

## رابطه تاخیری تغییرات فروش با رفتار نامتقارن هزینه و اثر تعدیلی نگرش مدیریت

\* الناز تجویدی

\*\* حمیده اثنی عشری

\*\*\* احمد حاج نوروزی

### چکیده

تصمیمات مدیریت در خصوص هزینه‌ها همواره از مباحث مورد توجه بوده است. به طور سنتی در مدل‌های تحلیل سود فرض بر آن بود رفتار هزینه متقارن و وابسته به نوسانات تولید و فروش است؛ اگرچه تحقیقاتی که در دهه ۹۰ انجام شد نشان داد چندان نمی‌توان به این فرض پایبند ماند. چنین نتایجی ضرورت پرداختن به چرایی مشاهده رفتار نامتقارن هزینه را بسترساز شد. در این پژوهش، رابطه تغییرات فروش دوره گذشته با رفتار نامتقارن هزینه بررسی شد و اثر نگرش مثبت و منفی مدیریت بر این رابطه مورد آزمون قرار گرفت. به منظور سنجش رفتار نامتقارن هزینه، به پشتوانه ادبیات پژوهش، از رابطه همزمان تغییرات هزینه‌های فروش، اداری و عمومی با تغییرات فروش دوره جاری استفاده شد؛ تغییرات فروش دو دوره گذشته نیز به عنوان شاخص سنجش نگرش مدیریت لحاظ شد. در این راستا اطلاعات ۱۰۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره ۱۳۸۳ الی ۱۳۹۲ با در نظر گرفتن برخی ویژگی‌ها (۱۰۵۰ شرکت - سال) بررسی گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، تحلیل رگرسیون (حداقل مربعات عادی) - روش اثرات ثابت بکار گرفته شد. نتایج پژوهش نشان داد هزینه رفتاری نامتقارن دارد؛ تغییرات فروش دوره گذشته با کاهش پیش‌روی مدیریت با رفتار نامتقارن هزینه رابطه مثبت دارد؛ و نگرش مدیریت می‌تواند اثر تغییرات فروش دوره گذشته را بر رفتار هزینه تعدیل کند؛ به این ترتیب که نگرش مثبت، رابطه مستقیم فروش دوره گذشته بر رفتار نامتقارن هزینه را تقویت می‌کند و نگرش منفی موجب تقارن بیشتر رفتار هزینه در شرایط کاهش فروش دوره گذشته می‌شود.

**واژگان کلیدی:** فروش دوره گذشته، رفتار نامتقارن هزینه، نگرش مدیریت

---

\* استادیار گروه حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی

\*\* استادیار گروه حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول) hamidehasnaashari@gmail.com

\*\*\* کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه قم

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۸/۳

## مقدمه

تشدید رقابت جهانی مدیران را برآن می‌دارد محصولات و خدمات خود را با کیفیتی بالاتر و بهایی پایین‌تر برای مشتریان فراهم آورند. چنین موضوعی نیازمند دسترسی به اطلاعاتی بهنگام‌تر و مربوط‌تر برای برنامه‌ریزی، بودجه‌بندی، کنترل و ارزیابی عملکرد است. در این راستا، فهم و پیش‌بینی رفتار هزینه در سطوح مختلف فعالیت جایگاه ویژه‌ای دارد زیرا تصمیمات را به سوی کارآمدی بیشتر سوق می‌دهد. اگرچه در نگاه سنتی رفتار هزینه در واکنش به سطوح فعالیت در قالب دو مفهوم ثابت و متغیر تشریح می‌شود اما مطالعات گذشته نشان داده‌اند برخی انواع هزینه رفتاری نامتقارن و چسبنده را از خود به نمایش می‌گذارند؛ به گونه‌ای که در برابر افزایش یا کاهش سطح فعالیت عملکردی مشابه ندارند و در صورت رشد حجم فعالیت‌های شرکت، نرخ تغییرات بیشتری را تجربه می‌نمایند. از آنجایی که صحت نتایج روش‌هایی چون تجزیه و تحلیل سربه سر، بودجه‌ریزی انعطاف‌پذیر و قیمت‌گذاری افزون بر بها<sup>۱</sup> وابسته به مفروضات رفتار هزینه است آگاهی از این موضوع به ضرورتی انکارناپذیر بدل می‌شود (پیچتکان، ۲۰۱۲). رفتار نامتقارن هزینه اگرچه به طور عمده از ابهام پیش روی مدیر در اخذ تصمیم‌های منطقی ناشی می‌شود و از ویژگی‌های شخصیتهای او اثر می‌پذیرد اما نقش انگیزه‌های منفعتی که از قرارداد نمایندگی برمی‌خیزد و دراختیارات گزارشگری مدیر بارز می‌شود هم نمی‌توان نادیده انگاشت (هوکو و همکاران، ۲۰۱۵).

