

مقاله پژوهشی:

تأثیر راهبردهای رقابتی (رهبری هزینه و تمایز) و توانایی مدیریت بر کیفیت

سود و چسبندگی هزینه در شرکت‌های بورسی

[20.1001.1.74672588.1400.5.18.8.2](https://doi.org/10.174672588.1400.5.18.8.2)

محسن حسینی؛ علی لعل‌بار^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۱

چکیده

با توجه به اینکه یکی از موارد حائز اهمیت در رفتار هزینه‌ها، چسبندگی آن است، بنابراین، از مباحث اصلی حسابداری مدیریت به‌شمار می‌آید و می‌تواند نقش اساسی در کیفیت سود داشته باشد. همچنین از آنجایی که مدیران توانمند درک عمیق‌تری از کسب و کار و صنعت، تخمین بهتر نیازمندی محصول، انتخاب بهتر پروژه‌ها و درک بهتری از ریسک دارند، مدیریت کارآمدتری ارائه می‌دهند. بنابراین، این مدیران می‌توانند با توانایی‌هایی که دارند و نیز راهبردهای مختلفی که در اختیار دارند، بر عملکرد واحد اقتصادی اثرگذار باشند. بر همین اساس در این پژوهش به بررسی تأثیر راهبردهای رقابتی (رهبری هزینه و تمایز) و توانایی مدیریت بر کیفیت سود و چسبندگی هزینه‌ها پرداخته می‌شود. در این پژوهش، تعداد ۱۵۳ شرکت بورسی در دوره زمانی ۱۳۹۷-۱۳۹۰ بررسی شده است. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل رگرسیون لجستیک و پانلی استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش در راهبردهای مختلف رقابتی تفاوت معناداری دارد (شدت رابطه منفی راهبرد تمایز با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش بیشتر از شدت رابطه منفی راهبرد رهبری هزینه با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش است)؛ کیفیت سود در راهبرد-های مختلف رقابتی تفاوت معناداری دارد (شدت رابطه مثبت راهبرد تمایز با کیفیت سود بیشتر از شدت رابطه مثبت راهبرد رهبری هزینه با کیفیت سود است) و توانایی مدیریت بر چسبندگی هزینه‌ها و کیفیت سود به ترتیب تأثیر منفی و مثبت، معنادار دارد.

کلید واژه‌ها: راهبرد رهبری هزینه و تمایز، توانایی مدیریت، کیفیت سود، چسبندگی هزینه‌ها

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور، نویسنده مسئول؛ رایانامه: mhassani2418@gmail.com

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

نتایج پژوهش پژوهشگران در سال‌های اخیر بیانگر آن است که میزان افزایش در هزینه‌ها هنگام افزایش در سطح فعالیت، بیشتر از میزان کاهش در هزینه‌ها هنگام کاهش در حجم فعالیت است. این رفتار هزینه را «چسبندگی هزینه‌ها» می‌نامیم. چسبندگی هزینه‌ها یکی از ویژگی‌های رفتار هزینه‌ها نسبت به تغییرات سطح فعالیت است (کالیجا و همکاران، ۲۰۰۶). فرضیه‌های مختلفی در مورد چنین رفتار چسبنده‌ای در هزینه‌ها وجود دارد. یکی از نظریه‌های غالب، چنین پدیده‌ای را از منظر تئوری نمایندگی و انگیزه‌های شخصی مدیران در حفظ سطح ظرفیت تولیدی در دوره‌های کاهش درآمد نیز تحلیل کرده‌اند. آگاروال و همکارانش (۲۰۱۱) بیان می‌کنند که مدیران دارای توانایی بیشتر می‌توانند استفاده کاملی از توانایی خود داشته باشند و این تنها در زمانی است که این مدیران به سطوح بالاتری از اختیار و تشخیص دست پیدا کنند. همبریک (۲۰۰۷) بیان می‌کند که چارچوب اختیار مدیریتی اثر واسطه‌ای بر روی چگونگی توانایی تاثیرگذاری مدیران بر روی عملکرد شرکت دارند. اگرچه نیاز به سطوح بالاتر اختیار در جهت افزایش عملکرد شرکت ممکن است امری مهم و حیاتی به نظر برسد، اما مدیران توانمندتر ممکن است فاقد چنین تشخیصی باشند. از طرفی، شناخت رفتار هزینه یکی از جنبه‌های بسیار مهم تجزیه و تحلیل سود برای مدیران است. مطالعه رفتار هزینه نه تنها برای محققان آکادمیک بلکه برای آنهایی که فعالیت حرفه‌ای‌شان مستقیماً با فعالیت‌های شرکت در ارتباط است، دارای اهمیت است. در مدل رایج رفتار هزینه که در ادبیات حسابداری معمولاً پذیرفته شده است هزینه‌ها بر حسب تغییرات در سطح فعالیت به‌عنوان ثابت و متغیر در نظر گرفته می‌شوند؛ در این مدل، هزینه‌های متغیر به نسبت با تغییرات در محرک فعالیت در نوسان هستند (بالاک ریشان و دیگران ۲۰۰۸)؛ با این پیش فرض که اندازه تغییر در هزینه‌ها، تنها به میزان تغییر در سطح فعالیت بستگی دارد نه به مسیر تغییر فعالیت. اما برخی نویسندگان مانند نون و سودستورم (۱۹۹۸) معتقد هستند هزینه‌ها با افزایش حجم فعالیت، افزایش بیشتری دارند. به اعتقاد اندرسون (۲۰۰۳)، هزینه‌ها هنگامی چسبنده هستند که مقدار افزایش در هزینه‌های مرتبط با افزایش حجم فعالیت، بزرگ‌تر از میزان کاهش هزینه‌های

مرتبط با همان مقدار کاهش در حجم فعالیت است. همچنین در صورت کاهش حجم فعالیت، شرکت های دارای هزینه های چسبنده، نسبت به شرکت های فاقد هزینه های چسبنده کاهش بیشتری در درآمد دارند. یافته های چن و دیگران (۲۰۰۶) نشان می دهد که رفتار هزینه در مدل های مورد استفاده تحلیل گران مالی جهت پیش بینی سود نقش موثر دارد. از طرفی سود حسابداری از دو قسمت تعهدی و نقدی تشکیل می شود. مدیریت در ارتباط با قسمت تعهدی سود همان طور رعایت استانداردهای حسابداری، با استفاده از دانش و آگاهی خود در مورد صنعت مورد فعالیت شرکت، از تخمین و قضاوت استفاده می کند؛ مثلاً مدیر هنگام تعیین میزان هزینه مطالبات مشکوک الوصول، تعیین عمر مفید و ارزش اسقاط دارایی های استهلاک پذیر برای محاسبه هزینه استهلاک و تعیین میزان خسارت احتمالی در مورد دعاوی حقوقی مطرح شده علیه شرکت و... از قضاوت و تخمین استفاده می کند. اگر مدیری دانش بیشتری در مورد صنعت مورد فعالیت خود داشته باشد، توانایی بیشتری نیز جهت انجام قضاوت صحیح تر در مورد اقلام تعهدی خواهد داشت که این امر به ارائه صادقانه سود حسابداری منجر شده و در نتیجه باعث بهتر شدن کیفیت سود می شود (منصور فر و همکاران، ۱۳۹۴). از دیدگاه پالپو خطای برآورد اقلام تعهدی به عنوان عاملی است که کیفیت سود حسابداری را کاهش می دهد. به طور کلی، از مدیران توانا انتظار می رود که نسبت به نیاز مشتریان، شرایط کلان اقتصادی و منافع آتی دارایی های ثبت شده آگاهی داشته باشند؛ همچنین، استانداردهای پیچیده را درک و آنها را اجرا کنند. بر همین اساس مدیران توانا اقلام تعهدی را با دقت بیشتری نسبت به مدیران با توانایی کم تخمین می زنند.

به طور کلی تحقیقات بالا جهت سرمایه گذارانی که از پیش بینی درآمدها جهت ارزش گذاری شرکت ها استفاده می کنند، مفید است؛ زیرا نتایج تحقیقات نشان می دهد که وجود هزینه های چسبنده باعث ایجاد درآمدهای فراتر در آینده و تغییر و تنوع در توزیع آن خواهد شد. در واقع به نظر می رسد رفتار هزینه، یک عامل تعیین کننده موثر در دقت پیش بینی سود و کیفیت سود است. با توجه به مباحث فوق و نقش مدیران در عملکرد واحد اقتصادی، انتظار بر این است که مدیران بنگاه اقتصادی به وسیله راهبردهای مختلف

رقابتی و توانایی خود بر برآورد چسبندگی هزینه (به‌عنوان یک عامل تاثیرگذار بر عملکرد)، بر کیفیت سود تاثیرگذار باشند. بر همین اساس، هدف کلی این تحقیق بررسی اثر راهبردها (رهبری هزینه و تمایز) و توانایی مدیریت بر کیفیت سود و چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۷-۱۳۹۰ است.

مبانی نظری و پیشینه‌شناسی تحقیق

چسبندگی هزینه‌ها

به دلیل رفتار نامنظم برخی هزینه‌ها مدیران تصمیماتی برای تغییر در منابع مربوط به آنها می‌گیرند؛ زیرا چنین منابعی را نمی‌توان به مقدار کمی، افزایش یا کاهش داد یا تغییرات منابع را با سرعت کافی با تغییرات کوچک تقاضا هماهنگ کرد. بی‌نظمی هزینه‌ها ممکن است به ظرفیت اضافی یا ظرفیت ناکافی بیانجامد، اما منجر به چسبندگی هزینه‌ها نمی‌شود. چسبندگی هزینه بدین علت رخ می‌دهد که اختلافات نامتعارفی در تعدیل منابع وجود دارد؛ به عبارت دیگر، عواملی که در تعدیل منابع دخیل هستند از تعدیل کاهش منابع ممانعت به عمل می‌آورند یا موجب کاهش سرعت انجام تعدیلات کاهش در مقایسه با تعدیلات افزایش می‌شوند. شرکت‌ها برای کنار گذاشتن منابع و جایگزینی همان منابع در صورت بازگشت تقاضا به وضعیت اولیه، ناگزیر به تحمل هزینه‌های تعدیل هستند. هزینه‌های تعدیل، شامل مواردی همچون پرداخت خسارت به کارکنان کنار گذاشته شده و هزینه‌های جستجو و آموزش کارکنان جدید است. علاوه بر هزینه‌های ریخته شده، هزینه‌های سازمانی مانند تضعیف روحیه کارکنان باقی مانده به دلیل قطع ارتباط با همکاران خود و فرسایش سرمایه انسانی به دلیل از هم گسیختگی گروه‌های کاری نیز جزئی از هزینه‌های تعدیل به‌شمار می‌آید. از سوی دیگر زمانی که تقاضا افزایش می‌یابد، مدیران منابع را به میزان کافی افزایش می‌دهند تا به فروش بیشتری دست یابند؛ اما زمانی که فروش کاهش یابد، عملاً برخی منابع قابل استفاده نیست. به دلیل اینکه شرایط تقاضای نوسانی تصادفی است و مدیران باید پیش از تصمیم‌گیری در مورد کاهش منابع، احتمال موقتی بودن کاهش تقاضا را ارزیابی کنند. چسبندگی هزینه‌ها زمانی روی می‌دهد که به هنگام

کاهش تقاضا، مدیران برای اجتناب از هزینه‌های تعدیل، تصمیم به حفظ منابع بلااستفاده می‌گیرند. همچنین، جنسن و مک‌لینگ (۱۹۷۶) اینطور بیان می‌دارند که تصمیم مدیران به حفظ منابع بلااستفاده ممکن است ناشی از ملاحظات شخصی باشد و نوعی هزینه‌های نمایندگی ایجاد کند. برخی از مدیران به دلیل ملاحظات شخصی، تصمیماتی می‌گیرند که مطلوبیت شخصی آنرا افزایش می‌دهد، ولی از دیدگاه سهامداران بهینه است. هزینه نمایندگی هزینه‌هایی است که به دلیل گرفتن چنین تصمیماتی توسط مدیران به شرکت‌ها تحمیل می‌شود (مرتضوی، ۱۳۹۰).

