

NHỮNG TIẾN BỘ CỦA KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC SO VỚI KẾ TOÁN QUẢN TRỊ TRUYỀN THỐNG

● LÊ NHƯ HOA

TÓM TẮT:

Hiện tại, có nhiều quan điểm khác nhau về vai trò của kế toán quản trị chiến lược so với kế toán quản trị truyền thống. Bài viết này sử dụng phương pháp định tính mô tả và so sánh dựa trên việc xem xét tài liệu có hệ thống từ các nhà nghiên cứu khác nhau nhằm tìm hiểu, phân tích so sánh giữa kế toán quản trị và kế toán quản trị chiến lược. Từ đó, rút ra được kết luận về sự tiến bộ của kế toán quản trị chiến lược đang làm tăng vai trò của kế toán quản trị hơn so với kế toán quản trị truyền thống.

Từ khóa: kế toán quản trị, kế toán quản trị truyền thống, kế toán quản trị chiến lược.

1. Đặt vấn đề

Kế toán quản trị (MA) được coi là chất xúc tác để đạt được các mục tiêu chung của tổ chức (Lowe, 1971; Otley, Broadbent và Berry, 1995; Ouchi, 1979). Hệ thống kế toán quản trị (MA) đã được công nhận là một phần không thể thiếu của hệ thống thông tin và là một trong những nguồn thông tin quan trọng nhất trong một tổ chức (Hopwood, 1972). Chúng cung cấp thông tin được sử dụng cho các mục đích nội bộ khác nhau của tổ chức, từ việc ra quyết định đến phương tiện để tổ chức học tập (Coad, 1996). Tuy nhiên, khả năng đáp ứng thành công các yêu cầu thông tin hiện đại của công ty vẫn còn bị nghi ngờ (Hiromoto, 1988; Johnson và Kaplan, 1987; Kaplan, 1984). Cụ thể, Johnson và Kaplan (1987) đã chỉ trích các hệ thống kế toán quản trị đã mất đi sự phù hợp vì chúng không phù hợp với môi trường kế toán hiện đại và chúng không hữu ích trong quá trình kiểm soát, tính giá thành sản phẩm và đánh giá hiệu quả hoạt động của các nhà quản lý trong bối cảnh ngày càng gia tăng các vấn đề liên quan đến kế

toán, khả năng xử lý thông tin. Sự tranh cãi này dựa trên việc kế toán quản trị truyền thống thiếu khả năng đáp ứng các yêu cầu về thông tin có thể góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh và hiệu quả hoạt động lâu dài của tổ chức.

Kế toán quản trị chiến lược (SMA) được đưa ra lần đầu tiên vào đầu những năm 1980, nhưng chưa nhận được nhiều sự chú ý (Simmonds, 1981). Việc xem xét các tài liệu về SMA cho thấy những lỗ hổng trong hiểu biết của chúng ta dường như là do những cách giải thích và khái niệm khác nhau về SMA do những người ủng hộ nó đưa ra. Những năm gần đây đã chứng kiến sự quan tâm ngày càng tăng đối với SMA. SMA luôn được coi là một biến thể của kế toán quản trị và do đó vai trò của nó vẫn là cung cấp thông tin cho việc ra quyết định. Các bài viết của Wilson (1995, p. 163) chứng minh SMA là hình thức lý tưởng hóa hoàn hảo của kế toán quản trị, hay nói chính xác hơn, SMA là kế toán quản trị sau khi đã loại bỏ những chỉ trích của những năm 1980.

Bài viết phân tích sự phát triển của kế toán quản

trị chiến lược khắc phục những hạn chế của kế toán quản trị truyền thống như thế nào. Đồng thời làm rõ vai trò của kế toán quản trị trong việc ra quyết định và cho thấy sự cần thiết phải có thêm bằng chứng thực nghiệm về tính hữu ích của kế toán quản trị chiến lược đối với quản lý chung.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để phân tích mối quan hệ và sự khác biệt giữa kế toán quản trị, kế toán quản trị chiến lược, tác giả sử dụng phương pháp định tính, sử dụng phân tích tài liệu, lựa chọn các tài liệu liên quan thông qua việc đọc các tài liệu và bài báo trong phạm vi nghiên cứu.