توجه به رفتار نامتقارن هزینه سهم بسزایی در کاهش خطای پیش‌بینی سود دارد. از این رو شناخت رفتار هزینه ضمن آنکه به سرمایه‌گذاران کمک می‌نماید عملکرد مدیر و میزان کارآمدی سازه‌های راهبری شرکتی را ارزیابی کنند به آنها در توزیع مناسب ثروتشان نیز یاری می‌رساند. اما آنچه نباید از نظر دور داشت آنکه تصمیم‌گیری در رابطه با کاهش یا حفظ منافع به انتظار مدیر از سطح فعالیت در آینده وابسته است. چنانچه مدیر معتقد باشد میزان تقاضا و فروش در آینده افزایش می‌یابد و نوسانات در حجم فعالیت موقتی است ترجیح می‌دهد منابع را به صورت بلااستفاده حفظ نماید تا از هزینه‌های تعدیل منابع اجتناب کند و بدین ترتیب منافع شرکت را در بلندمدت تامین نماید. به دیگر سخن، تعدیل منابع شرکت در شرایط کاهش سطح فعالیت به سادگی و با سرعتی مشابه با مواقعی صورت نمی‌گیرد که افزایش سطح فعالیت رخ می‌دهد. اگرچه کاهش کمتر هزینه‌ها گاه

ممکن است نه به سبب حفظ ظرفیت بلااستفاده بلکه ممانعت از هزینه‌های تعدیلی باشد که مدیر ممکن است در صورت کاهش منابع به صورت اجتناب‌ناپذیر متحمل شود. بعلاوه، عوامل مختلفی چون انگیزه‌ها و ویژگی‌هایی مدیریتی، روند فروش، صنعت، محدودیت‌های فن‌آوری، تعداد کارکنان، ساختار راهبری شرکتی و میزان دارایی‌های ثابت هم از جمله عوامل موثر بر تعدیل رفتار نامتقارن هزینه دانسته شده‌اند. چنانچه حجم فعالیت دوره گذشته روندی صعودی داشته باشد کاهش در فروش دوره جاری ممکن است تاثیر کمتری بر هزینه‌ها در مقایسه با حالتی بگذارد که فروش دوره گذشته با تغییرات منفی روبرو بوده است. این در حالیست که نگرش مثبت مدیران به آینده نیز می‌تواند موجب شود آنها در دوره کاهش فروش سطح بالاتری از منابع بلااستفاده را در اختیار خود نگاه دارند (بنکر و همکاران، ۲۰۱۴).

رفتار نامتقارن هزینه می‌تواند نشانگر کارآمدی یا ناکارآمدی تصمیم‌های مدیریتی باشد. وقوع رفتار چسبنده گاه حاصل تصمیم آگاهانه و سنجیده مدیر است؛ بدین معنی که مدیر برای گذار از نوسانات موقت در عملیات و اجتناب از هزینه‌های تعدیل منابع، متحمل آن می‌شود؛ اما گاهی انگیزه‌های مدیریتی رفتار چسبنده و نامتقارن هزینه را سبب می‌شوند (نیک‌کار و حاجی‌زاده، ۱۳۹۳).