راهبرد رقابتی

امروزه راهبرد رقابتی و شاخه‌های محوری آن در مورد تحلیل صنعت، تحلیل رقبا و تعیین موقعیت راهبردی به‌عنوان بخشی پذیرفته شده از فعالیت مدیریتی به‌شمار می‌آیند. راهبرد رقابتی ارائه‌دهنده چارچوبی غنی برای شناسایی عوامل زیربنایی رقابت در صنایع بوده است (پورتر، ۱۹۹۰). این عوامل زیربنایی در پنج گروه قرار می‌گیرند. چارچوب مذکور تفاوت‌های عمده موجود در بین صنایع و چگونگی تکامل آنها را نشان می‌دهد و همین‌طور به شرکت‌ها کمک می‌کند تا به موفقیتی منحصر به فرد دست یابند. هر شرکتی که در یک صنعت رقابت می‌کند دارای راهبرد رقابتی خواه آشکار یا ضمنی است. اهمیت خاصی که امروزه شرکت‌های مختلف در آمریکا و دیگر کشورها برای تدوین راهبرد قائل هستند، مبین این عقیده است که در فرآیند آگاهانه تدوین راهبرد فواید ارزشمندی نهفته است. از جمله فواید این است که انتخاب راهبرد (اگر نتواند فعالیت‌های بخش‌های اجرایی را تضمین کند) حداقل به مدیران شرکت این اطمینان را می‌دهد که سیاست‌های این بخش‌ها دارای هماهنگی بوده و در راستای اهداف معینی باشند (پورتر، ۱۹۹۰؛ رضایی و حیدری، ۱۳۹۴). گاهی شرکت‌ها به دلیل شرایط ویژه‌ای که دارند، می‌توانند قیمت تمام شده کمتری نسبت به شرکت‌های دیگر داشته باشند؛ به همین دلیل، دارای توان رقابتی در زمینه قیمت‌گذاری هستند، مانند شرکت‌هایی که با منابع ارزان‌تر، نیروی انسانی مناسب‌تر و استفاده از ظرفیت تولیدی بیشتر، هزینه تمام شده مطلوب‌تری نسبت به رقبا دارند که عامل ایجاد توان رقابتی در بازار

است. در واقع، تعیین‌کننده قیمت در بازار خواهند بود. در مواردی، مهم‌ترین توان رقابتی شرکت‌ها از متمایز بودن هر یک از عناصر آمیخته بازاریابی ناشی می‌شود؛ مانند متمایز بودن نوع رنگ، بسته‌بندی، ظاهر و مدل، خدمات پس از فروش، قیمت و شیوه دریافت آن، کانال‌های توزیع و نوع تبلیغات. این عوامل باعث جذب و جلب انواع مشتریان می‌شود و سهم بازار شرکت را نسبت به رقبای افزایش می‌دهد. سومین راهبرد را در نوع می‌نامند، یعنی انتخاب بخشی از بازار و نفوذ عمیق «بازار کانون» انتخاب بازارها قرار دارد که آن به گونه‌ای که رقبای نتوانند یا نخواهند با آن مقابله کنند (پورتر، ۱۹۹۰؛ رضایی و حیدری، ۱۳۹۴). امروزه راهبرد رقابتی و شاخه‌های محوری آن در مورد تحلیل صنعت، رقبا و تعیین موقعیت راهبردی به عنوان بخشی پذیرفته شده از فعالیت مدیریتی محسوب می‌شوند. راهبرد رقابتی ارائه‌دهنده چارچوبی غنی برای شناسایی عوامل زیربنایی رقابت در صنایع بوده است. این عوامل زیربنایی در پنج گروه قرار می‌گیرند. چارچوب مذکور تفاوت‌های عمده موجود در بین صنایع و چگونگی تکامل آنها را نشان می‌دهد و همین‌طور به شرکت‌ها کمک می‌کند تا به موفقیتی منحصر به فرد دست یابند. راهبرد رقابتی، ابزارهایی را برای شناخت توان و میزان ناهمگنی صنایع و شرکت‌ها به دست می‌دهد (پورتر، ۱۳۹۱).

توانایی مدیریت

توانایی مدیریت را به عنوان کارایی مدیران نسبت به رقبا در تبدیل منابع شرکت به درآمد تعریف می‌کنند. این منابع تولید درآمد در شرکت‌ها، شامل: بهای موجودی‌ها، هزینه‌های اداری و توزیع و فروش، دارایی‌های ثابت، اجاره‌های عملیاتی، هزینه‌های تحقیق و توسعه و دارایی‌های نامشهود شرکت است (دیمرجان و همکاران، ۲۰۱۲). توانایی مدیریتی بالاتر می‌تواند منجر به مدیریت کاراتر عملیات روزانه شرکت شود، خصوصاً در دوره‌های بحرانی عملیات که تصمیم‌گیری‌های مدیریتی می‌تواند تأثیر به‌سزایی بر عملکرد شرکت داشته باشد. در دوره‌هایی که شرکت با بحران روبه روست، مدیران تواناتر تصمیم‌گیری

مناسب‌تری در ارتباط با تأمین منابع مورد نیاز خواهند داشت (آندرو و همکاران، ۲۰۱۳). سرمایه‌گذاری مناسب‌تر در پروژه‌های با ارزش‌تر و مدیریت کارای کارکنان نیز از ویژگی‌های مدیران توانمند است. در نتیجه در کوتاه مدت انتظار می‌رود، مدیران تواناتر بتوانند درآمد بیشتری با استفاده از سطح معینی از منابع کسب کنند، یا با استفاده از منابع کمتر، به سطح معینی از درآمد دست یابند (دیمرجان و همکاران، ۲۰۱۲). مدیران تواناتر به احتمال بیشتر در طرح‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند که ارزش فعلی خالص مثبت بالاتری دارد و همچنین توانایی بیشتری در اجرای مناسب آن خواهند داشت. اعتقاد بر این است که مدیران تواناتر درک مناسب‌تری از فن‌آوری و روند صنعت دارند و با اتکای بیشتری می‌توانند تقاضای محصولات را پیش‌بینی کنند. همچنین، سرمایه‌گذاری مناسب‌تر در طرح‌های با ارزش‌تر و مدیریت کارای کارمندان نیز از ویژگی‌های مدیران توانمند است. انتظار می‌رود در کوتاه مدت این مدیران بتوانند درآمد بیشتری با استفاده از سطح معینی از منابع کسب کنند یا با استفاده از منابع کمتر، بتوانند به سطح معینی از درآمد دست یابند (بیشینه کردن کارایی منابع مورد استفاده) (دیمرجان و همکاران، ۲۰۱۲). تصمیم‌های ضعیف و مهارت پایین مدیر در رهبری می‌تواند شرکت را به سمت ورشکستگی سوق دهد (لیورتی و گراسه، ۲۰۱۲). مدیران توانمندتر دانش و آگاهی بیشتری در ارتباط با مشتریان و شرایط کلان اقتصادی دارند و همچنین قادرند درک بهتری در ارتباط با استانداردهای پیچیده‌تر داشته و آنها را به درستی اجرا کنند (دیمرجان و همکاران، ۲۰۱۳).

کیفیت سود

مقالات مختلف در تعریف مفهوم کیفیت سود به دو ویژگی برای تعیین کیفیت سود اشاره شده است: یکی از آنها سودمندی تصمیم‌گیری و دیگری ارتباط بین این دو مفهوم و سود اقتصادی مدنظر هیکس است؛ به عبارت دیگر کیفیت سود، عبارت است از بیان صادقانه سود گزارش شده. منظور از بیان صادقانه، تطابق بین توصیف انجام شده و آن

چیزی است که ادعای آن را دارد؛ یعنی کیفیت سود بالا نشان‌دهنده مفید بودن اطلاعات سود برای تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان و همچنین مطابقت بیشتر آن با سود اقتصادی هیکس است. اما به دلیل آنکه افراد از اطلاعات در تصمیمات متفاوتی استفاده می‌کنند، امکان ارائه یک تعریف جامع از سود وجود ندارد. برخی تحلیل‌گران مالی، کیفیت سود را به‌عنوان سود عادی و مستمر، تکرارپذیر و ایجادکننده جریان نقدی حاصل از عملیات می‌دانند، آنها معتقدند که کیفیت سود رقمی بین سود خالص گزارش شده و جریان نقدی حاصل از عملیات منهای ارقام غیرتکراری است. تاکنون متخصصان مالی نتوانسته‌اند به یک محاسبه مستقل از سود که از نظر آنها کیفیت لازم را دارا باشد، دست یابند (ظریف فرد، ۱۳۷۸).

