

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده اقتصاد و حسابداری

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش: حسابداری

عنوان:

بررسی رابطه بین معیارهای ارزیابی متوازن با کیفیت سود

استاد راهنما:

محمد رضا عسگری

استاد مشاور:

اعظم سلیمانی

پژوهشگر:

قادر مهرعلی گملی

زمستان ۱۳۹۰

تقدیم به

روح کراتقدر و والای شهدای ایران زمین و پدر شهیدم
که الگوهای راستین در زندگی هستند

مادرم عزیزم

که چون شمعی می سوزد تا روشنگر راه علم و زندگانیم باشد

کسی که برایم منظر نیکی، مهر و صفای باشد

به بهای استواری او که تجلیگاه پاکی، مهربانی، شرافت و انسانیت است.

برادر و خواهر عزیزم

که همیشه مشوق راه من بودند.

”من لم یسکر المخلوق، لم یسکر الخالق“

باشکر و پاس، از اساتید ارجمند جناب آقای دکتر محمد رضا عسکری و سرکار
خانم دکتر اعظم سلیمانی، که راهنمایی اینجانب را در تدوین پایان نامه پذیرفتند و با
سعه صدر صمیمانه مرایاری نمودند.

همچنین قدردانی می‌نمایم از مادر عزیزم که در طول تحصیلات و زندگانی، با
تلاش بی‌وقفه و کراتهای خویش طریق کسب علم و معرفت را بر من هموار
نمود.

قادر مهر علی گللی - دی ماه ۱۳۹۰

تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب قادر مهرعلی دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی

۸۸۰۶۵۰۷۸۸۰۰ در رشته حسابداری که در تاریخ ۱۳۹۰/۱۰/۰۴

از پایان نامه خود تحت عنوان: بررسی رابطه بین معیارهای ارزیابی متوازن با کیفیت سود

با کسب نمره ۱۷/۵۰ و درجه بسیار خوب دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم:

۱- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.

۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هر گونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب،

ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

تاریخ و امضاء

بسمه تعالی

در تاریخ: ۱۳۹۰/۱۰/۰۴

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای قادر مهرعلی گملی از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۷/۵۰ بحروف هفده و پنجاه و با درجه بسیار خوب مورد تصویب قرار گرفت .

امضاء استاد راهنما:

بسمه تعالی
دانشکده اقتصاد و حسابداری

(این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است)

نام واحد دانشگاهی: تهران مرکزی	کد واحد: ۱۰۱	کد شناسایی پایان نامه: ۱۰۱۲۱۳۰۱۹۰۱۰۰۶
عنوان پایان نامه: بررسی رابطه بین معیارهای ارزیابی متوازن با کیفیت سود		
نام و نام خانوادگی دانشجو: قادر مهرعلی گملی	تاریخ شروع پایان نامه: ۱۳۹۰/۲/۲۵	تاریخ اتمام پایان نامه: ۱۳۹۰/۱۰/۰۴
شماره دانشجویی: ۸۸۰۶۵۰۷۸۸۰۰	رشته تحصیلی: حسابداری	
استاد / استادان راهنما: محمدرضا عسگری استاد/استادان مشاور: اعظم سلیمان		
آدرس و شماره تلفن: لاهیجان، خیابان کاشف شرقی، کوچه کوشالی ۴ پلاک ۶۷ - ۰۹۱۱۳۴۵۴۷۲۸		
<p>چکیده پایان نامه (شامل خلاصه، اهداف، روش های اجرا و نتایج به دست آمده):</p> <p>روش ارزیابی متوازن یکی از مهمترین ابزارها، برای ارزیابی جامع عملکرد شرکت ها در کشورهای صنعتی است. هدف از این پژوهش بررسی ارتباط بین چهار جنبه مالی، مشتری، فرایند داخلی، و رشد و یادگیری از معیارهای ارزیابی متوازن با کیفیت سود است. که تعداد ۸۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال های ۱۳۸۴ الی ۱۳۸۹، با استفاده از روش های اماری (ازمون ضریب همبستگی پیرسون، ازمون تحلیل واریانس در رگرسیون، تحلیل مسیر با استفاده از ضرایب بتا و رگرسیون خطی چندگانه) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج ضریب همبستگی پیرسون، رابطه معناداری متغیرهای، بازده فروش از جنبه مالی، و سهم بازار، نسبت هزینه بازاریابی به تعداد مشتریان عمده از جنبه مشتری، و نسبت فروش به هزینه بازاریابی، نسبت فروش به تعداد کارکنان از جنبه فرایند داخلی، و نسبت فروش به هزینه تحقیق و توسعه از جنبه رشد و یادگیری ارزیابی متوازن، را با کیفیت سود (نسبت جریان نقد عملیاتی به سود عملیاتی) تایید می کند. و رابطه معناداری، متغیرهای بازده حقوق صاحبان سهام از جنبه مالی، و نسبت فروش به تعداد مشتریان عمده از جنبه مشتری، و نسبت سود به تعداد کارکنان از جنبه فرایند داخلی، و نسبت هزینه تحقیق و توسعه به تعداد کارکنان از جنبه رشد و یادگیری، با کیفیت سود رد می شود. در ازمون تحلیل واریانس در رگرسیون، رابطه معناداری معیارهای ارزیابی متوازن با کیفیت سود تایید می شود. در ازمون تحلیل مسیر، فقط اثرات مستقیم متغیرهای، سهم بازار، نسبت هزینه بازاریابی به تعداد مشتریان عمده و نسبت فروش به تعداد کارکنان، بر کیفیت سود تایید می شود. و در ازمون رگرسیون چندگانه، فقط متغیر کنترلی اندازه شرکت رابطه معناداری با کیفیت سود دارد.</p> <p>واژه های کلیدی: روش ارزیابی متوازن، کیفیت سود، ارزیابی عملکرد، معیارهای مالی، معیارهای غیر مالی</p>		

