

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC TẠI DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

ĐỖ THỊ THU THẢO

Khoa Kế toán Kiểm toán, Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

*Tác giả liên hệ: dothithuthao@iuh.edu.vn

DOIs: <https://doi.org/10.46242/jstiuh.v58i04.4498>

Tóm tắt. Kế toán quản trị chiến lược (SMA) là một bước phát triển của kế toán quản trị truyền thống với định hướng tương lai và thông tin hướng ngoại nhiều hơn, giúp hỗ trợ rất lớn cho quy trình chiến lược của doanh nghiệp trong nền kinh tế cạnh tranh. Để thúc đẩy vận dụng SMA tại các doanh nghiệp Việt Nam, việc tìm hiểu các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng SMA là cần thiết. Nghiên cứu được thực hiện kết hợp giữa nghiên cứu định tính và định lượng để phát hiện và kiểm định các nhân tố có tác động đến vận dụng SMA tại các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Kết quả cho thấy các nhân tố như vận dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của doanh nghiệp, phong cách lãnh đạo dân chủ, nhận thức về sự không chắc chắn của môi trường kinh doanh, định hướng chiến lược có ảnh hưởng tích cực đến SMA.

Từ khóa: kế toán quản trị chiến lược

1. GIỚI THIỆU

Tình hình cạnh tranh và nhiều biến động hiện nay của môi trường kinh doanh thách thức các nhà quản trị trong việc duy trì và phát triển ổn định doanh nghiệp. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải có chiến lược kinh doanh phù hợp để có thể thích ứng và phát triển. Quá trình ra quyết định chiến lược, thực thi chiến lược và đánh giá chiến lược cần rất nhiều thông tin liên quan nội bộ và bên ngoài doanh nghiệp. Thông tin kế toán quản trị truyền thống đã không theo kịp với yêu cầu quản trị để đảm bảo sự phù hợp cho hỗ trợ quá trình này. Kế toán quản trị theo định hướng chiến lược xuất hiện như một nhu cầu cấp thiết của doanh nghiệp.

“Kế toán quản trị đang ngày càng được kêu gọi đóng vai trò tích cực trong việc cung cấp thông tin cho việc ra quyết định chiến lược và giám sát việc thực hiện và thành công của các kế hoạch chiến lược” (Ittner & Larcker, 1997). Từ nhu cầu thông tin cho việc ra quyết định cũng như tạo lập và duy trì lợi thế cạnh tranh đòi hỏi kế toán quản trị phải có một bước tiến mới, “Kế toán cho định vị chiến lược là một thuật ngữ có thể được sử dụng một cách hữu ích để mô tả các phát triển trong kế toán quản trị, được thiết kế để hỗ trợ nhà quản lý cấp cao bảo đảm và duy trì lợi thế cạnh tranh” (Roslender, 1995).

Từ những lý do nêu trên, đã xuất hiện những bức thiết thay đổi kế toán quản trị truyền thống. Kế toán quản trị chiến lược được Simmonds định nghĩa lần đầu tiên năm 1981, từ đó mở ra một hướng nghiên cứu mới trong dòng nghiên cứu kế toán quản trị. Theo khái niệm của Simmonds (1981), kế toán quản trị chiến lược là sự cung cấp và phân tích thông tin không chỉ bên trong doanh nghiệp mà còn mở rộng, định hướng ra bên ngoài doanh nghiệp, cụ thể là đối thủ cạnh tranh.

Việt Nam là một quốc gia đang phát triển, có những thay đổi năng động tích cực trong những năm trở lại đây, các doanh nghiệp không chỉ hoạt động ở thị trường trong nước mà còn mở rộng ra ngoài biên giới lãnh thổ. Ngược lại, thị trường trong nước cũng bị đe dọa bởi sự thâm nhập rất mạnh mẽ của các tập đoàn nước ngoài. Với tình hình đó, các doanh nghiệp càng phải chú ý hơn đến các chiến lược kinh doanh của mình và nhu cầu thông tin cho quá trình ra quyết định càng bức thiết hơn. Kế toán quản trị cho định hướng chiến lược tại các doanh nghiệp Việt Nam hiện đang được vận dụng như thế nào, nhân tố nào ảnh hưởng đến việc vận dụng này là mối quan tâm của giới học thuật kế toán nhằm thúc đẩy việc vận dụng và vận dụng thành công các thực hành kế toán quản trị chiến lược cho mục tiêu phát triển bền vững của doanh nghiệp.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Có nhiều nghiên cứu về kế toán quản trị chiến lược (SMA) trong và ngoài nước, hầu hết các nghiên cứu đều tập trung vào việc vận dụng SMA, hoặc về nhân tố tác động đến việc vận dụng kế toán quản trị

2.1 Vận dụng Kế toán quản trị Chiến lược

Các tác giả theo dòng nghiên cứu vận dụng kế toán quản trị chiến lược đã thực hiện các nghiên cứu thực nghiệm tại nhiều nước, điển hình là nghiên cứu tại Úc, Anh, Slovenia, Ý. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc sử dụng các kỹ thuật kế toán quản trị chiến lược có sự khác nhau giữa các quốc gia.

Đầu tiên phải kể đến là nghiên cứu của Hoque & James (2000) tại 66 công ty sản xuất Úc. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng các công ty lớn sử dụng thể điểm cân bằng nhiều hơn, tuy nhiên kết quả nghiên cứu này cũng chỉ ra vị thế thị trường vững chắc của doanh nghiệp lại không có sự liên quan đến việc sử dụng kỹ thuật này nhiều hơn.

Tại Anh, Roslender & Hart (2002, 2003) báo cáo những phát hiện của một nghiên cứu thực nghiệm về tỷ lệ sử dụng kế toán quản trị chiến lược tại Anh. Quan điểm của họ về kế toán quản trị chiến lược là một tập hợp các phát triển phù hợp của kế toán quản trị với cách tiếp cận kế toán định vị chiến lược, bao gồm các kỹ thuật kế toán đối thủ cạnh tranh, chi phí mục tiêu, kế toán thuộc tính và chi phí vòng đời. Mặc dù vậy, nghiên cứu cũng đã tiết lộ rằng không có kỹ thuật nào trong số này được sử dụng rộng rãi.

