

استراتژی کسب و کار و انحراف استراتژیک در حسابداری، مالی و حاکمیت شرکتی مروری بر ادبیات تجربی

امین جاوید^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۱۱/۳۰

چکیده

هدف اصلی پژوهش این مقاله مروری، بررسی تأثیر متقابل استراتژی‌های کسب و کار و انحراف استراتژیک بر حوزه‌های حسابداری، مالی و حاکمیت شرکتی است. به عبارت دیگر، هدف این است که نشان دهیم چگونه انتخاب یک استراتژی خاص و یا انحراف از مسیر استراتژیک معمول، بر تصمیم‌گیری‌ها، عملکرد و در نهایت موفقیت یا شکست شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد. روش تحقیق در این پژوهش، با استفاده از روش مطالعه ادبیات، مقالات و پژوهش‌های مرتبط در حوزه‌های حسابداری، مالی، استراتژی و حاکمیت شرکتی مورد بررسی قرار گرفته است. این بررسی به منظور شناسایی الگوها، ارتباطات و نتایج کلی انجام شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که استراتژی‌های کسب و کار و انحراف استراتژیک، تأثیر قابل توجهی بر حوزه‌های حسابداری، مالی و حاکمیت شرکتی دارند. شرکت‌هایی که استراتژی تهاجمی را اتخاذ می‌کنند، معمولاً به دنبال رشد سریع، افزایش سهم بازار و نوآوری هستند. این شرکت‌ها اغلب از ابزارهای حسابداری و مالی برای ارائه تصویر مثبتی از عملکرد خود و جذب سرمایه‌گذاران استفاده می‌کنند. از سوی دیگر، شرکت‌هایی که استراتژی دفاعی را انتخاب می‌کنند، بیشتر به حفظ موقعیت فعلی خود و کاهش ریسک تمرکز دارند. این شرکت‌ها ممکن است از ابزارهای حسابداری و مالی برای محافظت از دارایی‌ها و کاهش هزینه‌ها استفاده کنند. انحراف استراتژیک نیز می‌تواند پیامدهای قابل توجهی برای شرکت‌ها داشته باشد. شرکت‌هایی که از مسیر استراتژیک معمول خود منحرف می‌شوند، ممکن است با چالش‌های جدیدی روبرو شوند و به همین دلیل نیاز به اتخاذ تصمیمات پیچیده‌تری در حوزه‌های حسابداری، مالی و حاکمیت شرکتی دارند. در کل، می‌توان گفت که انتخاب استراتژی کسب و کار و تصمیم‌گیری در مورد انحراف یا عدم انحراف از مسیر استراتژیک، یکی از مهم‌ترین تصمیماتی است که مدیران شرکت‌ها باید اتخاذ کنند.

واژگان کلیدی

حسابداری، مالی، حاکمیت شرکتی، استراتژی کسب و کار، انحراف استراتژیک.

^۱ کارشناس ارشد حسابداری، دانشکده علوم اقتصاد و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران. (aminjaavid@yahoo.com)

۱. مقدمه

پژوهشی که به بررسی پیامدهای استراتژی کسب و کار و انحراف استراتژیک در حسابداری، مالی و حاکمیت شرکتی می‌پردازد، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. این پژوهش کمک می‌کند تا ارتباط پیچیده بین استراتژی‌های کسب و کار، تصمیم‌گیری‌های مالی و حسابداری، و ساختار حاکمیت شرکتی را بهتر درک کنیم. با شناخت این ارتباط، می‌توانیم به سوالات مهمی مانند چگونگی تأثیر استراتژی‌های مختلف بر عملکرد مالی شرکت‌ها، نحوه استفاده از اطلاعات مالی برای ارزیابی استراتژی‌ها، و نقش حاکمیت شرکتی در کاهش انحرافات استراتژیک پاسخ دهیم. این پژوهش با بررسی استراتژی‌های تهاجمی و تدافعی، به ما نشان می‌دهد که هر یک از این استراتژی‌ها چه پیامدهایی برای شرکت‌ها در حوزه‌های مختلف مالی و حسابداری دارد. به عنوان مثال، شرکت‌هایی که استراتژی تهاجمی را انتخاب می‌کنند، معمولاً به دنبال رشد سریع و افزایش سهم بازار هستند و ممکن است برای دستیابی به این هدف، از ابزارهای مالی خاصی استفاده کنند یا تصمیمات حسابداری خاصی را اتخاذ کنند. از سوی دیگر، شرکت‌هایی که استراتژی تدافعی را انتخاب می‌کنند، بیشتر به حفظ موقعیت فعلی خود و کاهش ریسک تمرکز دارند و ممکن است رویکرد محتاطانه‌تری در تصمیم‌گیری‌های مالی خود داشته باشند. علاوه بر این، پژوهش حاضر با بررسی مفهوم انحراف استراتژیک، کمک می‌کند تا درک کنیم که چگونه مدیران ممکن است از استراتژی اعلام شده شرکت منحرف شوند و این انحراف چه پیامدهایی برای سهامداران، اعتباردهندگان و سایر ذینفعان شرکت دارد.

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

۲-۱. حسابداری و مالی

حسابداری و مالی دو مفهوم به هم پیوسته هستند که در دنیای کسب و کار از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند. حسابداری را می‌توان به عنوان زبان تجارت توصیف کرد، زبانی که به کمک آن می‌توان وضعیت مالی یک سازمان را اندازه‌گیری، تفسیر و گزارش کرد. از سوی دیگر، مالی به کلیه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که به منظور تامین مالی، سرمایه‌گذاری و مدیریت دارایی‌های یک سازمان انجام می‌شود. حسابداری فرآیند جمع‌آوری، ثبت، طبقه‌بندی، خلاصه و گزارشگری اطلاعات مالی است. این اطلاعات می‌تواند شامل درآمدها، هزینه‌ها، دارایی‌ها، بدهی‌ها و سرمایه باشد (کاک کرافت و همکاران^۱، ۲۰۱۸). هدف اصلی حسابداری، تهیه گزارش‌های مالی دقیق و قابل اتکایی است که به مدیران، سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و سایر ذینفعان کمک کند تا تصمیمات آگاهانه‌ای اتخاذ کنند. حسابداری مالی به عنوان یکی از شاخه‌های اصلی حسابداری، بر تهیه صورت‌های مالی برای استفاده کاربران خارجی تمرکز دارد. صورت‌های مالی اصلی شامل ترازنامه، صورت سود و زیان، صورت جریان وجوه نقد و صورت تغییرات در سرمایه است. مالی به طور کلی به مدیریت پول و سایر دارایی‌های یک سازمان اشاره دارد. این شامل تصمیم‌گیری در مورد نحوه تامین مالی، سرمایه‌گذاری در دارایی‌ها، مدیریت ریسک و بهینه‌سازی بازده است. مالی شرکتی، مالی شخصی، مالی بین‌المللی و مالی عمومی از جمله شاخه‌های اصلی مالی هستند. مالی شرکتی به تصمیم‌گیری‌های مالی در داخل یک سازمان می‌پردازد، در حالی که مالی شخصی به مدیریت امور مالی افراد می‌پردازد. مالی بین‌المللی به مسائل مالی مرتبط با تجارت بین‌المللی می‌پردازد و مالی عمومی به مدیریت امور مالی دولت‌ها می‌پردازد (لوگرام و مک دونالد^۲).

