

بررسی تاثیر عوامل رقابت بر هزینه‌های نامتقارن اداری، عمومی و فروش

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۲۸

کد مقاله: ۲۳۱۸۳

فرهاد امین دهقان^۱

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر عوامل رقابت بر هزینه‌های نامتقارن اداری، عمومی و فروش می باشد. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که در طی بازه زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۲ فعالیت داشته اند. نمونه ی آماری بر اساس معیارهای غربالگری شده تعداد ۱۱۱ شرکت می باشد. این پژوهش بر اساس ماهیت و اهداف پژوهش از نوع پژوهشهای کاربردی می باشد. همچنین داده‌های مورد استفاده در این تحقیق، با استفاده از بانک‌ها و منابع اطلاعاتی سازمان بورس اوراق بهادار تهران جمع‌آوری گردیده‌اند. سپس برای آزمون کردن از از مدل رگرسیونی داده‌های ترکیبی برای آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده شده است. این پژوهش دارای دو فرضیه می باشد. نتایج حاصل از فرضیه اول پژوهش نشان داد بین ارزش افزوده اقتصادی و پاداش مدیران رابطه مثبت و معنیداری وجود دارد که با افزایش ارزش افزوده اقتصادی، پاداش مدیران نیز افزایش میابد. و نتایج حاصل از فرضیه های پژوهش نشان داد که شرکتهایی که در صنایع با تمایز محصول بالاتری فعال هستند، دارای درجه عدم تقارن هزینه های عمومی، اداری فروش بیشتری هستند؛ به علاوه شرکتهایی که در صنایع با هزینه های ورودی بالاتری فعال هستند، دارای درجه عدم تقارن هزینه های عمومی، اداری فروش بیشتری هستند.

واژگان کلیدی: رقابت، عوامل رقابت، نامتقارن، هزینه های نامتقارن، هزینه های اداری

رقابت میتواند عامل مهمی در تعیین این باشد که آیا یک شرکت باقی میماند یا از بازار خارج میشود (گروولون و مایکلی، ۲۰۰۸). در یک صنعت با رقابت بالاتر، حاشیه عملیاتی شرکت پایینتر است و ارزش ذاتی آن کاهش مییابد و منجر به افزایش احتمال ورشکستگی میشود (آلمن، ۱۹۶۸)، (اولسون، ۱۹۹۵)، رقابت همچنین میتواند بر انگیزه های مدیریتی و روند تصمیم گیری مدیریتی تأثیر میگذارد (کرونا، ۲۰۰۷). به طور کلی، رقابت میتواند یک عامل خارجی مهم باشد که به طور مستقیم بر تصمیمات استراتژیک مدیران تأثیر میگذارد. در پژوهش حاضر از سه عامل رقابت استفاده خواهد شد که شامل: تمایز محصول، هزینه های ورود و اندازه بازار میباشند. صنعت با تمایز محصول پایین، نزدیک به یک بازار کاملاً رقابتی است. چنین بازار، نظارت خارجی شرکتهای را تسهیل میکند، در نتیجه باعث کاهش توان مدیریتی میشود (هارت، ۱۹۸۳) علاوه بر این، شرکتهایی که در یک بازار کاملاً رقابتی، رقابت میکنند، تمایل دارند که حاشیه سود پایینتری داشته باشند. ممکن است مدیران فروش در هنگام کاهش به کاهش شدید هزینه های عمومی و اداری و فروش برای جلوگیری از زیان آتی نیاز داشته باشند. در مقابل، شرکتهایی که در صناعی با تمایز بیشتر محصولات قرار دارند، حاشیه سود بیشتری را نشان میدهند. مدیران این شرکتهای ممکن است منابع احتیاطی بیشتری داشته باشند. ممکن است در صورت کاهش فروش، مدیران، هزینه های عمومی و اداری و فروش را به شدت کاهش دهند، اما هزینه های عمومی و اداری و فروش نظیر؛ هزینه های ارتقاء فروش یا هزینه های پژوهش و توسعه را حفظ میکند تا مزایای رقابتی شرکت را از دست ندهند. علاوه بر این، شرکتهایی که در یک صناعی با تمایز محصول بالاتری هستند ممکن است هزینه های تعدیل در هنگام کاهش فروش را افزایش دهند. این به این دلیل است که این شرکتهای تمایل دارند تا به طور گسترده در امکانات و کارکنان تخصصی برای سرمایه گذاری در محصولات و خدمات خود اقدام کنند. در نتیجه، کاهش هزینه های عمومی و اداری و فروش در هنگام کاهش فروش با توجه به مقدار زیادی هزینه های تعدیل، دشوار است.

رفتار هزینه یکی از مسائل مهم در حسابداری مدیریت و حسابداری بهای تمام شده است که به طور گسترده ای فرایندهای تصمیم گیری را تحت تأثیر قرار میدهد (آذرپور و ویسی حصار، ۱۳۶۰). حسابداری مدیریت بر رفتار هزینه تمرکز دارد به دلیل اینکه هزینه یک جنبه مهم تحلیل سود است. با وجود سازهایی زیادی که بر مقدار هزینه ها اثر میگذارند، سطح فعالیتها تأثیر بسزایی در مقدار هزینه ها دارند (خواجوی و همکاران، ۱۳۶۲). آگاهی از چگونگی رفتار هزینه ها نسبت به تغییرات سطح فعالیت و یا سطح فروش از اطلاعات مهم برای تصمیم گیری مدیران در خصوص برنامه ریزی و بودجه بندی، قیمتگذاری محصولات تعیین نقطه سر به سر و سایر موارد مدیریتی است (اعلایی ۱۳۶۶).

مطابق مدل سنتی هزینه در حسابداری مدیریت، هزینه های متغیر با هزینه های ثابت تفاوت دارند، بدین معنی که با تغییر در سطح فعالیت، هزینه های متغیر به طور متناسب تغییر میکنند و هزینه های ثابت بدون تغییر باقی میمانند (اندرسون و همکاران ۲۰۰۳). بنابراین، طبق مدل سنتی هزینه، اگر هزینه های متغیر به ازای ۱ درصد افزایش در سطح فعالیت، معادل ۵۰ درصد افزایش پیدا کنند، به ازای ۱ درصد کاهش در سطح فعالیت، باید معادل ۵۰ درصد کاهش یابند. با این وجود، مطالعات تجربی نظیر اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) و بالاکریشنان همکاران (۲۰۰۴) نشان داد که میزان افزایش در هزینه ها به دلیل افزایش در سطح فعالیت، بیشتر از کاهش هزینه ها به دلیل کاهش در سطح فعالیت است. به این رفتار نامتقارن هزینه، "چسبندگی هزینه" گفته میشود (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳). ادبیات موجود حاکی از آن است که رفتار نامتقارن هزینه از محرکهای ارزش محور و محرکهای غیر ارزش محور، مانند انگیزه های نمایندگی و رفتاری نشأت میگیرد (بنکر و همکاران ۲۰۱۴ چن و همکاران ۲۰۱۲) با این وجود مطالعات موجود این موضوع را بررسی نکرده اند که اگر سرمایه گذاران بر این باور باشند که رفتار نامتقارن هزینه ناشی از یک محرک خاص است تا دیگر محرکها، آیا بازار سرمایه واکنش متفاوتی نشان میدهد؟ این مطالعه قصد دارد به پر کردن این شکاف کمک کند.

