجاد قابلیت‌های دیجیتالی زمینه جذب، ادغام و ذخیره سازی دانش را تسهیل می‌سازد و موجب ارتقای کارایی در عملیاتهای هر فرآیند بر اساس دانش کسب شده میشود؛ در نتیجه شرکتهای ملزم به کارگیری فناوریهای دیجیتال در زمینه بهبود سطح دانش خود هستند.

ما و همکاران^۴ (۲۰۲۲)، پژوهشی کیفی در رابطه با حسابداری مدیریت استراتژیک در شرکتهای کوچک و متوسط در کشورها و بازارهای نوظهور انجام دادند. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که: (۱) مدیران ارشد شرکتهای کوچک و متوسط درک درستی از حسابداری مدیریت استراتژیک ندارند. (۲) اگرچه مدیران ارشد مالی از حسابداری مدیریت استراتژیک آگاهی دارند، اما نمیتوانند آن را به طور کامل در تصمیمگیری استراتژیک خود به کارگیرند. (۳) شرکتهای کوچک و متوسط نیز دریافته‌اند که فرهنگ سازمانی برای یک شرکت برای دستیابی به اهداف استراتژیک بسیار مهم

¹ Li and etal

² Hung, T.N

³ Songkajorn and etal

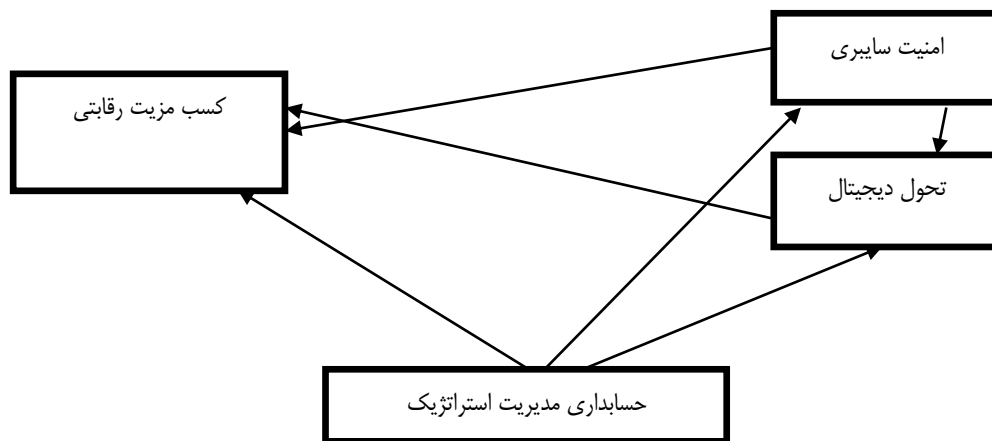
⁴ Ma and etal

است، اما اهمیت دادن به آن و ایجاد آن بسیار دور از ذهن است. ۴) مدیران کل شرکتهای کوچک و متوسط معتقدند که بخش عملیاتی هسته اصلی شرکت است و همه منابع باید برای رفع نیازهای آنها اولویت بندی شود. بنابراین سوالات پژوهش به صورت ذیل تدوین شده است:

سوالات پژوهش

- ✓ بین حسابداری مدیریت استراتژیک و کسب مزیت رقابتی یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؟
- ✓ بین حسابداری مدیریت استراتژیک و امنیت سایبری یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؟
- ✓ بین حسابداری مدیریت استراتژیک و تحول دیجیتال یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؟
- ✓ بین امنیت سایبری و مزیت رقابتی یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؟
- ✓ بین امنیت سایبری و تحول دیجیتال یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؟
- ✓ بین تحول دیجیتال و مزیت رقابتی یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؟
- ✓ رابطه بین حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی به طور سریالی از طریق امنیت سایبری و تحول دیجیتال میانجی گری می شود؟

مدل مفهومی پژوهش



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

در این مطالعه به بررسی نقش امنیت سایبری و تحول دیجیتال در کسب مزیت رقابتی از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک پرداخته میشود. به همین منظور روش پژوهش توصیفی - پیمایشی می باشد و از لحاظ هدف نیز کاربردی محسوب میشود که با استفاده از تئوری اثباتی به تثبیت فرضیه ها کمک می نماید. همچنین روش انجام کار معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart-PLS میباشد.

جامعه آماری شرکتهای جنوب ایران می باشد که به روش مقطعی در سال ۱۴۰۴ انجام شد، نمونه آماری شامل مدیران، کارشناسان و مهندسان که تعداد آنها به ۱۲۵ نفر رسید که به صورت تصادفی انتخاب میگردد.