¹ Cockcroft, et al

² Loughran & McDonald

۲۰۱۶). ارتباط بین حسابداری و مالی: حسابداری و مالی دو رشته به هم پیوسته هستند که به طور مداوم با یکدیگر تعامل دارند. اطلاعات حسابداری به عنوان پایه و اساس تصمیم‌گیری‌های مالی مورد استفاده قرار می‌گیرد. مدیران مالی از گزارش‌های حسابداری برای ارزیابی عملکرد مالی شرکت، شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری، مدیریت ریسک و برنامه‌ریزی مالی استفاده می‌کنند. از سوی دیگر، تصمیمات مالی بر اطلاعات حسابداری تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال، تصمیم به سرمایه‌گذاری در یک پروژه جدید باعث ایجاد تغییراتی در ترازنامه و صورت سود و زیان شرکت می‌شود. اهمیت حسابداری و مالی: حسابداری و مالی نقش بسیار مهمی در موفقیت یک سازمان ایفا می‌کنند. اطلاعات مالی دقیق و قابل اتکا به مدیران کمک می‌کند تا عملکرد سازمان را ارزیابی کنند، نقاط قوت و ضعف را شناسایی کنند و تصمیمات استراتژیک اتخاذ کنند. همچنین، سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان از اطلاعات مالی برای ارزیابی ریسک و بازده سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند. به علاوه، دولت‌ها از اطلاعات مالی برای تنظیم سیاست‌های مالیاتی و پولی استفاده می‌کنند. در مجموع، حسابداری و مالی دو رشته مکمل هستند که به طور مشترک به حفظ سلامت مالی سازمان‌ها کمک می‌کنند. حسابداری به عنوان زبان تجارت، اطلاعات مالی را جمع‌آوری، ثبت و گزارش می‌کند، در حالی که مالی به مدیریت این اطلاعات و تصمیم‌گیری بر اساس آن می‌پردازد. درک عمیق از مفاهیم حسابداری و مالی برای هر فردی که در دنیای کسب و کار فعالیت می‌کند ضروری است (مک لنسی و همکاران^۳، ۲۰۲۰).

۲-۲. حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی، سیستمی از قوانین، رویه‌ها و فرایندهایی است که بر اساس آن یک شرکت هدایت و کنترل می‌شود. این سیستم، چارچوبی را برای روابط بین هیئت مدیره، مدیران ارشد، سهامداران و سایر ذینفعان یک شرکت فراهم می‌کند. به عبارت ساده‌تر، حاکمیت شرکتی تعیین می‌کند که چگونه یک شرکت اداره می‌شود و تصمیمات مهم در آن گرفته می‌شود (کی ری و اوسلو^۴، ۲۰۲۱). حاکمیت شرکتی قوی، از اهمیت بالایی برای شرکت‌ها برخوردار است. زیرا به افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران، بهبود عملکرد مالی، کاهش ریسک‌های قانونی و افزایش پایداری شرکت کمک می‌کند. یک سیستم حاکمیت شرکتی کارآمد، تضمین می‌کند که منافع همه ذینفعان شرکت، از جمله سهامداران، کارکنان، مشتریان، تامین‌کنندگان و جامعه، به طور متعادل در نظر گرفته شود (تکسیرا و کوالو^۵، ۲۰۲۴).

۲-۲-۱. اجزای اصلی حاکمیت شرکتی

حاکمیت شرکتی، به عنوان چارچوبی برای هدایت و کنترل شرکت‌ها، از اجزای متعددی تشکیل شده است که هر یک نقش مهمی در تضمین شفافیت، پاسخگویی و عملکرد موثر سازمان ایفا می‌کنند. این اجزا در تعامل با یکدیگر، ساختاری را ایجاد می‌کنند که منافع تمامی ذینفعان شرکت، از جمله سهامداران، مدیران، کارکنان، مشتریان و جامعه را در نظر می‌گیرد (کاریاتون و همکاران^۶، ۲۰۲۳).

در ادامه، به بررسی هر یک از این اجزا به صورت مفصل می‌پردازیم:

(۱) هیئت مدیره: هیئت مدیره به عنوان بالاترین نهاد تصمیم‌گیری در شرکت، مسئولیت نظارت بر فعالیت‌های مدیران اجرایی و تعیین استراتژی‌های کلان سازمان را بر عهده دارد. اعضای هیئت مدیره معمولاً از افراد مستقل و با تجربه

^۳ McLaney, et al

^۴ Kyere & Ausloos

^۵ Teixeira & Carvalho

^۶ Karyatun, et al

- تشکیل می‌شوند که دارای تخصص و دانش کافی در حوزه‌های مختلف کسب و کار هستند. هیئت مدیره موظف است از منافع تمامی ذینفعان حفاظت کند و اطمینان حاصل کند که شرکت به صورت شفاف و مسئولانه اداره می‌شود.
- (۲) مدیران اجرایی: مدیران اجرایی، به عنوان نمایندگان هیئت مدیره، مسئولیت اجرای تصمیمات اتخاذ شده توسط هیئت مدیره را بر عهده دارند. مدیران اجرایی باید از صلاحیت و شایستگی لازم برای اداره روزمره شرکت برخوردار باشند و به صورت مستمر عملکرد خود را به هیئت مدیره گزارش دهند.
- (۳) سهامداران: سهامداران به عنوان مالکان شرکت، نقش مهمی در تعیین جهت‌گیری و آینده سازمان ایفا می‌کنند. سهامداران حق دارند در مجامع عمومی شرکت شرکت کنند و در تصمیم‌گیری‌های مهم شرکت مشارکت داشته باشند. همچنین، سهامداران حق دارند از اطلاعات دقیق و شفاف در مورد عملکرد شرکت مطلع شوند.
- (۴) کارکنان: کارکنان به عنوان یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های هر شرکت، نقش کلیدی در دستیابی به اهداف سازمان ایفا می‌کنند. ایجاد محیط کار سالم و انگیزشی، فراهم آوردن فرصت‌های رشد و توسعه برای کارکنان و توجه به رفاه آن‌ها، از جمله وظایف اصلی حاکمیت شرکتی است (المشدامی و همکاران^۷، ۲۰۲۳).
- (۵) مشتریان: مشتریان به عنوان خریداران محصولات و خدمات شرکت، نقش مهمی در بقا و موفقیت سازمان دارند. جلب رضایت مشتریان، ارائه محصولات و خدمات با کیفیت بالا و حفظ ارتباط موثر با مشتریان، از جمله اولویت‌های اصلی حاکمیت شرکتی است.
- (۶) جامعه: شرکت‌ها به عنوان بخشی از جامعه، مسئولیت‌هایی در قبال آن دارند. مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، حمایت از محیط زیست و رعایت قوانین و مقررات، از جمله مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها است.
- (۷) سیستم‌های کنترل داخلی: سیستم‌های کنترل داخلی، مجموعه‌ای از رویه‌ها و فرآیندهایی هستند که برای اطمینان از صحت و دقت اطلاعات مالی و عملیاتی شرکت طراحی شده‌اند. این سیستم‌ها به کاهش ریسک‌های مالی و عملیاتی و بهبود عملکرد شرکت کمک می‌کنند.
- (۸) شفافیت و افشای اطلاعات: شفافیت و افشای اطلاعات به موقع و دقیق، یکی از اصول اساسی حاکمیت شرکتی است. شرکت‌ها موظف هستند اطلاعات مربوط به عملکرد مالی، عملیات و ریسک‌های خود را به صورت شفاف و قابل فهم برای تمامی ذینفعان منتشر کنند.
- (۹) پاسخگویی: پاسخگویی به معنای مسئولیت‌پذیری در قبال تصمیمات و اقدامات انجام شده است. مدیران و هیئت مدیره شرکت موظف هستند در قبال عملکرد شرکت و نتایج حاصل از تصمیمات خود پاسخگو باشند.
- (۱۰) اخلاق حرفه‌ای: اخلاق حرفه‌ای، یکی از ارکان اصلی حاکمیت شرکتی است. رعایت اصول اخلاقی در تمامی سطوح سازمان، از جمله مدیران، کارکنان و سهامداران، به ایجاد اعتماد و تقویت روابط با ذینفعان کمک می‌کند (فیلاتو و تام^۸، ۲۰۲۴).

