



Investigating the Effect of Business Strategy on Matching Budget of Costs and Revenues in the Iranian Capital Market, Emphasizing the Role of Agency costs

Sedighe Kamranrad*, Roya Darabi**

Abstract

Accounting information in which a reasonable level of compliance has been observed is a useful source of information for making decisions and, of course, predicting future financial events. According to the information mentioned in the financial statements, this is necessary to test the reliability of accounting information against the uncertainty of market information, because many researchers believe that the principle of matching costs with revenues will reduce uncertainty about information. However, the adoption of a leadership strategy by the company can affect the cost structure of the company and an increase agency cost exacerbates this. In this regard, in the present study, an attempt was made to use the data of 106 companies listed on the Tehran Stock Exchange during the period 2014 to 2019 and multivariate regression to examine the impact of strategic business strategy and agency costs on matching budget of costs with revenues to be paid. The results of the study showed that there is a significant and direct relationship between following the cost leadership strategy and matching budget of costs with revenues and agency costs weaken the direct link between following a cost leadership strategy and matching costs to revenue.

Keywords: Strategic Business Strategy, Budget of Cost and Revenue Matching, Agency Costs.

JEL Classification: M40, M11

* Instructor of Accounting Department, Management, Economics and Accounting Faculty, Payame Noor University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) kamranrad@pnu.ac.ir

** Associate Professor of Accounting Department, Economics and Accounting Faculty, South Tehran branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Royadarabi110@yahoo.com



بررسی تأثیر سیاست راهبردی تجاری بر تطابق بودجه هزینه‌ها و درآمدها در بازار سرمایه ایران؛ با تأکید بر نقش هزینه‌های نمایندگی

صدیقه کامران راد*، رؤیا دارابی**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۷/۲۲

چکیده

اطلاعات حسابداری که در آن‌ها سطح معقولی از اصل تطابق رعایت شده است، یک منبع اطلاعاتی سودمند در امر تصمیم‌گیری و البته پیش‌بینی رخدادهای مالی آتی می‌باشند. با توجه به اطلاعات ذکر شده در صورت‌های مالی، این امر ضروری به نظر می‌رسد تا اطمینان در مورد اطلاعات حسابداری در مقابل عدم اطمینان موجود در بازار مورد آزمون قرار گیرد، چراکه بسیاری از پژوهشگران معتقدند اصل تطابق هزینه‌ها با درآمدها، عدم اطمینان نسبت به اطلاعات را کاهش خواهد داد. این در حالی است که اتخاذ راهبرد رهبری توسط شرکت می‌تواند ساختار هزینه شرکت را تحت تأثیر قرار دهد و افزایش هزینه‌های نمایندگی موجب تشدید این امر می‌شود. در این راستا، در مطالعه حاضر تلاش شد تا با استفاده از داده‌های ۱۰۶ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ و رگرسیون چندمتغیره به بررسی تأثیر سیاست راهبردی تجاری و هزینه‌های نمایندگی بر تطابق بودجه هزینه‌ها با درآمدها پرداخته شود. نتایج بررسی‌ها نشان داد که ارتباطی معنی‌دار و مستقیم بین پیروی از راهبرد رهبری هزینه و تطابق بودجه هزینه‌ها با درآمدها برقرار است و هزینه‌های نمایندگی موجب تضعیف ارتباط مستقیم بین پیروی از راهبرد رهبری هزینه و تطابق بودجه هزینه‌ها با درآمدها می‌شود.

کلیدواژه‌ها: راهبرد راهبردی تجاری؛ تطابق بودجه هزینه‌ها و درآمدها؛ هزینه‌های نمایندگی

طبقه‌بندی JEL: M40, M11

* مربی گروه حسابداری، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

kamranrad@pnu.ac.ir

** دانشیار گروه حسابداری، دانشکده اقتصاد و حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Royadarabi110@yahoo.com

مقدمه

هر سازمانی برای تحقق رسالت و هدف غایی خود، مجموعه‌ای از اهداف بلندمدت تدوین می‌کند. راهبردها ابزاری هستند که شرکت می‌تواند به وسیله آنها به هدف‌های بلندمدت خود دست یابد. اهمیت راهبردها در بقای سازمان، توجه محققان بسیاری را به خود جلب کرده است. از آنجا که انتخاب راهبرد کسب‌وکار مناسب، عملکرد شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد، پرداختن به آن می‌تواند به‌عنوان عامل مهمی در تحلیل عملکرد ضرورت یابد (هسیه^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). تدوین راهبرد همانا یکی از وظایف خطیر مدیریتی است که مبنای تصمیم‌گیری‌های حیاتی مدیران برای حفظ بقای سازمان و تعالی آن می‌باشد. امروزه بیشتر سازمان‌ها به‌جای اتخاذ یک راهبرد جامع و واحد، از مجموعه‌ای از راهبردهای مرتبط استفاده می‌کنند که هر یک در سطوح مختلفی از شرکت طراحی می‌شوند (تنانی و محب‌خواه، ۱۳۹۳). از سوی دیگر، صورت‌های مالی و اطلاعات مندرج در آنها، یکی از مهم‌ترین منابع اطلاعاتی هستند که می‌تواند به سرمایه‌گذاران در اتخاذ تصمیمات سودمند اقتصادی، یاری رساند. اطلاعات صورت‌های مالی زمانی سودمند تلقی می‌شوند که انتظارات سرمایه‌گذاران در ارتباط با ارزش سهام را یا تأیید کنند و یا آنها را تغییر دهند (لوبرنیک^۲، ۲۰۰۰). با این حال، بسیاری از پژوهشگران استدلال نموده‌اند که صورت‌های مالی تاریخی و به‌ویژه صورت سود و زیان، اطلاعات سودمندی در مورد تطابق درآمدها و هزینه‌ها و سود برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌سازد (لئو و زاروین^۳، ۱۹۹۹). ولک^۴ (۲۰۰۸)، فرایند انقضای بهای تمام‌شده (تحمل هزینه) برای طبقاتی از اقلام نظیر استهلاک و بهای تمام‌شده کالای فروش‌رفته را تطابق می‌نماید. تطابق به این مفهوم اشاره دارد که هزینه‌ها در ارتباط خود با درآمدها، براساس یک مبنای منصفانه و متوازن شناسایی می‌شوند. در سیستم فعلی که غالباً بر مبنای بهای تاریخی قرار دارد،

۱. Hsieh

۲. Lubberink

۳. Lev & Zarowin

۴. Wolk

تطابق، نشان‌دهنده اولویت اندازه‌گیری و گزارشگری سود نسبت به ارزشیابی دارایی‌ها و بدهی - هاست و نیز یکی از اهداف مهم به کارگیری اصل تطابق هزینه‌ها با درآمدها، شناسایی صریح سود و اندازه‌گیری واقعیت‌های اقتصادی است (گراهام^۱ و همکاران، ۲۰۰۵؛ دیچو و تانگ^۲، ۲۰۰۸؛ اسکات^۳، ۲۰۱۱). این در حالی است که راهبرد رهبری هزینه^۴ به صرف کم‌ترین هزینه در قیاس با رقیبان، اشاره دارد و لذا انتظار می‌رود اتخاذ راهبرد رهبری توسط شرکت، موجبات تغییر در ساختار هزینه شرکت را فراهم آورد.