یافته های پژوهش: فراوانی مربوط به جنسیت، دامنه سنی، سطح تحصیلات افراد نمونه مورد بررسی قرار گرفت.

جدول (۱): توزیع فراوانی نمونه آماری

جنسیت	فراوانی	دامنه سنی	فراوانی	سطح تحصیلات	فراوانی
آقایان	۹۷	بین ۲۰ تا ۳۰ سال	۱۵	کاردانی	۶
خانم ها	۲۸	بین ۳۰ تا ۴۰ سال	۵۴	کارشناسی	۳۵
		بین ۴۰ تا ۵۰ سال	۴۹	کارشناسی ارشد	۷۰
		بالاتر از ۵۰ سال	۷	دکتری	۱۴
کل	۱۲۵	کل	۱۲۵	کل	۱۲۵

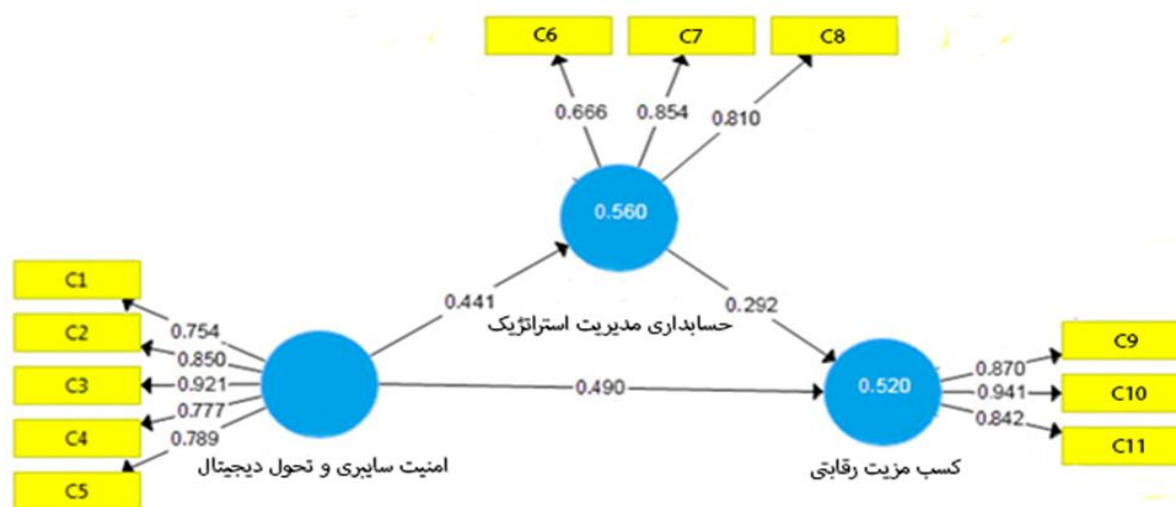
در جدول ۱، فراوانی مربوط به نمونه آماری براساس جنسیت، دامنه سنی و سطح تحصیلات مشخص شده است. فرآیند تجزیه و تحلیل متغیرها؛ اطلاعات بدست آمده در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول (۲): تجزیه و تحلیل متغیرها در مدل

متغیرها	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
امنیت سایبری و تحول دیجیتال	۱.۰۰	۵.۰۰	۴.۳۸	۰.۲۰
حسابداری مدیریت استراتژیک	۱.۰۰	۵.۰۰	۴.۳۳	۰.۳۰
کسب مزیت رقابتی	۱.۰۰	۵.۰۰	۳.۴۰	۰.۳۳

همانطور که از جدول ۲ مشخص است بیشترین میانگین مربوط به امنیت سایبری و تحول دیجیتال با میزان ۴/۳۸ و کمترین میانگین مربوط به کسب مزیت رقابتی با ۳/۴۰ است.

مدل مفهومی پژوهش در نرم افزار PLS براساس ضریب استاندارد



شکل (۲): مدل مفهومی پژوهش در نرم افزار PLS براساس ضریب استاندارد

در این مطالعه امنیت سایبری و تحول دیجیتال متغیر برون زا، کسب مزیت رقابتی متغیر درونزا و حسابداری مدیریت استراتژیک هم درون زا و هم برونزا می باشد. در نمودار زیر نیز ضرایب معناداری فرضیه ها با استفاده از آزمون t برای تمامی بارهای عاملی در سطح ۹۵ درصد مشخص و تأیید شده و معناداری سازه های خود را نمایان می سازد.