۲-۳. استراتژی‌های کسب و کار: سپر دفاعی و حمله تهاجمی

در دنیای رقابتی کسب و کار، شرکت‌ها برای حفظ و افزایش سهم بازار خود از طیف گسترده‌ای از استراتژی‌ها بهره می‌برند. دو استراتژی اصلی که اغلب در مقابل یکدیگر قرار می‌گیرند، استراتژی‌های تدافعی و تهاجمی هستند.

⁷ Almashhadani, et al

⁸ Filatotchev & Toms

استراتژی تدافعی به مجموعه‌ای از اقدامات گفته می‌شود که یک شرکت برای حفظ موقعیت فعلی خود در بازار و جلوگیری از ورود رقبای جدید یا کاهش سهم بازار خود به کار می‌گیرد. این استراتژی‌ها معمولاً توسط شرکت‌های پیشرو در بازار و آن‌هایی که از موقعیت قوی برخوردار هستند، اتخاذ می‌شوند. هدف اصلی استراتژی تدافعی، ایجاد موانع ورود برای رقبای جدید، تقویت وفاداری مشتریان و حفظ مزیت رقابتی است (آیانو و همکاران^۹، ۲۰۲۰).

از جمله روش‌های رایج در استراتژی تدافعی می‌توان به کاهش قیمت‌ها، بهبود کیفیت محصولات، افزایش هزینه‌های تعویض برای مشتریان، ایجاد برند قوی و گسترش شبکه توزیع اشاره کرد. در مقابل، استراتژی تهاجمی به مجموعه‌ای از اقدامات گفته می‌شود که یک شرکت برای افزایش سهم بازار خود و ورود به بازارهای جدید به کار می‌گیرد. این استراتژی‌ها معمولاً توسط شرکت‌هایی که به دنبال رشد سریع و گسترش فعالیت‌های خود هستند، اتخاذ می‌شوند. هدف اصلی استراتژی تهاجمی، تصرف سهم بازار از رقبای، معرفی محصولات و خدمات جدید، ایجاد بازارهای جدید و افزایش شناخت برند است. از جمله روش‌های رایج در استراتژی تهاجمی می‌توان به معرفی محصولات جدید و نوآورانه، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، کاهش قیمت‌ها، تبلیغات گسترده و تهاجمی، ایجاد کانال‌های توزیع جدید و گسترش جغرافیایی فعالیت‌ها اشاره کرد (فیگوریدو و همکاران^{۱۰}، ۲۰۲۱).

۱-۳-۲. تفاوت‌های کلیدی بین استراتژی‌های تدافعی و تهاجمی

استراتژی‌های تدافعی و تهاجمی دو رویکرد متمایز در دنیای کسب و کار هستند که هر کدام اهداف، ابزارها و ریسک‌های خاص خود را دارند. در حالی که هر دو استراتژی به دنبال بهبود عملکرد و موقعیت شرکت در بازار هستند، اما تفاوت‌های اساسی بین آن‌ها وجود دارد که درک این تفاوت‌ها برای انتخاب بهترین استراتژی برای کسب و کار ضروری است. استراتژی تدافعی به مجموعه‌ای از اقدامات گفته می‌شود که یک شرکت برای حفظ موقعیت فعلی خود در بازار و جلوگیری از ورود رقبای جدید یا کاهش سهم بازار خود به کار می‌گیرد. این استراتژی معمولاً توسط شرکت‌هایی که در بازار جایگاه تثبیت‌شده‌ای دارند و سهم بازار قابل توجهی را در اختیار دارند، اتخاذ می‌شود. هدف اصلی استراتژی تدافعی، ایجاد موانع ورود برای رقبای جدید، تقویت وفاداری مشتریان و حفظ مزیت رقابتی است. شرکت‌هایی که از استراتژی تدافعی استفاده می‌کنند، معمولاً بر بهبود کیفیت محصولات، کاهش هزینه‌ها، ایجاد برند قوی و گسترش شبکه توزیع تمرکز می‌کنند. این شرکت‌ها اغلب از ابزارهایی مانند کاهش قیمت‌ها، ارائه خدمات پس از فروش بهتر، افزایش هزینه‌های تعویض برای مشتریان و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه برای بهبود محصولات موجود استفاده می‌کنند (لوپز-ولنسیانو و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۲).

استراتژی تهاجمی به مجموعه‌ای از اقدامات گفته می‌شود که یک شرکت برای افزایش سهم بازار خود و ورود به بازارهای جدید به کار می‌گیرد. این استراتژی معمولاً توسط شرکت‌هایی که به دنبال رشد سریع و گسترش فعالیت‌های خود هستند، اتخاذ می‌شود. هدف اصلی استراتژی تهاجمی، تصرف سهم بازار از رقبای، معرفی محصولات و خدمات جدید، ایجاد بازارهای جدید و افزایش شناخت برند است. شرکت‌هایی که از استراتژی تهاجمی استفاده می‌کنند، معمولاً بر نوآوری، معرفی محصولات جدید، تبلیغات گسترده و تهاجمی، کاهش قیمت‌ها و ایجاد کانال‌های توزیع