از سوی دیگر، نظریه نمایندگی^۵ بیان می‌نماید که مدیران، نمایندگان مالکان شرکت بوده و باید در جهت منافع آنها عمل نمایند، اما گاهی مدیران در وضعیت‌هایی قرار می‌گیرند که تصمیم‌هایشان به نفع سهامداران شرکت نبوده و باعث مخدوش شدن گزارش‌های مالی می‌شود که این مسئله به مشکلات نمایندگی^۶ معروف است (جنسن و مک‌لینگ^۷، ۱۹۷۶؛ شلیفر و ویشنی^۸، ۱۹۹۷). این دیدگاه، مالک را برآوردکننده اطلاعات و نماینده وی را تصمیم‌گیرنده می‌داند. فرض بر این است که برآوردکنندگان اطلاعات، مسئولیت انتخاب نظام اطلاعات را برعهده دارند. انتخاب یا گزینش آنها باید به شیوه‌ای انجام شود که نماینده بتواند برای تأمین منافع آنان (براساس اطلاعاتی که در دسترس وی قرار می‌گیرد)، بهترین تصمیم‌ها را اتخاذ نماید (فاما و جنسن^۹، ۱۹۸۳). به عبارت دیگر، کارها برعهده نماینده است، در حالی که تابع مطلوبیت در رابطه با خواست‌های مالک واحد تجاری مورد توجه قرار می‌گیرد. این نظریه بیان می‌کند وقتی که مدیر صددرصد سهام

۱. Graham

۲. Dichev & Tang

۳. Schutt

۴. Cost leadership

۵. Agency Theory

۶. Agency Problems

۷. Jensen & Meckling

۸. Shleifer & Vishny

۹. Fama & Jensen

شرکت را در تملک ندارد، تضادی پنهان بین سهامداران و مدیر، اجتناب‌ناپذیر است (اسپنس و زکائوسر^۱، ۱۹۷۱) که تضاد نمایندگی^۲ نامیده می‌شود. در واقع براساس نظریه نمایندگی، مدیران (نمایندگان) شرکت ممکن است تابع مطلوبیت خود را به قیمت زیرپاگذاری منافع سهامداران حداکثر نمایند (لو^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). به این ترتیب، با افزایش سطح هزینه‌های نمایندگی در شرکت، احتمال دستکاری حساب‌ها و ازین‌رفتن ساختار انطباقی هزینه‌ها و درآمدها افزایش می‌یابد و می‌توان استدلال نمود که هزینه‌های نمایندگی، تأثیر راهبرد تجاری بر تطابق هزینه‌ها و درآمدها را تحت تأثیر قرار دهد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

در بررسی راهبرد شرکت‌ها، میلز^۴ و همکاران (۱۹۷۸)، گوپتا و گوینداران^۵ (۱۹۸۴) و پورتر (۱۹۸۰ و ۱۹۸۵) بیشترین توجه را به خود جلب نمودند، زیرا آنان دسته‌بندی شرکت‌ها براساس ویژگی‌های (ظاهراً) مشابه را امکان‌پذیر می‌سازند. میلز و همکاران (۱۹۷۸) در نظر گرفتند که مدیریت با سه نوع مشکل روبه‌روست که عبارتند از نوآوری (مدیریت راهبردی محصول و بازار)، اصول فنی (تولید و توزیع محصولات) و اجرایی (برای پشتیبانی از تصمیمات نوآورانه و فنی). هنگامی که این مشکلات به روشی موفقیت‌آمیز برطرف شدند، یک الگوی راهبردی پایدار شناسایی شده است. در مطالعه حاضر با استفاده از نوع‌شناسی راهبرد سازمانی پورتر (۱۹۸۰)، به بررسی این موضوع پرداخته می‌شود که آیا شرکت‌های پیرو راهبردهای تجاری متفاوت، از لحاظ تطابق هزینه‌ها و درآمدها با یکدیگر تفاوت دارند یا خیر؟ به این ترتیب، شواهدی فراهم خواهد شد مبنی بر اینکه آیا راهبرد رهبری هزینه یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده تطابق هزینه‌ها و درآمدها است یا خیر؟

۱. Spence & Zeckhauser
۲. Agency Conflict
۳. Luo
۴. Miles
۵. Gupta & Govindarajan

از دیدگاه پورتر (۱۹۸۰ و ۱۹۸۵)، راهبرد رهبری هزینه به صرف کم‌ترین هزینه در قیاس با رقیبان، اشاره دارد. این امر از طریق بهره‌برداری از صرفه‌جویی‌های ناشی از دستیابی به فناوری‌های برتر که هزینه‌های پایین‌تر را به‌ارمغان می‌آورند، ممکن می‌شود. معمولاً اگر شرکتی راهبرد رهبری هزینه را به شیوه‌ای موفقیت‌آمیز به اجرا درآورد، این اقدام بر کل سازمان اثر می‌گذارد که در نتیجه، شرکت مزبور دارای کارایی بسیار بالا، سربار پایین، ضایعات قابل تحمل، مقداری مزایای جنبی، دقت زیاد در دادن درخواست برای بودجه، حیطة نظارت گسترده‌تر، کاهش هزینه‌های نگهداری و سرانجام، مشارکت گسترده کارکنان در تلاش‌های مربوط به کنترل هزینه‌ها خواهد بود. به بیان کیم^۱ (۲۰۱۸)، این فرایند کنترل هزینه می‌تواند موجب شود که نقل و انتقال‌های زمانی هزینه‌ها افزایش یابد و این موضوع به افزایش عدم تطابق هزینه‌ها و درآمدها منجر شود. این در حالی است که چارچوب نظری گزارشگری مالی، هدف اصلی از انتشار گزارش‌های حسابداری را ارائه اطلاعاتی سودمند برای استفاده‌کنندگان در امر تصمیم‌گیری می‌داند. با چنین رویکردی می‌توان انتظار داشت اطلاعات حسابداری که در آنها سطح معقولی از اصل تطابق رعایت شده است، یک منبع اطلاعاتی سودمند در امر تصمیم‌گیری و البته پیش‌بینی رخدادهای مالی آتی باشند. با توجه به اطلاعات ذکر شده در صورت‌های مالی، این امر ضروری به نظر می‌رسد تا اطمینان در مورد اطلاعات حسابداری در مقابل عدم اطمینان اطلاعات موجود در بازار مورد آزمون قرار گیرد؛ چراکه بسیاری از پژوهشگران معتقدند اصل تطابق هزینه‌ها با درآمدها، عدم اطمینان نسبت به اطلاعات را کاهش خواهد داد (کیم، ۲۰۱۸). با توجه به اینکه شرکت‌های پیرو راهبرد رهبری هزینه بر مدیریت هزینه‌ها و کنترل آنها تأکید دارند، از منظر نقش فزاینده تطابق هزینه‌ها و درآمدها در کاهش عدم اطمینان و افزایش شفافیت، می‌توان استدلال کرد که پیروی شرکت از راهبرد رهبری هزینه، موجبات افزایش تطابق هزینه‌ها و درآمدها را فراهم سازد. لذا استدلال‌هایی دوگانه در این رابطه وجود دارد. از سوی دیگر، هرچه هزینه‌های نمایندگی در یک شرکت افزایش یابد، نشان‌دهنده افزایش شدت تضاد منافع^۲ در آن