3. Khái niệm về kế toán quản trị chiến lược và sự khác nhau giữa kế toán quản trị chiến lược với kế toán quản trị truyền thống

3.1. Các khái niệm về kế toán quản trị chiến lược

Không có một định nghĩa thống nhất về SMA. Nói một cách đơn giản nhất, SMA làm cho kế toán quản trị mang tính chiến lược hơn (Roslender và Hart, 2003, tr 272). Simmonds (1981, trang 26) định nghĩa SMA là “việc 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”. Bromwich (1990, trang 28) đưa ra định nghĩa giới hạn SMA đối với các vấn đề tài chính, thông tin, nhưng tập trung vào hiệu suất so với đối thủ cạnh tranh cụ thể SMA là: cung cấp và phân tích thông tin tài chính về thị trường sản phẩm của công ty, chi phí và cơ cấu chi phí của đối thủ cạnh tranh cũng như giám sát chiến lược của doanh nghiệp và chiến lược của đối thủ cạnh tranh trên các thị trường này trong một số giai đoạn.

CIMA mô tả kế toán quản trị chiến lược là một hình thức kế toán quản trị nhấn mạnh việc tập trung vào thông tin liên quan đến yếu tố bên ngoài của đơn vị và cả thông tin phi tài chính cũng như thông tin được tạo ra trong nội bộ.

Trong nghiên cứu của Cadez và Guilding (2008), kế toán quản trị chiến lược bao gồm (1) chi phí chiến lược; (2) lập kế hoạch, kiểm soát và đo lường hiệu suất; (3) ra quyết định chiến lược; (4) kế toán của đối thủ cạnh tranh; và (5) kế toán khách hàng. Nó được xem như một tập hợp các kỹ thuật kế toán quản trị có định hướng chiến lược, xem xét tiềm năng tham gia kế toán quản trị nhiều hơn vào

quy trình quản lý chiến lược và liên quan đến sự tham gia của kế toán viên trong các hoạt động ra quyết định của doanh nghiệp. Các công ty áp dụng kế toán quản trị chiến lược dường như tập trung vào các loại chiến lược (người thăm dò, người bảo vệ và người phân tích), mức độ mà chiến lược được xây dựng có chủ ý và mức độ định hướng thị trường (Cheng, Li, Lin, & Chih, 2020).

Lachmann, Knauer và Trapp (2013), định nghĩa kế toán quản trị chiến lược là việc cung cấp và phân tích dữ liệu kế toán quản trị về một doanh nghiệp và đối thủ cạnh tranh, có thể được sử dụng trong việc phát triển và giám sát chiến lược kinh doanh, đặc biệt là các mức độ và xu hướng liên quan đến chi phí, giá cả thực tế, khối lượng, thị phần, dòng tiền và tỷ lệ nhu cầu trên tổng nguồn lực của công ty.

Theo Nixon và Burns (2012), mặc dù kế toán quản lý chiến lược đã được định nghĩa khác nhau, nhưng vẫn có “sự đồng thuận rộng rãi rằng các hoạt động chính của SMA là (1) phát triển một chiến lược lớn, mục đích hoặc ý thức định hướng, (2) xây dựng các mục tiêu chiến lược và kế hoạch để đạt được chúng, (3) thực hiện kế hoạch và (4) giám sát, đánh giá và hành động khắc phục”.

