

## **Investigating the Relationship Between the Elements of Organizational Culture of Managers and The Asymmetric Behavior of Costs**

**Akbar Karimzadeh**

, Department of Accounting, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran.

**Nader Rezaei** (Corresponding author)

Department of Accounting, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran.

[akbar\\_2912@yahoo.com](mailto:akbar_2912@yahoo.com)

**Zohreh Hajiha**

Department of Accounting, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

**Rasoul Abdi**

Department of Accounting, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran.

### **Abstract:**

Cost stickiness is rooted in the conscious decisions of managers. Theoretically, managers' decisions about resource adjustment depend on various factors, one of which is the issue of managers' organizational culture. Thus, culture can affect the asymmetric behavior of costs through resource adjustment costs, managers' expectations of customers' future demand, and also differences in managers' reward incentives. Therefore, in this research, the relationship between the elements of organizational culture of managers and the asymmetric behavior of costs on the Listed Firms in Tehran Stock Exchange has been investigated. For this purpose, the information of financial statements of 167 companies in the period of 2010 to 2019 has been collected. This research is quantitative research and the research method is correlation and regression analysis with combined data was used to test the hypotheses. The research results indicate that there is no significant relationship between uncertainty avoidance, power distance, individualism, masculinity and cost stickiness.

**Keywords:** Asymmetric Cost Behavior, Cultural Elements, Power Distance, Uncertainty Avoidance

تاریخ دریافت مقاله:

۱۴۰۱/۰۵/۲۷

تاریخ پذیرش مقاله:

۱۴۰۱/۰۸/۳۰

## بررسی رابطه بین عناصر فرهنگ سازمانی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه‌ها

اکبر کریم زاده

گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاداسلامی، بناب، ایران.

نادر رضایی (نویسنده مسئول)

[akbar\\_2912@yahoo.com](mailto:akbar_2912@yahoo.com)

گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.

زهره حاجیها

گروه حسابداری، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

رسول عبدی

گروه حسابداری، واحد بناب، دانشگاه آزاداسلامی، بناب، ایران.

### چکیده:

چسبندگی هزینه‌ها ریشه در تصمیمات آگاهانه مدیران دارد. از لحاظ نظری، تصمیمات مدیران در مورد تعدیل منابع به عوامل مختلفی بستگی دارد که یکی از آنها مساله فرهنگ سازمانی مدیران است. بنابراین، فرهنگ می‌تواند از طریق هزینه‌های تعدیل منابع، انتظارات مدیران از تقاضای آتی مشتریان و نیز تفاوت در انگیزه‌های مربوط به پاداش مدیران، بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تاثیر گذار باشد. از این رو، در این پژوهش، رابطه بین عناصر فرهنگ سازمانی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی شده است. برای این منظور اطلاعات صورت‌های مالی ۱۶۷ شرکت در دوره زمانی ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۸ گردآوری شده است. این پژوهش جزء پژوهش‌های کمی و روش پژوهش از نوع همبستگی بوده و تجزیه و تحلیل رگرسیون چندگانه با استفاده از داده‌های ترکیبی به کار رفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین اجتناب از عدم اطمینان، فاصله قدرت، فردگرایی، مردگرایی و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود ندارد.

**واژه‌های کلیدی:** اجتناب از عدم اطمینان، رفتار نامتقارن هزینه‌ها، عناصر فرهنگی، فاصله قدرت.

## ۱. مقدمه

مفهوم هزینه و مدیریت آن از موضوعات بسیار مهم جهت کسب سود است (فلاح شمس و همکاران، ۱۳۹۹). همچنین، رفتار هزینه یکی از مسائل بحث برانگیز در حسابداری مدیریت و حسابداری بهای تمام شده است که بطور گسترده‌ای فرآیندهای تصمیم‌گیری را تحت تأثیر قرار می‌دهد (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۷). در مدل‌های سنتی رفتار هزینه در حسابداری مدیریت، اغلب اوقات فرض می‌شود که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش متناسب با سطح فعالیت تغییر می‌کنند (رضازاده و همکاران، ۱۴۰۰). اما نتایج مطالعات کوپر و کاپلان<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) و اندرسون و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) نشان داده که در عمل و به صورت تجربی رفتار هزینه‌ها از یک الگوی کاملاً نامتقارن تبعیت می‌نماید (بهارمقدم و خادمی، ۱۳۹۵).

تحقیقات گسترده‌ای در مورد رفتار هزینه در دهه گذشته توسط محققان، از جمله بنکر و بایزالو<sup>۳</sup> (۲۰۱۴)، هافمن<sup>۴</sup> (۲۰۱۷) انجام گرفته است و به ویژه چسبندگی هزینه توجه بیشتری را به خود جلب کرده است (هارتلیب و همکاران<sup>۵</sup>، الف ۲۰۲۰). هزینه‌ها چسبنده هستند چنان‌که در هنگام کاهش عملیات شرکت به دلیل کاهش تقاضای مشتریان، کاهش پیدا نکنند، در صورتی که هزینه‌ها، در هنگام افزایش عملیات شرکت معادل آن افزایش می‌یابد (چانگ و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹). با این وجود، در بازار رقابتی، به دلیل وجود رقابت، قیمت فروش توسط بازار تعیین می‌شود و سود مورد انتظار سرمایه‌گذاری نیز توسط سرمایه‌گذاران مشخص می‌گردد، در این میان تنها مؤلفه‌ای که می‌تواند توسط مدیریت کنترل شود، هزینه‌ها هستند که می‌توان با مدیریت صحیح آن‌ها در عرصه رقابت موفق شد. این امر، نیازمند شناخت کامل از چگونگی رفتار هزینه‌ها در پاسخ به تغییرات حجم فعالیت و عوامل تأثیرگذار بر رفتار هزینه است (صفرزاده و اناری، ۱۳۹۸).

---

<sup>1</sup> Cooper and Kaplan

<sup>2</sup> Anderson et al

<sup>3</sup> Banker and Byzalov

<sup>4</sup> Hoffmann

<sup>5</sup> Hartlieb et al

<sup>6</sup> Chung et al

از آنجایی که در مورد وجود چسبندگی هزینه اجماع وجود دارد، پژوهشگران بیشتری به ویژگی‌ها، عوامل موثر و پیامدهای اقتصادی چسبندگی هزینه‌ها پرداخته‌اند (چن و ما<sup>۷</sup>، ۲۰۲۱). از این جهت، در مبانی نظری حسابداری مدیریت، توجه زیادی بر شناسایی عوامل تعیین کننده رفتار چسبندگی هزینه معطوف شده است. محرک های متعدد چسبندگی هزینه را می توان در سه طبقه کلی خلاصه کرد. اولین محرک اصلی، هزینه‌های تعدیل<sup>۸</sup> می‌باشد. دومین عامل تعیین کننده چسبندگی هزینه، پیش‌بینی مدیران از میزان تقاضای آتی مشتریان است. در نهایت، سومین عامل اصلی، رفتار فرصت طلبانه مدیریتی است (هارتلیب و همکاران، الف ۲۰۲۰).

علاوه بر محرک‌های متعدد چسبندگی هزینه که ذکر شد، بررسی محرک‌های چسبندگی هزینه در سطح سازمان، توسط مطالعاتی توسعه یافته است که رفتار نامتقارن هزینه را از دیدگاه وسیع‌تر، خارج از مرزهای یک شرکت بررسی کرده‌اند (عوامل خارجی فراتر از سازمان). در نتیجه، افزون بر تأثیر عوامل داخلی مانند مدیران و ویژگی های شرکت، چسبندگی هزینه رابطه گسترده‌ای با محیط خارجی شرکت دارد (چن و ما، ۲۰۲۱). به طور مثال، برخی از مطالعات، رفتار هزینه شرکت را در طی بحران‌های اقتصادی یا به عنوان تابعی از رشد اقتصاد کلان، بررسی کرده‌اند (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳؛ بنکر، فانگ و متا<sup>۹</sup>، ۲۰۱۳؛ بنکر و بایزالو، ۲۰۱۴؛ هی و همکاران<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۰)، در حالی که دیگران، تفاوت بین کشورها را بررسی کرده‌اند. به ویژه، کالیجا و همکاران<sup>۱۱</sup> (۲۰۰۶) دریافته‌اند که هزینه‌های عملیاتی شرکت‌های فرانسوی و آلمانی از هزینه‌های عملیاتی شرکت‌های انگلیسی و ایالات متحده، چسبندگی بیشتری دارند. آنها بیان می‌کنند که تفاوت‌های حاکمیت شرکتی و دیدگاه مدیریتی باعث به وجود آمدن تغییرات در چسبندگی هزینه، ما بین کشورها می‌گردد. ویدن میر و سابرامانیم<sup>۱۲</sup> (۲۰۱۶) بیان می‌کنند که چسبندگی هزینه‌ها در میان صنایع به

<sup>7</sup> Chen & Ma

<sup>8</sup> adjustment costs

<sup>9</sup> Banker, Fang and Mehta

<sup>10</sup> He et al

<sup>11</sup> Calleja et al

<sup>12</sup> Weidenmier and Subramaniam

دلیل تفاوت در محصول، محیط‌های اقتصادی و عملیاتی، مثلاً سطح دارایی‌های ثابت و موجودی‌ها، به طور قابل توجهی متفاوت است. نتایج نشان می‌دهد که هزینه‌ها در صنایع تولیدی چسبندگی بیشتری دارند و در صنعت بازرگانی چسبندگی کمتری دارند.