^۹ Aiyanyo, et al

^{۱۰} Figueiredo, et al

^{۱۱} Lopez-Valenciano, et al

- جدید تمرکز می کنند. این شرکت ها اغلب ریسک پذیرتر هستند و به دنبال فرصت های جدید برای رشد و توسعه هستند. تفاوت های کلیدی بین استراتژی های تدافعی و تهاجمی را می توان به صورت زیر خلاصه کرد:
- هدف: استراتژی تدافعی برای حفظ وضعیت موجود، در حالی که استراتژی تهاجمی برای تغییر وضعیت موجود و افزایش سهم بازار است.
 - رویکرد: استراتژی تدافعی معمولاً محافظه کارانه تر و مبتنی بر دفاع از موقعیت موجود است، در حالی که استراتژی تهاجمی ریسک پذیرتر و مبتنی بر حمله به بازارهای جدید است.
 - تمرکز: استراتژی تدافعی بر بهبود محصولات و خدمات موجود، تقویت روابط با مشتریان و کاهش هزینه ها تمرکز دارد، در حالی که استراتژی تهاجمی بر نوآوری، معرفی محصولات جدید، تبلیغات و گسترش بازار تمرکز دارد.
 - ریسک: استراتژی تدافعی معمولاً ریسک کمتری دارد، در حالی که استراتژی تهاجمی ریسک بالاتری دارد.
 - زمان: استراتژی تدافعی معمولاً برای مدت طولانی تری قابل اجرا است، در حالی که استراتژی تهاجمی ممکن است در کوتاه مدت نتایج بهتری را به همراه داشته باشد (سانتوس و همکاران^{۱۲}، ۲۰۲۲).

۲-۳-۲. انتخاب بین استراتژی تدافعی و تهاجمی

انتخاب بین استراتژی تدافعی و تهاجمی، یکی از تصمیمات کلیدی در هر حوزه ای از زندگی، از روابط بین الملل گرفته تا رقابت های تجاری و حتی بازی های ورزشی است. هر یک از این دو رویکرد، مزایا و معایب خاص خود را داشته و انتخاب مناسب، به عوامل متعددی از جمله شرایط محیطی، منابع در دسترس، اهداف و ارزش های فرد یا سازمان بستگی دارد. استراتژی تدافعی، به دنبال حفظ وضعیت موجود، کاهش آسیب پذیری و جلوگیری از تهدیدات است. این رویکرد، معمولاً در شرایطی به کار می رود که منابع محدود باشد، ریسک پذیری پایین ترجیح داده شود یا زمانی که هدف اصلی، حفظ موقعیت فعلی باشد (لین و همکاران^{۱۳}، ۲۰۲۱). از جمله مزایای استراتژی تدافعی می توان به کاهش هزینه ها، حفظ ثبات و کاهش احتمال شکست اشاره کرد. با این حال، این استراتژی ممکن است منجر به از دست دادن فرصت های رشد و نوآوری شود و در بلندمدت، سازمان را در وضعیت راکد قرار دهد. در مقابل، استراتژی تهاجمی، به دنبال گسترش نفوذ، افزایش سهم بازار، ایجاد نوآوری و کسب مزیت رقابتی است. این رویکرد، معمولاً در شرایطی به کار می رود که منابع کافی وجود داشته باشد، ریسک پذیری بالاتری پذیرفته شود یا زمانی که هدف اصلی، رشد و توسعه باشد. از جمله مزایای استراتژی تهاجمی می توان به افزایش سهم بازار، کسب موقعیت رقابتی برتر و ایجاد نوآوری اشاره کرد. با این حال، این استراتژی ممکن است با ریسک بالایی همراه باشد و در صورت شکست، هزینه های سنگینی را به همراه داشته باشد (بنزید و طالب^{۱۴}، ۲۰۲۰).

۲-۴. انحراف استراتژیک

انحراف استراتژیک به معنای حرکت یک سازمان یا شرکت به سمت یک مسیر متفاوت از آنچه که در صنعت یا بازار آن معمول است، می باشد. این رویکرد، که در مقابل استراتژی های تقلیدی و همگرایی قرار می گیرد، بر نوآوری، خلاقیت و ایجاد مزیت رقابتی پایدار تاکید دارد. به عبارت ساده تر، یک شرکت با انحراف استراتژیک به جای تبعیت از

¹² Santos, et al

¹³ Lin, et al

¹⁴ Benzaid & Taleb

استانداردهای موجود، مسیر جدیدی را برای خود تعریف می‌کند و سعی می‌کند با ارائه محصولات یا خدمات منحصر به فرد، نیازهای مشتریان را به شکلی بهتر و متفاوت برطرف کند. این رویکرد، ریسک بالاتری نسبت به استراتژی‌های محافظه‌کارانه دارد، اما در صورت موفقیت، می‌تواند منجر به رشد چشمگیر و سودآوری بلندمدت شود. شرکت‌هایی که از انحراف استراتژیک استفاده می‌کنند، اغلب با چالش‌هایی مانند عدم اطمینان سرمایه‌گذاران، مقاومت کارکنان و رقابت شدید روبرو می‌شوند. اما در مقابل، این شرکت‌ها می‌توانند بازارهای جدیدی را فتح کنند، سهم بازار خود را افزایش دهند و به عنوان پیشرو در صنعت خود شناخته شوند (راناسینگه و حبیب^{۱۵}، ۲۰۲۴).

۱-۴-۲. دلایل وقوع انحراف استراتژیک

انحراف استراتژیک، پدیده‌ای است که در آن سازمان‌ها از مسیر استراتژی تعریف شده خود منحرف شده و به سمت مسیر دیگری حرکت می‌کنند. این انحراف می‌تواند عواقب جدی برای سازمان داشته باشد و منجر به کاهش عملکرد، از دست دادن فرصت‌ها و حتی شکست کسب و کار شود. دلایل متعددی برای وقوع انحراف استراتژیک وجود دارد که در ادامه به صورت مفصل به آن‌ها پرداخته می‌شود:

(۱) تغییر در محیط کسب و کار: محیط کسب و کار به طور مداوم در حال تغییر است و عوامل مختلفی مانند تغییرات تکنولوژیکی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی می‌توانند بر کسب و کارها تأثیر بگذارند. اگر سازمان‌ها نتوانند به سرعت خود را با این تغییرات وفق دهند، ممکن است نیاز به تغییر استراتژی داشته باشند. اما اگر این تغییر به صورت رسمی و برنامه‌ریزی شده انجام نشود، منجر به انحراف استراتژیک می‌شود.

(۲) عدم تطابق استراتژی با واقعیت: گاهی اوقات استراتژی‌های تدوین شده با واقعیت‌های موجود در سازمان یا محیط کسب و کار همخوانی ندارند. این عدم تطابق می‌تواند ناشی از اطلاعات نادرست، تحلیل‌های غلط یا تغییرات غیرمنتظره در محیط باشد. در چنین شرایطی، سازمان‌ها مجبور می‌شوند برای ادامه حیات خود، از استراتژی اولیه خود منحرف شوند (یه و همکاران^{۱۶}، ۲۰۲۳).

(۳) فشارهای داخلی: عوامل داخلی مختلفی مانند رقابت‌های درون سازمانی، فشارهای سیاسی، منافع شخصی مدیران و کارکنان و همچنین فرهنگ سازمانی می‌توانند به انحراف استراتژیک منجر شوند. برای مثال، اگر مدیران ارشد به دنبال منافع شخصی خود باشند، ممکن است تصمیماتی اتخاذ کنند که با استراتژی کلی سازمان مغایر باشد.

