



## شناسایی مولفه های اثربخش استراتژی های رقابتی در اطلاعات مالی و حسابداری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محمدرضا صابری روچی

دانشجوی دکتری حسابداری، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران

دکتر حبیب اله نخعی<sup>۱</sup>

استادیار گروه حسابداری، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران

دکتر قدرت اله طالب نیا

دانشیار گروه حسابداری، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

دکتر احمد احمدی

استادیار گروه حسابداری، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران

(تاریخ دریافت: ۲۳ مهر ۱۴۰۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۲ دی ۱۴۰۱)

مقاله حاضر با عنوان شناسایی مولفه های اثربخش استراتژی های رقابتی در اطلاعات مالی و حسابداری در قالب مضامین و مولفه های کلیدی با استفاده از روش تکنیک کیفی تحلیل مضمون انجام گرفته است. تحلیل مضمون فرآیندی کیفی جهت استخراج اطلاعات مفید از داده های غیر ساختار یافته (مصاحبه های متنی) استخراج شده و مورد استفاده قرار گرفت. جامعه آماری شامل کلیه خبرگان حوزه بورس می باشد که شامل حجم نمونه ای به تعداد ۱۷ نفر از خبرگان این حوزه در بورس می باشد که مورد مصاحبه قرار گرفتند و متن مصاحبه های آنان بر اساس نرم افزار مکس کیودا مورد تحلیل کیفی قرار گرفت. نتایج اعتبار کدگذاری در حد ۹۳ بدست آمده که حاکی از پایایی بالای کدگذاری انجام شده می باشد. یافته ها نشان داد که خبرگان جهت شناسایی مولفه های اثربخش در حوزه استراتژی های رقابت پذیری در صورتهای مالی و حسابداری چهار بعد خدمات پس از فروش، بازار، بدهی ها و هزینه ها را در بر گرفت که هر کدام شامل نسبت های مختلفی می باشند. لذا می توان نتیجه گرفت با توجه به واژه های استخراج شده صورتهای مالی شرکتها منبعی مفید جهت تشخیص استراتژی های رقابتی شرکتهای حاضر در بورس اوراق بهادار تهران می باشد.

**واژه های کلیدی:** استراتژی های رقابتی، مکس کیودا، مولفه های اثربخش، گزارشات حسابرسی.

© (نویسنده مسئول) [hnakhaei@iaubir.ac.ir](mailto:hnakhaei@iaubir.ac.ir)<sup>۱</sup>

## مقدمه

تحولات اخیر همه جانبه در بازارهای جهانی، پاسخ سریع به نیازهای مشتری، شرایط رقابتی بسیار سخت، مسائلی هستند که امروزه سازمان ها را درگیر نموده اند که برای رهایی از آن به تدوین و استفاده از استراتژی های مدون و مناسب برای مدیریت و عملکرد بهتر رو آورده اند. گرنٹ (۲۰۱۵)، بر این باور است که در واقع استراتژی شامل تعیین اهداف بلندمدت و اهداف سرمایه گذاری و تطبیق واحدهای عملیاتی و تخصیص منابع مورد نیاز برای دستیابی به این اهداف است. [۱]. و از آنجایی که سازمان ها به طور کلی در جنبه های مختلف رقابتی مانند هزینه، کیفیت، تحویل، انعطاف پذیری و غیره با یکدیگر رقابت می کنند، استراتژی خود را انتخاب می نمایند. در چنین شرایطی مایکل پورتر (۱۹۸۵) مفهوم مزیت رقابتی را مطرح کرد. به گفته وی مزیت رقابتی به شرکتی داده می شود که برای مشتریان خود ارزش قائل باشد [۲]. مزیت رقابتی شامل مجموعه ای از عوامل یا قابلیت هایی است که همیشه شرکت را قادر می سازد تا عملکرد بهتری نسبت به رقبای خود داشته باشد. [۳]. و سازمان ها با پاسخگویی به نیازهای بازار و مشتریان با سرعت بالا می توانند مزیت رقابتی پایدار داشته باشند [۴] استراتژی های تجاری که در سازمان ها مورد استفاده قرار می گیرند تأثیر زیادی بر عملکرد آن ها دارند، درک صحیح استراتژی رقابتی و عملکرد سازمانی می تواند دانش دقیقی را برای تصمیم گیری مدیران ایجاد کند. به طوری که راهبردهای مختلف سازمان، در جهت پاسخگویی مناسب به عوامل محیطی اتخاذ شده و تناسب آنها با میزان تغییرات محیطی، موضوعی حیاتی برای سازمان است. و نشان می دهد که چگونه یک سازمان باید در یک صنعت خاص رقابت یا همکاری کند. [۵]. از طرفی هدف اصلی سازمان ایجاد مزیت رقابتی با تکیه بر منابع و توانمندی های خود، رقابت پذیری و دستیابی به موقعیت ممتاز از نظر عملکرد در بازار است. به گفته پورتر، هر شرکتی در بلندمدت موقعیت قابل دفاعی در صنعت ایجاد می کند. [۳] حفظ وضعیت رقابتی در بازار یکی از مهمترین اهداف اقتصادی است. زیرا رقابت باعث بهبود رفاه مصرف کننده و بهبود عملکرد اقتصادی می شود. میزان رقابت موثر در هر بازار تابعی از ساختار آن بازار است. بنابراین، هر چه ساختار بازار بهتر باشد، می توان به وجود و بقای رقابت مؤثر در آن بازار امیدوار بود. [۶].

در شرایط کنونی با توجه به کاهش نرخ رشد اقتصادی جهان، در وضعیت کرونا و دوران پسا کرونا، نیاز به انجام تحقیقات برای درک استراتژی های مورد استفاده توسط شرکت های مدنظر و تعیین استراتژی مناسب با ویژگی های صنایع حاضر در بورس که منجر به عملکرد بهتر شوند، بیش از پیش احساس می شود. [۷]. بنابراین محقق در این پژوهش در صدد است تا بتواند دریابد با توجه به ساختار مثلث بقا در سه محور کیفیت، زمان و بهای تمام شده یا هزینه، و استراتژی های رقابتی پروتر یعنی رهبری هزینه، تمایز و تمرکز چه ابعاد وسیعی از مزیت های رقابتی در عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس را می توان کشف نمود؟ تا بتوان دریافت چه الگویی مناسب استراتژی های رقابتی در شرکت های پذیرفته