۱. Kim

۲. Interest Conflict

شرکت می‌باشد (آکرلوف^۱، ۱۹۷۰؛ هارت^۲، ۱۹۹۵؛ هیلی و پاپلو^۳، ۲۰۰۱؛ پارینو^۴ و همکاران، ۲۰۰۳؛ رنکامپ^۵، ۲۰۱؛ فان و وانگ^۶، ۲۰۱۵؛ کوکی و گوئیزانی^۷، ۲۰۱۷) که می‌تواند امکان دستکاری حساب‌ها و جابه‌جایی زمانی اقلام درآمد و هزینه را افزایش دهد. بنابراین، قابل استدلال است که افزایش سطح هزینه‌های نمایندگی در شرکت، تأثیر پیروی شرکت از راهبرد تجاری رهبری هزینه بر تطابق هزینه‌ها و درآمدها را تحت تأثیر قرار دهد.

در این رابطه، وو^۸ و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی راهبرد تجاری، رقابت در صنعت و مدیریت سود در بازار سرمایه چین پرداختند و دریافته‌اند شرکت‌هایی که به دنبال راهبرد تجاری رهبری هزینه (رهبران هزینه) هستند، به احتمال زیاد سطح بالاتری از مدیریت سود واقعی را دارا هستند و شرکت‌هایی که راهبرد تجاری تمایز را دنبال می‌کنند، کم‌تر به استفاده از مدیریت سود واقعی گرایش دارند. کالیپن و هیلمن^۹ (۲۰۱۶) در پژوهش خود تحت عنوان مطابقت راهبرد رهبری هزینه، راهبرد تمایز و فرایند نوآوری بر عملکرد هتل‌ها در مالزی پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که راهبرد تمایز و فرایند نوآوری واسطه بین راهبرد رهبری هزینه و عملکرد هستند. وانگ^{۱۰} (۲۰۱۶) نیز در مطالعه‌ای تحت عنوان تأثیر جریان نقد آزاد و هزینه‌های نمایندگی بر عملکرد مالی، به بررسی چگونگی و ابعاد مختلف تأثیر متغیرهای جریان نقد آزاد و هزینه‌های نمایندگی بر عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی پرداخت. نتایج بررسی‌های به عمل آمده توسط وی طی تجزیه و تحلیل‌های آماری نشان داد که

۱. Akerlof
۲. Hart
۳. Healy and Palepu
۴. Parrino
۵. Rennekamp
۶. Fan and Wong
۷. Kouki and Guizani
۸. Wu
۹. Kaliappen and Hilman
۱۰. Wang

هزینه‌های نمایندگی تأثیر منفی و معنی‌داری بر عملکرد عملیاتی و بازده سهام شرکت‌های مورد بررسی داشته است. در مطالعه‌ای دیگر، ابدل‌دایم^۱ (۲۰۱۷) به بررسی تأثیر سطوح هزینه‌های نمایندگی بر ارزش سهام شرکت‌ها پرداخت. نتایج بررسی‌ها نشان داد که ارتباط مستقیم و معنی‌دار بین ارزش‌گذاری کم‌تر از واقع سهام و هزینه‌های نمایندگی شرکت وجود دارد. کیم (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای تحت عنوان نوسانات مقطعی در ارتباط هزینه و درآمد و هزینه حقوق صاحبان سهام، به بررسی این موضوع پرداخت که آیا تطابق هزینه‌ها با درآمدها، ارتباطی معکوس با هزینه حقوق صاحبان سهام و عدم تقارن اطلاعاتی دارد یا خیر؟ نتایج بررسی‌های صورت گرفته توسط وی نشان داد شرکت‌هایی دارای تطابق بسیار بالا بین هزینه‌ها و درآمدها هستند، هزینه حقوق صاحبان سهام و عدم تقارن اطلاعاتی پایین‌تری را نسبت به سایر شرکت‌ها تجربه می‌کنند. خدمتی^۲ و همکاران (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان راهبرد تجاری و هزینه سرمایه سهام: ارزیابی راهبردهای تجاری خالص در مقابل ترکیبی انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های دارای راهبرد تجاری خالص، نسبت به ترکیبی، به طور قابل توجهی پایین‌ترند و هزینه اثر سهام به همان اندازه توسط تمایز محصول خالص و راهبردهای رهبری هزینه خالص هدایت می‌شود.

در ایران، کاظمی و طرینی (۱۳۹۰) در پژوهش خود رابطه تطابق درآمد و هزینه با نوسان‌پذیری و پایداری سود را مورد بررسی قرار دادند. نتایج، حاکی از آن است که اختلال در رابطه اقتصادی درآمد و هزینه (تطابق ضعیف) و نوسان‌پذیری سود در سال‌های مورد مطالعه، کاهش یافته و پایداری سود افزایش داشته است. کرمی و قربان‌زاده (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای تحت عنوان تأثیر اصل تطابق بر عدم اطمینان اطلاعاتی، به بررسی این موضوع پرداختند که آیا اصل تطابق می‌تواند عدم اطمینان نسبت به اطلاعات حسابداری شرکت را تحت تأثیر قرار دهد یا خیر؟ نتایج بررسی‌های صورت گرفته نشان داد هرچه تطابق بین درآمدها و هزینه‌ها بیشتر باشد، نوسان بازده و خطای پیش‌بینی سود هر سهم، کم‌تر خواهد بود. بنابراین، تطابق قوی بین درآمدها و هزینه‌ها، به کاهش در عدم اطمینان

