



تأثیر عوامل ناشی از ساختار سیاسی - اقتصادی کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها

زهرا هاشمی پور نصری^۱

فردین منصوری^۲

رضا غلامی جمکرانی^۳

مژگان صفا^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۲۷

چکیده

با وجود خصوصی سازی‌های انجام شده در دهه‌های اخیر، دولت هنوز سهام بسیاری از شرکتها را در اختیار دارد و یکی از مولفه‌های مهم اقتصاد کشور میباشد. هدف تحقیق بررسی انتخابات سیاسی کشور، ساختار مالکیت دولتی، رشد تولید ناخالص داخلی، ارتباطات سیاسی و میزان تورم حاکم بر کشور بر چسبندگی هزینه در شرکت‌های ایرانی می‌باشد. برای انجام این تحقیق در ابتدا با استفاده از مصاحبه خبرگان و شاخص لاوشه متغیرها و عوامل تأثیرگذار بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها شناسایی و سپس متغیرهای شناسایی شده اندازه‌گیری گردید و در نهایت نمونه‌ای از ۱۰۲ شرکت از شرکت‌های بازار سرمایه ایران انتخاب و با استفاده از اطلاعات این شرکت‌ها، فرضیات پژوهش مورد آزمون‌های آماری قرار گرفت. نتایج حاصل شده از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داد که انتخابات سیاسی کشور، ساختار مالکیت دولتی، رشد تولید ناخالص داخلی، ارتباطات سیاسی و میزان تورم حاکم بر کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها تأثیرگذار می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: انتخابات سیاسی، ساختار مالکیت، ارتباط سیاسی، چسبندگی هزینه‌ها.

۱- گروه حسابداری و مالی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. z_nasri@ymail.com

۲- گروه حسابداری، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران، نویسنده مسئول. f.mansouri@acc.usb.ac.ir

۳- گروه حسابداری و مالی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. gholami@qom-iau.ac.ir

۴- گروه حسابداری و مالی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. Mozghan_safa@yahoo.com



۱- مقدمه

شرکت‌ها و واحدهای تجاری جهت دستیابی به موفقیت و کسب سود بیشتر نیازمند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی مدیران هستند، مدیران برای برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی آینده، به اطلاعات متکی هستند و هر چه اطلاعات دقیق‌تر باشد انحرافات کمتر و بودجه‌بندی و برنامه‌ریزی آتی دقیق‌تر خواهد بود. یکی از مهمترین اطلاعات مؤثر در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی، هزینه و رفتار هزینه می‌باشد. با توجه به یکی از مفروضات اولیه حسابداری مدیریت تغییر هزینه‌ها رابطه‌ای متناسب با افزایش و کاهش سطح فعالیت دارد در حالی که با توجه به تحقیقات انجام شده در سال‌های اخیر بحث چسبندگی هزینه‌ها مطرح شده است بدین معنا که میزان افزایش در هزینه‌ها با افزایش در سطح فعالیت بیشتر از میزان کاهش در هزینه‌ها به ازای همان میزان کاهش در سطح فعالیت می‌باشد (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹).

بحث چسبندگی هزینه‌ها توسط آندرسون، بنکر^۲ و جاناکیرامان^۳ در ابتدا در سال با مقاله‌ای تحت عنوان بررسی چسبندگی بودن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در سال ۲۰۰۳ مطرح شد. در این مقاله مدل اصلی بررسی چسبندگی هزینه‌ها ارائه شد که در مقالات بعدی مورد استفاده دیگر محققان قرار گرفت. شواهد تجربی حاصل از این تحقیقات نشان می‌دهد که سرعت افزایش در برخی از هزینه‌ها در هنگام افزایش سطح فروش، بیشتر از سرعت کاهش در سطح هزینه‌ها در هنگام کاهش سطح فروش است (چن و همکاران، ۲۰۱۹).

درک عوامل تأثیرگذار بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها اهمیت بسیاری دارد. ساختار سیاسی-اقتصادی کشور از عواملی است که بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد. اصطلاح ساختار سیاسی-اقتصادی به منظور بیان روابط نزدیک بین دولت و واحدهای تجاری استفاده می‌شود. در جوامعی که بین دولت و واحدهای تجاری ارتباطات نزدیک وجود داشته باشد، از پیوند میان سیاست و کسب‌وکار پدیده‌ای به وجود می‌آید که «اقتصاد رفاقتی» نامیده می‌شود. در این شرایط، شرکت‌ها از ساختار سیاسی-اقتصادی با دولت به عنوان مزیت رقابتی استفاده می‌کنند و در سایه حمایت سیاسی دولت، عملکرد شرکت را با کانال‌های مختلفی، همچون تسهیل دسترسی به وام‌های بانکی با هزینه کمتر و تأمین مواد اولیه با شرایط آسان‌تر، مقررات آسان و پرداخت مالیات کمتر، بهبود می‌بخشند.

بنابراین در این تحقیق به تأثیر عوامل ناشی از ساختار سیاسی-اقتصادی کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها پرداخته شده است. این پژوهش با طرح مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های مرتبط با موضوع و همچنین تبیین روش پژوهش و فرضیه‌های برگرفته از مسئله و مبانی نظری پژوهش ادامه یافته و سپس به تشریح نتایج آزمون فرضیه‌ها پرداخته شد و در نهایت نتیجه‌گیری و پیشنهادها بیان شده است.

1 Jidong Zhang, Meiqun Yin, Jing Han, Rajarshi Aroskar

2 - Banker

3- Janakiraman

4 Chun Cai, Qianwen Zheng, Lei Zhu

۲- چارچوب نظری پژوهش

هدف از تحقیق حاضر بررسی تجربی و تعیین عوامل مؤثر بر چسبندگی هزینه در ارتباط با شرکت‌های فعال در بازار سرمایه ایران است. چسبندگی هزینه به عنوان عدم تقارن و عدم تناسب میان هزینه‌های شرکت و درآمد شرکت تعریف می‌شود (لارکر و همکاران، ۲۰۰۷). رفتار نامتقارن هزینه‌ها (عدم تقارن در رفتار هزینه‌ها) هنگامی رخ می‌دهد که میزان کاهش هزینه‌های شرکت، از میزان کاهش درآمد شرکت کمتر باشد (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳؛ بالاکریشنن و همکاران، ۲۰۰۹). تحقیقات قبلی انجام شده در حوزه چسبندگی هزینه به شناسایی عواملی همچون: خوش‌بینی مدیریت، ویژگی‌های شرکت و سایر عوامل درون سازمانی بر چسبندگی هزینه انجامیده است (بنکر و همکاران، ۲۰۱۱؛ اندرسون و همکاران، ۲۰۱۲، کردستانی و همکاران، ۱۳۹۱). همچنین در ایران به عواملی همچون سود پیش‌بینی شده، تصمیمات سنجیده مدیران، راهبری شرکتی، خطای پیش‌بینی سود، پایداری سود، محدودیت مالی و محافظه‌کاری پرداخته‌اند، و به نقش عوامل ناشی از ساختار سیاسی-اقتصادی کشور در ارتباط با چسبندگی هزینه‌ها توجهی نکرده‌اند. موضوع چسبندگی هزینه‌ها دارای اهمیت فراوانی در تجزیه و تحلیل‌های مالی (به ویژه تجزیه و تحلیل هزینه، حجم فعالیت و سود)، می‌باشد و می‌تواند پیش‌فرض‌های این قبیل تحلیل‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین به منظور انجام درست تحلیل مالی، ضرورت دارد تا عوامل مؤثر بر چسبندگی هزینه‌ها مورد شناسایی قرار گیرد.

