



پژوهشنامه‌ی مدیریت اجرایی

علمی - پژوهشی

سال دهم، شماره‌ی ۱۹، نیمه‌ی اول ۱۳۹۷

تأثیر استراتژی‌های تجاری بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه شرکت‌ها

* قدرت اله برزگر

** فاطمه فولادی سوادکوهی

*** سوسن یعقوبی

**** ندا مهرپویافر

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۱۰

چکیده:

استراتژی‌های تجاری شرکت‌ها بیانگر نحوه رقابت آن‌ها در بازارهای هدفشان است. شرکت می‌تواند برای تقویت استراتژی تجاری خود، مجموعه سیاست‌ها و فعالیت‌هایی را به کار گیرد که با استفاده از آنها بتواند به یک مزیت رقابتی پایدار در بازار هدف خود دست یابد. از آنجایی که استراتژی‌های شرکت بر میزان فعالیت‌های تحقیق و توسعه شرکت تأثیر می‌گذارد، بنابراین استراتژی که شرکت انتخاب می‌کند می‌تواند بر میزان افشای اطلاعات توسط شرکت نیز اثر گذار باشد. از اینرو در این پژوهش تأثیر استراتژی‌های تجاری بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه مورد بررسی قرار گرفته است. بدین منظور، تعداد ۸۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ به عنوان نمونه انتخاب و داده‌های آن‌ها از طریق تحلیل مدل‌های رگرسیونی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جهت اندازه‌گیری سطح افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه از روش تحلیل محتوا و ابزار چک لیست استفاده شده است. یافته‌های پژوهش در ارتباط با آزمون فرضیه اول پژوهش نشان می‌دهد استراتژی تمایز بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه تأثیر مثبت معنادار دارد. همچنین یافته‌های فرضیه دوم نشان می‌دهد استراتژی رهبری هزینه تأثیر منفی و معناداری بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه دارد. این یافته‌ها می‌تواند برای مدیران و سیاست‌گذاران جهت تصمیم‌گیری و طرح‌ریزی برنامه‌های منظم به‌منظور انتخاب نوع استراتژی‌های شرکت مفید واقع شود.

واژگان کلیدی: استراتژی تمایز، استراتژی رهبری هزینه، افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه..

* نویسنده مسئول، استادیار حسابداری، گروه حسابداری، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (ghabarzegar@gmail.com)

** کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (fooladisavadkoochi71@gmail.com)

*** کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (susanyaghubi26@gmail.com)

**** کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (gh_barzegar@umz.ac.ir)

۱- مقدمه

یکی از چالش‌های سازمان‌های امروزی، رقابت و تمایل به افزایش سود می‌باشد (حیدرپور و علوی، ۱۳۹۴). امروزه رقابت موجود در بازارها با گستردگی بیشتری نسبت به گذشته همراه است. بسیاری از شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا با تدوین استراتژی‌های رقابتی مناسب، مزیت رقابتی را بدست آورند و با افزایش میزان رقابت پذیری محصولات خود، زمینه رشد و پیشرفت شرکت را فراهم سازند. افزایش ارزش برای مشتریان به منظور دستیابی به مزیت رقابتی، ارتباط نزدیکی با انتخاب دقیق استراتژی توسط شرکت دارد (مرادی و سپهوندی، ۱۳۹۴). مزیت رقابتی عاملی است که سبب می‌شود مشتری محصول (کالا و خدمات) یک شرکت را به رقبای ترجیح دهد. در واقع ارزش بیشتر برای مشتری همواره متناظر با مزیت رقابتی برای سازمان است. هدف اصلی سازمان از ایجاد مزیت رقابتی با تکیه بر منابع و قابلیت‌هایی که در اختیار دارد، رقابت-پذیری و دستیابی به موقعیتی ممتاز از لحاظ عملکردی در بازار است (راجیو و همکاران، ۲۰۱۴). براساس چارچوبی که پورتر^۲ (۱۹۸۵) ارائه کرده است، یک شرکت می‌تواند با پیروی از هر دو استراتژی عمومی تمایز یا رهبری هزینه، به مزیت رقابتی دست پیدا کند: بر اساس این چارچوب، شرکتی که با موفقیت استراتژی تمایز یا رهبری هزینه‌ها را پیاده سازی می‌کند، می‌تواند به طور موثری در بازار به رقابت بپردازد. در استراتژی تمایز، هدف ایجاد یک کالا یا خدمت متمایز و منحصر بفرد در نظر مشتریان است (شریفی، ۱۳۹۶ به نقل از پورتر، ۱۹۸۰ و ۱۹۸۵)؛ متمایزسازی لزوماً با کاهش هزینه‌های تولید ارتباطی ندارد (خاتمی و مهدی زاده، ۱۳۸۷) این در حالی است که در استراتژی رهبری هزینه، شرکت با کاهش هزینه‌های خود، یک مزیت رقابتی در ارائه محصولات و خدمات با قیمت پائین تر نسبت به رقبای ایجاد می‌کند (کورتیس و همکاران، ۲۰۱۲). بنابراین این استراتژی تلاش شرکت را برای ایجاد مزیت رقابتی با دستیابی به

1 Rajiv, et al.

2 Porter

تاثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های ۱۳۳

حداقل هزینه در صنعت بیان می کند (حاجی پور و همکاران، ۱۳۹۱). در شرایط پیچیده رقابتی امروز، تلاش شرکتها در جهت کاهش زمان توسعه محصولات جدید به منظور کسب مزایای رقابتی بلندمدت، افزایش یافته است چرا که در شرکت های امروزی کسب مزیت رقابتی بلندمدت منوط به نوآوری در تولید و ارائه محصولات و خدمات جدید می باشد (مشایخ و همکاران، ۱۳۹۰). امروزه فعالیت های تحقیق و توسعه سهم عظیمی از هزینه های بنگاه ها را به خود اختصاص می دهد و نقش برجسته تحقیق و توسعه علمی در رشد اقتصادی توسط دولت ها، بنگاه های تجاری و محققان مورد تاکید قرار گرفته است، به طوری که بیشتر اقتصاددانان افزایش رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته را به شدت فعالیت های تحقیق و توسعه (R&D) نسبت می دهند. همچنین در کشور ما در دهه های اخیر، صنایع دانش بنیان رو به رشد بوده اند که یکی از پایه های اصلی رشد و توسعه این شرکت ها، فعالیت های تحقیق و توسعه است؛ بطوریکه فعالیت های تحقیق و توسعه در این شرکت ها در مقایسه با سایر شرکت ها از اهمیت بیشتری برخوردار است. لذا چنین به نظر می رسد افشای فعالیت های تحقیق و توسعه با ایجاد فرصت های کسب و کار جدید می تواند ماهیت فرآیند تولید و کیفیت محصولات را در کشورهای مختلف تغییر داده و سبب بهبود توان رقابتی کالاها و نقطه ی قوتی برای ایجاد فناوری مدرن باشد (مهرپویافر، ۱۳۹۵ به نقل از دیوید و همکاران ۱، ۱۹۲۴).