به علاوه، کیچینگ و همکاران<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۶) بررسی کردند که آیا فرهنگ بر رفتار هزینه تاثیر می‌گذارد. یافته‌ها نشان می‌دهد چسبندگی هزینه در کشورهایی که اجتناب از عدم اطمینان پایین بوده و دارای جهت‌گیری کوتاه مدت و زن‌گرا می‌باشند، بیشتر می‌باشد. هولزاکر و همکاران<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۵) همچنین بر عواملی که بر رفتار هزینه، از خارج از سازمان تاثیر می‌گذارند، تمرکز کرده‌اند. مطالعات آنها نشان می‌دهد که تغییر در مقررات و نیز ساختار مالکیت بر رفتار هزینه تاثیر می‌گذارد. بنابراین، بدون تردید فرهنگ یکی از مفاهیم اصلی در تحقیقات علوم اجتماعی است، زیرا بین خرد و کلان و بین بنگاه تجاری و مردم یک پل مفهومی ایجاد می‌کند (حاجیها و سلطانی، ۱۳۹۳). لذا، با توجه به مطالب گفته شده و با پیروی از نتایج تحقیقات پیشین، در این مطالعه به بررسی این‌که آیا بین فرهنگ سازمانی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه‌ها رابطه‌ای وجود دارد، خواهیم پرداخت.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه تجربی پژوهش

### ۲.۱. عناصر فرهنگی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها

ترایس و بیر<sup>۱۵</sup> (۱۹۹۳) فرهنگ را نظامی از عقاید مشترک تعریف کرده‌اند، بنابراین سیستم‌های ارزشی مشترک در یک جامعه باعث شکل‌گیری فرهنگ در آن جامعه می‌شوند (مدرس و دیانتی، ۱۳۸۳).

با توجه به اینکه در کشورهایی که مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، بعد از کنترل عوامل تعیین‌کننده رفتار نامتقارن هزینه‌ها در سطح شرکت، تفاوت معناداری در رفتار نامتقارن هزینه‌ها وجود دارد

---

<sup>13</sup> Kitching et al

<sup>14</sup> Holzacker et al

<sup>15</sup> Trice & Beyer

(بنکر و همکاران<sup>۱۶</sup>، ۲۰۱۳). بنابراین، فرهنگ می‌تواند در تعیین اینکه مدیران چطور در مواجهه با تقاضای نامعلوم و مبهم، منابع را تعدیل می‌کنند، نقش مهمی ایفا کند و به این دلیل به توضیح تفاوت چسبندگی هزینه‌ها کمک می‌کند (کیچینگ و همکاران، ۲۰۱۶).

از طرف دیگر، مدیریت هزینه، بخش اصلی مدیریت روزانه شرکت و همچنین یک عامل مهم در برنامه‌ریزی منابع می‌باشد. در به حداکثر رسانیدن سود از طریق مدیریت هزینه، بین تغییر حجم فعالیت و تغییر هزینه مربوطه، رابطه نامتقارن وجود دارد (چن و ما، ۲۰۲۱). محققان در حالی که نقش دو محرک اقتصادی، یعنی هزینه تعدیل منابع در پاسخ به تغییرات تقاضا و در دسترس بودن منابع استفاده‌نشده در طول دوره جاری، در عدم تقارن هزینه‌ها را در نظر می‌گیرند، تاکید می‌کنند که این تصمیم‌ها بر اساس انتظارات مدیریتی از تقاضای آتی است (چن و همکاران<sup>۱۷</sup>، ۲۰۱۹). از اینرو، استدلال‌ها حاکی از آن است که فرهنگ از سه طریق بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تاثیر می‌گذارد. راه اول از طریق تأثیر فرهنگ در هزینه‌های تعدیل منابع، به خصوص با توجه به نگرش‌های اجتماعی نسبت به کارگران، عمل می‌نماید. راه دیگری که فرهنگ بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تاثیر می‌گذارد از طریق انتظارات مدیران از تقاضای آینده است. در نهایت، تفاوت در فرهنگ‌ها به احتمال زیاد بواسطه تفاوت در انگیزه‌های مربوط به پاداش که باعث ایجاد امپراتوری و رفتار ضعیف مدیران می‌شود، بر الگوهای چسبندگی هزینه‌ها اثر می‌گذارد (همه‌خانی و همکاران، ۱۳۹۷). هر چه میزان پاداش مبتنی بر مشوق و انگیزه، نسبت به پرداخت ثابت بیشتر باشد، انگیزه ایجاد امپراتوری بیشتر می‌شود. ایجاد امپراتوری، به نوبه خود، چسبندگی هزینه‌ها را افزایش می‌دهد چرا که مدیران ایجاد کننده امپراتوری، در زمان افزایش فروش، منابع را به سرعت افزایش داده، ولی در زمان کاهش فروش، هزینه‌ها را به آرامی کاهش می‌دهند (هارتلیب و همکاران<sup>۱۸</sup>، ب ۲۰۲۰). به این ترتیب، عناصر فرهنگی، احتمالاً بر هزینه‌های تعدیل منابع، انتظارات مدیران از تقاضای آینده و نیز

---

<sup>16</sup> Banker et al

<sup>17</sup> Chen et al

<sup>18</sup> Hartlieb et al

رفتارهای ایجاد امپراتوری مدیران تاثیر گذاشته، و به نوبه خود چسبندگی هزینه‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

در این مطالعه به بررسی رابطه عناصر فرهنگی یعنی اجتناب از عدم اطمینان، فاصله قدرت، فردگرایی، مردگرایی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها به شرح زیر پرداخته‌ایم. برای توضیح رفتار نامتقارن هزینه‌ها، همانطور که قبلا بیان گردید، می‌توان از سه محور اصلی یعنی هزینه تعدیل، ارزیابی تقاضای آتی و ویژگی‌های رفتاری مربوط به هزینه‌های نمایندگی، که فرهنگ می‌تواند موثر باشد استفاده نمود.

#### ۲.۱.۱. اجتناب از عدم اطمینان

اجتناب از عدم اطمینان موجب می‌گردد که افراد در جوامعی که دارای ساختار مبهم و نامعلوم یا بدون ساختار هستند، نگرانی و اضطراب بیشتری داشته و به این دلیل، محیط‌های قابل پیش‌بینی‌تر را ترجیح دهند (کاناگارتنام و همکاران<sup>۱۹</sup>، ۲۰۱۱).

تأثیر اجتناب از عدم اطمینان بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها از طریق دو محور امکان دارد: (۱) واکنش مدیران به تقاضای نامعلوم و (۲) رفتار ایجاد امپراتوری مدیران (همه‌خانی و همکاران، ۱۳۹۷)؛ ایجاد امپراتوری به معنی انگیزه‌هایی برای رشد شرکت بیش از اندازه مطلوب آن، به منظور نگهداری منابع بلااستفاده برای منافع شخصی، قدرت، اعتبار و پاداش مدیران است (ماسولیس و همکاران<sup>۲۰</sup>، ۲۰۰۷). از محور اول، مدیران در جوامع با فرهنگ اجتناب از عدم اطمینان، ممکن است تاکید کمتری بر سیگنال‌های تقاضای آینده قائل شوند که به طور ذاتی غیرقابل اطمینان است و بیشتر بر سیگنال‌های موجود مشاهده شده تقاضا تاکید داشته باشند. بدین ترتیب، در جوامع با فرهنگ اجتناب از عدم اطمینان، مدیران بیش‌تر به انتظارات فروش کوتاه مدت، در مقابل پیش‌بینی‌های طولانی مدت‌تر فروش در آینده، توجه دارند (همه‌خانی و همکاران، ۱۳۹۷).