3.2. Sự khác nhau giữa kế toán quản trị chiến lược với kế toán quản trị truyền thống

Môi trường kinh doanh đã trải qua những thay đổi đáng kể do toàn cầu hóa và sự phát triển của công nghệ thông tin và sản xuất (Burgstahler và cộng sự. 2007). Những điều này đã dẫn đến những thay đổi đáng kể trong việc quản lý và tổ chức của các công ty. Cũng như ảnh hưởng gián tiếp và triệt để đến lĩnh vực kế toán quản trị, đặc biệt là các chức năng thông tin trong một tổ chức. Những thực tế đang diễn ra này đã tạo ra nhu cầu cho kế toán quản trị phải chuyển mối quan tâm từ những yếu tố mang tính truyền thống về các con số và biện pháp kế toán sang tập trung vào việc gia tăng và tích hợp giá trị trong một công ty. Các nhà phê bình thường xuyên phàn nàn rằng kế toán quản trị tập trung quá nhiều vào chức năng kinh doanh nội bộ của kế toán nhằm đáp ứng yêu cầu của các nhà quản lý nội bộ. Ví dụ, Chapman (2005) lập luận rằng trong khi sự quan tâm đặc biệt được dành cho các vấn đề nội bộ thì tầm nhìn kinh doanh lại đánh mất các cơ hội bên

ngoài và gia tăng các mối đe dọa kinh doanh tiềm ẩn. Simmonds, 1981, lại chỉ trích kỹ thuật kế toán quản trị truyền thống Chi phí-khối lượng-lợi nhuận nội bộ (CVP) là không phù hợp với mục đích chiến lược và kêu gọi kế toán quản trị tập trung vào bên ngoài để có thể hỗ trợ các nhà quản lý trong việc xây dựng và giám sát chiến lược của tổ chức họ. Hơn nữa, ông nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tìm hiểu thông tin về đối thủ cạnh tranh trong việc giải quyết việc theo đuổi chiến lược của tổ chức.

SMA kể từ khi được đặt ra vào đầu những năm 80 đã được mô tả là thông tin kế toán quản trị hỗ trợ các tổ chức trong việc giám sát sự thành công của các mục tiêu chiến lược của họ (Simmonds, 1981). Simmonds trong loạt bài viết của mình (1981; 1982; 1986) đã nhấn mạnh một cách khái niệm các yêu cầu về thông tin kế toán quản trị cho phép một tổ chức giám sát việc đạt được chiến lược của mình so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường. Ông cho rằng khả năng cạnh tranh bền vững là kết quả của khả năng của tổ chức trong việc chống lại các động thái của đối thủ cạnh tranh cốt lõi, do đó cần có thông tin tài chính về đối thủ cạnh tranh.

Nhiều lời kêu gọi cải tiến kế toán quản trị truyền thống đã được đưa ra nhằm giúp kế toán quản trị có thể lấy lại được tính phù hợp đã mất (Baines và Langfield-Smith, 2003). Cũng giống như kế toán quản trị được phát triển và giới thiệu như một công thức khắc phục những thiếu sót của kế toán chi phí truyền thống, SMA đã được các học giả kế toán đưa ra như một kỹ thuật mới cải tiến kế toán quản trị truyền thống. Người ta khẳng định, sự phát triển của lĩnh vực SMA sẽ khiến MA kiểu cũ bị tuyệt chủng vì phiên bản mới hơn không chỉ tập trung vào thông tin tài chính nội bộ mà còn tập trung vào các khía cạnh bên ngoài của hoạt động kinh doanh (Smith 2005). Simmonds (1981), người được coi là người sáng tạo ra cụm từ SMA, đã phân biệt nó với MA trên cơ sở tập trung nhiều hơn vào việc so sánh doanh nghiệp với các đối thủ cạnh tranh. Bromwich, (1990) cho rằng, SMA cho phép ban quản lý có cái nhìn toàn cảnh về các thủ tục và kỹ thuật kinh doanh của đối thủ cạnh tranh và đưa ra quyết định phù hợp. Theo cách này, điểm nổi bật chính của SMA là bao gồm các khía cạnh phi tài chính nhằm mục đích ra quyết định.