(۴) عدم تعهد مدیریت ارشد: تعهد مدیریت ارشد به اجرای استراتژی، یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت است. اگر مدیران ارشد به طور کامل از استراتژی حمایت نکنند یا به طور مداوم در جهت تغییر آن تلاش کنند، کارکنان نیز انگیزه خود را برای اجرای استراتژی از دست خواهند داد و این امر به انحراف استراتژیک منجر می‌شود.

(۵) ضعف در سیستم‌های کنترل و نظارت: سیستم‌های کنترل و نظارت قوی، نقش مهمی در اطمینان از اجرای صحیح استراتژی دارند. اگر این سیستم‌ها ضعیف باشند یا به طور کامل وجود نداشته باشند، سازمان‌ها نمی‌توانند از انحرافات احتمالی آگاه شوند و در نتیجه، نمی‌توانند اقدامات اصلاحی لازم را انجام دهند.

¹⁵ Ranasinghe & Habib

¹⁶ Ye, et al

۶) عدم انعطاف پذیری: سازمان‌هایی که انعطاف پذیر نیستند و نمی‌توانند خود را با شرایط جدید وفق دهند، بیشتر در معرض خطر انحراف استراتژیک قرار دارند. این سازمان‌ها معمولاً به رویه‌های قدیمی و سنتی خود پایبند هستند و تمایلی به تغییر ندارند.

۷) عدم وجود فرهنگ استراتژیک: فرهنگ استراتژیک، مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها و نگرش‌هایی است که بر رفتار اعضای سازمان تأثیر می‌گذارد. اگر فرهنگ سازمانی به گونه‌ای باشد که از اجرای استراتژی حمایت نکند، سازمان‌ها با مشکل انحراف استراتژیک مواجه خواهند شد (حبیب و همکاران^{۱۷}، ۲۰۲۴).

۸) تغییرات در محیط رقابتی: تغییرات در محیط رقابتی، مانند ورود رقبای جدید، تغییر در رفتار مشتریان و تغییر در قوانین و مقررات، می‌تواند سازمان‌ها را مجبور به تغییر استراتژی کند. اگر این تغییرات به سرعت و به صورت مناسب مدیریت نشوند، ممکن است به انحراف استراتژیک منجر شود.

۹) عدم شفافیت در اهداف استراتژیک: اگر اهداف استراتژیک به طور شفاف و دقیق تعریف نشده باشند، کارکنان ممکن است درک درستی از جهت‌گیری سازمان نداشته باشند و در نتیجه، در اجرای استراتژی دچار اشتباه شوند.

۱۰) عدم وجود منابع کافی: منابع مالی، انسانی و فیزیکی کافی، برای اجرای موفق یک استراتژی ضروری هستند. اگر سازمان‌ها با کمبود منابع مواجه باشند، ممکن است مجبور شوند از استراتژی خود منحرف شوند یا آن را به تعویق بیندازند.

۱۱) در نهایت، باید توجه داشت که انحراف استراتژیک یک پدیده پیچیده است و دلایل وقوع آن معمولاً ترکیبی از عوامل مختلف است. برای جلوگیری از انحراف استراتژیک، سازمان‌ها باید به طور مداوم محیط خود را رصد کنند، استراتژی خود را به روز نگه دارند، سیستم‌های کنترل و نظارت قوی ایجاد کنند و فرهنگ سازمانی خود را به گونه‌ای شکل دهند که از اجرای استراتژی حمایت کند (یه و همکاران، ۲۰۲۱).

۲-۵. استراتژی کسب و کار و انحراف استراتژیک در حسابداری و مالی

استراتژی‌های تجاری تدافعی و تهاجمی، دو رویکرد اصلی در مدیریت کسب و کار هستند که تأثیرات قابل توجهی بر نتایج حسابداری و مالی سازمان‌ها می‌گذارند. استراتژی تدافعی، بر حفظ موقعیت فعلی بازار و محافظت از سهم بازار موجود تمرکز دارد. این رویکرد معمولاً با اقداماتی مانند کاهش هزینه‌ها، بهبود بهره‌وری و تمرکز بر محصولات و بازارهای موجود همراه است. در مقابل، استراتژی تهاجمی، بر رشد، توسعه بازارهای جدید و معرفی محصولات نوآورانه تمرکز دارد. این رویکرد اغلب با سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه در تحقیق و توسعه، بازاریابی و توسعه بازار همراه است. انحراف استراتژیک نیز به عنوان تغییری قابل توجه در جهت‌گیری استراتژیک یک سازمان تعریف می‌شود. این تغییر می‌تواند به دلیل عوامل داخلی مانند تغییر در مدیریت یا تغییر در اولویت‌های استراتژیک، یا عوامل خارجی مانند تغییرات در محیط رقابتی یا تغییرات در فناوری رخ دهد (حبیب و حسن^{۱۸}، ۲۰۲۱).

پیامدهای این استراتژی‌ها بر نتایج حسابداری و مالی به شرح زیر است:

¹⁷ Habib, et al

¹⁸ Habib & Hasan

- استراتژی تدافعی: این استراتژی معمولاً منجر به افزایش سودآوری کوتاه مدت و بهبود نسبت های مالی مانند بازده دارایی ها و بازده سرمایه می شود. با کاهش هزینه ها و بهبود بهره وری، سودآوری افزایش یافته و ریسک کسب و کار کاهش می یابد. همچنین، تمرکز بر محصولات و بازارهای موجود، موجب کاهش هزینه های تحقیق و توسعه و بازاریابی شده و در نتیجه، سودآوری را بهبود می بخشد. با این حال، در بلندمدت، این استراتژی می تواند منجر به کاهش رشد و نوآوری شده و سازمان را در برابر تغییرات محیطی آسیب پذیر کند.
 - استراتژی تهاجمی: این استراتژی معمولاً با افزایش هزینه ها، به ویژه در زمینه تحقیق و توسعه و بازاریابی همراه است. در نتیجه، سودآوری کوتاه مدت ممکن است کاهش یابد. با این حال، در بلندمدت، این استراتژی می تواند منجر به رشد قابل توجه درآمد و افزایش سهم بازار شود. همچنین، نوآوری های حاصل از این استراتژی، می تواند مزیت رقابتی پایدار برای سازمان ایجاد کند.
 - انحراف استراتژیک: انحراف استراتژیک می تواند پیامدهای مثبت و منفی بر نتایج حسابداری و مالی داشته باشد. اگر انحراف استراتژیک به سمت یک استراتژی بهتر و مؤثرتر انجام شود، می تواند منجر به بهبود عملکرد مالی و افزایش ارزش سهام شود. اما اگر انحراف استراتژیک به سمت یک استراتژی نامناسب انجام شود، می تواند منجر به کاهش عملکرد مالی و افزایش ریسک کسب و کار شود.
- به طور کلی، انتخاب استراتژی مناسب برای هر سازمان، به عوامل مختلفی مانند موقعیت رقابتی سازمان، منابع موجود، اهداف استراتژیک و محیط کسب و کار بستگی دارد. مدیران باید با در نظر گرفتن این عوامل، استراتژی مناسب را انتخاب کرده و به طور مداوم آن را ارزیابی و اصلاح کنند. همچنین، مدیران باید به پیامدهای حسابداری و مالی هر استراتژی توجه داشته باشند و اطمینان حاصل کنند که استراتژی انتخابی، با اهداف مالی سازمان همخوانی دارد.
- در نهایت، باید توجه داشت که نتایج حسابداری و مالی تنها یکی از جنبه های ارزیابی موفقیت یک استراتژی هستند. سایر عوامل مانند رضایت مشتری، سهم بازار، و توسعه پایدار نیز باید در ارزیابی موفقیت یک استراتژی در نظر گرفته شوند (حبیب و همکاران، ۲۰۲۳).