یکی از مفروضات اولیه حسابداری مدیریت بیانگر آن است که تغییرات هزینه‌ها رابطه‌ای متناسب با افزایش و کاهش سطح فعالیت دارد. اما به تازگی این فرض با مطرح شدن بحث چسبندگی هزینه‌ها توسط اندرسون و همکارانش مورد بحث قرار گرفته است؛ به این معنا که میزان افزایش در هزینه‌ها با افزایش در سطح فعالیت بیشتر از میزان کاهش در هزینه‌ها در ازای همان میزان کاهش در سطح فعالیت است (اسماعیل زاده و همکاران، ۱۳۹۳). شناخت رفتار هزینه، یکی از مباحث مهم حسابداری بهای تمام شده و حسابداری مدیریت است. در مدل سنتی، رفتار هزینه‌ها متناسب با تغییر محرک هزینه تغییر می‌کند؛ یعنی میزان تغییر در هزینه‌ها به میزان تغییر در سطح فعالیت بستگی دارد و جهت تغییرات (افزایش و کاهش) در حجم فعالیت، تأثیری روی بزرگی تغییرات در هزینه‌ها ندارد (خدادادی و همکاران، ۱۳۹۹). چسبندگی هزینه‌ها، یکی از ویژگی‌های رفتاری نسبت به تغییرات سطح فعالیت است و بیانگر آن است که بزرگی افزایش در هزینه‌ها هنگام افزایش در سطح فعالیت، بیشتر از بزرگی کاهش هزینه‌ها در هنگام کاهش در سطح فعالیت است. برای مثال هزینه‌ها به نسبت افزایش در سطح فروش افزایش پیدا می‌کنند، اما به نسبت کاهش در سطح فروش کاهش پیدا نمی‌کنند، به این رفتار نامتقارن هزینه‌ها، چسبندگی هزینه یا هزینه‌های چسبنده گفته می‌شود (جامعی و همکاران، ۱۳۹۷).

رفتار نامتقارن هزینه‌ها (عدم تقارن در رفتار هزینه‌ها) هنگامی رخ می‌دهد که میزان تغییر در هزینه‌های شرکت با میزان تغییر در درآمد شرکت برابر نباشد (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳؛ بالاکریشنن و همکاران، ۲۰۰۴). چسبندگی هزینه نتیجه‌ی رفتار و تصمیم‌گیری مدیریت شرکت و همچنین نتیجه پیش‌بینی

مدیریت در خصوص آینده است. در شرایطی که مدیران کاهش فروش را موقتی تلقی می‌کنند و انتظار بازگشت فروش به سطح قبلی را دارند، ترجیح می‌دهند بسیاری از هزینه‌های خود را حذف نکنند زیرا حذف این هزینه‌ها در زمان کنونی و تحمل آنها در آینده موجب کاهش سودآوری و ارزش شرکت می‌شود. علاوه بر این اگر مدیران منابع مرتبط با فعالیت‌های عملیاتی را متناسب با فروش، کاهش دهند، تحصیل و آماده‌سازی مجدد منابع در آینده نیازمند زمان است. بنابراین چنانچه منابع و در نتیجه هزینه‌ها متناسب با کاهش فروش کاهش یابد، شرکت فرصت‌های توسعه فروش خود را از دست می‌دهد (کردستانی و مرتضوی، ۱۳۹۱). چسبندگی هزینه، نتیجه تصمیمات مدیریت در زمینه مصرف منابع در بنگاه اقتصادی می‌باشد. تصمیمات مدیریت در زمینه مصرف منابع می‌تواند تحت تأثیر عوامل کلان اقتصادی و سیاسی کشور قرار گیرد (بنکر، ۲۰۱۱؛ اندرسون، ۲۰۰۳). بعنوان مثال در شرایط تورمی که انتظار وقوع افزایش در نهاده‌های تولید وجود دارد، که این موضوع می‌تواند بر تصمیمات مدیریت در زمینه میزان مصرف منابع مؤثر باشد. همچنین انتخابات سیاسی کشور، که روابط سیاسی و اقتصادی کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد، ممکن است تصمیمات مدیریت در زمینه مصرف منابع را تحت تأثیر قرار دهد (ابراهیم، ۲۰۱۵). علاوه بر عوامل سیاسی، تصمیمات مدیریت در زمینه مصرف منابع می‌تواند تحت تأثیر عوامل اقتصادی نظیر، تولید ناخالص داخلی نیز قرار گیرد (دایرنگ، ۲۰۱۲). با توجه به مطالب فوق پیرامون ارتباط میان تصمیمات مدیریت در زمینه مصرف منابع، با عوامل اقتصادی و سیاسی، استدلال نظری تحقیق حاضر این است که چسبندگی هزینه، می‌تواند تحت تأثیر عوامل اقتصادی و سیاسی قرار گیرد. با توجه به استدلال فوق، پرسش پژوهشی تحقیق حاضر این است که آیا به لحاظ تجربی چسبندگی هزینه‌های شرکت تحت تأثیر ساختار سیاسی-اقتصادی کشور قرار می‌گیرد یا خیر. بنابراین در این تحقیق به دنبال شناسایی تأثیر عوامل ناشی از ساختار سیاسی-اقتصادی کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها می‌باشد.

۳- پیشینه پژوهش

هی و همکاران^۱ (۲۰۱۰) به سنجش شدت چسبندگی هزینه‌ها در بین شرکت‌های ژاپنی در خلال سال‌های ۱۹۷۵ تا ۲۰۰۰ پرداختند. آنان دریافته‌اند که چسبندگی هزینه‌ها با تغییرات موقت در فروش تغییر نمی‌کند و این ویژگی را به ارزیابی و پیش‌بینی مدیریت از شرایط اقتصادی در آینده نسبت دادند. آنان برای سنجش شرایط اقتصادی بر چسبندگی هزینه‌ها، داده‌های خود را به دو بخش سال‌های قبل و بعد از سال ۱۹۹۰ (سال سقوط بازار سهام) تقسیم کردند و دریافته‌اند که در شرایط رونق اقتصادی، چسبندگی هزینه‌ها، بسیار شدیدتر از شرایط رکود اقتصادی است

1 He, D., Teruya, J., & Shimizu

بنکر و همکاران^۱ (۲۰۱۱) با بررسی رابطه خوش‌بینی مدیریت و رفتار هزینه‌ها نشان دادند، در صورت افزایش (کاهش) فروش، هر چه خوش‌بینی (بدبینی) مدیریت بیشتر باشد، میزان افزایش (کاهش) هزینه‌ها بیشتر می‌شود و به هنگام افزایش فروش، هر چه پیش‌بینی تحلیلی‌گران از فروش آتی بیشتر باشد، تعدیلات افزایشی هزینه‌ها بیشتر می‌شود.

اندرسون و همکاران^۲ (۲۰۱۲) در تحقیقی به بررسی رابطه میان رشد اقتصادی، میزان دارایی‌ها و تعداد کارکنان با چسبندگی هزینه‌های توزیع و فروش پرداختند و به این نتیجه رسیدند که چسبندگی هزینه‌های توزیع و فروش با افزایش رشد اقتصادی، ارزش دفتری مجموع دارایی‌ها و تعداد کارکنان افزایش می‌یابد.

