

## تحلیل نقش حسابداری مدیریت در تصمیم‌گیری قیمت‌گذاری محصول در استارت‌آپ‌های

### مرحله رشد

حمیده کمال پور، کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، مرودشت

[kanalpour1983@gmail.com](mailto:kanalpour1983@gmail.com)

#### چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل نقش حسابداری مدیریت در تصمیم‌گیری قیمت‌گذاری محصول در استارت‌آپ‌های مرحله رشد انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش، توصیفی و از نوع پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل مدیران مالی و حسابداران ارشد کلیه استارت‌آپ‌های فعال در بخش فناوری و خدمات نوین در اصفهان بوده که با استفاده از جدول کرجسی-مورگان حجم نمونه ۹۲ نفر برآورد شده است. روش مورد استفاده برای نمونه‌گیری نیز روش تصادفی ساده است. به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده که در مقیاس ۵ درجه ای لیکرت طراحی شده است. روایی پرسشنامه توسط اساتید و خبرگان مورد تایید قرار گرفته و پایایی آن با استفاده از اندازه‌گیری ضریب آلفای کرونباخ، برای همه متغیرها بالای ۰/۷ بدست آمده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده، روش‌های آماری توصیفی و آزمون‌های آمار استنباطی از طریق نرم افزار SPSS بکار گرفته شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که حسابداری مدیریت و مولفه‌های آن (شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها، انتخاب و گزینش داده‌ها، تجزیه و تحلیل داده‌ها) با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه مثبت و معنی‌داری دارد.

**کلیدواژه‌ها:** حسابداری مدیریت، تصمیم‌گیری قیمت‌گذاری محصول، دقت هزینه‌یابی، چابکی قیمت‌گذاری، استارت‌آپ‌های مرحله رشد.

## مقدمه

کسب و کار است که اگر به درستی مدیریت نشود، می‌تواند منجر به حاشیه سود منفی یا از دست دادن فرصت‌های بازار شود (گومز-پرادو<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۲).

حسابداری مدیریت به عنوان شاخه‌ای از دانش حسابداری که بر ارائه اطلاعات مالی و غیرمالی به مدیران داخلی برای برنامه‌ریزی، کنترل و تصمیم‌گیری تمرکز دارد، نقشی محوری در شفاف‌سازی این پیچیدگی‌ها ایفا می‌کند (داگدل<sup>۵</sup>، ۲۰۲۲). برخلاف حسابداری مالی که عمدتاً برای گزارش دهی به ذینفعان خارجی طراحی شده است، حسابداری مدیریت ابزاری درون‌سازمانی است که با هدف بهبود کارایی عملیاتی و استراتژیک سازمان عمل می‌کند (کریشنان<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۲۲). در استارت‌آپ‌های مرحله رشد، جایی که منابع محدود بوده و سرعت تصمیم‌گیری تعیین‌کننده است، حسابداری مدیریت با فراهم آوردن بینش‌های عمیق درباره رفتار هزینه‌ها، سودآوری محصولات مختلف و کارایی عملیات، به مدیران کمک می‌کند تا در تارکی اطلاعات حرکت کنند (لطیف<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۲۳). اهمیت حسابداری مدیریت در این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که این نظام اطلاعاتی، پل ارتباطی میان داده‌های خام عملیاتی و تصمیمات کلان

استارت‌آپ‌ها به عنوان پیشران‌های نوآوری و تغییر در اکوسیستم اقتصادی مدرن، نقش حیاتی در ایجاد ارزش افزوده و رقابت‌پذیری بازار ایفا می‌کنند (گونزالس<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۵). با اینحال، ماهیت ذاتی استارت‌آپ‌ها، به ویژه در مرحله رشد، آنها را در معرض عدم قطعیت‌های شدید، نوسانات سریع تقاضا و فشارهای رقابتی بی‌رحمانه قرار می‌دهد. در این مرحله حساس، استارت‌آپ از فاز آزمایش ایده عبور کرده و وارد فاز مقیاس‌پذیری می‌شود. دورانی که در آن حجم تراکنش‌ها، تنوع محصولات و پیچیدگی ساختار هزینه‌ها به شدت افزایش می‌یابد (چاماسیان<sup>۲</sup>، ۲۰۲۵). در چنین محیطی، تصمیم‌گیری‌های استراتژیک دیگر نمی‌توانند صرفاً براساس شهود بنیانگذاران یا داده‌های ناقص صورت گیرند، بلکه نیازمند تکیه بر سیستم‌های اطلاعاتی دقیق و به موقع هستند. یکی از کلیدی‌ترین تصمیمات استراتژیک که مستقیماً بر بقا، سودآوری و سهم بازار تاثیر می‌گذارد، قیمت‌گذاری محصول است (هو و سو<sup>۳</sup>، ۲۰۲۴). قیمت‌گذاری در استارت‌آپ‌ها تنها یک فرآیند محاسباتی ساده نیست، بلکه بازتابی از ارزش پیشنهادی، موقعیت رقابتی و پایداری مالی

