

فصلنامه مطالعات حسابداری

شماره ۲۷ - پائیز ۱۳۸۹

ص ص ۵۹-۷۴

تأثیر مدیریت هزینه و تمایز محصول بر عملکرد مالی بلند مدت

ساسان مهران^{*}

کاوه مهران^{**}

حمید رضا لهراسبی^{***}

چکیده

تحقیق حاضر به منظور فراهم آوردن اطلاعاتی در رابطه با تاثیر اعمال استراتژی‌های انتخابی شرکتها (استراتژی مدیریت هزینه و استراتژی تمایز در محصول) بر عملکرد مالی آنها صورت گرفته است. شرکت‌هایی که استراتژی مدیریت هزینه را پذیرفته‌اند، از طریق قیمت تمام شده پایین تر نسبت به رقبای خود، قادر خواهند بود سهم بازار خود را افزایش دهند. از سوی دیگر، شرکت‌هایی که استراتژی تمایز محصول را به کار می‌گیرند می‌توانند از طریق فراهم کردن

* دانشیار حسابداری دانشگاه تهران

** استادیار حسابداری دانشگاه تهران

*** دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه تهران

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۹/۹/۱۶

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۷/۲۶

محصولاتی که کیفیت منحصر به فردی داشته به مزیت رقابتی دست یابند. در این تحقیق رابطه بین استراتژی انتخابی و عملکرد مالی در دوره زمانی ۱۳۷۹-۱۳۸۶ شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که اعمال استراتژی‌های فوق بر عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران اثر دارد. همچنین از نتایج دیگر تحقیق آن است که اعمال استراتژی تمایز محصول در بلندمدت دوام بیشتری در مقایسه با استراتژی مدیریت هزینه دارد.

واژه‌های کلیدی: استراتژی مدیریت هزینه، استراتژی تمایز محصول، عملکرد مالی، بازده

مقدمه

پیشرفت سریع و شگرف فناوری همراه با افزایش روزافزون رقابت در بازارهای جهانی، مدیران واحدهای اقتصادی را به تولید محصولاتی با کیفیت بالا، ارائه خدمات مطلوب به مشتریان و در غایت کاستن از هزینه تمام شده کالا و خدمات ترغیب نموده است. از این رو جهت تحقق این انتظارات، تأمین اطلاعات مورد نیاز به صورت جامع برای سیستم حسابداری یک ضرورت است و به همین علت بسیاری از دست اندرکاران امور اقتصادی به تدریج از دیدگاه‌های سنتی مبتنی بر حسابداری بهای تمام شده فاصله می‌گیرند و به ایجاد سیستم مدیریت هزینه گرایش پیدا می‌کنند. به طور کلی می‌توان چنین نتیجه گرفت که تأکید سیستم مدیریت هزینه و تمایز محصول بر روند فعالیتهای بنگاه اقتصادی است. بدون شک در نظر گرفتن این اولویت‌ها برای دستیابی به هدف تولید محصولات و خدمات با کیفیت بالا، با حداقل بهای تمام شده، بسیار حائز اهمیت است. در این سیستم، هزینه فعالیتهای عمده بنگاه اقتصادی به کالاها و خدمات مربوط به تولید با توجه به نحوه استفاده از فعالیتهای تولید این کالاها و خدمات تخصیص می‌یابد. در این راستا هدفهای سازمانی مدیران بسیار متنوع است. برخی از هدفها که به طور مکرر مورد تأکید قرار می‌گیرند عبارتند از: توجه به سودآوری و رشد، رسیدن به خودکفایی مالی، به

حداقل رساندن بهای تمام شده کالا، متنوع ساختن بازار، ارتقاء کیفیت محصولات مطابق با استانداردهای بین المللی، رعایت ملاحظات زیست محیطی، همچنین انجام وظایف مربوط به خدمات اجتماعی. وظیفه مدیریت در این سیستم، کسب اطمینان از دستیابی به هدفهای فوق الذکر به صورت جامع است.