۱. Abdeldayem

۲. Khedmati

نسبت به اطلاعات حسابداری منجر شده و همچنین موجب اصلاح و بهبود در پیش‌بینی و تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان اطلاعات می‌شود. بادآور نهندی و همکاران (۱۳۹۵) نیز در مطالعه‌ای تحت عنوان مقایسه اثر رعایت اصل تطابق بر کیفیت گزارشگری مالی بین شرکت‌های سالم، درمانده و ورشکسته مالی، از وجود ارتباط معنی‌دار و مستقیم بین متغیر رعایت اصل تطابق با متغیر دقت اطلاعات حسابداری در پیش‌بینی جریان‌های نقد آ آینده و همچنین ارتباط معنی‌دار و معکوس با متغیر محتوای عایدات حسابداری به صورت کلی خبر دادند. با تقسیم شرکت‌ها به گروه‌های سالم، درمانده و ورشکسته مالی و مقایسه اثر رعایت اصل تطابق بر کیفیت گزارشگری مالی در این سه گروه، مشخص شد که بین میزان اثر رعایت اصل تطابق بر کیفیت گزارشگری مالی در کل، تفاوت وجود دارد. برزگر و همکاران (۱۳۹۷) تحقیقی تحت عنوان تأثیر راهبردهای تجاری بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه شرکت‌ها انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که راهبرد تمایز بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه تأثیر مثبت معنی‌دار دارد. همچنین یافته‌ها نشان داد که راهبرد رهبری هزینه تأثیر منفی و معنی‌داری بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه دارد. در مطالعه‌ای دیگر، محمدزاده مقدم (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر هزینه نمایندگی بر پیش‌بینی سودآوری در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های این پژوهش نشان داد که از بین معیارهای اندازه‌گیری هزینه نمایندگی، رابطه بین مالکیت نهادی ناشی از حاکمیت شرکتی و نسبت گردش دارایی با پیش‌بینی سودآوری مستقیم و معنی‌دار است. این یافته‌ها همچنین نشان داد رابطه معنی‌داری بین ساختار سرمایه و پیش‌بینی سودآوری وجود ندارد. علاوه بر این، رابطه بین مدیریت سود و پیش‌بینی سودآوری معنی‌دار ولی معکوس است که دلیل این رابطه معکوس را می‌توان خطر اخلاقی ناشی از عدم تقارن اطلاعاتی مدیریت سود دانست.

ب. فرضیه‌های تحقیق

باتوجه به توضیحات ارائه شده در بخش مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌های مطالعه حاضر به شرح زیر مطرح می‌شوند:

۱. ارتباط معنی‌دار بین راهبرد تجاری رهبری هزینه و تطابق هزینه‌ها و درآمدها وجود دارد.

۲. هزینه‌های نمایندگی بر ارتباط بین راهبرد تجاری رهبری هزینه و تطابق هزینه‌ها و درآمدها مؤثر است.

روش‌شناسی تحقیق

از آنجاکه نتایج حاصل از این پژوهش می‌تواند در تصمیمات مدیران، سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران و فعالان بازار سرمایه، سازمان بورس و اوراق بهادار و حساب‌برسان مورد استفاده قرار گیرد، از جنبه هدف پژوهش، از نوع پژوهش‌های کاربردی به‌شمار می‌رود. همچنین از جنبه نحوه استنباط در خصوص فرضیه‌های پژوهش، در گروه پژوهش‌های توصیفی - همبستگی قرار می‌گیرد، زیرا جهت کشف روابط بین متغیرهای پژوهش، از فن‌های رگرسیون و همبستگی استفاده خواهد شد که به‌این ترتیب، از نظر استدلالی، استدلال استقرایی است. همچنین، از آنجاکه از طریق آزمایش داده‌های موجود، نتیجه‌گیری خواهیم کرد، این پژوهش در گروه نظریه‌های اثباتی قرار خواهد گرفت. لازم به ذکر است که داده‌های موردنیاز برای انجام پژوهش از سایت کدال و همچنین نرم‌افزار ره‌آورد نوین استخراج شده است. همچنین از نرم‌افزار Eviews9 برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است.

به‌منظور آزمون فرضیه اول، رابطه ۱ به‌صورت زیر مطرح می‌شود:

$$\text{Matching}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Stratgy}_{i,t} + \alpha_2 \text{Growth}_{i,t} + \alpha_3 \text{Lev}_{i,t} + \alpha_4 \text{Size}_{i,t} + \alpha_5 \text{Lio}_{i,t} + \alpha_6 \text{Age}_{i,t} + \alpha_7 \text{Strdr}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{رابطه ۱}$$

به‌منظور آزمون فرضیه دوم، رابطه ۲ به‌صورت زیر مطرح می‌شود:

$$\text{Matching}_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Stratgy}_{i,t} + \alpha_2 \text{Growth}_{i,t} + \alpha_3 \text{Lev}_{i,t} + \alpha_4 \text{Size}_{i,t} + \alpha_5 \text{Lio}_{i,t} + \alpha_6 \text{Age}_{i,t} + \alpha_7 \text{Strdr}_{i,t} + \alpha_8 \text{Agency}_{i,t} + \alpha_8 \text{Agency}_{i,t} \times \text{Stratgy}_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{رابطه ۲}$$

که در آنها:

الف. متغیر وابسته

$\text{Matching}_{i,t}$ = تطابق هزینه‌ها با درآمدها در شرکت i در سال t که برای محاسبه آن، اقدام

به تخمین رابطه ۳ به صورت زیر در سطح کلیت داده‌ها می‌شود:

$$\text{Rev}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{Exp}_{i,t-1} + \beta_2 \text{Exp}_{i,t} + \beta_3 \text{Exp}_{i,t+1} + \varepsilon_{i,t} \quad \text{رابطه ۳}$$

که در آن:

$\text{Rev}_{i,t}$ = درآمد فروش شرکت i در سال t که برابر است با درآمد فروش تقسیم بر کل دارایی‌ها.

$\text{Exp}_{i,t-1}$ = هزینه‌های شرکت i در سال $t-1$ که برابر است نسبت تفاضل درآمد فروش و سود عملیاتی به کل دارایی‌ها.

$\text{Exp}_{i,t}$ = هزینه‌های شرکت i در سال t که برابر است نسبت تفاضل درآمد فروش و سود عملیاتی به کل دارایی‌ها.

$\text{Exp}_{i,t+1}$ = هزینه‌های شرکت i در سال $t+1$ که برابر است نسبت تفاضل درآمد فروش و سود عملیاتی به کل دارایی‌ها.

پس از تخمین مدل فوق در سطح کلیت داده‌ها و محاسبه مقادیر β_0 الی β_3 و خطای مدل، از ضریب β_2 برای هر شرکت - سال، به عنوان معیاری برای تطابق هزینه‌ها با درآمدها استفاده می‌شود.