مناسب است نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه

مناسب نیست تاریخ و امضاء:

فصل اول : کلیات تحقیق

۱	چکیده
۲	۱-۱ مقدمه
۴	۲-۱ بیان مسئله تحقیق
۷	۳-۱ هدف اساسی از انجام پژوهش
۷	۴-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق
۸	۵-۱ سوالات تحقیق
۹	۶-۱ فرضیه های تحقیق
۱۰	۷-۱ متغیرهای پژوهش
۱۰	۱-۷-۱ متغیر مستقل
۱۰	۲-۷-۱ متغیر وابسته
۱۰	۸-۱ نحوه کمی کردن جنبه های معیار ارزیابی متوازن و کیفیت سود
۱۰	۱-۸-۱ نحوه کمی کردن جنبه های معیار ارزیابی متوازن
۱۱	۲-۸-۱ نحوه کمی کردن کیفیت سود
۱۱	۹-۱ روش تحقیق
۱۱	۱۰-۱ روش های گردآوری اطلاعات
۱۱	۱۱-۱ قلمرو پژوهش
۱۲	۱۲-۱ جامعه آماری
۱۲	۱۳-۱ نمونه آماری
۱۲	۱۴-۱ روش نمونه گیری
۱۲	۱۵-۱ روش های مورد نظر برای تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۳	۱۶-۱ محدودیت های پژوهش
۱۳	۱۷-۱ تعریف واژه ها و اصطلاحات تخصصی طرح
۱۵	۱۸-۱ خلاصه

فصل دوم : مطالعات نظری

بخش اول: روش ارزیابی متوازن

۱۶	۱-۲ مقدمه
۱۷	۲-۲ اندازه گیری عملکرد

۱۸	۳-۲ دیدگاه های راجع به موضوع ارزیابی عملکرد
۲۰	۱-۳-۲ جایزه دمیگ
۲۱	۲-۳-۲ مدل تعادلی عملکرد مالکوم بالدريج
۲۱	۳-۳-۲ مدل تعالی بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت
۲۲	۱-۳-۳-۲ چارچوب معیارهای مدل تعالی بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت
۲۴	۴-۳-۲ مدل تعالی سازمانی در ایران
۲۴	۵-۳-۲ مدل شناخت برتری سازمانی
۲۵	۶-۳-۲ مدل کاهش راهبردی هزینه ها و بهبود عملکرد
۲۶	۷-۳-۲ مدل ارزیابی متوازن
۳۰	۱-۷-۳-۲ توازن در ارزیابی متوازن
۳۲	۴-۲ مقایسه مدل ارزیابی متوازن و مدل تعالی بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت
۳۴	۵-۲ نقاط قوت و ضعف انواع مدل های ارزیابی
۳۸	۶-۲ معرفی کامل تر روش ارزیابی متوازن
۴۳	۱-۶-۲ دیدگاه مالی
۴۷	۲-۶-۲ دیدگاه مشتری
۵۲	۳-۶-۲ دیدگاه فرآیندهای داخلی
۵۸	۴-۶-۲ دیدگاه رشد و یادگیری
۶۴	۷-۲ عناصر روش ارزیابی متوازن
۶۷	۸-۲ ساختار کارت امتیازی متوازن
۶۸	۹-۲ ویژگی های ارزیابی متوازن (کارت امتیازی متوازن)
۷۰	۱۰-۲ فرآیند تکاملی کارت ارزیابی متوازن
۷۰	۱-۱۰-۲ نسل اول کارت امتیازی متوازن
۷۲	۲-۱۰-۲ نسل دوم کارت امتیازی متوازن
۷۳	۳-۱۰-۲ کارت امتیازی متوازن نسل سوم
۷۵	۱-۳-۱۰-۲ فرایند اول : تفسیر چشم انداز
۷۵	۲-۳-۱۰-۲ فرایند دوم : ارتباط و برقراری رابطه
۷۵	۳-۳-۱۰-۲ فرایند سوم : برنامه ریزی کسب و کار (تجاری)
۷۶	۴-۳-۱۰-۲ فرایند چهارم : بازخورد و یادگیری
۷۸	۱۱-۲ مفهوم اساسی کارت امتیازی متوازن
۸۱	۱۲-۲ اقدامات لازم قبل از پیاده سازی ارزیابی متوازن
۸۲	۱۳-۲ پیاده سازی کارت امتیازی متوازن
۸۲	۱-۱۳-۲ متدولوژی کاپلان و نورتن
۸۵	۲-۱۳-۲ متدولوژی نیون
۹۱	۳-۱۳-۲ متدولوژی آهن