<sup>5</sup> Dugdale

<sup>6</sup> Krishnan

<sup>7</sup> Latif

<sup>1</sup> González

<sup>2</sup> Chamassian

<sup>3</sup> Hu & Su

<sup>4</sup> Gómez-Prado

می‌کنند که مستقیماً مبنای تصمیم‌گیری‌های قیمت‌گذاری قرار می‌گیرد.

تصمیم‌گیری قیمت‌گذاری محصول در استارت‌آپ‌های

مرحله رشد دارای ابعاد دوگانه و پیچیده‌ای است که شامل

دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری می‌شود. دقت

هزینه‌یابی به توانایی سیستم حسابداری در شناسایی صحیح

تمام هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم اختصاص یافته به یک

محصول اشاره دارد. این دقت تضمین می‌کند که قیمت

فروش، حداقل پوشش دهنده هزینه‌های واقعی باشد و از

زیان‌های پنهان که اغلب در استارت‌آپ‌ها دیده می‌شود،

جلوگیری کند (داووادیونگ<sup>۱۱</sup>، ۲۰۲۲). از سوی دیگر،

چابکی قیمت‌گذاری به سرعت و انعطاف‌پذیری استارت‌آپ

در واکنش به تغییرات محیطی مانند نوسانات هزینه‌های مواد

اولیه، تغییر رفتار مشتریان و حرکات رقبا اشاره دارد. در

بازارهای پویا، قیمت ثابت می‌تواند کشنده باشد، بنابراین

توانایی تغییر سریع قیمت‌ها بر اساس داده‌های لحظه‌ای،

یک مزیت رقابتی حیاتی محسوب می‌شود (ویجایانتو<sup>۱۲</sup> و

همکاران، ۲۰۲۴). تعادل میان داشتن قیمت‌هایی که هم از

نظر هزینه دقیق باشند و هم از نظر زمانی چابک، چالش

اصلی مدیریت استارت‌آپ‌ها در مرحله رشد است.

تجاری است و بدون آن، استارت‌آپ‌ها در مواجهه با چالش

های مالی و قیمتی، دچار سردرگمی و تصمیم‌گیری‌های

خطا کار خواهند شد.

شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها به معنای استخراج تمامی

رویدادهای مالی و غیرمالی مرتبط با فعالیت‌های کسب

وکار از منابع متعدد است. این مرحله زیربنای هرگونه

تحلیل بعدی است و کیفیت خروجی نهایی به دقت و

جامعیت این فرآیند وابسته است (دای<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۲۳).