Với quy mô nghiên cứu lớn hơn, nghiên cứu của Cadez (2009) tại 193 công ty lớn của Slovenia cho thấy một kết quả khác về các kỹ thuật kế toán quản trị chiến lược được sử dụng. Các kỹ thuật tập trung vào ngân sách vốn và đối thủ cạnh tranh được sử dụng nhiều hơn so với các kỹ thuật tập trung vào khách hàng. Sự khác biệt về mức độ sử dụng còn thể hiện ở các ngành khác nhau trong đó khu vực sản xuất thì dẫn đầu về mức độ sử dụng, còn khu vực dịch vụ công lại bị tụt lại phía sau.

Cũng cùng trong khu vực sản xuất, Cinquini & Tenucci (2007) khi nghiên cứu các công ty sản xuất lớn tại Ý, họ thấy rằng kỹ thuật kế toán quản trị chiến lược được sử dụng nhiều trong mẫu nghiên cứu của họ chính là chi phí thuộc tính, kế toán khách hàng, định giá chiến lược và giám sát vị trí cạnh tranh. Bốn kỹ thuật này được phát hiện sử dụng nhiều phản ánh một số tính năng đặc trưng cho kế toán quản trị chiến lược như việc nhấn mạnh định hướng về thông tin của đối thủ cạnh tranh, định hướng dài hạn, định hướng quy trình và định hướng khách hàng.

Trong một nghiên cứu đối sánh tỉ lệ sử dụng kế toán quản trị chiến lược của Cadez & Guilding (2007) đã chỉ ra rằng có sự khác nhau trong việc sử dụng kế toán quản trị chiến lược giữa các quốc gia, một số kỹ thuật được sử dụng phổ biến, tỉ lệ sử dụng tương đối cao ở quốc gia này lại có thể sử dụng ở mức độ tương đối thấp ở quốc gia khác. Mức độ sử dụng các kỹ thuật kế toán quản trị chiến lược còn khác nhau theo lĩnh vực, theo lĩnh vực và đặc điểm hoạt động của đơn vị.

2.2 Các nghiên cứu về nhân tố tác động đến việc vận dụng SMA

Khác với việc tập trung vào các kỹ thuật SMA, các nghiên cứu SMA còn theo hướng tìm hiểu các nhân tố tác động đến việc vận dụng khái niệm mới này.

Kế toán quản trị chiến lược tập trung đến việc tiếp cận gần hơn kế toán quản trị cho mục tiêu chiến lược, do đó chiến lược là yếu tố quan trọng nhất trong việc sử dụng kế toán quản trị chiến lược (Turner và cs, 2017). Kết quả nghiên cứu của Turner và cs (2017) khi thực hiện nghiên cứu 80 khách sạn, cho thấy chiến lược kinh doanh định hướng thị trường là yếu tố chính quyết định việc sử dụng kế toán quản trị chiến lược tại khách sạn.

Bên cạnh đó, hai nhà nghiên cứu, Cadez & Guilding (2008) cũng cho thấy sự nhất quán về tham gia của kế toán cũng ảnh hưởng đến việc sử dụng kế toán quản trị chiến lược. Kế toán tham gia ra quyết định chiến lược có liên quan tích cực với việc áp dụng chiến lược tìm kiếm khách hàng tiềm năng và củng cố chủ ý xây dựng chiến lược, việc sử dụng kế toán quản trị chiến lược có liên quan tích cực với việc áp dụng chiến lược khách hàng tiềm năng, xây dựng chiến lược có chủ ý, quy mô công ty và kế toán tham gia ra quyết định chiến lược.

Dựa trên lý thuyết dự phòng, Pavlatos (2015) đã nêu 7 yếu tố dự phòng ảnh hưởng đến việc sử dụng SMA trong khách sạn như nhận thấy sự không chắc chắn về môi trường, cấu trúc, chất lượng thông tin của hệ thống thông tin, giai đoạn vòng đời tổ chức, hiệu suất lịch sử, chiến lược và quy mô. Đặc điểm quản trị doanh nghiệp cũng ảnh hưởng đáng kể đến kế toán quản trị chiến lược, việc tách biệt vai trò của CEO và chủ tịch hội đồng quản trị, quy mô của hội đồng quản trị và tần suất các cuộc họp ủy ban kiểm toán có ảnh hưởng tích cực đến cả sự tham gia và sử dụng kế toán quản trị chiến lược Chonglertham (2017). Cùng với đó, tư duy chiến lược cũng được xem xét ảnh hưởng đến nhận thức của các thành viên về kế toán quản trị chiến lược (Hutaibat, 2011), điều này cho thấy khả năng nhà quản trị doanh nghiệp ủng hộ việc vận dụng SMA trong đơn vị.

Tại Việt Nam, đa phần nghiên cứu về kế toán quản trị chiến lược tập trung vào tìm hiểu các nhân tố tác động đến việc vận dụng SMA. Một ví dụ điển hình là nghiên cứu năm 2012 của Đoàn Ngọc Phi Anh. Tác giả khi tiến hành khảo sát 220 doanh nghiệp Việt Nam với quy mô vừa và lớn đã chỉ ra một số nhân tố như yếu tố cạnh tranh càng cao, phân cấp quản lý càng lớn thì càng khiến cho các doanh nghiệp có xu hướng sử dụng càng nhiều các công cụ của kế toán quản trị chiến lược và khi sử dụng càng nhiều công cụ của kế toán quản trị chiến lược thì thành quả về cả hai mặt tài chính và phi tài chính đạt được càng cao (Anh, 2012).

3. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

3.1. Cơ sở lý luận

3.1.1. Kế toán quản trị chiến lược.

Kế toán quản trị chiến lược được nhắc tới đầu tiên là Simmonds (1981, tr.26): “cung cấp và phân tích dữ liệu kế toán quản trị về một doanh nghiệp và các đối thủ cạnh tranh, để sử dụng trong việc phát triển và giám sát chiến lược kinh doanh”. Định nghĩa của ông sau đó đã được đưa vào định nghĩa CIMA, đó là: “Một hình thức kế toán quản trị trong đó nhấn mạnh vào thông tin liên quan đến các yếu tố bên ngoài công ty, cũng như thông tin phi tài chính và thông tin được tạo ra nội bộ.” (CIMA, 2005)

Các kỹ thuật được phân loại là SMA cần thể hiện được một hoặc nhiều các định hướng tập trung vào tiếp thị (Simmonds, 1981), tập trung vào đối thủ cạnh tranh (Bromwich, 1988) và tập trung vào tương lai (Wilson, 1995). Sử dụng các tiêu chí này Guilding và cs (2000) đã xác định 12 kỹ thuật SMA, Cravens & Guilding (2001) bổ sung thêm 3 kỹ thuật: đó là chi phí dựa trên hoạt động, đối sánh điểm chuẩn và đo lường thành quả tích hợp; Guilding & McManus (2002) lập luận và bổ sung kế toán khách hàng cũng có thể được xem là kỹ thuật SMA. Với 19 kỹ thuật SMA, một số tác giả (Cadez & Guilding, 2008; Nixon & Burns, 2012) liệt kê các kỹ thuật SMA theo 5 nhóm: (1) Kế toán chi phí chiến lược, (2) Kế toán đối thủ cạnh tranh, (3) Kế toán khách hàng, (4) Kế toán cho việc ra quyết định chiến lược và (5) Kiểm soát và đo lường thành quả.