۶-۲. پیامدهای استراتژی های تجاری و انحراف استراتژیک بر نتایج حاکمیت شرکتی

- استراتژی های تجاری، چه تدافعی و چه تهاجمی، تأثیرات قابل توجهی بر نتایج حاکمیت شرکتی می گذارند. این تأثیرات در قالب تعاملات پیچیده ای بین ساختار شرکتی، تصمیم گیری مدیران و عملکرد شرکت بروز می کنند. استراتژی های تدافعی به دنبال حفظ موقعیت موجود شرکت، کاهش ریسک و تمرکز بر بازارهای شناخته شده هستند. این استراتژی ها معمولاً با ساختارهای شرکتی متمرکزتر، سیستم های کنترل داخلی قوی تر و تمرکز بر کوتاه مدت همراه هستند (جیا، ۲۰۱۸).
- پیامدهای این نوع استراتژی بر حاکمیت شرکتی عبارتند از:
- تقویت نظارت بر مدیران: شرکت هایی که استراتژی تدافعی اتخاذ می کنند، معمولاً به نظارت دقیق بر عملکرد مدیران و اطمینان از رعایت قوانین و مقررات بیشتر اهمیت می دهند. این امر به دلیل ریسک پذیری کمتر این شرکت ها و نیاز به حفظ ثبات در عملکرد است.

- کاهش نوآوری: تمرکز بر حفظ موقعیت موجود ممکن است منجر به کاهش تمایل به سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه و نوآوری شود. این امر در بلندمدت می تواند رقابتی بودن شرکت را کاهش دهد.
- کاهش ریسک پذیری: استراتژی های تدافعی معمولاً با ریسک پذیری کمتر همراه هستند. این امر از یک سو می تواند ثبات عملکرد را افزایش دهد، اما از سوی دیگر ممکن است فرصت های رشد بلندمدت را نیز از دست بدهد (بنتلی و همکاران^{۲۰}، ۲۰۱۹).
- استراتژی های تهاجمی به دنبال افزایش سهم بازار، ورود به بازارهای جدید و توسعه محصولات و خدمات جدید هستند. این استراتژی ها معمولاً با ساختارهای شرکتی منعطف تر، سیستم های کنترل داخلی کمتر متمرکز و تمرکز بر بلندمدت همراه هستند. پیامدهای این نوع استراتژی بر حاکمیت شرکتی عبارتند از:
 - افزایش نیاز به انعطاف پذیری: شرکت هایی که استراتژی تهاجمی اتخاذ می کنند، نیاز به ساختارهای شرکتی منعطف تر و سیستم های تصمیم گیری سریع تری دارند. این امر می تواند منجر به کاهش نظارت بر مدیران و افزایش ریسک های مرتبط با تصمیم گیری شود.
 - افزایش نوآوری: تمرکز بر رشد و توسعه معمولاً با افزایش سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه و نوآوری همراه است. این امر می تواند رقابتی بودن شرکت را افزایش دهد.
 - افزایش ریسک پذیری: استراتژی های تهاجمی معمولاً با ریسک پذیری بیشتری همراه هستند. این امر می تواند منجر به نوسانات بیشتر در عملکرد شرکت شود، اما همچنین فرصت های رشد بیشتری را نیز فراهم می کند (نو و پارک^{۲۱}، ۲۰۲۳).
- در کل، رابطه بین استراتژی تجاری و حاکمیت شرکتی یک رابطه دوطرفه است. انتخاب استراتژی تجاری بر طراحی سیستم های حاکمیت شرکتی تأثیر می گذارد و در عین حال، سیستم های حاکمیت شرکتی نیز بر توانایی شرکت در اجرای استراتژی های خود تأثیرگذار هستند. انحراف استراتژیک، به معنای فاصله گرفتن از مسیر استراتژیک از پیش تعیین شده، یکی از چالش های مهم در حاکمیت شرکتی است. این انحراف می تواند به دلایل مختلفی از جمله تغییرات در محیط کسب و کار، فشارهای سهامداران، یا تصمیمات غلط مدیران رخ دهد. پیامدهای این انحراف بر نتایج حاکمیت شرکتی بسیار گسترده و پیچیده است. در سطح کلی، انحراف استراتژیک می تواند به کاهش ارزش شرکت، تضعیف اعتماد سهامداران، و افزایش ریسک های کسب و کار منجر شود. این امر به دلیل ایجاد عدم قطعیت در مورد آینده شرکت، کاهش کارایی عملیاتی، و افزایش هزینه های ناشی از تغییر مسیر استراتژیک رخ می دهد.
- از جمله پیامدهای مهم انحراف استراتژیک بر حاکمیت شرکتی می توان به موارد زیر اشاره کرد:
 - تضعیف نقش هیئت مدیره: یکی از وظایف اصلی هیئت مدیره نظارت بر اجرای استراتژی شرکت است. انحراف استراتژیک نشان دهنده ناکامی هیئت مدیره در انجام این وظیفه است و می تواند به تضعیف جایگاه و اعتبار هیئت مدیره منجر شود.