۹۴	۴-۱۰-۲	مراحل پیاده سازی عملی سیستم ارزیابی متوازن
۹۸	۱۴-۲	فرآیند ردیابی سریع ارزیابی متوازن
۹۹	۱۵-۲	مزایای سیستم ارزیابی متوازن (کارت امتیازی متوازن)
۱۰۲	۱۶-۲	مشکلات اجرای سیستم ارزیابی متوازن
۱۰۲	۱۷-۲	کاربردهای روش ارزیابی متوازن در دنیای واقع
۱۰۲	۱-۱۷-۲	روش ارزیابی متوازن به عنوان یک سیستم ارزیابی عملکرد مدیران و سازمان ها
۱۰۵	۲-۱۷-۲	روش ارزیابی متوازن به عنوان یک نظام مدیریت راهبردی
۱۰۶	۱-۲-۱۷-۲	برطرف کردن مانع مربوط به چشم انداز از طریق تشریح استراتژی
۱۰۶	۲-۲-۱۷-۲	برطرف کردن مانع انسانی از طریق تسری معیارهای ارزیابی
۱۰۷	۳-۲-۱۷-۲	برطرف کردن مانع مربوط به تخصیص منابع از طریق تخصیص راهبردی منابع
۱۰۷	۴-۲-۱۷-۲	برطرف کردن مانع مدیریتی از طریق یادگیری استراتژی
۱۰۷	۵-۲-۱۷-۲	روش ارزیابی متوازن به عنوان ابزاری جهت برقراری ارتباط
۱۰۹	۳-۱۷-۲	تعیین اهداف و معیارهای ارزیابی عملکرد
۱۱۱	۴-۱۷-۲	تخصیص استراتژیک منابع
۱۱۱	۵-۱۷-۲	مناسب بودن روش ارزیابی متوازن به عنوان ابزاری برای مدیریت مبتنی بر ارزش
۱۱۳	۶-۱۷-۲	روش ارزیابی متوازن و روش های نوین حسابداری مدیریت
۱۱۴	۱-۶-۱۷-۲	ارتباط بین مدیریت کیفیت جامع و روش ارزیابی متوازن
۱۱۵	۲-۶-۱۷-۲	ارتباط بین الگوبرداری از سازمان های موفق و روش ارزیابی متوازن
۱۱۶	۳-۶-۱۷-۲	ارتباط بین مهندسی مجدد و روش ارزیابی متوازن
۱۱۶	۴-۶-۱۷-۲	رویکرد ترکیبی روش شش سیگما و روش ارزیابی متوازن
۱۱۸	۱-۴-۶-۱۷-۲	مقایسه روش ارزیابی متوازن با روش شش سیگما
۱۱۸	۵-۶-۱۷-۲	ارتباط بین هزینه یابی بر مبنای فعالیت ، ارزش افزوده اقتصادی و روش ارزیابی متوازن
۱۲۰	۷-۱۷-۲	چارچوب کارت های امتیازی متوازن برای سیستم های اطلاعاتی
۱۲۱	۸-۱۷-۲	گزارشگری نتایج سیستم ارزیابی متوازن
		بخش دوم : کیفیت سود
۱۲۲	۱۸-۲	مقدمه
۱۲۲	۱۹-۲	اهداف حسابداری و گزارشگری مالی
۱۲۳	۲۰-۲	سود
۱۲۶	۲۱-۲	اهداف گزارشگری سود
۱۲۷	۲۲-۲	نقش اطلاعاتی سود
۱۲۸	۲۳-۲	نارسایی محتوای اطلاعاتی سود
۱۲۹	۲۴-۲	کیفیت سود
۱۳۱	۲۵-۲	مفهوم کیفیت سود
۱۳۲	۲۶-۲	اهم دیدگاه های مختلفی که در مورد ارزیابی کیفیت سود وجود دارد

۱۳۸.....	۲۷-۲ اهمیت ارزیابی کیفیت سود
۱۳۹.....	۲۸-۲ ارزیابی کیفیت سود
۱۴۰.....	۲۹-۲ عناصر و تصمیمات تاثیر گذار بر ارزیابی کیفیت سود
۱۴۲.....	۳۰-۲ روش های اندازه گیری کیفیت سود
۱۵۰.....	۳۱-۲ پیشینه پژوهش
۱۵۰.....	۳۱-۲-۱ مطالعات داخلی
۱۵۸.....	۳۱-۲-۲ مطالعات خارجی
۱۶۴.....	۳۲-۲ خلاصه فصل