شرکت‌ها می‌توانند از طریق بکارگیری استراتژی‌های تمایز محصول یا مدیریت هزینه، مزایای رقابتی ایجاد نمایند. بنابراین می‌توان گفت شرکت‌هایی که استراتژی مدیریت هزینه را به کار می‌گیرند اصولاً مزایایی را به دست می‌آورند که این مزایا بر پایه کارایی عملیاتی مبتنی است. براساس نظریه پورتر شرکتی که استراتژی مبتنی بر مدیریت هزینه را انتخاب کرده و آن را به اجرا در می‌آورد، در موقعیتی قرار خواهد گرفت که می‌تواند با فشارهای رقابتی به طور مؤثر رفتار نماید و این امر خود نشان‌گر موفقیت در صنعت می‌باشد. در مقابل شرکت‌هایی که استراتژی تمایز محصول را اعمال می‌کنند با ایجاد مزیت‌های رقابتی در محصولات خود نسبت به جلب و حفظ مشتریان اقدام نموده و از این طریق می‌توانند افزایش قیمت‌های آتی را نیز بر مشتریان خود تحمیل نمایند و به حاشیه سود بیشتر دست یابند. پیشرفت سریع و شگرف فناوری همراه با افزایش روزافزون رقابت در بازارهای جهانی، مدیران واحدهای اقتصادی را به تولید محصولاتی با کیفیت بالا، ارائه خدمات مطلوب به مشتریان و در غایت کاستن از هزینه تمام شده کالا و خدمات ترغیب نموده است. از این رو جهت تحقق این انتظارات، تأمین اطلاعات مورد نیاز به صورت جامع برای سیستم حسابداری یک ضرورت است و به همین علت بسیاری از دست اندرکاران امور اقتصادی به تدریج از دیدگاه‌های سنتی مبتنی بر حسابداری بهای تمام شده فاصله می‌گیرند و به ایجاد سیستم مدیریت هزینه گرایش پیدا می‌کنند. سیستم مدیریت هزینه نوعی سیستم برنامه‌ریزی و کنترل است که براساس اطلاعات جامع طرح‌ریزی می‌گردد و این اهداف را پی می‌گیرد:

۱- برآورد و تعیین بهای تمام شده منابعی که در راه انجام فعالیتهای اصلی واحد اقتصادی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۲- تشخیص و حذف اقلامی از هزینه که ارزش افزوده ایجاد نمی‌کنند.

۳- تعیین کارایی و اثربخشی فعالیتهای اصلی انجام شده در واحدهای اقتصادی.
 ۴- تشخیص و ارزیابی فعالیتهای جدیدی که می‌تواند عملکرد آینده سازمان را بهبود بخشد.

از آنجا که کلید اصلی موفقیت در سرمایه گذاری‌ها تعیین مزیت رقابتی خاص هر شرکت و از همه مهم‌تر دوام و پایداری این مزیت می‌باشد، لذا نتایج تحلیل‌های تجربی این مفاهیم استراتژیکی می‌تواند درک مفیدی را برای افراد حرفه‌ای فراهم آورد تا آنها نیز بتوانند عملکرد آتی شرکت‌ها را تحلیل کرده و آن را پیش بینی نمایند. نیازهای ضروری روزمره و آتی، سازگاری و هماهنگی جهت ماندگاری سازمان و حمایت بخش‌های مختلف آن در زمان بلوغ، جلوگیری از اتلاف منابع و تمرکز بخشیدن به اقدامات از راه تدوین استراتژی میسر می‌گردد. استراتژی هر سازمان وابسته به تعاریف رقابت و رقابت‌پذیری و رویکردهایی است که آن سازمان اتخاذ نموده است. بنابراین وجود استراتژی‌ها می‌تواند به شرکت‌ها کمک نماید تا در محیط رقابتی پیشرفته امروزی قادر باشند مزیت رقابتی خود را حفظ نمایند. بعلاوه بررسی اثرات کوتاه مدت و بلند مدت اعمال استراتژی بصورت کاربردی، زمینه را برای پی‌ریزی روشهای مطلوبتر برای حفظ و بهبود موقعیت رقابتی فراهم می‌آورد. از آنجا که استراتژی تمایز به طور معمول از طریق سرمایه‌گذاری در فعالیتهای هزینه بر از قبیل: تحقیقات وسیع، طراحی محصول و مخارج بازاریابی انجام می‌گیرد بنابراین پژوهش حاضر این استراتژی را با سه معیار زیر عملیاتی نموده است:

۱- نسبت هزینه‌های عمومی و اداری فروش به فروش خالص

۲- نسبت هزینه‌های تحقیق و توسعه به فروش خالص

۳- نسبت فروش خالص به بهای تمام شده کالای فروش رفته

استراتژی مدیریت هزینه آن است که شرکت محصولات استاندارد را تولید و عرضه کند که بهای تمام شده هر واحد برای مشتری کاهش یابد. از آنجا که بعد اصلی استراتژی مدیریت هزینه، کارایی است لذا شرکت‌هایی که این استراتژی را به کار می‌برند توجه زیادی به استفاده از دارایی‌ها و بهره‌وری کارکنان دارند. بنابراین

پژوهش حاضر این استراتژی را با سه معیار زیر عملیاتی نموده است:

- ۱- نسبت فروش خالص به مخارج سرمایه‌ای
- ۲- نسبت فروش خالص به ارزش دفتری دارایی‌ها
- ۳- نسبت تعداد کارکنان به کل دارایی‌ها

پیشینه تحقیق

سیمونس (۱۹۸۷) ارتباط بین سیستم‌های کنترل مدیریت و استراتژی را مورد بررسی قرار داد. او با استفاده از بررسی پرسشنامه مدیران ارشد در بین ۷۶ شرکت، استراتژی را بر حسب اکتشاف کنندگان و طرفداران عملیاتی نمود. تحقیقات سیمونس بیان می‌دارد که اکتشاف کنندگان اجرایی رده بالا بیشتر بر گزارشگری مستمر و استفاده از سیستم کنترلی واحد تأکید می‌کردند، در حالی که این سیستم کنترلی برای کنترل‌هایی از قبیل پیش بینی داده‌ها، کنترل‌های بودجه‌ای و نظارت بر ستانده‌ها اهمیت بیشتری و نسبت به کنترل هزینه‌ها اهمیت کمتری قائل است.

طرفداران اجرایی رده بالا برای کنترل‌های قوی بودجه‌ای و نظارت بر ستانده‌ها اهمیت کمی را قائل هستند. این یافته‌ها با نظریه تحقیقاتی پورتر (۱۹۸۰) سازگار نبودند، محدودیت اصلی این پژوهش نیز تمرکز بر کنترل‌های مالی بدون توجه به کنترل‌های غیر مالی بود.

ریتسپرگر و دنیل (۱۹۹۱) جهت مطالعه ماهیت سیستم‌های کنترلی که حمایت کننده استراتژی‌های خاص کیفیت هستند، از بررسی پرسشنامه نمونه انتخابی از شرکت‌های موجود در بازار بورس ژاپن استفاده کردند. آن‌ها جهت اندازه‌گیری استراتژی‌های کیفیت از دو رویکرد متفاوت استفاده نمودند:

مدل کمینه کردن هزینه، این مدل از طریق متعادل کردن هزینه‌های ارزیابی و پیشگیری با هزینه‌های خارجی و داخلی باعث دستیابی به کیفیت می‌شود. مدل نواقص صفر، این مدل به بهبود مستمر اهداف کیفیتی، کاهش واحدهای

1- management control systems

2- a cost minimization model

3- a zero defects model

معیوب و باز خورد مکرر کیفیت عملکرد کارکنان منجر می‌شود. در مطالعات بیان شده، ریتسپرگر و دنیل سیستم‌های کنترلی را در صنایع الکترونیکی امریکا و ژاپن با یکدیگر مقایسه نمودند. آن‌ها طبق مطالعات خود دریافتند که شرکت‌های ژاپنی نسبت به شرکت‌های امریکایی با احتمال بیشتری سیستم‌های کنترلی خود را جهت دستیابی به تولید بالاتر، هزینه‌های کمتر و کیفیت بهتر تعدیل می‌نمایند. این مطالعات جهت بررسی تعامل بین سیستم‌های کنترلی و استراتژی کیفیت خاص (تمایز) از بررسی‌های مبتنی بر پرسشنامه استفاده کرده‌اند که برای این منظور جهت اندازه‌گیری استراتژی، آن دو رویکرد متفاوت را به کار گرفتند.