²⁰ Bentley, et al²¹ Noh & Park

- کاهش اعتماد سهامداران: سهامداران بر اساس استراتژی اعلام شده شرکت سرمایه‌گذاری می‌کنند. انحراف از این استراتژی می‌تواند به کاهش اعتماد سهامداران به مدیران و هیئت مدیره منجر شود و در نتیجه قیمت سهام کاهش یابد.
 - افزایش ریسک‌های کسب و کار: انحراف استراتژیک می‌تواند به افزایش ریسک‌های کسب و کار منجر شود. این ریسک‌ها ممکن است شامل ریسک‌های عملیاتی، مالی، یا ریسک‌های ناشی از تغییرات در محیط کسب و کار باشد.
 - کاهش کارایی عملیاتی: تغییر مسیر استراتژیک معمولاً با هزینه‌های بالایی همراه است و می‌تواند به اختلال در عملیات شرکت و کاهش کارایی آن منجر شود.
 - تضعیف فرهنگ سازمانی: انحراف استراتژیک می‌تواند به ایجاد سردرگمی و عدم اطمینان در میان کارکنان منجر شود و در نتیجه فرهنگ سازمانی را تضعیف کند.
 - کاهش جذابیت برای سرمایه‌گذاران: شرکت‌هایی که به طور مداوم از استراتژی خود منحرف می‌شوند، برای سرمایه‌گذاران جذابیت کمتری دارند. این امر می‌تواند به افزایش هزینه تأمین مالی شرکت منجر شود (چین^{۲۲}، ۲۰۲۳).
- برای جلوگیری از پیامدهای منفی انحراف استراتژیک، شرکت‌ها باید سیستم‌های قوی برای نظارت بر اجرای استراتژی و مدیریت تغییرات ایجاد کنند. این سیستم‌ها باید شامل مکانیزم‌هایی برای شناسایی زود هنگام انحرافات، ارزیابی دقیق علل انحراف، و تدوین اقدامات اصلاحی مناسب باشند. همچنین، هیئت مدیره باید نقش فعال‌تری در نظارت بر اجرای استراتژی ایفا کند و مدیران اجرایی را به پاسخگویی در قبال نتایج استراتژی ملزم کند. در نهایت، باید توجه داشت که انحراف استراتژیک همیشه به معنای شکست نیست. در برخی موارد، انحراف از استراتژی ممکن است به دلیل تغییرات در محیط کسب و کار یا فرصت‌های جدید ضروری باشد. مهم این است که شرکت‌ها بتوانند انحرافات را به موقع شناسایی کنند و با اتخاذ تصمیمات مناسب، از پیامدهای منفی آن جلوگیری کنند. در کل، انحراف استراتژیک یک چالش جدی برای حاکمیت شرکتی است که می‌تواند پیامدهای گسترده‌ای بر عملکرد و ارزش شرکت داشته باشد. برای مقابله با این چالش، شرکت‌ها باید سیستم‌های قوی برای مدیریت استراتژی و نظارت بر عملکرد ایجاد کنند و فرهنگ سازمانی را به گونه‌ای شکل دهند که از پایداری به استراتژی حمایت کند (وبر و موبینگ^{۲۳}، ۲۰۲۲).

۳. بحث و نتیجه‌گیری

استراتژی کسب و کار، به عنوان نقشه راه یک سازمان برای دستیابی به اهداف بلندمدت، تأثیرات شگرفی بر عملکرد مالی، تصمیم‌گیری حسابداری و ساختار حاکمیت شرکتی دارد. در این میان، استراتژی‌های تهاجمی و دفاعی و همچنین انحرافات احتمالی از این استراتژی‌ها، ابعاد پیچیده‌ای از عملکرد سازمانی را آشکار می‌سازند. این مقاله مروری، با هدف بررسی جامع پیامدهای این استراتژی‌ها بر ابعاد مختلف کسب و کار، به ویژه حسابداری، مالی و حاکمیت شرکتی، به این پرسش کلیدی پاسخ می‌دهد که چگونه استراتژی‌های کسب و کار و انحرافات از آن‌ها بر تصمیم‌گیری‌های مالی، گزارشگری مالی، ساختار حاکمیت شرکتی و در نهایت، عملکرد کلی سازمان تأثیر می‌گذارند.

استراتژی‌های تهاجمی معمولاً با سرمایه‌گذاری‌های گسترده، توسعه محصولات جدید و ورود به بازارهای جدید همراه هستند. این رویکرد، نیاز به گزارشگری مالی دقیق و شفاف را برای جذب سرمایه‌گذاران و ارزیابی ریسک‌ها افزایش

²² Chin

²³ Weber and Müßig

می‌دهد. در مقابل، استراتژی‌های دفاعی ممکن است بر حفظ سهم بازار موجود و بهبود بهره‌وری تمرکز کنند. این رویکرد، بر اهمیت مدیریت هزینه‌ها و بهینه‌سازی جریان‌های نقدی تأکید دارد. انحراف از استراتژی‌های از پیش تعیین شده، می‌تواند منجر به عدم تطابق بین گزارشگری مالی و واقعیت‌های اقتصادی شود و در نتیجه، اعتماد سرمایه‌گذاران را خدشه‌دار کند. حاکمیت شرکتی نیز، به عنوان مجموعه‌ای از مکانیزم‌ها و فرآیندها برای هدایت و کنترل شرکت‌ها، نقش مهمی در اجرای استراتژی‌ها ایفا می‌کند. استراتژی‌های تهاجمی، نیاز به سیستم‌های کنترل داخلی قوی و نظارت مستمر بر فعالیت‌های شرکت را افزایش می‌دهند. در مقابل، استراتژی‌های دفاعی ممکن است با تمرکز بر حفظ وضعیت موجود، به سیستم‌های کنترل داخلی ساده‌تر و انعطاف‌پذیرتر نیاز داشته باشند. انحرافات استراتژیک، می‌تواند منجر به تضعیف ساختار حاکمیت شرکتی و افزایش ریسک‌های مرتبط با فساد و سوءاستفاده شود.

استراتژی‌های تهاجمی، با هدف افزایش سهم بازار، کسب مزیت رقابتی و دستیابی به رشد سریع، بر نوآوری، سرمایه‌گذاری و توسعه محصولات جدید تمرکز دارند. این استراتژی‌ها، نیاز به منابع مالی قابل توجه و تحمل ریسک بالا دارند. در مقابل، استراتژی‌های دفاعی، با هدف حفظ موقعیت فعلی در بازار و کاهش ریسک‌ها، بر بهبود بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و حفظ مشتریان وفادار تمرکز دارند. این استراتژی‌ها، معمولاً با ثبات و پایداری بیشتری همراه هستند. همچنین انحراف استراتژیک، به معنای تغییر در مسیر استراتژیک از پیش تعیین شده است. این تغییرات ممکن است به دلایل مختلفی از جمله تغییر در محیط کسب و کار، تغییر در مدیریت یا فشارهای سهامداران رخ دهد. انحرافات استراتژیک، می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای رشد و توسعه ایجاد کنند، اما در عین حال، ریسک‌های قابل توجهی را نیز به همراه دارند.

استراتژی‌های کسب و کار، بر انتخاب روش‌های حسابداری، تخمین‌ها و افشاگری‌های مالی تأثیر می‌گذارند. به عنوان مثال، شرکت‌هایی که استراتژی تهاجمی را دنبال می‌کنند، ممکن است از روش‌های حسابداری تهاجمی‌تری برای بهبود عملکرد مالی گزارش شده استفاده کنند. انحرافات استراتژیک، می‌تواند منجر به دستکاری در اطلاعات مالی و ارائه تصویری نادرست از وضعیت مالی شرکت شوند.

استراتژی‌های کسب و کار و انحرافات از آن‌ها، بر تعادل قدرت بین سهامداران، مدیران و سایر ذینفعان تأثیر می‌گذارند. استراتژی‌های تهاجمی، ممکن است به افزایش تمرکز قدرت در دست مدیران و کاهش نقش سهامداران منجر شوند. انحرافات استراتژیک، می‌تواند اعتماد سهامداران را خدشه‌دار کرده و منجر به کاهش ارزش سهام شوند.