3.1.2. Vai trò của kế toán quản trị chiến lược.

Kế toán quản trị chiến lược xuất hiện như là một sự hỗ trợ cho quản trị chiến lược, do đó vai trò của SMA gắn với quá trình quản trị chiến lược của doanh nghiệp. Hầu hết các quyết định chiến lược cần có một lượng lớn các phân tích tài chính hỗ trợ. Trên thực tế, việc có quá nhiều thông tin không phù hợp có thể gây ra những khó khăn trong việc đưa ra quyết định. Tất cả các nhà quản lý phải được cung cấp thông tin nhưng không phải là dữ liệu thô, chưa xử lý. Một hệ thống kế toán quản trị tốt có thể tạo thêm giá trị cho người ra quyết định chiến lược bằng cách phân tích những dữ kiện lịch sử như một thông tin để đưa ra các dự đoán về kết quả có thể xảy ra của các quyết định sắp tới (Ward, 2012). Từ đó, SMA thể hiện được vai trò đặc biệt quan trọng trong việc củng cố các quyết định chiến lược của nhà quản lý, nó cung cấp cơ sở của một tầm nhìn chiến lược để giải quyết các vấn đề chiến lược.

SMA hỗ trợ trong việc cung cấp thông tin cho quản trị chiến lược, chính quá trình của quản trị chiến lược tạo thành khung lý thuyết cho việc xác định vai trò của kế toán quản trị chiến lược. Vai trò của SMA được thể hiện ở thông tin cung cấp quá trình hoạch định – thực thi – đánh giá chiến lược

+ *Giai đoạn hoạch định chiến lược*: hệ thống kế toán quản trị truyền thống hỗ trợ tốt cho việc phân tích chi phí và sản xuất nhưng không hỗ trợ tốt cho nhà quản lý về việc phát hiện các yếu tố dẫn dắt chất lượng, phân tích chất lượng và vị thế chi phí tương đối với đối thủ cạnh tranh (Hoque, 2003). Bromwich & Bhimani (1994) chỉ ra rằng việc bổ sung quan điểm chiến lược vào kế toán quản trị truyền thống mở rộng theo hai hướng. Đầu tiên, bằng cách sử dụng phân tích chi phí chiến lược, chi phí được kết hợp và phù hợp với chiến lược; thứ hai, xác định cơ cấu chi phí của đối thủ cạnh tranh và theo dõi những thay đổi xảy ra trong một khoảng thời gian. Do đó, người ta có thể tính đến chi phí của các chức năng tạo ra giá trị gia tăng được cung cấp cho khách hàng cũng như chi phí của một tính năng sản phẩm nhất định do sản phẩm của công ty cung cấp. Thông qua các thông tin này, giúp nhà quản trị nhận định tốt hơn vị thế hiện tại của doanh nghiệp mình cũng như định hướng phát triển trong tương lai.

+ *Giai đoạn thực thi chiến lược*: việc trao đổi thông tin giữa các bộ phận là rất cần thiết để đảm bảo thống nhất định hướng chiến lược đã vạch ra. Việc trích xuất thông tin từ các quy trình và luồng dữ liệu hiện có, điều phối thông tin được tạo ra giữa một số bộ phận nội bộ và đảm bảo rằng thông tin sau đó được báo cáo cho người dùng bên thứ ba là chính xác, đây là lĩnh vực cốt lõi mà các chuyên gia kế toán quản trị chiến

lược có thể gia tăng giá trị cho thông tin. Điều đó nói lên rằng, điều quan trọng là trong quá trình tạo báo cáo và định lượng thông tin, kế toán không được bỏ sót các vấn đề rộng hơn là những vấn đề bên trong doanh nghiệp có thể ảnh hưởng đến tổ chức (Smith, 2017), kế toán quản trị chiến lược với sự gắn kết với chiến lược doanh nghiệp sẽ hỗ trợ điều này.

+ *Giai đoạn đánh giá chiến lược*: Các chỉ số hiệu suất quan trọng (KPI) là yếu tố chính trong quản lý và lập kế hoạch chiến lược, và nó càng quan trọng hơn trong môi trường kinh doanh thay đổi nhanh chóng. Để xác định các chỉ số hiệu suất quan trọng, nhà quản lý phải hiểu các loại thông tin khác nhau đang được phân phối cho các bên liên quan, và các chuyên gia kế toán phải đóng một vai trò nổi bật trong những đánh giá này. Việc thực hiện các kỹ thuật và hệ thống kế toán cụ thể, ánh xạ các kỹ thuật này đến khả năng sinh lời, là một thách thức liên tục tồn tại trong hoạt động kế toán. SMA kết hợp các phép đo lợi nhuận, doanh thu, chi phí và tài sản, cung cấp một bức tranh toàn diện và mạnh mẽ hơn về hiệu quả hoạt động của tổ chức so với việc chỉ sử dụng một thước đo. Việc tạo ra một cách tiếp cận nhiều mặt đối với hiệu quả kinh doanh đòi hỏi SMA phải tham gia nhiều hơn vào quá trình quyết định và thẩm định trong khi vẫn tận dụng các thế mạnh hiện có để thâm nhập vào các lĩnh vực mới (Smith, 2017). Ngoài ra, SMA còn tập trung nhiều vào các biện pháp phi tài chính (Bhimani & Langfield-Smith, 2007) giúp cho nhà quản trị có cái nhìn toàn diện với hoạt động của doanh nghiệp.