با توجه به اینکه تاکنون تحقیقی در رابطه با تاثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های تحقیق و توسعه انجام نگرفته است؛ لذا در این تحقیق سعی شده است تا تاثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های تحقیق و توسعه مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد. همچنین، با توجه به اینکه استراتژی های اتخاذ شده توسط شرکت در رشد و توسعه آن از اهمیت خاصی برخوردار است و نیز با توجه به آنکه انجام فعالیت های تحقیق و توسعه این امکان را برای شرکت به وجود می آورد تا علاوه بر تولید محصول جدید و انحصار تولید آن برای چندین سال متمادی برای خود، مصرف کنندگان را به

سمت و سوی استفاده و معرفی سایر محصولات خود متمایل سازد (مشایخ و همکاران، ۱۳۹۰)، نتایج این تحقیق از این رو اهمیت دارد که بررسی تأثیر استراتژی‌های تجاری شرکت بر روی افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه می‌تواند تأثیر زیادی در تصمیم‌گیری دقیق مدیران و سیاست‌گذاران مالی شرکت‌ها برای واحدهای تحقیق و توسعه، و طرح‌ریزی برنامه‌های منظم به منظور انتخاب نوع استراتژی مناسب برای شرکت داشته باشد.

بر این اساس در ادامه پس از مرور مبانی نظری تحقیق و پیشینه‌ی تحقیقات گذشته داخل و خارج، فرضیه‌های پژوهش مطرح شده و سپس روش و طرح تحقیق ارائه خواهد شد و در پایان به تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه نتایج خواهیم پرداخت.

۲- مبانی نظری تحقیق

۲-۱- استراتژی تجاری و افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه

در علم مدیریت استراتژی چگونگی تخصیص مطلوب منابع کمیاب، جهت رسیدن به اهداف اقتصادی تعریف شده است (نایب زاده و سالاری، ۱۳۹۲). از نظر پورتر استراتژی یک جایگاه با ارزش و ممتاز و یکسری فعالیت هماهنگ ممتاز می‌باشد، که در واقع متمایز کردن فعالیت‌ها و یا انجام فعالیت‌های مشابه با روش متمایز است. وی بیان می‌کند که بهترین راه برای یک شرکت به منظور دستیابی به مزیت رقابتی پایدار در بازار انتخابی خود، این است که استراتژی تجاری خود را با انبوهی از فعالیت‌ها، شامل سیاست‌های کاربردی، ساختار سازمانی و غیره تقویت کند. چندین گونه‌شناسی برای طبقه‌بندی استراتژی تجاری وجود دارد که مهم‌ترین آنها عبارتند از: گونه‌شناسی مایلز و اسنو (۱۹۷۸)، پورتر (۱۹۸۰) و میلر (۱۹۹۰). در طبقه‌بندی‌های مخصوص به هر گونه‌شناسی، دو نوع استراتژی را می‌توان یافت که در مقابل هم قرار می‌گیرند، استراتژی که به دنبال حداقل کردن هزینه‌هاست و استراتژی که در پی انعطاف و ریسک بیشتر است. در واقع اگر طبقه‌بندی مربوط به هر نوع گونه‌شناسی در یک طیف قرار گیرد،

تأثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های ۱۲۵

بدون شک این استراتژی در مقابل هم، در دو سر یک طیف قرار می گیرند (هیگینز و همکاران، ۲۰۱۱).

تئوری استراتژی رقابتی عمومی مایکل پورتر بدون شک یکی از ماندگارترین و موثرترین دیدگاههایی است که درباره مطالعه رفتار استراتژیک شرکتها مطرح شده است (لشکری و همکاران، ۱۳۹۳). تقسیم بندی های زیادی در مورد انواع استراتژی ها وجود دارد که در این پژوهش از استراتژی های عمومی پورتر به عنوان مبانی نظری برای شناسایی استراتژی های به کار رفته در شرکتها استفاده شده است؛ از جمله دلایل این انتخاب سادگی، فراگیری و وجود پیشینه و منابع فراوان نظری در مورد استراتژی های عمومی پورتر است (صفری و همکاران، ۱۳۹۳). بر اساس ادعای پورتر شرکتها برای داشتن یک عملکرد متوسط به بالا، نیاز به ایجاد مزیت رقابتی از طریق اتخاذ یکی از سه نوع استراتژی (رهبری هزینه، تمایز و تمرکز) دارند که به نام استراتژی های عمومی پورتر نام گذاری شده اند. در استراتژی رهبری هزینه، شرکت با کاهش هزینه های خود، یک مزیت رقابتی در ارائه محصولات و خدمات با قیمت پایین تر نسبت به رقبای ایجاد و در نتیجه امکان رقابت در شرایط شدید رقابتی حاکم بر صنعت را پیدا خواهد نمود (کلور و همکاران، ۱، ۲۰۱۲). در استراتژی تمایز، شرکت با نوآوری در تولید و ارائه محصولات و خدمات متمایز، مزیت رقابتی برای خود ایجاد و محصولات و خدمات متمایز خود را با قیمت بالاتر به مشتریانی ارائه می دهد که برای ارزش متمایز ایجاد شده توسط شرکت حاضرند بهای بیشتری بپردازند (کلور و همکاران، ۲۰۱۱). در استراتژی تمرکز، شرکت با توجه به منطقه جغرافیایی و شرایط متفاوت اقتصادی، یکی از دو نوع استراتژی تمایز یا رهبری هزینه، را انتخاب می نماید (اورتگا، ۲، ۲۰۱۰).

از طرف دیگر، از جمله مسایل مهم در هنگام اجرای استراتژی ها مسائلی در زمینه تحقیق و توسعه است. تحقیق و توسعه کلید اساسی رشد و فناوری محسوب می شود و

1 Claver, et al.

2 Ortega

امروزه بیشتر فناوری‌های جدید به وسیله سازمان‌ها یا مؤسسات تحقیق و توسعه صورت می‌گیرد و یکی از نتایج مهم پژوهش در هر بخش اقتصادی، افزایش قابل ملاحظه بهره‌وری عوامل تولید است. در چارچوب نظریات رشد اقتصادی نیز می‌توان به این موضوع اشاره کرد که محور اصلی نظریات رشد درون‌زا دو مقوله سرمایه انسانی و تحقیق و توسعه هستند و تجربیات رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته نیز نشان می‌دهد که این دو عامل نقش بسیار مهم و اساسی در ارتقای نرخ رشد اقتصادی این کشورها داشته‌اند (انوشه، ۱۳۹۰). وظایف تخصصی واحد تحقیق و توسعه، انتقال فناوری پیشرفته، تعدیل فرایندها و سازگار نمودن آنها با مواد اولیه محلی، سازگار نمودن فرایندها با بازاریابی محلی و تغییر دادن محصولات به گونه‌ای که باب طبع سلیقه‌های خاص و دارای خصوصیات ویژه شوند. سیاست‌های واحد تحقیق و توسعه می‌تواند تلاش‌هایی را که در اجرای استراتژی به عمل می‌آیند، تقویت نماید، بر همین اساس افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه و مسائل مربوط به آن اهمیت چشمگیری پیدا کرده و توجه سرمایه‌گذاران را به خود جلب نموده است (جوآنا^۱، ۲۰۱۷).