فصل سوم : روش شناسائی تحقیق (متدولوژی)

۱۶۵.....	۱-۳ مقدمه
۱۶۵.....	۲-۳ روش شناسی تحقیق
۱۶۵.....	۳-۳ فرضیه های تحقیق
۱۶۶.....	۴-۳ متغیرهای پژوهش
۱۶۶.....	۳-۴-۱ متغیر مستقل
۱۶۶.....	۳-۴-۲ متغیر وابسته
۱۶۷.....	۳-۵-۳ نحوه کمی کردن جنبه های معیار ارزیابی متوازن و کیفیت سود
۱۶۷.....	۳-۵-۱ نحوه کمی کردن جنبه های معیار ارزیابی متوازن
۱۶۷.....	۳-۵-۲ نحوه کمی کردن کیفیت سود
۱۶۷.....	۳-۶ روش های گردآوری اطلاعات
۱۶۸.....	۳-۷ کیفیت ابزار اندازه گیری پژوهش
۱۶۸.....	۳-۸ قلمرو پژوهش
۱۶۸.....	۳-۹ جامعه آماری
۱۶۹.....	۳-۱۰ نمونه آماری
۱۶۹.....	۳-۱۰-۱ روش نمونه گیری
۱۶۹.....	۳-۱۱ روش های مورد نظر برای تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۷۰.....	۳-۱۲ روش آزمون فرضیه
۱۷۰.....	۳-۱۲-۱ بررسی ارتباط بین مولفه های متغیرهای مستقل و وابسته
۱۷۲.....	۳-۱۲-۲ تحلیل مسیر
۱۷۳.....	۳-۱۲-۳ رگرسیون چندگانه
۱۷۳.....	۳-۱۲-۴ آزمون توزیع داده ها (کمولموگروف اسمیرنوف)
۱۷۴.....	۳-۱۲-۵ بررسی مفروضات مدل رگرسیون خطی
۱۷۷.....	۳-۱۳ خلاصه

فصل چهارم : تجزیه و تحلیل یافته های تحقیق

۱۷۸	۱-۴ مقدمه
۱۷۹	۲-۴ شاخص های مرکزی و پراکندگی متغیرهای مستقل و وابسته
۱۷۹	۳-۴ بررسی توزیع داده های متغیر مستقل و وابسته
۱۸۰	۴-۴ بررسی آزمون فرضیه ها
۱۷۹	۴-۴-۱ آزمون ضریب همبستگی
۱۸۰	۴-۴-۱-۱ آزمون فرعی اول
۱۸۱	۴-۴-۱-۲ آزمون فرعی دوم
۱۸۱	۴-۴-۱-۳ آزمون فرعی سوم
۱۸۲	۴-۴-۱-۴ آزمون فرعی چهارم
۱۸۲	۴-۴-۱-۵ آزمون فرعی پنجم
۱۸۳	۴-۴-۱-۶ آزمون فرعی ششم
۱۸۳	۴-۴-۱-۷ آزمون فرعی هفتم
۱۸۴	۴-۴-۱-۸ آزمون فرعی هشتم
۱۸۴	۴-۴-۱-۹ آزمون فرعی نهم
۱۸۵	۴-۴-۱-۱۰ آزمون فرعی دهم
۱۸۵	۴-۴-۲ آنالیز تحلیل واریانس در رگرسیون
۱۸۵	۴-۴-۳ تحلیل مسیر
۱۸۸	۴-۴-۴ رگرسیون چندگانه
۱۸۹	۴-۴-۵ دوربین واتسون
۱۹۰	۴-۸ خلاصه

فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهادات

۱۹۱	۱-۵ مقدمه
۱۹۱	۲-۵ مقایسه با تحقیقات قبلی
۱۹۲	۳-۵ نتایج آزمون فرضیه ها
۱۹۳	۳-۱-۳ خلاصه نتایج فرضیه های فرعی
۱۹۴	۴-۵ پیشنهادات
۱۹۴	۴-۱-۵ پیشنهادات حاصل از پژوهش
۱۹۶	۴-۲-۵ پیشنهادات اتی
۱۹۶	۵-۵ خلاصه
۱۹۷	منابع
۱۹۷	داخلی
۲۰۰	خارجی