---

<sup>19</sup> Kanagaretnam et al

<sup>20</sup> Masulis et al

همچنین، خطرگریزی و اجتناب از ضرر، یک ویژگی اساسی اولویت‌های مدیران است که به طور غیرخطی در تابع مطلوبیت آن‌ها تعریف شده است. اجتناب از ضرر بر این دلالت دارد که مدیران به زیان، بیش‌تر از سود وزن می‌دهند. هنگام انتخاب سطح مطلوب منابع برای یک توزیع معین تقاضا، مدیرانی که از عدم اطمینان، بیشتر اجتناب می‌کنند از تحقق پایین تقاضا، بیشتر نگران خواهند بود (چرا که اگر منابع تعهد شده نسبت به تقاضای تحقق یافته، بیش از اندازه باشد، متحمل زیان می‌شوند) و از تحقق بالای تقاضای آتی، کمتر نگران هستند (چرا که اگر منابع تعهد شده نسبت به تقاضای تحقق یافته، ناکافی باشد سود کمتری بدست می‌آورند). به عبارت دیگر، با مدنظر قراردادن تقاضای آتی، این مدیران بیشتر به دنبال اجتناب از ضرر در بدترین سناریو هستند (یعنی تحقق پایین تقاضا) به جای اینکه به دنبال افزایش سود در سناریوی متوسط باشند (یعنی تحقق متوسط تقاضا). در نتیجه، زمانی که فروش در دوره جاری کاهش می‌یابد، مدیران ریسک‌گریز احتمالاً بر اساس بدترین سناریو برای تقاضای آتی، هزینه‌ها را کاهش می‌دهند که این می‌تواند به چسبندگی پایین هزینه‌ها منجر شود. اگر چه این رفتار، سود مورد انتظار آنها را کاهش خواهد داد، اما آن می‌تواند احتمال و میزان زیان‌های آتی برای تحقق تقاضای نامطلوب را کاهش دهد. بنابراین انتظار می‌رود برای شرکت‌هایی که اجتناب از عدم اطمینان بالا است، درجه چسبندگی هزینه‌ها پایین باشد (کیچینگ و همکاران، ۲۰۱۶).

از محور دوم، یعنی رفتار ایجاد امپراتوری مدیران، می‌توان چنین عنوان کرد که در فرهنگ‌هایی که اجتناب از عدم اطمینان بیشتر است، سعی می‌شود از پاداش مبتنی بر مشوق و انگیزه که وابسته به عملکرد فردی است استفاده نشود چرا که مزایای متغیر، بدلیل اینکه انگیزه‌های بیشتری برای ایجاد امپراتوری در مدیران به وجود می‌آورد، آنها را در معرض ریسک اضافی قرار می‌دهد (هریسون<sup>۲۱</sup>، ۱۹۹۳). در نتیجه، در فرهنگ اجتناب از عدم اطمینان، از پاداش مبتنی بر مشوق کمتری استفاده می‌شود (برایان و همکاران<sup>۲۲</sup>، ۲۰۱۵). این امر، رفتار ایجاد امپراتوری، که در آن مدیران

---

<sup>21</sup> Harrison

<sup>22</sup> Bryan et al



خواهان نگهداری منابع بلااستفاده در زمان کاهش فروش هستند را کاهش می‌دهد، از این‌رو، در فرهنگ‌هایی که اجتناب از عدم اطمینان بالا است چسبندگی هزینه پایین خواهد بود.

## ۲،۱،۲. فاصله قدرت

فاصله قدرت، میزان پذیرش اعضای جامعه از توزیع نابرابر قدرت در نهادها و سازمان‌ها را اندازه‌گیری می‌کند (هافستد<sup>۲۳</sup>، ۱۹۸۰). تاثیر فاصله قدرت بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها، عمدتاً از طریق رفتار ایجاد امپراتوری، ناشی از پاداش مبتنی بر مشوق و انگیزه عمل می‌کند. برتوسی و گریکامر<sup>۲۴</sup> (۲۰۰۴) دریافتند که در جوامع با فاصله قدرت بیشتر، پاداش مبتنی بر انگیزه، رایج‌تر است. استدلال آنها این بود که پاداش مبتنی بر انگیزه می‌تواند توسط مدیران قدرتمند، برای منافع خودشان مورد استفاده قرار گیرد. هر چه میزان پاداش مبتنی بر انگیزه، نسبت به پرداخت ثابت بیشتر باشد، انگیزه‌های ایجاد امپراتوری بیشتر خواهد بود (جنسن<sup>۲۵</sup>، ۱۹۸۶). در نتیجه، ایجاد امپراتوری، انگیزه‌هایی برای رشد شرکت بیش از اندازه مطلوب آن، جهت نگهداری منابع بلااستفاده برای منافع شخصی و پاداش مدیران فراهم می‌کند (ماسولیس و همکاران<sup>۲۶</sup>، ۲۰۰۷). بنابراین، مدیران در زمان کاهش فروش ممکن است برای منافع شخصی، منابع بلااستفاده و هزینه‌ها را کاهش ندهند که این امر می‌تواند به چسبندگی هزینه‌ها منجر شود. چون که چسبندگی هزینه‌ها، ناشی از تعدیل نامناسب هزینه‌ها در زمان کاهش فروش است (حاجیها و همکاران، ۱۳۹۸). از این‌رو، انگیزه‌های فرصت طلبانه و قدرت طلبانه مدیران ممکن است موجب عدم تقارن در هزینه‌های فروش و اداری (چسبندگی هزینه‌ها) شوند (فلاح‌شمس و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین، انتظار می‌رود انگیزه‌های ایجاد امپراتوری در فرهنگ‌های با فاصله قدرت زیاد، بیشتر باشد. از آنجا که انگیزه بیشتر ایجاد امپراتوری، به نوبه خود چسبندگی هزینه‌ها را افزایش می‌دهد (چن و همکاران<sup>۲۷</sup>، ۲۰۱۲)، انتظار می‌رود که در جوامع با فاصله قدرت زیاد، چسبندگی هزینه‌ها بیشتر باشد.

<sup>23</sup> Hofstede

<sup>24</sup> Tosi & Greckhamer

<sup>25</sup> Jensen

<sup>26</sup> Masulis et al

<sup>27</sup> Chen et al

### ۲،۱،۳. فرد گرایی

در جوامع فردگرا، روابط بین افراد ضعیف است، در حالی که در جوامع جمع گرا، افراد از بدو تولد به بعد در گروه‌های قوی و منسجم ادغام می‌شوند. با توجه به مطالعات اتزیونی<sup>۲۸</sup> (۱۹۷۵) انتظار می‌رود در شرکتی که ارزش‌های جمعی حاکم است، دخالت "اخلاق" بیشتری از مدیر شاهد باشیم و در مقابل، در جایی که ارزش‌های فردی حاکم است دخالت "محاسبه گرانه"<sup>۲۹</sup> بیشتری از مدیران انتظار داریم. این خودگرایی مدیران در جوامع فردگرا، نشان می‌دهد که آنها به احتمال زیاد، منافع خود را نسبت به منافع سهامداران و سایر ذینفعان در اولویت قرار خواهند داد. فردگرایی احتمالاً از دو طریق بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تاثیر می‌گذارد: (۱) هزینه‌های تعدیل مربوط به اخراج کارکنان و (۲) هزینه‌های نمایندگی مربوط به ایجاد امپراتوری. از یک طرف، مدیرانی که فردگراتر هستند، به سایر ذینفعان از جمله کارکنان اهمیت چندانی نمی‌دهند. بنابراین، آنها از اخراج افراد، کمتر احساس پشیمانی می‌کنند. بر این اساس، در زمان کاهش فروش و سطح فعالیت، مدیران می‌توانند با تعدیل کارکنان، هزینه‌ها را کاهش دهند که این موضوع می‌تواند چسبندگی هزینه‌ها را کاهش دهد. در حالی که در جوامع جمع‌گرا، روابط تا حد زیادی اهمیت دارد و از این جهت، تعدیل کارکنان به آسانی امکان‌پذیر نیست چرا که این موضوع می‌تواند موجب افزایش هزینه‌های روانی تعدیل شود که این می‌تواند به چسبندگی بیشتر هزینه‌ها منجر شود. از طرف دیگر، نتایج برخی پژوهش‌ها نشان داده است که شرکت‌ها در جوامع فردگراتر، از پاداش مبتنی برانگیزه و مشوق برای مدیران بیشتر استفاده می‌کنند (برایان و همکاران، ۲۰۱۵). در نتیجه، شرکت‌ها در جوامع بسیار فردگرا، بر پاداش‌های فردی تاکید دارند (توسی و گریکامر، ۲۰۰۴). از آنجا که، بنا به مسئله معروف نمایندگی، یعنی سالارسازی مدیریتی، مدیریت تمایل به رشد شرکت ماورای اندازه بهینه و نگهداری منابع بلااستفاده با هدف افزایش سودمندی فردی منجمله شأن و مقام، قدرت و جایگاه، پاداش و حقوق و دستمزد و شهرت و اعتبار دارد (چهارم‌حالی و زاهدی، ۱۳۹۶). این امر،

<sup>28</sup> Etzioni

<sup>29</sup> Calculative

هزینه‌های نمایندگی مربوط به ایجاد امپراتوری را افزایش می‌دهد و مدیران را به رشد شرکت به بیش از اندازه مطلوب آن ترغیب می‌کند و در نتیجه چسبندگی هزینه‌ها افزایش می‌یابد (کیچینگ و همکاران، ۲۰۱۶).