فارغ از آنکه دلایل وقوع رفتار نامتقارن هزینه چیست، این تحقیق بر آن است به شناخت اثر تاخیری تغییرات فروش بر چگونگی رفتار نامتقارن هزینه پردازد و نقش نگرش مدیریتی را بر این اثر بررسی نماید؛ به این معنی که آیا تغییرات فروش دوره گذشته تصمیم مدیر در مورد کاهش هزینه متناسب با کاهش فعالیت را تحت تاثیر قرار می‌دهد و آیا نگرش مثبت یا منفی مدیریت شدت این اثرگذاری را تعدیل می‌کند؟

## مبانی نظری

در دیدگاه سنتی فرض می‌شود هزینه در برابر محرک‌هایی مانند فروش، رفتاری متقارن از خود به نمایش می‌گذارد و می‌توان آن را در بازه مربوطی<sup>۱</sup> از فعالیت به شکل تابعی خطی برآورد کرد. (پیچتکان، ۲۰۱۲؛ دمسکی، ۲۰۰۸)؛ اما مطالعات اخیر دریافته‌اند آن رفتاری چسبنده دارد؛ یعنی هزینه‌ها متناسب با سطوح فعالیت حرکت نمی‌کنند و نسبت به تغییرات رو به بالا و رو به پایین فعالیت، از خود واکنش متفاوتی نشان می‌دهند. (هوگو و همکاران،

(۲۰۱۵). مالکوم (۱۹۹۱) یکی از نخستین کسانی بود که به رفتار نامتقارن هزینه توجه کرد و به معرفی مفهوم چسبندگی هزینه پرداخت. وی در مطالعه خود به این مطلب اشاره نمود که رشد تولید باعث افزودن کارکنان بیشتر می‌گردد، اما زمانی که تولید کاهش می‌یابد این نیروی کار اضافی بلافاصله کنار گذاشته نمی‌شود؛ او هزینه‌هایی مانند نیروی کار را هزینه‌های چسبنده نامید. (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۵). محققین تلاش کردند به عوامل اقتصادی پی ببرند که مدیر را در کاهش هزینه مردد می‌کند. هنگامی که مدیر با کاهش در سطح تقاضا روبرو می‌شود به ارزیابی وضعیت اقتصادی می‌پردازد. روند کاهش تقاضا با احتمال بیشتری در دوره‌های رکورد اقتصادی در مقایسه با رونق اقتصادی تداوم دارد. تحقیقات بیان می‌کنند هزینه‌های شرکت در دوره‌هایی که شاخص‌های کلان اقتصادی روندی رو به رشد دارند عدم تقارن بیشتری در رفتار دارند و چسبنده‌تر عمل می‌کنند (پیچتکان، ۲۰۱۲؛ بنکر و چن، ۲۰۰۶؛ اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳). در توجیه وقوع رفتار چسبنده نظریه‌های متفاوتی ارائه شده است که از جمله آنها می‌توان به نظریه هزینه‌های تعدیل<sup>۱</sup>، نظریه فرآیند سیاسی<sup>۲</sup>، نظریه نمایندگی و نظریه تصمیم آگاهانه اشاره کرد.

نظریه هزینه‌های تعدیل: بر این اساس، واکنش آنی شرکت به شوک‌ها و تغییر سطح عوامل تولید هزینه‌های تعدیل را به او تحمیل می‌کند. هزینه‌های تعدیل، هزینه‌هایی ضمنی هستند که از کاهش سطح تولید حاصل می‌آیند و نتیجه ابهامند (مانند ناتوانی در جذب تقاضا در صورت بهبود شرایط اقتصادی)؛ به این دلیل نمی‌توان آنها را اندازه‌گیری نمود و در صورت سود و زیان نمایش داد. از اینرو، چنانچه مدیریت با کاهش فروش روبرو شود هزینه‌های تعدیل از جمله عواملی است که او را در کاهش ظرفیت تولید مردد می‌کند. هرچه فعالیت‌های تولید بر دارایی‌های ثابت و نیروی انسانی تکیه بیشتری داشته باشد مدیریت با هزینه‌های تعدیل بالاتری روبرو می‌شود (ابوسردانه، ۲۰۱۴؛ پیچتکان، ۲۰۱۲؛ چن و همکاران، ۲۰۱۲؛ هوپ و توماس، ۲۰۰۸).