با توجه به اینکه امروزه فعالیت‌های تحقیق و توسعه سهم عظیمی از هزینه‌های بنگاه‌ها را به خود اختصاص می‌دهد، بنابراین افشای این اطلاعات می‌تواند بیشتر برای سرمایه‌گذاران در کاهش عدم تقارن اطلاعات با مدیران، بااهمیت تلقی گردد به عبارت دیگر، افشای داوطلبانه اطلاعات مربوط به فعالیت‌های تحقیق و توسعه شرکت‌ها موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت و ذی‌نفعان شده که این موضوع نیز، نیاز به نظارت بر فعالیت‌های مدیران را کاهش می‌دهد و متعاقباً باعث کاهش هزینه‌های نمایندگی می‌گردد (اسپینوزا و همکاران^۲، ۲۰۰۹). بر همین مبنا امروزه بخش زیادی از مطالعات پژوهشگران مربوط به افشای اطلاعات غیرمالی تحقیق و توسعه در شرکت‌ها و عوامل تاثیر گذار بر میزان افشای این اطلاعات می‌باشد. بر این اساس، سوالی که در این

1 Joanna

2 Espinosa, et al.

تأثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های ۱۲۷

تحقیق مطرح می شود این است که تاثیرگذاری استراتژی های شرکت بر افشای فعالیت های تحقیق و توسعه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران چگونه است؟

۲-۲- استراتژی تمایز و افشای فعالیت های تحقیق و توسعه

استراتژی ها در طول زمان به آرامی، به روش تدریجی تکامل پیدا می کنند. انتخاب های استراتژیکی که توسط شرکت ها اتخاذ می شوند، در تصمیمات تخصیص منابع آن ها بازتاب پیدا می کنند. در استراتژی تمایز، شرکت با نوآوری در تولید و ارائه محصولات و خدمات متمایز، مزیت رقابتی برای خود ایجاد و محصولات و خدمات متمایز خود را با قیمت بالاتر به مشتریانی ارائه می دهد که برای ارزش متمایز ایجاد شده توسط شرکت حاضرند بهای بیشتری بپردازند (کلور و همکاران، ۲۰۱۱). یک استراتژی تمایز، بر پایه محصولات نوآورانه و منحصر بفرد و تلاش های بازاریابی خلاقانه است، که در فعالیت های تحقیق و توسعه، فروش و بازاریابی آشکار می شود. شرکت های با R&D (تحقیق و توسعه) بالا و سایر مخارج نامشهود به عدم تقارن اطلاعاتی بالاتر، عدم اطمینان بیشتر و پتانسیل رشد بالاتر پیوند خورده اند. ابودی و لو (۲۰۰۰) بیان کردند که شرکت هایی که فعالیت تحقیق و توسعه بالاتری دارند عدم تقارن اطلاعاتی بیشتری خواهند داشت. زیرا بر خلاف دارایی های مشهود بازار سازمان یافته ای برای قیمت گذاری دارایی های نامشهود وجود ندارد. بدین ترتیب، اقتصاد اصولی استراتژی تمایز، تمایل به رفتن به سمت عدم تقارن بیشتر اطلاعات دارد. آلمن (۱۹۸۵) بیان کرد که، استراتژی های که توسط شرکت ها دنبال می شوند، تصمیم گیری در مورد افشای آن را تحریک می کنند. پژوهش ها (بوتوسان، ۱۹۹۷ و هیلی و پالپو، ۲۰۰۱) نشان دادند که محیا کردن اطلاعات به هنگام و اضافی از طریق افشاء، باعث کاهش عدم تقارن در اطلاعات شرکت می شود. بنتلی و همکاران (۲۰۱۴) دریافتند که شرکت هایی که به دنبال

1 Aboody and Lev

2 Ullmann

3 Botosan

4 Healy and Palepu

5 Bently, et al.

استراتژی‌ای هستند که نیازمند به سرمایه‌گذاری بیشتر در تحقیق و توسعه و بازاریابی است، ممکن است در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی موفق باشند؛ بنابر مبانی نظری مطرح شده این پرسش مطرح می‌گردد که آیا استراتژی تمایز بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه تأثیر معنادار دارد؟

۲-۳- استراتژی رهبری هزینه و افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه

شرکت‌ها در بکارگیری استراتژی رهبری هزینه بر کنترل شدید هزینه‌ها و اثربخشی هزینه‌ها در تمام حوزه‌های عملیاتی تمرکز می‌یابند (آموکو و آکوا، ۲۰۰۸). در استراتژی رهبری هزینه، شرکت با کاهش هزینه‌های خود، یک مزیت رقابتی در ارائه محصولات و خدمات با قیمت پایین‌تر نسبت به رقبای ایجاد و در نتیجه امکان رقابت در شرایط شدید رقابتی حاکم بر صنعت را پیدا خواهد نمود (کلور و همکاران، ۲۰۱۲). بنابراین، هدف استراتژی رهبری هزینه این است که شرکت، تولیدکننده‌ای کم هزینه در یک صنعت باشد. استراتژی رهبری هزینه از طریق کسب تجربه، سرمایه‌گذاری در تسهیلات تولید انبوه، استفاده از صرفه جویی و نظارت دقیق بر کل هزینه‌های عملیاتی (از طریق برنامه‌هایی مثل کاهش اندازه و مدیریت کیفیت) تحقق می‌یابد (پورتر، ۱۹۸۵). رهبران هزینه، سرمایه‌گذاری بیشتری در دارایی‌های فیزیکی برخلاف سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و یا دارایی‌های نامشهود، انجام می‌دهند (آسدیمیر و همکاران، ۲۰۱۳). چنین شرکت‌هایی که فعالیت تحقیق و توسعه کمتری دارند، عدم تقارن اطلاعاتی آنها نیز کمتر خواهد بود (ابودی و لو، ۲۰۰۰)؛ به همین دلیل شرکت‌هایی که به دنبال استراتژی‌های رهبری هزینه هستند، افشای داوطلبانه کمتری دارند (شریفی، ۱۳۹۶)، بنابراین به نظر می‌رسد که شرکت‌هایی که استراتژی رهبری هزینه دارند افشای کمتری در رابطه با فعالیت‌های تحقیق و توسعه انجام می‌دهند. با توجه به مطالب بیان شده این پرسش بوجود می‌آید که تأثیرگذاری استراتژی رهبری هزینه بر

1 Amoako & Acquah

2 Asdemir, et al.

تأثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های ۱۲۹

افشای فعالیت های تحقیق و توسعه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران چگونه است؟

به منظور دستیابی به اهداف فوق مرور پیشینه تحقیقات انجام شده، می تواند مفید باشد که در ادامه به آن می پردازیم.

۳- پیشینه پژوهش

در تحقیقات خارجی، جوآنا (۲۰۱۷) در تحقیقی تحت عنوان محرک های افشای استراتژی و فعالیت های تحقیق و توسعه، تأثیر هفت شاخص شامل سن و اندازه شرکت، پراکندگی مالکیت، اندازه هیئت مدیره، عملکرد شرکت، اهرم مالی و چشم انداز رشد را بر روی سطح افشای استراتژی و فعالیت های تحقیق و توسعه در شرکت های فناوری لهستان مورد بررسی قرار داده است. نتایج تحقیقات وی نشان داد که بین سن شرکت و سطح افشا رابطه معناداری وجود دارد، در حالیکه بین اندازه شرکت، پراکندگی مالکیت، اندازه هیئت مدیره، عملکرد شرکت، اهرم مالی و چشم انداز رشد با سطح افشای استراتژی و فعالیت های تحقیق و توسعه رابطه معناداری وجود ندارد.