ب. متغیرهای مستقل

$\text{Stratgy}_{i,t}$ = پیروی از راهبرد رهبری هزینه شرکت i در سال t که برای محاسبه آن، سه متغیر زیر با استفاده از فن تحلیل عاملی، ترکیب می‌شوند:

۱. نسبت درآمد فروش به خالص فعالیت‌های سرمایه‌گذاری؛

۲. نسبت درآمد فروش به ارزش دفتری اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات؛

۳. نسبت هزینه حقوق و دستمزد به ارزش دفتری اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات.

$\text{Agency}_{i,t}$ = هزینه‌های نمایندگی شرکت i در سال t که به منظور محاسبه آن از ترکیب هم‌وزن دو شاخص نسبت هزینه‌های عمومی، اداری و فروش به درآمد فروش (انگ ۱ و همکاران،

۲۰۰۰؛ لو^۱ و همکاران، ۲۰۱۸) و نسبت حساب‌های دریافتی به کل دارایی‌ها (جیانگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۰) استفاده می‌شود.

ج. متغیرهای کنترلی

$Growth_{i,t}$ = رشد شرکت i در سال t که برابر است با درآمد فروش در سال t منهای درآمد فروش در سال $t-1$ تقسیم بر درآمد فروش در سال $t-1$.

$Lev_{i,t}$ = اهرم مالی شرکت i در سال t که برابر است با نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها.

$Size_{i,t}$ = اندازه شرکت i در سال t که برابر است با لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها.

$Lio_{i,t}$ = نقدشوندگی شرکت i در سال t که برابر است با نسبت وجه نقد به کل دارایی‌ها.

$Age_{i,t}$ = عمر شرکت i در سال t که برابر است با لگاریتم طبیعی تعداد سال‌هایی که از

تأسیس شرکت می‌گذرد.

$Stdr_{i,t}$ = نوسانات بازده سهام شرکت i در سال t که برابر است با انحراف معیار بازده ماهانه

سهام شرکت.

د. جامعه آماری و نمونه آماری

جامعه آماری این تحقیق، تمامی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ می‌باشد. نمونه از طریق روش حذف نظام‌مند از جامعه آماری، انتخاب خواهد شد. به این ترتیب که نمونه، متشکل از کلیه بانک‌های موجود در جامعه آماری است که حائز معیارهای زیر باشند:

۱. در طول دوره تحقیق، در بورس حضور داشته باشند.

۲. در طول دوره تحقیق، تغییر در دوره مالی نداشته باشند.

۳. جزء شرکت‌های فعال در حوزه فعالیت‌های مالی، از جمله شرکت‌های سرمایه‌گذاری،

۱. Lou

۲. Jiang

بانک‌ها، بیمه‌ها و مؤسسات مالی نباشند. به دلیل این که این مؤسسات از لحاظ ماهیت فعالیت، متفاوت بوده و درآمد اصلی آنها حاصل از سرمایه‌گذاری است و وابسته به فعالیت سایر شرکت‌ها هستند، لذا ماهیتاً با سایر شرکت‌ها متفاوت می‌باشند و بنابراین، از نمونه مورد بررسی حذف خواهند شد. ۴. داده‌های مورد نیاز جهت متغیرهای تحقیق، در طول دوره زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۸، موجود باشند.

۵. دوره مالی آنها منتهی به ۱۲/۲۹ هر سال باشد تا بتوان داده‌ها را در کنار یکدیگر و در صورت نیاز، به صورت پانلی به کار برد. توجه به شرایط ذکر شده، منجر به انتخاب ۱۰۶ شرکت به عنوان نمونه آماری این تحقیق شد.

یافته‌های تحقیق

الف. آمار توصیفی

در این قسمت، میانگین، میانه (معیارهای مرکزی)، انحراف معیار، بیشینه و کمینه (معیارهای پراکندگی) متغیرهای مورد استفاده محاسبه و در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱. آمار توصیفی

متغیرهای پژوهش	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
تطابق هزینه‌ها با درآمدها	۱/۰۳	۰/۹۹۵	۱/۹۴	۰/۳۰۶	۰/۲۰۴
پیروی از راهبرد رهبری هزینه	۱/۷۶	۱/۳۰۷	۹/۷۰۱	-۰/۹۰۸	۱/۸۳۱
هزینه‌های نمایندگی	۰/۴۶۴	۰/۴۴۱	۱/۰۷۹	۰/۰۵	۰/۲۳۷
رشد شرکت	۰/۲۱۴	۰/۱۲۷	۲/۴۴۹	-۰/۴۳۴	۰/۴۳۶
اهرم مالی	۰/۵۷۶	۰/۵۸۱	۰/۹۵۳	۰/۱۶۷	۰/۱۷۶
اندازه شرکت	۱۴/۳۵۶	۱۴/۱۶۳	۱۹/۷۷۳	۱۱/۱۱۶	۱/۴۷۹
نقدشوندگی	۰/۰۳۶	۰/۰۲۳	۰/۲۲۲	۰/۰۰۱	۰/۰۳۷
عمر شرکت	۳/۶۴	۳/۷۳۷	۴/۱۵۸	۲/۷۷۲	۰/۳۲۷
نوسانات بازده سهام	۰/۱۰۹	۰/۰۹۷	۰/۳۹۲	۰/۰۰۱	۰/۰۷۲

منبع: یافته‌های تحقیق

میانگین، اصلی‌ترین و مهم‌ترین شاخص مرکزی به‌شمار می‌آید که نشان‌دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و میانه نیز نقطه‌ای است که یک نمونه را به دو قسمت مساوی تقسیم می‌نماید. همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار میانگین متغیر تطابق هزینه‌ها با درآمدها، $1/03$ و مقدار میانه آن $0/995$ است. به‌طور کلی، معیارهای پراکندگی، معیارهایی هستند که پراکندگی مشاهدات را حول میانگین بررسی و مقایسه می‌نمایند. یکی از مهم‌ترین معیارهای پراکندگی، انحراف معیار می‌باشد. با توجه به جدول فوق، این معیار برای متغیر تطابق هزینه‌ها با درآمدها، $0/204$ است. گفتمنی است بیشترین مقدار متغیر تطابق هزینه‌ها با درآمدها برابر با $1/94$ و کم‌ترین مقدار آن برابر با $0/306$ است. ویژگی‌های سایر متغیرهای تحقیق نیز در جدول ۱ مشهود است.