کیلو و سیم (۱۹۹۸) از طریق بررسی ۸۳ شرکت در صنعت الکترونیک داده‌هایی را مورد استفاده قرار دادند تا مطالعات انجام شده اینترنت و لارکر را بسط و گسترش دهند. آن‌ها از طریق این بررسی به این نتیجه رسیدند زمانی که فعالیت‌های JIT یا TQM همراه شکل خاصی از سیستم‌های حسابداری مدیریت مورد استفاده واقع شوند، سودهای ناشی از عملکرد بهینه دست یافتنی خواهد بود.

فرضیه‌های تحقیق

هدف این پژوهش آن است که از طریق بررسی رابطه بین وضعیت استراتژیکی شرکت‌ها و دوام عملکرد آنها این موضوع مهم را مشخص نماید که شرکت‌هایی که استراتژی مدیریت هزینه را دنبال می‌کنند می‌توانند عملکرد مالی بالایی را بدست آورند ولی قابلیت حفظ آنرا در بلند مدت نخواهند داشت. در این راستا فرضیات تحقیق بصورت زیر بیان می‌شود:

فرضیه اول: اعمال استراتژی مدیریت هزینه بر عملکرد مالی شرکتها اثر مستقیم دارد.

فرضیه دوم: اعمال استراتژی مدیریت هزینه با گذشت زمان منجر به عملکرد اقتصادی بادوام نخواهد شد.

فرضیه سوم: اعمال استراتژی تمایز محصول بر عملکرد مالی شرکتها اثر مستقیم

دارد.

فرضیه چهارم: اعمال استراتژی تمایز محصول با گذشت زمان منجر به عملکرد اقتصادی بادوام خواهد شد.

جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه مورد مطالعه در این تحقیق شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که گزارشهای مالی و اطلاعات مربوط به معاملات آنها طی یک دوره زمانی هشت ساله از سال ۱۳۷۹ تا پایان سال ۱۳۸۶ مورد بررسی قرار خواهد گرفت. به منظور انجام تحقیق، نمونه آماری از شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در صنایع مختلف و به روش خوشه‌ای انتخاب گردید. این نمونه شامل شرکتهایی است که مجموعه شرایط زیر را داشته باشند:

۱. شرکتهایی که قبل از سال ۱۳۷۹ مورد پذیرش قرار گرفته باشند.
 ۲. شرکتهایی که پایان سال مالی آنها ۲۹ اسفندماه هر سال باشد.
 ۳. شرکتهایی که در دوره مورد بررسی توقف معامله یا تغییر دوره مالی نداشته باشند.
 ۴. به غیر از شرکتهای سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی انتخاب می‌شوند.
 ۵. شرکت‌هایی که داده‌های مورد نظر آنها در دسترس باشد.
- بدین ترتیب کلاً ۴۵ شرکت در هر یک از سالهای ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۶ انتخاب شده و تعداد نمونه‌ها ۳۶۰ سال - شرکت می‌باشد.

روش تحقیق

پژوهش فوق بر اساس روش اجراء پیمایشی و از نوع علی - مقایسه‌ای است. روش‌های علی - مقایسه‌ای معمولاً به پژوهش‌هایی اطلاق می‌شود که در آنها پژوهشگر با توجه به متغیر وابسته به بررسی علل احتمالی وقوع آنها می‌پردازد. به عبارت دیگر پژوهش علی - مقایسه‌ای گذشته‌نگر بوده و سعی بر آن دارد که از

معلول به علت احتمالی پی برد. در روش پژوهش علی پژوهشگر به دنبال کشف و بررسی روابط بین عوامل و شرایط خاص یا نوعی رفتار که قبلا وجود داشته یا رخ داده از طریق مطالعه نتایج حاصل از آنهاست. به عبارت دیگر پژوهشگر در پی بررسی امکان وجود در روابط علت و معلولی از طریق مشاهده و مطالعه نتایج موجود و زمینه قبلی آنها به امید یافتن علل وقوع پدیده یا عمل است. روش پژوهش جزو روش توصیفی نیز قرار می گیرد که در آن هدف توصیف شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. در واقع در این تحقیق در صدد هستیم که نوع و میزان تاثیر هریک از استراتژی‌های فوق را در دوره زمانی انتخابی بررسی نماییم.