رحب و یونس ۱ (۲۰۱۶) در تحقیقی تحت عنوان محرک های افشای فعالیت های تحقیق و توسعه در شرکت های فرانسوی، تلاش کردند بدانند چه چیزی باعث می شود شرکت ها اطلاعات داوطلبانه درباره فعالیت های تحقیق و توسعه را افشا کنند. نتایج نشان می دهد که اندازه شرکت، اهرم، شدت تحقیق و توسعه و کیفیت حسابرس تأثیر مثبتی بر روی افشای فعالیت های تحقیق و توسعه دارند. همچنین یافته ها نشان می دهد که افشای اطلاعات تحقیق و توسعه مربوط به عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه گذاران و مدیران می باشد.

بنکر و همکاران ۲ (۲۰۱۳) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین جایگاه استراتژیک و رفتار نامتقارن هزینه ها پرداختند. نتایج این تحقیق که با استفاده از داده های بانک

1 Rihab and Younes

2 Banker, et al.

اطلاعاتی رایانه‌ای اوراق بهادار و صورت‌های مالی شرکت‌های سهامی عام در آمریکا به دست آمده است نشان می‌دهد، شرکت‌هایی که دارای استراتژی تمایز هستند، بطور متوسط دارای چسبندگی هزینه بیشتری هستند نسبت به شرکت‌هایی که دارای استراتژی رهبری هزینه هستند.

بلسام و همکاران ۱ (۲۰۱۰) دریافتند که شرکت‌هایی که استراتژی تمایز را دنبال می‌کنند در برابر شرکت‌هایی که استراتژی رهبری هزینه را دنبال می‌کنند توجه کمتری به معیار فروش (ROA) دارند. نتایج آنها نشان می‌دهد شرکت‌هایی که استراتژی تمایز را دارا می‌باشند بیشتر معیارهای غیر مالی را به کار می‌گیرند تا از این طریق مدیران را به پیروی از این استراتژی، تشویق کنند.

در ایران، در رابطه با افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه تحقیقات بسیار کمی، انجام شده‌است. که در ادامه به بررسی این تحقیقات می‌پردازیم:

کامیابی و صابری (۱۳۹۶) به بررسی اثر میانجی افشای هزینه‌های تحقیق و توسعه بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و بازده سهام پرداختند. نتایج تحقیق آنان نشان داد که بین رقابت در بازار محصول و افشای هزینه‌های تحقیق و توسعه رابطه مثبتی وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که افشای هزینه‌های تحقیق و توسعه بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و بازده سهام اثر میانجی جزئی دارد.

کامیابی و صابری (۱۳۹۶) به بررسی اثر مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر رابطه بین افشای هزینه‌های تحقیق و توسعه و بازده سهام پرداختند. نتایج تحقیق آنان نشان داد که بین افشای هزینه‌های تحقیق و توسعه و بازده سهام رابطه مثبت معناداری وجود دارد. علاوه بر این، نتایج تحقیق نشان داد که با افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شدت ارتباط بین افشای هزینه‌های تحقیق و توسعه و بازده سهام افزایش می‌یابد.

در جدول زیر خلاصه تحقیقات انجام گرفته، ارائه می‌گردد:

جدول ۱. خلاصه تحقیقات انجام گرفته

تأثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های ۱۳۱

نام محقق	سال	عنوان تحقیق	نتایج تحقیق
جوآنا	۲۰۱۷	محرك‌های افشای استراتژی و فعالیت‌های تحقیق و توسعه	بین سن شرکت و سطح افشا رابطه معناداری وجود دارد، در حالیکه بین اندازه شرکت، پراکندگی مالکیت، اندازه هیئت مدیره، عملکرد شرکت، اهرم مالی و چشم‌انداز رشد با سطح افشای استراتژی و فعالیت‌های تحقیق و توسعه رابطه معناداری وجود ندارد.
رحب و یونس	۲۰۱۶	محرك‌های افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه در شرکت‌های فرانسوی	اندازه شرکت، اهرم، شدت تحقیق و توسعه و کیفیت حسابرس تاثیر مثبتی بر روی افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه دارند
بنکر و همکاران	۲۰۱۳	بررسی رابطه بین جایگاه استراتژیک و رفتار نامتقارن هزینه‌ها	شرکت‌هایی که دارای استراتژی تمایز هستند، بطور متوسط دارای چسبندگی هزینه بیشتری هستند نسبت به شرکت‌هایی که دارای استراتژی رهبری هزینه هستند.
بلسام و همکاران	۲۰۱۰	تأثیر استراتژی‌های شرکت بر روی معیارهای مالی	شرکت‌هایی که استراتژی تمایز را دارا می‌باشند بیشتر معیارهای غیر مالی را به کار می‌گیرند تا از این طریق مدیران را به پیروی از این استراتژی، تشویق کنند.
کامیابی و صابری	۱۳۹۶	بررسی اثر میانجی افشای هزینه‌های تحقیق و توسعه بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و بازده سهام	نتایج تحقیق آنان نشان داد که بین رقابت در بازار محصول و افشای هزینه های تحقیق و توسعه رابطه مثبتی وجود دارد
کامیابی و صابری	۱۳۹۶	بررسی اثر مسئولیت پذیری اجتماعی بر رابطه بین افشای هزینه های تحقیق و توسعه و بازده سهام	بین افشای هزینه تحقیق و توسعه و بازده سهام رابطه مثبت معناداری وجود دارد. علاوه بر این، با افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی شدت این ارتباط افزایش می‌یابد.

۴- فرضیه‌های تحقیق

در این پژوهش بر اساس مبانی نظری و پیشینه تجربی مطرح شده در رابطه با بررسی تأثیر استراتژی‌های تجاری بر سطح افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه، فرضیه‌های زیر مطرح گردیده است:

فرضیه اول: استراتژی تمایز بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه اثر معناداری دارد.

فرضیه دوم: استراتژی رهبری هزینه بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه اثر معناداری دارد.

۵- روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از لحاظ طبقه‌بندی بر مبنای هدف، از نوع کاربردی و برحسب روش، از نوع توصیفی می‌باشد. اطلاعات و داده‌های خام و اولیه لازم برای آزمون فرضیات با مراجعه

به کتابخانه سازمان بورس و اوراق بهادار تهران، گزارش‌های هیئت مدیره، صورت‌های مالی، سایت‌های مدیریت و پژوهش و شبکه جامع اطلاع رسانی کدال دریافت شده و به نرم افزار اکسل منتقل گردید. پس از انجام محاسبات لازم برای متغیرهای مستقل و وابسته، اطلاعات لازم برای آزمون آماری مورد نیاز در پرونده‌های مناسب ذخیره شد و در نرم افزار ایویوز ۱۰ پردازش شد. جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و دوره زمانی مورد مطالعه نیز، بازه زمانی بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ می‌باشد. در پژوهش حاضر، نمونه‌گیری بر اساس روش حذفی انجام گرفت و با در نظر گرفتن محدودیت‌های زیر، تعدادی نمونه از میان کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انتخاب گردیده که دارای شرایط زیر باشند:

الف) تا قبل از ابتدای سال ۱۳۹۰ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.
ب) سال مالی آنها منتهی به ۲۹ اسفند ماه باشد و طی بازه زمانی پژوهش، سال مالی خود را تغییر نداده و همچنین وقفه‌ی مالی بیش از ۶ ماه در محدوده‌ی تعیین شده نداشته باشند.