در این حالت، متخصصان مالی با انجام تعدیلات مناسب، می‌توانند به یک دامنه دست یابند که به شکل صحیح‌تر نشانگر کیفیت سود نسبت به سود خالص گزارش شده است. بنابراین مفهوم کیفیت سود، یک امر تعریف شده ثابت نیست که بتوان به آن دست یافت. بلکه مفهومی است نسبی که به ارتباط آن با دیدگاه‌ها و نگرش‌ها بستگی دارد. اسلون^۱ اثبات کرد که شرکت‌های با سود گزارش شده بالاتر از جریان وجوه نقد عملیاتی (حجم بالای ارقام تعهدی)، در سال‌های آتی یک کاهش در سود عملیاتی را تجربه خواهند کرد. بنابراین حجم ارقام تعهدی یک شاخص خوب برای کیفیت سود است. میچل^۲ معتقد است، سودی که بهتر جریانات نقدی عملیاتی آتی موسسه را پیش‌بینی کند، با کیفیت‌تر است. در متون حسابداری و مالی برخی از ویژگی‌های واحد تجاری شناسایی شده‌اند که وجود آنها باعث افزایش کیفیت سود می‌شود: ۱- روش‌های با ثبات محافظه‌کارانه حسابداری ۲- جریان درآمد قبل از مالیات ناشی از فعالیت‌های عملیاتی ۳- کسب سطحی از سود خالص و نرخ رشد، مستقل از ملاحظات مالیاتی ۴- داشتن سطح مناسبی از بدهی ۵- ناشی از تورم نبودن سود شرکت (ظریف فرد، ۱۳۷۸).

1. Slon

2. Michael B . Mikhail

پیشینه تحقیق

- بنکر و اندرسون (۲۰۰۳) در تحقیقی با عنوان چسبندگی هزینه‌های توزیع و فروش و عمومی و اداری، پس از جمع‌آوری داده‌های مربوط به هزینه‌های توزیع و فروش و عمومی و اداری و درآمد فروش ۷۶۲۹ سال- شرکت در یک دوره زمانی ۲۰ ساله (۱۹۹۸-۱۹۷۹) ارتباط بین هزینه‌ها و فروش از طریق رابطه رگرسیون چند متغیره مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش اینطور عنوان می‌کند که:

۱. چسبندگی هزینه‌های توزیع، فروش، عمومی و اداری به مرور زمان از بین می‌رود. ۲. اگر سطح فعالیت کاهش پیدا کند چسبندگی هزینه‌های توزیع، فروش، عمومی و اداری کاهش می‌یابد. ۳. هزینه‌های توزیع، فروش، عمومی و اداری در زمان رشد اقتصادی بیشتر چسبندگی نشان می‌دهد. ۴. میزان چسبندگی هزینه‌های توزیع، فروش، عمومی و اداری ارتباط مستقیم با دارایی‌های یک شرکت دارد. ۵. چسبندگی هزینه‌های توزیع، فروش، عمومی و اداری ارتباط مستقیم با تعداد کارکنان شرکت دارد. ۶. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با افزایش ۱٪ در درآمد فروش شرکت‌ها هزینه‌های توزیع و فروش و عمومی و اداری ۵۵٪ افزایش می‌یابد. بنابراین هزینه‌های توزیع و فروش و عمومی و اداری جامعه مورد تحقیق چسبنده می‌باشند.

- سابرامانیا و ویدرمیر (۲۰۰۳) ارتباط میزان تغییرات فروش با چسبندگی هزینه‌ها را مورد بررسی قرار دادند. تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که هزینه‌های توزیع و فروش و عمومی و اداری و بهای تمام شده کالای فروش رفته جزء هزینه‌های چسبنده می‌باشند. این پژوهش که در ایالت تگزاس امریکا انجام گرفته رفتار هزینه‌ها در سطوح مختلف تغییر درآمد فروش را مورد بررسی قرار داده است و نتایج آن به شرح زیر است: ۱. هزینه‌های توزیع، فروش، عمومی و اداری و بهای تمام شده کالای فروش رفته در سطح پایین تغییر درآمد فروش چسبنده نیستند. ۲. میزان چسبندگی هزینه‌ها در صنایع مختلف، متفاوت است؛ به عبارتی نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که هزینه‌های توزیع و فروش و عمومی و اداری و بهای تمام شده کالای فروش رفته وقتی درآمد فروش تغییرات کمی داشته باشند

(کمتر از ۰.۷٪) رفتار چسبندگی ندارند اما وقتی درآمد فروش بیشتر از ۱۰٪ تغییر کند چسبندگی این هزینه‌ها نمودار می‌شود.

- جولیا و البرتس (۲۰۰۸) در مقاله خود رابطه بین چسبندگی هزینه‌ها و محافظه‌کاری شرطی را مورد آزمون قرار دادند. تحقیق آنها، برای یک دوره از سال ۱۹۸۸ تا ۲۰۰۴ بود. آنها برای اندازه‌گیری چسبندگی هزینه از مدل آندرسون و همکارانش و برای اندازه‌گیری محافظه‌کاری از مدل باسو استفاده کردند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که افزایش در چسبندگی هزینه‌ها باعث افزایش در محافظه‌کاری می‌شود.

- آپستلس و همکاران^۱ (۲۰۱۵) به بررسی رابطه بین راهبرد مدیران و توانایی مدیریتی با چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در بازه زمانی ۱۹۹۱-۲۰۱۴ پرداختند. آنها دریافتند که راهبرد تمایز و رهبری هزینه بر چسبندگی هزینه‌ها تاثیر منفی و معناداری دارد. همچنین سطح توانایی‌های مدیران منجر به افزایش میزان چسبندگی هزینه‌های اداری عمومی و فروش می‌شود. همچنین به نظر می‌رسد که سطح توانایی‌های مدیریتی میزان درجه‌بندی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش را افزایش می‌دهد.

- ایکسو وهانگ (۲۰۱۵)، به بررسی اثرات متقابل مدیریت سود و حاکمیت شرکتی بر چسبندگی هزینه در بازه زمانی ۲۰۰۳-۲۰۱۰ پرداختند. نتایج نشان داد حاکمیت شرکتی خوب با مدیریت سود بیشتر می‌تواند باعث کاهش هزینه‌های چسبندگی شود؛ به صورتی که اثرات آن از مدیریت سود قوی‌تر است.

- فرانسيس و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی رابطه بین چهار بعد کیفیت سود با هزینه حقوق سرمایه پرداختند. در این تحقیق رابطه بین چهار ویژگی کیفی سود شامل کیفیت اقلام تعهدی، تغییرپذیری سود، اقلام تعهدی اختیاری و عامل مشترک با حقوق صاحبان سهام، مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این تحقیق نشان داد این چهار بعد کیفیت سود رابطه معکوس و معناداری با هزینه حقوق صاحبان سهام دارند. همچنین نتایج مطالعه آنان حاکی از آن است که رابطه مکمل معناداری بین کیفیت سود و افشای اختیاری است؛ به

این معنی که شرکت‌های دارای کیفیت سود بالا در مقایسه با شرکت‌های دارای کیفیت سود پایین سطوح افشای بالاتری را انتخاب می‌کنند.

- لانسو و همکاران (۲۰۱۷) ارتباط میان گزارشگری بخش‌ها و کیفیت سود را مورد مطالعه قرار دادند که نتایج حاکی از رابطه مثبت و مستقیمی بین کیفیت سود و میزان گزارشگری بخش‌ها بود نتایج نشان داد میزان گزارشگری بخش‌ها در دوره جاری دارای رابطه مستقیمی با کیفیت سود در دوره‌های گذشته است؛ این در حالی است که کیفیت سود در دوره جاری هیچ رابطه معناداری با میزان گزارشگری بخش‌ها در دوره‌های گذشته نداشت.

- شافعی و محمدزاده مقدم (۱۳۸۹) در مقاله ای تحت عنوان: «شواهد رفتار چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های ایرانی و مطالعه تطبیقی آن با کشورهای انگلیس، آمریکا، آلمان و فرانسه در دوره زمانی ۸۵-۱۳۸۰» به این نتیجه رسیدند که در ازای ۱ درصد افزایش در سطح فروش، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۴۳ درصد افزایش می‌یابد؛ در حالیکه در ازای ۱ درصد کاهش در سطح فروش هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۳۲ درصد کاهش می‌یابد.

- نمازی و دوانی‌پور (۱۳۸۹) به بررسی تجربی رفتار چسبندگی هزینه‌ها در بورس تهران پرداختند. نتایج این پژوهش که بر اساس اطلاعات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، برای یک دوره ۱۰ ساله از سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۶ است، نشان می‌دهد در ازای ۱ درصد افزایش در سطح فروش، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۶۵ درصد افزایش می‌یابد؛ در حالی که در ازای ۱ درصد کاهش در سطح فروش هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۴۱ درصد کاهش می‌یابد. همچنین نتایج برای ۵۰ شرکت فعال در بورس و صنایع مختلف نیز ارائه شده است. در این پژوهش هم‌چنین چگونگی تغییر در شدت چسبندگی هزینه‌ها در دوره‌های زمانی متفاوت و در میان شرکت‌های مختلف بررسی شده است. نتایج نشان می‌دهد، شدت چسبندگی هزینه‌ها در دوره‌هایی که در دوره قبل از آن کاهش درآمد رخ داده، کمتر است. هم‌چنین شدت چسبندگی هزینه‌ها برای شرکت‌هایی که نسبت جمع دارایی‌ها به فروش بزرگتری دارند، بیشتر است.

- مرتضوی (۱۳۹۰) در تحقیق خود با عنوان: «شناسایی عوامل تعیین کننده چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها» به این نتیجه دست یافت که: ۱. خوش‌بینی مدیران درباره فروش‌های آتی، موجب چسبندگی هزینه‌های فروش، عمومی و اداری می‌شود و هرچه میزان خوش‌بینی مدیریت بیشتر باشد، چسبندگی بهای تمام‌شده کالای فروش رفته افزایش می‌یابد. ۲. چسبندگی هزینه‌های فروش، عمومی و اداری در دوره بعد از کاهش فروش، وارونه می‌شود، کاهش فروش در دو دوره متوالی، موجب کاهش چسبندگی هزینه در دوره دوم می‌شود و هرچه میزان دارایی‌ها بیشتر باشد، چسبندگی هزینه‌ها بیشتر است.

- افشار زیدآبادی و همکاران (۱۳۹۴)، به بررسی تأثیر ساختار مالکیت بر ارتباط بیش اعتمادی مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها طی دوره ۱۳۸۹-۱۳۹۳ بر روی ۱۰۳ شرکت پرداختند. یافته‌های پژوهش نشانگر تأثیر مثبت و معنی‌دار بیش اعتمادی مدیریت بر چسبندگی هزینه‌ها است. تأثیر مالکیت مدیریتی بر رابطه بین بیش اعتمادی مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها، مثبت و معنی‌دار و تأثیر مالکیت نهادی بر رابطه بین بیش اعتمادی مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها، منفی و معنی‌دار است. دیگر نتایج حاکی از تأثیر منفی و معنی‌دار متغیرهای کنترلی بازده دارایی‌ها و اهرم مالی (البته در سطح اطمینان ۹۰٪) و همچنین تأثیر مثبت و معنی‌دار گردش دارایی‌ها بر چسبندگی هزینه‌ها است.