---

<sup>1</sup> Grant

<sup>2</sup> Michael porter

شده در بورس اوراق بهادار تهران بر اساس تجزیه و تحلیل اطلاعات حسابداری است به طوری که هر شرکتی بتواند به راحتی نسبت به موقعیت خود از لحاظ رقابت پذیری اظهار نظر نماید. پیش از این تحقیقاتی با موضوعاتی مشابه انجام شده است. بعنوان نمونه می توان به برخی مطالعات خارجی نظیر موارد ذیل اشاره نمود. [۳۱]؛ در بررسی عوامل موثر بر رقابت در صنایع تولیدی آجر در کشورهای در حال توسعه (صنعت آجر ترکیه) در چارچوب مدل پنج نیرویی پورتر نشان دادند که رقابت بین شرکت های موجود در صنعت آجر ترکیه با بسیاری از شرکت های مشابه، در موانع کم ورود و خروج، افزایش تهدید از محصولات جایگزین و افزایش قدرت چانه زنی خریداران، شدید است. [۱۱] در تحقیقی که با توجه به استراتژی تمایز و رقابت بازار به عنوان عوامل تعیین کننده مدیریت سود واقعی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار انجام شد، دریافتند که استراتژی تمایز با مدیریت سود واقعی رابطه منفی دارد و تعامل استراتژی تمایز و رقابت در بازار دارای یک رابطه منفی است. رابطه منفی با مدیریت سود واقعی و مزایای استفاده از استراتژی تمایز، باعث می شود شرکت ها حتی در رقابت با بازار بزرگتر در بازار پایدار بمانند. [۱۲]، در بررسی تأثیر راهبردهای رهبری هزینه و تمایز بر مدیریت سود، آنها نشان دادند که اگرچه رقابت در بازار ممکن است میزان عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش دهد، اما نمی تواند تأثیر سایر عوامل مؤثر بر مدیریت سود را که توسط رقابت ایجاد می شود، کاهش دهد. نیاز به مدیریت و عرضه مالی، به ویژه در محیط بازار سهام. همچنین تأثیر منفی استراتژی تمایز بر مدیریت سود با تأثیر مثبت رقابت بازار جبران شده است. [۱۳]؛ در بررسی انگیزه ها و موانع فعالیت در صنعت ساخت و ساز؛ نشان می دهند که سه انگیزه منابع مالی مالک، همکاری تیمی و مهارت های ارتباطی بالای مالک و سه مانع خطر شکست در آینده، رقابت بیشتر در بازار و برنامه کاری نامنظم از نظر صاحبان این مشاغل هستند. [۱۴]، با استفاده از ۱۲۴ پرسشنامه که بین مدیران عامل شرکت های تولیدی در انگلستان توزیع شد، این نتیجه به دست آمد. شرکت هایی که از استراتژی های رهبری هزینه یا تمایز در مقایسه با شرکت هایی که استراتژی خاصی ندارند یا از روش ترکیبی استفاده می کنند استفاده می کنند. انجام دهند، عملکرد بهتری دارند. [۱۵] در مقاله ای با استفاده از شاخص های مزیت نسبی آشکار، نقشه تجاری و شاخص تحلیل سهم بازار ثابت الگوی صادرات و رقابت پذیری صنعت خودرو کشورهای آسه آن، به این نتیجه رسیدند که روند صعودی RCA نشان دهنده رقابت پذیری بالقوه تمامی بخش های این صنعت در آینده است. [۱۶]؛ در بررسی رشد محصولات چوبی در کشورهای آسه آن با استفاده از شاخص تحلیل انتقال سهم پویا نشان داد که صادرات محصولات چوبی نسبت به شرایط اقتصاد جهانی حساس است و ساختار صادرات این محصول در این کشورها بر اساس محدودیت کالاها و تنوع بازار، با محدودیت در توسعه سهم بازار مرتبط است. در بحث مطالعات داخلی نیز [۱۷]، آنها به بررسی تأثیر استراتژی های رقابتی بزرگ بر پایداری زنجیره تامین در صنایع سیمان استان بوشهر پرداختند و نشان دادند که استراتژی های زنجیره تامین بزرگ تأثیر مثبت و معناداری بر ثبات زنجیره تامین و مدیران صنایع سیمان دارد. در استان بوشهر می توان از راهکارهای مناسب برای موفقیت در شرایط رقابتی استفاده کرد. و خطرات احتمالی را ارزیابی کنند. [۱۸]، در بررسی تأثیر استراتژی تجاری بر قابلیت مقایسه صورتهای مالی، با

تأکید بر نقش عدم تقارن اطلاعاتی، نشان داد که استراتژی تجاری (استراتژی تهاجمی و استراتژی تدافعی) به ترتیب تأثیر مثبت و منفی بر قابلیت مقایسه صورتهای مالی دارد. [۱۹]، در بررسی رابطه بین استراتژی تجاری و ضعف کنترل های داخلی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، نشان دادند که بین استراتژی تجاری و ضعف کنترل های داخلی رابطه معناداری وجود دارد. [۲۰]، استراتژی عملی کسب مزیت رقابتی پایدار بر اساس مدیریت استعداد را مورد مطالعه و بررسی قرار داد و نشان داد که مدیریت استعداد متغیر مهمی برای کسب مزیت رقابتی پایدار است. [۲۱]، در بررسی تأثیر استراتژی کسب و کار بر مدیریت سود واقعی و تأثیر رقابت بر بازار بورس اوراق بهادار تهران، نشان می دهد که استراتژی رهبری هزینه بر مدیریت سود واقعی و استراتژی تمایز تأثیر منفی بر مدیریت سود واقعی دارد. [۲۲]، در بررسی تأثیر استراتژی کسب و کار بر رابطه بین ریسک پذیری و ارزش، نشان داد که بین ریسک پذیری و ارزش شرکت و همچنین استراتژی تجاری (دفاعی) بر میزان ریسک، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. رابطه بین ریسک پذیری و ارزش شرکت تأثیر مستقیم و معنادار استراتژی تجاری (تهاجمی) بر رابطه بین ریسک پذیری و ارزش شرکت تأثیر معکوس و معناداری دارد. [۲]، آنها تأثیر مثبت معناداری بین نوآوری بازاریابی با مزیت رقابتی تمایز و مزیت رقابتی رهبری هزینه نشان دادند [۳]، به دنبال تأثیر استراتژی های رقابتی بر ثبات عملکرد مالی و ریسک شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، آنها نشان می دهند که اگرچه استفاده از استراتژی تمایز منجر به عملکرد پایدارتر در مقایسه با استراتژی رهبری هزینه می شود، اما استراتژی تمایز ممکن است ریسک بیشتری داشته باشد. و اتخاذ استراتژی های رقابتی منجر به بهبود عملکرد می شود. [۵]، در بررسی و رتبه بندی استراتژی های بازاریابی مناسب به منظور دستیابی به مزیت رقابتی، آنها نشان دادند که استراتژی رهبری هزینه از نظر اهمیت در رتبه اول و استراتژی های تقسیم بندی و تمایز در رتبه های دوم و سوم قرار دارند. [۲۳].