ت) اطلاعات صورت‌های مالی آنها برای سال ۱۳۹۰ و بعد از آن به طور کامل و پیوسته در دسترس باشد.

ث) جزء صنایع واسطه‌گری مالی، بانک‌ها، لیزینگ و شرکت‌های سرمایه‌گذاری نباشند (به منظور همگن بودن اطلاعات).

با اعمال محدودیت‌های فوق ۸۶ شرکت و مجموعاً ۵۱۶ سال - شرکت به عنوان نمونه آماری مورد بررسی انتخاب گردیدند.

۶- مدل‌های تحقیق و متغیرهای آن

۶-۱- مدل تحقیق

جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل زیر استفاده می‌گردد:

تأثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های ۱۳۳

$$DR\&D_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 D \cdot Strategy_{i,t} + \alpha_2 L \cdot Strategy_{i,t} + \alpha_3 Lev_{i,t} + \alpha_4 Size_{i,t} + \alpha_5 Age_{i,t} + \alpha_6 ROA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

۲-۶- متغیر وابسته

$DR\&D_{i,t}$: عبارت است از افشای فعالیت تحقیق و توسعه شرکت i در زمان t که از چک لیست تعدیل شده نیکیلی و همکاران ۱ (۲۰۱۵) و روسا و لیبراتور ۲ (۲۰۱۴) با ۲۷ نوع اطلاعات مربوط به افشای فعالیت تحقیق و توسعه استفاده می شود. این اطلاعات به روش تحلیل محتوا ارزیابی می شود؛ در تحلیل محتوا، محقق باید از ابزار چک لیست استفاده نماید. ابزار چک لیست به منظور به رمز درآوردن اطلاعات کیفی موجود در گزارش های سالانه طراحی می شود (ویلیامز ۳، ۱۹۹۹)؛ بنابراین تعداد اقلام افشاء شده به کل اقلام قابل افشای فعالیت تحقیق و توسعه در گزارش های هیئت مدیره، بیانگر درصد افشای فعالیت تحقیق و توسعه شرکت ها برای تعیین سطح آن در هر شرکت است. اگر موردی در شرکتی قابلیت اعمال نداشته باشد، آن مورد از لیست حذف می شود (چیونگ و همکاران ۴، ۲۰۱۰) و به صورت ذیل محاسبه می گردد:

$$DR\&D_{i,t} = \frac{\sum_{i=1}^n d_{i,t}}{N}$$

$d_{i,t}$: اگر آیتمی از موارد موجود در چک لیست افشاء فعالیت تحقیق و توسعه برای شرکت i در زمان t گزارش شده باشد عدد یک، در غیر این صورت عدد صفر.
 n : تعداد آیتم های چک لیست افشاء فعالیت تحقیق و توسعه که توسط شرکت i در زمان t افشا شده است.

N : تعداد کل آیتم های موجود در چک لیست افشاء فعالیت تحقیق و توسعه.

جدول ۲. چک لیست افشای اطلاعات مرتبط با فعالیت تحقیق و توسعه

1 Nekhili, et al.
 2 Rosa & Liberatore
 3 Williams
 4 Cheung, et al.

۲۷ نوع اطلاعات مربوط به افشای فعالیت تحقیق و توسعه	
۱- تعداد کارکنان واحد تحقیق و توسعه	۱۶- نحوه بازاریابی و هزینه‌های بازاریابی محصولات جدید یا واحدهای تحقیق و توسعه
۲- برون سپاری در تحقیق و توسعه	۱۷- تشریح و توضیح قراردادهای تحت لیسانس
۳- فعالیت های تحقیق و توسعه	۱۸- بیانیه اهداف، ماموریت و فعالیت‌های تحقیق و توسعه
۴- هزینه‌های واحد تحقیق و توسعه	۱۹- وضعیت رقبا و فعالیت‌های تحقیق و توسعه رقبا
۵- تغییرات در هزینه‌های واحد تحقیق و توسعه	۲۰- جوایز یا تقدیر نامه‌های حاصل از فعالیت های تحقیق و توسعه
۶- تفکیک هزینه‌های واحد تحقیق و توسعه (بر حسب واحد، مبلغ)	۲۱- منابع تامین مالی فعالیت‌های تحقیق و توسعه (جاری، آتی)
۷- پیش بینی هزینه‌های واحد تحقیق و توسعه (به عنوان درصدی از فروش)	۲۲- شرح برنامه‌های جدید تحقیق و توسعه
۸- خرید یا تحصیل دانش فنی	۲۳- شرح اجزای هزینه‌های آینده تحقیق و توسعه
۹- تشریح وضعیت و درصد پیشرفت پروژه‌های تحقیق و توسعه	۲۴- تعداد واحدهای تحقیقی
۱۰- پروژه‌ها و محصولات جدید (به تفکیک مبلغ و محصول)	۲۵- فعالیت تحقیق و توسعه برای واحد پژوهش (فعالیت تحقیق و توسعه که توسط واحد پژوهش صرف شده)
۱۱- پیش بینی زمان تکمیل پروژه‌های تحقیق و توسعه	۲۶- مقایسه فعالیت تحقیق و توسعه با فعالیت تحقیق و توسعه رقبا
۱۲- احتمال موفقیت یا ناکامی در پروژه‌های واحد تحقیق و توسعه	۲۷- مقایسه بین هزینه‌های واقعی تحقیق و توسعه و پیش بینی بودجه
۱۳- هزینه‌های سرمایه گذاری شده در توسعه محصولات	
۱۴- تاییدیه یا گواهی نامه نهادهای مقرراتی	
۱۵- پیش بینی فروش و سهم بازار پروژه‌ها یا محصولات تحقیق و توسعه (بر حسب محصول یا سال)	

منبع: نیکلی و همکاران (۲۰۱۵)، روسا و لیبراتور (۲۰۱۴) و کامیابی و صابری (۱۳۹۶)

۳-۶- متغیر مستقل

متغیرهای مستقل این پژوهش شامل دو استراتژی زیر می‌باشد:

تاثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های ۱۳۵

$D \cdot Strategy_{i,t}$: استراتژی تمایز شرکت i در زمان t می باشد، در واقع استراتژی تمایز برابر است با حاصل جمع نسبت هزینه های فروش، اداری و عمومی به فروش و نسبت فروش به بهای تمام شده کالای فروش رفته (مرادی و سپهوندی، ۱۳۹۴). این متغیر به صورت زیر محاسبه می شود (ولی پور و باصری، ۱۳۸۹):

$$D \cdot Strategy_{i,t} = \frac{SG\&A}{SALES} + \frac{SALES}{COGS}$$

$L \cdot Strategy_{i,t}$: استراتژی رهبری هزینه شرکت i در زمان t می باشد، در واقع استراتژی رهبری هزینه برابر است با نسبت فروش خالص به خالص ارزش دفتری ماشین آلات و تجهیزات به علاوه نسبت تعداد کارکنان به دارایی ها (ولی پور و باصری، ۱۳۸۹). این متغیر به صورت زیر محاسبه می شود:

$$L \cdot Strategy_{i,t} = \frac{SALES}{NON - CURRENT ASSETS} + \frac{EMPL}{ASSETS}$$

۴-۶- متغیر های کنترلی

$Size_{i,t}$: اندازه شرکت برابر با لگاریتم طبیعی کل دارایی ها است (هو و همکاران، ۲۰۱۶؛ حاجیها و چناری بوکت، ۱۳۹۵؛ برزگر و غواصی کناری، ۱۳۹۵).