#### ۲،۱،۴. مرد گرایی

هافستد (۱۹۸۰) جوامع مردگرا را جوامعی توصیف می‌کند که در آنها نقش اجتماعی جنسیت به وضوح متمایز است. مردان معمولاً قاطع، سخت‌گیر و بر موفقیت مادی متمرکز هستند، در حالی که زنان بیشتر متواضع، مهربان و نگران کیفیت زندگی هستند. زن‌گرایی، بیانگر جوامعی است که در آن نقش اجتماعی جنسیت با هم تداخل دارند. چنین جوامعی، نسبت به جوامع مردگرا که ادعا کننده هستند، بیشتر پرورش‌دهنده می‌باشند. جوامع زن‌گرا تمایل دارند روابط خود را با مردم، مقدم بر پول قرار دهند و از این رو افراد در این جوامع بیشتر به دیگران، به ویژه به افراد ضعیف کمک می‌کنند (هافستد، ۱۹۸۰).

مردگرایی می‌تواند از دو طریق بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأثیرگذار باشد: (۱) هزینه‌های روانی (تعدیل و ۲) رفتار ایجاد امپراتوری. با توجه به محور اول، از آنجا که روابط برای مدیران در جوامع زن‌گرا نسبت به جوامع مردگرا بیشتر اهمیت دارد، این مدیران به دلیل هزینه‌های روانی ناشی از قطع روابط، تمایل بیشتری برای تأخیر در اخراج کارکنان خواهند داشت. از این رو، فرهنگ‌های زن‌گرا از جایگاه بالاتری در حفظ روابط برخوردار هستند. بنابراین، هزینه‌های روانی تعدیل مربوط به اخراج کارگران می‌تواند در جوامع زن‌گرا، تأثیر بیشتری داشته باشد. (همه‌خانی و همکاران، ۱۳۹۷). به این دلیل، در جوامع زن‌گرا تعدیل کارکنان آسان نخواهد بود و با توجه به این‌که، متغیر مهمی که بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأثیر می‌گذارد، هزینه تعدیل مربوط به اخراج کارکنان است (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳). بنابراین، انتظار می‌رود که در جوامع زن‌گرا، چسبندگی هزینه بیشتر و در جوامع مردگرا چسبندگی هزینه کمتر باشد.

از محور دوم، مدیران در جوامع مردگرا، از منافع مالی و غیرمالی ناشی از قرار گرفتن در موقعیت‌های سطوح عالی که قدرت بیشتری دارد، منافع شخصی به دست می‌آورند. به عبارت

دیگر، احتمالاً انگیزه‌های ایجاد امپراتوری بیشتری در جوامع مردگرا وجود دارد که منجر به چسبندگی بیشتر هزینه‌ها در این فرهنگ‌ها می‌شود (کیچینگ و همکاران، ۲۰۱۶).

### ۳. پیشینه تجربی پژوهش

لی و ژانگ<sup>۳۰</sup> (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان "تأثیر محیط اقتصاد کلان بر چسبندگی هزینه‌ها: شواهدی از چین" با استفاده از داده‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۹ شرکت‌های چینی انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌ها، روند نرخ رشد را نادیده گرفته و تعدیلات به موقع انجام نمی‌دهند، منابع بلااستفاده را حفظ می‌کنند و از کوچک سازی جلوگیری به عمل می‌آورند، که این موارد منجر به سطح بالای چسبندگی هزینه‌ها می‌گردد. از این رو، نتایج تجربی نشان داد که عوامل محیطی اقتصاد کلان می‌توانند چسبندگی هزینه‌ها را افزایش دهند.

هارتلیب و همکاران<sup>۳۱</sup> (الف ۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان "تأثیر اعتماد عمومی بر چسبندگی هزینه: شواهد بین کشوری" با استفاده از یک نمونه بین المللی از ۴۴ کشور انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که اعتماد عمومی، به طور معناداری چسبندگی هزینه را افزایش می‌دهد. در استدلال این نتیجه، چنین بیان شده است که مدیران در جوامع با اعتماد بیشتر، خوش‌بین‌تر و همچنین متعهد به روابط شغلی پایدار و طولانی مدت هستند.

هارتلیب و همکاران (ب ۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان "آیا سرمایه اجتماعی بر رفتار نامتقارن هزینه تأثیر دارد؟" انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد شرکت‌هایی که مقر اصلی آن‌ها در ایالت‌های با سرمایه اجتماعی بالا در ایالات متحده قرار دارد، رفتار نامتقارن هزینه‌ها به طور معناداری کم‌تر است. چرا که سرمایه اجتماعی، مانع مدیران از اتخاذ تصمیمات فرصت طلبانه تعدیل منابع که عاملی برای چسبندگی هزینه است، می‌شود.

چن و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر انتظارات مدیریتی بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها در زمینه هزینه‌های تعدیل منابع و محدودیت‌های منابع بلااستفاده پرداختند. نتایج این پژوهش با استفاده از

---

<sup>30</sup> Li & Zhang

<sup>31</sup> Hartlieb et al

داده‌های ایالات متحده طی سال‌های ۱۹۹۴ الی ۲۰۱۴ نشان داد هنگامی که هزینه‌های تعدیل و منابع بلااستفاده بالا است، تاثیر انتظارات مدیریتی بر عدم تقارن هزینه‌ها بیشتر است. برعکس، وقتی هر دو پایین است انتظارات مدیریتی، هیچ تأثیری بر میزان عدم تقارن هزینه‌ها ندارد.

کیچینگ و همکاران (۲۰۱۶) تحقیقی با عنوان " فرهنگ و چسبندگی هزینه: یک مطالعه بین کشوری" انجام دادند. با استفاده از نمونه‌ای متشکل از شرکت‌های ۳۹ کشور، نتایج تحقیق نشان می‌دهد در کشورهایی که مرد گرایی، اجتناب از عدم اطمینان و جهت‌گیری بلندمدت، بیشتر است، چسبندگی هزینه کمتر می‌باشد. این نتایج حاکی از این است که فرهنگ بر تصمیمات مدیریت منابع مدیران تاثیر می‌گذارد.

قدرتی زوارم و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان " بررسی وضعیت چسبندگی هزینه‌های اداری و عمومی در چرخه حیات " در ۱۶۷ شرکت عضو بورس اوراق بهادار تهران در فاصله سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۹ انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که بین چسبندگی هزینه‌ها و چرخه حیات شرکت رابطه معنی‌داری وجود دارد. به عبارت دیگر، چرخه حیات شرکت باعث کاهش چسبندگی هزینه در شرکت‌ها می‌شود.

رضازاده و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان " بررسی تأثیر عدم اطمینان متغیرهای کلان اقتصادی بر رفتار چسبندگی هزینه " در ۱۰۸ شرکت عضو بورس اوراق بهادار تهران در فاصله سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ انجام دادند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد معیارهای عدم اطمینان اقتصادی چون رشد تولید ناخالص ملی، نرخ تورم، نرخ ارز و نرخ بهره تأثیر مثبت و معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها دارند. بنابراین نتایج پژوهش گویای آن است که عدم اطمینان متغیرهای کلان اقتصادی موجب افزایش چسبندگی هزینه‌ها می‌شود.

فلاح شمس و همکاران (۱۳۹۹) تحقیقی با عنوان " سرمایه اجتماعی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها" با استفاده از اطلاعات ۷۳ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۸ انجام دادند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که سرمایه اجتماعی از طریق کاهش

انگیزه‌های فرصت طلبانه مدیران باعث کاهش رفتار نامتقارن هزینه‌ها می‌شود و در نتیجه چسبندگی هزینه‌ها در شرکت کاهش می‌یابد.