کیچینگ و همکاران^۳ (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان فرهنگ و چسبندگی هزینه: یک مطالعه متقابل کشور که در این مطالعه، تأثیر فرهنگ ملی را در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی از طریق لنز چسبندگی هزینه بررسی نموده‌اند. در چسبندگی هزینه با استفاده از نمونه بنگاه‌ها از ۳۹ کشور، متوجه شدند که چسبندگی هزینه در کشورهای که اجتناب از عدم اطمینان، مردانگی و گرایش بلندمدت دارند، کمتر است. یافته‌های آنها از این گزاره پشتیبانی می‌کند که فرهنگ بر تصمیمات مدیریت منابع، اتخاذ شده توسط مدیران تأثیر می‌گذارد و در انجام این کار، مطالعه آنها در درک تفاوت‌ها نقش بسزایی دارد.

هاگا و همکاران^۴ (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان رفتار هزینه‌ها در مورد کاهش نرخ مالیات شرکت‌ها که در این مطالعه، به بررسی رفتار هزینه شرکت‌ها در کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه قبل از کاهش نرخ مالیات شرکت‌ها پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که شرکت‌ها قبل از کاهش نرخ مالیات، رفتارهای کاهش هزینه، عمومی و اداری را انجام می‌دهند و این میزان متناسب با میزان کاهش نرخ مالیات است. علاوه بر این، آنها شواهد قوی‌تر از این شکل از مدیریت درآمد ناشی از مالیات را در رعایت مالیات پایین‌تر و اقلام قانون، و همچنین برای شرکت‌های خصوصی می‌دانند.

کولینگ تانگ^۵ (۲۰۲۰) به چسبندگی هزینه‌ها، زیان‌های آینده شرکت‌ها و هزینه‌های حساسی پرداخت. مطالعه آنان نشان داد که هر چقدر چسبندگی هزینه بنگاه اقتصادی بیشتر باشد، احتمال اینکه شرکت در آینده متحمل زیان شود، بیشتر خواهد شد. با افزایش چسبندگی هزینه شرکت، هزینه‌های حساسی افزایش می‌یابد. تحقیقات بیشتر نشان می‌دهد که در مقایسه با شرکت‌های غیر دولتی، چسبندگی هزینه شرکت‌های دولتی تأثیر کمتری در احتمال زیان آینده شرکت دارد.

کردستانی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیق خود به بررسی رابطه میان تصمیمات سنجیده مدیران و چسبندگی هزینه در بازار سرمایه ایران پرداختند و به این نتیجه رسیدند که خوش‌بینی مدیریت در ارتباط با

1 Banker

2 Anderson M, Banker R, Huang R, Janakiraman

3 Karen Kitching

4 Haga J., Ittonen K., Per C. Tronnes

5 Qiuling Tang

فروش آتی چسبندگی بهای تمام شده کالای فروش رفته را کاهش می‌دهد اما با چسبندگی هزینه‌های توزیع و فروش دارای رابطه‌ای مستقیم می‌باشد.

نوده فراهانی (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان تأثیر هزینه نمایندگی و پاداش مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها بیان می‌دارد که هزینه‌های نمایندگی و پاداش مدیران ارشد عاملی تأثیرگذار بر چسبندگی هزینه‌ها می‌باشند. سپاسی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود به آزمون تجربی چسبندگی هزینه در بازار سرمایه ایران پرداختند و به این نتیجه رسیدند که در بازار سرمایه ایران بهای تمام شده کالای فروش رفته، هزینه‌های توزیع و فروش و اداری و سایر هزینه‌های عملیاتی دارای رفتار چسبنده می‌باشند.

زنجیردار و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیق خود به بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر رفتار چسبنده هزینه‌ها پرداختند و به این نتیجه رسیدند که شاخص‌هایی مانند تعداد کارکنان، میزان دارایی‌های جاری شرکت و نسبت بدهی بر چسبندگی بهای تمام شده کالای فروش رفته و مجموع هزینه‌های عملیاتی تأثیرگذار هستند. صفرزاده (۱۳۹۳) در تحقیق خود به بررسی نقش راهبری شرکتی در توضیح چسبندگی هزینه‌ها پرداخت و به این نتیجه رسید که بین راهبری شرکتی و چسبندگی هزینه‌ها رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. همچنین راهبری شرکتی یک عامل توضیحی بسیار مهم در خصوص رفتار نامتقارن هزینه‌ها محسوب می‌گردد. رستمی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر تأمین مالی خارج از ترازنامه و محدودیت‌های مالی بر چسبندگی هزینه‌ها پرداختند. نتایج حاکی از ارتباط مثبت و قوی بین شدت چسبندگی با تأمین مالی خارج از ترازنامه و محدودیت‌های مالی در کلیه شرکت‌های مورد مطالعه بدون توجه به نوع صنعت می‌باشد. بهادرستانی (۱۳۹۵) به مطالعه رابطه بین رشد اقتصادی و چسبندگی هزینه می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد که به‌طور کلی هزینه‌ها رفتاری چسبنده دارند و در دوره رونق اقتصادی هزینه‌ها رفتاری ضد چسبنده و اما در دوره رکود رابطه معناداری وجود ندارد. با این وجود شدت چسبندگی در دوره رونق نسبت به دوره رکود نیز بیش‌تر می‌باشد.

قربانی (۱۳۹۶) به بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصی مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها پرداخت. بر اساس نتایج این پژوهش ویژگی‌های شخصی مدیران تأثیر بسزایی بر چسبندگی هزینه‌ها دارد.

مرادی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی رابطه بین نرخ مؤثر مالیاتی و چسبندگی هزینه‌ها پرداختند. شواهد پژوهش نشان داد که رابطه منفی بین نرخ مؤثر مالیاتی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها در شرکت‌های با استراتژی متهورانه (مهاجم یا آینده‌نگر) در مقایسه با شرکت‌های با استراتژی مدافع تفاوت معناداری وجود ندارد. شواهد پژوهش نشان داد که رابطه منفی بین نرخ مؤثر مالیاتی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها در شرکت‌های بانوسان و جوه نقد عملیاتی در مقایسه با سایر شرکت‌ها کمتر است.

دهقانیان (۱۳۹۷) به بررسی رابطه بین کوتاه‌بینی مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها پرداخته است. یافته‌ها حاصل از تجزیه و تحلیل آمار حاکی از آن است که به طور کلی در بازار سرمایه ایران هزینه‌ها چسبنده هستند؛

همچنین عامل رفتار کوتاه‌بینی مدیریت باعث شدت این چسبندگی هزینه‌ها در بازار سرمایه ایران می‌شود. علاوه بر این کوتاه‌بینی مدیران در صنایع مختلف تفاوتی ندارد. نمازی و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی تأثیر تعدیل‌کنندگی هزینه نمایندگی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه پرداخت. یافته‌های پژوهش حاکی از تأثیر مستقیم مسئولیت اجتماعی شرکت بر چسبندگی هزینه‌ها است. افزون بر این، نتایج نشان‌دهنده تأثیر هزینه نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها است.

طاهری و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی رابطه بین استراتژی شرکت، توانایی مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها پرداختند. نتایج نشان داد که بین استراتژی شرکت و چسبندگی هزینه و همچنین توانایی مدیریت و چسبندگی هزینه رابطه معناداری وجود ندارد و هر دو فرضیه تحقیق رد شد.

۴- فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی: عوامل ناشی از ساختار سیاسی-اقتصادی کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت تأثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی:

- انتخابات سیاسی کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت تأثیر دارد.
- ساختار مالکیت دولتی بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت تأثیر دارد.
- رشد تولید ناخالص داخلی بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت تأثیر دارد.
- ارتباطات سیاسی بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت تأثیر دارد.
- میزان تورم حاکم بر کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت تأثیر دارد.