انتخاب و گزینش داده‌ها نیز فرآیندی انتقادی است که در

آن داده‌های نامربوط، تکراری یا فاقد ارزش تصمیم‌گیری

فیلتر شده و تنها اطلاعات کلیدی و استراتژیک برای

پردازش حفظ می‌شوند. این امر در محیط‌های پرشتاب

استارت‌آپی از فلج شدن مدیران ناشی از انفجار اطلاعات

جلوگیری می‌کند (سیاهان<sup>۹</sup> و همکاران، ۲۰۲۵). تجزیه و

تحلیل داده‌ها نیز قلب تپنده حسابداری مدیریت است که

در آن داده‌های گزینش شده با استفاده از تکنیک‌های

آماري و مدل‌های تحلیلی به بینش‌های قابل اقدام تبدیل

می‌شوند (عبدالحمید<sup>۱۰</sup>، ۲۰۲۴). این سه مرحله به صورت

زنجیره‌ای عمل کرده و سلسله‌مراتبی از اطلاعات را ایجاد

<sup>11</sup> Daowadung

<sup>12</sup> Wijayanto

<sup>8</sup> Dai

<sup>9</sup> Siahaan

<sup>10</sup> Abdelhalim

مقاله، تکنیک‌هایی مانند هزینه‌یابی مبتنی بر فعالیت (ABC)، بودجه‌بندی سرمایه‌ای، تحلیل ارزش افزوده اقتصادی (EVA) و کارت امتیازی متوازن (BSC) مورد بررسی قرار گرفته‌اند. هزینه‌یابی مبتنی بر فعالیت (ABC) با تخصیص دقیقتر هزینه‌ها به فعالیتهای اصلی، به مدیران کمک می‌کند تا هزینه‌های واقعی پروژه‌های تحقیق و توسعه را شناسایی کنند و از اتلاف منابع جلوگیری کنند. بودجه‌بندی سرمایه‌ای به ارزیابی و اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت پرداخته و به تخصیص منابع مالی به پروژه‌های مختلف کمک می‌کند. تحلیل ارزش افزوده اقتصادی (EVA) با محاسبه سود خالص پس از کسر هزینه‌های سرمایه‌ای، ارزش واقعی ایجاد شده توسط پروژه‌ها را اندازه‌گیری می‌کند. کارت امتیازی متوازن (BSC) نیز با ترکیب معیارهای مالی و غیرمالی، عملکرد پروژه‌های تحقیق و توسعه را به صورت جامع ارزیابی می‌کند. استفاده از این تکنیک‌ها می‌تواند مزایای متعددی از جمله بهبود تصمیم‌گیری، افزایش کارایی و ایجاد شفافیت را به همراه داشته باشد. با این حال، چالش‌هایی مانند پیچیدگی اجرایی و مقاومت در برابر تغییر نیز وجود دارند که نیازمند توجه ویژه هستند. از این رو نتایج نشان داد که بهره‌گیری از تکنیک‌های حسابداری مدیریت در ارزیابی پروژه‌های تحقیق و توسعه می‌تواند به بهبود فرآیندهای مدیریتی و

براین اساس، رابطه میان حسابداری مدیریت و تصمیم‌گیری قیمت‌گذاری، یک رابطه علی و معلولی مستقیم و چندبعدی است. وقتی فرآیندهای شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها قوی باشند، استارت‌آپ از کورحسی نسبت به هزینه‌های پنهان‌رهایی می‌یابد که پایه‌ای برای دقت در هزینه‌یابی است. همچنین، فرآیند انتخاب داده‌ها باعث می‌شود مدیران به جای غرق شدن در جزئیات بی‌اهمیت، بر شاخص‌های کلیدی قیمت‌گذاری تمرکز کنند (گومز-پرادو و همکاران، ۲۰۲۲) که این امر سرعت تصمیم‌گیری را افزایش داده و چابکی را ارتقا می‌بخشد. در نهایت، تجزیه و تحلیل داده‌ها با ارائه سناریوهای پیش‌بینی شده و تحلیل حساسیت، به مدیران اجازه می‌دهد تا پیامدهای تغییرات قیمتی را قبل از اجرا ببینند. این امر هم دقت تصمیم‌گیری را بالا می‌برد و هم با کاهش زمان بررسی گزینه‌ها، چابکی را تسریع می‌کند (ویجایانتو و همکاران، ۲۰۲۴). بنابراین، سیستم حسابداری مدیریت به عنوان مغز متفکر پشت صحنه، با تغذیه مداوم فرآیند قیمت‌گذاری با اطلاعات دقیق و به موقع، امکان دستیابی به این تعادل دشوار را فراهم می‌آورد.

فیضی‌زاده و احمدی‌سیاه‌اسطلخی (۱۴۰۳) پژوهشی تحت عنوان "استفاده از تکنیک‌های حسابداری مدیریت برای ارزیابی پروژه‌های تحقیق و توسعه" ارائه نمودند. در این

(۰/۸۳) بر عملکرد مالی شرکتها دارند. به گونه کلی، حسابداری مدیریت با ارائه اطلاعات با چشم انداز گسترده، دارای جهت‌گیری آینده‌است و منجر به پویا شدن توانایی مدیران و ایجاد مزیت رقابتی میشود. بنابراین، تعامل کنشگران سازمانی و استفاده تعاملی و تشخیصی از فنهای حسابداری مدیریت بر روی عملکرد سازمان تاثیر مثبت دارد.

حاجبها و سرخانی گنجی (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی نقش میانجیگری حسابداری مدیریت بر رابطه بین طراحی سیستم هزینه و عملکرد شرکت پرداختند. به بیان این پژوهش، عملکرد حسابداری مدیریت نه تنها در راستای دستیابی سریع‌تر و بهتر به اهداف سازمان نخواهد بود؛ بلکه باعث‌کندی و یا حتی انحراف سازمان در جهت دستیابی به اهداف خود خواهد شد. در چنین شرایطی ضرورت تهیه و ارائه اطلاعات مالی مربوط، قابل‌اتکا و مقایسه‌پذیر بیش از هر زمان دیگری شود احساس می‌شود. در این راستا حسابداری مالی نیازهای اطلاعاتی مربوط به استفاده‌کنندگان برون‌سازمانی و حسابداری مدیریت نیازهای اطلاعاتی مربوط به استفاده‌کنندگان درون‌سازمانی و مدیران را فراهم می‌کند.