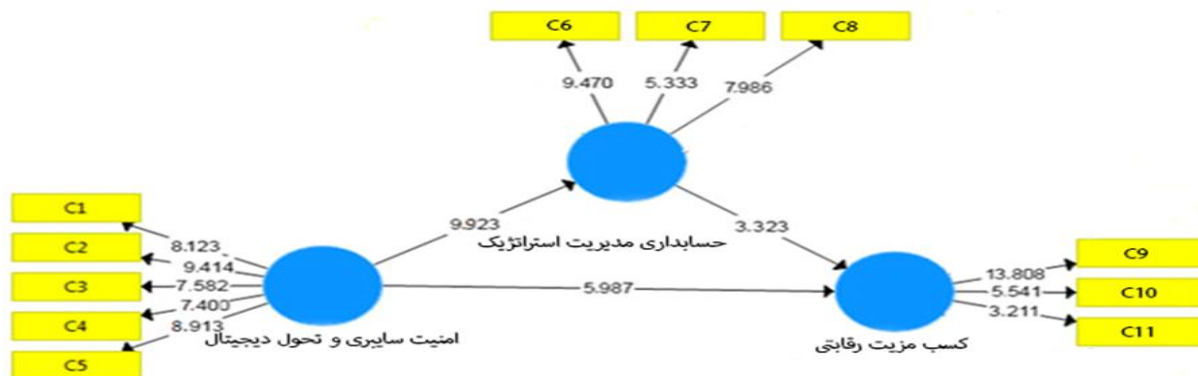
جدول (۳): بارهای عاملی مربوط به شاخص ها

کسب مزیت رقابتی	حسابداری مدیریت استراتژیک	امنیت سایبری و تحول دیجیتال	نماد	شاخص ها

امنیت سیستم	C1	۰/۷۵۴		
امنیت برنامه	C2	۰/۸۵۰		
امنیت شبکه	C3	۰/۹۲۱		
معیار تجربی مشتری	C4	۰/۷۷۷		
معیار مبتنی بر کاربرد هوش مصنوعی	C5	۰/۷۸۹		
شاخص فنی	C6		۰/۶۶۶	
شاخص رفتاری	C7		۰/۸۵۴	
شاخص فرهنگی	C8		۰/۸۱۰	
تحلیل رقبا	C9			۰/۸۷۰
تحلیل مشتری	C10			۰/۹۴۱
کسب دانش	C11			۰/۸۴۲

نتیجه جدول ۳ نشان داده است که ساختارهای مدل دارای ثبات درونی میباشند.

مدل تست شده در نرم افزار PLS



شکل (۳): مدل تست شده در نرم افزار PLS براساس معناداری ضرایب

نتایج نشان میدهد آنچه محقق توسط سوالات پرسشنامه قصد سنجش آنها را داشته است توسط این ابزار محقق شده است. لذا روابط بین سازه ها یا متغیرهای پنهان قابل استناد است. برای آنکه نشان دهیم این مقادیر به دست آمده تا چه حد با واقعیت های موجود در مدل تطابق دارد باید شاخصهای برازش مورد مطالعه قرار گیرد. پس از بررسی اهمیت روابط بین متغیرهای موجود در مدل، اعتبار مدل ساختاری را با بررسی قدرت توضیحی آن از نظر قدرت پیش بینی، هم خطی و اندازه اثر مورد آزمایش قرار داده شد. اول، در رابطه با قدرت توضیحی مدل، ضریب تعیین تحلیل شد.

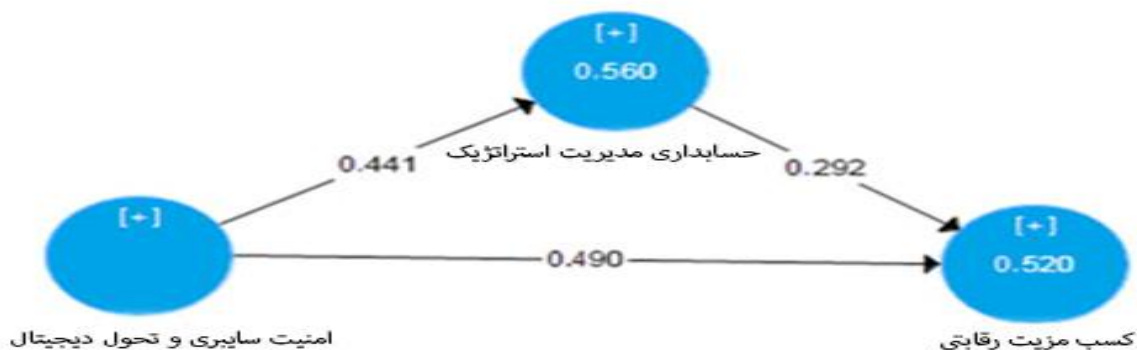
جدول (۴): نتایج روابط بین متغیرها

نتایج ضریب آلفای کرونباخ	متغیرها	نتایج ضریب آلفای پایایی سازگاری درونی
۰/۸۸۲۱	امنیت سایبری و تحول دیجیتال	
۰/۸۵۹۸	حسابداری مدیریت استراتژیک	
۰/۸۰۵۷	کسب مزیت رقابتی	
نتایج ضریب آلفای کرونباخ	متغیرها	نتایج مقدار ضرایب پایایی مرکب
۰/۸۲۵۹	امنیت سایبری و تحول	