- حاجیها و قادری (۱۳۹۵)، به بررسی تأثیر نگرش کوتاه‌مدت مدیران بر چسبندگی هزینه شرکت‌ها در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. جهت اندازه‌گیری نگرش کوتاه مدت مدیریت، از سه معیار ارقام تعهدی اختیاری جاری و ارقام واقعی (از طریق دستکاری در فروش و کاهش در مخارج اختیاری) و همچنین از سایر متغیرهای کنترلی مؤثر بر چسبندگی هزینه از قبیل شدت کارکنان، شدت دارایی، کاهش فروش متوالی، لگاریتم طبیعی ۱ به علاوه بازده سهام سالانه اولیه، جریان نقد آزاد، پرداخت‌های ثابت مدیران استفاده شده است. بر اساس نتایج، رابطه بین مدیریت سود بر مبنای ارقام واقعی از طریق کاهش در مخارج اختیاری و چسبندگی هزینه‌ها پذیرفته می‌شود و می‌توان گفت که نگرش کوتاه مدت مدیران ارتباطی منفی و معناداری با چسبندگی هزینه دارد.

- مهنوش (۱۳۹۶) در تحقیقی به بررسی رابطه چسبندگی هزینه‌ها با کیفیت سود و خطای پیش‌بینی سود پرداخت، وی نشان می‌دهد در ازای افزایش در چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، هزینه‌های کل و بهای تمام شده کالای فروش رفته دقت پیش‌بینی سود و کیفیت سود کاهش می‌یابد.

- پورحیدری (۱۳۹۷) در تحقیق به بررسی رابطه بین کیفیت سود و هزینه سرمایه با افشای اختیاری در شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد بین کیفیت سود و میزان افشا توسط شرکت‌ها رابطه مستقیم و معناداری برقرار است و شرکت‌های با کیفیت سود بالا (پایین) اقدام به افشای اطلاعات بیشتر (کمتر) می‌کنند و تنها در صورت عدم توجه به متغیرهای کنترلی مرتبط با ریسک، رابطه معناداری بین هزینه سرمایه و میزان افشای اختیاری صورت گرفته توسط شرکت‌ها برقرار است. همچنین با کنترل اثرات کیفیت سود، بین هزینه سرمایه و افشای اختیاری شرکت‌ها رابطه معناداری وجود ندارد.

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش از لحاظ روش، توصیفی همبستگی و از لحاظ هدف، کاربردی است. از آنجا که این نوشتار به توصیف آنچه که هست یا توصیف شرایط موجود بدون دخل و تصرف و با توجه به آن که قضاوت‌های ارزشی در این پژوهش کم رنگ است، پژوهش حاضر در زمره تحقیقات توصیفی حسابداری به شمار می‌رود. به‌علاوه با توجه به اینکه از اطلاعات تاریخی در آزمون فرضیات آن استفاده خواهد شد در گروه تحقیقات شبه آزمایشی طبقه‌بندی می‌شود.

روش نمونه‌گیری

برای تعیین نمونه آماری، از روش حذفی سیستماتیک (غربال‌گری) استفاده شده است. آن‌دسته از شرکت‌های جامعه آماری که شرایط زیر را دارا بودند، به‌عنوان نمونه آماری انتخاب و مابقی حذف شده‌اند. در جدول (۱) توزیع مربوط به نمونه‌گیری ارائه شده است.

جدول ۱ شرایط انتخاب نمونه

شرکت‌ها	شرایط نمونه‌گیری (غربال‌گری)	
۴۸۶	کل شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس	
	۶۸	کسر می‌شود: شرکت‌های پذیرفته شده بعد از سال ۱۳۹۰
	۱۲۷	کسر می‌شود: بانک، بیمه و واسطه‌گری مالی، هلدینگ‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری
	۱۸	کسر می‌شود: شرکت‌های حذف شده توسط بورس
	۶۸	کسر می‌شود: شرکت‌های دارای سال مالی غیر از ۲۹ اسفند
	۵۲	کسر می‌شود: شرکت‌هایی به علت نداشتن اطلاعات در بازه پژوهش، تغییر سال مالی و وقفه معاملاتی
۱۵۳	تعداد نمونه آماری نهایی	

فرضیه‌های تحقیق

- فرضیه اول: چسبندگی هزینه در راهبردهای مختلف رقابتی متفاوت است.
- فرضیه دوم: کیفیت سود در راهبردهای مختلف رقابتی متفاوت است.
- فرضیه سوم: توانایی مدیریت بر چسبندگی هزینه تاثیر دارد.
- فرضیه چهارم: توانایی مدیریت بر کیفیت سود تاثیر دارد.

متغیرهای پژوهش و تعاریف عملیاتی آنها

مدل آزمون فرضیه اول:

$$C_STICK_{it} = \beta_0 + \beta_1 C_LEAD_{it} + \beta_2 DIFF_{it} + \beta_3 MV_{it} + \beta_4 LOSS_{it} + \beta_5 VSALE_{it} + \beta_6 DISP_{it} + \beta_7 OPLEV_{it} + \beta_8 SEASON_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل آزمون فرضیه دوم:

$$EQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 C_LEAD_{it} + \beta_2 DIFF_{it} + \beta_3 MV_{it} + \beta_4 LOSS_{it} + \beta_5 VSALE_{it} + \beta_6 DISP_{it} + \beta_7 OPLEV_{it} + \beta_8 SEASON_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل آزمون فرضیه سوم:

$$C_STICK_{it} = \beta_0 + \beta_1 M_A_{it} + \beta_2 MV_{it} + \beta_3 LOSS_{it} + \beta_4 VSALE_{it} + \beta_5 DISP_{it} + \beta_6 OPLEV_{it} + \beta_7 SEASON_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل آزمون فرضیه چهارم:

$$EQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 M_A_{it} + \beta_2 MV_{it} + \beta_3 LOSS_{it} + \beta_4 VSALE_{it} + \beta_5 DISP_{it} + \beta_6 OPLEV_{it} + \beta_7 SEASON_{it} + \varepsilon_{it}$$

متغیرهای مستقل

راهبرد تمایز و رهبری هزینه

به پیروی از پژوهش‌های بالسام و همکاران (۲۰۱۱) و راجیو و همکاران (۲۰۱۴) از پنج متغیر برای اندازه‌گیری موقعیت راهبردی شرکت استفاده می‌شود. با توجه به نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، دو متغیر اول برای اندازه‌گیری راهبرد تمایز^۱ و سه متغیر بعدی برای اندازه‌گیری راهبرد رهبری هزینه^۲ استفاده می‌گردد.

SG&A/SALES: نسبت هزینه‌های عمومی، اداری و فروش به فروش خالص.

SALES/COGS: نسبت فروش خالص به بهای تمام شده کالای فروش رفته.

SALES/CAPEX: نسبت فروش خالص به مخارج سرمایه‌ای اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات.

تجهیزات.

SALES/P&A: نسبت فروش خالص به ارزش دفتری ماشین‌آلات و تجهیزات.

EMPLE/ASSETS: نسبت تعداد کارکنان به کل دارایی‌ها.

برای به‌دست‌آوردن راهبرد تمایز و راهبرد رهبری هزینه از تحلیل عاملی و شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌گردد به طوری که در شاخص KMO مقادیر بیشتر از ۴ درصد و در آزمون بارتلت معناداری کمتر از ۱ درصد نشان‌دهنده‌ی شایستگی داده‌ها برای انجام آزمون است. پس از تعیین شاخص KMO و آزمون بارتلت، ضرایب مؤلفه اصلی به تفکیک برای هر یک از شاخص‌های بالا مشخص و به ازای راهبرد تمایز و راهبرد رهبری هزینه معادله‌هایی همراه با ضرایب به‌دست می‌آید که تعیین‌کننده امتیاز راهبردها برای هر سال شرکت می‌باشد.

توانایی مدیران

توانایی مدیریت از طریق مدل ارائه شده توسط دمرجیان و همکاران (۲۰۱۰ و ۲۰۰۶) اندازه‌گیری می‌شود. دمرجیان و همکاران اعتقاد دارند منابع شرکت که در اختیار مدیریت قرار دارند شامل بهای تمام شده‌ی کالای فروش رفته، هزینه‌های فروش و اداری،

هزینه‌های تحقیق و توسعه، خالص دارایی‌های ثابت، خالص اجاره‌های عملیاتی و دارایی‌های نامشهود است. این منابع شامل دارایی‌ها (ثابت و نامشهود) و سایر ورودی‌هایی که به‌طور مستقیم در صورت‌های مالی گزارش نمی‌شود (مانند هزینه‌های دستمزد و خدمات مشاوره‌ای) نیز است. خروجی یا ستانده حاصل از به‌کارگیری این منابع درآمد فروش است. طبق الگوی آنها کارایی کل منابع شرکت از رابطه زیر اندازه‌گیری می‌شود.

$$\text{Total Efficiency}_t = \frac{\text{Sales}_t}{\text{GOGS}_t + \text{SAExp}_t + \text{RD}_t + \text{PPE}_t + \text{IntngA}_t}$$

در رابطه فوق، Sales it، GOGS it، SAExp it، RD it، PPE it و IntngA it به ترتیب بیانگر فروش، بهای تمام شده کالای فروش رفته، هزینه‌های اداری و فروش، هزینه‌های تحقیق و توسعه، دارایی‌های ثابت و نامشهود می‌باشند. شاخص کارایی فوق منعکس‌کننده عملکرد کلی شرکت است که ممکن است تحت تأثیر عوامل زیادی از جمله ویژگی‌های خاص هر شرکت و محیط عملیاتی آن باشد. بنابراین لازم است که اثر این‌گونه عوامل در شاخص فوق تعدیل شود تا بتوان آن را به‌عنوان معیار توانایی مدیریت استفاده کرد (دمرجیان و همکاران، ۲۰۱۲).

$$\text{Total Efficiency}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{LnAssets}_{i,t} + \beta_2 \text{MarketShare}_{i,t} + \beta_3 \text{CF}_{i,t} + \beta_4 \text{LnCash}_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

در الگوی رگرسیونی فوق: Ln Assets: لگاریتم طبیعی ارزش دفتری دارایی‌های شرکت
Market Share: سهم بازار محصول شرکت در صنعت (نسبت فروش شرکت به جمع فروش کل شرکت‌های فعال در صنعت مربوطه)، CF: نسبت جریان وجه نقد عملیاتی شرکت به دارایی‌ها، LnCash: لگاریتم طبیعی موجودی نقد شرکت

الگوی رگرسیونی فوق در سطح هر صنعت از طریق رگرسیون حداقل مربعات معمولی به شکل مقطعی برازش شده و باقیمانده‌های حاصل از برازش رگرسیون به‌عنوان معیار توانایی مدیریت می‌باشد که در مدل‌های آزمون فرضیات با نماد MA نشان داده می‌شود.