افزایش کارایی سازمانها منجر شود. برای بهبود این فرآیند، پیشنهاد میشود که سازمانها به آموزش و توانمندسازی کارکنان در زمینه تکنیکهای حسابداری مدیریت توجه کنند، از سیستم‌های اطلاعاتی پیشرفته بهره‌گیرند و فرهنگ ارزیابی مستمر را در سازمان ترویج دهند. این اقدامات میتواند به کاهش چالش‌های موجود کمک کرده و بهره‌وری پروژه‌های تحقیق و توسعه را افزایش دهد. نمازی و کرشاهی (۱۴۰۰) در پژوهش خود، نقش واسطه‌ای فن‌های حسابداری مدیریت را بر رابطه کنشگران سازمانی و عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی مورد بررسی قرار دادند. به منظور بررسی نقش میانجی فنهای حسابداری مدیریت در رابطه کنشگران سازمانی و عملکرد مالی از آزمون سوبل استفاده شد. نتایج نشان داد، بین متغیرهای کنشگران سازمانی و متغیر عملکرد مالی، رابطه مثبت و نسبتاً قوی وجود دارد و استراتژی سازمانی با ۰/۷۶، ساختار سازمانی با ۰/۷۵ و نوآوری با ۰/۶۹، به ترتیب بیشترین رابطه را با عملکرد مالی دارند و بیشترین تاثیر مربوط به کنشگر انسانی عدم تمرکز و کمترین تاثیر مربوط به کنشگر غیر انسانی کارآفرینی است. تقریباً ۴۴ درصد از اثر کل کنشگران سازمانی بر عملکرد مالی از طریق غیر مستقیم توسط متغیر میانجی فنهای حسابداری مدیریت تبیین میشود. همچنین فنهای حسابداری مدیریت تاثیر قوی مثبتی

۱. شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه‌ی معنی‌داری دارد.
۲. انتخاب و گزینش داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه‌ی معنی‌داری دارد.
۳. تجزیه و تحلیل داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه‌ی معنی‌داری دارد.

### روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی از نظر روش توصیفی و از نوع پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل مدیران مالی و حسابداران ارشد کلیه استارت‌آپ‌های فعال در بخش فناوری و خدمات نوین در اصفهان به تعداد ۱۱۸ نفر می‌باشد که با استفاده از جدول کرجسی-مورگان حجم نمونه ۹۲ نفر تعیین شده است. روش مورد استفاده برای نمونه‌گیری نیز روش تصادفی ساده است. از روش کتابخانه‌ای-میدانی جهت گردآوری داده‌ها استفاده شده است. جهت گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته بوده که در مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت طراحی شده است. روایی پرسشنامه توسط اساتید و خبرگان مورد تایید قرار گرفته و پایایی آن با استفاده از اندازه‌گیری ضریب

نتیجه پژوهش سومکائو و اینانون<sup>۱۳</sup> (۲۰۲۰) نشان داد که مدیران برای محاسبه هزینه‌های محصول و خدمات، برنامه‌ریزی اقدامات کنترل و عملکرد، ارزیابی عملکرد رقبا و ارزیابی سودآوری مشتری در شرایط عدم اطمینان محیطی به طور فزاینده‌ای به اطلاعات حسابداری مدیریت استراتژیک نیاز دارند.

امیاسو و اگبونیکه<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۸) در پژوهش خود به بررسی رابطه عملکرد سازمانی و کاربرد تکنیک‌های حسابداری مدیریت استراتژیک در شرکت‌های تولیدی نیجریه پرداختند. پژوهش آنها رابطه مثبتی در کاربرد ابزارهای حسابداری مدیریت استراتژیک با عملکرد سازمانی را نشان می‌دهد.

بر اساس آنچه که بیان شد و بررسی پیشینه پژوهش، تاکنون مطالعه‌ای در جهت تحلیل نقش حسابداری مدیریت و دقت هزینه‌یابی و نیز چابکی قیمت‌گذاری محصول در استارت‌آپ‌های مرحله رشد انجام نگرفته است. بنابراین، با توجه به هدف پژوهش، فرضیه‌های زیر مطرح می‌گردد:

فرضیه اصلی: حسابداری مدیریت با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه معنی‌داری دارد.