حاجیها و همکاران (۱۳۹۸) تحقیقی با عنوان "تأثیر نگرش کوتاه مدت مدیران در چسبندگی هزینه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران" با استفاده از ۹۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی ۱۳۹۳-۱۳۸۴ انجام دادند. براساس نتایج پژوهش، رابطه مدیریت سود بر مبنای اقلام واقعی با کاهش مخارج اختیاری و چسبندگی هزینه‌ها پذیرفته می‌شود. همچنین نتایج نشان داد که نگرش کوتاه مدت مدیران، ارتباط منفی و معناداری با چسبندگی هزینه دارد.

همه‌خانی و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان "تشخیص و تبیین تاثیرات موقعیت جغرافیایی و ریز فرهنگ‌ها بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران" با استفاده از ۱۰۴ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار طی دوره ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ انجام دادند. نتایج بیانگر آن است که بین موقعیت جغرافیایی شرکت‌ها و پدیده چسبندگی هزینه تاثیر معناداری وجود ندارد اما بین ریز فرهنگ‌ها و پدیده چسبندگی هزینه تاثیر معناداری وجود دارد، همچنین بین موقعیت جغرافیایی و ریز فرهنگ‌ها رابطه‌ای وجود ندارد.

چهارم‌حالی و زاهدی (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان "بررسی تأثیر بیش اعتمادی مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها" در ۱۵۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۲ انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هزینه‌های عملیاتی، چسبنده هستند. دیگر نتایج حاکی از تأثیر مستقیم معیارهای مختلف بیش اعتمادی مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها طی دوره پژوهش است.

#### ۴. فرضیه‌های پژوهش

براساس مبانی مطرح شده، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر تدوین شده است:  
فرضیه اول: بین اجتناب از عدم اطمینان و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین فاصله قدرت و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: بین فردگرایی و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین مردگرایی و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

#### ۵. روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع تحقیق‌های کاربردی و کمی است که از روش علمی ساخت و اثبات تجربی استفاده می‌کند و بر اساس فرضیه‌ها و طرح‌های پژوهش از قبل تعیین شده انجام می‌شود. همچنین طرح پژوهش آن از نوع شبه تجربی بوده که با استفاده از رویکرد پس رویدادی (بوسیله اطلاعات گذشته) انجام می‌گیرد. روش و ماهیت پژوهش این مطالعه از نوع همبستگی یا همخوانی است که برای کسب اطلاع از وجود رابطه بین متغیرها انجام می‌پذیرد. جهت جمع‌آوری اطلاعات لازم جهت تبیین موضوعی پژوهش، شیوه کتابخانه‌ای استفاده شده است. به منظور گردآوری اطلاعات مربوط به چسبندگی هزینه‌ها از جامعه آماری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به عناصر فرهنگی و کمی کردن آنها نیز از پرسشنامه استاندارد هافستد که حاوی ۲۵ سؤال است، استفاده شده است. در این پژوهش برای محاسبه متغیرهای تحقیق، نرم افزار اکسل و همچنین برای تحلیل آماری توصیفی و استنباطی، روش‌های کمی تجزیه از جمله روش تجزیه و تحلیل رگرسیون چندگانه با استفاده از نرم افزار ایویوز، بکار رفته است.

با توجه به قلمرو مکانی تحقیق، جامعه آماری شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که طی سال ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۸ سهام آنها در تالار اصلی یا بازار اول مبادله شود و در عین حال شرکت‌های عضو نمونه جامعه آماری، با در نظر گرفتن قلمرو مکانی و زمانی تحقیق، با توجه به معیارهای زیر انتخاب می‌شود:

۱- حداقل از ابتدای سال مالی ۱۳۸۹ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند؛

۲- شرکت‌های نمونه از شرکت‌های سرمایه‌گذاری و مالی (بانکها) نباشند؛

۳- شرکت‌های نمونه در طول سالهای ۱۳۸۸ لغایت ۱۳۹۸ دچار توقف نشده باشد تا قیمت سهام متعارف تلقی گردد؛

۴- شرکت‌هایی که پایان سال مالی آن‌ها ۲۹ اسفند باشد؛

۵- شرکت‌های نمونه در طول سالهای ۱۳۸۸ لغایت ۱۳۹۸، سال مالی شان تغییر نکرده باشد؛ و

۶- اطلاعات مورد نیاز پژوهش تا پایان سال مالی ۱۳۹۸ به بورس اوراق بهادار ارائه شده و در دسترس باشد.

پس از حذف شرکت‌های فاقد شرایط ذکرشده، ۱۶۷ شرکت برای انجام آزمون‌های آماری انتخاب شده است.

#### ۵.۱. رابطه رگرسیون تجربی پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش مبنی بر این که بین عناصر فرهنگی و چسبندگی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی رابطه معناداری وجود دارد از مدل رگرسیونی زیر که برگرفته از کیچینگ و همکاران (۲۰۱۶) می‌باشد، استفاده شده است.

$$\begin{aligned} \text{Log} (SG\&A_{it} / SG\&A_{it-1}) = \beta_0 + \beta_1 \text{Log} (Sale_{it} / Sale_{it-1}) + \beta_2 D.D_{it} + \beta_3 \text{Log} (Sale_{it} / \\ Sale_{it-1}) \times D.D_{it} + \beta_4 UAI_{it} + \beta_5 \text{Log} (Sale_{it} / Sale_{it-1}) \times D.D_{it} \times UAI_{it} + \beta_6 PDI_{it} + \beta_7 \text{Log} \\ (Sale_{it} / Sale_{it-1}) \times D.D_{it} \times PDI_{it} + \beta_8 IDV_{it} + \beta_9 \text{Log} (Sale_{it} / Sale_{it-1}) \times D.D_{it} \times IDV_{it} + \\ \beta_{10} MAS_{it} + \beta_{11} \text{Log} (Sale_{it} / Sale_{it-1}) \times D.D_{it} \times MAS_{it} + \beta_{12} Asset_{it} + \beta_{13} \text{Log} (Sale_{it} / \\ Sale_{it-1}) \times D.D_{it} \times Asset_{it} + \beta_{14} GDP_{it} + \beta_{15} \text{Log} (Sale_{it} / Sale_{it-1}) \times D.D_{it} \times GDP_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

رابطه (۱)

که در آن:

$SG\&A_{i,t}$  هزینه‌های فروش، اداری و عمومی سال جاری؛  $Sales_{i,t}$  فروش سال جاری؛  $DD_{i,t}$  متغیر ساختگی، اگر فروش در سال  $t$  کم‌تر از سال  $t-1$  باشد، برابر ۱ و در غیر این صورت، برابر صفر است؛  $UAI_{it}$  اجتناب از عدم اطمینان؛  $PDI_{it}$  فاصله قدرت؛  $IDV_{it}$  فردگرایی؛  $MAS_{it}$  مردگرایی؛  $ASSET_{i,t}$  شدت دارایی‌ها؛  $GDP_{i,t}$  رشد تولید ناخالص داخلی.



تمام تحلیل‌ها در این تحقیق تنها بر هزینه‌های فروش، اداری و عمومی متمرکز شده است چون که این طبقه هزینه‌ها به طور عمده در تحقیقات مرتبط به کار رفته است. از آنجا که رفتار نامتقارن هزینه ناشی از تصمیم‌گیری عملی و اختیاری است، تمرکز بر هزینه‌های غیر تولیدی که در آن اختیار مدیریت بالا است، امکان‌پذیر است (هافمن، ۲۰۱۷).

## ۵.۲. تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

۵.۲.۱. **متغیر وابسته:** چسبندگی هزینه که به این صورت تعیین خواهیم کرد، از آنجا که مقدار متغیر ساختگی  $DD_{i,t}$  در زمان افزایش فروش صفر است، بنابراین، ضریب  $\beta_1$  درصد افزایش در هزینه‌ها را در نتیجه ۱٪ افزایش در درآمد فروش نشان می‌دهد. همچنین، از آنجا که مقدار متغیر  $DD_{i,t}$  هنگامی که فروش کاهش می‌یابد، برابر ۱ است؛ بنابراین ضریب تاثیر  $\beta_2$  نشان‌دهنده میزان چسبندگی هزینه‌ها به ازای ۱٪ کاهش فروش و مجموع ضرایب  $\beta_1$  و  $\beta_2$  بیانگر میزان کاهش در هزینه‌ها در نتیجه ۱٪ کاهش در درآمد فروش است. برای اثبات رفتار نامتقارن هزینه‌ها باید  $\beta_1 + \beta_2$  کوچک‌تر از  $\beta_1$  باشد؛ بنابراین، رفتار نامتقارن هزینه‌ها زمانی اتفاق می‌افتد که ضریب تاثیر  $\beta_1$  مثبت و ضریب تاثیر  $\beta_2$  منفی باشد (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳؛ چن و همکاران، ۲۰۱۲؛ چونگ و همکاران، ۳، ۲۰۱۸؛ آقایی و حسنی، ۱۳۹۳).