متغیرهای وابسته

چسبندگی هزینه

متغیر وابسته پژوهش، چسبندگی هزینه‌هاست که با استفاده از مدل زیر که توسط آندرسون و همکارانش (۲۰۰۳) ارائه شده است می‌توان چگونگی رفتار هزینه‌ها را نسبت به تغییرات سطح فروش در دوره‌های افزایش و کاهش درآمد به‌طور جداگانه ارزیابی کرد.

$$\log\left[\frac{Sales_{it}}{Sales_{it-1}}\right] + \varepsilon = \log\left[\frac{SGA_{it}}{SGA_{it-1}}\right] = \beta_0 + \beta_1 \log\left[\frac{Sales_{it}}{Sales_{it-1}}\right] + \beta_2 \text{Decrease-Dummy}_{it}$$

SGA_{it} = هزینه‌های اداری، عمومی و فروش شرکت i در دوره t

$SALES_{it}$ = خالص فروش شرکت i در دوره t

$\text{Decrease-Dummy}_{it}$ = متغیر مجازی است که اگر خالص فروش شرکت از سال گذشته

تا امسال کمتر (منفی) شده باشد مقدار این متغیر معادل یک و در غیر اینصورت، صفر خواهد بود.

جامعه‌ی مورد مطالعه، شرکت‌های مختلف در انواع صنایع و در اندازه‌های متفاوت را شامل می‌شود بنابراین، استفاده از این مدل که مبتنی بر شاخص‌های نسبی و لگاریتمی است باعث می‌شود که قابلیت مقایسه متغیرها در میان شرکت‌ها افزایش یابد و تفسیر ضرایب برآورد شده را همسان کند. چون ارزش متغیر Decrease - Dummy در زمانی که درآمد افزایش یابد برابر صفر است، بنابراین ضریب β_1 درصد افزایش در هزینه‌های اداری، عمومی و فروش را در نتیجه ۱ درصد افزایش در درآمد فروش نشان می‌دهد. همچنین از آنجا که ضریب متغیر Decrease - Dummy در زمانی که درآمد کاهش می‌یابد، برابر یک است؛ بنابراین مجموع ضرایب $\beta_1 + \beta_2$ بیانگر درصد کاهش در هزینه‌های اداری، عمومی و فروش را در نتیجه ۱ درصد کاهش در درآمد فروش نشان می‌دهد. اگر هزینه‌های اداری، عمومی و فروش چسبندگی باشند، باید درصد افزایش در هزینه‌ها در دوره‌های افزایش درآمد بیشتر از درصد کاهش هزینه‌ها در دوره‌های کاهش درآمد باشد.

کیفیت سود

برای اندازه‌گیری کیفیت سود از مدل کیفیت اقلام تعهدی مک نیکولز (۲۰۰۲) استفاده می‌شود در این پژوهش از مدل کیفیت اقلام تعهدی، به میزان تبدیل (تحقق) اقلام تعهدی

به جریان‌های نقدی آتی اطلاق می‌شود. خطای اندازه‌گیری در تعیین اقلام تعهدی می‌تواند به‌طور بالقوه توانایی اقلام تعهدی را برای پیش‌بینی جریان‌های نقدی آینده یا انعکاس جریان‌های نقدی گذشته و جاری را کژنمایی کند. به‌عبارت دیگر، خطای اندازه‌گیری در تعیین اقلام تعهدی باعث کاهش کیفیت اقلام تعهدی و در نتیجه کیفیت سود نیز پایین خواهد بود.

$$\Delta WC_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 CFO_{i,t-1} + \alpha_2 CFO_{it} + \alpha_3 CFO_{i,t+1} + \alpha_4 \Delta REV_{it} + \alpha_5 PPE_{it} + \varepsilon_{it}$$

در رابطه بالا: ΔWC : تغییرات سرمایه در گردش که عبارت است از تغییرات حساب‌های دریافتی (ΔAR) به علاوه تغییرات موجودی کالا ($\Delta Inventory$) و سایر دارایی‌های جاری (other Assets) منهای تغییرات حساب‌های پرداختی (ΔAP):

$$\Delta WC_{it} = \Delta AR + \Delta Inventory - \Delta AP + \text{other Assets (net)}$$

CFO: وجه نقد حاصل از عملیات ΔREV : تغییرات در فروش سال جاری

PPE: میزان تجهیزات، اموال و ماشین‌آلات دوره جاری.

متغیرهای بالا با استفاده از متوسط جمع دارایی‌ها تعدیل می‌شوند. هر چقدر متغیر سرمایه در گردش با متغیرهای سمت راست مدل همبستگی بیشتری داشته باشد، نشان‌دهنده کیفیت بالای اقلام تعهدی است و همچنین، ضرایب خطای مدل نیز نشان‌دهنده کیفیت پایین اقلام تعهدی است. بنابراین، با کم کردن عدد یک از قدر مطلق ضرایب خطای مدل، کیفیت اقلام تعهدی به دست می‌آید (منصور فر و همکاران، ۱۳۹۴).

متغیرهای کنترلی

بر اساس پژوهش آپوستولوس (۲۰۱۵) متغیرهای کنترلی به شرح محاسبه می‌شوند:

ارزش بازار حقوق صاحبان سهام (mv_{it}): برای اندازه‌گیری از لگارتیم ارزش بازار

حقوق صاحبان سهام شرکت i در دوره t استفاده می‌شود.

زیان واقعی ($Loss_{it}$): اگر در دوره t شرکت زیان گزارش کرده باشد از متغیر مجازی ۱

در غیر اینصورت از متغیر مجازی ۰ استفاده می‌شود.

درصد تغییرات فروش (VSALE): این متغیر از تفاوت تغییرات فروش سال جاری و سال گذشته تقسیم بر سال گذشته به دست می آید.

انحراف معیار سود پیش بینی شده (DISP): برای اندازه گیری این متغیر از انحراف معیار سودهای پیش بینی شده سه سال قبل و سال جاری استفاده می شود.

نسبت سود عملیاتی به فروش (OPLEV): برای اندازه گیری، از نسبت سود عملیاتی به فروش استفاده می شود.

تغییرات سود نسبت به دوره قبل (SEASON): برای اندازه گیری این متغیر از شاخص مجازی استفاده می شود به طوری که اگر تغییرات سود نسبت به دوره مشابه سال قبل مثبت بود برابر ۱ در غیر این صورت از متغیر مجازی ۰ استفاده می شود.

یافته ها و تجزیه و تحلیل داده ها

الف: یافته های تحقیق

نتایج آزمون تحلیل عاملی

با توجه به تعریف ارائه شده برای هر گروه از راهبردها (راهبرد تمایز و رهبری هزینه) از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شده است. در تحلیل عاملی پیش از انجام تحلیل، شایستگی داده ها توسط دو آزمون KMO و بارتلت بررسی که نتایج آن در جدول (۲) ارائه شده است:

جدول ۲ نتایج آزمون های KMO و بارتلت

راهبرد رهبری هزینه (CostLeadership)	راهبرد تمایز (Differentiation)	موقعیت راهبردی		اجزاء
۰/۴۹۶	۰/۵۰	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		۱
۲/۷۹۷	۳/۱۸۹	میزان کای-دو	Bartlett's Test of Sphericity	۲
۳	۱	درجه آزادی		
۰/۰۴۴	۰/۰۱۴	احتمال معنی داری		

با توجه به نتایج جدول (۲)، مقدار سطح معناداری آزمون KMO بیشتر از ۰/۴ و مقدار آزمون بارتلت کمتر از ۰/۵ است؛ این مورد نشان‌دهنده‌ی شایستگی داده‌ها برای انجام آزمون است.

جدول ۳ نتایج ضرایب مولفه اصلی استخراج شده

راهبرد رهبری هزینه (CostLeadership)		راهبرد تمایز (Differentiation)		اجزاء
مؤلفه اصلی	متغیرها	مؤلفه اصلی	متغیرها	
۰/۴۹۰	سه نسبت فروش به مخارج سرمایه ای (S.CAP)	۰/۷۲۵	نسبت هزینه‌های عمومی و اداری به فروش (SGA.S)	۱
۰/۴۶۱	فروش به ارزش دفتری ماشین‌آلات و تجهیزات (S.PA)	-۰/۷۲۵	نسبت فروش به بهای تمام شده کالای فروش رفته (S.COGS)	۲
۰/۷۵۵	نسبت تعداد کارکنان به کل دارایی‌ها (EM.A)	-	-	۳

در نهایت متغیرهای راهبرد تمایز و رهبری هزینه به صورت ترکیب خطی از ضرایب مولفه اصلی استخراج شده در جدول (۳) به دست می‌آیند. در جدول بالا ضرایب مولفه اصلی به تفکیک برای شاخص‌های معرف موقعیت‌های راهبردی ارائه شده است که بر اساس این ضرایب، معادله‌های هر شاخص به صورت روابط زیر به دست می‌آید.

$$\text{Differentiation} = 0/۷۲۵ \text{ SGA.S} - 0/۷۲۵ \text{ S.COGS}$$

$$\text{CostLeadership} = 0/۴۹۰ \text{ S.CAP} + 0/۴۶۱ \text{ S.PA} + 0/۷۵۵ \text{ EM}$$

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

خلاصه وضعیت آمار توصیفی متغیرهای تحقیق پس از غربالگری و حذف داده‌های پرت به کمک نرم‌افزار Eviews در جدول (۴) ارائه شده است:

جدول ۴ آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	مشاهدات	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشدگی
راهبرد رهبری هزینه	۱۲۲۴	-۲/۲۵۵	۳/۲۶۸	۵۹۸/۹۷۶	-۷۹۴/۴۵۰	۱۴۴/۴۹۲	-۰/۶۱۴	۱۴/۷۴۸
راهبرد تمایز	۱۲۲۴	۱/۰۶۴	۰/۹۸۳	۲/۸۲۳	۰/۶۰۴	۰/۲۸۰	۲/۲۰۱	۱۰/۱۰۰
توانایی مدیریت	۱۲۲۴	-۰/۰۰۰	۰/۰۰۶	۰/۹۹۱	-۰/۷۳۷	۰/۱۸۶	۰/۲۷۶	۵/۵۳۹
کیفیت سود	۱۲۲۴	-۰/۰۹۳	-۰/۰۶۳	-۰/۰۰۰	-۱/۱۱۴	۰/۱۰۱	-۰/۵۷۶	۲/۵۲۱
ارزش بازار حقوق صاحبان سهام	۱۲۲۴	۱۳/۴۴۳	۱۳/۳۷۶	۱۸/۴۵۳	۹/۹۴۲	۱/۵۰۶	۰/۵۵۹	۳/۴۶۱
درصد تغییرات فروش	۱۲۲۴	۰/۱۷۹	۰/۱۳۵	۲/۸۶۵	-۰/۷۹۸	۰/۳۸۲	۲/۰۱۱	۱۲/۵۸۳
انحراف معیار سودهای پیش‌بینی شده	۱۲۲۴	۲/۴۹۰	۲/۵۰۵	۳/۷۵۹	۰/۵۶۶	۰/۴۳۷	-۰/۲۳۰	۳/۳۲۵
نسبت سود عملیاتی به فروش	۱۲۲۴	۰/۱۴۹	۰/۱۳۲	۰/۸۶۵	-۱/۸۷۶	۰/۲۲۱	-۲/۷۷۴	۲۴/۴۱۶
چسبندگی هزینه‌ها (C_STICK) سال - شرکت‌های دارای چسبندگی هزینه‌ها: ۵۸۴ سال - شرکت‌های فاقد چسبندگی هزینه‌ها: ۶۴۰								
زیان واقعی (LOSS) سال - شرکت‌های دارای زیان واقعی: ۱۵۹ سال - شرکت‌های فاقد زیان واقعی: ۱۰۶۵								
تغییرات سود نسبت به دوره قبل (SEASON) سال - شرکت‌های دارای تغییرات سود نسبت به دوره قبل: ۶۸۵ سال - شرکت‌های فاقد تغییرات سود نسبت به دوره قبل: ۵۳۹								

می‌توان شاخص‌های بالا را به شاخص‌های مرکزی، پراکندگی و سایر شاخص‌ها تقسیم کرد. به‌طور خلاصه، میانگین چسبندگی هزینه‌ها نشان می‌دهد که سال-شرکت‌های دارای چسبندگی هزینه‌ها، ۵۸۴ مشاهده و سال-شرکت‌های فاقد چسبندگی هزینه‌ها، ۶۴۰ مشاهده است و در ادامه میانگین زیان واقعی نشان می‌دهد سال-شرکت‌های دارای زیان واقعی، ۱۵۹ مشاهده و سال-شرکت‌های فاقد زیان واقعی، ۱۰۶۵ مشاهده است.

آزمون نرمالیته توزیع متغیر وابسته

این موضوع از طریق آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف (K-S) نرم افزار Eviews بررسی شده است. نتایج بررسی نرمال بودن توزیع متغیر وابسته پژوهش در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵ نتایج بررسی نرمال بودن توزیع متغیر وابسته

نتایج آزمون KS (نرمالیته)					متغیر
آماره k-z	منفی	مثبت	انحراف معیار	میانگین	
۱/۲۳۳	-۱/۱۱۴	-۰/۰۰۰	۰/۱۰۱	-۰/۰۹۳	کیفیت سود (EQ)
۰/۱۲۴					سطح معنی‌داری

با توجه به جدول ۵، سطح معنی‌داری آماره Z آزمون KS برای متغیر وابسته به بالاتر از ۰/۰۵ افزایش یافته است؛ بنابراین فرضیه H_0 مبنی بر نرمال بودن توزیع متغیر وابسته پذیرفته می‌شود و گویای آن است که متغیر وابسته تحقیق دارای توزیع نرمال است. بنابراین، برای آزمون فرضیه دوم و چهارم از روش‌های آماری پارامتریک استفاده می‌شود؛ اما با توجه اینکه متغیر شاخص چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش به‌صورت مجازی محاسبه می‌شود (با توجه به توضیحات محاسبه متغیر وابسته) بنابراین، بدیهی است که این متغیر نرمال نبوده بر همین اساس برای آزمون فرضیات مربوط به این متغیر، از روش‌های آماری لجستیک استفاده می‌شود.

ب: تجزیه و تحلیل یافته‌ها

نتایج آزمون فرضیه اول

جدول ۶ نتایج برآورد مدل برای فرضیه اول پژوهش

نام متغیر	ضریب	آماره Z	Prob.
راهبرد رهبری هزینه (C_LEAD)	-۰/۰۰۳	-۵/۸۶۱	۰/۰۰۰
راهبرد تمایز (DIFF)	-۰/۹۸۹	-۳/۲۷۸	۰/۰۰۱
ارزش بازار حقوق صاحبان سهام (MV)	۰/۰۵۶	۱/۲۷۲	۰/۲۰۳
زیان واقعی (LOSS)	۰/۳۸۰	۲/۲۲۰	۰/۰۰۵
درصد تغییرات فروش (VSALE)	-۰/۲۱۶	-۱/۲۲۱	۰/۲۲۱
انحراف معیار سودهای پیش‌بینی شده (DISP)	-۰/۴۱۲	-۲/۸۱۵	۰/۰۰۴
نسبت سود ناویژه به فروش (OPLEV)	-۰/۴۳۴	-۲/۰۷۶	۰/۰۲۶
تغییرات سود نسبت به دوره قبل (SEASON)	-۰/۰۳۳	-۰/۲۴۹	۰/۸۰۳
مقدار ثابت (C)	۱/۲۵۵	۲/۰۲۸	۰/۰۴۲
آزمون حداکثر درست نمایی (LR Test)		۹۸/۲۲۲	
سطح معنی داری (Prob.)		(۰/۰۰۰)	
آماره HL		۱۳/۹۱۱	
سطح معنی داری (Prob.)		(۰/۱۵۹)	
آماره اندروز (Andrews Statistic)		۱۴/۵۱۹	
سطح معنی داری (Prob.)		(۰/۲۱۸)	
ضریب تعیین مک فادن McFadden R-SQ		۰/۲۵۷	
آماره F والد		۵/۶۶۴	۰/۰۱۷
شرح	واحد	دارای چسبندگی هزینه‌ها	فایده چسبندگی هزینه‌ها
جمع مشاهدات واقعی	فراوانی	۲۷۸/۶۴	۶۱۳/۲۸
پیش‌بینی صحیح انجام شده توسط مدل	درصد فراوانی	%۴۷/۷۱	۵۰/۱۰
		%۵۲/۲۹	

با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌ی اول، که در جدول (۶) ارائه شده است، سطح معنی‌داری آماره LR (۰/۰۰۰) کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده و کل مدل رگرسیونی معنی‌دار است. نتایج آزمون نیکویی برازش (آزمون‌های HL و اندروز) نیز نشان می‌دهد الگوی رگرسیونی مزبور به‌طور نسبی از برازش مطلوبی برخوردار نیست. اما با توجه به پایین بودن سطح احتمال (Prob.) آماره Z از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب β_1 و β_2 (متغیرهای مستقل)، نتایج آزمون نشان می‌دهد که بین راهبردهای مختلف از جمله رهبری هزینه و تمایز با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به سطح معناداری آزمون F والد که زیر ۵ درصد می‌باشد بنابراین، چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش در راهبردهای مختلف رقابتی (رهبری هزینه و تمایز) متفاوت است. لازم به ذکر است شدت رابطه منفی راهبرد تمایز با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش بیشتر از شدت رابطه منفی راهبرد رهبری هزینه با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش می‌باشد. ضریب تعیین مک فادن نیز نشان می‌دهد که متغیرهای وارد شده در رگرسیون توانسته‌اند ۲۵/۷٪ از تغییرات متغیر چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش را توضیح دهند. در نهایت نتایج صحت طبقه‌بندی مدل نیز نشان می‌دهد که صحت طبقه‌بندی انجام شده توسط مدل به‌طور کلی برابر با ۵۰/۱۰ درصد است. به‌طور کلی مدل توانسته از ۶۱۳/۲۸ سال-شرکت، ۳۳۴/۶۴ سال-شرکت دارای چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش و ۲۷۸/۶۴ سال-شرکت فاقد چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش را به درستی طبقه‌بندی نماید. نتایج حاصل از آزمون رگرسیون لجستیک رابطه منفی بین راهبردهای مختلف از جمله رهبری هزینه و تمایز با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش تایید می‌کند. چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش در راهبردهای مختلف رقابتی (رهبری هزینه و تمایز) متفاوت است. لازم به ذکر است شدت رابطه منفی راهبرد تمایز با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش بیشتر از شدت رابطه منفی راهبرد رهبری هزینه با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش است. به‌طور کلی ضریب راهبرد تمایز ۰/۹۸۹- و راهبرد رهبری هزینه ۰/۰۰۳- می‌باشد. در مورد مقایسه نتایج تحقیق با سایر

تحقیقات مشابه می توان گفت که نتیجه این فرضیه با تحقیق آپستلس و همکاران (۲۰۱۵) موافق است.

نتایج آزمون فرضیه دوم

جدول ۷- نتایج برآورد مدل برای فرضیه دوم پژوهش

آماره VIF	Prob.	آماره t	ضریب	نام متغیر
۱/۰۰۶	۰/۰۰۷	۲/۵۵۵	۰/۰۰۱	راهبرد رهبری هزینه (C_LEAD)
۱/۷۰۴	۰/۰۰۰	۳/۴۸۲	۰/۰۶۷	راهبرد تمایز (DIFF)
۱/۲۶۳	۰/۹۶۰	-۰/۰۴۹	-۰/۰۰۰	ارزش بازار حقوق صاحبان سهام (MV)
۱/۴۲۰	۰/۰۲۱	-۲/۳۰۱	-۰/۰۲۵	زیان واقعی (LOSS)
۱/۲۴۴	۰/۰۹۴	-۱/۶۷۳	-۰/۰۱۳	درصد تغییرات فروش (VSALE)
۱/۱۴۱	۰/۳۷۹	-۰/۸۷۹	-۰/۰۰۷	انحراف معیار سودهای پیش بینی شده (DISP)
۲/۱۱۷	۰/۰۰۰	۵/۵۵۷	۰/۱۱۷	نسبت سود ناویژه به فروش (OPLEV)
۱/۲۸۶	۰/۹۲۶	۰/۰۹۲	۰/۰۰۰	تغییرات سود نسبت به دوره قبل (SEASON)
-	۰/۸۳۵	-۰/۲۰۸	-۰/۰۱۰	مقدار ثابت (C)
۲/۰۲۳	آماره دوربین واتسون	۲/۴۵۳ (۰/۰۰۰)		آماره F (سطح معنی داری)
۱۰/۵۰۸ (۰/۱۰۵)	آماره جارکو برا (سطح معنی داری)	۰/۲۶۹		(ضریب تعیین)
۰/۰۰۰ Prob.		۲۸/۲۰۲		آماره H-hausman
۰/۰۰۰ Prob.		۲/۰۱۱		آماره F-limer