رفتار نامتقارن هزینه به عنوان یک امر مدیریتی درون سازمانی و مبتنی بر استراتژیهای مدیریت است و واکنش بازار سرمایه موضوعی خارج از اراده مدیریت تلقی میشود، با این وجود، شواهد تجربی حاکی از آن است که فعالان بازار سرمایه به ویژه تحلیلگران و سرمایه گذاران در تصمیمات خود رفتار هزینه ها را مورد توجه قرار میدهند. در این راستا، مطالعات مختلف به بررسی ارتباط بین رفتار نامتقارن هزینه با رفتار تحلیلگران و سرمایه گذاران در بازار سرمایه پرداخته اند. به عنوان نمونه، ویس (۲۰۱۰) با این استدلال که چسبندگی هزینه در شکلگیری باورهای سرمایه گذاران در مورد ارزش شرکت تأثیر دارد، نشان دادند ساختارهای هزینه چسبندتر، دقت پیشبینی سود تحلیلگران را کاهش میدهد. سیلجی و ورم (۲۰۱۹) با ارائه شواهدی مبنی بر این که رفتار سرمایه گذاران و فعالان بازار سرمایه نسبت به چسبندگی هزینه ها در شرکتهایی با انتظارات رشد بلندمدت بالا و پایین متفاوت است، مدعی هستند که سرمایه گذاران، چسبندگی هزینه را درک کرده و در تصمیمات خود مورد توجه قرار میدهند. اندرسون و همکاران (۲۰۰۷) نیز دریافتند که چسبندگی هزینه از طریق تأثیر بر سود، پیشبینی سود تحلیلگران را تحت تأثیر قرار میدهد و این موضوع میتواند به بازده غیرعادی مثبت منجر شود. سیفتچی و همکاران (۲۰۱۶) دریافتند که افزایش آگاهی تحلیلگران از چسبندگی

هزینه، کیفیت پیش بینی های تحلیلگران مالی را بهبود میبخشد. بنکر و همکاران (۲۰۱۴) با این استدلال که رفتار نامتقارن هزینه ها نه تنها بر پیشبینی سود، بلکه بر بازار سهام و اقتصاد کلان نیز تأثیر دارد نشان دادند که رفتار نامتقارن هزینه به بر افزایش بازده بلندمدت تأثیر دارد. یافته های السدی و همکاران (۱۴۰۱) و رضازاده و همکاران (۱۴۰۰) نیز حاکی از تأثیر منفی چسبندگی هزینه بر ارزش شرکت است. خوشکار و همکاران (۱۴۰۰) نشان دادند که چسبندگی هزینه بر کیفیت افشاء اطلاعات مالی تأثیر منفی دارد. لی و سان (۲۰۲۳) با این ادعا که چسبندگی هزینه بیشتر منجر به افزایش نوسانات سود و کاهش دقت پیش بینی تحلیلگران میشود و در نتیجه بر قضاوتها و تصمیمات سرمایه گذاران و فرآیند ارزشگذاری اطلاعات بازار سرمایه تأثیر دارد، دریافتند که چسبندگی هزینه کمتر، توانایی بازده فعلی جهت انعکاس سودهای آتی را بهبود میبخشد. آگراوال (۲۰۲۰) نشان داد که چسبندگی هزینه با کاهش کیفیت اطلاعات در دسترس سرمایه گذاران منجر به تأخیر در تعدیل قیمت سهام میشود. وی استدلال میکند که چسبندگی هزینه به طور مستقیم و از طریق کاهش توانایی سرمایه گذاران برای پیشبینی سودهای آتی و نیز به طور غیرمستقیم از طریق کاهش پیروی از تحلیلگران شرکت منجر به تأخیر در تعدیل قیمت سهام میشود. شواهد فوق نشان میدهد که این دیدگاه که چسبندگی هزینه بر رفتار تحلیلگران و بازار سرمایه تأثیر دارد، در بسیاری از پژوهشهای تجربی مورد مطالعه قرار گرفته است (بالاکریشنان و همکاران ۲۰۰۴؛ بانکر و چن ۲۰۰۶، ویس، ۲۰۱۰) تحلیلگران تأثیر زیادی بر تصمیم گیری سایر فعالان بازار سرمایه دارند (دریسکل و همکاران، ۲۰۲۰) آنان نقش کلیدی در پردازش اطلاعات رفتار هزینه ها و انتقال آن به سرمایه گذاران دارند و با انتشار پیش بینیهای خود به شکل گیری ایده های دقیقتر سرمایه گذاران در مورد تأثیر سودهای جاری بر عملکرد آتی شرکت کمک میکنند و از این طریق به افزایش محتوای اطلاعاتی قیمت سهام (هوانگ و همکاران ۲۰۱۶) هیود کارایی اطلاعاتی بازار سرمایه (لوه و استولز ۲۰۱۸) و کارایی تخصیص بازار سرمایه (کال و همکاران ۲۰۱۹) کمک میکنند. در مجموع اگر چه شواهد موجود حاکی از تأثیر و نقش رفتار هزینه ها در پیشبینی سود و در نتیجه واکنش سرمایه گذاران و بازار سرمایه است، در مورد این که آیا سرمایه گذاران اطلاعات مربوط به رفتار هزینه را درک میکنند و از کدام مدل هزینه برای پیشبینی سود استفاده میکنند، همچنان دانش محدودی وجود دارد و در این زمینه نیاز به انجام مطالعات بیشتر است.

از این رو پژوهش حاضر به دنبال یافتن پاسخی به اینی سؤال اصلی است که آیا عوامل رقابت بر هزینه های نامتقارن اداری، عمومی و فروش تأثیر میگذارد؟

۲- مبانی نظری

مدیریت هزینه و چگونگی برنامه ریزی مصرف منابع یکی از مسائلی است که همواره مدیریت در راستای ارزش آفرینی برای بنگاه تحت مدیریت خود با آن سروکار دارند، اما این امر مستلزم آگاهی کامل از چگونگی رفتار هزینه ها و عوامل تأثیرگذار بر رفتار هزینه ها است (آذرپور و ویسی حصار، ۱۳۹۷) طبق مبانی حسابداری مدیریت دربار ها، تغییرات هزینه رفتار هزینه ها تنها به میزان تغییرات در سطح فعالیت وابسته است و به جهت تغییرات در سطح فعالیت ارتباطی ندارد (حاجیها و همکاران، ۱۳۹۸) با وجود این، کوپر و کاپالن (۱۹۹۲) و نورین و سودستروم (۱۹۹۷) که مدل ۱۶۶۰ رفتار هزینه جایگزین ارائه کردند که برخی از هزینه ها ممکن است در زمان افزایش و کاهش فروش، ک الگوی نامتقارن داشته باشند (چونگ و همکاران ۲۰۱۸) در رفتار چسبندگی هزینه ها، کاهش هزینه ها بر اثر کاهش حجم فعالیت، کمتر از افزایش هزینه ها بر اثر افزایش حجم فعالیت است (هاشمی و همکاران ۱۳۹۷) به دنبال این مدل جدید رفتار هزینه، بسیاری از مطالعات، رفتار نامتقارن هزینه و عوامل تعیین کننده آن را مورد بررسی قرار داده اند (اندرسون و همکاران ۲۰۰۳) دیرینک و همکاران ۲۰۱۲ کاما و ویس دیرینک و همکاران (۲۰۱۳) اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) با استفاده از هزینه های فروش، اداری و عمومی به شواهد تجربی مطابق با این رفتار نامتقارن هزینه دست یافتند (چونگ و همکاران، ۲۰۱۸)