ابزاری که در تحقیق حاضر به منظور گردآوری داده‌های تحقیق و استخراج نتایج بکار رفته است، میدانی است که از طریق اطلاعات صورتهای مالی اساسی و بانکهای اطلاعاتی تدبیرپرداز و دناسهم و سایت رسمی بورس اوراق بهادار تهران داده‌های آماری پژوهش از اسناد مربوط به صورتهای مالی شرکت های بورس گردآوری شده است استخراج می گردد. همچنین در بخش ادبیات نظری و پیشینه تحقیق از طریق مطالعات کتابخانه‌ای اطلاعات لازم گردآوری گردید و همچنین برای گردآوری ادبیات و پیشینه و پایه های تئوریکي موضوع مورد مطالعه از کتاب و سایر منابع مربوط به کتابخانه شامل کتاب فیزیکی، کتاب های دیجیتالی، مطالب موجود در اینترنت، مقالات و نشریات استفاده شده است. روش کتابخانه‌ای خود به دو روش داده های اسنادی و ابزار گردآوری کتابخانه‌ای تقسیم می شود. با توجه به طبقه بندی بالا در گردآوری اطلاعات پژوهش از روش کتابخانه ای و از هر دو روش زیر مجموعه آن استفاده شده است. بطور کلی برای استخراج متغیرها در شرکت‌های مورد مطالعه از مدارک و اسناد سازمانی منتشر شده بوسیله بورس اوراق بهادار تهران در سی دی های اطلاع رسانی استفاده شده است. با توجه به اینکه واحد نهایی نمونه‌های مورد مطالعه اطلاعات استخراج شده از داده‌های خام است، بنابراین به روش تبدیل داده‌ها به اطلاعات مورد مطالعه اشاره می شود.

بمنظور استخراج متغیرهای وابسته و مستقل مورد نیاز جهت آزمون مدل، از اطلاعات کتابخانه ای سازمان بورس اوراق بهادار تهران برای سالهای ۱۳۸۶ - ۱۳۷۹

استفاده شده است. سپس داده های جمع آوری شده برای شرکتهای انتخابی توسط نرم افزار Excel طبقه بندی و نسبتهای مالی مورد نیاز نیز محاسبه شد.

روش های آماری تحقیق

آزمون های آماری تحقیق نیز شامل تجزیه و تحلیل همبستگی و رگرسیون چندگانه بین متغیرهای تحقیق می باشد. همچنین از آزمون K-S برای آزمون نرمال بودن داده های آزمون استفاده گردید. اطلاعات مورد نیاز شرکت ها از طریق بانکهای اطلاعاتی تدبیرپرداز و دناسهم و سایت رسمی بورس اوراق بهادار تهران گردآوری شد و سپس با جمع بندی و محاسبات مورد نیاز در صفحه گسترده نرم افزار اکسل برای تجزیه و تحلیل استفاده گردید. تجزیه و تحلیل نهایی به کمک نرم افزار SPSS نسخه ۱۱.۵ انجام شد.

نتایج آزمون فرضیات تحقیق

آزمون فرضیه اول: اعمال استراتژی مدیریت هزینه بر عملکرد مالی شرکتهای اثر مستقیم دارد.

H_0 : بین متغیرهای اعمال استراتژی مدیریت هزینه و بازده سالیانه داراییها رابطه معناداری وجود ندارد.

H_1 : بین متغیرهای اعمال استراتژی مدیریت هزینه و بازده سالیانه داراییها رابطه معناداری وجود دارد.

بمنظور آزمون فرضیه اول این تحقیق از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین متغیرهای اعمال استراتژی مدیریت هزینه و عملکرد مالی (نرخ بازده داراییها) استفاده می شود. سپس با استفاده از تحلیل آماره F و مقدار R^2 تعدیل شده، معناداری مدل رگرسیونی آزمون می شود. نتایج حاصل از آزمون در جدول شماره ۱ ذکر شده است.

جدول شماره (۱) نتایج آزمون فرضیه اول

سال ۱۳۸۴	شرح
۰.۵۲٪	ضریب پیرسون
۰.۳۱٪	سطح معنی داری F
۰.۳۲٪	ضریب تعیین تعدیل شده R^2 adj

مقدار احتمال (یا سطح معنی داری) F برای مدل برابر با ۰/۰۳۱ است. چون این مقدار کمتر از ۰.۰۵ است، بنابراین فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می شود، یعنی مدل معنی داری وجود دارد. بنابراین می توان اینگونه نتیجه گرفت که بین استراتژی مدیریت هزینه و نرخ بازده داراییها رابطه همبستگی مثبت معناداری وجود داشته و مدل رگرسیونی بصورت زیر می باشد:

$$ROA_{1384} = 0.004 + 0.643 (SCE + SA + PA) + \varepsilon$$

آزمون فرضیه دوم: اعمال استراتژی مدیریت هزینه با گذشت زمان منجر به عملکرد اقتصادی بادوام نخواهد شد.