#### نظریه مثلث بقا

مثلث بقا دارای سه بعد هزینه، کیفیت و زمان است که مدیریت این ابعاد به نحو مطلوب منجر به تداوم بقا می شود [۲۴] ۱. بهای تمام شده یا هزینه؛ در حسابداری، بهای تمام شده عموماً به صورت خروج وجه نقد در گذشته یا تعهد به پرداخت آن در آینده یا انقضای ارزش و مصرف دارایی ها متبلور می شود. [۲۵]، معتقد است مدیریت هزینه به بیان ساده به کارگیری مطلوب و همراه با کارایی منابع سازمان به منظور ارزش آفرینی برای مشتریان است. [۲۶]. ۲. زمان و مدیریت زمان؛ زمان به معنای زمانی است که شرکت پس از اعلام نیاز، محصول را در دسترس مشتری قرار می دهد یا زمانی که شرکت قادر است محصولات خود را با ویژگی های جدید یا فناوری نوآورانه به سرعت توسعه دهد و در اسرع وقت آن را به بازار عرضه کند. [۲۴]. ۳. کیفیت؛ [۲۷]، بیان کرد که بر اساس یکی از نگرش ها، مدیریت کیفیت به معنای نظارت بر فرآیند ساخت و تولید محصول برای اطمینان از انطباق محصول با آنچه طراح یا مشتری مد نظر است، می باشد. برای جلب رضایت مشتریان و رقابت با تولیدکنندگان دیگر باید در عین حال در سه بعد کیفیت، هزینه و زمان به رقابت پرداخت. این سه عنصر یک مثلث استراتژیک را تشکیل می دهند. این مثلث در درک نحوه طراحی و ارزیابی سیستم های حسابداری مدیریت بسیار مهم است و به طور متوالی در بخش

های خاصی از حسابداری مدیریت استفاده می شود. [۲۸]. مفهوم کیفیت، هزینه و زمان در چارچوب یک سازمان یا محصول تغییر می کند. [۲۹] بنابراین، در دسترس بودن اطلاعات مالی و حسابداری به موقع و دقیق، سردرگمی فعالان بازار را در تصمیم گیری در مورد خرید و فروش اوراق بهادار کاهش می دهد و مهمتر از همه، شفافیت اطلاعات باعث جذب بهتر منابع و اثرگذاری بهتر می شود. [۱۰]

### سوالات پژوهش

چه ابعاد مالی و متغیرهایی با توجه به مثلث بقا در طراحی مدل استراتژیهای رقابتی بر تحلیل اطلاعات حسابداری و مالی وجود دارد و چطور می توان آنها را تعریف نمود؟  
با توجه به مثلث بقا بهترین طراحی مدل جهت اجرا یا استفاده از استراتژیهای رقابتی بر تحلیل اطلاعات حسابداری و مالی با پیش فرض های حاصله از تحقیق چیست؟

### روش تحقیق

این پژوهش به بررسی توسعه و کاربرد مدلسازی مفهومی در زمینه استراتژیهای رقابتی در بورس می پردازد. در حقیقت تحقیق حاضر از نوع کیفی می باشد. که در بخش کیفی با استفاده از روش گروه های کانونی با خبرگان حوزه مورد نظر بر اساس روش کیفی تحلیل مضمون که مبتنی بر مصاحبه با خبرگان مذکور باشد اقدام گردید. محقق تلاش کرد با استفاده از اطلاعات کیفی بدست آمده از مصاحبه های تحقیق با استفاده از روش کیفی به مدل ابتدایی تحقیق دست یابد. این مدل در مراحل بعدی در داده های کمی شرکتهای حاضر در بورس توسط داده کاوی توسعه داده خواهد شد. هدف از تحقیقات کیفی بنا به تعریف هومن عبارتست از؛ «توسعه فهم و درک این مطلب که جهان چگونه ساخته می شود» [۳۰] بنا به تعریف پاول " اگر اطلاعات موجود در یک زمینه خاص چنان اندک باشد که حتی تشخیص این که نادانسته ها کدامند خود مسئله ساز باشد، باید از رویکرد طبیعت گرایانه و روشهای کیفی استفاده کرد. [۳۱] که در این تحقیق اطلاعات موجود در این زمینه اندک می باشد و در حقیقت دانش موجود در این زمینه بصورت ضمنی می باشد نه آشکار. علت انتخاب روش تحقیق کیفی مدلسازی این است که مدلسازی یکی از اجزای اصلی، بسیاری از روشهای یکپارچه است که به مقابله با چالشهای مدیریت می پردازند. بسیاری از تلاشهای صورت گرفته توسط شرکتهای برای اعمال تکنیک مدلسازی در تجزیه و تحلیل استراتژیهای رقابتی در بورس در طی سالهای اخیر نتوانسته اند بطور موثری در حل این مساله کمک شایانی بنمایند. این موضوع دلایل متعددی دارد که می تواند شامل ضعف کارهای تیمی و یادگیری تیمی در تجزیه و تحلیل و مدلسازی بیش از حد پیچیده، فقدان مهارت کافی، فقدان اطلاعات یا دانش مربوطه باشد. بهترین رویکرد عملی به مدلسازی مفهومی در جهت ایجاد الگوی استراتژیهای رقابتی در بورس از هشت اصل اساسی زیر است؛ استفاده از یک فرایند مدل باز و شفاف، برقراری ارتباط موثر مفاهیم، زیباسازی مدل، ایجاد مدلهای قوی و سازگار، رسمیت بخشیدن به مدل، تست و آزمون مجدد مدل، کاوش رفتار مدل از طریق سناریوهای مختلف، اطمینان از تبدیل مدل به یک شکل عملیاتی. [۳۲] بطور کلی بهترین روش عملی مدلسازی مفهومی، اهمیت نهادن بر روند به ویژه فرایندهایی است که شامل موارد ذیل است: ۱- ذینفعان از جمله دارندگان دانش، ۲- ساختار روشن، ۳- ایجاد یک خروجی قابل استفاده و