فرضیه‌های فرعی:

<sup>14</sup> Emiaso & Egbunike

<sup>13</sup> Sumkaew & Intanon

آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفته و نتایج در جدول

۱ ارائه شده است.

جدول ۱. نتایج اندازه‌گیری آلفای کرونباخ

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ
حسابداری مدیریت	۰/۷۹
شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها	۰/۷۸
انتخاب و گزینش داده‌ها	۰/۷۲
تجزیه و تحلیل داده‌ها	۰/۷۷
دقت هزینه‌یابی	۰/۷۴
چابکی قیمت‌گذاری	۰/۷۶

از طریق نرم‌افزار (SPSS) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

ضریب آلفای کرونباخ برای تمام متغیرهای پژوهش بالای ۰/۷۰ بدست آمده است که نشان‌دهنده پایایی مناسب و

مطلوب ابزار سنجش می‌باشد.

### نتایج پژوهش

ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان به شرح زیر ارائه می‌گردد:

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش‌های آماری توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار) و آزمون‌های آمار استنباطی استفاده شده است. کلیه محاسبات عنوان شده

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۲۰/۶
	مرد	۷۹/۴

۶۳/۱	۵۸	لیسانس	تحصیلات
۲۲/۸	۲۱	فوق لیسانس	
۱۴/۱	۱۳	دکتری	
۷/۶	۷	۲۰ تا ۳۰	سن
۳۵/۹	۳۳	۳۱ تا ۴۰	
۴۴/۶	۴۱	۴۱ تا ۵۰	
۱۱/۹	۱۱	بالای ۵۰	
۱۸/۵	۱۷	زیر ۱۰ سال	سابقه کار
۴۱/۳	۳۸	۱۰ تا ۱۵ سال	
۳۴/۸	۳۲	۱۶ تا ۲۰ سال	
۵/۴	۵	بالای ۲۰ سال	

با کم‌ترین فراوانی ۲۰ تا ۳۰ سال سن دارند. ۴۱/۳ درصد پاسخگویان با بیش‌ترین فراوانی ۱۰ تا ۱۵ سال سابقه کار دارند و ۵/۴ درصد با کمترین فراوانی بالای ۲۰ سال سابقه کار دارند.

مطابق نتایج جدول ۲: ۲۰/۶ درصد پاسخگویان زن هستند و ۷۹/۴ درصد نیز مرد هستند. ۶۳/۱ درصد پاسخگویان با بیش‌ترین فراوانی تحصیلات لیسانس دارند و ۱۴/۱ درصد با کمترین فراوانی دکتری هستند. ۴۴/۶ درصد پاسخگویان با بیش‌ترین فراوانی ۴۱ تا ۵۰ سال سن دارند و ۷/۶ درصد

جدول ۳. میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار
حسابداری مدیریت	۳/۵۷	۰/۳۹۳
شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها	۳/۷۸	۰/۶۳۰

۰/۶۴۴	۳/۶۵	انتخاب و گزینش داده‌ها
۰/۶۷۶	۳/۶۸	تجزیه و تحلیل داده‌ها
۰/۶۶۱	۳/۴۵	دقت هزینه‌یابی
۰/۵۸۳	۳/۶۳	چابکی قیمت‌گذاری

از میان متغیرهای پژوهش، شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها بالاترین میانگین (۳/۷۸) و دقت هزینه‌یابی کمترین میانگین (۳/۴۵) را به خود اختصاص داده است. میانگین کل حسابداری مدیریت نیز ۳/۵۷ است.

در ادامه به آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود. فرضیه اصلی حسابداری مدیریت با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه معنی‌داری دارد.

جدول ۴. آزمون همبستگی بین حسابداری مدیریت با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری

مؤلفه	شاخص	دقت هزینه‌یابی	چابکی قیمت‌گذاری
حسابداری مدیریت	همبستگی پیرسون	۰/۲۳۵	۰/۲۴۲
	معناداری	۰/۰۰۸	۰/۰۰۱

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی معنی‌داری بین حسابداری مدیریت با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون (۰/۲۳۵) و (۰/۲۴۲) محاسبه شده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است، فرضیه اصلی پژوهش را تایید می‌کند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که حسابداری مدیریت همبستگی مثبت و معنی‌داری با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری دارد. فرضیه فرعی اول: شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه معنی‌داری دارد. برای آزمون این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتیجه آن در جدول زیر می‌آید:

جدول ۵. آزمون همبستگی بین شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری

مؤلفه	شاخص	دقت هزینه‌یابی	چابکی قیمت‌گذاری
شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها	همبستگی پیرسون	۰/۱۹۸	۰/۲۰۱
	معناداری	۰/۰۰۱	۰/۰۰۹