Theo Dixon và Smith (1993), việc áp dụng kế toán quản trị chiến lược sẽ yêu cầu kế toán quản trị thực hiện các nhiệm vụ mới, bao gồm: xác định các đơn vị kinh doanh phù hợp cho việc hoạch định chiến lược; phân tích chi phí của một đơn vị kinh doanh và đối thủ cạnh tranh về mặt chuỗi giá trị; thiết lập và giám sát hệ thống tình báo của đối thủ cạnh tranh; cung cấp dữ liệu liên quan đến thị phần, thị phần tương đối và xu hướng thị trường trong tương lai; tích hợp thông tin này vào quá trình phân tích chiến lược. Những nhiệm vụ này được thu thập thành một quy trình được xác định rõ ràng bao gồm 4 giai đoạn:

- (1) *Xác định đơn vị kinh doanh chiến lược*
- (2) *Phân tích chi phí chiến lược*
- (3) *Phân tích thị trường chiến lược*
- (4) *Đánh giá chiến lược.*

Trong khi đó, Lords (1996) mô tả SMA là một quá trình gồm 6 giai đoạn như sau:

- (1) *Thu thập thông tin đối thủ cạnh tranh.*
- (2) *Khai thác các cơ hội giảm chi phí.*
- (3) *Kết hợp trọng tâm kế toán với vị trí chiến lược.*
- (4) *Thu thập thông tin đối thủ cạnh tranh*
- (5) *Khai thác các cơ hội giảm chi phí.*
- (6) *Kết hợp trọng tâm kế toán với vị trí chiến lược*

Tuy nhiên các tác giả này đều cho rằng, SMA nằm ở ranh giới giữa kế toán quản trị và chiến lược.

Wilson và Chua (1993) liệt kê 10 điểm khác biệt chính giữa MA và SMA. (Bảng 1)

Bảng trên tóm tắt một số khác biệt chi tiết hơn giữa kế toán quản trị truyền thống và SMA. Phân tích so sánh chỉ ra rằng kế toán truyền thống thiên về dữ liệu, tức là các sự kiện và số liệu thống kê được thu thập cùng nhau để tham khảo hoặc phân tích, trong khi SMA là định hướng thông tin, tức là các sự kiện được cung cấp hoặc tìm hiểu về điều gì đó hoặc ai đó. Kế toán quản trị truyền thống mang tính lịch sử và nó đề cập đến dữ liệu kế toán thực tế của công ty, trong khi SMA có triển vọng hơn, vì nó đề cập đến thông tin trong tương lai của công ty. Kế toán quản trị truyền thống biểu thị một thực thể duy nhất và một khoảng thời gian duy nhất, trong khi SMA biểu thị một thực thể tương đối và nhiều khoảng thời gian, điều đó phụ thuộc vào nhu cầu thực thể đó cần có để quản lý chiến lược của mình. Kế toán truyền thống hướng nội và bỏ qua các mối

Bảng 1. Những điểm khác biệt giữa MA và SMA

	Kế toán quản trị truyền thống (MA)	Kế toán quản trị chiến lược (SMA)
1	Lịch sử/ thực tế	Triển vọng/ đề xuất
2	Thực thể đơn lẻ	Thực thể liên quan
3	Nội bộ	Nhìn ra bên ngoài
4	Trọng tâm sản xuất	Trọng tâm cạnh tranh
5	Hoạt động hiện có	Khả năng
6	Hồi đáp nhanh	Chủ động
7	Được lập trình	Không được lập trình
8	Định hướng dữ liệu	Định hướng thông tin
9	Dựa trên hệ thống hiện có	Không bị ràng buộc bởi các hệ thống hiện có
10	Được xây dựng trên các quy ước	Bỏ qua các quy ước

Nguồn: Wilson và Chua (1993)

liên kết được tạo ra bên trong, trong khi SMA hướng ngoại và nắm lấy các mối liên kết được tạo ra. Một điểm khác biệt nữa là kế toán truyền thống tập trung vào sản xuất trong khi SMA tập trung vào cạnh tranh. Trong kế toán truyền thống, chúng ta phải tóm tắt các hoạt động hiện có khác nhau dựa trên các hệ thống hiện có, trong khi ở SMA, chúng ta phải chỉ ra những khả năng mới, thách thức mới, sự phát triển mới để có lợi thế cạnh tranh tốt hơn mà không bị ràng buộc bởi các hệ thống hiện có.