ب. آمار استنباطی

نتیجه آزمون فرضیه اول تحقیق با استفاده از مدل اثرات ثابت (براساس نتایج آزمون‌های چاو و هاسمن) در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. آزمون فرضیه اول

متغیر	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی‌داری	VIF
مقدار ثابت	۲/۸۲۷	۰/۲۴۵	۱۱/۵۳۴	۰/۰۰۰	-
پیروی از راهبرد رهبری هزینه	۰/۰۳۲	۰/۰۰۷	۴/۰۵۴	۰/۰۰۰	۱/۰۷۲
رشد شرکت	۰/۰۴۸	۰/۰۰۸	۵/۷۸۵	۰/۰۰۰	۱/۰۳۳
اهرم مالی	-۰/۵۱۷	۰/۰۴۴	-۱۱/۶۱۴	۰/۰۰۰	۱/۰۶۷
اندازه شرکت	۰/۰۰۹	۰/۰۱۷	۵/۰۸۶	۰/۰۰۰	۱/۰۶۹
نقدشوندگی	-۰/۱۷۸	۰/۰۳۹	-۴/۵۵۷	۰/۰۰۰	۱/۰۴۳
عمر شرکت	-۰/۷۷۷	۰/۰۹۷	-۷/۹۳۹	۰/۰۰۰	۱/۰۱۴
نوسانات بازده سهام	۰/۲۲۳	۰/۰۶۲	۳/۵۹۸	۰/۰۰۰	۱/۰۱۱
آماره آزمون چاو		۲۵/۲۹۵		سطح معنی‌داری آزمون چاو	۰/۰۰۰

۰/۰۰۰	سطح معنی داری آزمون هاسمن	۲۹/۷۰۳	آماره آزمون هاسمن
۰/۷۸۲	ضریب تعیین	۲۹/۶۱۶	آماره F
۰/۷۶۲	ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۰۰۰	سطح معنی داری آماره F
۲/۲۰۲	مقدار دوربین - واتسون	روش EGLS (رفع اثرات احتمالی ناهمسانی واریانس)	

منبع: یافته‌های تحقیق

باتوجه به نتایج جدول ۲، از آنجا که آماره t متغیر پیروی از راهبرد رهبری هزینه بزرگتر از $1/965+$ بوده و سطح معنی داری آن کوچکتر از $0/05$ است، ارتباطی معنی دار و مستقیم بین پیروی از راهبرد رهبری هزینه و تطابق هزینه‌ها با درآمدها شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برقرار است. به این ترتیب، فرضیه اول مطالعه حاضر مبنی بر اینکه ارتباط معنی دار بین راهبرد تجاری رهبری هزینه و تطابق هزینه‌ها و درآمدها وجود دارد، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

گفتنی است متغیرهای رشد شرکت، اندازه شرکت و نوسانات بازده سهام دارای رابطه مستقیم و معنی دار با متغیر وابسته هستند و متغیرهای اهرم مالی، نقدشوندگی و عمر شرکت، رابطه معکوس و معنی دار با متغیر وابسته دارند. آماره دوربین - واتسون مدل $2/202$ است که بین $1/5$ و $2/5$ قرار دارد. ضمناً سطح معنی داری آماره F نیز $0/000$ است که پایین تر از $0/05$ بوده و نشان از معنی داری مدل دارد. دیگر نکته قابل توجه در جدول ۲، ضریب تعیین تعدیل شده مدل است. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده مدل مورد استفاده حدود 76 درصد می‌باشد که نشان می‌دهد حدود 76 درصد از تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی قابل توضیح است.

نتیجه آزمون فرضیه دوم تحقیق با استفاده از مدل اثرات ثابت (براساس نتایج آزمون‌های چاو و هاسمن) در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. آزمون فرضیه دوم

متغیر	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری	VIF
مقدار ثابت	۲/۶۲۳	۰/۲۸۱	۹/۳۲۲	۰/۰۰۰	-
پیروی از راهبرد رهبری هزینه	۰/۰۳۲	۰/۰۰۵	۵/۷۵۶	۰/۰۰۰	۲/۰۲۸
رشد شرکت	۰/۰۴۳	۰/۰۰۸	۵/۱۶۱	۰/۰۰۰	۱/۰۴۳
اهرم مالی	-۰/۴۹۲	۰/۰۴۵	-۱۰/۸۵۲	۰/۰۰۰	۱/۰۹۷
اندازه شرکت	۰/۰۸۳	۰/۰۱۷	۴/۶۸۲	۰/۰۰۰	۱/۱۱۵
نقدشوندگی	-۰/۱۷۶	۰/۰۷۵	-۲/۳۲۹	۰/۰۲	۱/۰۴۷
عمر شرکت	-۰/۶۹۵	۰/۱۰۶	-۶/۵۳۹	۰/۰۰۰	۱/۰۱۷
نوسانات بازده سهام	۰/۲۱۵	۰/۰۶۱	۳/۴۸۸	۰/۰۰۰	۱/۰۱۳
هزینه‌های نمایندگی	-۰/۲۷۲	۰/۰۴۸	-۵/۵۵۹	۰/۰۰۰	۲/۳۵۷
پیروی از راهبرد رهبری هزینه* هزینه‌های نمایندگی	-۰/۰۴۳	۰/۰۱۲	-۳/۳۹۶	۰/۰۰۰	۲/۵۰۴
آماره آزمون چاو	۲۳/۰۲		سطح معنی داری آزمون چاو	۰/۰۰۰	
آماره آزمون هاسمن	۳۵/۰۰۷		سطح معنی داری آزمون هاسمن	۰/۰۰۰	
آماره F	۳۱/۳۴۷		ضریب تعیین	۰/۸۳۴	
سطح معنی داری آماره F	۰/۰۰۰		ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۸۱۲	
روش EGLS (رفع اثرات احتمالی ناهمسانی واریانس)			مقدار دوربین - واتسون	۲/۲۰۳	

منبع: یافته‌های تحقیق

باتوجه به نتایج جدول ۳، از آنجاکه آماره t متغیر پیروی از راهبرد رهبری هزینه بزرگتر از ۱/۹۶۵+ بوده و سطح معنی داری آن کوچکتر از ۰/۰۵ است، ارتباطی معنی دار و مستقیم بین پیروی از راهبرد رهبری هزینه و تطابق هزینه‌ها با درآمدها شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برقرار است. همچنین، از آنجاکه آماره t متغیر پیروی از راهبرد رهبری هزینه* هزینه‌های نمایندگی بزرگتر از ۱/۹۶۵- بوده و سطح معنی داری آن کوچکتر از ۰/۰۵ است، ارتباطی معنی دار و معکوس بین پیروی از راهبرد رهبری هزینه* هزینه‌های نمایندگی و تطابق هزینه‌ها با درآمدها

برقرار است و لذا هزینه‌های نمایندگی موجب تضعیف ارتباط مستقیم بین پیروی از راهبرد رهبری هزینه و تطابق هزینه‌ها با درآمدها می‌شود. به این ترتیب، فرضیه دوم مطالعه حاضر مبنی بر اینکه هزینه‌های نمایندگی بر ارتباط بین راهبرد تجاری رهبری هزینه و تطابق هزینه‌ها و درآمدها مؤثر است، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