بر اساس نتایج آزمون فرضیه دوم که در جدول (۷) ارائه شده است، سطح معنی داری آماره F-limer کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) است، بنابراین روش داده های پانل نسبت به روش داده های پولد ارجحیت دارد. همچنین با توجه به اینکه سطح معنی داری آماره H-hausman کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) است، روش رگرسیون با اثرات ثابت نسبت به روش رگرسیون با اثرات تصادفی

ارجحیت دارد. در ادامه با توجه به اینکه آماره $F(0/000)$ دارای سطح معناداری زیر (۵ درصد) است، بنابراین رگرسیون قدرت تبیین دارد. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که $26/9$ درصد از تغییرات متغیر کیفیت سود، توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می‌شود. همچنین در بررسی مفروضات رگرسیون کلاسیک نتایج آزمون جارکو برا گویای آن است که باقیمانده‌های حاصل از برآورد مدل در سطح اطمینان 95% از توزیع نرمال برخوردار است؛ به طوری که سطح معنی‌داری مربوط به این آزمون بزرگتر از $0/05$ است ($0/105$). همچنین با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون مدل مابین $1/5$ و $2/5$ است؛ ($2/023$) بنابراین، می‌توان گفت در مدل، مشکل خود همبستگی باقیمانده‌ها وجود ندارد. در نهایت با توجه به سطح معناداری راهبردهای مختلف رقابتی (رهبری هزینه و تمایز) (متغیرهای مستقل) که زیر $0/05$ است ($0/007$ و $0/000$)؛ بنابراین، کیفیت سود در راهبردهای مختلف رقابتی (رهبری هزینه و تمایز) متفاوت است. در نهایت با آزمون هم‌خطی میان متغیرهای پژوهش نیز مقدار آماره VIF (عامل تورم واریانس) برای تمامی متغیرها از 5 کوچک‌تر بوده و بیانگر این است که میان متغیرهای پژوهش مشکل هم‌خطی شدید وجود ندارد. نتایج حاصل از آزمون رگرسیون لجستیک رابطه مثبت بین راهبردهای مختلف از جمله رهبری هزینه و تمایز با کیفیت سود را تایید می‌کند. کیفیت سود در راهبردهای مختلف رقابتی (رهبری هزینه و تمایز) متفاوت است. لازم به ذکر است که شدت رابطه مثبت راهبرد تمایز با کیفیت سود بیشتر از شدت رابطه مثبت راهبرد رهبری هزینه با کیفیت سود است؛ به طوری که ضریب راهبرد تمایز $0/067$ و راهبرد رهبری هزینه $0/001$ است. در مورد مقایسه نتایج تحقیق با سایر تحقیقات مشابه می‌توان گفت که نتیجه این فرضیه با تحقیق ایکسو وهانگ (۲۰۱۵) موافق است.

نتایج آزمون فرضیه سوم

جدول ۸ نتایج برآورد مدل برای فرضیه سوم پژوهش

نام متغیر	ضریب	آماره Z	Prob.
توانایی مدیریت (M_A)	-۱/۳۳۹	-۳/۷۸۹	۰/۰۰۰
ارزش بازار حقوق صاحبان سهام (MV)	۰/۰۲۹	۰/۶۷۵	۰/۴۹۹
زیان واقعی (LOSS)	۰/۲۵۲	۲/۳۱۱	۰/۰۱۰
درصد تغییرات فروش (VSALE)	-۰/۱۱۷	-۰/۶۷۵	۰/۴۹۹
انحراف معیار سودهای پیش‌بینی شده (DISP)	-۰/۴۴۹	-۳/۱۲۴	۰/۰۰۱
نسبت سود ناویژه به فروش (OPLEV)	-۰/۸۳۵	-۲/۱۹۳	۰/۰۲۸
تغییرات سود نسبت به دوره قبل (SEASON)	-۰/۰۴۲	-۰/۳۱۹	۰/۷۴۹
مقدار ثابت (C)	۰/۷۶۸	۱/۳۰۸	۰/۱۹۰
آزمون حداکثر درست‌نمایی (LR Test)		۵۶/۱۱۷	
سطح معنی‌داری (Prob.)		(۰/۰۰۰)	
آماره HL		۱۰/۳۶۸	
سطح معنی‌داری (Prob.)		(۰/۲۴۰)	
آماره اندروز (Andrews Statistic)		۱۱/۳۳۴	
سطح معنی‌داری (Prob.)		(۰/۳۳۲)	
ضریب تعیین مک فادن McFadden R-SQ		۰/۲۰۳	
شرح	واحد	دارای چسبندگی هزینه‌ها	فاقد چسبندگی هزینه‌ها
جمع مشاهدات واقعی	فراوانی	۲۷۸/۶۴	۳۳۴/۶۴
پیش‌بینی صحیح انجام شده توسط مدل	درصد فراوانی	٪۴۷/۷۱	٪۵۲/۲۹
جمع			۵۰/۱۰

با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌ی سوم، که در جدول (۸) ارائه شده است، سطح معنی‌داری آماره LR (۰/۰۰۰) کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده و کل مدل رگرسیونی معنی‌دار است. نتایج آزمون نیکویی برازش (آزمون‌های HL و اندروز) نیز نشان می‌دهد الگوی رگرسیونی مزبور به‌طور نسبی از برازش مطلوبی برخوردار نیست. اما با توجه به پایین بودن سطح احتمال (Prob.) آماره Z از سطح خطای مورد پذیرش، برای ضریب β_1 (متغیر مستقل) نتایج آزمون نشان می‌دهد که توانایی مدیریت بر چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش

تاثیر منفی معناداری دارد. ضریب تعیین مک فادن نیز نشان می‌دهد که متغیرهای وارد شده در رگرسیون توانسته‌اند $۲۰/۳\%$ از تغییرات متغیر چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش را توضیح دهند. در نهایت نتایج صحت طبقه‌بندی مدل نیز نشان می‌دهد که صحت طبقه‌بندی انجام شده توسط مدل به‌طور کلی برابر با $۵۰/۱۰\%$ درصد است. به‌طورکلی مدل توانسته از $۶۱۳/۲۸$ سال - شرکت، $۲۷۸/۶۴$ سال - شرکت دارای چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش و $۳۳۴/۶۴$ سال - شرکت فاقد چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش را به‌درستی طبقه‌بندی کند. نتایج حاصل از آزمون رگرسیون لجستیک رابطه بین توانایی مدیریت با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش را تایید می‌کند. تحلیل‌ها نشان می‌دهد که توانایی مدیریت بر چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش تاثیر منفی معناداری دارد. به‌طوری‌که به ازای یک واحد افزایش در توانایی مدیریت، متغیر چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش $۱/۳۳۹$ - واحد کاهش می‌یابد. در مورد مقایسه نتایج تحقیق با سایر تحقیقات مشابه می‌توان گفت که نتیجه این فرضیه با تحقیق آپستلس و همکاران (۲۰۱۵) مغایر است.

نتایج آزمون فرضیه چهارم

جدول ۹ نتایج برآورد مدل برای فرضیه چهارم پژوهش

نام متغیر	ضریب	آماره t	Prob.	آماره VIF
توانایی مدیریت (M_A)	۰/۰۵۶	۲/۷۴۳	۰/۰۰۹	۱/۱۶۶
ارزش بازار حقوق صاحبان سهام (MV)	-۰/۰۰۱	-۰/۳۵۶	۰/۷۲۱	۱/۲۴۸
زیان واقعی (LOSS)	-۰/۰۲۵	-۲/۳۱۸	۰/۰۲۰	۱/۴۱۷
درصد تغییرات فروش (VSALE)	-۰/۰۱۱	-۱/۳۴۲	۰/۱۷۹	۱/۲۵۷
انحراف معیار سودهای پیش‌بینی شده (DISP)	-۰/۰۰۹	-۱/۰۵۳	۰/۲۹۲	۱/۱۲۵
نسبت سود ناویژه به فروش (OPLEV)	۰/۰۹۴	۴/۵۶۴	۰/۰۰۰	۱/۶۳۵
تغییرات سود نسبت به دوره قبل (SEASON)	-۰/۰۰۳	-۰/۵۴۸	۰/۵۸۳	۱/۲۷۶
مقدار ثابت (C)	-۰/۰۵۷	-۱/۱۴۸	۰/۲۵۱	-
آماره F (سطح معنی‌داری)	۲/۳۳۵ (۰/۰۰۰)	آماره دوربین واتسون		۲/۰۱۰
(ضریب تعیین)	۰/۲۵۸	آماره جارکو برا (سطح معنی‌داری)		۱۰/۵۰۸ (۰/۱۰۵)
آماره H-hausman	۱۹/۲۰۵	•/۰۰۰ Prob.		
آماره F-limer	۲/۰۱۸	•/۰۰۰ Prob.		

بر اساس نتایج آزمون فرضیه چهارم که در جدول (۹) ارائه شده است، سطح معنی داری آماره F-limer کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده، بنابراین روش داده‌های پانل نسبت به روش داده‌های پولد ارجحیت دارد. همچنین با توجه به اینکه سطح معنی داری آماره H-hausman کمتر از سطح خطای مورد پذیرش (۵ درصد) بوده، روش رگرسیون با اثرات ثابت نسبت به روش رگرسیون با اثرات تصادفی ارجحیت دارد. در ادامه با توجه به اینکه آماره F (۰/۰۰۰) دارای سطح معناداری زیر (۵ درصد) است، بنابراین رگرسیون قدرت تبیین دارد. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۲۵/۸ درصد از تغییرات متغیر کیفیت سود، توسط متغیرهای وارد شده در مدل تبیین می‌شود. همچنین در بررسی مفروضات رگرسیون کلاسیک نتایج آزمون جارکو برا گویای آن است که باقیمانده‌های حاصل از برآورد مدل در سطح اطمینان ۹۵٪ از توزیع نرمال برخوردار می‌باشند به طوری که سطح معنی داری مربوط به این آزمون بزرگتر از ۰/۰۵ است (۰/۱۰۵). همچنین با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین واتسون مدل مابین ۱/۵ و ۲/۵ است (۲/۰۱۰) بنابراین، می‌توان گفت در مدل، مشکل خود همبستگی باقیمانده‌ها وجود ندارد. در نهایت با توجه به سطح معناداری توانایی مدیریت (متغیر مستقل) که زیر ۰/۰۵ است (۰/۰۰۹) بنابراین، توانایی مدیریت بر کیفیت سود تاثیر مثبت و معنادار دارد. در نهایت با آزمون هم خطی میان متغیرهای پژوهش نیز مقدار آماره VIF (عامل تورم واریانس) برای تمامی متغیرها از ۵ کوچک‌تر بوده و بیانگر این است که میان متغیرهای پژوهش مشکل هم خطی شدید وجود ندارد. نتایج حاصل از آزمون رگرسیون لجستیک رابطه بین توانایی مدیریت با کیفیت سود را تایید می‌کند. تحلیل‌ها نشان می‌دهد که توانایی مدیریت بر کیفیت سود تاثیر مثبت معناداری دارد. به طوری که به ازای یک واحد افزایش در توانایی مدیریت، متغیر کیفیت سود ۰/۰۵۶ واحد افزایش می‌یابد. در مورد مقایسه نتایج تحقیق با سایر تحقیقات مشابه می‌توان گفت که نتیجه این فرضیه با تحقیق ایکسو وهانگ (۲۰۱۵) موافق است.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