مفید. بر همین اساس در این مقاله نیز مدل مفهومی استراتژیهای رقابتی در بورس در دو مرحله توسعه داده خواهند شد: [۳۲] مرحله اول: یکی مدل بدون پایبندی به استانداردی خاص و پیش نیاز، ایجاد خواهد شد. مرحله دوم: پیش نویس مدل، آماده و با توجه به چارچوب استانداردها و الزامات خاص دوباره طراحی خواهد شد. لازم به ذکر است که مدل اولیه در همین مقاله به روش کیفی مدلسازی ارائه میگردد و مرحله دوم در مقاله دوم با کمک تکنیک متاآنالیز ارائه خواهد شد و سپس در مرحله نهائی با داده کاوی در اطلاعات مالی و حسابداری مدل نهائی تحقیق حاضر ارائه می گردد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه خبرگان و فعالین حوزه بورس اوراق بهادار تهران می باشند که بر اساس نمونه گیری گلوله برفی و بصورت تصادفی و در دسترس تعداد ۱۷ نفر از خبرگان در حوزه بورس اوراق بهادار تهران انتخاب شدند و مورد مصاحبه قرار گرفتند که عموماً در بحث کارگزاریهای بورس و مشاوره و هیات علمی دانشگاهی فعالیت داشته اند. جهت روائی در تفسیر داده های پژوهش کیفی لازم است قابل قبول بودن یافته ها در نظر گرفته شود. اکنون بر اساس نظریه گوبا و لینکلن (۱۹۹۴) سه مفهوم قابلیت اعتبار (بجای اعتبار درونی در پژوهش کمی)، انتقال پذیری (بجای اعتبار بیرونی در پژوهش کمی) و تایید پذیری (با بی طرفی و عینیت در پژوهش کمی) جهت روائی و اعتبار ابزار در تحقیقات کیفی لازم است. [۳۳] بر همین اساس در این تحقیق نیز جهت بررسی ۸ اعتبار تحقیق از خودبازبینی محقق ۱ بعنوان یکی از رویکردها قابلیت اعتبار [۳۴] بسنده شده است. جهت رسیدن به قابلیت انتقال بعنوان یکی از مولفه های روائی نیز از رویه های کدگذاری و تحلیل نمادها نشانه ها استفاده شده است. [۱۱] و جهت تایید پذیری نیز به معنای تلاش در جهت دستیابی شاخص عینیت در پژوهش، هرچند این مفهوم در پژوهشهای کمی به معنای پرهیز محقق از تأثیر سوگیریها و ارزش داوریهها در تحقیق است. در پژوهش کیفی این امر بیشتر به معنای قدرت تحلیل و دقت داده ها و میزان تایید آن ها است. [۳۶] در این تحقیق به دلیل کیفی بودن داده ها برای تعیین پایایی از مصاحبه های عمیق و ساختار یافته بر اساس سوالات پرسشنامه ی باز که به ماحصل پیشینه تحقیق و ادبیات نظری استوار می باشد، استفاده شده است و برای سازماندهی فرایندهای ساخت یافته جهت ثبت اطلاعات از ضبط مصاحبه های انجام شده با رضایت مصاحبه شوندگان و نیز ثبت و نوشتن داده ها توسط دونفر مطابق با کلیدواژه های تحلیل مضمون انجام شد که جهت توافق آنان از آزمون کندال استفاده شد و تمامی موارد گفته شده با استاد راهنما کنترل و نظارت شد.

#### یافته های پژوهش

پس از جمع آوری اطلاعات و محاسبه آزمون کندال جهت توافق داوران، مضامین موضوع تحقیق استخراج گردید و بر اساس نرم افزار QMAX مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت تا بر اساس آن مدل اولیه مولفه های سازنده استراتژیهای رقابتی شناسایی شد. براین اساس نتایج تحقیق در این مقاله در جدول شماره یک آورده شده است.

<sup>1</sup> Self-monitoring

### قابلیت اعتماد ابزار اندازه گیری

پایایی به عنوان توانایی تکرار نتایج در نظر گرفته می شود و به سه ویژگی دقت، نمایش و ثبات اشاره دارد. در این مقاله انتخاب مقوله ها برای کدگذاری به گونه ای صورت گرفت که برای کدگذاران از معنی یکسان برخوردار باشد (ریچ؛ ۲۰۰۳) [۳۱] در مقاله حاضر از آنجا که هدف پژوهش توصیفی می باشد تنها به اعتبار تحلیل مضمون آنطور که هولستی بیان می کند، بسنده شد. (عابدسعیدی و اکبری؛ ۲۰۱۲) [۳۲] در این مطالعه میزان پایایی تحقیق بر اساس درصد توافق بین دو کد گذار و بر اساس فرمول ضریب پایایی هولستی محاسبه شد. بدینصورت که تعداد واحد های کد گذاری شده و میزان توافق دو کد گذار در فرمول زیر قرار گرفت. بر اساس این فرمول میزان توافق بین دو نفر برابر ۹۳/۲ بدست آمد. در اینجا در ارزیابی دو مصاحبه نمونه از ۱۰ مصاحبه مورد بررسی می باشد، جمعا ۵۹ عبارت توسط دو کد گذار ثبت شد که روی ۵۵ مورد با یکدیگر توافق داشتند.

جدول ۱. قابلیت اعتماد ابزار اندازه گیری

$CR = \frac{M}{CI + C2}$		$\frac{2(55)}{(59+59)} = 93/2$	
پایایی = CR		تعداد توافق ها = M	
C2 = کدگذار دوم	C1 = کد گذار اول		

در بررسی وضعیت دموگرافیک سمت شغلی پاسخگو ۱۱/۷٪ کارگزار بورس، ۲۳/۵٪ استاد دانشگاه، ۵۲/۹٪ مدیر ارشد شرکت های حاضر در بورس و ۵/۸٪ مدرس بورس بوده اند. در این مقاله تلاش گردید که از زاویه دید افراد درگیر که دارای تحصیلات دکترا بوده اند در حوزه مالی و سابقه ای بالاتر از ۱۰ سال داشته اند مورد مصاحبه قرار گیرند. پس از انجام ۱۷ مصاحبه با ۱۷ نفر از خبرگان با سمتهای مختلف که در آمار توصیفی ذکر شد، متن مصاحبه ها بر اساس نرم افزار QMAX مورد تحلیل قرار گرفت. بر اساس دو سوال مطرح شده در این تحقیق ابتدا متن مصاحبه ها تایپ گردید و سپس با رویکرد مثلث بقا نسبت به تحلیل مضمونهای مصاحبه های انجام شده اقدام گردید.

سوال ۱: چه ابعاد مالی و متغیرهایی با توجه به مثلث بقا در طراحی مدل استراتژیهای رقابتی بر تحلیل اطلاعات حسابداری و مالی وجود دارد و چطور می توان آنها را تعریف نمود؟

همانطور که در جدول دو مشاهده می گردد از ۱۷ مصاحبه انجام شده، که براساس کل کلمات و عبارات بدست آمده ابعاد اصلی شامل مولفه های بازار با درصد فراوانی ۱۵،۳ و مولفه های مرتبط با خدمات پس از فروش با درصد فراوانی ۱۱،۹ و مولفه های مرتبط با بدهی و سود به ترتیب با درصد فراوانی های ۱۵،۳ و هزینه ها با درصد فراوانی، ۲۷،۲ محاسبه شده است. در بخش بعدی (جداول هر یک از ابعاد شناسایی شده همراه با شکل) نمودار فراوانی ارائه شده است.