۲-۱- هزینه های نامتقارن

هزینه های نامتقارن به این پدیده اشاره دارد که هزینه ها در هنگام افزایش فعالیت های تجاری (مثل فروش) سریع تر از زمانی که فعالیت های تجاری کاهش می یابد، افزایش می یابند. به عبارت دیگر، هزینه ها هنگام کاهش فروش به اندازه افزایش فروش در زمان افزایش، کاهش نمی یابند. این رفتار نامتقارن هزینه ها به عنوان «چسبندگی هزینه» نیز شناخته می شود.

افزایش هزینه ها:

زمانی که یک شرکت فروش خود را افزایش می دهد، ممکن است لازم باشد منابع بیشتری مانند نیروی کار، مواد اولیه، و تجهیزات را به کار گیرد که منجر به افزایش هزینه ها می شود.

کاهش هزینه ها:

در مقابل، زمانی که فروش کاهش می‌یابد، شرکت‌ها ممکن است نتوانند به سرعت و به همان اندازه هزینه‌ها را کاهش دهند. این به این دلیل است که برخی از هزینه‌ها مانند دستمزدها و اجاره‌ها ممکن است ثابت باشند و به راحتی قابل کاهش نباشند.

چسبندگی هزینه:

این پدیده که هزینه‌ها به سرعت کاهش نمی‌یابند، به عنوان چسبندگی هزینه شناخته می‌شود و می‌تواند ناشی از عوامل مختلفی مانند تصمیمات مدیران، قراردادهای بلندمدت، و هزینه‌های ثابت باشد.

اهمیت بررسی هزینه‌های نامتقارن:

بررسی رفتار هزینه‌های نامتقارن می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا: تصمیمات بهتری در مورد تخصیص منابع بگیرند؛ با درک اینکه کدام هزینه‌ها چسبنده‌تر هستند، شرکت‌ها می‌توانند منابع خود را به طور موثرتری تخصیص دهند. برنامه‌ریزی بهتری برای دوران‌های کاهش فروش داشته باشند؛ با پیش‌بینی هزینه‌هایی که به سختی کاهش می‌یابند، شرکت‌ها می‌توانند برای دوران‌های کاهش فروش آماده شوند. استراتژی‌های مناسب‌تری برای مدیریت هزینه‌ها اتخاذ کنند؛ با شناخت عوامل موثر بر چسبندگی هزینه‌ها، شرکت‌ها می‌توانند استراتژی‌های مناسب‌تری برای مدیریت هزینه‌های خود در دوره‌های مختلف اتخاذ کنند. ساختارهای رقابتی بازارهای اوراق بهادار تغییر یافته است. شناخت ساختار بازارهای اوراق بهادار در مدیریت تأمین مالی اهمیت دارد. علاوه بر آن طراحی سازمان مناسب برای بازار اوراق بهادار در کارآمد نمودن بازار سرمایه اهمیت دارد. مدیریت مالی کلان جامعه باید به این امر توجهی لازم نماید تا موجبات رشد و توسعه اقتصادی فراهم شود. هر شبکه‌ای که خرید و فروش کالاها و خدمات در آن انجام پذیرد بازار نامیده می‌شود. بازار نباید لزوماً وجود مادی داشته و فضای مشخصی را در بر گرفته باشد. به عنوان مثال بازار، معاملات سهام در سطح جهان بازاری است که عملیات آن صرفاً از طریق شبکه مخابرات بین‌المللی انجام می‌شود و در مجموع جای معینی ندارد. بازار رقابتی به بازاری اطلاق می‌شود که در آن تعداد زیادی خریداران و تعداد زیادی فروشندگان مطلع و آگاه، طوری عمل می‌کنند که هیچ کدام نمیتوانند بر سطح قیمت تأثیر بگذارند. در بازار رقابتی، شرکت‌ها اجباراً باید شیوه‌هایی از تولید را به کار گیرند که از کمترین میزان هزینه و بالاترین میزان کارایی برخوردار باشند تا به این ترتیب بتوانند به مصرف‌کننده در تحصیل کالایی با کیفیت بهتر و قیمت پایینتر کمک کنند. در این حالت منابع کل اقتصاد به شیوه کارآمدتر مورد استفاده قرار گرفته و باعث می‌شود تمام اقتصاد سود ببرد. در اقتصاد متکی بر بازار، بنگاه‌ها همواره به منظور جذب مشتری بیشتر با یکدیگر رقابت می‌کنند و از این رو دائماً رفتارهای یکدیگر را زیر نظر گرفته و استراتژی‌های متنوعی برای کسب موفقیت اتخاذ مینمایند. بنابراین رقابت موجب می‌شود تا بنگاه‌ها به بهترین شکل عمل نمایند، کالاهایی را با بهترین کیفیت تولید کنند و خدماتی را با پایینترین هزینه ارائه دهند. فضای رقابتی بر اساس مکانیزم تشویق بنگاه‌های کارآمد و بهره‌ور و تنبیه بنگاه‌های ناکارآمد و غیر به رهور، توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه و ورود به بازارهای جدید را ترغیب مینماید (یار احمدی، ۱۳۹۵)

۲-۲- رفتار نامتقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش

یکی از مفروضات اولیه حسابداری مدیریت بیان گر آن است که تغییرات هزینه‌ها رابطهای متناسب با افزایش و کاهش در 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 رفتار هزینه توسط اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) به هزینه‌های چسبنده معروف شدند (شعبانی و همکاران ۱۳۹۲) در مدل سنتی رفتار هزینه، زمانی که سطح فعالیت تغییر میکند، بدون توجه به مسیر این تغییرات در سطح فعالیت (افزایش یا کاهش) هزینه‌ها عکس العمل نشان داده یا تغییر میکنند. به عنوان نمونه با ۳٪ افزایش یا کاهش در سطح فعالیت، هزینه‌ها نیز با درصد ثابتی افزایش یا کاهش مینمایند (هورن گرن و همکاران، ۲۰۰۸)