H_0 : بین متغیرهای اعمال استراتژی مدیریت هزینه و بازده بلندمدت داراییها رابطه معناداری وجود ندارد.

H_1 : بین متغیرهای اعمال استراتژی مدیریت هزینه و بازده بلندمدت داراییها رابطه معناداری وجود دارد.

بمنظور آزمون فرضیه دوم این تحقیق یعنی بررسی اعمال استراتژیهای مدیریت هزینه در بلندمدت از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین متغیرهای اعمال استراتژیهای فوق و نرخ بازده داراییها استفاده می شود. سپس با استفاده از تحلیل آماره F و مقدار R^2 تعدیل شده معناداری مدل رگرسیونی آزمون می شود. نتایج حاصل از آزمون در جدول شماره ۲ ذکر شده است.

جدول شماره (۲) نتایج آزمون فرضیه دوم

سال ۱۳۸۶	سال ۱۳۸۵	شرح
٪۵۲	٪۳۷	ضریب پیرسون
٪۳۰۱	٪۴۰۵	سطح معنی داری F
٪۱۸	٪۱۴	ضریب تعیین تعدیل شده $adj R^2$

مقدار احتمال (یا سطح معنی داری) F برای مدل برابر با ۰۰۴۵ و ۰۰۳۱ است، چون این مقدار کمتر از ۰۰۵ است، بنابراین فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می شود، یعنی مدل معنی داری وجود دارد. بنابراین می توان اینگونه نتیجه گرفت که بین استراتژی مدیریت هزینه و نرخ بازده داراییها در بلندمدت نیز رابطه معناداری وجود دارد اما با توجه به ضرایب مدل رگرسیونی و مقایسه آنها با یکدیگر مشخص می شود که در بلندمدت میزان تاثیر متغیرهای فوق در بلندمدت کاهش می یابد. عبارت دیگر در بلندمدت رابطه معناداری بین متغیرهای استراتژی مدیریت هزینه و نرخ بازده داراییها وجود دارد ولی میزان این رابطه کاهش می یابد. مدل های رگرسیونی تحقیق بصورت زیر می باشند:

$$ROA_{1385} = 0.013 + 0.421(SCE + SA + PA) + 0.132 ROA_{1384} + \varepsilon$$

$$ROA_{1386} = 0.11 + 0.33(SCE + SA + PA) + 0.16 ROA_{1384} + \varepsilon$$

آزمون فرضیه سوم: اعمال استراتژی تمایز محصول بر عملکرد مالی شرکتها اثر مستقیم دارد.

H0: بین متغیرهای اعمال استراتژی تمایز محصول و بازده سالیانه داراییها رابطه معناداری وجود ندارد.

H1: بین متغیرهای اعمال استراتژی تمایز محصول و بازده سالیانه داراییها رابطه معناداری وجود دارد.

بمنظور آزمون فرضیه سوم این تحقیق همانطور که قبلاً نیز اشاره شد از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین استراتژی تمایز محصول و عملکرد مالی (نرخ بازده داراییها) استفاده می شود. سپس با استفاده از تحلیل آماره F و مقدار

R^2 تعدیل شده معناداری مدل رگرسیونی آزمون می‌شود. نتایج حاصل از آزمون در نگاره شماره ۳ ذکر شده است.