	دیجیتال	
	حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۸۰۲۴
	کسب مزیت رقابتی	۰/۸۱۳۵
نتایج مقادیر متوسط واریانس استخراج شده AVE	متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ
	امنیت سایبری و تحول دیجیتال	۰/۶۳۵۸
	حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۶۸۹۵
	کسب مزیت رقابتی	۰/۶۲۸۵
نتایج مقادیر جذر AVE	متغیرها	روایی همگرا از جذر AVE
	امنیت سایبری و تحول دیجیتال	۰/۷۱۵۸
	حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۸۲۶۳
	کسب مزیت رقابتی	۰/۷۲۲۵

منبع: خروجی نرم افزار

روش ارزیابی مدل سنجش شکل دهنده



شکل (۴): ارزیابی مدل سنجش شکل دهنده

بنابر ضریب تعیین مدل می توان اشاره کرد که امنیت سایبری و تحول دیجیتال توانسته است ۰/۵۶۰ از واریانس متغیر حسابداری مدیریت استراتژیک را توضیح دهد. همچنین امنیت سایبری و تحول دیجیتال و حسابداری مدیریت استراتژیک توانسته اند با ضریب ۰/۵۲۰ از واریانس کسب مزیت رقابتی را توضیح دهد.

پاسخ به فرضیه های پژوهش براساس روش کمترین توان جزئی

جدول (۵): نتایج تحلیل فرضیه ها

نتیجه فرضیه اصلی	آماره t	ضریب مسیر (β)	فرضیه پژوهش
مورد تأیید	۷/۳۵۸ و ۲/۱۲۲	۰/۱۲۵	نقش امنیت سایبری و تحول دیجیتال در کسب مزیت رقابتی از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک

نتیجه فرضیه فرعی اول			
مورد تأیید	۶/۰۲۵ و ۲/۶۵۸	۰/۲۱۵	رابطه بین حسابداری مدیریت استراتژیک و کسب مزیت رقابتی
نتیجه فرضیه فرعی دوم			
مورد تأیید	۶/۲۶۸ و ۲/۳۶۸	۰/۳۵۸	رابطه بین حسابداری مدیریت استراتژیک و امنیت سایبری
نتیجه فرضیه فرعی سوم			
مورد تأیید	۶/۱۲۶ و ۲/۶۲۵	۰/۲۳۶	رابطه بین حسابداری مدیریت استراتژیک و تحول دیجیتال
نتیجه فرضیه فرعی چهارم			
مورد تأیید	۶/۴۶۵ و ۲/۵۶۹	۰/۲۵۸	رابطه بین امنیت سایبری و مزیت رقابتی
نتیجه فرضیه فرعی پنجم			
مورد تأیید	۶/۰۲۵ و ۲/۳۱۲	۰/۳۴۲	رابطه بین امنیت سایبری و تحول دیجیتال
نتیجه فرضیه فرعی ششم			
مورد تأیید	۵/۳۶۹ و ۲/۲۵۵	۰/۳۸۴	رابطه بین تحول دیجیتال و مزیت رقابتی
نتیجه فرضیه فرعی هفتم			
مورد تأیید	۵/۳۲۵ و ۲/۰۵۴	۰/۴۵۱	رابطه بین حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی به طور سریالی از طریق امنیت سایبری و تحول دیجیتال

بحث و نتیجه گیری

به صورت کلی نتایج نشان داد که امنیت سایبری و تحول دیجیتال می‌تواند در کسب مزیت رقابتی از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک نقش بسزایی داشته باشد. بنابراین امنیت سایبری از طریق امنیت شبکه، امنیت برنامه و امنیت سیستم و همچنین تحول دیجیتال از طریق تجربه مشتری و معیار کاربرد مبتنی بر هوش مصنوعی می‌تواند در کسب مزیت رقابتی که شامل تحلیل رقبا، تحلیل مشتری و کسب دانش می‌باشد تغییراتی ایجاد نماید که منجر به بهبود عملکرد و تداوم فعالیت شرکت داشته باشد. همچنین حسابداری مدیریت استراتژیک نیز از طریق شاخص فنی، شاخص رفتاری و شاخص فرهنگی می‌تواند به عنوان یک متغیر میانجی و حتی تقویتی، شاخصهای امنیت سایبری و تحول دیجیتال را تحت تأثیر قرار دهد و منجر به کسب مزیت رقابتی و تقویت آن در شرکت شود.