در مقابل، برخی از محققین از قبیل (اندرسون و لانان، ۲۰۰۷)، معتقدند که سرعت افزایش در برخی از هزینه‌ها در هنگام افزایش در سطح فروش، بیشتر از سرعت کاهش در سطح هزینه‌ها در هنگام کاهش در سطح فروش است. این نوع رفتار هزینه‌ها به چسبندگی هزینه‌ها معروف اند. به عبارتی دیگر، بزرگی افزایش در سطح هزینه‌ها به هنگام افزایش در سطح فروش بیشتر از بزرگی کاهش هزینه‌ها به هنگام کاهش در سطح فروش است. به عبارتی دیگر، چسبندگی هزینه‌ها به نوعی به رفتار نامتقارن هزینه اطلاق میگردد. این گروه معتقدند که هزینه‌ها با افزایش حجم فعالیت در مقایسه با مسیر دیگر تغییرات (کاهش حجم فعالیتها) با شدت بیشتری تغییر میکنند. به عبارتی، هزینه‌ها رو به پایین حرکت میکنند. به اعتقاد این گروه از محققین، هزینه‌ها هنگامی چسبنده هستند که مقدار افزایش در هزینه‌های مرتبط با افزایش حجم، بزرگتر از میزان کاهش هزینه‌های مرتبط با همان مقدار کاهش در حجم است (شعبیه و همکاران، ۱۳۹۳)

۳-مروری بر پیشینه پژوهش

انصاریان و همکاران (۱۴۰۳) به مطالعه بررسی رابطه مدیریت سرمایه در گردش شرکت و رفتار نامتقارن هزینه پرداختند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد شرکت‌هایی با مدیریت سرمایه در گردش، چسبندگی هزینه کمتری را نشان می‌دهند، به این معنی که در مقایسه با شرکت‌های دیگر، توانایی بیشتری در تنظیم هزینه‌های عملیاتی و هزینه‌های کالا در پاسخ به کاهش فروش دارند. اعظم پور و همکاران (۱۴۰۳) در بررسی مالکیت دولتی و چسبندگی هزینه نیروی کار: نقش جریانهای نقد آزاد، نشان میدهند، مالکیت دولتی بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر مثبت دارد و جریانهای نقد آزاد، رابطه مالکیت دولتی و چسبندگی هزینه نیروی کار را تقویت میکند.

سبزی علی پور و همکاران (۱۴۰۳) به مطالعه واکنش بازار به رفتار نامتقارن هزینه: مطالعه اثر انتظارات رشد بلندمدت پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد در شرکت‌های با انتظارات رشد بلندمدت بالا نسبت به شرکت‌های دارای انتظارات رشد بلندمدت پایین، درجه رفتار نامتقارن از نوع چسبندگی هزینه بیشتر است. همچنین، یافته‌ها حاکی از آن است که بازار سرمایه به چسبندگی هزینه غیرمنتظره، واکنش منفی نشان می‌دهد و واکنش منفی سرمایه‌گذاران به چسبندگی هزینه غیرمنتظره در شرکت‌های دارای انتظارات رشد بلندمدت بالا کمتر از شرکت‌های دارای انتظارات رشد بلندمدت پایین است. انگیزه‌های اقتصادی مدیران یکی از محرک‌های اصلی رفتار نامتقارن هزینه است. شرکت‌هایی که انتظارات بالاتری درباره رشد آتی دارند، با افزایش سرمایه‌گذاری، ریسک ظرفیت بلا استفاده را کاهش می‌دهند. افزایش چسبندگی هزینه غیرمنتظره با تغییر در باورهای سرمایه‌گذاران، واکنش بازار سرمایه را به دنبال دارد. پژوهش حاضر با فراهم کردن شواهدی درباره واکنش بازار سرمایه به رفتار نامتقارن هزینه، و همچنین، ایجاد ارتباط بین رفتار هزینه‌ها به عنوان یکی از حوزه‌های مهم حسابداری مدیریت با رفتار سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه ادبیات این دو حوزه را غنی می‌کند.

علی اکبری (۱۴۰۱) به مطالعه تأثیر رفتار نامتقارن هزینه بر تأخیر گزارش حسابرس در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که اثر رفتار نامتقارن هزینه بر تأخیر گزارش حسابرس اثر منفی و معنادار دارد.

پارسایی و همکاران (۱۴۰۱) به مطالعه بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه‌ها با تأکید بر مشکل نمایندگی و تمرکز مشتری پرداختند. نتایج حاصل از رگرسیون با داده‌های ترکیبی نشان می‌دهد بدهی تجاری به عنوان یک سازوکار کنترلی برون سازمانی عمل می‌کند و دارای رابطه معکوس و معناداری با چسبندگی هزینه شرکت‌ها می‌باشد. همچنین، یافته‌ها نشان داد که مشکل نمایندگی ارتباط معکوس بین بدهی تجاری و چسبندگی هزینه شرکت‌ها را تقویت می‌کند، لیکن تمرکز مشتری ارتباط مذکور را تضعیف می‌کند. نتایج این پژوهش از این حیث که یکی از عوامل بالقوه‌ای را شناسایی می‌کند که می‌تواند چسبندگی هزینه را در شرکت‌ها کاهش دهد، به گسترش ادبیات موجود در حوزه چسبندگی هزینه کمک می‌کند.

لفبر (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان رابطه بین رشد و سودآوری: نقش چسبندگی هزینه به عنوان یک بدهی استراتژیک، نشان دادند برای شرکت‌هایی که رشد سریع در فروش را تجربه میکنند، چسبندگی هزینه اثر تعدیل کننده مثبتی بر رابطه بین رشد فروش و سودآوری دارد زیرا بازده گردش دارایی بالاتری دارد. با اینحال، برای شرکت‌هایی که رشد آهسته، بدون رشد یا کاهش فروش را تجربه میکنند، چسبندگی هزینه اثر تعدیل کننده منفی بر رابطه بین فروش و سودآوری دارد.

برگ و همکاران (۲۰۲۴) در تحقیقی با عنوان مدیریت رفتار هزینه و مدیریت سرمایه در گردش: یک رابطه معکوس بین مدیریت سرمایه در گردش تهاجمی یک شرکت و چسبندگی هزینه و درجه تعدیل هزینه آن را ثابت میکنند. یافته‌های آنها نشان میدهد که شرکت‌هایی با مدیریت سرمایه در گردش تهاجمی تر، چسبندگی هزینه کمتری را نشان میدهند، به این معنی که در مقایسه با شرکت‌هایی با مدیریت سرمایه در گردش تهاجمی کمتر، توانایی بیشتری در تنظیم هزینه‌های عملیاتی و هزینه‌های کالا در پاسخ به کاهش فروش دارند. علاوه بر این، مطالعه آنها نشان میدهد که مدیریت سرمایه در گردش تهاجمی تر با درجه پایینتری از تعدیل در هزینه‌های عملیاتی و بهای تمام شده کالا همراه است.

کیم و را (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان رضایت کارکنان و رفتار نامتقارن هزینه، با بررسی رتبه بندی بیش از یک میلیون کارمند بین سالهای ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۰، نشان دادند که رضایت بیشتر کارکنان با درجه بالاتری از رفتار نامتقارن هزینه‌ها مرتبط است. علاوه بر این، نتایج نشان میدهد که این ارتباط در صنایعی که سرمایه انسانی بزرگتری دارند، بیشتر است. بنابراین، کارکنان راضی دارایی با ارزشی هستند که بر انتخابهای شرکتها نسبت به رفتار هزینه‌ها تأثیر میگذارند.