با توجه به نتایج جانبی حاصل از رگرسیون‌های تحقیق می‌توان گفت که از متغیرهای کنترلی، زیان واقعی بر چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش تاثیر معنادار و مثبت و انحراف معیار سودهای پیش‌بینی شده و نسبت سود ناویژه به فروش بر چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش تاثیر معنادار و منفی دارد. نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵٪، بین توانایی مدیریت با راهبرد تمایز رابطه مثبت و معنادار، بین توانایی مدیریت با راهبرد رهبری هزینه رابطه مثبت و معنادار، بین توانایی مدیریت با ارزش بازار حقوق صاحبان سهام رابطه مثبت و معنادار، بین توانایی مدیریت با درصد تغییرات فروش رابطه مثبت و معنادار و بین توانایی مدیریت با انحراف معیار سودهای پیش‌بینی شده رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش در راهبردهای مختلف رقابتی تفاوت معناداری دارد (شدت رابطه منفی راهبرد تمایز با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش بیشتر از شدت رابطه منفی راهبرد رهبری هزینه با چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش می‌باشد)، کیفیت سود در راهبرد-های مختلف رقابتی تفاوت معناداری دارد (شدت رابطه مثبت راهبرد تمایز با کیفیت سود بیشتر از شدت رابطه مثبت راهبرد رهبری هزینه با کیفیت سود می‌باشد) و توانایی مدیریت بر چسبندگی هزینه‌ها و کیفیت سود به ترتیب تاثیر منفی و مثبت معناداری دارد. در مورد تحلیل حاصل از نتایج می‌توان گفت شرکت‌هایی که یکی از راهبردهای تمایز یا رهبری هزینه را به کار می‌گیرند از چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش کمتری برخوردار خواهند شد، رهبری هزینه منجر به افزایش کارایی عملیاتی و راهبرد تمایز منجر به کاهش چسبندگی هزینه و توزیع بهینه هزینه‌های توزیع و فروش می‌شود. همچنین راهبردهای رقابتی مدیران با توجه به اینکه منجر به افزایش کارایی و اثربخشی سازمان می‌شوند سازمان را به عملکرد برتر در طول زمان و در نهایت افزایش کیفیت سود هدایت می‌کند. در مورد متغیر توانایی مدیران نیز می‌توان گفت، توانایی مدیریت منجر به افزایش پاداش مدیران و بقای خود می‌شود؛ بر همین اساس مدیران همواره به دنبال افزایش توانایی

هستند تا چسبندگی هزینه‌ها را کاهش و کیفیت سود را نیز افزایش دهند که در نهایت واحد اقتصادی با بهره‌وری همراه باشد. تجزیه و تحلیل صورت گرفته در این پژوهش بیان می‌کند که چسبندگی هزینه‌های فعلی و آتی شرکت‌ها و کیفیت سود با توجه به نوع راهبردی که در پیش می‌گیرند، متفاوت خواهد بود. با توجه به نقش و اهمیتی که انتخاب نوع راهبرد در تأمین اهداف شرکت و روش‌های دستیابی به این اهداف دارد، مدیران مالی شرکت‌ها با تصمیماتی که اتخاذ می‌کنند، می‌توانند بر چسبندگی هزینه‌ها و کیفیت سود تأثیر قابل توجهی داشته باشند. با توجه به نتیجه تحقیق، به مدیران پیشنهاد می‌شود که با افزایش توانایی خود منجر به کاهش چسبندگی هزینه‌ها و افزایش کیفیت سود شوند. مدیران یک شرکت اغلب با مسائلی نظیر برنامه‌ریزی و کنترل در شرکت تجاری روبرو هستند. در مرحله برنامه‌ریزی، مدیران به اطلاعات مربوط به هزینه‌ها جهت پیش‌بینی هزینه‌های آتی نیاز دارند. با توجه به آنکه تغییرات هزینه‌های آتی را می‌توان در ارتباط با تغییرات درآمد فروش تعیین کرد، بنابراین با مشخص شدن این ارتباط می‌توان میزان هزینه‌ها را با توجه به ارتباط آنها با درآمد فروش پیش‌بینی کرد. همچنین کیفیت سود نیز یکی از مواردی است که مدیران توانا می‌توانند نسبت به نیاز مشتریان، شرایط کلان اقتصادی و منافع آتی آن را ارتقاء دهند؛ بر همین اساس با توجه به وجود این ارتباط می‌توانند میزان صحیح این هزینه‌ها و تغییرات آنها را با توجه به میزان و تغییرات درآمد فروش معین کنند و تحریف‌های احتمالی را که در مورد میزان هزینه‌ها وجود دارد، کشف کنند؛ بنابراین تجزیه و تحلیل ارتباط درآمد فروش با هزینه‌های یک شرکت و همچنین روابط بین راهبردها و توانایی مدیران با رفتار هزینه و کیفیت سود ضروری به نظر می‌رسد.

پیشنهاد برای تحقیقات آینده

۱. بررسی تاثیر راهبرد رقابتی و توانایی مدیریت بر مدیریت سود
۲. بررسی تاثیر راهبرد رقابتی و توانایی مدیریت بر رقابت در بازار
۳. بررسی تاثیر راهبرد رقابتی و توانایی مدیریت بر محافظه‌کاری با تاکید بر ساختار

نظارتی

۴. بررسی تاثیر رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها

فهرست منابع و مآخذ

الف. منابع فارسی

- افشار زیدآبادی، ف؛ حسینخانی، م؛ پژمانپور، ن؛ قاضی زاده احسائی، ح (۱۳۹۴). بررسی تأثیر ساختار مالکیت بر ارتباط بیش اعتمادی مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها، *ماهنامه پژوهش‌های مدیریت و حسابداری*، شماره بیست و یکم، ص ۱۰۲-۱۲۳.
- پورتر، م (۱۳۹۱). *راهبرد رقابتی تکنیک‌های تحلیل صنعت و رقبا*، (ترجمه عباس مهرپویا و جهانگیر مجیدی) تهران: رسا (تاریخ انتشار به زبان اصلی ۱۹۹۰).
- حاجیها، زهره؛ قادری، کاوه؛ قادری، صلاح الدین (۱۳۹۸). تأثیر نگرش کوتاه‌مدت مدیران در چسبندگی هزینه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، *مدیریت دارایی و تأمین مالی*، ۷(۳)، ۲۷-۴۴.
- رضایی، م؛ حیدری، م (۱۳۹۴). *راهبرد رقابتی، اولین کنفرانس ملی تصمیم‌گیری در علوم مهندسی و مدیریت، علی آباد کتول*، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول.
- شافعی، م؛ محمدزاده مقدم، ح (۱۳۹۰). شواهد رفتار چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های ایرانی و مطالعات تطبیقی با شرکت‌های انگلیس، آمریکا، فرانسه و آلمان، *چهارمین همایش سراسری دانشجویان حسابداری*، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد.
- مرتضوی، م (۱۳۹۰). شناسایی عوامل تعیین‌کننده چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)*، دانشکده علوم اجتماعی.
- منصورفر، غلامرضا؛ دیدار، حمزه؛ حسین پور، وحید (۱۳۹۴). بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر کیفیت سود شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۷(۱)، ۳۷-۵۴.
- نمازی، محمد؛ دوانی پور، ایرج (۱۳۸۹). بررسی تجربی رفتار چسبندگی هزینه‌ها در بورس اوراق بهادار تهران، *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۱۷(۴)، ۸۵-۱۸۶.
- نمازی، محمد؛ شیرزاده، جلال (۱۳۸۴). بررسی رابطه‌ی ساختار سرمایه با سودآوری شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران (با تأکید بر نوع صنعت)، *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۱۲(۴).

ب. منابع انگلیسی

- Anderson, M. C., Banker, R. D., & Janakiraman, S. N. (2003). Are selling, general, and administrative costs "sticky"? *Journal of accounting research*, 41(1), 47-63.

- Andreou, P. C., Ehrlich, D., & Louca, C. (2013). **Managerial ability and firm performance: Evidence from the global financial crisis**. In European Financial Management Association, Annual Conference.
- Ballas, A., Naoum, V. C., & Vlismas, O. (2020). **The Effect of Strategy on the Asymmetric Cost Behavior of SG&A Expenses**. *European Accounting Review*, 1-39.
- Balsam, S., Fernando, G. D., & Tripathy, A. (2011). The impact of firm strategy on performance measures used in executive compensation. *Journal of Business Research*, 64(2), 187-193.
- Calleja, K., Steliaros, M., & Thomas, D. C. (2006). A note on cost stickiness: Some international comparisons. *Management Accounting Research*, 17(2), 127-140.
- Demerjian, P. R., Lev, B., Lewis, M. F., & McVay, S. E. (2013). Managerial ability and earnings quality. *The accounting review*, 88(2), 463-498.
- Demerjian, P., Lev, B., & McVay, S. (2012). Quantifying managerial ability: A new measure and validity tests. *Management science*, 58(7), 1229-1248.
- Demerjian, P. R., Lev, B., Lewis, M. F., & McVay, S. E. (2013). Managerial ability and earnings quality. *The accounting review*, 88(2), 463-498.
- Leverty, J. T., & Grace, M. F. (2012). Dupes or incompetents? An examination of management's impact on firm distress. *Journal of Risk and Insurance*, 79(3), 751-783.
- Rajiv, D. B., Raj, M., & Arindam, T. (2014). Does a differentiation strategy lead to more sustainable financial performance than a cost leadership strategy. *Management Decision*, 52(5), 872-896.
- Weidenmier, M. L., & Subramaniam, C. (2003). **Additional evidence on the sticky behavior of costs..**