فهرست جدول ها

عنوان	صفحه
جدول (۱-۲) نقاط قوت و ضعف انواع مدل های ارزیابی	۳۴
جدول (۱-۳) نحوه داوری میزان عددی ضریب همبستگی	۱۷۲
جدول (۲-۳) شرکت های انتخاب شده در پژوهش	۱۷۵
جدول (۱-۴) شاخص های مرکزی و پراکندگی متغیرهای مستقل و وابسته	۱۷۹
جدول (۲-۴) آزمون کولموگروف اسمیرنوف بین متغیرهای مستقل و وابسته	۱۸۰
جدول (۳-۴) ضریب همبستگی فرضیه فرعی اول	۱۸۱
جدول (۴-۴) ضریب همبستگی فرضیه دوم	۱۸۱
جدول (۵-۴) ضریب همبستگی فرضیه سوم	۱۸۲
جدول (۶-۴) ضریب همبستگی فرضیه چهارم	۱۸۲
جدول (۷-۴) ضریب همبستگی فرضیه پنجم	۱۸۳
جدول (۸-۴) ضریب همبستگی فرضیه ششم	۱۸۳
جدول (۹-۴) ضریب همبستگی فرضیه هفتم	۱۸۴
جدول (۱۰-۴) ضریب همبستگی فرضیه هشتم	۱۸۴
جدول (۱۱-۴) ضریب همبستگی فرضیه نهم	۱۸۴
جدول (۱۲-۴) ضریب همبستگی فرضیه دهم	۱۸۵
جدول (۱۳-۴) آنالیز تحلیل واریانس در رگرسیون	۱۸۵
جدول (۱۴-۴) نامگذاری متغیرها	۱۸۶
جدول (۱۵-۴) تحلیل مسیر	۱۸۷
جدول (۱۶-۴) خلاصه محاسبه اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته	۱۸۷
جدول (۱۷-۴) نامگذاری متغیرها در رگرسیون چندگانه	۱۸۸
جدول (۱۸-۴) رگرسیون چندگانه	۱۸۸
جدول (۱۹-۴) آزمون دوربین واتسون	۱۸۹
جدول (۱-۵) خلاصه نتایج فرضیه های فرعی	۱۹۳
جدول الف - ۱) آزمون ضریب همبستگی فرضیه فرعی اول	۲۰۳
جدول الف - ۲) آزمون ضریب همبستگی فرضیه فرعی دوم	۲۰۴
جدول الف - ۳) آزمون ضریب همبستگی فرضیه فرعی سوم	۲۰۵
جدول الف - ۴) آزمون ضریب همبستگی فرضیه فرعی چهارم	۲۰۶
جدول الف - ۵) آزمون ضریب همبستگی فرضیه فرعی پنجم	۲۰۷
جدول الف - ۶) آزمون ضریب همبستگی فرضیه فرعی ششم	۲۰۸

فهرست جدول ها

عنوان	صفحه
جدول الف - ۷) آزمون ضریب همبستگی فرضیه فرعی هفتم	۲۰۹
جدول الف - ۸) آزمون ضریب همبستگی فرضیه فرعی هشتم	۲۱۰
جدول الف - ۹) آزمون ضریب همبستگی فرضیه فرعی نهم	۲۱۱
جدول الف - ۱۰) آزمون ضریب همبستگی فرضیه فرعی دهم	۲۱۲
جدول ب - ۱) آزمون آنالیز تحلیل واریانس در رگرسیون متغیرها	۲۱۳
جدول پ - ۱) آزمون تحلیل مسیر و رگرسیون چندگانه متغیرها	۲۱۴
جدول ت - ۱) آزمون دوربین واتسن متغیرها	۲۱۶

عنوان	صفحه
شکل ۱-۲ شمای کلی مدل تعالی بنیاد اروپایی مدیریت	۲۳
شکل ۲-۲: عناصر مدل تعالی بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت در درون روش ارزیابی متوازن	۳۳
شکل ۳-۲ ارتباط بین معیارها در روش ارزیابی متوازن	۴۱
شکل ۴-۲ دیدگاه مشتری - سنجه های اصلی	۴۹
شکل ۵-۲ عناصر روش ارزیابی متوازن	۶۵
شکل ۶-۲ : فرآیند کلی پیاده سازی روش ارزیابی متوازن	۶۶
شکل ۷-۲ کارت امتیازی متوازن (چارچوب اولیه)	۷۱
شکل ۸-۲ کارت امتیازی متوازن (نسل دوم - ۱۹۹۳).	۷۳
شکل ۹-۲ چهار فرایند کارت امتیازی متوازن (نسل سوم - ۱۹۹۶)	۷۴
شکل ۱۰-۲ کارت امتیازی متوازن تکامل یافته (نسل سوم - ۱۹۹۶)	۷۷
شکل ۱۱-۲ سیر تکاملی کارت امتیازی متوازن	۷۸
شکل ۱۲-۲ مفهوم اساسی روش ارزیابی متوازن	۸۱
شکل ۱۳-۲ فرایند پیاده سازی	۸۵
شکل ۱۴-۲ مراحل پیاده سازی روش ارزیابی متوازن	۹۴
شکل ۱۵-۲ کیفیت سود	۱۳۶
شکل ۴-۱ مدل به دست آمده از تحقیق	۱۸۵