در مطالعات پیشین، جین و لو (۲۰۲۱) با بررسی رابطه بین عدم اطمینان سیاستهای اقتصادی و چسبندگی هزینه شرکتها در بورس اوراق بهادار ایالات متحده اعلام کردند که عدم اطمینان سیاستهای اقتصادی منجر به کاهش چسبندگی هزینه شرکتها میشود. آنها دریافتند که عدم اطمینان سیاستهای اقتصادی مستقیماً بر شرکت‌هایی تأثیر میگذارد که به هزینه‌های دولت وابسته

هستند و از سوی دیگر این متغیر به طور غیرمستقیم از طریق اثرات خود بر اقتصاد کل و هزینه های تأمین مالی بر همه شرکتها تأثیر میگذارد.

هارتلیب و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان آیا سرمایه اجتماعی بر رفتار نامتقارن هزینه تأثیر دارد؟، نشان دادند که شرکت هایی که مقر اصلی آن هایی در ایالت های با سرمایه اجتماعی بالا در ایالات متحده قرار دارد، رفتار نامتقارن هزینه ها به طور معناداری کمتر است. مدیران در این مناطق در جهت منافع شرکتها عمل میکنند از این رو، تضادهای نمایندگی و رفتار فرصت طلبانه، نقش کم تری در رفتار هزینه میکند. این نتایج تأکیدی بر نقش مهم اختیارات مدیریتی در رفتار هزینه است و به درک اینکه چطور عوامل محیطی محلی، رفتار متفاوت چسبندگی هزینه های شرکت کند. دهند، کمک می کند.

۴- فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: شرکتهایی که در صنایع با تمایز محصول بالاتری فعال هستند، دارای درجه عدم تقارن هزینه های عمومی، اداری فروش بیشتری هستند.

فرضیه دوم: شرکتهایی که در صنایع با هزینه های ورودی بالاتری فعال هستند، دارای درجه عدم تقارن هزینه های عمومی، اداری فروش بیشتری هستند.

۵- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر براساس روش مطالعات کتابخانه ای بوده و اطلاعات لازم جهت انجام پژوهش با استفاده از کتب، نشریات، مقالات و مجلات جمع آوری گردیده است. از آنجایی که موضوع تحقیق در ارتباط با شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد، لذا نمونه آماری نیز از این شرکت ها بوده و به گونه ای انتخاب شده است که از کلیه صنایع فعال در بورس، نمونه انتخاب شده و این نمونه قابلیت تعمیم نتایج حاصله از تحقیق بر کل جامعه آماری (شرکت های پذیرفته شده در بورس تهران) را دارا می باشد. در این تحقیق برای جمع آوری داده ها از نرم افزار ره آورد نوین استفاده شده است، جامعه آماری این پژوهش، کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار طی دوره زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۲ است، از میان این شرکتها، شرکتهایی که طی دوره پژوهش فعالیت مستمر داشته و وقفه معاملاتی بیشتر از شش ماه نداشته باشند در نظر گرفته شدند.

۶- مدل و متغیرهای پژوهش

$$\Delta SG\&A_{i,t} = \alpha + \beta_1 \Delta SALE_{i,t} + \beta_2 \Delta SALE_{i,t} * DD_{i,t} + \beta_3 \Delta SALE_{i,t} * DD_{i,t} * DIFF_{i,t} + \beta_4 \Delta SALE_{i,t} * DD_{i,t} * ENTCOST_{i,t} + \beta_5 \Delta SALE_{i,t} * DD_{i,t} * MKSIZE_{i,t} + \beta_6 \Delta SALE_{i,t} * DD_{i,t} * SUCCESSIVE_{i,t} + \beta_7 \Delta SALE_{i,t} * DD_{i,t} * ASSET_{i,t} + \beta_8 \Delta SALE_{i,t} * DD_{i,t} * EMP_{i,t} + \beta_9 \Delta SALE_{i,t} * DD_{i,t} * GDP_{i,t} + \beta_{10} DIFF_{i,t} + \beta_{11} ENTCOST_{i,t} + \beta_{12} SUCCESSIVE_{i,t} + \beta_{13} ASSET_{i,t} + \beta_{14} EMP_{i,t} + \beta_{15} GDP_{i,t} + \varepsilon$$

در مدل مذکور داریم:

$\Delta SG\&A$: لگاریتم هزینه های عمومی و اداری و فروش در سال t بر سال $t-1$

$\Delta SALE$: لگاریتم درآمد فروش در سال t بر سال $t-1$ ؛

DD : متغیر دامی برای کاهش درآمد فروش؛

$COMPETITION_FACTOR$: فاکتورهای رقابت مشتمل بر:

$DIFF$: تمایز محصول؛

$ENTCOST$: هزینه های ورودی

$SUCCESSIVE$: متغیر دامی برای کاهش دو دوره متوالی فروش

$ASSET$: برابر است با لگاریتم طبیعی نسبت کل دارایی به فروش

EMP : برابر است با لگاریتم طبیعی نسبت نیروی کار به فروش

GDP : نرخ رشد تولید ناخالص داخلی

$b1$: عرض از مبدا

$b3, \dots, b31$: ضرایب متغیر

ε : میزان خطا

t:زمان

۶-۱- متغیرهای پژوهش

متغیرهای مستقل

COMPETITION_FACTOR : فاکتورهای رقابت مشتمل بر :

DIFF: تمایز محصول : برابر است با لگاریتم طبیعی فروش صنعت بر هزینه های عملیاتی (بهای تمام شده کالای فروش رفته و هزینه های عمومی، اداری و فروش صنعت

ENTCOST: هزینه های ورودی: برابر است با لگاریتم طبیعی یک به اضافه لگاریتم نسبت مخارج پژوهش و توسعه صنعت بر کل فروش صنعت.

—متغیرهای وابسته

$$\Delta SG\&A: \text{لگاریتم هزینه های عمومی و اداری و فروش در سال } t \text{ بر سال } t-1$$

متغیرهای کنترلی

$$\Delta \text{SALE}_t: \text{لگاریتم درآمد فروش در سال } t \text{ بر سال } t-1$$

DD: که برابر است با یک در صورتی که درآمد فروش در سال t کمتر از درآمد فروش در سال $t-1$ باشد و در غیر این صورت برابر است با صفر.

SUCCESSIVE: متغیر دامی برای کاهش دو دوره متعاقب فروش یک متغیر ساختگی است که برابر با یک است اگر فروش شرکت در دو سال متوالی کاهش یافته باشد، و در غیر این صورت برابر است با صفر.