نتایج پژوهش در خصوص فرضیه اصلی حاکی از آن است که امنیت سایبری و تحول دیجیتال در کسب مزیت رقابتی از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک نقش مثبت و معناداری دارد؛ بنابراین امنیت سایبری در زمینه امنیت سیستم، امنیت برنامه و امنیت شبکه و تحول دیجیتال نیز در زمینه معیار تجربه مشتری و معیار کاربرد مبتنی بر هوش مصنوعی می‌تواند باعث ایجاد مزیت رقابتی بین شرکتها شوند و حسابداری مدیریت استراتژیک نیز می‌تواند در این زمینه اثرگذار باشد. این نتایج با پژوهش وارون چیا و همکاران (۲۰۲۵)، لی و همکاران (۲۰۲۳)، فهیمی فر و مومن زاده (۱۴۰۴)، هم‌راستا و هم‌سو می‌باشد.

نتایج پژوهش در خصوص فرضیه فرعی اول حاکی از آن است که بین حسابداری مدیریت استراتژیک و کسب مزیت رقابتی یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؛ بنابراین، حسابداری مدیریت استراتژیک میتواند در ایجاد یا کسب مزیت رقابتی در زمینه های مختلف مانند تحلیل رقبا، تحلیل مشتری و کسب دانش تغییراتی ایجاد کند که منجر به افزایش مزیت رقابتی میان شرکتها گردد و باعث شود شرکتها برای بهبود عملکرد خود به رقابت سالمی بپردازند؛ حسابداری مدیریت استراتژیک با استراتژیها و برنامه های مربوط به خود میتواند این روابط را تقویت نماید. این نتایج با پژوهش وارون چیا و همکاران (۲۰۲۵)، هونگ تران (۲۰۲۳)، عشایری (۱۴۰۳)، همراستا و همسو می باشد.

نتایج پژوهش در خصوص فرضیه فرعی دوم حاکی از آن است که بین حسابداری مدیریت استراتژیک و امنیت سایبری یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؛ بنابراین حسابداری مدیریت استراتژیک میتواند منجر به ایجاد تغییراتی در امنیت سایبری در زمینه های مختلف مانند امنیت سیستم، امنیت برنامه و امنیت شبکه شود؛ به صورتی که این دو شاخص نقش تقویت کننده و یا مکمل را ایجاد میکنند تا بتوانند عملکرد شرکتها در کسب مزیت رقابتی سوق دهند و یا رقابت سالمی را میان شرکتها ایجاد نمایند تا بتوانند اهداف قوی تری را برای ادامه فرآیند شرکت ایجاد نمایند. این نتایج با پژوهش وارون چیا و همکاران (۲۰۲۵)، سانگکاجرن و همکاران (۲۰۲۲)، بهاروند (۱۴۰۳)، همراستا و همسو می باشد.

نتایج پژوهش در خصوص فرضیه فرعی سوم حاکی از آن است که بین حسابداری مدیریت استراتژیک و تحول دیجیتال یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؛ بنابراین حسابداری مدیریت استراتژیک میتواند تغییراتی در تحول دیجیتال در زمینه های مختلف مانند معیار تجربه مشتری و معیار کاربرد مبتنی بر هوش مصنوعی ایجاد نماید که منجر به تقویت آنها شود تا بتواند برای کسب مزیت رقابتی بیشتر تلاش نماید. به عبارتی حسابداری مدیریت استراتژیک و تحول دیجیتال در کنار هم محسوب میشوند و باعث میشود هر دو شاخص یعنی حسابداری مدیریت استراتژیک و تحول دیجیتال در کنار هم رشد پیدا کنند. این نتایج با پژوهش وارون چیا و همکاران (۲۰۲۵)، کمال و اوزما (۲۰۲۴)، محمودی و بحرکاضمی (۱۴۰۳)، همراستا و همسو می باشد.

نتایج پژوهش در خصوص فرضیه فرعی چهارم حاکی از آن است که بین امنیت سایبری و مزیت رقابتی یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؛ بنابراین، امنیت سایبری در زمینه شاخصهای مختلف مانند امنیت شبکه، امنیت سیستم و امنیت برنامه میتواند مزیت رقابتی را در زمینه های مختلف مانند تحلیل رقبا، تحلیل مشتری و کسب دانش تغییراتی ایجاد نماید و باعث شود مزیت رقابتی شرکتها افزایش پیدا کند و به عبارتی شرکتها برای بقای بیشتر به رقابت باهم میپردازند و امنیت سایبری نیز به آنها کمک میکند تا اطلاعات خود را در برابر حملات سایبری و یا ریسک سایبری حفظ نمایند یعنی منجر به کاهش ریسک سایبری گردد. این نتایج با پژوهش وارون چیا و همکاران (۲۰۲۵)، ما و همکاران (۲۰۲۲)، زهرایی و همکاران (۱۴۰۳)، همراستا می باشد.