$Lev_{i,t}$: اهرم مالی شرکت برابر با نسبت کل بدهی ها به کل دارایی ها است (هو و همکاران، ۲۰۱۶؛ حاجیها و چناری بوکت، ۱۳۹۵).

$Age_{i,t}$: سن شرکت، دوره ی زمانی است که شرکت به فعالیت مشغول است (هو و همکاران، ۲۰۱۶؛ جلیلی و قیصری، ۱۳۹۳).

$ROA_{i,t}$: نسبت سود خالص به مجموع دارایی های شرکت.

۷- نتایج آزمون فرضیه‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

۷-۱- آمار توصیفی داده‌ها

آماره‌های توصیفی پژوهش که شمایی کلی از وضعیت توزیع داده‌هاست در جدول شماره‌ی ۳، نشان داده شده است. نتایج محاسبه آماره‌های توصیفی نشان می‌دهد متغیر افشای هزینه تحقیق و توسعه دارای میانگین نزدیک به ۰.۳۳ می باشد، معنی آن این است که شرکت‌های نمونه به طور متوسط از تعداد کل اقلام قابل افشا حدود ۳۳ درصد آن را افشا می‌کنند. انحراف معیار داده‌ها، پراکندگی داده‌ها از میانگین را نشان می‌دهند. انحراف معیار کم نشان‌دهنده پراکندگی کم داده‌ها از میانگین و انحراف معیار زیاد نشان‌دهنده پراکندگی زیاد داده‌ها از میانگین می‌باشد. متغیر استراتژی رهبری هزینه با انحراف معیار ۵/۵ دارای بیشترین پراکندگی از میانگین و متغیر بازده دارایی‌ها با انحراف معیار ۰.۱۳ دارای کمترین پراکندگی از میانگین است.

جدول (۳): آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	چولگی
افشای فعالیت تحقیق و توسعه	0.343249	0.325000	0.810000	0.040000	0.147670	0.654990
استراتژی تمایز	1.462483	1.337240	3.777169	0.877462	0.405556	2.369976
استراتژی رهبری هزینه	5.831313	4.199279	42.59567	0.172601	5.515291	2.385106
اندازه شرکت	14.10247	13.85155	19.36789	8.899731	1.591877	0.590936
بازده دارایی	0.093499	0.073461	0.621609	-0.34	0.134680	0.515144
اهرم مالی	0.628586	0.631648	2.077506	0.147029	0.326563	0.568323
سن شرکت	3.578781	3.713572	4.158883	2.397895	0.389681	-0.75261

منبع: یافته‌های تحقیق

۷-۲- آمار استنباطی

داده‌های پژوهش دارای ماهیت ترکیبی از دو بُعد زمانی و مقطعی می‌باشند، که می‌توان آنها را بر مبنای دو رویکرد تلفیقی یا تابلویی، تجزیه و تحلیل کرد. برای تعیین نوع ترکیب داده‌ها جهت تخمین مدل از آزمون F لیمر استفاده شده است. فرضیه صفر آزمون F لیمر نشان دهنده یکسان بودن عرض از مبداها و فرضیه یک بیانگر ناهمگونی آنهاست. در صورت تأیید فرضیه صفر، داده‌ها بصورت تلفیقی و بر مبنای رگرسیون معمولی تخمین زده می‌شوند و در صورت تأیید فرضیه یک، نوع داده‌ها تابلویی است. جهت تخمین داده‌های تابلویی بر اساس نوع روش اثرات ثابت و تصادفی عرض از مبداها، از آزمون هاسمن استفاده می‌گردد. همچنین یکی از پیش فرض‌های کلاسیک برای تخمین مدل رگرسیونی، عدم هم خطی میان متغیرهای مستقل تحقیق می‌باشد. هم خطی وضعیتی است که نشان می‌دهد یک متغیر مستقل، تابعی خطی از سایر متغیرهای مستقل است. به منظور محاسبه هم خطی، از عامل تورم واریانس (VIF) بهره گرفته می‌شود. بعنوان یک قاعده تجربی اگر مقدار VIF بزرگتر از ۱۰ باشد، هم خطی شدید می‌باشد. در جدول ۶ نتایج حاصل از این آزمون، نشان دهنده عدم هم خطی میان متغیرهای مستقل تحقیق می‌باشد.

نتایج آزمون F لیمر جهت انتخاب روش داده‌های تابلویی و داده‌های تلفیقی و آزمون هاسمن جهت استفاده از اثرات ثابت یا تصادفی در جدول ۴ و ۵ ارائه شده است. مطابق با جدول (۴) سطح معنی داری آماره F برای مدل‌های رگرسیونی تحقیق، از ۰/۰۵ کوچکتر می‌باشند. به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت فرض H_0 (مدل تلفیقی) رد و مدل ترکیبی تأیید می‌شود.

جدول (۴): نتایج آزمون چاو برای فرضیه پژوهش

آزمون اثرات	آماره	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه
Cross-section F	11.06417	(85,345)	0.0000	داده‌های تابلویی
Cross-section Chi-square	574.7962	85	0.0000	

منبع: یافته‌های تحقیق

روش داده‌های تابلویی خود دارای دو روش اثرات ثابت و اثرات تصادفی است که برای انتخاب بین این دو روش از آزمون هاسمن استفاده شده است. از آنجایی که مقدار P-Value به دست آمده از آزمون هاسمن کمتر از (۰/۰۵) می باشد روش اثرات ثابت پذیرفته شده است (افلاطونی، ۱۳۸۹).

جدول (۵): نتایج آزمون هاسمن مدل‌های پژوهش

خلاصه آزمون	آماره اسکوور	چی-اسکوور	درجه آزادی چی-اسکوور	سطح معناداری	نتیجه
Cross-section random	28.95688	-	6	0.0001	مدل اثرات ثابت

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۶، نشانگر نتایج تخمین مدل پژوهش است. ضریب تعیین تعدیل شده ۷۵٪ نشان دهنده این است که ۷۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته به وسیله‌ی متغیرهای مستقل و کنترلی ارائه شده در این مدل بیان می‌گردد؛ به علاوه از آن جهت که آماره‌ی دوربین واتسون، (۱/۸) بین (۱/۵) تا (۲-۵) است، مدل خود همبستگی ندارد. علاوه بر این با توجه به اینکه سطح معنی‌داری آماره F، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵٪ این مدل معنی دار بوده و از اعتبار بالایی برخوردار است.