ASSET برابر است با لگاریتم طبیعی، نسبت کل دارایی، به فروش

EMP: برابر است با لگاریتم طبیعی نسبت نیروی کار به فروش

GDP: نرخ رشد تولید ناخالص داخلی، تولید ناخالص داخلی در برگیرنده ارزش مجموع کالاها و خدماتی است که طی یک دوران معین، معمولاً یک سال، در یک کشور تولید میشود.

$$\text{تولید ناخالص داخلی} = \text{مصرف خصوصی} + \text{سرمایه گذاری} + \text{مصارف دولتی} + (\text{صادرات} - \text{واردات})$$

که در پژوهش حاضر به صورت مستقیم از سایت بانک مرکزی استخراج می گردد.

۷- یافته‌های پژوهش

۷-۱-آمار توصیفی

جدول شماره ۱- آمار توصیفی متغیرهای فرضیه‌های پژوهش

[illegible]

[illegible]

۷-۲-آزمون فرضیه‌های پژوهش

جدول شماره ۲- نتایج الگوی فرضیات پژوهش

نماد متغیر: $LAFi,t$				متغیر وابسته: حق الزحمه حساسری			
نتیجه آزمون (تایید/رد فرضیه)	VIF	سطح معناداری	آماره- t	خطای استاندارد	ضرایب	نماد متغیرهای توضیحی	نام متغیرهای توضیحی
مثبت		۰,۰۲	۲,۱۶	۰,۲۱	۰,۴۲	$\alpha 0$	عرض از مبدأ
مثبت	۲,۹۷	۰,۰۰	۷,۷۴	۰,۰۳	۰,۱۹۲	$\Delta SALE$	درآمد فروش
بی معنی	۳,۸۲	۰,۲۸	-۱,۱۱	۰,۲۳	-۰,۲۴	$\Delta SALE * D D$	تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش
منفی	۲,۴۰	۰,۰۰	-۲,۷۲	۰,۲۵	-۰,۷۱	$\Delta SALE * D D * DIFF$	تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و تمایز محصول
منفی	۲,۱۳	۰,۰۲	-۲,۳۳	۰,۳۸	-۰,۹۲	$\Delta SALE * D D * ENT COS T$	تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و هزینه های ورودی
بی معنی	۲,۰۰	۰,۱۲	۱,۵۵	۰,۰۶	۰,۱۲	$\Delta SALE * D D * SUCCESSIVE$	تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و کاهش دو دوره متوالی فروش
منفی	۳,۲۵	۰,۰۰	-۳,۷۷	۰,۲۶	-۰,۱۱	$\Delta SALE * D D * ASSET$	تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و لگاریتم طبیعی نسبت کل دارایی به فروش
منفی	۳,۷۲	۰,۱۵	-۳,۴۰	۰,۰۳	-۰,۰۴	$\Delta SALE * D D * EMP$	تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و لگاریتم طبیعی نسبت نیروی کار به فروش
منفی	۲,۳۳	۰,۰۰	-۳,۶۵	۰,۵۶	-۲,۰۹۵	$\Delta SALE * D D * GDP$	تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و نرخ رشد تولید ناخالص داخلی
منفی	۱,۳۵	۰,۰۰	-۲,۶۸	۰,۰۳	-۰,۱۱	$DIFF$	تمایز محصول
منفی	۱,۵۲	۰,۰۰	-۲,۹۵	۰,۰۸	-۰,۲۷	$ENT COST$	هزینه های ورودی
بی معنی	۲,۳۶	۰,۰۴	-۱,۹۲	۰,۰۳	-۰,۰۳	$SUCCESSIVE$	کاهش دو دوره متوالی فروش
بی معنی	۱,۵۲	بی معنی	۰,۱۹	۰,۰۳	۰,۰۳	$ASSET$	لگاریتم طبیعی نسبت کل دارایی به فروش
	۲,۱۱	۰,۴۵	۰,۷۳	۰,۰۱	۰,۰۲	EMP	لگاریتم طبیعی نسبت نیروی کار به فروش
بی معنی	۲,۱۱	۰,۴۶	۰,۷۴	۰,۰۹	۰,۰۷	GDP	نرخ رشد تولید ناخالص داخلی
۴,۵۲				آماره اف فیشر		۰,۵۲	
۰,۰۰				احتمال آماره اف فیشر		۰,۴۰	
۲,۳۰					واتسون-آماره دوربین		

نتایج حاصل از تخمین نشان میدهد که احتمال آماره t برای ضریب ثابت و ضرایب متغیرهای درآمد فروش، تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و تمایز محصول، تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و هزینه های ورودی، تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و اندازه بازار، تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و لگاریتم طبیعی نسبت کل دارایی به فروش، تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و لگاریتم طبیعی نسبت نیروی کار به فروش، تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و نرخ رشد تولید ناخالص داخلی، تمایز محصول، هزینه های ورودی و بر هزینه های عمومی و اداری و فروش کمتر از ۵% است؛ لذا ارتباط فوق از لحاظ آماری معنی دار می باشد. و ضریب برآورد شده توسط نرم افزار برای متغیرهای تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و تمایز محصول، تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و هزینه های ورودی، تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و لگاریتم طبیعی نسبت کل دارایی به فروش، لگاریتم طبیعی نسبت نیروی کار به فروش و نرخ رشد تولید ناخالص داخلی بر هزینه های عمومی و اداری و فروش بیشتر از ۵% است. از این رو ضریب برآوردی متغیرهای فوق از لحاظ آماری معنی دار نمیباشد. بنابراین با اطمینان ۱۵٪ این متغیر در مدل رگرسیونی بی معنی می باشد. ضریب تعیین تعدیل شده قدرت توضیح دهنده متغیرهای مستقل را نشان میدهد که قداراست به میزان ۴۰% تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. احتمال آماره F بیانگر این است که کل مدل از لحاظ آماری معنی دار می باشد. مقادیر عامل تورم واریانس تمامی متغیرها کمتر از پنج است، مشکل همخطی در نمونه مورد بررسی وجود ندارد. از آنجا که متغیرهای تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و تمایز محصول، تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و هزینه های ورودی، تعامل درآمد فروش و کاهش درآمد فروش و بر هزینه های عمومی و اداری و فروش منفی و معنی دار می باشد. بنابراین فرض $H1$ برای فرضیه اول، دوم رد میشود. یعنی شرکتهایی که در صنایع با تمایز محصول، هزینه های ورودی و اندازه بازار بالاتری فعال هستند، دارای درجه عدم تقارن هزینه های عمومی، اداری فروش بیشتری هستند.