3.2. Giả thuyết nghiên cứu

Lý thuyết ngẫu nhiên của kế toán quản trị bắt đầu phát triển vào những năm 1970 trong nỗ lực giải thích các loại thực hành kế toán quản trị. Vận dụng lý thuyết ngẫu nhiên trong kế toán quản trị có rất nhiều hấp dẫn, đó là sự phù hợp với thực tế và đủ khả năng giải thích tiềm năng cho sự đa dạng của các hệ thống kế toán quản trị thực sự quan sát được trong thực tế. Trong nghiên cứu này, lý thuyết ngẫu nhiên tạo cơ hội phát hiện các nhân tố mang tính bối cảnh (như các nhân tố quy mô tổ chức, chiến lược kinh doanh, công nghệ, sự thay đổi của môi trường kinh doanh, năng lực của nhân viên kế toán) tác động việc vận dụng các phát triển trong kế toán quản trị cụ thể là SMA.

Quy mô doanh nghiệp: Quy mô doanh nghiệp tăng lên biểu thị sự phức tạp gia tăng và một lời kêu gọi lớn hơn đối với các thủ tục kế toán phức tạp để quản lý sự phức tạp (Cadez & Guilding, 2008). Một doanh nghiệp có quy mô lớn sẽ có nhiều phòng ban và nhu cầu thông tin được truyền đạt phức tạp hơn, nếu như với một doanh nghiệp thông thường với kế toán quản trị truyền thống với vai trò xác định chi phí và kiểm soát tài chính thì nay đã chuyển trọng tâm với vai trò 'tinh vi' là tạo ra giá trị thông qua việc triển khai tài nguyên có thể huy động của doanh nghiệp. Việc chuyển đổi quy trình kế toán quản trị tinh vi hơn đòi hỏi các nguồn lực và chuyên gia khiến chi phí phát sinh, so với các doanh nghiệp nhỏ, các doanh nghiệp quy mô lớn sẽ có các tài nguyên để áp dụng các quy trình kế toán quản trị tinh vi hơn (Abdel-Kader & Luther, 2008).

Giả thuyết H1: Quy mô doanh nghiệp có ảnh hưởng đến vận dụng SMA

Cạnh tranh: Bromwich & Bhimani (1994) cho rằng: trong bối cảnh thị trường cạnh tranh toàn cầu, việc duy trì quản lý theo cách tiếp cận ngắn hạn và tập trung thông tin nội bộ doanh nghiệp là không phù hợp mà đòi hỏi thông tin phải mang tính bền vững và và định vị chiến lược lâu dài. SMA có thể sẽ đóng góp cho việc có thêm thông tin tập trung và đa dạng từ bên ngoài doanh nghiệp, các thông tin này sẽ hỗ trợ các công ty phản ứng với cạnh tranh và thay đổi nhu cầu của người tiêu dùng (Bromwich, 1990)

Giả thuyết H2: Cạnh tranh có ảnh hưởng đến vận dụng SMA

Sự không chắc chắn về môi trường kinh doanh: khi PEU cao, các nhà quản lý sẽ cần thông tin kế toán quản trị phi truyền thống và tiên tiến hơn để đối phó với sự không chắc chắn và đưa ra quyết định phù hợp hơn. Cũng như các nghiên cứu cho thấy các công ty trong tình trạng PEU cao có thể cần một hệ thống kế toán quản trị có phạm vi rộng hơn, tổng hợp, tinh vi hơn để hỗ trợ các hoạt động của họ (Al-Mawali, 2015). SMA có thể là lựa chọn để đáp ứng yêu cầu này.

Giả thuyết H3: Sự không chắc chắn về môi trường kinh doanh sẽ có ảnh hưởng đến vận dụng SMA

Phong cách lãnh đạo: Nghiên cứu của Arunruangsirilert & Chonglertham (2017) đã cho thấy đặc điểm quản trị công ty ảnh hưởng đáng kể đến SMA ở hai khía cạnh là sự tham gia và sử dụng SMA, nghiên cứu của Pavlatos & Kostakis (2018) đề cập đến đặc điểm của CFO hay đặc điểm của nhóm quản trị cấp cao có ảnh hưởng đáng kể đến việc vận dụng SMA. Bromwich (1990, tr. 42) cũng đã nêu: “*Bất kỳ sự thiếu quan tâm nào đối với các rào cản gia nhập kế toán quản trị cũng có thể được giải thích bằng sự ổn định nhận thức của các rào cản này từ thời kỳ này sang thời kỳ khác hoặc bởi quan điểm rằng chúng là vấn đề chiến lược được xem xét bởi quản lý cấp cao*”

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN...

Giả thuyết H4: Định hướng chiến lược của doanh nghiệp sẽ có ảnh hưởng đến vận dụng SMA

Ứng dụng công nghệ thông tin: Công nghệ thông tin có thể giúp doanh nghiệp phát triển được các thị trường mới, các hình thức bán hàng mới hiệu quả với chi phí thấp. Sự phát triển và ứng dụng của internet cũng đã làm thay đổi mô hình và cách thức hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, việc chuyển dần các giao dịch truyền thống sang giao dịch điện tử đã ảnh hưởng đến vị trí, vai trò và cả nhu cầu của các bên có liên quan (khách hàng, nhà cung cấp, nhà đầu tư, ...) của doanh nghiệp. Vậy sự phát triển công nghệ thông tin sẽ có khả năng tác động tích cực đến việc thay đổi kế toán quản trị và vận dụng SMA tại doanh nghiệp

Giả thuyết H5: Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của doanh nghiệp có ảnh hưởng đến vận dụng SMA

Định hướng chiến lược: Abernethy & Guthrie (1994) phát hiện ra rằng hệ thống kế toán quản trị phức tạp (như SMA khi so với kế toán quản trị truyền thống) có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động ở các công ty áp dụng chiến lược người phát triển hơn so với các công ty áp dụng chiến lược phòng thủ. Khi nghiên cứu các kỹ thuật kế toán tập trung vào đối thủ cạnh tranh, Guilding (1999) nhấn mạnh thông tin định hướng bên ngoài của người tìm kiếm cao hơn so với người phòng thủ.

Giả thuyết H6: Phong cách lãnh đạo dân chủ sẽ có ảnh hưởng đến vận dụng SMA

Năng lực kế toán viên: Kế toán viên đóng vai trò quan trọng trong việc giúp doanh nghiệp hình thành chiến lược, phân tích chi phí chiến lược, tham gia vào việc lập mô hình cấu trúc chi phí của các đối thủ cạnh tranh. Bromwich (1990) gợi ý rằng kế toán viên có thể đóng vai trò quan trọng hơn trong các quyết định chiến lược, đặc biệt là trong các quyết định đa dạng hóa bằng cách xác định các chi phí thuộc tính và theo dõi hiệu suất của các thuộc tính này theo thời gian. Brouthers & Roozen (1999) cho rằng thông tin là chìa khóa quan trọng cho thành công chiến lược, họ đề xuất rằng quá trình thu thập, ghi nhận và báo cáo thông tin phải được tập trung để một bộ phận có trách nhiệm với nhiệm vụ này và đó là bộ phận kế toán. Các kỹ năng xã hội và kỹ thuật được phát triển tốt của các kế toán viên là quan trọng trong việc đảm bảo rằng kế toán quản trị có cơ sở để phát triển trọng tâm chiến lược.