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی مثبت و معنی‌داری بین شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون (۰/۱۹۸) و (۰/۲۰۱) محاسبه شده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است، فرضیه فرعی اول را تایید می‌کند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها تاثیر معنی‌داری با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری دارد. فرضیه فرعی دوم: انتخاب و گزینش داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه معنی‌داری دارد. برای آزمون این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتیجه آن در جدول زیر می‌آید:

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی مثبت و معنی‌داری بین شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون (۰/۱۹۸) و (۰/۲۰۱) محاسبه شده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است، فرضیه فرعی اول را تایید می‌کند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها تاثیر

جدول ۶. آزمون همبستگی بین انتخاب و گزینش داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری

مؤلفه	شاخص	دقت هزینه‌یابی	چابکی قیمت‌گذاری
انتخاب و گزینش داده‌ها	همبستگی پیرسون	۰/۲۳۱	۰/۲۵۳
	معناداری	۰/۰۰۹	۰/۰۰۹

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی مثبت و معنی‌داری بین انتخاب و گزینش داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون (۰/۲۳۱) و (۰/۲۵۳) محاسبه شده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است، فرضیه فرعی دوم را تایید می‌کند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که انتخاب و گزینش داده‌ها همبستگی مثبت و معنی‌داری با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری دارد.

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی مثبت و معنی‌داری بین انتخاب و گزینش داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون (۰/۲۳۱) و (۰/۲۵۳) محاسبه شده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است، فرضیه فرعی دوم را تایید می‌کند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که انتخاب و گزینش داده‌ها همبستگی مثبت و معنی‌داری با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری دارد.

فرضیه فرعی سوم: تجزیه و تحلیل داده‌ها با دقت هزینه یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه معنی‌داری دارد. شده است که نتیجه آن در جدول زیر می‌آید:

جدول ۷. آزمون همبستگی بین تجزیه و تحلیل داده‌ها با دقت هزینه یابی و چابکی قیمت‌گذاری

مؤلفه	شاخص	دقت هزینه یابی	چابکی قیمت‌گذاری
تجزیه و تحلیل داده‌ها	همبستگی پیرسون	۰/۲۳۰	۰/۲۳۳
	معناداری	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی مثبت و معنی‌داری بین تجزیه و تحلیل داده‌ها با دقت هزینه یابی و چابکی قیمت‌گذاری وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون (۰/۲۳۰) و (۰/۲۳۳) محاسبه شده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است، فرضیه فرعی سوم را تایید می‌کند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تجزیه و تحلیل داده‌ها همبستگی مثبت و معنی‌داری با دقت هزینه یابی و چابکی قیمت‌گذاری دارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تحلیل نقش حسابداری مدیریت در تصمیم‌گیری قیمت‌گذاری محصول در استارت‌آپ‌های مرحله رشد انجام شده است. نتایج فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- فرضیه اصلی: حسابداری مدیریت با دقت هزینه

یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه معنی‌داری دارد. نتایج آماری نشان می‌دهد که حسابداری مدیریت به عنوان یک نظام یکپارچه اطلاعاتی، رابطه مثبت و معنی‌داری با هر دو مؤلفه دقت هزینه یابی و چابکی قیمت‌گذاری دارد. این یافته تایید می‌کند که پیاده‌سازی اصول حسابداری مدیریت در استارت‌آپ‌های رشد، صرفاً محدود به ثبت تراکنش‌ها نیست، بلکه بستری را فراهم می‌آورد که در آن اطلاعات مالی دقیق و به موقع، همزمان پایه‌ای برای محاسبه صحیح حاشیه سود (دقت) و ابزاری برای واکنش سریع به سیگنال‌های بازار (چابکی) عمل می‌کند. بنابراین، وجود یک سیستم حسابداری مدیریت کارآمد، پیش‌شرط لازم برای تصمیم‌گیری‌های قیمت‌گذاری هوشمندانه و پایدار در محیط پرنوسان استارت‌آپی است.

- فرضیه فرعی اول: شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها با

های حیاتی از غیرحیاتی، باعث میشود تمرکز تیم مدیریت بر شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPIs) متمرکز بماند. این امر با حذف نویزهای اطلاعاتی، ضمن افزایش شفافیت در محاسبه هزینه‌های واقعی (دقت)، مانع از فلج شدن تصمیم‌گیری ناشی از سردرگمی داده‌ها شده و چابکی سازمان را حفظ می‌کند.