۸- نتیجه گیری

نتایج نشان داد شرکتهایی که در صنایع با تمایز محصول بالاتری فعال هستند، دارای درجه عدم تقارن هزینه های عمومی، اداری فروش بیشتری هستند؛ به علاوه شرکتهایی که در صنایع با هزینه های ورودی بالاتری فعال هستند، دارای درجه عدم تقارن هزینه های عمومی، اداری فروش بیشتری هستند. نتایج به دست آمده در این پژوهش با مستندات اشاره شده در چارچوب نظری پژوهش و ادبیات مالی مطابقت دارد. بنابراین به عنوان یک نتیجه گیری کلی و با در نظر گرفتن موارد اشاره شده در قسمت ادبیات موضوع پژوهش، چنین استنباط میشود که فاکتورهای رقابت بر هزینه های نامتقارن شرکت تاثیر گذار است. این نتایج میتواند درک و دانش سرمایه گذاران و پژوهشگران حوزه بازار سرمایه را افزایش دهد در پرتو آن شاید بتوان به شناسایی عوامل دیگری که توانایی توضیح دادن رفتار نامتقارن هزینه را داشته باشند دست یافت. نتایج کاربردی این پژوهش می تواند مورد توجه دو گروه کلی قرار گیرد؛ گروه اول، استفاده کنندگان از اطلاعات مالی هستند؛ این گروه که شامل سرمایه گذاران، اعتبار دهندگان، مدیران و شرکت های حسابرسی می باشد؛ این گروه در واقع کسانی هستند که مستقیماً با آثار مالی و نتایج حاصل از عملکرد شرکتها در ارتباط می باشند. گروه دوم، پژوهشگران، سیاست گذاران و تدوین کنندگان استانداردهای حسابداری و یا موسساتی همانند بورس اوراق بهادار هستند که به مسائل اقتصادی و مالی علاقمند می باشند. بخش عمده ای از نتایج این پژوهش در تطابق با مبانی نظری بوده و ضمن پر کردن خلا پژوهش های صورت گرفته در این حوزه میتواند به مدیران در مدیریت صحیح و سهامداران در سرمایه گذاری و تعیین سیاست و رویه های شرکت کمک کند.

۸-۱- پیشنهادات حاصل از یافته های پژوهش

در خصوص نتایج حاصل از فرضیه های پژوهش، پیشنهاد می شود:

با توجه به نتایج حاصل از بررسی فرضیه اول؛ شرکتهایی که در صنایع با تمایز محصول بالاتری فعال هستند، دارای درجه عدم تقارن هزینه های عمومی، اداری فروش بیشتری هستند. بر این اساس می توان گفت شناخت عوامل مختلف نظیر استراتژی تمایز محصول و تاثیر آنها بر رفتار هزینه ها به مدیران جهت تجزیه و تحلیل بهتر و بودجه بندی جامعتر کمک بسزایی میکند و مدیرانی که رفتار هزینه را درک میکنند برای پیش بینی روند هزینه ها در موقعیتهای عملیاتی مختلف شرایط بهتری دارند و این وضعیت این امکان را خواهد داد که فعالیتهای خود و در نتیجه درآمدهای عملیاتی خود را بهتر برنامه ریزی کنند. همچنین آگاهی از رفتار هزینه برای حسابداران، محققین و تمام کسانی که با حوزه مدیریت در ارتباط هستند و تغییرات در هزینه ها را بر حسب تغییرات در درآمد ارزیابی میکنند دارای اهمیت است. حسابرسان نیز هنگام اجرای رویه های بررسی تحلیلی فرض را بر این قرار میدهند که

هزینه ها متناسب با نوسانات فروش تغییر می کنند، بنابراین درک بهتر از نحوه تغییر هزینه ها نسبت به نوسانات فروش برای حسابرسان در بهبود اجرای رویه های تحلیلی راه گشا خواهد بود.

با توجه به نتایج حاصل از بررسی فرضیه دوم؛ شرکت هایی که در صنایع با هزینه های ورودی بالاتری فعال هستند، دارای درجه عدم تقارن هزینه های عمومی، اداری فروش بیشتری هستند. با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد میشود مدیران ارشد شرکتها، عدم تقارن رفتار هزینه را شناسایی و کنترل کنند و در فرایند تصمیم گیری، برنامه ریزی و بودجه بندی فعالیتهای شرکت برای پیشبینی سودهای آتی، ارتباط هزینه ها با درآمدها و تأثیر تغییرات فروش بر میزان هزینه ها را مد نظر قرار دهند و بر اساس نتایج آن، تصمیم دقیقتری گرفته و بودجه جامع تری ارائه کنند. از سوی دیگر، به سرمایه گذاران پیشنهاد میشود که در تحلیلهای مالی برای شرکت هایی که انتظار می رود در آینده با کاهش فروش مواجه شوند، موضوع عدم تقارن رفتار هزینه و انگیزه های متفاوت نمایندگی برای رسیدن به سود هدف را برای تجزیه و تحلیل سودهای آتی با توجه به استراتژی رقابتی شرکت و میزان هزینه های ورودی شرکت مدنظر قرار دهند و معیارهای کنترلی لازم را برای محدود کردن انگیزه های نمایندگی در شرکت تقویت کنند.

پیشنهاد می شود تحقیق حاضر در مورد هرصنعت به طور جداگانه مورد بررسی قرار گیرد و به مقایسه نتایج بدست آمده در صنایع مختلف پرداخته شود.

در راستای موضوع پژوهش حاضر، به محققان آینده پیشنهاد میشود اثر توانایی مدیران و رقابت در بازار محصول بر چسبندگی هزینه ها را در صنایع مختلف مورد بررسی قرار دهند.

بررسی شاخصهای تئوری نمایندگی و تأثیر آیتام هایی مثل اعضای غیر موظف هیئت مدیره، درصد سهم نهادهای دولتی و درصد سهم اولین سهامدار عمده، میزان سهام مدیریت بر چسبندگی هزینه ها.

منابع

- آذرپور، مجید؛ ویسی حصار، ثریا (۱۳۹۷). بررسی چسبندگی هزینه های تعهدی در مقابل هزینه های نقدی. پژوهش حسابدار، دوره ۸، شماره ۴، ص ۹۰-۱۱۰.
- اعظم پور، یوسف، معصومی، زهرا و جعفری، سلیل. (۱۴۰۳) مالکیت دولتی و چسبندگی هزینه نیروی کار: نقش جریانهای نقد آزاد، پژوهشهای تجربی حسابداری، انتشار آنالین
- اعلائی، اعظم (۱۳۹۶) بررسی رابطه بین رقابت در بازار محصول و چسبندگی ها در شرکت های هزینه های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره ۳، شماره ۴، ص ۲۹۶-۳۰۷.
- انصاریان ح.، زارعی س. &، فرزانه فر ا. (۱۴۰۳). بررسی رابطه مدیریت سرمایه در گردش شرکت و رفتار نامتقارن هزینه. نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری 8(31), 1861-1876. Retrieved from <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/3064>
- پارسایی، منا و سهرابی، سارا. (۱۴۰۱). بدهی های تجاری و چسبندگی هزینه ها با تأکید بر مشکل نمایندگی و تمرکز مشتری. پژوهش های تجربی حسابداری 12(2), 65-90. doi: 10.22051/jera.2022.39783.2989
- حاجیه، زهره؛ قادری، کاوه؛ قادری، صلاح الدین (۱۳۹۸). تأثیر نگرش کوتاه مدت مدیران در چسبندگی هزینه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مدیریت داری و تأمین مالی، سال ۷، شماره ۳، پیاپی ۲۶، ص ۲۷-۴۴.
- خواجوی، شکراله؛ صادق مهارلویی. محمد، جوکار، تقی زاده، رضا (۱۳۹۸) چسبندگی هزینه و اینرسی هزینه: مدل دو محرک هزینه ها. ای از رفتار نامتقارن هزینه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال ۸، شماره ۲۹، ص ۱۳۵-۱۴۸
- خوشکار، فرزین؛ آقایی، حدیث و ساعدی، فاطمه. (۱۴۰۰). تأثیر چسبندگی هزینه بر کیفیت افشای مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۵۴(۴)، ۸۶-۹۷.
- رضازاده، بهزاد؛ خواجوی، شکراله و صالحی، الهکرم. (۱۴۰۰). (بررسی تأثیر عدم اطمینان متغیرهای کلان اقتصادی بر رفتار چسبندگی هزینه. پژوهش های مالی و رفتاری در حسابداری، ۱(۱)، ۸۶-۶
- سبزی پور، فرشاد، اسماعیلی کیا، غریبه و احمدی، مهران. (۱۴۰۳). واکنش بازار به رفتار نامتقارن هزینه: مطالعه اثر انتظارات رشد بلندمدت. پژوهش های تجربی حسابداری 14(2), 121-154. doi: 10.22051/jera.2024.45829.3190
- شعبانی، حمید؛ زنجیردار، مجید؛ کریمی تبریزی، مهدی. (۱۳۹۲) "تبیین ارتباط بین چسبندگی هزینه ها با خطای پیش بینی سود و پایداری سود در بورس اوراق بهادار تهران"، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم، دانشگاه پیام نور.