۵- روش پژوهش

این پژوهش از نظر نوع هدف جزء پژوهش‌های کاربردی است. انجام پژوهش در چارچوب استدلال قیاسی - استقرایی صورت گرفته است. بدین ترتیب که مبانی نظری و پیشینه پژوهش از راه مطالعات کتابخانه‌ای، مقالات و سایت‌ها در قالب قیاسی و گردآوری اطلاعات برای تأیید و رد فرضیه‌ها به صورت استقرایی انجام گرفته است. اطلاعات مورد استفاده در این پژوهش از صورت‌های مالی و یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی و همچنین از اطلاعات اولیه تابلوی بورس (گردآوری شده در نرم افزار ره آورد نوین و بانک اطلاعاتی اداره آمار شرکت بورس) استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق تمامی شرکت‌های پذیرفته شده در بازار سرمایه ایران بین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۹ می‌باشند. بررسی انتخاب حجم نمونه از نمونه‌گیری سیستماتیک یا هدفمند به روش حذفی با در نظر گرفتن شرایط زیر استفاده شد:

سال مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفند ماه باشد، حداقل شش سال بین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۹ در بازار سرمایه ایران بوده باشند، صورت‌های مالی آن‌ها در دسترس باشد، اطلاعات مورد نیاز برای اندازه‌گیری متغیرهای این تحقیق را افشا نموده باشند و در نهایت با توجه به شرایط در نظر گرفته شده تعداد ۱۰۲ شرکت به عنوان نمونه آماری برگزیده شدند.

۱-۵- مدل و متغیرهای پژوهش

به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق حاضر به پیروی از تحقیقات قبلی انجام شده در حوزه چسبندگی هزینه از روش رگرسیون خطی چندگانه استفاده خواهد شد. که علت استفاده از این روش ماهیت کمی و پیوسته متغیر وابسته در مدل‌های چسبندگی هزینه می باشد. متغیر وابسته در این تحقیق چسبندگی هزینه‌ها می باشد. متغیرهای مستقل شامل موارد زیر می‌باشند:

جدول ۱- متغیرهای مستقل

ردیف	مولفه کلی	مولفه‌های فرعی	شیوه اندازه‌گیری	
۱	عوامل ناشی از ساختار سیاسی-اقتصادی کشور	انتخابات سیاسی کشور.	PEC = اگر در سال مورد بررسی انتخابات برگزار شده باشد برابر با ۱ و در غیر اینصورت برابر با ۰ می باشد.	
			انتخابات برگزار نشده است.	۱۳۹۹
			انتخابات مجلس شورای اسلامی	۱۳۹۸
			انتخابات برگزار نشده است.	۱۳۹۷
			انتخابات ریاست جمهوری	۱۳۹۶
			انتخابات برگزار نشده است.	۱۳۹۵
۲	ساختار سیاسی-اقتصادی کشور	ساختار مالکیت دولتی.	GO = میزان مالکیت دولت و نهادها و شرکتهای شبه دولتی در شرکت‌ها	
۳		رشد تولید ناخالص داخلی.	GDP = برابر است با درصد رشد تولید ناخالص داخلی کشور (از عدد اعلامی توسط بانک مرکزی استفاده شده است)	
۴		ارتباطات سیاسی	PC = ارتباطات سیاسی (یک متغیر مجازی که اگر شرکت دارای ارتباط سیاسی باشد برابر با ۱ و در غیر اینصورت برابر با ۰) (فاسیو ^۱ ۲۰۰۶ و لین و همکاران ^۲ ۲۰۲۰ یک شرکت را به عنوان یک شرکت دارای ارتباط سیاسی تعریف کردند که	

1 Faccio

2 Tsui-Jung Lin, Hai-Yen Chang, Hui-Fun Yu, Ching-Pao Kao

ردیف	مولفه کلی	مولفه‌های فرعی	شیوه اندازه‌گیری
			اگر "حداقل یکی از سهامداران بزرگ آن (کسی که حداقل ۱۰ درصد سهام با رای را کنترل می‌کند) یا یکی از راهبران ارشد آن (مدیر عامل، رئیس هیات مدیره، معاون رئیس هیات مدیره) یک عضو پارلمان (مجلس) است، یک وزیر یا رئیس دولت است، یا از نزدیک با یک سیاستمدار برجسته مرتبط است."}
۵		میزان تورم حاکم بر کشور	IN = برابر است با نرخ تورم اعلامی از سوی بانک مرکزی

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۶- یافته‌های پژوهش

انجام آزمون فرضیه‌ها، مستلزم برقراری فرض‌های نرمال بودن متغیرهای وابسته، همسانی واریانس و عدم خود همبستگی است. زیرا در صورت عدم برقراری، نتایج بدست آمده قابلیت اتکا ندارند و این امر موجب استنتاج‌های غلط می‌شود. پس از اطمینان از برقراری فرض رگرسیون به آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخته شده است. آمار توصیفی شامل مجموعه روش‌هایی است که برای جمع‌آوری، تلخیص، طبقه‌بندی و توصیف حقایق عددی به کار می‌رود. در واقع این آمار، داده‌ها و اطلاعات پژوهش را توصیف می‌کند و طرح یا الگوی کلی از داده‌ها را برای استفاده سریع و بهتر از آنها به دست می‌دهد. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جداول زیر ارائه شده است.

جدول ۲- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

علامت اختصاری	AGE	GO	IN	PC	PEC	SGA	SIZE
میانگین	۲/۷۳۳	۳۹/۴۶۳	۰/۱۹۷	۰/۷۱۵	۰/۵	۰/۰۶۰	۱۳/۵۵۶
میانه	۲/۶۳۹	۴۱/۰۲	۰/۱۳۷	۱	۰/۵	۰/۰۴۹	۱۳/۳۸۹
ماکسیمم	۳/۹۸۸	۸۳/۵۲	۰/۴۱۲	۱	۱	۰/۹۱۴	۱۸/۴۳۷
مینیمم	۱/۶۰۹	۰	۰/۰۹	۰	۰	-۰/۹۳۶	۹/۸۲۱
انحراف معیار	۰/۴۷۳	۳۱/۵۶۸	۰/۱۲۱	۰/۴۵۱	۰/۵۰	۰/۱۹۷	۱/۴۳۲
چولگی	۰/۶۹۰	-۰/۰۹۳	۰/۷۸۸	-۰/۹۵۶	۰	۰/۶۵۱	۰/۷۴۶
کشیدگی	۳/۳۲۸	۱/۳۲۷	۱/۹۵۲	۱/۹۱۴	۱	۱/۵۹۲	۱/۱۳۲