Giả thuyết H7: Năng lực kế toán viên sẽ có ảnh hưởng đến vận dụng SMA

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

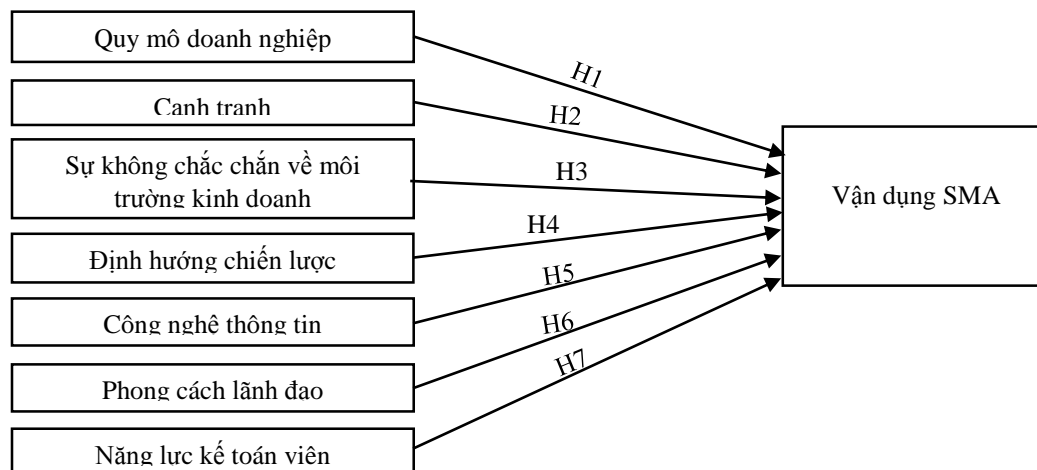
Nghiên cứu áp dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, thực hiện quy trình “nối tiếp nhau”. Theo đó, tác giả tìm cách giải thích hay mở rộng các phát hiện của các nghiên cứu trước đó, tác giả bắt đầu bằng một phương pháp định tính nhằm mục đích phát hiện - giải thích, rồi tiếp theo bằng một phương pháp định lượng với một mẫu phù hợp có thể khái quát hóa các kết quả cho số đông.

Với mục tiêu của nghiên cứu là khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng SMA tại các doanh nghiệp trên thị trường chứng khoán Việt Nam, tác giả sử dụng phương pháp lấy ý kiến chuyên gia với hình thức bảng hỏi, đối tượng được lấy ý kiến là giảng viên kế toán, nhà tư vấn kế toán, nhà quản lý cấp trung hoặc cao cấp có tham gia quy trình chiến lược tại doanh nghiệp. Quá trình lấy ý kiến giúp tác giả tổng hợp và đưa ra mô hình nghiên cứu chính thức cùng các thang đo cho từng nhân tố. Thang đo được sử dụng được kế thừa và bổ sung từ các nghiên cứu trước như thang đo quy mô doanh nghiệp, SMA được đề xuất bởi Cadez & Guilding (2008); cạnh tranh từ Hoque (2011); sự không chắc chắn về môi trường kinh doanh từ Costantini & Zanin (2017); định hướng chiến lược từ Segev (1987); phong cách lãnh đạo dân chủ từ Arnold và cs (2000).

Nghiên cứu định lượng được sử dụng để kiểm định mô hình nghiên cứu chính thức. Các dữ liệu cần thu thập để phân tích trong trường hợp này gồm dữ liệu về từng nhân tố trong đó có nhân tố như quy mô doanh nghiệp có khả năng thu thập từ báo cáo tài chính đã được kiểm toán của các công ty niêm yết (thứ cấp) thông qua việc tải từ trang Vietstock.vn. Các nhân tố khác như cạnh tranh, phong cách lãnh đạo, ... do dữ liệu liên quan chưa có sẵn trên thị trường, do đó nghiên cứu này sử dụng phương pháp gửi bảng câu hỏi khảo sát trực tuyến để thu thập dữ liệu. Sau gần 2 tháng từ khi gửi bảng khảo sát (tháng 8/2021 đến tháng 10/2021), tác giả nhận được là 147 phản hồi từ doanh nghiệp đạt yêu cầu, không có dữ liệu bỏ trống. Dữ liệu thu thập sau khi được sàng lọc được xử lý bằng phần mềm SPSS 26 và SmartPLS 3.3.3

5. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả nghiên cứu định tính giúp xác định mô hình và thang đo chính thức của nghiên cứu



Trong đó, quy mô doanh nghiệp (4 biến quan sát), cạnh tranh (6 biến quan sát), sự không chắc chắn về môi trường kinh doanh (6 biến quan sát), định hướng chiến lược (4 biến quan sát), công nghệ thông tin (6 biến quan sát), phong cách lãnh đạo (6 biến quan sát) và năng lực kế toán viên (6 biến).

Kết quả đánh giá mô hình đo lường cho thấy hệ số tải ngoài của các biến quan sát “cạnh tranh về giá”, “DN không chắc chắn trong việc nhận thức được những thay đổi trong quy định, chính sách của chính phủ”, “DN không chắc chắn về xu hướng tiêu dùng trong tương lai”, và “Nhà quản lý luôn khuyến khích nhân viên bày tỏ ý kiến/đề xuất” lần lượt bằng 0.643, 0.699, 0.617 và 0.656 đều nhỏ hơn 0.708 nên được xem xét loại bỏ khỏi mô hình do biến tiềm ẩn đã giải thích được ít hơn 50% sự biến thiên của các biến quan sát này. Các nhân tố đều có hệ số Cronbach’s Alpha cũng như Composite Reliability lớn hơn mức 0.8 có thể kết luận thang đo lường có độ tin cậy cao, cho thấy các biến quan sát đã sử dụng là rất tốt, thể hiện được đặc điểm của nhân tố mẹ. Các nhân tố có tính hội tụ (phương sai trích > 0.6) và có giá trị phân biệt sau khi gộp biến CI với biến AIT