چکیده

روش ارزیابی متوازن یکی از مهمترین ابزارها، برای ارزیابی جامع عملکرد شرکت ها در کشورهای صنعتی است. هدف از این پژوهش بررسی ارتباط بین چهار جنبه مالی، مشتری، فرایند داخلی، و رشد و یادگیری از معیارهای ارزیابی متوازن با کیفیت سود است. که تعداد ۸۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال های ۱۳۸۴ الی ۱۳۸۹، با استفاده از روش های اماری (ازمون ضریب همبستگی پیرسون، ازمون تحلیل واریانس در رگرسیون، تحلیل مسیر با استفاده از ضرایب بتا و رگرسیون خطی چندگانه) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج ضریب همبستگی پیرسون، رابطه معناداری متغیرهای، بازده فروش از جنبه مالی، و سهم بازار، نسبت هزینه بازاریابی به تعداد مشتریان عمده از جنبه مشتری، و نسبت فروش به هزینه بازاریابی، نسبت فروش به تعداد کارکنان از جنبه فرایند داخلی، و نسبت فروش به هزینه تحقیق و توسعه از جنبه رشد و یادگیری ارزیابی متوازن، را با کیفیت سود (نسبت جریان نقد عملیاتی به سود عملیاتی) تایید می کند. و رابطه معناداری متغیرهای بازده حقوق صاحبان سهام از جنبه مالی، و نسبت فروش به تعداد مشتریان عمده از جنبه مشتری، و نسبت سود به تعداد کارکنان از جنبه فرایند داخلی، و نسبت هزینه تحقیق و توسعه به تعداد کارکنان از جنبه رشد و یادگیری، با کیفیت سود رد می شود. در ازمون تحلیل واریانس در رگرسیون، رابطه معناداری معیارهای ارزیابی متوازن با کیفیت سود تایید می شود. در ازمون تحلیل مسیر، فقط اثرات مستقیم متغیرهای، سهم بازار، نسبت هزینه بازاریابی به تعداد مشتریان عمده و نسبت فروش به تعداد کارکنان، بر کیفیت سود تایید می شود. و در ازمون رگرسیون چندگانه، فقط متغیر کنترلی اندازه شرکت رابطه معناداری با کیفیت سود دارد.

واژه های کلیدی: روش ارزیابی متوازن، کیفیت سود، ارزیابی عملکرد، معیارهای مالی، معارهای

غیر مالی

۱-۱ مقدمه

ارزیابی عملکرد واحدهای کسب و کار یکی از اصلی ترین دغدغه های مدیران و مسئولان این واحدها در طول تاریخ بوده است (Kaplan and Norton, 1996b). ارزیابی عملکرد از جمله بهترین راههای به دست آوردن اطلاعات لازم برای تصمیم گیری در سازمان ها است. در گذشته موفقیت سازمان ها تنها بر اساس سنجه های مالی ارزیابی می شد اما با افزایش رقابت در بازار، باید علاوه بر سنجه های مالی سایر جنبه های عملکرد سازمان نیز مدنظر قرار گیرد (کاپلان و نورتون، ۱۳۸۴). در دوران عصر صنعتی، تمام رویکرد هایی که در زمینه ارزیابی عملکرد سازمان ها وجود داشت، بر مبنای نسبت های مالی بودند که امروزه از آن ها تحت عنوان سیستم های سنجش عملکرد سنتی یاد می شود. با فرا رسیدن عصر اطلاعات، سازمان ها مزیت رقابتی خود را در حوزه های دیگری غیر از کاهش هزینه و افزایش بهره وری دیدند و شاخص های عملکردی سنتی را که از سیستم های حسابداری و هزینه یابی توسعه یافته بودند، به دلایل زیادی مورد انتقاد قرار دادند (ساجدی نژاد، ۱۳۸۵). در چنین شرایطی در سال ۱۹۹۲ پروفیسور رابرت کاپلان^۱ استاد دانشگاه هاروارد و دکتر دیوید نورتون^۲ مقاله ای منتشر کردند که در آن رویکرد جدیدی برای اندازه گیری عملکرد با عنوان کارت امتیازی متوازن ارائه گردید (Kaplan and Norton, 1992).

مدل ارزیابی متوازن (کارت امتیازی متوازن)، تلفیقی از معیارهای عملکرد است که شاخص های عملکرد گذشته، جاری و نیز آتی را شامل می شود و معیارهای غیر مالی را در کنار معیارهای مالی قرار می دهد. ارزیابی متوازن، دید همه جانبه ای از آنچه در داخل یا خارج از سازمان در حال وقوع است، برای مدیران سازمان ها ارائه می دهد. بسیاری از شرکت های بزرگ از این روش برای ارزیابی تأثیرات تصمیمات راهبردی بر کارمندان، مشتریان و سودآوری استفاده می کنند (اکباتانی و