منبع: یافته‌های پژوهشگر

اصلی‌ترین شاخص مرکزی، میانگین است که نشان‌دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص خوبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌هاست. برای مثال مقدار میانگین برای متغیر (اندازه شرکت‌ها) برابر با $۱۳/۵۵۶$ می‌باشد که نشان می‌دهد بیشتر داده‌ها حول این نقطه تمرکز یافته‌اند. میانه یکی دیگر از شاخص‌های مرکزی می‌باشد که وضعیت جامعه را نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود میانه متغیر اندازه شرکت‌ها نیز $۱۳/۳۸۹$ می‌باشد که نشان می‌دهد که نیمه از داده‌ها کمتر از این مقدار و نیمه دیگر بیشتر از این مقدار هستند. همچنین نزدیک بودن مقدار میانگین و میانه برای متغیر اندازه شرکت‌ها نشان‌دهنده نرمال بودن این متغیر می‌باشد. به طور کلی پارامترهای پراکندگی، معیاری برای تعیین میزان پراکندگی از یکدیگر یا میزان پراکندگی آنها نسبت به میانگین است. از مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. مقدار این پارامتر برای متغیر اندازه شرکت‌ها برابر با $۱/۴۳۲$ است که نشان می‌دهد در بین متغیرهای تحقیق متغیر اندازه شرکت‌ها یکی از متغیرهای دارای کمترین میزان پراکندگی می‌باشد. میزان عدم تقارن منحنی فراوانی را چولگی می‌نامند. اگر ضریب چولگی صفر باشد، جامعه کاملاً متقارن است و چنانچه این ضریب مثبت باشد، چولگی به راست و اگر ضریب منفی باشد چولگی به چپ دارد. مثلاً ضریب چولگی برای متغیر اندازه شرکت‌ها برابر $۰/۷۴۶$ می‌باشد، یعنی این متغیر تقریباً چولگی به راست دارد و به اندازه $۰/۷۴۶$ از مرکز تقارن انحراف دارد. پارامتر کشیدگی یا پخی منحنی فراوانی نسبت به منحنی نرمال استاندارد را برجستگی یا کشیدگی می‌نامند. اگر کشیدگی حدود صفر باشد، یعنی منحنی فراوانی از لحاظ کشیدگی وضع متعادل و نرمالی دارد، اگر این مقدار مثبت باشد منحنی برجسته و اگر منفی باشد منحنی پهن می‌باشد.

جدول ۳- نتایج آزمون نرمال بودن متغیر وابسته

آماره	جاک برا
۱/۲۳۵۸۴۶	۰/۰۸۵
احتمال جاک برا	

منبع: یافته‌های پژوهشگر

احتمال آزمون جاک برا برای متغیر وابسته بزرگتر از ۵ صدم می‌باشد یعنی این متغیر دارای توزیع نرمال می‌باشد و باقیمانده‌های رگرسیون نرمال بوده و رگرسیون انجام شده کاذب نمی‌گردد.

جدول ۴- نتایج آزمون مانایی متغیرها

احتمال	آماره ADF فیشر	علامت اختصاری
۰/۰۰۰	۲۸۶/۳۰۰	pec
۰/۰۰۰	۴۴۱/۷۴۱	GO
۰/۰۰۰	۲۸۰/۳۳۲	GDP

احتمال	آماره آDF فیشر	علامت اختصاری
۰/۰۰۰	۲۵۵/۵۵۴	PC
۰/۰۰۰	۲۰۹/۲۰۴	IN
۰/۰۰۰	۳۰۱/۰۹۴	SIZE
۰/۰۰۰	۳۰۸/۳۱۱	SGA
۰/۰۰۰	۲۶۵/۳۶۵	AGE

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همان‌طور که در جدول بالا نمایان است کلیه احتمال آزمون متغیرهای تحقیق در آزمون ریشه واحد (ADF فیشر) کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که نشان‌دهنده این است که متغیرها مانا هستند. در نتیجه استفاده از این متغیرها در مدل باعث به وجود آمدن نتایج کاذب نمی‌شود.

جدول ۵- نتایج آزمون F لیمر

احتمال	آماره اف لیمر	مدل‌های تحقیق
۰/۰۰۰	۱۹/۴۱۲	مدل (۱)

منبع: یافته‌های پژوهشگر

نتایج نشان می‌دهد، احتمال آزمون F لیمر برای تمام مدل‌های تحقیق کوچکتر از ۰/۵ است؛ بنابراین فرض (مدل تلفیقی) برای هیچ یک مدل‌ها تأیید نمی‌شود. به بیان دیگر، اثرات فردی و یا گروهی وجود دارد و باید از روش داده‌های تابلویی برای برآورد مدل‌ها استفاده شود.

جدول ۶- نتایج آزمون هاسمن

احتمال	آماره	مدل‌های تحقیق
۰/۲۴۸۹	۴/۴۱۵	مدل (۱)

منبع: یافته‌های پژوهشگر

با توجه به مدل‌های تحقیق، احتمال آزمون هاسمن، برای تعیین استفاده از مدل اثرات ثابت در مقابل اثرات تصادفی، بیشتر از ۰/۵ است. بنابراین فرضی (مدل اثرات ثابت) رد می‌شود. این موضوع به معنی عدم وجود ارتباط بین خطای رگرسیون تخمین زده شده و متغیرهای مستقل است با توجه به نتایج آزمون چاو و هاسمن مناسب‌ترین روش برای برآورد پارامترها و آزمون فرضیه‌ها مدل اثرات تصادفی است.

جدول ۷- نتایج آزمون ناهمسانی واریانس‌ها

نتیجه	p-value	مقدار آماره	مدل
عدم وجود ناهمسانی واریانس	۰.۳۴۲۶	۱.۳۶۸	مدل ۱

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در ادامه جهت پرهیز از نادیده گرفتن نقض فرض همسانی واریانس و رخداد نتایج کاذب ممکن در روند تخمین، لازم است که از روش مناسب برای تشخیص وجود یا عدم وجود ناهمسانی واریانس با آزمون معتبر استفاده شود. برای این منظور از آزمون براش-پاگان با فرض صفر مبنی بر عدم وجود ناهمسانی واریانس جملات باقی مانده استفاده شد.

نتایج به دست آمده از این آزمون که در جدول زیر منعکس شده حاکی از تایید فرض صفر مبنی بر همسانی واریانس‌ها برای مدل است، لذا در مدل مشکل ناهمسانی واریانس وجود ندارد ($p > 0.05$).

آزمون فرضیه‌ها

سطح معنی‌داری آماره f برای فرضیه‌های تحقیق کمتر از پنج صدم می‌باشد بنابراین فرضیه‌های تحقیق تأیید می‌گردد و با توجه به اینکه مقدار آماره t مربوط به متغیرهای تحقیق دارای سطح معنی‌داری کمتر از 0.05 است. لذا فرضیه‌های تحقیق تأیید می‌گردند. همچنین با توجه به آماره t چنین می‌توان بیان داشت که انتخابات سیاسی کشور، ساختار مالکیت دولتی، رشد تولید ناخالص داخلی، ارتباطات سیاسی و میزان تورم حاکم بر کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت تأثیر دارد. از آنجا که دوربین واتسون بین $1/5$ و $2/5$ می‌باشد لذا؛ هیچ‌گونه خود همبستگی در مدل وجود ندارد و همچنین با توجه به اینکه احتمال آزمون وولدریج کمتر از 5 صدم می‌باشد خودهمبستگی بین متغیرهای تحقیق وجود ندارد.