استراتژی کسب و کار، به عنوان یک عامل کلیدی در موفقیت یا شکست یک سازمان، تأثیرات گسترده‌ای بر تصمیم‌گیری‌های حسابداری، مالی و حاکمیت شرکتی دارد. استراتژی‌های تهاجمی و دفاعی، هر کدام پیامدهای خاص خود را بر عملکرد مالی، گزارشگری مالی و ساختار حاکمیت شرکتی دارند. انحرافات استراتژیک، می‌تواند فرصت‌های جدیدی را ایجاد کنند، اما در عین حال، ریسک‌های قابل توجهی را نیز به همراه داشته باشند. برای دستیابی به عملکرد پایدار و بلندمدت، سازمان‌ها باید استراتژی‌های خود را به طور مداوم ارزیابی کنند و در صورت لزوم، آن‌ها را اصلاح نمایند. همچنین، ایجاد یک سیستم حاکمیت شرکتی قوی و شفاف، برای اطمینان از اجرای صحیح استراتژی‌ها و محافظت از منافع سهامداران، ضروری است.

۴. منابع و مآخذ

1. Aiyanyo, I. D., Samuel, H., & Lim, H. (2020). A systematic review of defensive and offensive cybersecurity with machine learning. *Applied Sciences*, 10(17), 5811.
2. Almashhadani, M., & Almashhadani, A. A. (2023). Corporate Governance Science, Culture and Financial Performance. *International Journal of Business and Management Invention*, 11(2), 55-60.
3. Bentley-Goode, K.A., Omer, T.C. & Twedt, B.J. (2019) Does business strategy impact a firm's information environment? *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 34(4), 563–587.
4. Benzaïd, C., & Taleb, T. (2020). AI for beyond 5G networks: A cyber-security defense or offense enabler?. *IEEE network*, 34(6), 140-147.
5. Chin, C.-W. (2023) Business strategy and financial opacity. *Emerging Markets Finance and Trade*, 59(6), 1818–1834.
6. Cockcroft, S., & Russell, M. (2018). Big data opportunities for accounting and finance practice and research. *Australian Accounting Review*, 28(3), 323-333.
7. Figueiredo, L., Santos, R. B., & Figueiredo, A. (2021). Defense and offense strategies: the role of aspartic proteases in plant–pathogen interactions. *Biology*, 10(2), 75.
8. Filatotchev, I., & Toms, S. (2024). Corporate governance life cycle. In *Elgar Encyclopedia of Corporate Governance* (pp. 207-208). Edward Elgar Publishing.
9. Habib, A. & Hasan, M.M. (2021) Business strategy and labor investment efficiency. *International Review of Finance*, 21(1), 58–96.
10. Habib, A., Hasan, M. & Jiang, H. (2018) Stock price crash risk: review of the empirical literature. *Accounting & Finance*, 58, 211–251.
11. Habib, A., Ranasinghe, D., & Perera, A. (2024). Business strategy and strategic deviation in accounting, finance, and corporate governance: A review of the empirical literature. *Accounting & Finance*, 64(1), 129-159.
12. Hsieh, C.C., Ma, Z. & Novoselov, K.E. (2019) Accounting conservatism, business strategy, and ambiguity. *Accounting, Organizations and Society*, 74, 41–55.
13. Jia, N. (2018) Corporate innovation strategy and stock price crash risk. *Journal of Corporate Finance*, 53, 155–173.
14. Karyatun, S., Yuliantini, T., Saratian, E., Paijan, P., Soelton, M., & Riadi, E. (2023). Towards The Best Model Good Corporate Governance And Knowledge Management To Improve Performance Through Job Satisfaction. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 16(2), 236-245.
15. Kyere, M., & Ausloos, M. (2021). Corporate governance and firms financial performance in the United Kingdom. *International Journal of Finance & Economics*, 26(2), 1871-1885.
16. Lin, C., Xiao, H., Peng, R., & Xiang, Y. (2021). Optimal defense-attack strategies between M defenders and N attackers: A method based on cumulative prospect theory. *Reliability Engineering & System Safety*, 210, 107510.
17. Lopez-Valenciano, A., Garcia-Gómez, J. A., López-Del Campo, R., Resta, R., Moreno-Perez, V., Blanco-Pita, H., ... & Del Coso, J. (2022). Association between offensive and defensive playing style variables and ranking position in a national football league. *Journal of sports sciences*, 40(1), 50-58.
18. Loughran, T., & McDonald, B. (2016). Textual analysis in accounting and finance: A survey. *Journal of Accounting Research*, 54(4), 1187-1230.
19. McLaney, E., & Atrill, P. (2020). *Accounting and finance: an introduction*. Pearson.
20. Noh, M. & Park, J. (2023) The impact of strategic emphasis on the readability of narrative information in annual reports. *Pacific Accounting Review*, 35(2), 265–291.

21. Ranasinghe, D., & Habib, A. (2024). Strategic deviation and investment inefficiency. *Australian Journal of Management*, 49(4), 531-560.
22. Santos, J., Sousa, P. M., Pinheiro, V., & Santos, F. J. (2022). Analysis of offensive and defensive actions of young soccer goalkeepers. *Human Movement*, 23(1), 18-27.
23. Simons, R. (1987) Accounting control systems and business strategy: an empirical analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 12(4), 357-374.
24. Teixeira, J. F., & Carvalho, A. O. (2024). Corporate governance in SMEs: a systematic literature review and future research. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 24(2), 303-326.
25. Weber, V. & Müßig, A. (2022) The effect of business strategy on risk disclosure. *Accounting in Europe*, 19(1), 190-225.
26. Ye, K., Guan, J. X., & Zhang, B. (2021). Strategic deviation and stock return synchronicity. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 36(1), 172-194.
27. Ye, Z., Shahab, Y., Riaz, Y., & Ntim, C. G. (2023). Strategic deviation and the cost of debt financing. *Economic Modelling*, 125, 106371.

Business strategy and strategic deviation in accounting, finance and corporate governance: A review of empirical literature

Amin Jaavid^{*1}

Abstract

The main research objective of this review article is to examine the interaction between business strategies and strategic deviations on the fields of accounting, finance, and corporate governance. In other words, the aim is to show how choosing a specific strategy or deviating from the usual strategic path affects decision-making, performance, and ultimately the success or failure of companies. Research Methodology In this study, using the literature review method, related articles and research in the fields of accounting, finance, strategy, and corporate governance have been reviewed. This review was conducted to identify patterns, relationships, and general conclusions. The results of this study show that business strategies and strategic deviations have a significant impact on the fields of accounting, finance, and corporate governance. Companies that adopt an aggressive strategy usually seek rapid growth, market share, and innovation. These companies often use accounting and financial tools to present a positive image of their performance and attract investors. On the other hand, companies that choose a defensive strategy are more focused on maintaining their current position and reducing risk. These companies may use accounting and financial tools to protect assets and reduce costs. Strategic deviation can also have significant consequences for companies. Companies that deviate from their usual strategic path may face new challenges and therefore need to make more complex decisions in the areas of accounting, finance, and corporate governance. In general, it can be said that choosing a business strategy and deciding whether or not to deviate from the strategic path is one of the most important decisions that company managers have to make.

Keywords

Accounting, finance, corporate governance, business strategy, strategic deviation.

1. MSc, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Qom, Qom, Iran
(*Corresponding Author: Aminjaavid@yahoo.com).