¹ - Robert Kaplan

² - David Norton

دیگران ، ۱۳۸۵). فلسفه و ماهیت وجودی این روش (ارزیابی متوازن) در آن است که چشم انداز ، مأموریت و استراتژی سازمان را به اهداف و اندازه های مناسب تبدیل می کند . این اندازه ها و اهداف در چهار منظر مالی ، مشتری ، فرایند داخلی کسب و کار و رشد و یادگیری بیان می شوند . در واقع، با بکارگیری این مدل در سازمان ، در هر یک از چهار دیدگاه کارت امتیازی متوازن ، اهدافی تعیین می شوند و بر اساس این اهداف ، در هر یک از این چهار محور ، سنجه هایی برای اندازه گیری انتخاب می شوند (Kaplan and Norton , 1996b). نتایج به دست آمده از اندازه گیری این سنجه ها موجب شناسایی نقاط قوت و ضعف سازمان می شود و فرصت های بهبود مناسبی را فراهم می آورد (Arban and Buglino, 2003). این روش کلیه جنبه های مالی و غیرمالی عملکرد یک سازمان را تحت پوشش قرار داده و توازنی بین اندازه های مربوط به خروجی عملکرد ، مربوط به گذشته و محرکهای عملکرد آینده ایجاد می کند (Kaplan and Norton , 1996b). ارزیابی متوازن ، سیستم اندازه گیری و مدیریت استراتژیک است که استراتژی و رسالت سازمان را به معیار های عملکرد یکپارچه و متوازن تبدیل می کند و شامل معیار های عینی و ذهنی است (Kaplan and Norton, 1997). معیارهای ارزیابی متوازن در عملکرد سازمانی از چهار دیدگاه مالی، مشتری، فرآیندهای داخلی و رشد و یادگیری تشکیل شده است که در ارتباط با چهار وظیفه حسابداری و مالی، بازاریابی، زنجیره ارزش و منابع انسانی می باشد (Wu et al, 2009). و همچنین از طرفی گزارش های مالی ، از مهم ترین فرآورده های سیستم حسابداری است که از اهداف عمده آن ، فراهم آوردن اطلاعات لازم برای ارزیابی عملکرد و توانایی سودآوری بنگاه اقتصادی است. یکی از اقلام حسابداری که در گزارش های مالی (صورت سود و زیان) تهیه و ارائه می شود " سود خالص " است که کاربردهای متفاوتی دارد. معمولاً سود به عنوان مبنایی برای محاسبه مالیات ، عاملی برای تدوین سیاست های تقسیم سود و راهنمایی برای سرمایه گذاری و تصمیم گیری و بالاخره عاملی برای پیش بینی به شمار می آید. از آنجایی که سود از مهمترین معیارهای ارزیابی عملکرد و تعیین کننده ارزش بنگاه های اقتصادی تلقی می گردد موضوع " کیفیت سود " مورد توجه محققان و دست اندرکاران حرفه حسابداری و مدیریت سرمایه گذاری قرار گرفته است. توجه حرفه حسابداری بر محور این هدف ، استوار است که سود خالص گزارش شده ، عملکرد عملیاتی واحد تجاری را بطور منصفانه منعکس می کند. لیکن کاربرد سود گزارش شده در علوم دیگر به منظور تحقق اهداف خاص دیگری است. به عنوان مثال، تحلیل گران مالی " کیفیت سود " را بدین منظور ارزیابی می کنند که یک سطح مربوط از سود را تعیین و سود خالص آتی را پیش بینی کنند و در نتیجه قیمت سهام شرکت را تعیین نمایند. از طرف دیگر، تحلیل گران مالی ،

درگیر پردازش و تفسیر اطلاعات بوده و درک صحیح کیفیت سود یک بخش اساسی از این رویه می باشد (اسماعیلی، ۱۳۸۵).