- فرضیه فرعی سوم: تجزیه و تحلیل داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه‌ی معنی‌داری دارد. نتایج مربوط به بررسی نقش تجزیه و تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که این مرحله تحلیلی، نقطه عطف تبدیل داده‌های خام به بینش‌های استراتژیک بوده و رابطه قوی با دقت و چابکی قیمت‌گذاری دارد. تجزیه و تحلیل عمیق داده‌ها به استارت‌آپ‌ها اجازه می‌دهد تا الگوهای پنهان هزینه‌ها، رفتار مصرف‌کننده و واکنش رقبا را کشف کنند. این بینش‌ها باعث میشوند قیمت‌گذاری از حالت حدسی خارج شده و بر اساس شواهد آماری (دقت) انجام شود. همچنین، مدل‌های تحلیلی پیشرفته امکان شبیه‌سازی سناریوهای مختلف قیمتی را فراهم کرده و به مدیران کمک می‌کنند تا بهترین استراتژی قیمت‌گذاری را در کمترین زمان ممکن انتخاب نمایند که خود مصداق بارز چابکی در تصمیم‌گیری است.

دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه معنی‌داری دارد.

بررسی نقش شناسایی و جمع‌آوری داده‌ها نشان داد که این مرحله اولیه از چرخه حسابداری مدیریت، تاثیر مستقیم و معنی‌داری بر دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری دارد. این نتیجه بیانگر آن است که کیفیت خروجی‌های تصمیم‌گیری، مستقیماً به کمیت و تنوع داده‌های ورودی وابسته است. بدین معنا که استارت‌آپ‌هایی که فرآیندهای جامعی برای شناسایی تمام منابع هزینه و متغیرهای بازار دارند، از نقاط کور اطلاعاتی‌های یافته و با تکیه بر داده‌های کامل، نه تنها خطاهای محاسباتی در قیمت‌گذاری را کاهش می‌دهند بلکه با داشتن دسترسی سریع به داده‌های کلیدی، سرعت اتخاذ تصمیم را نیز افزایش می‌دهند.

- فرضیه فرعی دوم: انتخاب و گزینش داده‌ها با دقت هزینه‌یابی و چابکی قیمت‌گذاری رابطه معنی‌داری دارد. انتخاب و گزینش داده‌ها نیز همبستگی مثبت و معنی‌داری با متغیرهای وابسته پژوهش نشان داد که اهمیت فیلتر کردن و اولویت‌بندی اطلاعات را برجسته می‌سازد. در اکوسیستم شلوغ استارت‌آپ‌ها، حجم عظیمی از داده‌ها تولید میشود که بسیاری از آنها فاقد ارزش افزوده تصمیم‌گیری هستند. لذا توانایی مدیران و سیستم‌های حسابداری در تفکیک داده

تاثیرگذاری داده‌ها بر تصمیم‌گیری قیمت‌گذاری، دیدگاه  
های جامع‌تری ارائه دهند.

### منابع

- حاجیه‌ها، زهره، و سرخانی گنجی، حمیدرضا.  
(۱۳۹۹). بررسی نقش میانجیگری حسابداری  
مدیریت بر رابطه بین طراحی سیستم هزینه و عملکرد  
شرکت، حسابداری مدیریت، ۱۳(۴۴)، ۴۱-۵۳.

- فیضی‌زاده، احمد، احمدی‌سیاه‌اسطلخی، ابراهیم.  
(۱۴۰۳). استفاده از تکنیک‌های حسابداری مدیریت  
برای ارزیابی پروژه‌های تحقیق و توسعه، کنفرانس  
یافته‌های نوین در مدیریت، روانشناسی و  
حسابداری، ۸(۸)، ۳۶۰-۳۷۰.

- نمازی، محمد، کرمشاهی، بهنام. (۱۴۰۰). نقش  
واسطه‌ای فن‌های حسابداری مدیریت بر رابطه  
کشگران سازمانی و عملکرد مالی شرکت‌های  
تولیدی، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت،  
۱۰(۳۸)، ۶۶-۴۵.

- Abdelhalim, A. M. (2024). How  
management accounting practices  
integrate with big data analytics and  
its impact on corporate sustainability.  
*Journal of Financial Reporting and  
Accounting*, 22(2), 416-432.