## جدول ۲. جدول ابعاد کلیدی تحلیل کیفی با توجه به مثلث بقا

ابعاد اصلی	درصد ابعاد اصلی
مولفه های بازار	15.3%
مولفه های مرتبط با خدمات پس از فروش	11.9%
مولفه های مرتبط با بدهی ها	15.3%
مولفه های مرتبط با سود	15.3%
مولفه های مرتبط با هزینه ها	27.2%
متفرقه	15%
جمع	100
N = Documents	17

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می گردد از ۱۷ فرد مصاحبه شده در خصوص مولفه های بازار بعنوان یکی از ابعاد اصلی اطلاعات مالی و حسابداری در استراتژیهای رقابتی شرکتهای حاضر در بورس، کمترین عبارت یا اصطلاح قیمت گذاری رقابتی کالا ۲۸،۵ دفعه و بیشترین عبارت یا اصطلاح یعنی رضایت مشتری ۵۷ درصد تکرار گردیده است و سهم بازار با ۴۳ درصد یکی دیگر از ابعاد فرعی جهت تحلیل اطلاعات مالی و حسابداری جهت ارائه مدل استراتژیهای رقابتی می باشد.

## جدول ۳. آمار نتایج تحلیل داده های کیفی مولفه های بازار

مولفه های بازار شناسایی شده	تعداد متن	درصد فروانی	فراوانی تجمعی
رضایت مشتری	4	57.14	80.00
سهم بازار	3	42.86	60.00
قیمت گذاری رقابتی کالا	2	28.57	40.00
DOCUMENTS with code(s)	5	71.43	100.00
DOCUMENTS without code(s)	2	28.57	-
ANALYZED DOCUMENTS	7	100.00	-

همان طور که در جدول ۴ مشاهده می گردد از ۱۷ فرد مصاحبه شده در خصوص مولفه های خدمات پس از فروش بعنوان یکی از ابعاد اصلی اطلاعات مالی و حسابداری در استراتژیهای رقابتی شرکتهای حاضر در بورس، کمترین عبارت یا اصطلاح خدمات پس از فروش به تفکیک صنعت ۴۲،۸۶ دفعه و بیشترین عبارت یا اصطلاح یعنی کیفیت کالا با ۵۷ درصد جهت تحلیل اطلاعات مالی و حسابداری و ارائه مدل استراتژیهای رقابتی می باشد.



**جدول ۴. آمار نتایج تحلیل داده های کیفی مولفه مرتبط با خدمات پس از فروش**

مولفه های مرتبط خدمات پس از فروش	تعداد متن	درصد فروانی	فراوانی تجمعی
کیفیت کالا	4	57.14	100.00
خدمات پس از فروش به تکنیک صنعت	3	42.86	75.00
DOCUMENTS with code(s)	4	57.14	100.00
DOCUMENTS without code(s)	3	42.86	-
ANALYZED DOCUMENTS	7	100.00	-

همان طور که در جدول ۵ مشاهده می گردد از ۱۷ فرد مصاحبه شده در خصوص مولفه های مرتبط با هزینه ها در صورتهای مالی شرکتهای حاضر در بورس بعنوان یکی از ابعاد اصلی اطلاعات مالی و حسابداری در استراتژیهای رقابتی، کمترین عبارت یا اصطلاح هزینه های کیفیت محصول، تحقیق و توسعه، قیمت تمام شده رضایت مشتری با ۴۲٫۸۶ درصد و بیشترین عبارت یا اصطلاح یعنی کیفیت کالا با ۵۷ درصد جهت تحلیل اطلاعات مالی و حسابداری و ارائه مدل استراتژیهای رقابتی مناسب می باشد.

**جدول ۵. آمار نتایج تحلیل داده های کیفی مولفه مرتبط با هزینه**

مولفه های مرتبط با هزینه	تعداد متن	درصد فروانی	فراوانی تجمعی
کیفیت بیشتر هزینه بیشتر	4	57.14	80.00
هزینه های کیفیت محصول	3	42.86	60.00
هزینه های تحقیق و توسعه	3	42.86	60.00
قیمت تمام شده	3	42.86	60.00
هزینه رضایت مشتری	3	42.86	60.00
DOCUMENTS with code(s)	5	71.43	100.00
DOCUMENTS without code(s)	2	28.57	-
ANALYZED DOCUMENTS	7	100.00	-

از ۱۷ فرد مصاحبه شده در خصوص مولفه های مرتبط با سود در صورتهای مالی شرکتهای حاضر در بورس بعنوان یکی از ابعاد اصلی اطلاعات مالی و حسابداری در استراتژیهای رقابتی، کمترین عبارت یا اصطلاح نسبت سود به نسبت دارائی ها با ۲۸٫۵۷ درصد، نسبت حاشیه سود عملیاتی به فروش با ۴۲٫۸۶ درصد و بیشترین عبارت یا اصطلاح یعنی حاشیه سود در کنار سهم بازار شرکتهای با ۵۷ درصد جهت تحلیل اطلاعات مالی و حسابداری و ارائه مدل استراتژیهای رقابتی مناسب می باشد.

## جدول ۶. آمار نتایج تحلیل داده های کیفی مولفه مرتبط با سود

مولفه های مرتبط با سود	تعداد متن	درصد فروانی	فراوانی تجمعی
حاشیه سود در کنار سهم بازار شرکتها	4	57.14	80.00
نسبت حاشیه سود عملیاتی به فروش	3	42.86	60.00
نسبت سود نسبت به دارایی	2	28.57	40.00
DOCUMENTS with code(s)	5	71.43	100.00
DOCUMENTS without code(s)	2	28.57	-
ANALYZED DOCUMENTS	7	100.00	-

مشاهده می‌گردد از ۱۷ فرد مصاحبه شده در خصوص مولفه های مرتبط با بدهی ها در صورتهای مالی شرکتها حاضر در بورس بعنوان یکی از ابعاد اصلی اطلاعات مالی و حسابداری در استراتژیهای رقابتی، عبارت یا اصطلاح نسبت بین کیفیت به بدهی، نسبت بدهی به دارایی شرکت و کیفیت محصول و بدهی ها در ۵۰ گونه صورتهای مالی با ۴۲٫۸۶ درصد جهت تحلیل اطلاعات مالی و حسابداری و ارائه مدل استراتژیهای رقابتی مناسب می باشد.

## جدول ۷. آمار نتایج تحلیل داده های کیفی مولفه مرتبط با سود

مولفه های مرتبط با بدهی ها	تعداد متن	درصد فروانی	فراوانی تجمعی
نسبت بین کیفیت به بدهی	3	42.86	75.00
نسبت بدهی به دارایی شرکت	3	42.86	75.00
کیفیت محصول و بدهی ها در صورتهای مالی	3	42.86	75.00
DOCUMENTS with code(s)	4	57.14	100.00
DOCUMENTS without code(s)	3	42.86	-
ANALYZED DOCUMENTS	7	100.00	-

سوال دوم؛ با توجه به مثلث بقا بهترین روش اجرا یا استفاده از استراتژیهای رقابتی مبتنی بر تحلیل اطلاعات حسابداری و مالی با پیش فرض های حاصله از تحقیق چیست؟

بر اساس آنچه تا کنون با مقوله بندی مصاحبه های انجام شده، می توان بر اساس صورتهای مالی شرکتها بطور مستمر نسبتهایی را استخراج نمود تا بتوان بر اساس آن به موفقیت استراتژی رقابت پذیری شرکتها حاضر در بورس امید بست. اکثر خبرگان (جدول ۸) بیان داشته اند که محقق بایستی قبل از ارائه مدل استراتژیهای رقابتی نسبت به طراحی مولفه های اثرگذار بر اساس صورتهای مالی اقدام کند که در یافته های جداول قبلی ذکر گردید اما خبرگان در بیان اجرا بیان داشته اند که مراحل زیر بایستی جهت دستیابی به مدل استراتژیهای رقابتی مبتنی بر تحلیل اطلاعات حسابداری و مالی مدنظر قرار گیرد؛ شاخص سازی صورتهای مالی، شاخص سازی به دو بخش مادی و غیرمادی و گروه بندی شرکتها و صنایع.