جدول ۸- نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق:

$\log \left[\frac{SGA_{i,t}}{SGA_{i,t-1}} \right] = \beta_0 + \beta_1 PEC_{it} + \beta_2 GO_{it} + \beta_3 GDP_{it} + \beta_4 PC_{it} + \beta_5 IN_{it} + \beta_6 Size_{it} + \beta_7 Age_{it} + \varepsilon_{it}$				
متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره آزمون t	p-value
PEC	۰/۱۱۷۰۳۴	۰/۰۱۵۳۹۵	۷/۶۰۱۹۱۹	۰/۰۰۰
GO	۰/۰۶۱۰۴۸	۰/۰۰۳۰۹۶	۱۹/۷۱۸۳۴	۰/۰۰۰
GDP	-۰/۰۳۹۳۰۶	۰/۰۰۹۱۵۶	-۴/۲۹۲۷۷۷	۰/۰۰۰
PC	۰/۰۱۳۹۱	۰/۰۰۶۴۲	۲/۱۶۶۵۲۹	۰/۰۳۱
IN	۰/۱۲۴۷۸۷	۰/۰۲۷۹۹۸	۴/۴۵۶۹۹۶	۰/۰۰۰
SIZE	۰/۰۱۵۲۶۳	۰/۰۰۵۵۱	۲/۷۶۹۹۲۸	۰/۰۰۵۸

پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی
دوره ۱۵ / پیاپی ۵۷ / بهار ۱۴۰۲

$$\log \frac{SGA_{it}}{SGA_{it-1}} = \beta_0 + \beta_1 PEC_{it} + \beta_2 GO_{it} + \beta_3 GDP_{it} + \beta_4 PC_{it} + \beta_5 IN_{it} + \beta_6 Size_{it} + \beta_7 Age_{it} + \varepsilon_{it}$$

متغیرها	ضریب برآوردی	خطای استاندارد	آماره آزمون t	p-value
AGE	-۰/۰۰۴۵۶۸	۰/۰۱۶۷۴۹	-۰/۲۷۲۷۳۹	۰/۷۸۵۱
C	۰/۲۵۱۷۷۵	۰/۰۸۱۵۳۷	۳/۰۸۷۸۵۷	۰/۰۰۲۱
ضریب تعیین	۰/۵۸۰۷۷۲	معیار دوربین واتسون		
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۵۶۱۷۴۷			
آماره F فیشر	۹۸/۱۵۰۱	آماره آزمون خود همبستگی (آزمون وولدریچ)		
احتمال F فیشر	۰/۰۰۰۰	احتمال آزمون وولدریچ		

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۷- بحث و نتیجه‌گیری

دیدگاه سنتی در مورد رفتار هزینه‌ها حاکی از رابطه‌ای متناسب بین تغییر هزینه‌ها و افزایش و کاهش سطح فعالیت داشت. در صورتی که طبق نظر آندرسون و همکارانش ۲۰۰۳ میزان افزایش در هزینه‌ها با افزایش در سطح فعالیت بیشتر از میزان کاهش هزینه‌ها در ازای همان میزان کاهش در سطح فعالیت است. طبق این دیدگاه، بحث چسبندگی هزینه‌ها مطرح شد و از آنجاییکه آگاهی از چگونگی رفتار هزینه‌ها نسبت به تغییرات سطح فعالیت (یا سطح فروش) از اطلاعات مهم برای تصمیم‌گیری مدیران درخصوص برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی، قیمت‌گذاری محصولات، تعیین نقطه سر به سر و سایر موارد است، این موضوع مورد توجه و بررسی قرار گرفت.

به دنبال اولین مقاله نوشته شده درباره هزینه‌های چسبنده توسط آندرسون، بنکر و جاناکرامان ۲۰۰۳ رفتار نامتقارن هزینه به عنوان یک حوزه پژوهشی پویا در حسابداری پا به عرصه وجود گذاشت. دیدگاه سنتی درباره رفتار هزینه، فرض می‌کرد که یک رابطه مکانیکی بین محرک هزینه و هزینه وجود دارد (برای مثال گاریسون، نورین و بروور، ۲۰۱۵). اصلاحات بعدی دیدگاه سنتی اذعان می‌داشتند که هزینه‌ها توسط منابع ایجاد می‌شوند و این منابع ملزم به انجام فعالیت‌های گوناگون هستند برای مثال کوپر و کاپلان، ۱۹۹۲ و ۱۹۸۷. این پژوهش‌ها قدرت توضیحی محرک‌های هزینه فعالیت‌های گوناگون را بررسی کردند (برای مثال میلر و ولمن، ۱۹۸۵؛ فاستر و گوپتا، ۱۹۹۰؛ اما همچنان این فرض ادامه پیدا کرد که یک رابطه مکانیکی بین فعالیت‌ها و هزینه‌ها برقرار است و تلاشی صورت نگرفت تا نقش تصمیمات مدیریتی در رفتار هزینه بررسی شود. در مقابل، دیدگاه مدرن درباره رفتار هزینه، تصمیمات مدیریتی را به عنوان محرک‌های اصلی هزینه‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد. این نوآوری مفهومی، جعبه سیاه رفتار هزینه را باز کرده و به محققان یک روش جدید و قدرتمند تفکر درباره رفتار هزینه را می‌آموزد که مبتنی بر تصمیمات مدیریتی است. برای مثال، یک

محقق ممکن است این دیدگاه مبتنی بر تصمیم را به منظور تفکر درباره این موضوع استفاده کند که چطور مدیریت هزینه با عواملی مانند ویژگی‌های تقاضا، ساختار صنعت، موقعیت استراتژیک، انگیزه‌های مدیران و تعصب‌های روانشناختی، انگیزه‌ها و تعصب‌های دیگر ذینفعان، حاکمیت شرکتی، مقررات دولتی و فرهنگ ملی، در تعامل است (بنکر و همکاران، ۲۰۱۷). علاوه بر این، از آنجایی که هزینه‌ها عوامل تعیین‌کننده بنیادی سود هستند، دیدگاه‌های موجود درباره رفتار هزینه می‌تواند سهم مهمی در موضوعات حسابداری داشته باشد، موضوعاتی که متکی بر درک یا پیش‌بینی سری‌های زمانی سود است، شامل پژوهش درباره کیفیت سود، پیش‌بینی سود، کشف دستکاری سود و پیش‌بینی‌های تحلیلی سود باشد.

باید در نظر داشت که هزینه‌ها توسط منابع ایجاد می‌شوند. بنابراین به منظور درک رفتار هزینه باید بر این موضوع تمرکز کنیم که چطور میزان منابع اساسی در واکنش به تغییرات فعالیت تغییر می‌کنند و یا به عبارت بهتر چه عواملی بر رفتار چسبندگی هزینه تأثیرگذار هستند؛ تا قبل از این تحقیق متغیرهایی مورد بررسی قرار گرفته بودند که تحت تأثیر چسبندگی هزینه قرار می‌گیرند و یا اینکه عواملی مورد بررسی قرار گرفته بودند که مربوط به تغییرات سطح فعالیت در شرکت‌ها بود، اما در این تحقیق سعی شد به بررسی عوامل و تصمیماتی که از درون و بیرون شرکت‌ها تحت شرایط اقتصادی و سیاسی بر چسبندگی هزینه تأثیرگذار هستند مورد بررسی قرار بگیرند. بنابراین هدف اصلی این تحقیق شناسایی عوامل مؤثر بر چسبندگی هزینه‌ها (شواهد تجربی: بازار سرمایه ایران) می‌باشد برای رسیدن به این هدف پس از مصاحبه با خبرگان حرفه و شناسایی عوامل تأثیرگذار چهار فرضیه به صورت کلی و شامل مؤلفه‌ها و متغیرها مطرح گردید. نتایج حاصل شده از آزمون فرضیه‌های تحقیق به صورت کلی نشان داد که:

عوامل ناشی از ساختار سیاسی-اقتصادی کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت تأثیر دارد. به طور خلاصه می‌توان نتایج را در جدول زیر مشاهده نمود:

فرضیه	متغیر مستقل	نتیجه
عوامل ناشی از ساختار سیاسی-اقتصادی کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت تأثیر دارد.	انتخابات سیاسی کشور.	پذیرش تأثیر مستقیم
	ساختار مالکیت دولتی.	پذیرش تأثیر مستقیم
	رشد تولید ناخالص داخلی.	پذیرش تأثیر معکوس
	ارتباطات سیاسی	پذیرش تأثیر مستقیم
	میزان تورم حاکم بر کشور	پذیرش تأثیر مستقیم