پژوهش حاضر تایید می‌کند که در اکوسیستم استارت‌آپ  
های مرحله رشد، حسابداری مدیریت دیگر یک ابزار صرفاً  
گزارش‌دهی نیست بلکه یک مزیت رقابتی استراتژیک  
محسوب می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهند که سه رکن اصلی  
حسابداری مدیریت (جمع‌آوری، انتخاب و تحلیل داده‌ها)  
به صورت زنجیره‌ای عمل کرده و با ارتقای کیفیت  
اطلاعات مالی، هم‌دقت هزینه‌یابی را تضمین می‌کنند تا  
از زیان‌های پنهان جلوگیری شود و هم‌چابکی قیمت  
گذاری را افزایش می‌دهند تا استارت‌آپ بتواند در برابر  
نوسانات بازار واکنشی سریع و هوشمندانه داشته باشد.  
بنابراین، سرمایه‌گذاری روی زیرساخت‌های داده‌محور  
حسابداری مدیریت، نه تنها شفافیت مالی را بالا می‌برد بلکه  
مستقیماً بر توانایی استارت‌آپ برای بقا و رشد پایدار از طریق  
قیمت‌گذاری بهینه‌تر تاثیرگذار است.

یکی از محدودیت‌های اصلی این پژوهش، محدود بودن  
جامعه آماری به استارت‌آپ‌های فناوری شهر اصفهان و  
همچنین حساسیت بالای اطلاعات مالی و فرآیندهای  
داخلی که ممکن است منجر به سوگیری در پاسخ‌دهی  
شود، می‌باشد. بنابراین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی با  
گسترش دامنه جغرافیایی به سایر کلان‌شهرها برای افزایش  
تعمیم‌پذیری نتایج و استفاده از روش‌های ترکیبی یا کیفی  
(مانند مصاحبه عمیق) برای کشف مکانیزم‌های پنهان

- a competitive advantage in the international performance of startups: Case of Peru. *Sustainability*, 14(17), 10703.
- González M, M. A., Terzidis, O., Lütz, P., & Heblich, B. (2024). Critical decisions at the early stage of start-ups: a systematic literature review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 83.
  - Hu, X., & Su, P. (2024, April). Strategic Pricing and Marketing in SaaS Startups: Enhancing Investment Prospects. In *2024 Midwest Decision Sciences Institute Conference Hosted by Youngstown State University University* (p. 93).
  - Krishnan, C. S. N., Ganesh, L. S., & Rajendran, C. (2022). Management accounting tools for failure prevention and risk management in the context of Indian innovative start-ups: a contingency theory approach. *Journal of Indian Business Research*, 14(1), 23-48.
  - Latif, S., Izani, S., & Ghani, M. A. (2023). The Use of Management Accounting Practices by Young Entrepreneurs in Start-up Small Firms: A Qualitative Insight. *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)*, 4(1), 60-69.
  - Chammassian, R. G. (2025). Costs and Entrepreneurial Startup Lifecycles—Early Stages. In *Costs, Value, and the Entrepreneurial Venture Journey: Developing Value-Driven Ventures* (pp. 55-117). Cham: Springer Nature Switzerland.
  - Dai, J., & Vasarhelyi, M. A. (2023). Management accounting 4.0: The future of management accounting. *Journal of emerging technologies in Accounting*, 20(1), 1-13.
  - Daowadueng, P. (2022). The antecedents on the adoption of advanced costing systems in Thailand startups. *ABAC Journal*, 42(3), 162.
  - Dugdale, D. (2022). *Strategic pricing and management accounting*. Routledge.
  - Emiaso, D., & Egbunike, A.P. (2018). Strategic management accounting practices and organizational performance of manufacturing firms in Nigeria. *Journal of Accounting and Financial Management*, 4(1), 10-18.
  - Gómez-Prado, R., Alvarez-Risco, A., Cuya-Velásquez, B. B., Arias-Meza, M., Campos-Dávalos, N., Juárez-Rojas, L., ... & Yáñez, J. A. (2022). Product innovation, market intelligence and pricing capability as

- Siahaan, S. B., Simanjuntak, W. A., Mesakh, J., Silalahi, M., & Napitupulu, M. A. (2025). Strategic Management Accounting and Digital Transformation: The Role of Big Data Analytics in Decision Making. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 7(2), 521-544.
- Sumkaew, N., & Intanon, R. (2020). The Relationship between Strategic Management Accounting Information Usage, Environmental Uncertainty and Nationality of Director of Manufacturing Enterprises in Thailand. *Open Journal of Social Sciences*, 8(9), 39-52.
- Wijayanto, G., Rama, R., Jushermi, J., Pramadewi, A., & Rivai, Y. (2024). The Effect of Pricing Strategy, Promotional Activities, Market Research, and Supply Chain Management on Marketing Performance in Indonesian Start-ups. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 1354-1368.