جدول ۸. آمار توصیفی نتایج تحلیل کیفی جهت اجرای مدل استراتژی رقابتی

فراوانی تجمعی	درصد فراوانی	تعداد متن	پیش درآمدهای مثلث بقا
75.00	42.86	3	شاخص سازی صورتهای مالی
50.00	28.57	2	شاخص های مادی و غیرمادی
50.00	28.57	2	گروه بندی شرکتها
25.00	14.29	1	تفکیک صنایع
100.00	57.14	4	DOCUMENTS with code(s)
-	42.86	3	DOCUMENTS without code(s)
-	100.00	7	ANALYZED DOCUMENTS

شکل (۱) مدل روش اجرا



بنابراین پیش از هر اقدامی جهت شناسایی مولفه های استراتژی رقابتی در اسناد مالی و حسابداری شرکتهای حاضر در بورس اوراق بهادار تهران بایستی شاخص سازی صورتهای مالی بر اساس دو بخش مادی و غیرمادی و گروه بندی شرکتها و صنایع انجام پذیرد.

### نتیجه گیری

شرکتها برای بقا و سرمایه گذاری به منابع مالی نیاز دارند، اما منابع مالی و استفاده از آنها باید به خوبی مشخص شود تا شرکت بتواند سودآور باشد. [۸] دیدگاه های زیادی در مورد رابطه بازار سرمایه و بازار محصول وجود دارد که مشخص می کند مدیر شرکت هنگام تصمیم گیری در مورد مسائل مالی باید رقابت در بازار محصول را نیز در نظر بگیرد، زیرا در بازار محصول ساختار سرمایه چندجانبه و در موقعیت مطلوب سودآوری، شرکت ها از استراتژی های حداکثرسازی تولید برای افزایش سودآوری خود استفاده می کنند و گاهی بدهی های خود را افزایش می دهند [۸]. بر همین اساس هدف از انجام این تحقیق، فراهم آوردن شرایطی جهت رقابت پذیری شرکتهای حاضر در بورس اوراق بهادار تهران می باشد که انجام آن با استفاده از روش تحلیل مضمون انجام شد. در این تحقیق ابتدا ۱۷ نفر از خبرگان حوزه بورس مصاحبه بعمل آمده است و نتایج مصاحبه های آنان مورد تحلیل مضمون قرار گرفت. علت انتخاب افراد خبرگان این است که آنان می توانند نماینده های خوبی از متون مالی برای شناسایی مولفه های اثربخش

در خصوص رقابت پذیری شرکتهای حاضر در بورس باشند. طرفی تحلیل مضمون یک حوزه تحقیقاتی در حال رشد بوده که مانند هر تکنولوژی در حال ظهور، پیچیدگیهای ذاتی خود را دارد. حجم عظیم اطلاعات موجود در سیستمهای مالی شرکتهای حاضر در بورس باعث می شود تا بتوان با ایجاد سیستمی متناسب با اطلاعات مالی و حسابداری همین شرکتهای شرایط رقابت پذیری را چه برای شرکتهای و چه برای سرمایه گذاران در بورس فراهم آورد تا بتوانند در مسیر تحلیل محیط رقابت موفق تر عمل نمایند که این امر نیازمند تحقیقات و مطالعات بیشتری در این زمینه وجود دارد.

یافتههای تحقیق حاکی از این است خبرگان در وهله اول پیش درآمدی را جهت نحوه انجام شناسایی مولفه های اثربخش رقابت پذیری در شرکتهای حاضر در بورس ارائه نموده اند که در وهله اول بایستی بر اساس صورتهای مالی شرکتهای تلاش گردد به یک جمع بندی در خصوص شاخصه بندی های آن در دو بعد ریالی و غیرریالی صورت پذیرد ضمن آنکه بایستی شرکتهای و صنایع نیز گروه بندی شوند. خبرگان تاکید داشته اند که انجام این مهم بدون در نظر گرفتن این عوامل کار ناصوابی خواهد بود. سپس اصطلاحات و عبارات مربوط به این شاخصه سازی توسط خبرگان مورد تحلیل مضمون قرار گرفت که نتایج آن در چهار بعد مقوله بندی گردید که عبارتند از: مولفه های بازار، مولفه های مبتنی بر هزینه، سود و بدهی ها که هر یک به تنهایی از یکسری نسبتهای مالی اثرگذار تشکیل شده اند که قسمت یافته ها بصورت مفصل به آن پرداخته شد. با توجه به عبارات و واژههای استخراج شده، می توان چنین استنباط نمود که روش تحلیل مضمون در شناسایی مولفه های اثرگذار در صورتهای مالی شرکتهای حاضر در بورس جهت سنجش رقابت پذیری موثر می باشد و به عنوان روشی مناسب برای استخراج اطلاعات مفید از گزارشات حسابرسی قابل استفاده می باشد. نتایج این تحقیق با مطالعات اورال و اوغلو (۲۰۱۸) [۳۴]، و وو و همکاران (۲۰۱۸) [۳۹]، کلی و دیگران (۲۰۰۰) [۳۶] و تحقیقات داخلی نظیر بنایی قدیم و همکاران (۱۳۹۹) [۱۸] آبیانی اصفهانی و همکاران (۱۳۹۹) [۴] همسو می باشد. آن ها نشان دادند که رویکردهای استراتژیهای رقابتی تحت تاثیر صورتهای مالی و عملکرد مالی شرکتهای قرار دارد.

#### ارائه پیشنهادها

بر اساس آنچه در این مقاله به آن پرداخته شد، محقق در صدد برآمد در مقاله بعدی در ادامه همین موضوع به بررسی متاآنالیز مقالات مرتبط با همین موضوع بپردازد تا بتواند ابعاد واضح تری را در خصوص این مولفه ها جهت ارائه مدل رقابت پذیری در شرکتهای حاضر در بورس اوراق بهادار تهران ارائه نماید. لذا در مقاله بعدی از بعدی متفاوت به بررسی مقالات موجود در این حوزه خواهیم پرداخت.