منبع: یافته‌های پژوهشگر

با توجه به اینکه در این تحقیق به بررسی متغیرهایی پرداخته شده است که در تحقیقات قبلی (تا جایکه محققان جستجو کردند) به بررسی اثرات این متغیرها بر چسبندگی هزینه‌ها پرداخته نشده بود، بنابراین به

صورت کلی می‌توان بیان داشت که نتایج تحقیق هی و همکاران (۲۰۱۰)، بنکر و همکاران (۲۰۱۱)، اندرسون و همکاران (۲۰۱۲)، کیچینگ و همکاران (۲۰۱۶)، هاگا و همکاران (۲۰۱۹)، کولینگ تانگ (۲۰۲۰)، کردستانی و همکاران (۱۳۹۱)، نوده فراهانی (۱۳۹۱)، سپاسی و همکاران (۱۳۹۲)، زنجیردار و همکاران (۱۳۹۳)، صفرزاده (۱۳۹۳)، رستمی و همکاران (۱۳۹۴)، بهادرستانی (۱۳۹۵)، قربانی (۱۳۹۶)، دهقانپان (۱۳۹۷)، نمازی و همکاران (۱۳۹۸)، طاهری و همکاران (۱۳۹۹) هم راستا با نتایج حاصل شده از این تحقیق می‌باشد.

نتایج حاصل از بررسی‌های انجام شده نشان داد که انتخابات سیاسی بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر مستقیم دارد به عبارت بهتر انتخابات سیاسی در کشور باعث افزایش چسبندگی هزینه‌ها شده است بدین صورت که در دوره‌هایی که انتخابات سیاسی در کشور برگزار شده است میزان چسبندگی هزینه‌ها افزایش یافته است اما در دوره‌هایی که انتخابات سیاسی برگزار نشده است از میزان چسبندگی هزینه‌ها کاسته شده است. می‌توان اینگونه نتیجه‌گیری کرد که در زمان برگزاری انتخابات سیاسی انتظارات مشاوران شرکت‌ها و مدیران آنها تحت تأثیر انتخابات سیاسی کشور قرار گرفته و باعث افزایش چسبندگی هزینه‌ها می‌شود. از سوی دیگر ساختار مالکیت دولتی بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر مستقیم دارد به عبارت بهتر با افزایش میزان مالکیت دولتی در شرکت‌ها بر میزان چسبندگی هزینه‌ها در آنها افزایش پیدا نموده است و شاید دلیل اصلی این بی‌انگیزگی‌ها در این گونه شرکت‌ها وجود مالکیت دولتی باشد که از نظر مدیران فاقد اهمیت بوده و سعی بر کنترل هزینه‌ها نداشته و موجبات افزایش چسبندگی هزینه‌ها را فراهم می‌آورد. از سوی دیگر رشد تولید ناخالص داخلی کشور با چسبندگی هزینه‌ها دارای تأثیر معکوس بوده است یعنی هرچقدر رشد تولید ناخالص داخلی بیشتر بوده است از میزان چسبندگی هزینه‌ها کاسته شده است به عبارت ساده تر در زمان‌هایی که رشد تولید ناخالص داخلی بیشتر باشد یعنی شرایط تولید بهتر بوده و هزینه‌های کمتری برای تولیدکننده در بر دارد که در نهایت میزان چسبندگی هزینه‌ها در دوره‌های افزایش تولید ناخالص داخلی کمتر بوده است. ارتباطات سیاسی به عنوان یکی دیگر از عواملی که بر چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها تأثیرگذار می‌باشد مطرح است این متغیر با چسبندگی هزینه‌ها دارای تأثیر مستقیم می‌باشد یعنی با افزایش میزان ارتباطات سیاسی بر میزان چسبندگی هزینه‌ها افزوده خواهد شد، البته باید در نظر داشت که وجود ارتباطات سیاسی در شرکت‌ها باعث افزایش تعداد افراد بانفوذ و سیاسیون در شرکت‌ها می‌گردد که این امر در نهایت منجر به افزایش هزینه‌های ثابت و یا به عبارت صحیح‌تر افزایش هزینه‌های اداری و هزینه‌های مدیریتی شرکت‌ها می‌گردد که به نوعی مربوط به ساختار مالکیتی شرکت‌ها می‌گردد که نوع عملکرد و میزان هزینه‌های شرکت‌ها برای مدیران اهمیتی نداشته و بنابراین چسبندگی هزینه‌ها در این شرکت‌ها افزایش خواهد یافت. میزان تورم حاکم بر شرکت‌ها به عنوان آخرین عامل ناشی از ساختار سیاسی اقتصادی کشور که بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیرگذار می‌باشد در این تحقیق مطرح گردید و با توجه به اینکه دارای تأثیر مستقیم با چسبندگی هزینه‌ها می‌باشد، افزایش میزان تورم باعث افزایش میزان چسبندگی هزینه‌ها می‌گردد البته باید در نظر داشت که افزایش تورم یک عامل با

تأثیرگذاری بسیار بالا بر هزینه‌های تولیدی می‌باشد به این صورت که افزایش تورم باعث افزایش تمامی هزینه‌های شرکت‌ها می‌گردد و تمامی نسبت‌های عملکردی شرکت‌ها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و با توجه به اینکه چسبندگی هزینه‌ها مربوط به میزان فعالیت شرکت‌ها محاسبه می‌گردد و یا به عبارت بهتر از مقایسه میزان هزینه‌ها با درآمدها بدست می‌آید و با توجه به ساختار کشور ما که قیمت‌گذاری محصولات برخی شرکت‌ها در اختیار دولت و سایر نهادهای وابسته به دولت است، شرکت‌ها قدرت چندانی برای مشخص نمودن قیمت محصولات خود ندارند. بنابراین میزان هزینه‌های شرکت‌ها افزایش می‌یابد اما میزان فروش به همان نسبت افزایش نمی‌یابد که این امر باعث افزایش میزان چسبندگی هزینه‌ها می‌گردد و به نوعی می‌توان این چسبندگی هزینه‌ها را از تبعات قیمت‌گذاری دستوری دانست. با توجه به نتایج حاصل شده از فرضیه‌های تحقیق پیشنهاد می‌گردد دولت از قیمت‌گذاری دستوری و سایت‌های مداخله‌جویانه در شرکت‌های تولیدی دست بردارد تا از این طریق به روند کاهش چسبندگی هزینه در آنها کمک نماید و همچنین دولت هرچه بیشتر سعی بر خصوصی‌سازی واقعی داشته باشد و سهم خود را در شرکت‌ها کاهش داده تا از این طریق از میزان ارتباطات سیاسی در شرکت‌ها کاسته شود و نیز پست‌های مدیریتی شرکت‌ها به افراد متخصص واگذار گردد نه به اشخاص دارای ارتباطات دولتی و در حقیقت گزینش مدیران بر اساس قابلیت‌های فردی باشد نه از طریق انتصابات زیرا در صورت وجود افراد لایق در پست‌های مدیریتی شرکت‌ها وضعیت سودآوری شرکت‌ها بهتر شده و در نهایت می‌توان بیان داشت که از میزان چسبندگی هزینه‌ها در آنها کاسته خواهد شد.