- شبیه، سکینه؛ فتحی، زهرا؛ سپاسی، سحر (۱۳۹۳) "آزمون تجربی چسبندگی هزینه: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران"، پژوهشهای تجربی حسابداری، دوره 1، 4: 311-361.
- علی اکبری م. (۱۴۰۱). تاثیر رفتار نامتقارن هزینه بر تأخیر گزارش حسابرس در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری 125-142. Retrieved 6(23), 2023, <https://www.majournal.ir/index.php/ma/article/view/1691>
- هاشمی، سید عباس؛ اصغری، مریم؛ صدری زاده، سحر (۱۳۹۷). تاثیر توانایی مدیریت و رقابت در بازار محصول بر چسبندگی هزینه ها. مطالعات حسابداری و حسابرسی، شماره ۲۶، ص ۳۱-۴۴.
- یاراحمدی، بهمن. (۱۳۹۵) "بررسی ارتباط بین رقابت در بازار محصول و فعالیت های مدیریت سود با در نظر گرفتن اقلام تعهدی اختیاری و دستکاری فعالیت واقعی"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک.
- Anderson, M., Banker, R. & Janakiraman, S. (2003). Are Selling, General, and Administrative Costs 'Sticky'? *Journal of Accounting Research*, 41(1), p.47-63.
- Anderson, S.W. and Lanen, W.N. (1111). "Understanding Cost Management: What Can We Learn from the Evidence on Sticky Costs?", Working paper, University of Melbourne.
- Balakrishnan, R. & Cohen, D.A. (2013). *Competition and Financial Accounting Misreporting. Working paper*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Balakrishnan, R.; Peterson, M. & Soderstrom, N. (2004), "Does capacity utilization affect the 'stickiness' of cost?", *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 19(3), 283-299.
- Banker, R.D. & Chen, L. (2006), "Predicting earnings using a model of cost variability and cost stickiness", *The Accounting Review*, 81(1), 285-307.
- Banker, R., Byzalov, D., Ciftci, M. & Mashruwala, R. (2014). The Moderating Effect of Prior Sales Changes on Asymmetric Cost Behavior. *Journal of Management Accounting Research*, 26(2), p.221-242.
- Berg, Terje, Gustafsson, Emil Gustafsson., Ranik Raaen Wahlstrøm. (2024). Cost management and working capital management: ebony and ivory in perfect harmony?, *Journal of Management Control*, Volume 35, pages 207-233, <https://doi.org/10.1007/s00187-024-00368-3>
- Cheung, J., Kim, H., Kim, S. & Rong, H. (2018). Is the asymmetric cost behavior affected by competition factors? *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 25, p.218-234.
- Dierynck, B., Landsman, W. & Renders, A. (2012). Do Managerial Incentives Drive Cost Behavior? Evidence about the Role of the Zero Earnings Benchmark for Labor Cost Behavior in Private Belgian Firms. *The Accounting Review*, 87(4), p.1219-1246.
- Call, A. C; Sharp, N. Y; & Wong, P. A. (2019). Changes in analysts' stock recommendations following regulatory action against their brokerage. *Review of Accounting Studies*, 24, 1184-1213
- Chen, C.X., Lu, H. & Sougiannis, T. (2012). The Agency Problem, Corporate Governance, and the Asymmetrical Behavior of Selling, General, and Administrative Costs. *Contemporary Accounting Research*, 29(1), p.252-282.
- Driskill, M; Kirk, M. P; & Tucker, J. W. (2020). Concurrent earnings announcements and analysts' information production. *The Accounting Review*, 95(1), 165-189.
- Jin, Z., Wu, H., (2021), Economic policy uncertainty and cost stickiness, *Management Accounting Research* 52 (3) 100750
- Kama, I. & Weiss, D. (2013). Do Earnings Targets and Managerial Incentives Affect Sticky Costs? *Journal of Accounting Research*, 51(1), p.201-224.
- Kim, J.S. & Ra, K. (2022). Employee satisfaction and asymmetric cost behavior: Evidence from Glassdoor. *Economics Letters*, 219, p.110829.
- Lefebvre, V. (2025), Looking at the relationship between growth and profitability: the role of cost stickiness as a strategic liability", *Journal of Accounting & Organizational Change*, Vol. 21 No. 1, pp. 70-93. <https://doi.org/10.1108/JAOC-06-2023-0107>
- Li, J; & Sun, Z. (2023). Cost stickiness, earnings forecast accuracy, and the informativeness of stock prices about future earnings: evidence from China. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-16.
- Loh, R. K; & Stulz, R. M. (2018). Is sell-side research more valuable in bad times? *The journal of finance*, 73(3), 959-1013.

- Hartlieb, S., Thomas, R. & Loy, B.E. (2020). Does community social capital affect asymmetric cost behaviour? *Management Accounting Research*, 46, p.1-15
- Horngern, CT. Foster, G. Datar, SM. (1118). "Cost Accounting: A Managerial Emphasis", Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Huang, A. H; Leheavy, R; Zang, A. Y; & Zheng, R. (2018). Analyst information discovery and interpretation roles: A topic modeling approach. *Management science*, 64(6), 2833-2855.
- Silge, L; & Wöhrmann, A. (2021). Market reaction to asymmetric cost behavior: the impact of long-term growth expectations. *Review of Managerial Science*, 15(2), 309-347.
- Venieris, G; Naoum, V. C; & Vlismas, O. (2015). Organisation capital and sticky behaviour of selling, general and administrative expenses. *Management Accounting Research*, 26, 54-82