#### فهرست منابع

۱. احمدوند، علی محمد؛ حسین شبیری، سید محمد علی؛ بهروزی، بهروز؛ ترابی، محمد امین (۱۳۹۹). "بررسی تاثیر سبک تصمیم گیری بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی استراتژی رقابتی در شرکت های بزرگ (مورد مطالعه: شرکت پتروشیمی مارون)"، پژوهش های کاربردی در مدیریت حسابداری (سال پنجم)، شماره ۱۹، ۶۲-۷۴.

۲. آذر عادل، یعقوبی نورمحمد، همراهی مهرداد (۱۳۹۰)، **روش تحقیق در مدیریت (بارویکردی به نگارش پایان نامه تحصیلی)**، تهران، نشر مرنديز.
۳. آبیای اصفهانی، سعید؛ غفوریان شاگردی، امیر؛ وحیدی، تقی؛ دانشمند، بهناز، (۱۳۹۹). "تأثیر استراتژی های رقابتی بر عملکرد بازاریابان فعال در رسانه های اجتماعی با نقش متغیر تعدیل کننده ویژگی های سازمانی"، **نشریه علمی مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند**، سال هشتم، شماره ۳۱، ۱۵۲-۱۱۹.
۴. بنایی قدیم، رحیم؛ واعظ، سیدعلی؛ اصغری زنوزی، الهام، (۱۳۹۹). "تأثیر استراتژی کسب و کار بر قابلیت مقایسه صورت های مالی با تاکید بر نقش عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران"، **پژوهش های حسابداری مالی**، سال دوازدهم، شماره یک، پایانی (۴۳)، ۵۶-۳۹.
۵. ثریایی، علی؛ مهراپی، سمانه، (۱۳۹۲). "بررسی و رتبه بندی استراتژی های بازاریابی مناسب به منظور دستیابی به مزیت رقابتی در هتل های غیردولتی ۳ تا ۵ ستاره استان مازندران"، **فصلنامه مدیریت**، سال دهم، شماره ۳۰، ۴۴-۲۹.
۶. جوادیان، رضا؛ روضه ای، منصور؛ عربی، احمد، (۱۳۹۷). "تأثیر مثلث بقا بر بهره وری عاملان ذیحساب نیروی انظمایی"، **فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی**، سال سیزدهم، شماره ۴۹، ۱۰۰-۸۵.
۷. حریری، نجلا؛ (۱۳۸۵)، **اصول و روشهای پژوهش کیفی**، تهران، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
۸. خاکساری، ایمان و مسیح آبادی، ابوالقاسم (۱۳۹۸): "ساختار سرمایه و جایگاه رقابتی در بازار محصول (تحت رقابتهای کورنات و برتراند)"، **فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی**، انجمن حسابداری ایران، شماره ۳۲، صص ۷۴-۵۹.
۹. خنیفر حسین و مسلمی ناهید (۱۳۹۷)؛ **اصول و مبانی روشهای پژوهش کیفی (رویکردی نو و کاربردی)**، جلد اول، نشر دانش، چاپ سوم، تهران.
۱۰. دامغانی، کوروش (۱۳۹۲)؛ "زمان بندی استراتژیک در اعلام سود پیش بینی شده مدیریت"، **فصلنامه حسابداری و حسابرسی**، دوره ۳، شماره ۱۱، ص ۷۸-۹۰.
۱۱. رحیمی اقدم، صمد؛ صنوبر، ناصر؛ حق وردی زاده، ابوالفضل، (۱۳۹۸). "تبیین مدلی برای کسب مزیت رقابتی پایدار مبتنی بر استراتژی مدیریت استعداد در صنعت بیمه"، **بررسی های بازرگانی**، شماره ۹۹، ۱۱۶-۱۰۳.
۱۲. ساعی، لیلا (۱۳۹۲). **حسابرسی و مدیریت و تاریخچه حسابداری**. تهران: انتشارات آخر.
۱۳. شاه طهماسبی، اسماعیل؛ خداداد حسینی، سیدحمید؛ کردنائیج، اسدالله، (۱۳۹۷). "قابلیت های پویا در استراتژی کسب مزیت رقابتی رابطه محور، مورد مطالعه صنعت ساختمان"، **نشریه علمی-پژوهشی کاوش های مدیریت بازرگانی**، سال دهم، شماره نوزدهم، ۱۲۱-۹۹.
۱۴. شبگو، مجتبی؛ محمدوند ناهیدی، محمدرضا و زکی پور، مهدی، (۱۳۹۲). "نقش سیستم مدیریت هزینه در اصلاح الگوی مصرف با تاکید بر رویکرد اقتصاد مقاومتی". تهران: سیزدهمین همایش ملی حسابداری.
۱۵. صفری، علی؛ ترکستانی، محمدصالح؛ مرادی، پرستو؛ گلشاهی، بهنام، (۱۳۹۳). "اثر نیروهای رقابتی بر عملکرد شرکت های بیمه خصوصی در ایران: نقش استراتژیهای ترکیبی رقابتی"، **پژوهش نامه بیمه**، سال بیست و نهم، شماره ۲، ۲۳۴-۲۱۱.
۱۶. صفری، محمد؛ جمالی، غلامرضا؛ باورصاد، بلقیس (۱۴۰۰). "تأثیر استراتژی های رقابتی لارج بر پایداری زنجیره تامین در صنایع سیمان استان بوشهر"، **مدیریت بهره وری**، دوره ۱۵، شماره ۲، ۲۵۸-۲۲۹.