۵.۲.۲. **متغیرهای مستقل:** عناصر فرهنگی شامل متغیرهایی به شرح زیر است و برای اندازه‌گیری آنها از پرسشنامه هافستد که شامل ۲۵ سوال است، استفاده خواهد شد (رضایی و گلباغی، ۱۳۹۲).

(۱) UAI: اجتناب از عدم اطمینان

امتیازات عبارات ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ را با یکدیگر جمع نموده و مجموع را بر عدد ۵ تقسیم می‌کنیم. اگر امتیاز به دست آمده بزرگ‌تر از ۳ باشد فرهنگ اجتناب از عدم اطمینان، کوچک‌تر از ۳ باشد فرهنگ ریسک‌پذیری و اگر عدد به دست آمده ۳ باشد یک حالت تعادل در بین این دو فرهنگ نمایان خواهد شد.

(۲) PDI: فاصله قدرت

<sup>32</sup> Cheung et al

امتیازات عبارات ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۲۵ را با یکدیگر جمع نموده و مجموع را تقسیم بر عدد ۶ می کنیم. اگر امتیاز حاصله بزرگتر از عدد ۳ باشد حکایت از آن خواهد داشت که توزیع قدرت در جامعه ناعادلانه است. اگر امتیاز کوچکتر از عدد ۳ باشد توزیع قدرت حالت عادلانه تری دارد و عدد ۳ حاکی از تعادل بین این دو حالت است.

۳) IDV: فردگرایی

امتیازات عبارات ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ را با یکدیگر جمع نموده و نتیجه حاصله را تقسیم بر عدد ۵ می کنیم. اگر امتیاز حاصله بزرگتر از ۳ باشد فرهنگ جمع گرایی، کوچکتر از ۳ باشد فرهنگ فرد گرایی و اگر عدد ۳ باشد یک حالت متعادل فرهنگی در این زمینه وجود دارد.

۴) MAS: مردگرایی

امتیازات عبارات ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹ را با هم جمع نموده و آن را تقسیم بر عدد ۹ می کنیم. اگر امتیاز به دست آمده بزرگتر از ۳ باشد فرهنگ مردگرایی، اگر کوچکتر از ۳ باشد فرهنگ زن گرایی و اگر عدد ۳ باشد یک حالت تعادل فرهنگی وجود دارد.

۳، ۲، ۵. متغیرهای کنترلی: همانطور که قبلاً بیان شد ارتباط بین عناصر فرهنگی و چسبندگی هزینه می تواند به وسیله انتظارات مدیریتی نسبت به تغییرات فروش های آتی، و یا هزینه های تعدیل منابع تحت تاثیر قرار گیرد. بنابراین نرخ رشد تولید ناخالص داخلی را به عنوان شاخصی برای انتظارات مدیریتی، شدت دارایی را به عنوان شاخصی برای هزینه های تعدیل منابع در نظر گرفتیم.  $GDP_{i,t}$  نرخ رشد تولید ناخالص داخلی، از آنجا که افزایش تولید ناخالص داخلی موجب افزایش خوش بینی مدیریتی در مورد فروش های آتی می گردد، انتظار می رود که مدیران به حفظ منابع بلااستفاده ترغیب شوند.  $ASSET_{i,t}$  شدت دارایی که از لگاریتم نسبت کل داراییها به فروش برای شرکت  $i$  در سال  $t$  محاسبه می شود (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳؛ چن و همکاران، ۲۰۱۲؛ چونگ و همکاران، ۲۰۱۸؛ علیمرادی و احمدی، ۱۳۹۲).

## ۶. یافته‌های پژوهش

### ۶.۱. آمار توصیفی

در جدول ۱، آمار توصیفی متغیرهای پژوهش به شرح زیر ارائه شده است، که شامل میانگین، میانه، بیشینه، کمینه، انحراف معیار است. نزدیک بودن مقادیر میانگین و میانه برای متغیرهای کمی این پژوهش، نشان می‌دهد که توزیع آنها نزدیک به توزیع نرمال است. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، میانگین متغیر لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل شرکت‌ها، تقریباً ۰/۰۸ می‌باشد که بیانگر افزایش فروش شرکت‌های مورد مطالعه نسبت به سال قبل می‌باشد. همچنین میانگین متغیر شدت دارایی شرکت‌های نمونه نشان می‌دهد که از ۱/۵۹۶۳۶۸ میلیون ریال دارایی برای حمایت از هر یک میلیون ریال درآمد فروش استفاده شده است.

#### جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
لگاریتم نسبت هزینه‌های عمومی، اداری و فروش امسال به سال قبل	۰/۰۸۰۲۴۶	۰/۰۷۶۹۳۰	۰/۸۵۳۳۷۰	-۰/۸۳۵۳۵۰	۰/۱۲۹۵۹۷
لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل	۰/۰۷۸۴۲۱	۰/۰۷۷۰۵۰	۰/۸۸۰۵۱۰	-۰/۸۱۰۳۸۰	۰/۱۴۰۱۲۰
شدت دارایی	۱/۵۹۶۳۶۸	۱/۲۶۷۱۵۲	۷۱/۳۶۸۲۴	۰/۱۴۹۷۳۰	۲/۲۸۲۵۷۴

### ۶.۲. آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر ارائه می‌شود:

جدول ۲. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش

نام متغیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره تی	سطح معنی داری
لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل	۰/۳۸۱۲۳۲	۰/۰۳۳۲۶۸	۱۱/۴۵۹۴۲	۰/۰۰۰۰
لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل × متغیر مصنوعی فروش	۱/۳۳۷۴۹۷	۱/۰۲۳۳۶۰	-۱/۳۰۶۹۶۶	۰/۱۹۱۴
اجتناب از عدم اطمینان	۰/۰۰۰۱۴۲	۰/۰۱۰۱۸۰	۰/۰۱۳۹۰۶	۰/۹۸۸۹
لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل × متغیر مصنوعی فروش × اجتناب از عدم اطمینان	۰/۰۷۸۲۸۰	۰/۱۶۵۵۷۶	۰/۴۷۲۷۷۴	۰/۶۳۶۴
فاصله قدرت	۰/۰۱۰۳۰۴	۰/۰۱۲۳۶۲	۰/۸۳۳۵۳۲	۰/۴۰۴۷
لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل × متغیر مصنوعی فروش × فاصله قدرت	۰/۳۴۳۳۲۴	۰/۲۰۷۷۷۸	۱/۶۵۲۳۵۶	۰/۰۹۸۷
فردگرایی	-۰/۰۰۲۵۳۱	۰/۰۰۹۳۷۵	-۰/۲۶۹۹۹۶	۰/۷۸۷۲
لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل × متغیر مصنوعی فروش × فردگرایی	-۰/۰۳۵۸۶۴	۰/۱۴۳۶۵۳	-۰/۲۴۹۶۵۷	۰/۸۰۲۹
مردگرایی	-۰/۰۰۲۹۴۸	۰/۰۰۷۳۴۸	-۰/۴۰۱۲۳۱	۰/۶۸۸۳
لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل × متغیر مصنوعی فروش × مردگرایی	۰/۰۸۰۹۲۲	۰/۱۴۲۹۴۲	۰/۵۶۶۱۱۷	۰/۵۷۱۴
شدت دارایی	-۰/۰۰۱۱۶۷	۰/۰۰۲۲۵۱	-۰/۵۱۸۱۳۱	۰/۶۰۴۴
لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل × متغیر مصنوعی فروش × شدت دارایی	-۰/۰۰۶۷۶۱	۰/۰۰۳۹۹۲	-۱/۶۹۳۸۷۴	۰/۰۹۰۵
نرخ رشد تولید ناخالص داخلی	-۰/۱۱۵۰۲۸	۰/۰۴۵۱۲۴	-۲/۵۴۹۱۲۴	۰/۰۱۰
لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل × متغیر مصنوعی فروش × نرخ رشد تولید ناخالص داخلی	-۰/۲۶۰۲۹۰	۰/۱۲۰۶۳۲	-۲/۱۵۱۶۲۸	۰/۰۳۰
مقدار ثابت	۰/۰۳۶۴۲۰	۰/۰۵۸۳۷۱	۰/۶۲۳۹۴۱	۰/۵۳۲۸
ضریب تعیین: ۰/۱۲۲۲۰۵	ضریب تعیین تعدیل شده: ۰/۱۱۴۲۴۰	آماره آزمون: ۱۵/۳۴۱۹۱	سطح معناداری: ۰/۰۰۰۰۰	آماره دوربین واتسون: ۲/۴۳۹۲۰۲