4. Sự tiến bộ của kế toán quản trị chiến lược làm tăng vai trò của kế toán quản trị so với kế toán quản trị truyền thống

Hopper và cộng sự 2007, tin rằng tương lai của kế toán quản trị phụ thuộc rất nhiều vào việc phổ biến các thực hành SMA. Đồng quan điểm trên Hopwood (2007) cho rằng, SMA sử dụng các phương pháp kế toán quản trị truyền thống để thu thập và hiểu thông tin tài chính, sau đó tiếp tục sử dụng các phương pháp tương tự để xây dựng các kế hoạch kinh doanh sáng suốt một cách chiến lược, từ đó hỗ trợ cải thiện hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp đó ở cấp độ chiến lược. Theo cách này, nó khác với kế toán quản trị ở chỗ nó xem xét rộng rãi các vấn đề bên trong và bên ngoài ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến một công ty hoặc doanh nghiệp.

Một số tác giả khẳng định, mặc dù MA hỗ trợ khá nhiều việc thực hiện và quản lý cải tiến chất lượng bằng cách áp dụng các phương pháp khác nhau, nhưng rõ ràng có những khoảng trống trong cách tiếp cận này. Kế toán quản trị chiến lược lấp đầy những khoảng trống bằng cách thúc đẩy và hỗ trợ các cơ chế thực hiện quản lý chất lượng tổng thể và cải tiến nó. Do đó, điều này sẽ đi một chặng đường dài trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, cũng như đảm bảo hiệu quả chi phí (Khan và Jain 2007).

Nhiều tác giả đã chỉ ra, SMA đã thu hẹp khoảng cách tồn tại giữa quản lý chiến lược và MA. Cụ thể, Mike và cộng sự (2009) cho rằng, SMA có thể giúp MA thoát khỏi mối quan tâm đơn giản về tiền tệ và tiến gần hơn đến các vấn đề kinh doanh đa chiều. Bromwich, (1990) rất ủng hộ rằng SMA tập trung vào thông tin tài chính của thị trường sản phẩm của doanh nghiệp và cơ cấu chi phí của đối thủ cạnh tranh, cũng như giám sát chiến lược của doanh nghiệp và của đối thủ cạnh tranh trên các thị trường này trong một số giai đoạn. Điều này dẫn đến sự nhấn mạnh nhiều hơn vào thông tin liên quan đến các yếu tố bên ngoài của doanh nghiệp bao gồm thông tin được tạo ra bên trong và phi tài chính (Inman, 1999). Một tính năng đầy hứa hẹn khác của SMA là việc đo lường

hiệu quả hoạt động không dựa trên các thước đo liên quan đến lợi nhuận mà các công cụ chiến lược như BSC được sử dụng cho mục đích quản lý hiệu quả hoạt động chiến lược.

Mặc dù nguyên tắc mới của SMA không tách rời khỏi MA hiện tại. Trên thực tế, cả MA và SMA thường cung cấp các chức năng tương tự ở cấp độ hoạt động, tuy nhiên SMA nỗ lực phát triển những ý tưởng này và cải tiến chúng hơn nữa để đáp ứng yêu cầu của ngành kế toán ngày càng phát triển. Vaivio (2008) lý giải, vì SMA xem xét vị thế cạnh tranh của công ty trên thị trường thay vì chỉ tập trung vào năng lực nội bộ, do đó, SMA là công cụ tốt hơn để đưa ra quyết định hợp lý. Người ta còn cho rằng, SMA tập trung vào đánh giá chuyên sâu về việc ra quyết định so với MA truyền thống. SMA có thể nhìn xa hơn các khía cạnh tài chính thông qua phân tích đối thủ cạnh tranh và phân tích thị trường.