نظریه فرآیند سیاسی: بر این اساس، سیاست و اقتصاد موضوعاتی در هم تنیده هستند و نمی‌توان مسائل اقتصادی را خارج از چارچوب سیاسی و اجتماعی به شکلی درست تحلیل کرد. این نظریه این فرض که سیاستمداران به دنبال بیشینه‌سازی منافع خود هستند و برای جابه‌جایی ثروت بین نقاط مختلف قدرت با هم رقابت می‌کنند را می‌پذیرد؛ به همین دلیل

---

1. Adjustment Cost  
2. Political Process Theory

بیان می کند دولت‌ها به دنبال آن هستند به نوعی ثروت شرکت‌ها را در اختیار بگیرند و آن را بین دیگر بخش‌ها توزیع کنند. در این بین آنچه مبنای چنین فرایندی قرار می‌گیرد ارقام حسابداری است؛ برای مثال گزارش سود قابل ملاحظه توسط شرکتی ممکن است نشانه‌ای از انحصار باشد. به همین سبب مدیران شرکت‌های بزرگ ترجیح می‌دهند با نگاهداشت منابع بلااستفاده، سود خود را به سوی سطحی بهینه مدیریت کنند و با کاهش فروش تمایل چندانی به هدایت رو به پایین هزینه‌هایشان نشان نمی‌دهند. در ادبیات تحقیق از شاخص‌هایی مانند اندازه، ریسک عملیاتی، تمرکز سرمایه، سطح رقابت در صنعت و نرخ مالیات به عنوان معیاری برای سنجش هزینه‌های سیاسی بهره‌گرفته‌اند (پیچتکان، ۲۰۱۲؛ بنکر و چن، ۲۰۰۶).

نظریه نمایندگی: بر این اساس، مدیران افرادی منفعت‌طلب، منطقی و ریسک‌گریز هستند؛ به همین سبب همواره در راستای بیشینه‌سازی منافع سهامداران تصمیم نمی‌گیرند و هزینه‌های نمایندگی را موجب می‌شوند؛ به عبارتی مدیریت ممکن است به علت منافع شخصی خود از جمله نگرانی ناشی از کاهش سود و پاداش و یا از دست دادن کارکنان آشنا، ظرفیت تولیدی شرکت را ثابت نگاه دارد و چسبندگی هزینه را پدید آورد (پیچتکان، ۲۰۱۲؛ نمازی و دوانی پور، ۱۳۸۹).

نظریه تصمیم‌آگاهانه: این نظریه بیان می‌کند ظهور رفتار نامتقارن هزینه نتیجه تصمیم‌گیری معقول و سنجیده مدیر است که بازتاب انتظارات وی از تداوم روند کاهشی سطح فعالیت است. از این رو، رفتار چسبنده هزینه در بلندمدت موجب می‌شود شرکت به منافع بیشتری دست یابد (ابوسردانه، ۲۰۱۴؛ اندرسون و همکاران، ۲۰۰۹؛ کردستانی، مرتضوی، ۱۳۹۱)

در کنار انگیزه‌های بروز رفتار چسبنده هزینه، عواملی در ادبیات عنوان می‌شوند که می‌توانند آهنگ این رفتار را در شرکت‌های مختلف تغییر دهند؛ محدودیت‌های فن‌آوری، نگرش مدیریت، روند فروش‌های گذشته، تعداد کارکنان و دارایی‌های ثابت از جمله این عواملند. مطابق نظریه هزینه‌های تعدیل، ابهام در تقاضای محصول شرکت در آینده موجب می‌شود مدیر کاهش هزینه‌ها در زمان کاهش تقاضای محصول را به تاخیر بیندازد (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳؛ سابرامانیام و ویدون میر، ۲۰۰۳). به همین سبب معمولاً اعتماد به نفس مدیران برای کاهش منابع بلا استفاده در مواردی بیشتر است که کاهش تقاضا در دو دوره پیاپی اتفاق می‌افتد؛ از این رو، چنانچه محیط اقتصادی مثبت باشد

مدیر تمایل بیشتری به حفظ ظرفیت عملیاتی خود دارد. بعلاوه، نگرش مثبت یا منفی مدیر می‌تواند تفسیر او از شرایط اقتصادی را تعدیل کند و بر تصمیمش در مورد نگاهداشت منابع بلااستفاده اثر گذار باشد. اما آنچه مثبت‌نگری یا منفی‌نگری مدیریت را تقویت می‌کند تداوم روند افزایشی یا کاهش‌ی فروش است. هرچه مدیر نسبت به افزایش سطح فعالیت در دوره‌های آتی نگرش مثبت‌تری داشته باشد هزینه رفتار نامتقارن‌تری را نشان می‌دهد؛ این در حالیست که نگرش منفی مدیریت می‌تواند چسبندگی معکوس را نتیجه دهد (بنکر و همکاران، ۲۰۱۴)