Bảng 1. Chỉ số HTMT sau gộp biến CI và AIT

	AIT	CAP	OS	PEU	PLS	SIZE	SMA
AIT							
CAP	0.636						
OS	0.386	0.143					
PEU	0.200	0.209	0.129				
PLS	0.549	0.586	0.145	0.271			
SIZE	0.188	0.079	0.134	0.076	0.224		
SMA	0.812	0.597	0.376	0.213	0.743	0.229	

Về đánh giá mô hình cấu trúc: Kết quả phân tích từ SmartPLS3 dựa trên hệ số VIF đều nhỏ hơn 3 do đó có thể không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình. Kết quả đánh giá mối quan hệ tác động của các nhân tố thể hiện qua bảng 2:

Bảng 2: Hệ số đường dẫn mô hình

STT	Giả thuyết	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Quyết định
H5	AIT -> SMA	0.480	0.460	0.080	5.987	0.000	Chấp nhận
H7	CAP -> SMA	0.100	0.109	0.067	1.496	0.135	Bác bỏ

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN...

H4	OS -> SMA	0.146	0.148	0.040	3.688	0.000	Chấp nhận
H3	PEU -> SMA	0.186	0.186	0.076	2.437	0.015	Chấp nhận
H6	PLS -> SMA	0.321	0.316	0.080	3.990	0.000	Chấp nhận
H1	SIZE -> SMA	0.012	0.017	0.047	0.263	0.793	Bác bỏ

Sự tác động của các biến độc lập “ứng dụng công nghệ thông tin” (AIT), “định hướng chiến lược” (OS), “Sự không chắc chắn về môi trường kinh doanh” (PEU), “phong cách lãnh đạo dân chủ” (PLS) đều có p-value nhỏ hơn 0.05, đều có ý nghĩa thống kê hay nói cách khác, giả thuyết các nhân tố AIT, OS, PEU, PLS có tác động đến SMA được chấp nhận với độ tin cậy 95%. Mức độ tác động của từng nhân tố được chấp nhận thể hiện thông qua hệ số tác động f^2 với mức độ tác động biến OS và PEU có mức độ tác động đến biến phụ thuộc SMA là nhỏ (f^2 lần lượt là 0.057 và $0.102 < 0.15$), biến PLS có mức tác động trung bình đến SMA (0.183), AIT có mức tác động lớn đến SMA (0.353). R^2 hiệu chỉnh của SMA là 0.707 nghĩa là các biến độc lập đã giải thích được 70.7% sự biến thiên của biến SMA, còn lại 29.3% là sai số hệ thống và từ các yếu tố khác nằm ngoài mô hình.

6. BÀN LUẬN

Từ kết quả nghiên cứu, các giả thuyết được chấp nhận và loại bỏ sẽ được bàn luận trong phần này. Đối với giả thuyết về sự không chắc chắn trong môi trường kinh doanh sẽ có ảnh hưởng đến vận dụng SMA (H3), kết quả này tương đồng với các nghiên cứu đã thực hiện trước đó như Costantini & Zanin (2017), Al-Mawali (2015); Pavlatos (2015), phù hợp với lý thuyết ngẫu nhiên, rằng không có cách tốt nhất để tổ chức một công ty, để lãnh đạo một công ty hoặc đưa ra quyết định. Thay vào đó, quá trình hành động tối ưu là tùy thuộc vào tình hình bên trong và bên ngoài, lý giải cho các nỗ lực của nhà quản trị doanh nghiệp trong việc chấp nhận những thực hành kế toán tiên bộ vào trong doanh nghiệp nhằm cải thiện hoặc duy trì kết quả kinh doanh. Ở giả thuyết H4, định hướng chiến lược của doanh nghiệp sẽ có ảnh hưởng đến vận dụng SMA, kết quả này tương đồng với các nghiên cứu đã thực hiện trước đó như Pavlatos (2005), Cadez & Guilding (2008), Turner và cs (2017),.... Kết quả nghiên cứu cho thấy trong 4 loại chiến lược theo cách phân loại của Miles & Snow thì chiến lược người tân công sẽ tác động tích cực vào việc vận dụng SMA tại doanh nghiệp. Điều này là phù hợp với lập luận của Miles & Snow (1978) rằng các công ty phát triển các chiến lược thích ứng dựa trên nhận thức của họ về môi trường, những chiến lược thích ứng này cho phép một số doanh nghiệp thích nghi hơn hoặc nhạy cảm hơn với môi trường của họ so với những doanh nghiệp khác. Theo đó, các doanh nghiệp theo chiến lược người tìm kiếm là loại hình doanh nghiệp thích ứng nhất với sự thay đổi.

Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của doanh nghiệp sẽ có ảnh hưởng tích cực đến vận dụng SMA (H5). Kết quả nghiên cứu này đạt được kỳ vọng của tác giả. Kết quả nghiên cứu khẳng định sự phù hợp của lý thuyết ngẫu nhiên khi cho rằng tính hiệu quả của tổ chức là kết quả từ các đặc điểm phù hợp của tổ chức với các yếu tố ngẫu nhiên. Tổ chức được định hình bởi các yếu tố ngẫu nhiên, bởi vì nó cần phải phù hợp với chúng để tránh đánh mất hiệu quả hoạt động. Khi các yếu tố ngẫu nhiên thay đổi, cụ thể thời đại công nghệ thông tin phát triển như hiện nay, các tổ chức sẽ phải áp dụng các đặc điểm tổ chức kế toán mới phù hợp với các cấp độ mới của yếu tố ngẫu nhiên này. Cùng với việc ứng dụng tốt công nghệ thông tin trong các hoạt động, phong cách lãnh đạo dân chủ cũng có ảnh hưởng tích cực đến vận dụng SMA (H6). Kết quả nghiên cứu này phù hợp về mặt ý nghĩa với các nghiên cứu về phân quyền trong quản lý đã được thể hiện trong các nghiên cứu trước đây của Anh (2012); Quy (2020), cơ cấu tổ chức doanh nghiệp trong nghiên cứu của Nuong (2021). Trong nghiên cứu này, tác giả bổ sung và mở rộng các yếu tố ảnh hưởng đến việc vận dụng SMA ở việc đề cập đến yếu tố từ người lãnh đạo, từ phong cách này dẫn đến việc phân quyền trong quản lý hay xây dựng một cơ cấu tổ chức có sự phân quyền.