گفتنی است متغیرهای رشد شرکت، اندازه شرکت و نوسانات بازده سهام دارای رابطه مستقیم و معنی‌دار با متغیر وابسته هستند و متغیرهای اهرم مالی، نقدشوندگی و عمر شرکت، رابطه معکوس و معنی‌دار با متغیر وابسته دارند. آماره دوربین - واتسون مدل ۲/۲۰۳ است که بین ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد. ضمناً سطح معنی‌داری آماره F نیز ۰/۰۰۰ است که پایین‌تر از ۰/۰۵ بوده و نشان از معنی‌داری مدل دارد. دیگر نکته قابل توجه در جدول ۲ ضریب تعیین تعدیل شده مدل است. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده مدل مورد استفاده حدود ۸۱ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد حدود ۸۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی قابل توضیح است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج بررسی‌های صورت گرفته در مطالعه حاضر نشان داد که ارتباطی معنی‌دار و مستقیم بین پیروی از راهبرد رهبری هزینه و تطابق هزینه‌ها با درآمدها برقرار است و هزینه‌های نمایندگی موجب تضعیف ارتباط مستقیم بین پیروی از راهبرد رهبری هزینه و تطابق هزینه‌ها با درآمدها می‌شود. در این رابطه لازم به توضیح است که معمولاً اگر شرکتی راهبرد رهبری هزینه را به شیوه‌ای موفقیت-آمیز به اجرا درآورد، این اقدام بر کل سازمان اثر می‌گذارد. با توجه به اینکه شرکت‌های پیرو راهبرد رهبری هزینه بر مدیریت هزینه‌ها و کنترل آنها تأکید دارند، از منظر نقش فزاینده تطابق هزینه‌ها و درآمدها در کاهش عدم اطمینان و افزایش شفافیت، نتیجه گرفته می‌شود که پیروی شرکت از راهبرد رهبری هزینه، موجب افزایش تطابق هزینه‌ها و درآمدها می‌شود. از سوی دیگر، هرچه هزینه‌های نمایندگی در یک شرکت افزایش یابد، نشان‌دهنده افزایش شدت تضاد منافع در آن شرکت است که می‌تواند امکان دستکاری حساب‌ها و جابه‌جایی زمانی اقلام درآمد و هزینه را افزایش دهد.

بنابراین، افزایش سطح هزینه‌های نمایندگی در شرکت، تأثیر پیروی شرکت از راهبرد تجاری رهبری هزینه بر تطابق هزینه‌ها و درآمدها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. نتایج به‌دست‌آمده را می‌توان در تضاد با نتایج مطالعه وو و همکاران (۲۰۱۵) دانست. توضیح اینکه در مطالعه حاضر این نتیجه به‌دست‌آمد که راهبرد رهبری هزینه بر کیفیت سود دارای تأثیر افزایشدهنده است و این در حالی است که وو و همکاران این تأثیر را کاهشدهنده ارزیابی نموده‌اند. البته نوع تأثیر شناسایی‌شده برای هزینه‌های نمایندگی در این مطالعه را می‌توان منطبق بر نتایج مطالعه وانگ (۲۰۱۶)، ابدلدایم (۲۰۱۵) و محمدزاده مقدم (۱۳۹۷) دانست.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش می‌توان پیشنهادهای ارائه نمود که در ادامه به آن پرداخته می‌شود.

به سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه کشور توصیه می‌شود که برای انجام سرمایه‌گذاری، علاوه بر در نظر گرفتن مجموعه‌ای از عوامل سیاسی، اقتصادی، رفتاری و مالی، توجه کنند که هرچه گرایش شرکت‌ها به راهبرد تجاری رهبری هزینه بیشتر شود، میزان تطابق هزینه‌ها با درآمدهای آنها که نشانه‌ای از افزایش کیفیت سود گزارش‌شده می‌باشد، افزایش خواهد یافت. بنابراین، پیروی هرچه بیشتر شرکت‌ها از راهبرد تجاری رهبری هزینه‌ها را می‌توان به‌عنوان معیاری مثبت برای انجام سرمایه‌گذاری مدنظر قرار داد. همچنین به سرمایه‌گذاران مذکور پیشنهاد می‌شود که افزایش سطح هزینه‌های نمایندگی شرکت را به‌عنوان شاخصی منفی که تأثیر افزایشدهنده راهبرد رهبری هزینه بر تطابق هزینه‌ها با درآمدها را نیز متأثر ساخته و تضعیف می‌کند، به‌عنوان شاخصی منفی برای کیفیت اطلاعات مندرج در صورت‌های مالی شرکت مدنظر قرار دهند.

علاوه بر این، به مدیران و تصمیم‌گیرندگان شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود که برای افزایش کیفیت سود شرکت و همچنین با توجه به آثار مثبتی که تطابق هزینه‌ها با درآمدها بر کیفیت فرایندهای حسابداری، مالی و متعاقباً عملیاتی شرکت (از بابت کیفیت تصمیماتی که براساس اطلاعات تهیه‌شده توسط سیستم حسابداری اخذ می‌شود) دارد، پیروی از راهبرد تجاری رهبری هزینه و همچنین کاهش سطح هزینه‌های نمایندگی را مدنظر قرار دهند که

البته می‌باید با در نظر گرفتن سایر ابعاد و آثار این متغیرها (نوع راهبرد تجاری و هزینه نمایندگی) و شرایط کشور، صنعت و شرکت صورت گیرد.

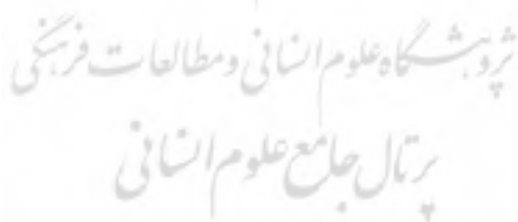
به سازمان بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود با توجه به نتایج پژوهش، رتبه شرکت‌ها را از منظر راهبردهای رهبری در گزارشی در کنار سایر گزارش‌ها افشا نمایند تا تصمیم‌گیران در بازار سرمایه با اتخاذ تصمیم‌گیری بهتر از هدررفت سرمایه و فرصت خود جلوگیری نمایند.

پیشنهاد برای تحقیقات آتی

به پژوهشگران حوزه حسابداری و مالی پیشنهاد می‌شود که موضوع مطالعه حاضر را با استفاده از سایر معیارهای سنجش تطابق هزینه‌ها با درآمدها، پیروی از راهبرد تجاری رهبری هزینه و هزینه‌های نمایندگی مورد آزمون و بررسی قرار دهند و نتایج را مقایسه نمایند.

علاوه بر این، گفتنی است که در این مطالعه از تطابق هزینه‌ها با درآمدها به عنوان یکی از معیارهای کیفیت سود استفاده شد که می‌توان در مطالعات آتی از سایر معیارهای کیفیت سود مانند پایداری سود و نقدشوندگی سود استفاده و نتایج را مقایسه نمود.