سطح معناداری برای تک تک متغیرها و هم‌چنین برای کل مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد محاسبه شده است. با توجه به ضریب تعیین تعدیل شده مدل برازش شده می‌توان ادعا کرد که ۱۲/۲۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته فرضیه پژوهش توسط متغیرهای مستقل و کنترل توضیح داده می‌شود. خود همبستگی نقض یکی از فرض‌های استاندارد الگوی رگرسیون است و از آماره دوربین-واتسون می‌توان جهت تعیین خود همبستگی در الگوی رگرسیون استفاده کرد. آماره دوربین-واتسون محاسبه شده (۲/۴۳۹) که بین ۱/۵-۲/۵ می‌باشد، بیان‌گر عدم وجود خود همبستگی بوده و استقلال باقی مانده‌های اجزای خطا را نشان می‌دهد.

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود ضریب لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل، مثبت بوده ولی ضریب لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل  $\times$  متغیر مصنوعی فروش، منفی است که بیانگر چسبندگی هزینه‌ها است. همچنین، سطح معنی‌داری آماره  $t$  برای متغیر لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل  $\times$  متغیر مصنوعی فروش  $\times$  اجتناب از عدم اطمینان، از سطح خطای قابل قبول ۵ درصد بیشتر است، بنابراین فرضیه اول پژوهش مبنی بر این که بین اجتناب از عدم اطمینان و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود دارد، پذیرفته نمی‌شود. در فرضیه دوم، رابطه بین فاصله قدرت و چسبندگی هزینه‌ها مورد بررسی قرار گرفت. جدول ۲ نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری آماره  $t$  برای متغیر لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل  $\times$  متغیر مصنوعی فروش  $\times$  فاصله قدرت از سطح خطای قابل قبول ۵ درصد بیشتر است، در نتیجه شواهدی برای تایید فرضیه دوم یافت نمی‌شود.

با توجه به جدول ۲، سطح معنی‌داری آماره  $t$  برای متغیر لگاریتم نسبت فروش امسال به سال قبل  $\times$  متغیر مصنوعی فروش  $\times$  فردگرایی، از سطح خطای قابل قبول ۵ درصد بیشتر است، بنابراین فرضیه سوم پژوهش مبنی بر این که بین فردگرایی و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود دارد، پذیرفته نمی‌شود. در فرضیه چهارم، رابطه بین مردگرایی و چسبندگی هزینه‌ها مورد بررسی قرار گرفت. جدول ۲ نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری آماره  $t$  برای متغیر لگاریتم نسبت فروش امسال

به سال قبل  $\times$  متغیر مصنوعی فروش  $\times$  فاصله قدرت از سطح خطای قابل قبول ۵ درصد بیشتر است، در نتیجه فرضیه چهارم تایید نمی‌شود.

#### ۷. بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش، رابطه بین عناصر فرهنگ سازمانی مدیران و رفتار هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را در چهار فرضیه مورد بررسی قرار دادیم.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش نشان می‌دهد که بین اجتناب از عدم اطمینان و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود ندارد. مدیران در جوامع با فرهنگ اجتناب از عدم اطمینان، تاکید کمتری بر سیگنال‌های تقاضای آینده قائل هستند که به طور ذاتی غیرقابل اطمینان است و بیشتر بر سیگنال‌های موجود مشاهده شده تقاضا تاکید دارند. در حالی که با توجه به نتیجه حاصل و عدم وجود رابطه بین اجتناب از عدم اطمینان و چسبندگی هزینه‌ها، می‌توان چنین عنوان کرد که مدیران در ایران احتمالاً به انتظارات فروش کوتاه مدت، در کنار پیش‌بینی‌های طولانی مدت فروش در آینده، توجه دارند و یا ویژگی‌های فردی دیگری نیز از جمله خوش‌بینی مدیران در تصمیمات آنها موثر است.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش نشان می‌دهد که بین فاصله قدرت و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود ندارد. تاثیر فاصله قدرت بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها، عمدتاً از طریق رفتار ایجاد امپراتوری، ناشی از پاداش مبتنی بر مشوق و انگیزه عمل می‌کند. چرا که پاداش مبتنی بر انگیزه می‌تواند توسط مدیران قدرتمند، برای منافع خودشان مورد استفاده قرار گیرد. از این رو، با توجه به نتیجه حاصل می‌توان چنین استنباط کرد که در ایران احتمالاً علاوه بر پاداش مبتنی بر انگیزه، پرداخت ثابت نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم و چهارم پژوهش نشان می‌دهد که بین فردگرایی، مردگرایی و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود ندارد. بر اساس مبانی نظری پژوهش، مدیرانی که فردگراتر هستند، به سایر ذینفعان از جمله کارکنان اهمیت چندانی نمی‌دهند. همچنین، از آنجا که روابط برای مدیران در جوامع زن‌گرا نسبت به جوامع مردگرا بیشتر اهمیت دارد، این مدیران به

دلیل هزینه‌های روانی ناشی از قطع روابط، تمایل بیشتری برای تأخیر در اخراج کارکنان خواهند داشت. بنابراین، آنها از اخراج افراد، کمتر احساس پشیمانی می‌کنند. اما با توجه به نتایج بدست آمده می‌توان عنوان کرد که برای تصمیم‌گیری در مورد هزینه‌های تعدیل از جمله اخراج کارکنان، به دلیل تبعات اجتماعی و سیاسی چنین تصمیمات، همچنین حمایت‌های قانونی و صنفی از کارکنان، احتمالاً نقش عناصر فرهنگی مدیران در چنین تصمیم‌گیری‌ها کم‌رنگ می‌باشد.

به طور کلی، نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین عناصر فرهنگ سازمانی مدیران و چسبندگی هزینه‌ها رابطه معناداری وجود ندارد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش کیچینگ و همکاران (۲۰۱۶) مطابقت ندارد؛ و با توجه به اینکه در داخل کشور هیچ‌گونه پژوهشی در مورد ارتباط بین متغیرها انجام نشده است، مقایسه نتایج پژوهش در داخل کشور امکان‌پذیر نمی‌باشد.

از آنجا که در این مطالعه، چسبندگی هزینه‌های اداری عمومی و فروش همانند سایر تحقیقات مورد تایید قرار گرفت، به مدیران پیشنهاد می‌شود به منظور ممانعت از کاهش بیش از حد سود شرکت‌ها در هنگام کاهش مقدار فروش، تلاش نمایند تا رویه‌های مختلفی را که موجب کاهش چسبندگی هزینه‌ها می‌گردد به کار گیرند. همچنین، با توجه به نتایج فرضیه‌های تحقیق به استفاده‌کنندگان گزارش‌های مالی پیشنهاد می‌شود در فرآیند ارزیابی مدیران، عدم کاهش هزینه‌ها (چسبندگی هزینه‌ها) در هنگام افت فروش را به عنوان نشانه‌ای از عناصر فرهنگی مدیریت تلقی نکنند، چرا که چسبندگی هزینه تحت تاثیر عناصر فرهنگی مدیران نیست. در نتیجه، توجه به سایر ویژگی‌های فردی مدیران از جمله دانش، تخصص و تجربه می‌تواند اثربخش باشد. در نهایت، با توجه به عدم تایید ارتباط بین عناصر فرهنگ سازمانی مدیران و چسبندگی هزینه‌ها، به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌گردد که بر نقش‌آفرینی ویژگی‌های فرهنگی مدیران در قبال تصمیمات مربوط به مدیریت هزینه‌ها، اتکا نکنند و معیارهای دیگری غیر از ویژگی‌های فردی مدیران، از جمله عوامل اجتماعی و سیاسی را مدنظر قرار دهند.

افزون بر این، پیشنهاد می‌شود، در پژوهش‌های آتی، موضوع این پژوهش را جهت بررسی رفتار هر یک از اجزای هزینه‌های اداری، عمومی و فروش و همچنین بهای تمام شده کالای فروش رفته بررسی نمود. از آنجا که رفتار مدیران در مواجهه با سود یا زیان متفاوت است، پیشنهاد می‌شود موضوع این پژوهش برای شرکتهای سودآور و زیان‌ده بورس اوراق بهادار تهران به صورت جداگانه بررسی شود.