نتایج پژوهش در خصوص فرضیه فرعی پنجم حاکی از آن است که بین امنیت سایبری و تحول دیجیتال یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؛ بنابراین، امنیت سایبری در زمینه های مختلف میتواند تحول دیجیتال را در معیار تجربه مشتری و معیار کاربرد مبتنی بر هوش مصنوعی اثرگذار باشد. به عبارتی امنیت سایبری میتواند با بهره گیری از تحول دیجیتال میزان فعالیتهای خود را تقویت نماید و همچنین تحول دیجیتال نیز میتواند با توجه به امنیت سایبری و امنیت در زمینه اطلاعات و داده ها باعث شود بکارگیری تحول دیجیتال را راحت تر و با اطمینان بیشتری حفظ نماید. این نتایج با پژوهش وارون چیا و همکاران (۲۰۲۵)، موخنکو و همکاران (۲۰۲۱)، دالوند و همکاران (۱۴۰۳)، همراستا می باشد.

نتایج پژوهش در خصوص فرضیه فرعی ششم حاکی از آن است که بین تحول دیجیتال و مزیت رقابتی یک همبستگی قوی و معنادار وجود دارد؛ بنابراین، تحول دیجیتال از طریق معیار تجربه مشتری و معیار کاربرد مبتنی بر هوش مصنوعی میتواند مزیت رقابتی را در زمینه های مختلف مانند تحلیل رقبا، تحلیل مشتری و کسب دانش تغییراتی ایجاد نماید که

منجر شود شرکت فعالیتهای خود را بهتر به انجام برساند تا عملکرد بهتری داشته باشد؛ چراکه مزیت رقابتی و افزایش رقابت بین شرکتها باعث میشود تداوم فعالیت و استمرار شرکتها نیز افزایش یابد. این نتایج با پژوهش وارون چیا و همکاران (۲۰۲۵)، اوجرا و همکاران (۲۰۲۱)، تیموری آسفیچی و دهستانی (۱۴۰۳)، همراستا می‌باشد. نتایج پژوهش در خصوص فرضیه فرعی هفتم حاکی از آن است که رابطه بین حسابداری مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی به‌طور سریالی از طریق امنیت سایبری و تحول دیجیتال میانجی‌گری می‌شود؛ بنابراین، حسابداری مدیریت استراتژیک از طریق شاخص فنی، شاخص رفتاری و شاخص فرهنگی میتواند با مزیت امنیت سایبری و تحول دیجیتال میانجی‌گری نماید و باعث ایجاد مزیت رقابتی گردد. شرکتهایی که از این سه شاخص یعنی امنیت سایبری، تحول دیجیتال و حسابداری مدیریت استراتژیک استفاده میکنند میتوانند مزیت رقابتی را بیشتر کسب نمایند و بتوانند به فعالیت بهتری بپردازند به طوری که رشد و اعتبار شرکت را نیز تقویت نمایند. این نتایج با پژوهش وارون چیا و همکاران (۲۰۲۵)، حدید و همکاران (۲۰۲۱)، محمدپور و منوچهری (۱۴۰۳)، همراستا می‌باشد.

پیشنهادات کاربردی و مواردی برای محققان آتی

باتوجه به نتایج فرضیه اصلی پیشنهاد می‌شود شرکتها برای اینکه مزیت رقابتی سالمتر و پایدارتری داشته باشند، به شاخصهایی نظیر امنیت سایبری، تحول دیجیتال و حسابداری مدیریت استراتژیک توجه نشان دهند و در این راستا استراتژیها یا الگوهایی را برنامه ریزی و مشخص نمایند تا با بهره‌گیری از آن بتوانند به نتایج بهتری دست یابند. میتوان آموزشهای لازم در این زمینه را برای شرکتها مهیا نمود تا مدیران و کارکنان با بهره‌گیری از آن بتوانند سهولت در فرآیند عملیات شرکت را در اختیار داشته باشند.