فهرست منابع

- ۱) اسماعیل زاده، علی و علی مهرنوش، (۱۳۹۳)، "رابطه چسبندگی هزینه‌ها با کیفیت سود و خطای پیش‌بینی"، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۶(۲۱)، صص ۳۷-۶۱.
- ۲) بادرستانی، زهرا، (۱۳۹۵)، "مطالعه رابطه بین رشد اقتصادی و چسبندگی هزینه"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی، دانشکده علوم اجتماعی.
- ۳) جامعی، رضا و مولود خانقلی، (۱۳۹۷)، "تأثیر کاربرد مدل سایمونیک در برآورد چسبندگی حق‌الزحمه‌های حسابرسی"، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۰(۳۹)، صص ۱۶۵-۱۹۰.
- ۴) خدادادی، ولی، جواد نیک‌کار، الهه ملک‌خدایی و قدرت‌اله حیدری نژاد، (۱۳۹۹)، "بکارگیری اطلاعات گذشته و آینده در مدیریت هزینه استراتژیک"، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۲(۴۵)، صص ۲۱۵-۲۳۸.
- ۵) دهقانیان، سیدمحمد، (۱۳۹۷)، "بررسی رابطه بین کوتاه‌بینی مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بازار سرمایه ایران"، سیزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری و دهمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری‌های باز"، تهران.

- ۶) رستمی، علی، میثم علی محمدی و محمد نوروزی، (۱۳۹۴)، "بررسی تأثیر تأمین مالی خارج از ترازنامه و محدودیت‌های مالی بر چسبندگی هزینه‌ها"، فصلنامه راهبرد مدیریت مالی، دوره ۳، شماره ۲.
- ۷) زنجیردار، مجید، پیمان غفاری آشتیانی و زهرا مداحی، (۱۳۹۳)، "بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر رفتار چسبندگی هزینه"، حسابداری مدیریت، ۷، شماره ۱ پیاپی ۲۰، صص ۷۹-۹۱.
- ۸) سپاسی، سحر و زهرا فتحی، (۱۳۹۳)، "آزمون چسبندگی هزینه در بازار سرمایه ایران"، فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری، شماره دوازدهم.
- ۹) صفرزاده، محمد حسین، (۱۳۹۳)، "نقش راهبری شرکتی در توضیح چسبندگی هزینه‌ها"، فصلنامه حسابداری مالی، شماره ششم.
- ۱۰) طاهری عابد، رضا و میثم عابدی، (۱۳۹۹)، "بررسی رابطه بین استراتژی شرکت، توانایی مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بازار سرمایه ایران"، اولین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، ساری.
- ۱۱) قربانی، ایوب، (۱۳۹۶)، "بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصی مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها"، کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت و حسابداری، اصفهان.
- ۱۲) مرادی، مهدی و علیرضا سماواتیان، (۱۳۹۷)، "رابطه بین نرخ مؤثر مالیاتی و چسبندگی هزینه‌ها"، پنجمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران.
- ۱۳) مرتضوی، سید مرتضی و غلامرضا کردستانی، (۱۳۹۱)، "شناسایی عوامل تعیین‌کننده چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها"، مجله پژوهش‌های حسابداری مالی، شماره ۱۳.
- ۱۴) نمازی، محمد و زهرا جعفری، (۱۳۹۸)، "بررسی تأثیر تعدیل‌کنندگی هزینه نمایندگی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بازار سرمایه ایران"، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۹(۲)، صص ۱۶۹-۲۰۰.
- ۱۵) نوده فراهانی، سلماز سادات، (۱۳۹۱)، "تأثیر هزینه نمایندگی و پاداش مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده امور اقتصادی

- 16) Anderson M, Banker R, Huang R, Janakiraman S. (2012), "Cost Behavior and Fundamental Analysis of SG & A Costs", Journal of Accounting, Auditing & Finance, 22(1), PP. 1- 28.
- 17) Anderson, M.C, Banker R, Janakiraman S., (2003), "Are Selling, General and Administrative Cost Sticky?", Journal of Accounting Research, 41 (1), PP.47-63
- 18) Anderson, M.C, Lanen W., (2007), "Understanding Cost Management: What Can We Learn FROM THE Evidence on Sticky Costs?", Working Paper, Rice University, University of Michigan.
- 19) Balakrishnan, R., and N. S. Soderstrom (2009), "Cross-Sectional Variation in Cost Stickiness", Working Paper, University of Iowa and University of Colorado, Boulder.

- 20) Banker R, Ciftci M, Mashruwala R. (2011), "Managerial Optimism and Cost Behavior", Working Paper, Temple University.
- 21) Chun Cai, Qianwen Zheng, Lei Zhu (2019), "The Effect of Shared Auditors in the Supply Chain on Cost Stickiness", China Journal of Accounting Research, Vol. 12, Issue 4 December 2019 Pages PP. 337-355
- 22) Haga J., Ittonen K., Per C. Tronnes P. C., Wong L. (2019), "Is Earnings Management Sensitive to Discount Rates?", Journal of Accounting Literature, 41, PP. 75-88
- 23) Hambisa Belina, Krishnamurthy Surysekar, Miriam Weismann (2019), "On the Medical loss Ratio (MLR) and Sticky Selling General and Administrative Costs: Evidence from Health Insurers", Journal of Accounting and Public Policy, Vol. 38, Issue 1, PP. 53-61
- 24) He, D., Teruya, J., & Shimizu, T. (2010), "Sticky Selling, General, and Administrative Cost Behavior and its Changes in Japan", Global Journal of Business Research, 4(4), PP. 1-10. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1871276>
- 25) Jidong Zhang, Meiqun Yin, Jing Han, Rajarshi Aroskar (2019), "Why Is Asset-light Strategy Necessary? An Empirical Analysis through the Lens of Cost Stickiness", Tourism Management Perspectives, Article 100571.
- 26) Karen Kitching, Raj Mashruwala, Mikhail Pevzner (2016), "Culture and Cost Stickiness: A Cross-country Study", The International Journal of Accounting, Vol. 51, Issue. 3, PP. 402-417
- 27) Medeiros. O. R., P. S. Costa (2004), "Cost Stickiness in Brazilian Firms", Available at SSRN 2004: <http://ssrn.com/abstract=632365>.
- 28) Qiuling Tang (2020), "Cost Stickiness, Corporate Future Losses and Audit Costs", American Journal of Industrial and Business Management, 10, PP. 110-134

Abstract

<https://doi.org/10.30495/faar.2023.1944306.3374>

The Effect of Factors Resulting from the Political-economic Structure of the Country on the Stickiness of Companies' Costs

Zahra Hashemi Pour Nasri¹

Fardin Mansouri²

Reza Gholami Jamkarani³

Mozhgan Safa⁴

Received: 17 / January / 2023

Accepted: 20 / March / 2023

Abstract

Despite privatizations in recent decades, the government still owns shares in many companies and is an important component of the country's economy. The purpose of this study is to examine the country's political elections, the structure of government ownership, GDP growth, political relations and the rate of inflation in the country on cost stickiness in Iranian companies. To conduct this research, first, using interviews with experts and the index of lavsh, the variables and factors affecting the stickiness of companies' costs were identified and then the identified variables were measured, and finally a sample of 102 companies from Tehran Stock Exchange companies was selected to be statistically tested on them. The results of the research hypotheses showed that: the country's political elections, government ownership structure, GDP growth, political relations and inflation in the country affect the stickiness of corporate costs. Are.

Keywords: Political Elections, Ownership Structure, Political Communication, Cost Stickiness.

¹ Department of Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. z_nasri@ymail.com

² Department of Accounting, Sistan o Balouchestan University, Zahedan, Iran. Corresponding Author. f.mansouri@acc.usb.ac.ir

³ Department of Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. gholami@qom-iau.ac.ir

⁴ Department of Accounting, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. Mozhgan_safa@yahoo.com

<http://faar.iauctb.ac.ir>

{ 257 }



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