۱۷. عباسی بنی، فاطمه؛ نظری، محسن، (۱۳۹۶). "بررسی رقابت و تمرکز در صنعت بیمه و تعیین استراتژی های رقابتی مناسب"، **مدیریت بازرگانی**، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دوره ۹، شماره ۳، ۶۶۰-۶۴۱.
۱۸. عسگرزاد نوری، باقر؛ صائب نیا، سمیه؛ فولادی، الهام، (۱۳۹۹). "تأثیر استراتژی های ناب و چابک زنجیره تأمین بر پاسخگویی زنجیره تأمین و عملکرد شرکت: نقش میانجی به تعویق انداختن و مشارکت استراتژیک تأمین کنندگان (مورد مطالعه: صنعت خودروسازی)"، **چشم انداز مدیریت صنعتی**، سال دهم، شماره ۳۹، ۶۵-۸۹.
۱۹. عباس زاده، محمد؛ (۱۳۹۱)؛ "تاملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی"، **مجله جامعه شناسی کاربردی**، سال ۲۳، شماره ۴۵، شماره اول، بهار ۹۱.
۲۰. فلیک، یو؛ (۱۳۸۵)، **درآمدی بر پژوهش های کیفی در علوم انسانی**، ترجمه جمشیدیان عبدالرسول، سیادت سیدعلی و علی نوروزی رضا، قم، انتشارات سماء قلم .
۲۱. کارگر، حامد؛ زنگنه، سمیه، (۱۳۹۷). "تأثیر استراتژی کسب و کار بر رابطه بین ریسک پذیری و ارزش شرکت"، **فصلنامه چشم انداز حسابداری و مدیریت**، دوره ۱، شماره ۳، ۲۷-۱۴.
۲۲. لشکری، محمد؛ سامی، ابوالفضل؛ ارشادی، زهرا، (۱۳۹۳). "ارزیابی استراتژی های رقابتی و عملکرد سازمانی"، **مطالعات مدیریت راهبردی**، شماره ۱۷، ۵۰-۳۹.
۲۳. ممرآبادی، مسعود؛ غفوریان شاگردی، امیر؛ غفوریان شاگردی، محمدسجاد؛ داودی، معصومه، (۱۳۹۸). "بررسی رابطه بین استراتژی کسب و کار و ضعف کنترل های داخلی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، **فصلنامه علمی تخصصی پژوهش در حسابداری و علوم اقتصادی**، سال سوم، شماره ۵، جلد دو، ۷۵-۸۶.
۲۴. مومنی، علیرضا؛ میرزایی، فهیمه، (۱۳۹۷). "مطالعه تأثیرگذاری استراتژی کسب و کار بر مدیریت سود واقعی و اثرگذاری رقابت در بازار بر این رابطه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، **مجله علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری**، شماره ۹، جلد سوم، ۶۰-۴۲.
۲۵. مرادی، محمد؛ سپهوندی، سعیده، (۱۳۹۴). "تأثیر استراتژی های رقابتی بر پایداری عملکرد مالی و ریسک"، **پژوهش های حسابداری مالی**، سال هفتم، شماره سوم، پیاپی (۲۵)، ۷۵-۹۰.
۲۶. ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ کهیاری حقیقت، امین، (۱۳۹۵). "بررسی تأثیر نوآوری بازاریابی بر استراتژی رقابتی کسب و کار (مورد مطالعه: خوشه قطعات خودرو شهرک های صنعتی استان سمنان)"، **فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی**، سال پنجم، ۱۳۵-۱۲۳.
۲۷. وظیفه دوست، حسین؛ حاجلو، محمدحسین؛ نظربور، فریده، (۱۳۹۲). "بررسی پیاده سازی استراتژی های رقابتی پورتر در پاسخگویی به نیاز بازار محوری مشتریان شرکت پتروشیمی"، **مدیریت فرهنگ سازمانی**، دوره ۱۱، شماره ۳، ۱۳۹-۱۲۱.
۲۸. وحدانی، محسن؛ حمیدی، مهرزاد، خبیری، محمد؛ علیدوست قهفرخی، ابراهیم، (۱۳۹۶). "تدوین نقشه استراتژی تربیت بدنی و فعالیت های ورزشی وزارت آموزش و پرورش"، **پژوهش در ورزش تربیتی**، شماره ۱۲، ۱۷-۳۶.

۲۹. وظیفه دوست، حسین؛ حاجلو، محمدحسین؛ نظریور، فریده، (۱۳۹۲). "بررسی پیاده سازی استراتژی های رقابتی پورتر در پاسخگویی به نیاز بازار محوری مشتریان شرکت پتروشیمی"، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۱۱، شماره ۳، ۱۳۹-۱۲۱.
۳۰. هومن حیدرعلی؛ (۱۳۸۵)؛ *راهنمای عملی پژوهش کیفی*، چاپ اول؛ تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
31. Andreas M. Riege (2003), "Validity and reliability tests in case study research: a literature review with "hands-on applications for each research phase, *Qualitative Market Research*" , **An International Journal**, Volume 6, Number 2 pp. 75-86, Griffith University, Nathan, Australia
32. Abedsaiedi J, Amiraliakbari S. (2012), "Research Methods in Medical Sciences and health". Tehran: Jamenegar-Salemi Pub; 2012. [In Persian]
33. Chin-Wen Ou ,b, Shuo-Yan Chou, Yao-Hui Chang; (2009); "Using a strategy-aligned fuzzy competitive analysis approach for market segment evaluation and selection" **Expert Systems with Applications** 36 (2009) 527–541
34. Emel Laptali Oral, Gulgun Mistikoglu (2018); "Competitive analysis of the Turkish brick industry—a case study for developing countries", **Building and Environment** 42 (2007) 416–4237
35. Grant, R. M. (2015). *Contemporary Strategy Analysis 9e Text Only*.
36. John Wiley & Sons.
37. Kelly, L. M., Athanassiou, N., & Crittenden, W. F. (2000). "Founder centrality and strategic behavior in family-owned firm". **Entrepreneurship Theory and Practice**, 25(2), 27–42.
38. Rose, K. H. (2005). "Project Quality Management: Why, What and How". Fort Lauderdale, Florida: J. Ross Publishing.
39. Widuri, R. and Evelin Sutanto, J. (2018). "Differentiation Strategy and Market Competition as Determinants of Earnings Management, *Advances in Economics*", **Business and Management Research**, volume 69.
40. Wu, P., Gao, L., and Gu, T. (2018). "Business strategy, market competition and earnings management Evidence from China". **Chinese Management Studies**, Vol. 9, No. 3, pp. 401- 424.



## **Identifying the Effective Components of Competitive Strategies in the Financial and Accounting Information of Companies Listed on the Tehran Stock Exchange**

**MohammadReza Saberi Roochi**

Phd candidate in accounting, Islamic Azad University of Birjand, Iran

**Habibollah Nakhaei(PhD)<sup>1</sup>©**

Assistant professor, Department of accounting, Birjand Branch, Islamic Azad University, Birjand, Iran

**Ghodratollah Talebnia(PhD)**

Associate Professor, Department of Accounting, Research Sciences Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

**Ahmad Ahmadi(PhD)**

Assistant professor, Department of accounting, Birjand Branch, Islamic Azad University, Birjand, Iran

(Received: October 15, 2022; Accepted: January 2, 2023)

The present paper is entitled to identify the effective components of competitive strategies in financial and accounting information in the form of key themes and components using the qualitative technique of content analysis. Qualitative process content analysis was extracted and used to extract useful information from unstructured data (text interviews). The statistical population includes all experts in the field of stock exchange, which includes a sample of 17 experts in this field in the stock market who were interviewed and the text of their interviews was qualitatively analyzed based on Max Kiuda software. The results of coding validity were obtained at 93, which indicates the high reliability of the coding. The findings showed that the experts included four dimensions of after-sales service, market, debts and expenses, each of which includes different ratios, to identify effective components in the field of competitiveness strategies in financial statements and accounting. Therefore, it can be concluded that according to the extracted words, the financial statements of companies are a useful source for identifying the competitive strategies of companies listed on the Tehran Stock Exchange.

**Keywords:** Competitive Strategies, Max Kyoda, Effective Components, Audit Reports.

---

<sup>1</sup> hnakhaei@iaubir.ac.ir © (Corresponding Author)