باتوجه به نتایج فرضیه فرعی اول پیشنهاد میشود به منظور کسب مزیت رقابتی بهتر و پایدارتر به حسابداری مدیریت استراتژیک و شاخصها یا استراتژیهای مربوط به آن اهمیت دهند و با بکارگیری از این شاخصها بتوانند نتایج بهتری را برای رقابت سالم بین شرکتها رقم بزنند و در نهایت به کسب سود بیشتر روی آورند. در این راستا نیز میتوان استراتژیها و الگوها را مشخص نمود و برای سهولت امر به صورت چارت یا نمودار طراحی نمود.

باتوجه به نتایج فرضیه فرعی دوم پیشنهاد میشود به منظور حفظ امنیت سایبری در زمینه‌های مختلف و حفظ اطلاعات شرکت، به حسابداری مدیریت استراتژیک و شاخصهای آن توجه نشان دهند و باعث شوند با بهره‌گیری از این شاخصها، اطلاعات و داده‌های مهم شرکت را از حملات سایبری و یا در برابر ریسک سایبری کاهش دهند و در نتیجه با اطمینان و اعتماد بیشتری ظاهر شوند تا سهامداران و سرمایه‌گذاران یا ذی‌نفعان با خیال راحتتری به فعالیت خود در شرکت ادامه دهند.

باتوجه به نتایج فرضیه فرعی سوم پیشنهاد میشود به منظور استفاده از تحول دیجیتال و فناوری در زمینه‌های مختلف به شاخصهای حسابداری مدیریت استراتژیک اهمیت ویژه‌ای داشته باشند. در این راستا نیز میتوان با بهره‌گیری از فناوریهای مدرن و به‌روزرسانی شرکتها و استفاده از هوش مصنوعی در زمینه مختلف میزان ارتباط خود را با دیگر شرکتها رونق داد و با ارتباط داشتن بیشتر با مشتریان به فروش محصولات خود و جذب مشتری و رضایت آنها اهمیت دهند.

باتوجه به نتایج فرضیه فرعی چهارم پیشنهاد میشود به منظور کسب و ایجاد مزیت رقابتی پایدار به امنیت سایبری و شاخصهای آن اهمیت دهند؛ در این راستا نیز میتوان الگوها و استراتژیهای امنیتی را برقرار نمود تا بتوان شرکتها را علاوه بر محفوظ داشتن در زمینه اطلاعات، با رقابت بیشتر، به سودآوری بیشتری رسید که میتوان این خط مشی‌ها و الگوها را در اختیار شرکتها قرار داد تا بتوانند از کاربرد آن بهره ببرند.

باتوجه به نتایج فرضیه فرعی پنجم پیشنهاد میشود به منظور استفاده از تحول دیجیتال میتوان به شاخص های امنیت سایبری نیز توجه نمود و در راستای امنیت اطلاعات، شبکه و سیستم و برنامه ها قدم برداشت. در این راستا نیز الگویی طراحی نمود تا بتوان با بهره گیری از امنیت سایبری، از تحول دیجیتال و فناوری استفاده نمود تا بتوان به نتایج بهتری دست یابد و هم اینکه بتواند رضایت مشتریان را جلب نماید تا با فروش بیشتر به سودآوری بیشتری نیز دست یابد. باتوجه به نتایج فرضیه فرعی ششم پیشنهاد میشود به منظور کسب مزیت رقابتی در زمینه های مختلف به تحول دیجیتال و شاخصهای مربوط به آن توجه نشان دهند؛ در این راستا نیز میتوان با بکارگیری از تجربه مشتری و هوش مصنوعی در فرآیند عملیاتی شرکت بتوان برنامه هایی منظم نمود تا میزان رضایت مشتریان و همچنین وفاداری آنها بیشتر شود و هم رقابت سالمتری با دیگر شرکتهای مشابه داشت تا با بهره گیری از استراتژیها بتوان مسیر موفقیت را هموارتر کرد.

باتوجه به نتایج فرضیه فرعی هفتم پیشنهاد میشود به منظور کسب مزیت رقابتی به سه مولفه حسابداری مدیریت استراتژیک و شاخصهای آن، امنیت سایبری و شاخصهای آن و تحول دیجیتال و شاخصهای مربوط به آن اهمیت دهند و یک مدل یا الگویی را طراحی نمایند که بتوان با بهره گیری از این سه مولفه بتوان کسب مزیت رقابتی را تقویت نمود و باعث شد به نتایج و عملکرد بهتری دست یافت و با سودآوری بیشتر، اعتماد سهامداران و سرمایه گذاران و ذینفعان را تقویت نمود.