۲-۱ بیان مسئله تحقیق

چارچوب گزارشگری مالی تاریخی، با فراهم آوردن نوعی یکنواختی منطقی در ارائه اطلاعات مالی هنوز هم از جایگاه خاصی برخوردار است، اما در امر ارزیابی ارزش شرکت ها و اندازه گیری عملکرد آن ها توفیق چندانی نداشته است. شاخص های مالی تاریخی، از انعکاس ظرفیت بالقوه شرکت ها برای رشد و تعالی، انعطاف پذیری و توانایی تطبیق با شرایط متغیر تجاری امروز ناتوان مانده اند. با وجود طرفداری ادبیات حسابداری مدیریت سنتی از معیارهای مالی، محققان مشکلات بسیاری را برای استفاده از معیارهای عملکرد مالی ذکر می کنند. اکسلز و پیبورن (۱۹۹۲) معیارهای مالی را معیارهای ضعیف می نامند زیرا نتیجه کارکرد مدیران را بعد از دوره مالی تعیین و در ارزیابی ارتباط اعمال مدیران و نتایج مالی گزارش شده، مشکل ایجاد می کنند. علاوه بر این، معیارهای عملکرد مالی، هیچ رهنمودی برای عملکردی ندارند (حجازی و همایونی راد، ۱۳۸۶). از طرفی، نگاهی نافذ به جهان پیرامون، این حقیقت را آشکار می کند که جهان امروز بسیار متفاوت از گذشته است. در این راستا، می توان به ویژگی هایی چون جهانی شدن اقتصاد، تولید انبوه و ظرفیت مازاد در اکثر بازارها، رقابت بر مبنای زمان، انبوه اطلاعات و کارایی ارتباطات و دانش، اطلاعات و قدرت روزافزون مشتری اشاره کرد. این همه بیانگر یکپارچگی بازارهای جهانی و پیچیدگی روز افزون بازارها و پویایی محیط فرا روی شرکت ها و موسسات تولیدی و خدماتی است. در چنین شرایطی، این سوال اساسی مطرح است که سازمان ها چگونه می توانند بقا و موفقیت خود را حفظ نمایند؟ طبق تحقیقات انجام شده بالغ بر یک سوم شرکت های جزء ۵۰۰ شرکت برجسته جهان که در سال ۱۹۸۰ فعالیت داشتند، در سال ۱۹۹۳ به کلی محو شده و از میان رفته اند. پیش بینی می شود که یک سوم شرکت های جزء ۵۰۰ شرکت برجسته جهان در دنیای امروز نیز به این سرنوشت دچار شوند متخصصان مدیریت استراتژی، پاسخ این سوال را در ایجاد، حفظ و تداوم مزیت رقابتی می دانند. در این راستا، سازمان ها ضمن برقرار کردن سیستم های مختلف عملکردی برای تحقق مزیت رقابتی، نیازمند استقرار سیستم های ارزیابی عملکرد پویا و نوین در جهت بررسی و تکامل فرآیندهای عملیاتی خود هستند. امروزه اداره سازمان بر مدار راهبرد و اعمال مدیریت راهبردی، تنها راه ایجاد ارزش و مزیت رقابتی است. لذا ارزیابی و اندازه گیری عملکرد نیز باید بر تأکید بر ارزیابی و اندازه گیری موفقیت در پیشبرد راهبردها انجام پذیرد. با توجه به رشد سریع استقرار سیستم های

مدیریت استراتژی در سازمان ها، اعم از کوچک و بزرگ، وجود سیستم ارزیابی عملکرد سازمانی امری اجتناب ناپذیر می نمود. در پاسخ به این نیاز، در سال ۱۹۹۲، رابرت کاپلان و دیوید نورتون، سیستم ارزیابی عملکرد سازمانی را به نام روش ارزیابی متوازن معرفی کردند (مرادزاده فرد و محسنی، ۱۳۸۶). اتکای صرف بر معیارهای مالی می تواند رفتاری را برانگیزد که به واسطه ی آن فرایند ارزش آفرینی^۱ در بلندمدت قربانی عملکرد کوتاه مدت می شود. کارت امتیازی متوازن، معیارهای عملکرد مالی (شاخص های متاخر) را حفظ، و آن ها را با معیارهای پیش برنده ی^۲ عملکرد مالی آینده (شاخص های متقدم) پشتیبانی می کند. نورتون و کاپلان کارت امتیازی متوازن را به منظور ایجاد چارچوبی جدید برای توصیف راهبردهای ارزش آفرین، که دارایی های مشهود و نامشهود را به یکدیگر پیوند می دهد، معرفی کردند. هدف کارت امتیازی متوازن ارزشگذاری دارایی های نامشهود نیست، بلکه می کوشد این دارایی ها را با مقیاس های غیر پولی اندازه گیری کند. کارت امتیازی متوازن چگونگی بسیج دارایی های نامشهود، و ترکیب آن ها با دیگر دارایی های نامشهود و مشهود را که جهت ارزش آفرینی برای مشتریان و دستاوردهای مالی برتر برای شرکت به کار می رود، بازتاب می دهد (مهام و شیرزاد، ۱۳۸۳).

در راستای مشکلات و موانع بر سر راه سازمان ها در توسعه نظام های ارزیابی عملکرد، سیستمی مورد نیاز است که بین دقت تاریخی ارقام و اعداد مالی و محرکه های عملکرد آینده، نوعی توازن برقرار نماید و در عین حال سازمان ها را در پیاده سازی و اجرای استراتژی متمایز خود یاری دهد. روش ارزیابی متوازن ابزاری است که پاسخگوی هر دو چالش مذکور است. این روش تنها یک سیستم ارزیابی نیست، بلکه یک ابزار هدایتی است که در تمام سطوح سازمانی راهبرد را از تئوری به عمل تبدیل می کند. این روش در اصل یکی از اصول اقدام انگیزی است که باعث می شود تا افراد و گروه هایی که در شرکت کار می کنند به صورت روزانه از فعالیت های خود در جهت پیشبرد استراتژی سازمانی آگاه شوند. در روش ارزیابی متوازن غالباً اولین موضوعی که به ذهن می رسد "ارزیابی" است ولی در واقع آنچه که از درجه اول اهمیت قرار دارد موضوع هدایت و انگیزش افراد و گروه های کاری در سازمان است و این موضوع تا آن حد با اهمیت است که شرکت های بزرگ به مقوله ارزیابی تنها به عنوان یک ابزار انگیزی اعتقاد دارند (نیر، ۲۰۰۴).

¹ - value creation

² - lead indication