جدول شماره (۳) نتایج آزمون فرضیه سوم

سال ۱۳۸۴	شرح
٪۷۳	ضریب پیرسون
٪۲.۴	سطح معنی داری F
٪۵۲	ضریب تعیین تعدیل شده $adj R^2$

مقدار احتمال (یا سطح معنی داری) F برای مدل برابر با ۰.۰۲۴ است. چون این مقدار کمتر از ۰.۰۵ است، بنابراین فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می‌شود، یعنی مدل معنی داری وجود دارد. بنابراین می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که بین استراتژی تمایز محصول و نرخ بازده داراییها رابطه همبستگی مثبت معناداری وجود داشته و مدل رگرسیونی بصورت زیر می‌باشد:

$$ROA_{1384} = 0.004 + 0.643 (RDS + SGAS + SC) + \varepsilon$$

آزمون فرضیه چهارم: اعمال استراتژی تمایز محصول با گذشت زمان منجر به عملکرد اقتصادی بادوام خواهد شد.

H_0 : بین متغیرهای اعمال استراتژی مدیریت هزینه و بازده بلندمدت داراییها رابطه معناداری وجود ندارد.

H_1 : بین متغیرهای اعمال استراتژی مدیریت هزینه و بازده بلندمدت داراییها رابطه معناداری وجود دارد.

بمنظور آزمون فرضیه چهارم این تحقیق یعنی بررسی اعمال استراتژیهای تمایز محصول در بلندمدت همانطور که قبلاً نیز اشاره شد از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین متغیرهای اعمال استراتژیهای فوق و نرخ بازده داراییها استفاده می‌شود. سپس با استفاده از تحلیل آماره F و مقدار R^2 تعدیل شده

معناداری مدل رگرسیونی آزمون می‌شود. نتایج حاصل از آزمون در نگاره شماره ۴ ذکر شده است.

جدول شماره (۴) نتایج آزمون فرضیه چهارم

سال ۱۳۸۶	سال ۱۳۸۵	شرح
٪۶۱	٪۵۳	ضریب پیرسون
٪۱.۲	٪۰.۵	سطح معنی داری F
٪۳۷	٪۳۸	ضریب تعیین تعدیل شده $adj R^2$

مقدار احتمال (یا سطح معنی داری) F برای مدل برابر با 0.005 و ۰.۰۱۲ است. چون این مقدار کمتر از ۰.۰۵ است، بنابراین فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می‌شود، یعنی مدل معنی داری وجود دارد. بنابراین می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که بین استراتژی تمایز محصول و نرخ بازده داراییها در بلندمدت نیز رابطه معناداری وجود دارد و با توجه به ضرایب مدل رگرسیونی و مقایسه آنها با یکدیگر مشخص می‌شود که در بلندمدت میزان تاثیر متغیرهای فوق افزایش می‌یابد. بعبارت دیگر در بلندمدت رابطه معناداری بین متغیرهای استراتژی تمایز محصول و نرخ بازده داراییها وجود دارد و میزان این رابطه افزایش می‌یابد. مدل‌های رگرسیونی تحقیق بصورت زیر می‌باشند:

$$ROA_{1385} = 0.098 + 0.721 (RDS + SGAS + SC) + 0.243 ROA_{1384} + \varepsilon$$

$$ROA_{1386} = 0.11 + 0.75(RDS + SGAS + SC) + 0.34 ROA_{1384} + \varepsilon$$

نتیجه گیری

در این تحقیق به بررسی رابطه بین استراتژی‌های انتخاب پورتر(استراتژی مدیریت هزینه و تمایز محصول) و نرخ بازده داراییها پرداخته شد. در واقع نقش متغیرهای موثر بر اعمال استراتژی‌های فوق در دوره‌های زمانی کوتاه و بلندمدت بر عملکرد مالی شرکتها آزمون گردید. همانگونه که نتایج تحقیق نیز نشان می‌دهد اعمال استراتژی‌های فوق بر عملکرد مالی شرکتها تاثیر مستقیم دارد، از طرف دیگر

در بلندمدت اعمال استراتژی تمایز محصول رابطه قویتری با عملکرد مالی در بلندمدت داشته و با گذشت زمان نیز رابطه فوق افزایش می‌یابد.