جدول (۶): برازش الگوی پژوهش

$$DR\&D_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 D.Strategy_{it} + \alpha_2 L.Strategy_{it} + \alpha_3 Eps_{it} + \alpha_4 Lev_{it} + \alpha_5 Size_{it} + \alpha_6 Age_{it} + \alpha_7 ROA_{it} + \epsilon_{it}$$

متغیر	ضریب رگرسیون	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری	VIF
جز ثابت	-1.1236	0.241915	-4.64463	0.0000	-
استراتژی تمایز	0.02812	0.012000	2.311072	0.0273	۱.۴۵۲۷ ۵۴
استراتژی رهبری هزینه	-۰.۰۰۲۳۸۲	۰.۰۰۱۱۲۸	-۲.۱۱۲۴۶۳	۰.۰۳۵۴	۱.۱۴۰۲ ۴۰
اندازه شرکت	0.06132	0.016086	3.812347	0.0002	۲.۲۷۴۳ ۸۲
بازده دارایی	-0.1583	0.076784	-2.06241	0.0399	۲.۱۵۲۵

تأثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های ۱۳۹۰

۰۳					
۱.۳۴۷۰ ۴۹	0.2650	-1.11660	0.047688	-0.0532	اهرم مالی
۲.۴۰۰۳ ۲۰	0.0559	1.918676	0.093841	0.18005	سن شرکت
آماره های موزون برآورد مدل					
15.217 74	آماره F		0.80334	ضریب تعیین	
0.0000 00	سطح معناداری (F-Statistic)		0.75055	ضریب تعیین تعدیل شده	
1.8046 82	آماره دوربین-واتسون				

منبع: یافته های تحقیق

بر اساس فرضیه اول تحقیق، انتظار می رود که استراتژی تمایز دارای اثر مثبت و معنی - داری بر افشای فعالیت های تحقیق و توسعه باشد. در این صورت این فرضیه زمانی تایید می شود که ضریب استراتژی تمایز در این رابطه مثبت و معنی دار باشد. نتایج جدول ۶ نشان می دهد که سطح معنی داری برای متغیر استراتژی تمایز شرکت (۰.۰۲۷۳) می - باشد که کمتر از سطح خطای مورد نظر یعنی (۰.۰۵) است. بنابراین بین ضریب استراتژی تمایز و افشای فعالیت های تحقیق و توسعه رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. با توجه به مطالب فوق فرضیه نخست این پژوهش تأیید خواهد شد.

بر اساس فرضیه دوم تحقیق، انتظار می رود استراتژی رهبری هزینه دارای اثر منفی و معنی داری بر افشای فعالیت های تحقیق و توسعه باشد. مطابق با جدول ۶، با توجه به سطح معنی داری برای متغیر استراتژی رهبری هزینه شرکت (۰.۰۳۵۴) و ضریب (۰.۰۰۲۳-) و مقدار آماره t (-۲.۱۱) رابطه منفی و معناداری بین ضریب استراتژی رهبری هزینه شرکت و افشای فعالیت های تحقیق و توسعه وجود دارد.

۸- بحث و نتیجه‌گیری

توسعه و گسترش سرمایه‌های فکری در بنگاه‌های اقتصادی از مهمترین چالش‌های دهه‌ی آینده خواهد بود. سرمایه‌های فکری افراد جای نیروی کار مکانیکی را خواهند گرفت و بنگاه‌های اقتصادی؛ دانش محور خواهند شد. رشد و تغییرات مستمر بازارها و کوتاه شدن چرخه عمر محصولات و لزوم انعطاف سازمان با این تغییرات به چالش پیش رو دامن زده است. دو محصول اصلی فعالیت تحقیق و توسعه، علم و تکنولوژی و ایجاد یک ارتباط سیستماتیک بین این دو است. برقراری چنین ارتباطی در مدت زمانی مناسب می‌تواند یکی از عوامل کلیدی رشد و توسعه شرکت‌ها باشد. در شرایط پیچیده رقابتی امروز، تلاش شرکت‌ها در جهت کاهش زمان توسعه محصولات جدید به منظور کسب مزایای رقابتی بلندمدت، افزایش یافته است چرا که در شرکت‌های امروزی کسب مزیت رقابتی بلندمدت منوط به نوآوری در تولید و ارائه محصولات و خدمات جدید می‌باشد (مشایخ و همکاران، ۱۳۹۰). امروزه فعالیت‌های تحقیق و توسعه سهم عظیمی از هزینه‌های بنگاه‌ها را به خود اختصاص می‌دهد و نقش برجسته تحقیق و توسعه علمی در رشد اقتصادی توسط دولت‌ها، بنگاه‌های تجاری و محققان مورد تاکید قرار گرفته است، به طوری که بیشتر اقتصاددانان افزایش رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته را به شدت فعالیت‌های تحقیق و توسعه (R&D) نسبت می‌دهند

از طرف دیگر، امروزه رقابت موجود در بازارها با گستردگی بیشتری نسبت به گذشته همراه است. بسیاری از شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا با تدوین استراتژی‌های رقابتی مناسب، مزیت رقابتی را بدست آورند و با افزایش میزان رقابت پذیری محصولات خود، زمینه رشد و پیشرفت شرکت را فراهم سازند. افزایش ارزش برای مشتریان به منظور دستیابی به مزیت رقابتی، ارتباط نزدیکی با انتخاب دقیق استراتژی توسط شرکت دارد.

هدف از این پژوهش، بررسی تاثیر استراتژی‌های تجاری که توسط شرکت‌ها اتخاذ می‌شوند بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق

تأثیر استراتژی های تجاری بر افشای فعالیت های ۱۴۱

بهادار تهران می باشد. برای این منظور ۲ فرضیه تدوین شده است که نتایج آن ها به شرح زیر است:

یافته های پژوهش با توجه به فرضیه اول نشان می دهد که بین استراتژی تمایز و افشای فعالیت های تحقیق و توسعه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج آزمون فرضیه اول نشان می دهد که شرکت هایی که استراتژی تمایز را اتخاذ می کنند، به دلیل هزینه های بالای تحقیق و توسعه، که متحمل می شوند، عدم تقارن اطلاعاتی بیشتری خواهند داشت. همین امر موجب می شود تا به منظور کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، افشای بیشتری در رابطه با فعالیت های تحقیق و توسعه داشته باشند. با توجه به اینکه تاکنون پژوهشی در این زمینه صورت نگرفته است بنابراین نتایج تحقیق حاضر قابلیت مقایسه با سایر تحقیقات را ندارد، اما نتیجه این آزمون با یافته های جوآنا (۲۰۱۷) و رجب و یونس (۲۰۱۶) همخوانی دارد.

فرضیه دوم پژوهش پیرامون این موضوع بود که بین استراتژی رهبری هزینه و افشای فعالیت های تحقیق و توسعه رابطه منفی و معناداری وجود دارد. دلیل این امر این است که شرکت ها در به کارگیری استراتژی رهبری هزینه بر کنترل شدید هزینه ها تمرکز دارند. به عبارت دیگر شرکت هایی که از استراتژی رهبری هزینه استفاده می کنند، به دلیل سرمایه گذاری کمتر در تحقیق و توسعه و یا دارایی های نامشهود، عدم تقارن اطلاعاتی آنها نیز کمتر خواهد بود در نتیجه شرکت هایی که به دنبال استراتژی های رهبری هزینه هستند، افشای کمتری دارند. با توجه به اینکه تاکنون پژوهشی در این زمینه صورت نگرفته است بنابراین نتایج تحقیق حاضر قابلیت مقایسه با سایر تحقیقات را ندارد، اما نتایج این بخش از پژوهش در راستای نتایج پژوهش های رجب و یونس (۲۰۱۶) و بلسام و همکاران (۲۰۱۰) می باشد.