پیشنهاد مشابهی درباره استفاده از سایر ابعاد راهبرد تجاری مانند میزان پیروی شرکت از راهبرد تجاری تهاجمی نیز قابل طرح می‌باشد.



منابع

- بادآور نهندي، یونس؛ شریف‌زاده، غفور و خجسته، هیوا (۱۳۹۵)، مقایسه اثر رعایت اصل تطابق بر کیفیت گزارشگری مالی بین شرکت‌های سالم، درمانده و ورشکسته مالی، *حسابداری مالی*، ۸ (۲۹): ۲۷ - ۵۴.
- برزگر، قدرت‌اله؛ فولادی سوادکوهی، فاطمه؛ یعقوبی، سوسن و مهرپویافر، ندا (۱۳۹۶)، تأثیر راهبردهای تجاری بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه شرکت‌ها، *مدیریت اجرایی*، ۱۰ (۱۹): ۱۲۱ - ۱۴۵.
- تنانی، محسن و محب‌خواه، محمد (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین راهبرد کسب‌وکار با کیفیت سود و بازده سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار، *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۴ (۱۳): ۱۰۵ - ۱۲۷.
- کاظمی، حسین و طرینی، مصطفی (۱۳۹۰)، رابطه تطابق درآمد و هزینه با نوسان‌پذیری و پایداری سود، *مطالعات حسابداری*، ۲۹: ۱۵۵ - ۱۷۰.
- کریمی، غلامرضا و قربان‌زاده، علی‌رضا (۱۳۹۳)، تأثیر اصل تطابق بر عدم‌اطمینان اطلاعاتی، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۲ (۶): ۱ - ۱۱.
- محمدزاده مقدم، محمدباقر (۱۳۹۷)، تأثیر هزینه نمایندگی بر پیش‌بینی سودآوری شرکت‌ها، *دانش سرمایه‌گذاری*، ۷ (۲۵): ۲۸۵ - ۲۹۵.
- M. (2015). Examining the Relationship between Agency Costs Abdeldayem, M. and Stock Mispricing: Evidence from the Bahrain Stock Exchange. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3 (4), 1-35.
- Akerlof, G. A. (1970). The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Quart. J. Econ.* 84 (3), 488-500.
- Ang, J. S., Cole, R. A., & Lin, J. W. (2000). Agency costs and ownership structure. *the Journal of Finance*, 55(1), 81-106.
- Dichev, I. D. & Tang, V. W. (2008). Matching and the Changing Properties of Accounting Earnings over the Last 40 Years. *Ross School of Business at the University Of Michigan*.
- Fama, E. F. & Jensen, M. C. (1983). Separation of Ownership and Control. *Journal of Law and Economics*, 16, 301-325.
- Fan, J. & Wong, T. J. (2015). Do External Auditors Perform a Corporate Governance Role in Emerging Markets?: Evidence from East Asia, *Journal of Accounting Research*, 43(1), 35-72.
- Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (1984). Business unit strategy, managerial characteristics, and business unit effectiveness at strategy implementation. *Academy of Management journal*, 27(1), 25-41.
- Graham, J. R., Harvey, C. R. & Rajgopal, S. (2005). The Economic Implications of Corporate Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40, 3-73.
- Healy, P. M. & Palepu, K. G. (2001). Information Asymmetry, Corporate Disclosure,

- and the Capital Markets: A Review of the Empirical Disclosure Literature. *Journal of accounting and economics*, 31 (1-3), 405-440.
- Hart, O. (1995). Corporate governance: some theory and implications. *The economic journal*, 105(430), 678-689.
- Hsieh, C., Ma, Z. & Novoselov, K. (2018). Accounting Conservatism, Business Strategy, and Ambiguity. *Accounting, Organizations and Society*, <https://doi.org/10.1016/j.aos.2018.08.001>.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1979). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. In: *Economics social institutions*. Springer, Dordrecht, 163-231.
- Jiang, G., Lee, C. M., & Yue, H. (2010). Tunneling through intercorporate loans: The China experience. *Journal of financial economics*, 98(1), 1-20.
- Kaliappen, N & Hilman, H. (2016). Strategic match of cost leadership, competitor orientation and process innovation on performance. *International Journal of Organizational & Business Excellence*, 1(1), 59-71.
- Khedmati, M., KiaYang Lim, E., Naiker, V. & Navissi, F. (2019) Business Strategy and the Cost of Equity Capital: An Evaluation of Pure versus Hybrid Business Strategies. *Journal of Management Accounting Research*, 31 (2), 111-141.
- Kim, S. (2018). Cross-sectional Variation in Revenue-expense Relation and Cost of Equity. *Managerial Finance*, 44 (11), 1311-1329.
- Kouki, M. & Guizani, M. (2017). Ownership Structure and Dividend Policy: Evidence from the Tunisian Stock Market. *European journal of Scientific Research*, 25(1), 42-53.
- Lev, B. & Zarowin, P. (1999). The Boundaries of Financial Reporting and How to Extend Them. *Journal of Accounting Research*, 37, 353-385.
- Lubberink, M. J. P. (2000). *Financial Statement Information: The Impact of Investors and Managers*. Groningen.
- Luo, J.H., Li, X. & Chen, H. (2018). Annual Report Readability and Corporate Agency Costs. *China Journal of Accounting Research*, 11(3), 187-212.
- Miles, R. E., Snow, C. C., Meyer, A. D., & Coleman Jr, H. J. (1978). Organizational strategy, structure, and process. *Academy of management review*, 3(3), 546-562.
- Parrino, R., Sias, R.W. & Starks, L.T. (2003). Voting with their Feet: Institutional Ownership Changes Around Forced CEO Turnover. *Journal of financial economics*, 68 (1), 3-46.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. The Free Press, New York, NY.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. The Free Press, New York, NY.
- Rennekamp, K. (2012). Processing Fluency and Investors' Reactions to Disclosure Readability. *Journal of Accounting Research*, 50 (5), 1319-1354.
- Schutt, H. (2011). The Matching Principle: Insights into Earning's Usefulness to Investors. Haas School of Business University of California at Berkeley.
- Shleifer, A. & Vishny, R.W. (1997). A Survey of Corporate Governance. *The Journal*

- of Finance, 52 (2), 737-783.
- Spence, M. & R. Zeckhauser. (1971). Insurance, Information and Individual Action. American Economic Review, May, 380-91.
- Wang, G.Y. (2016). The Impacts of Free Cash Flows and Agency Costs on Firm Performance. Journal of Service Science and Management, 3 (4), 408-418.
- Wolk, H., Dodd, J.L. & Rozycki, J.J. (2008). Accounting Theory. 7th Ed.
- Wu, P., Gao, L. & Gu, T. (2015). Business Strategy, Market Competition and Earnings Management. Chinese Management Studies, 9 (3), 401-424.