Việc nhân tố quy mô doanh nghiệp không đạt được chấp nhận trong kiểm định có thể giải thích rằng nhu cầu thông tin kế toán phục vụ cho hoạt động chiến lược của DN là cần thiết bất kể đó là doanh nghiệp thuộc quy mô như thế nào. Kết quả nghiên cứu đã đóng góp vào việc ủng hộ vận dụng SMA, khuyến khích các doanh nghiệp (kể cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa) thực hành SMA mà không quá coi trọng yếu tố quy mô doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng năng lực kế toán viên không có ý nghĩa thống kê khi thể hiện

sự tác động đến vận dụng SMA, tuy nhiên đây sẽ là vấn đề cần được xem xét thêm vì sự tham gia của kế toán là một mắt xích quan trọng trong quy trình chiến lược của doanh nghiệp khi vận dụng SMA. Việc năng lực nhân viên kế toán có ảnh hưởng đến vận dụng SMA không có ý nghĩa thống kê có thể lý giải rằng nhu cầu vận dụng SMA trong doanh nghiệp là cần thiết, phù hợp với tính chất cạnh tranh trong nền kinh tế. SMA với vai trò cung cấp thông tin hỗ trợ cho các quy trình chiến lược xuất phát từ nhu cầu thực tế như cạnh tranh, được hỗ trợ bởi yếu tố công nghệ, được khuyến khích qua phong cách lãnh đạo dân chủ, ... từ đó thúc đẩy việc vận dụng SMA và yêu cầu, đòi hỏi nhân viên kế toán phải có năng lực đầy đủ, đảm bảo cho việc áp dụng các thực hành SMA trong các doanh nghiệp có tham gia khảo sát.

7. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhân tố ứng dụng công nghệ thông tin trong các hoạt động của doanh nghiệp có mức ảnh hưởng mạnh nhất đến sự vận dụng SMA tại doanh nghiệp. Điều này hàm ý rằng, để có thể vận dụng SMA thành công không thể thiếu việc ứng dụng công nghệ thông tin trong các hoạt động tại DN. Công nghệ thông tin thúc đẩy sự đổi mới trong kinh doanh, sự đổi mới này thể hiện trong các ứng dụng thông minh hơn, khả năng lưu trữ dữ liệu được cải thiện, khả năng xử lý và phân phối thông tin nhanh và rộng hơn. Cách mạng công nghệ ảnh hưởng tới tất cả các mặt của đời sống xã hội cũng như hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Công nghệ thông tin tạo điều kiện cho SMA có cơ sở, nền tảng cho việc thiết lập và vận dụng ở mức độ cao tại doanh nghiệp. Phong cách lãnh đạo cũng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự hình thành và phát triển văn hóa doanh nghiệp. Đây là phong cách tác động, gây ảnh hưởng đến nhân sự, để họ cố gắng một cách tự nguyện vì các mục tiêu chung của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy phong cách lãnh đạo dân chủ có ảnh hưởng tích cực đến việc vận dụng SMA tại doanh nghiệp, hàm ý rằng phong cách lãnh đạo dân chủ tạo ra sự cởi mở, tích cực, vai trò của người lãnh đạo theo phong cách này không phải đứng đằng sau để thúc giục nhân sự mà là động viên, lắng nghe, khích lệ, định hướng và hỗ trợ nhân viên đạt được mục tiêu đã đề ra. Phong cách này giúp nhân sự tự nguyện tham gia vào các quy trình như một thành viên tích cực, xây dựng mối quan hệ kết nối, liên kết chặt chẽ trong mọi hoạt động của doanh nghiệp, tạo mạch thông tin quản lý liền mạch và đầy đủ, đây chính là cơ sở cho việc vận dụng SMA thành công. Ngoài ra, các nhân tố khác như định hướng chiến lược, sự không chắc chắn về môi trường kinh doanh cũng là các yếu tố có tác động đến việc triển khai vận dụng SMA tại doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cung cấp bằng chứng cho sự tác động của các yếu tố như ứng dụng công nghệ thông tin, phong cách lãnh đạo dân chủ, nhận thức về sự không chắc chắn của môi trường kinh doanh, định hướng chiến lược đến việc vận dụng SMA. Tuy nhiên, do số lượng mẫu thu thập được còn ít và là các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam nên khả năng khái quát của kết quả nghiên cứu còn hạn chế, tác giả kỳ vọng trong tương lai sẽ tiếp tục nghiên cứu chuyên sâu SMA với cỡ mẫu lớn hơn để có thể xem xét ảnh hưởng của từng lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp đến mức độ vận dụng SMA.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Abdel-kader, M., & Luther, R. (2008). *The impact of firm characteristics on management accounting practices : A UK-based empirical analysis*. 40, 2–27. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2007.11.003>
- Abernethy, M. A., & Guthrie, C. H. (1994). An empirical assessment of the “fit” between strategy and management information system design. In *Accounting and Finance* (pp. 49–66). <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.1994.tb00269.x>
- Al-Mawali, H. (2015). Contingent factors of Strategic Management Accounting. *Research Journal of Finance and AccountingOnline*, 6(11), 2222–2847.
- Anh, D. N. P. (2012). Factors Affecting Strategic Management Accounting in Vietnam’s Medium and Large- Sized Enterprises. *Jed, Ocober*(214), 81–90.
- Arnold, J. A. ;, Arad, S. ;, Rhoades, J. A. ;, & Drasgow, F. (2000). The empowering leadership questionnaire: The construction and. *Journal of Organizational Behavior*, 21(May), 249.
- Arunruangsirilert, T., & Chonglerttham, S. (2017). Effect of corporate governance characteristics on strategic management accounting in Thailand. *Asian Review of Accounting*, 25(1), 85–105. <https://doi.org/10.1108/ARA-11-2015-0107>
- Bhimani, A., & Langfield-Smith, K. (2007). Structure, formality and the importance of financial and non-financial

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN...