در این مطالعه به بررسی نقش امنیت سایبری و تحول دیجیتال میتواند در کسب مزیت رقابتی از طریق حسابداری مدیریت استراتژیک پرداخته شده است؛ پیشنهاد می شود در پژوهش های آتی دیگر شاخصها نیز در نظر گرفته شود:

- ✓ با توجه به بحران اقتصادی، عوامل محیطی و شرایط عدم اطمینان بازار با استفاده از منطق فازی
- ✓ با توجه به نقش مالکیت دولتی و مالکیت حقیقی؛ تهیه کنندگان صورت های مالی
- ✓ با توجه به نقش سیستم اطلاعاتی حسابداری؛ عوامل فرهنگی و کاربرد آن
- ✓ با توجه به نقش سازمان حسابرسی، حق الزحمه حسابرسی، دانش سرمایه گذاری و مدیریت دانش
- ✓ با توجه به مدیریت سود، خطای مدیریتی؛ اعتبار تجاری و ارزش شرکت
- ✓ براساس عدم تقارن اطلاعاتی، کارایی سرمایه گذاری و احتمال وقوع ورشکستگی

منابع

- ✓ بهاروند، ناهید، (۱۴۰۳)، تحول دیجیتال در صنعت بیمه، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره ۸، شماره ۹۳، صص ۹۱۷-۹۴۰.
- ✓ عشایری، آسوامین، (۱۴۰۳)، رابطه بین عملکرد استراتژیک و حسابداری مدیریت، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره ۸، شماره ۹۲، صص ۲۲۵۰-۲۲۶۱.
- ✓ فهیمی فر، سپیده، مومن زاده، امیرحسین، (۱۴۰۴)، گذار از امنیت اطلاعات به هوش مصنوعی، تحلیل روندهای پژوهشی در امنیت سایبری صنعت بانکداری با رویکرد علم سنجی، پژوهش نامه علم سنجی، دوفصلنامه علمی دانشگاه شاهد، دوره ۱۱، شماره ۲، صص ۲۹۹-۳۶۶.
- ✓ محمودی، امیررضا، بحرکاظمی، مریم، (۱۴۰۳)، هوش مصنوعی و تأثیر آن بر امنیت سایبری و حق بر حریم خصوصی، پژوهشهای بنیادی در حقوق، شماره ۳، صص ۱-۱۹.

- ✓ هوشمند نقابی، زهرا، سقرجوقی فراهانی، مجید، (۱۴۰۳)، تأثیر حسابداری مدیریت استراتژیک بر استراتژی کسب و کار و تغییرات سازمانی در شرکت تولید ماتو گلدیس، فصلنامه چشم انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۷، شماره ۹۲، صص ۸۴-۱۰۹.
- ✓ Almomani, S. N., Shehab, M., Al Ebbini, M. M., & Shami, A. A. (2021). The efficiency and effectiveness of the cyber security in maintaining the cloud accounting information. *Academy of Strategic Management Journal*, 20, 1-11.
- ✓ Alsharari, N. M. (2024). The interplay of strategic management accounting, business strategy and organizational change: As influenced by a configurational theory. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 20(1), 153-176.
- ✓ Arun Chotia, Kamel Khoualdi, Laura Broccardo, Muhammad Zafar Yaqub. (2025). The role of cyber security and digital transformation in gaining competitive advantage through Strategic Management Accounting. *Technology in Society* 81 (2025) 102851.
- ✓ Hung, T.N.(2023). Factors impacting strategic management accounting adoption: Empirical evidence from an emerging market. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 6(3), 710-717.
- ✓ Li, S., Gao, L., Han, C., Gupta, B., Alhalabi, W., & Almakdi, S. (2023). Exploring the effect of digital transformation on Firms' innovation performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, 8(1), 100317.
- ✓ Ma, X., Rui, Z., & Zhong, G. (2023). How large entrepreneurial-oriented companies breed innovation: the roles of interdepartmental collaboration and organizational culture. *Chinese Management Studies*, 17(1), 64-88.
- ✓ Namazi, M., & Rezaei, G. (2024). Modelling the role of strategic planning, strategic management accounting information system, and psychological factors on the budgetary slack. In *Accounting Forum* (Vol. 48, pp. 279-306). Routledge, 2.
- ✓ Ozsungur, F. (2021). Business management and strategy in cybersecurity for digital transformation. In *Handbook of research on advancing cybersecurity for digital transformation* (pp. 144-162). IGI Global.
- ✓ Songkajorn, Y., Aujirapongpan, S., & Jiraphanumes, K. (2022). Organizational Strategic Intuition for High Performance : The Role of Knowledge-Based Dynamic Capabilities and Digital Transformation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 117.
- ✓ Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of business research*, 122, 889-901.
- ✓ Wang, B., Khan, I., Ge, C., & Naz, H. (2024). Digital transformation of enterprises promotes green technology innovation-The regulated mediation model. *Technological Forecasting and Social Change*, 209, Article 123812.