5. Kết luận

SMA là một lĩnh vực đa ngành vì nó liên quan đến nhiều ngành khác, nó đã lấy trọng tâm là quản lý chiến lược để mở rộng khái niệm kế toán. Mặt khác, SMA còn liên quan đến marketing, vì để có SMA chúng ta cần nghiên cứu môi trường bên ngoài bao gồm thị trường và đối thủ cạnh tranh, thị trường, giá cả, giá trị là những yếu tố của marketing. SMA cũng liên quan đến CNTT, rất cần thiết để thực hiện tất cả các đăng ký thủ tục mua bán, tiền lương, nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh, thị trường, v.v. Tất cả những đăng ký này được thực hiện bằng cách sử dụng máy tính, internet và hệ thống CNTT phát triển. SMA đã mang lại những cải tiến kế toán dựa trên những lời chỉ trích và chắc chắn đã mang lại sự đổi mới

cho cách thức kế toán trong tương lai. SMA là sự phát triển của kế toán quản trị hiện tại nhờ những cải tiến và đóng góp liên tục mà nó mang lại. Quản lý chiến lược có mục tiêu chính là sử dụng hiệu quả tất cả các nguồn lực, trong khi tập trung vào lợi thế cạnh tranh của một tổ chức. Quản trị chiến lược bao gồm 4 giai đoạn: Phân tích môi trường; Xây dựng chiến lược; Thực thi chiến lược và đánh giá chiến lược. Mỗi giai đoạn trong số 4 giai đoạn đều liên quan đến kỹ thuật SMA. Do đó, SMA có thể được coi là một phần không thể thiếu trong quản lý chiến lược; sự tương tác giữa quản lý và các kỹ thuật SMA là quan trọng để quản lý đối tượng hiệu quả hơn (Duci, E., 2021)

Có rất nhiều bài nghiên cứu có quan điểm ủng hộ và đưa ra ưu điểm của kế toán quản trị chiến lược và xem nó như sự cải tiến cho kế toán quản trị cũ (truyền thống). Tuy nhiên theo Ojra, J., Opute, A. P., & Alsolmi, M. M. (2021), để việc áp dụng SMA thành công và phát huy hết vai trò của nó sẽ phụ thuộc vào khả năng của tổ chức trong việc điều chỉnh một cách hiệu quả việc sử dụng các kỹ thuật cho phù hợp với động lực bên trong và bên ngoài của tổ chức. Nói cách khác, các nhà quản lý cần lưu ý rằng không có cách tiếp cận chung nào cho tất cả các tổ chức, do đó, họ nên lựa chọn việc sử dụng các kỹ thuật SMA phù hợp với động lực hoạt động của họ.

Bài viết nhấn mạnh tầm quan trọng của kế toán quản trị chiến lược và mong muốn tìm hiểu sâu thêm, cũng như tìm kiếm các nghiên cứu thực nghiệm áp dụng các kỹ thuật kế toán quản trị chiến lược một cách cụ thể để củng cố vai trò của SMA trong công tác quản lý và nâng cao hiệu quả hoạt động doanh nghiệp trong tương lai ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Baines A. & Langfield-Smith K. (2003). Antecedents to management accounting change: A structural equation approach. *Accounting, organizations and society*, 28(7-8), 675-698.
2. Bromwich M. (1990). The case for strategic management accounting: the role of accounting information for strategy in competitive markets. *Accounting, Organizations and Society*, 27-46.
3. Burgstahler D., Horngren C. T., Schatzberg J., Stratton W. O. and Sundem G. L. (2007). *Introduction to management accounting*. 14th ed., Pearson/Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