- information in strategy development and implementation. *Management Accounting Research*, 18(1), 3–31. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2006.06.005>
- Bromwich, M., & Bhimani, A. (1994). Management Accounting: Pathways to Progress. In *The Chartered Institute of Management Accountants*.
- Bromwich, Michael. (1988). Managerial accounting definition and scope-from a managerial view. *Management Accounting*, 66(8), 26–27.
- Bromwich, Michael. (1990). The case for strategic management accounting : the role of accounting information for strategy in competitive markets. *Accounting, Organizations and Society*, 15(1), 27–46.
- Brothers, K. D., & Roozen, F. A. (1999). Is it time to start thinking about strategic accounting? *Long Range Planning*, 32(3), 311–322. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(99\)00035-7](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(99)00035-7)
- Bùi Thị Trúc Quy (2020). *Các nhân tố ảnh hưởng đến việc áp dụng SMA và sự tác động của SMA đến thành quả hoạt động của doanh nghiệp sản xuất ở vùng Đông Nam Bộ*. Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế Tp. HCM.
- Cadez, S. (2009). Management accountants ' participation in strategic management processes : A cross-industry comparison *. *Journal for East European Management Studies*, 3(January), 310–322. <https://doi.org/10.5771/0949-6181-2009-3-310>
- Cadez, S., & Guilding, C. (2007). Benchmarking the incidence of strategic management accounting in Slovenia. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 3(2), 126–146. <https://doi.org/10.1108/18325910710756140>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2008.01.003>
- Chonglertham, T. A. S. (2017). Effect of corporate governance characteristics on strategic management accounting in Thailand. *Asian Review of Accounting*, 25(1), 85–105. <https://doi.org/10.1108/ARA-11-2015-0107>
- CIMA official terminology* (2005 edition), CIMA Publishing, London.
- Cinquini, L., & Tenucci, A. (2007). Is the adoption of Strategic Management Accounting techniques really “strategy-driven”? Evidence from a survey. *Munich Personal RePEc Archive*, (66700), 1–27.
- Costantini, A., & Zanin, F. (2017). Usefulness of Strategic Management. *Managing Global Transitions*, 15(4), 379–398.
- Cravens, K. S., & Guilding, C. (2001). An empirical study of the application of strategic management accounting techniques. *Advances in Management Accounting*, 10, 95–124.
- Guilding, C. (1999). Competitor-focused accounting : an exploratory note. *Accounting Organizations and Society*, 24, 583–595.
- Guilding, C., Cravens, K. S., & Tayles, M. (2000). An international comparison of strategic management accounting practices. *Management Accounting Research*, 11(1), 113–135. <https://doi.org/10.1006/mare.1999.0120>
- Guilding, C., & McManus, L. (2002). The incidence, perceived merit and antecedents of customer accounting: An exploratory note. *Accounting, Organizations and Society*, 27(1–2), 45–59. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(01\)00030-7](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(01)00030-7)
- Hoque, Z. (2003). Total quality management and the balanced scorecard approach : a critical analysis of their potential relationships and directions for. *Critical Perspectives on Accounting*, 14(February 2000), 553–566. [https://doi.org/10.1016/S1045-2354\(02\)00160-0](https://doi.org/10.1016/S1045-2354(02)00160-0)
- Hoque, Z. (2011). The relations among competition , delegation , management accounting systems change and performance : A path model. *Advances in Accounting, Incorporating Advances in International Accounting*, 27(2), 266–277. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2011.05.006>
- Hoque, Z., & James, W. (2000). Linking Balanced Scorecard Measures to Size and Market Factors: Impact on Organizational Performance. *Journal of Management Accounting Research*, 12(1), 1–17. <https://doi.org/10.2308/jmar.2000.12.1.1>
- Hutaibat, K. L. von A.-A. K. A.-H. (2011). Strategic management accounting and the strategising mindset in an English higher education institutional context. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 7(4), 358–390. <https://doi.org/10.1108/18325911111182312>

- Ittner, C. D., & Larcker, D. F. (1997). Quality strategy, strategic control systems, and organizational performance. *Accounting, Organizations and Society*, 22(3–4), 293–314. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(96\)00035-9](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(96)00035-9)
- Lê Thị Mỹ Nương (2021). *Các nhân tố ảnh hưởng đến việc áp dụng SMA và sự tác động của SMA đến thành quả hoạt động của doanh nghiệp sản xuất*. Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế Tp. HCM.
- Nixon, B., & Burns, J. (2012). The paradox of strategic management accounting. *Management Accounting Research*, 23(4), 229–244. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2012.09.004>
- Pavlatos, O. (2015). An empirical investigation of strategic management accounting in hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27(No. 5), 756–767. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0582>
- Pavlatos, O., & Kostakis, X. (2018). The impact of top management team characteristics and historical financial performance on strategic management accounting. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 14(4), 455–472. <https://doi.org/10.1108/JAOC-11-2017-0112>
- Roslender, R. (1995). Accounting for Strategic Positioning : Responding to the Crisis in Management Accounting '. *British Journal of Management*, 6, 45–57.
- Roslender, R., & Hart, S. J. (2002). Integrating management accounting and marketing in the pursuit of competitive advantage: the case for strategic management accounting. (March 2001), 255–277. <https://doi.org/10.1006/cpac.2001.0477>
- Segev, E. (1987). Strategy, strategy- making, and performance in a business game. *Strategic Management Journal*, 8(6), 565–577. <https://doi.org/10.1002/smj.4250080606>
- Simmonds, K. (1981). Strategic management accounting. *Management Accounting (UK)*, 59(4), 26–29.
- Smith, S. S. (2017). Strategic Management Accounting-A Strategic Role for Accountancy. *International Journal of Business and Social Science*, 8(2), 21–28. Retrieved from www.ijbssnet.com
- Turner, M. J., Way, S. A., Hodari, D., & Witteman, W. (2017). Hotel property performance: The role of strategic management accounting. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 33–43. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.02.001>
- Ward, K. (2012). *Strategic management accounting*. Routledge.
- Wilson, R. M. (1995). Strategic management accounting. *Issues in Management Accounting*, 2, 159–190.

FACTORS AFFECTING THE APPLICATION OF STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING IN ENTERPRISES LISTED ON THE STOCK MARKET IN VIETNAM

DO THI THU THAO

Faculty of Accounting and Auditing, Industrial University of Ho Chi Minh City
dothithuthao@iuh.edu.vn

Abstract: Strategic management accounting (SMA) is an evolution of traditional management accounting with a future orientation and more outward information, greatly helping to support the strategic process of enterprises in competitive economy. To promote the application of SMA in Vietnamese enterprises, it is necessary to understand the factors affecting the application of SMA. The study was conducted in combination with qualitative and quantitative research to detect and test the factors that have an impact on the application of SMA in listed companies on Vietnam stock market. The results show that factors such as the application of information technology in business operations, democratic leadership style, the perceivable economic uncertainty of the business environment, and strategic orientation have a positive influence to the SMA.

Keyword: Strategic management accounting

Ngày nhận bài: 01/03/2022

Ngày chấp nhận đăng: 23/05/2022