در این پژوهش اگر چه برخی از عوامل مؤثر بر چسبندگی هزینه‌ها بر اساس ادبیات پیشین کنترل شده است، اما امکان دارد که تمام عوامل تعیین‌کننده کنترل نشده باشد. همچنین، محدودیت دسترسی به اطلاعات مالی شرکت‌ها موجب گردید تا برای انجام تحقیق از شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران استفاده گردد. لذا، نتایج تحقیق در مورد سایر شرکت‌ها قابل تعمیم نخواهد بود.

## منابع

- آقایی، محمدعلی؛ حسنی، حسن. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر انگیزه‌های شخصی مدیران و متغیرهای حاکمیت شرکتی بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش‌های حسابداری مالی*. ۶ (۴). ۱۰۹-۱۲۸.
- بهار مقدم، مهدی؛ خادمی، ساسان. (۱۳۹۵). بررسی چسبندگی هزینه‌ها در دوره‌های رونق و رکود اقتصادی. *حسابداری مدیریت*. ۹ (۳۰). ۶۷-۸۶.
- چهار محالی، علی‌اکبر؛ زاهدی، جواد. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر بیش اعتمادی مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*. ۶ (۳۲). ۳۱-۴۵.
- حاجیها، زهره، قادری، کاوه؛ قادری، صلاح‌الدین. (۱۳۹۸). تأثیر نگرش کوتاه مدت مدیران در چسبندگی هزینه‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مدیریت دارایی و تأمین مالی*. ۷ (۳). ۲۷-۴۴.



حاجیها، زهره؛ سلطانی، مریم. (۱۳۹۳). نگرشی بر ابعاد فرهنگی حسابداری. پژوهش حسابداری. ۸۳-۱۰۸. (۴)۴.

رضازاده، بهزاد؛ خواجهی، شکراله؛ صالحی، اله کرم. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر عدم اطمینان متغیرهای کلان اقتصادی بر رفتار چسبندگی هزینه. پژوهش‌های مالی و رفتاری در حسابداری. ۱(۱). ۶۸-۸۶.

رضایی، فرزین؛ گلباغی، کاظم. (۱۳۹۲). رابطه بین ابعاد فرهنگی مدیران و سیاست تقسیم سود از منظر نمایندگی. مجله مدیریت فرهنگی. ۷(۲۱). ۹۵-۱۱۵.

صفرزاده، محمدحسین؛ اناری، حامد. (۱۳۹۸). ارتباط بازار رقابتی با رفتار چسبنده هزینه‌ها و راهبری شرکتی. پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی. ۸(۱۴). ۱۱۹-۱۴۶.

علیمرادی، محمد؛ احمدی، سعیدعلی. (۱۳۹۲). حاکمیت شرکتی و رفتار نامتقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. حسابداری مالی. ۵(۱۹). ۱۷۶-۱۶۲.

فلاح‌شمس، میرفیض؛ اسکندری، بهمن؛ عزیزی، فرهاد؛ نوروزی، محمد. (۱۳۹۹). سرمایه اجتماعی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها. مدیریت سرمایه اجتماعی. ۷(۳). ۲۹۷-۳۱۷.

قدرتی زوارم، عباس؛ نوروزی، محمد؛ باقری ایرج، الهام؛ نصیری، داریوش. (۱۴۰۱). بررسی وضعیت چسبندگی هزینه‌های اداری و عمومی در چرخه حیات. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری. ۶(۸۴). ۹۱۹-۹۳۸.

مدرس، احمد؛ دیانتی دیلمی، زهرا. (۱۳۸۳). رابطه فرهنگ و حسابداری. حسابرس. ۶(۲۶). ۳۴-۴۳.

هاشمی، سید عباس؛ اصغری، مریم؛ صدری‌زاده، سحر. (۱۳۹۷). تأثیر توانایی مدیریت و رقابت در بازار محصول بر چسبندگی هزینه‌ها. مطالعات حسابداری و حسابرسی. ۷(۲۶). ۳۱-۴۴.

همه‌خانی، صادق؛ وکیلی فرد، حمیدرضا؛ رویائی، رمضانعلی؛ طالب‌نیا، قدرت‌اله. (۱۳۹۷). تشخیص و تبیین تاثیرات "موقعیت جغرافیائی و ریز فرهنگ‌ها" بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*. ۷ (۲۷). ۳۹-۴۹.

- Anderson, M., R. Banker, and S. Janakiraman. 2003. "Are Selling, General, and Administrative Costs 'Sticky'?" *Journal of Accounting Research* 41 (1): 47-63.
- Banker, R. D., and D. Byzalov, 2014, Asymmetric cost behaviour, *Journal of Management Accounting Research* 26(2), 43-79.
- Banker, R. D., D. Byzalov, and L. Threinen. 2013. Determinants of International Differences in Asymmetric Cost Behavior. Working paper. Philadelphia: Temple University.
- Banker, R.D., Fang, S. and Mehta, M. 2013, "Cost behavior during the world economic crisis," working paper, Temple University, Philadelphia.
- Bryan, S., R. Nash, and A. Patel, 2015, National culture and executive compensation, Working paper, Wake Forest University, NC. (Available at <https://www.Science direct.com/ science/article/abs/pii/ S092911 99150006 93>)
- Calleja, K., M. Steliaros, and D. Thomas. 2006. A Note on Cost Stickiness: Some International Comparisons. *Management Accounting Research* 17 (2): 127-140.
- Chen, C. X., H. Lu, and T. Sougiannis. 2012. "The Agency Problem, Corporate Governance, and the Asymmetrical Behavior of Selling, General, and Administrative Costs." *Contemporary Accounting Research* 29 (1): 252-282.
- Chen, J. V., I. Kama, and R. Lehavy, 2019, A contextual analysis of the impact of managerial expectations on asymmetric cost behaviour, *Review of Accounting Studies* 24(2), 665-693.
- Chen, Y., & Ma, Y. 2021. Financing constraints, internal control quality and cost stickiness. *Journal of Business Economics and Management*, 22(5), 1231-1251. <https://doi.org/10.3846/jbem.2021.14878>
- Cheung, J., Kim, H., Kim, S & Rong Huang. 2018. Is the asymmetric cost behavior affected by competition factors? *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 25:1-2, 218-234.
- Chung, Ch. Y., S. Hur, Ch. Liu. 2019. Institutional investors and cost stickiness: Theory and evidence. *The North American Journal of Economics and Finance* 47, 336-350.
- Hartlieb, S., Loy, T.R. & Eierle, B. 2020a. The effect of generalized trust on cost stickiness: cross-country evidence. *The International Journal of Accounting*, 55(4), 2050018. <https://doi.org/10.1142/ S1094406020500183>

- Hartlieb, Sven, Thomas R. Loy, Brigitte Eierle .2020b. Does community social capital affect asymmetric cost behaviour? *Management Accounting Research* 46, 1-15.
- He, D., J. Teruya, and T. Shimizu. 2010. Sticky Selling, General, and Administrative Cost Behavior and its Changes in Japan. *Global Journal of Business Research (GJBR)* 4 (4): 1-10.
- Hoffmann, Kira. 2017. Cost Behavior: An Empirical Analysis of Determinants and Consequences of Asymmetries. Doctoral School of Business and Management. PhD Series. [www.cbs.dk](http://www.cbs.dk)
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Holzacker, M., R. Krishnan, and M. Mahlendorf. 2015. The Impact of Changes in Regulation on Cost Behavior. *Contemporary Accounting Research* 32 (2): 534-566.
- Jensen, M. C., 1986, Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers, *American Economic Review* 76(2), 323–329.
- Kitching, K., R. Mashruwala, and M. Pevzner. 2016. Culture and Cost Stickiness: A Cross-Country Study. *The International Journal of Accounting* 51 (3): 402-417.
- Li, T., Zhang, Z. 2021. The Impact of Macroeconomic Environment on Cost Stickiness: Evidence from China, *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 190, 209-212.
- Masulis, R. W., C. Wang, and F. Xie. 2007. Corporate Governance and Acquirer Returns. *The Journal of Finance* 62 (4): 1851–1889.
- Tosi, H. L., & Greckhamer, T. 2004. Culture and CEO compensation. *Organization Science*, 15(6), 657–670.
- Weidenmier, M., and C. Subramaniam. 2016. Additional Evidence on the Sticky Behavior of Costs. In *Advances in Management Accounting*, eds. M. Epstein, and M. Malina, 275-305. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.