4. Cadez S., & Guilding C. (2008). An exploratory investigation of integrated contingency model of strategy management accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 33, 836-863. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2008.01.003>.
5. Chapman C. S. (Ed.). (2005). *Controlling strategy: Management, accounting, and performance measurement*. Oxford University Press, Oxford.
6. Cheng T. Y., Li Y., Lin Y., & Chih H. (2020). Does the fit of managerial ability with firm strategy matters on firm performance. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(4), 9-19.
7. Coad A. (1996). Smart Work and Hard Work: Explicating a Learning Orientation in Strategic Management Accounting. *Management Accounting Research*, 7: 387-408.
8. Dixon, R. (1993). Strategic management accounting. *Omega*, 21(6), 605-618.
9. Duci E. (2021). The relationship between management accounting, strategic management accounting and strategic cost management. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(5), 376-389.
10. Hiromoto T. (1988). Another Hidden Edge-Japanese Management Accounting. *Harvard Business Review* (July-August), 22-26.
11. Hopper T, Northcott D & Scapens R (2007). *Issues in management accounting*. 3rd ed., Financial Times/Prentice Hall, Harlow.
12. Hopwood A. G. (1972). An Empirical Study of the Role of Accounting Data in Performance Evaluation. *Journal of Accounting Research*, supplementary, 156-182.
13. Hopwood A. G. (2007). *Handbook of management accounting research*, Oxford University Press, Oxford.
14. Inman L. (1999). Strategic management accounting. Available at: http://www.accaglobal.com/archive/sa_oldarticles/43981.
15. Johnson H. T. and Kaplan R. S. (1987). *Relevance Lost: The Rise and Fall of Management Accounting*, Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
16. Khan M. and Jain P. K. (2007), *Management accounting: text, problems and causes*, 4th ed., Tata McGraw-Hill, New Delhi.
17. Lachmann M., Knauer T., & Trapp R. (2013). Strategic management accounting practices in hospitals: empirical evidence on their dissemination under competitive market environments. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 9(3), 336-369.
18. Lord R. (1996). Strategic Management Accounting: The Emperor's New Clothes? *Management Accounting Research*, 7(3), September
19. Lowe E. A. (1971). On the Idea of Management Control System: Integrating Accounting and Management Control. *Journal of Management Studies*, 1-12.
20. Mike T. and Yi M. (2009). on the emergence of strategic management accounting: an institutional perspective. *Accounting and Business Research*, September.
21. Nixon B., & Burns J. (2012). The paradox of strategic management accounting. *Management Accounting Research*, 23(4), 229-244.
22. Ojra J., Opute A. P., & Alsolmi M. M. (2021). Strategic management accounting and performance implications: a literature review and research agenda. *Future Business Journal*, 7(1), 64.
23. Otley D. T., Broadbent J. and Berry A. (1995). Research in Management Control: An Overview of its Development. *British Journal of Management*, 6(special issue), 31-44.
24. Ouchi W. C. (1979). A Conceptual Framework for the Design of Organisational Control Mechanisms. *Management Science Quarterly*, 20, 559-569.
25. Roslender R and Hart S. (2006), Interfunctional cooperation in progressing accounting for brands. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 2, 229-247.
26. Shah H., Malik A., & Malik M. S. (2011). Strategic management accounting. A messiah for management accounting. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1(4), 1-7.

27. Simmonds K. (1981). Strategic Management Accounting, *Management Accounting* 59, 4: 26-29.
28. Simmonds K. (1982). Strategic Management Accounting for Pricing: A Case Example. *Accounting and Business Research*, 12(47), 206-214.
29. Simmonds K. (1986). The Accounting Assessment of Competitive Position. *European. Journal of Marketing*, 20(1), 16-31.
30. Smith M (2005). Performance measurement and management: a strategic approach to management accounting. SAGE, London.
31. Vaivio J. (2008). Qualitative management accounting research: rationale, pitfalls and potential. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 5(1), 64-86.
32. Wilson R. M. S. and Chua, W. F. (1993). Managerial accounting: method and meaning/ Richard M.S. Wilson, Wai Fong Chua; series edited by Richard M.S. Wilson Chapman & Hall, London; New York.
33. Wilson R. M. S. (1995). Strategic management accounting. In Ashton D., Hopper T. and Scapens R.W (Eds). *Issues in Management Accounting*, 159-190. Prentice-Hall Europe, London.

Ngày nhận bài: 28/3/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/4/2024

Thông tin tác giả:

ThS. LÊ NHƯ HOA

Trường Đại học Văn Lang

Email: hoa.ln@vlu.edu.vn

THE ADVANCEMENT OF STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING OVER TRADITIONAL MANAGEMENT ACCOUNTING

● Master. **LE NHU HOA**

Van Lang University

ABSTRACT:

There are various perspectives on the role of strategic management accounting compared to that of traditional management accounting. This paper employed qualitative descriptive and comparative methods to review various studies to understand, analyze, and compare management accounting and strategic management accounting, thereby drawing conclusions about the advancement of strategic management accounting. This paper aimed to highlight the role of management accounting.

Keywords: management accounting, traditional management accounting, strategic management accounting.