پیشنهادات مبتنی بر فرضیه‌ها

با توجه به نتایج حاصل از تحقیق مشخص گردید که در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران استراتژی‌های عمومی پورتر و نرخ بازده داراییها با یکدیگر در ارتباط می‌باشند. بعبارت دیگر اعمال استراتژی‌های فوق می‌تواند بر عملکرد مالی شرکتهای اثر داشته و منجر به بهبود عملکرد آنها گردد. همچنین مشخص گردید که اعمال استراتژی مدیریت هزینه بدلیل اینکه به آسانی توسط رقبا قابل تقلید است در بلندمدت منجر به عملکرد اقتصادی با دوام نخواهد شد، اما اعمال استراتژی تمایز می‌تواند به عملکرد اقتصادی با دوام منجر شود چون برای تقلید توسط رقبا به زمان بیشتری نیاز دارد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که شرکتهای و موسسات عوامل فوق را مدنظر قرار داده و در جهت حفظ و ثبات عملکرد مالی خود و بهبود آن از استراتژی‌های فوق استفاده نمایند. همچنین به تحلیل گران نیز پیشنهاد می‌شود در بررسی و تحلیل شرکتهای به عوامل استراتژی‌های فوق توجه کافی نمایند. سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان نیز برای سرمایه‌گذاری در شرکتهای به تناسب منابع مالی که در اختیار شرکت قرار می‌دهند باید نسبت به اعمال استراتژی‌های فوق در شرکتهای و موسسات سرمایه پذیر دقت کافی مبذول نمایند.

- ۱- بمنظور افزایش جامعیت اجرای تحقیق، پیشنهاد می‌شود اجرای تحقیق در کل صنایع فعال در بورس و به تفکیک صنایع مختلف و همراه با مقایسه صورت پذیرد.
- ۲- شناسایی و مقایسه سایر شاخص‌ها اعم از شاخص‌های مالی و غیرمالی ارزیابی عملکرد مانند رشد فروش، نرخ بازده سرمایه‌گذاری‌ها، سود شرکت و ... می‌تواند موثر باشد.

محدودیت‌های تحقیق

اغلب پژوهشگران صرفنظر از موضوع تحقیق درخصوص دستیابی به منابع و اطلاعات مورد نیاز با محدودیت‌های گوناگون مواجه می‌باشند. محدودیت‌های مذکور به شرح زیر می‌باشند:

۱- محدودیت دسترسی به اطلاعات

دسترسی به کلیه اطلاعات صورتهای مالی و یادداشتهای پیوست بدلیل عدم تکمیل فایل‌های اطلاعاتی مربوطه امکانپذیر نبود. بعلاوه بخشی از اطلاعات مورد نیاز از طریق استفاده از گزارشات هیئت مدیره شرکت تهیه می‌شد که برای تعدادی از سال - شرکتهای انتخابی ارائه نشده بود.

۲- محدودیت در استخراج اطلاعات

برای تعدادی از شرکتهای انتخابی امکان استخراج متغیرهای تحقیق بدلیل عدم ارائه اطلاعات مربوط وجود نداشت که از نمونه انتخابی حذف گردید.

منابع و مأخذ

1. Arindam Tripathy, 2006. Strategic Positioning and firm Performance. Dissertation, Texas at Dallas.
2. Abarbanell, J. and B. Bushee. 1998. Abnormal returns to a fundamental analysis strategy. *The Accounting Review*. 73:19-45.
3. Abernethy, M. and A. Lillis. 1995. The impact of manufacturing flexibility on management control system design. *Accounting Organization and Society*. 20:241-258.
4. Barney, J. (1991): "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management*, 99-120.
5. Barney, J. (1994): "Bringing managers back in". In Barney, J. – Spender, J.C. – Reve, T. (eds) *Does Management Matter?* Lund: Lund University Press.
6. Chakravarthy, B.S. – Doz, Y. (1992): "Strategy process research: Focusing on corporate self-renewal." *Strategic Management Journal*, 13, 5-14.
7. Fama, E.F. French, K.R. (1996), "Multifactor explanations of asset pricing anomalies" *Journal of Finance*, 51, 55-84.
8. Grinblatt, M., Moskowitz, T., (1999), "Does industry explain momentum?" *Journal of Finance* 54, 1212-1249.
9. Grundy, B.D., Martin, J.S., (2001), "Understanding the nature of risks and the sources of rewards to momentum investing", *Review of Financial Studies* 14, 29-78.
10. Hon, M.T., Tanks, I. (2003), "Momentum in the UK stock market", *Journal of Multinational Financial Management* 13 (1), 43-70.
11. Porter, M.E. (1980): *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
12. Porter, M.E. (1996): "Towards a Dynamic Theory of Strategy." *Strategic Management Journal*, 12, 95-119.