تجزیه و تحلیل صورت گرفته در این پژوهش بیان می کند که افشای فعالیت های تحقیق و توسعه شرکت ها با توجه به نوع استراتژی که در پیش می گیرند، متفاوت خواهد بود.

لذا به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود که با توجه به نوع استراتژی شرکت، در جهت تقویت فعالیت‌های تحقیق و توسعه و افشای مناسب آن‌ها گام بردارند. با توجه به گسترش بحث افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه و نیز با توجه به اینکه استراتژی‌های تجاری دارای انواع مختلفی هستند، لذا پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی تاثیر استراتژی‌های مختلف تجاری را بر افشای فعالیت‌های تحقیق و توسعه مورد بررسی قرار داده و نقش ساختار حاکمیت شرکتی از جمله ساختار مالکیت را بر این رابطه مورد بررسی قرار دهند. همچنین به بررسی مقایسه‌ای رابطه بین این دو متغیر در شرکت‌های دانش بنیان و غیر دانش بنیان بپردازند.

از جمله محدودیت‌هایی که در اجرای پژوهش وجود داشته و در تعبیر و تفسیر نتایج پژوهش و قابلیت تعمیم آن بایستی مورد ملاحظه قرار گیرد این است که از آنجایی که برای محاسبه متغیرهای پژوهش از صورت‌های مالی تهیه شده بر مبنای بهای تمام شده تاریخی استفاده شده است؛ در صورت تعدیل اطلاعات صورت‌های مالی برای تورم ممکن است نتایج پژوهش متفاوت از نتایج فعلی باشد و نیز تهیه و استخراج داده‌های آماری (هزینه‌های تحقیق و توسعه) از یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی براحتی امکان پذیر نمی‌باشد و دارای محدودیت اساسی برای این پژوهش بوده است.

۹-منابع:

- Aboody, D. & Lev, B. (2000). Information Asymmetry, R&D, and Insider Gains. *The Journal of Finance*, Vol. 6.
- Amoako-Gyampah K. & Acquah M. (2008). Manufacturing Strategy, Competitive Strategy and Firm Performance: an Empirical Study in a Developing Economy Environment. *International of Production Economics*. Vol. 111, pp: 575-592.
- Anousheh, Sh. (2011), Effect of Research and Development Expenditures on Economic Growth by Investor Sectors (A Case Study of OIC Organizations). *Quarterly Journal of Applied Economics*, Second year, Seventh, pp. 3-1 (In Persian).

- Asdemir, O., Fernando, G. D., & Tripathy, A. (2013). Market Perception of Firm Strategy. *Managerial Finance*, 39(2), 90-115.
- Ballas, A., Naoum, V. C., & Vlismas, O. (2016). The Effect of Strategy and Managerial Ability on Asymmetric Cost Behavior.
- Banker, R. D., Flasher, R., & Zhang, D. (2013). Strategic Positioning and Asymmetric Cost Behavior.
- Bently, K., Omer, T., & Twedt, B. (2014). Does Business Strategy Impact a Firm's Information Environment?. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*.
- Botosan, C. A. (1997). Disclosure Level and the Cost of Equity Capital. *Accounting Review*, pp. 323-349.
- Claver- Cortés, E., Pertusa- Ortega n, E.M. and Molina- Azorín, J.F., (2012). Characteristics of organizational structure relating to hybrid competitive strategy: Implications for performance. *Journal of business Reserch*, 25(4), pp. 933-1002.
- Claver-Cortés, E, Pertusa - Ortega, E.M and Molina-Azorin, J.F., (2011). Estructura organizativa y resultado empresarial: Un análisis empírico del papel mediador de la estrategia. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(1), pp. 2–13.
- Dainelli, F., Bini, L. & Giunta, F. (2010). Signalling theory and voluntary disclosure to the financial market. Evidence from the profitability indicators published in the annual report.
- Dyczkowska, J., 2017. Drivers OF Strategy and R&D Disclosures.
- Espinosa, M., Gietzmann, M., & Raonic, I. (2009). US institutional investors response to the news flow of intangibles intensive European stocks: A study of European biotech and pharma stocks. *European Accounting Review*, 1, 63–92.
- Haji poor, B., Darzian Azizi, A. & Shamsi Gooshki, S. (2012). Investigating the impact of product- market strategy and the marketing capabilities of the firm on market performance. , 4(7), 54-87 (In Persian).

- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1), pp. 405-440.
- Hyderpur, F. & Alavi, K. (2015). Effect of Diversity Strategy on the Performance of Companies Accepted in Tehran Stock Exchange by Entropy Criteria. *Accounting and Auditory Reviews*, Vol. 22, No. 3, pp. 400-385 (In Persian).
- Kamyabi Y, Saberi F.(2017). Impact of Corporate Social Responsibility on the Relationship between the Disclosure of the Cost of Research and Development (R&D) and Stock Returns. *quarterly financial accounting journal*. 2017; 9 (33) :51-77 (In Persian).
- Khatami, B. & Mehdizadeh, H. (2008). Comparative Study and Evaluation of Strategic Planning Models and Presentation of a New Programming Framework. *Tomorrow's Management Magazine*No. 19, pp. 53-34 (In Persian).
- Mashayekh, S., Shery, S. & Shahi, M. (2011). the role of research and development spending and capital budgeting decisions in high-tech companies. *The Ninth National Accounting Conference of Iran, Zahedan, Sistan and Baluchestan University*, (In Persian).
- Mehrpooyafar, N. (2017). Investigating the effect of R&D information disclosure level on capital cost (case study of active companies in the chemical, pharmaceutical and food industry accepted in Tehran Stock Exchange). Master's thesis, Mazandaran University, Faculty of Economics and Administration, (In Persian).
- Moradi, M., sepahvandi, S. (2015). The Impact of Competitive Strategies on Stability of Financial Performance and Risk. *Journal of Financial Accounting Research*, 7(3), 90-75 (In Persian).
- Nayebzadeh, S. & Salari Abarghuoi, M. (2014). The Relationship Between Strategy-Structure Fit And Performance In Family Firms (Case Study: family firms based in the industrial town of Yazd

province). *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 3 (10) (In Persian).

- Ortega, M.J.R., (2010). Competitive strategies and firm performance: Technological capabilities' moderating role. *Journal of Business Research*, 63(12), 73-81.
- Porter, M., 1985. *Competitive advantage; Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- 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.
- Rihab, G., & Younes, B. (2016). Determinants of R&D (Research and Development) disclosure in France.
- Safari, A., Torkestani, M., Moradi, P. & Golshahi, B. (2014). The Effect of Competitive Forces on the Performance of Private Insurance Companies in Iran: The Role of Competitive Combined Strategies. *Iranian Journal of Insurance Research*, 29(114), 211-234 (In Persian).
- Sharifi, A. (2017). the Impact of Corporate Strategy on the Market Reaction to Profit Statement in Companies Accepted in Tehran Stock Exchange. Master's Thesis, Mazandaran University, Faculty of Economics and Administration, (In Persian).
- Success, Y. & Saberi, F.(2017). Effect of disclosing research and development costs on the relationship between product market competition and stock returns. *International Conference on Management and Accounting of 2017*.
- Ullmann, A. A. (1985). Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationships among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U. S. Firms. *Academy of Management Review*, 10(3), pp.540-557.