### مروری بر پیشینه پژوهش

ژو و هانگ (۲۰۱۵)، اثرمدیریت سود بر رفتار هزینه را بررسی کردند. آنها دریافتند هزینه در شرکت‌هایی که سودشان را مدیریت می‌کنند رفتار متقارن‌تری در مقایسه با دیگر شرکت‌ها دارد. ابوسردانه (۲۰۱۴)، رفتار چسبنده اقلام مختلف هزینه را آزمون کرد. ضمن آنکه اثر برخی عوامل مانند تمرکز دارایی، تمرکز بدهی، جریان‌های نقدی آزاد و رشد را نیز برای این رفتار تحلیل نمود. نتایج پژوهش نشان داد هزینه‌های اداری و عمومی رفتاری متقارن دارند و بهای تمام شده کالای فروش رفته و هزینه‌های فروش رفتاری ضدچسبنده را از خود به نمایش می‌گذارند. اگرچه تمرکز دارایی، عدم تقارن در رفتار هزینه‌های اداری و عمومی را موجب می‌شد. وینریس و همکاران (۲۰۱۴)، رابطه دارایی‌های نامشهود با رفتار چسبنده هزینه را آزمون کردند. نتایج پژوهش نشان داد افزایش سطح دارایی‌های نامشهود موجب می‌شود هزینه‌ها چسبنده‌تر رفتار کنند. بنکر و همکاران (۲۰۱۴)، اثر تغییرات فروش‌های گذشته و نگرش مدیر را بر رفتار نامتقارن هزینه بررسی کردند. آنها دریافتند در شرکتهایی که فروش در دوره گذشته روندی رو به رشد داشته است هزینه چسبندگی دارد اما در شرکت‌هایی که علاوه بر دوره جاری کاهش فروش در دوره گذشته را هم تجربه کرده‌اند هزینه به شیوه ضدچسبنده رفتار می‌کند. چن و همکاران (۲۰۱۳)، رابطه نگرش مثبت مدیریت با رفتار نامتقارن هزینه را آزمون کردند. نتایج پژوهش حاکی از آن بود نگرش مثبت مدیریت بر چسبندگی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی به شیوه‌ای مثبت اثر گذار است. هی و همکاران (۲۰۱۰)، به بررسی رفتار چسبنده در شرکت‌های ژاپنی پرداختند. آنها ضمن تایید وجود چنین رفتاری در شرکت‌های ژاپنی اظهار داشتند بحران اقتصادی بر رفتار چسبنده هزینه اثر دارد و آن را کاهش می‌دهد.

هاشمی و همکاران (۱۳۹۳)، رابطه چسبندگی هزینه را با محافظه کاری شرطی و عدم تقارن اطلاعاتی بررسی کردند. آنها نشان دادند بخشی از الگوی عدم تقارن زمانی در شناسایی ناشی از رفتار چسبنده هزینه‌هاست. همچنین چسبندگی هزینه‌ها با عدم تقارن اطلاعاتی رابطه مثبتی دارد. زنجیردار و همکاران (۱۳۹۳)، تاثیر ویژگی‌های مختلف شرکت‌ها را بر شدت چسبندگی هزینه مطالعه کردند. نتایج نشان داد ویژگی‌هایی چون تعداد کارکنان، نسبت بدهی، دارایی جاری و دارایی‌های ثابت بر شدت چسبندگی اثرگذار هستند. اسماعیل‌زاده و مهنوش (۱۳۹۳)، ضمن بررسی وجود رفتار چسبنده در بورس اوراق بهادار تهران، اثر آن را بر خطای پیش‌بینی سود و کیفیت سود آزمون کردند. نتایج نشان داد هزینه‌های شرکت‌های ایرانی رفتاری نامتقارن دارند و این رفتار خطای پیش‌بینی سود را افزایش و کیفیت آن را کاهش می‌دهد. کردستانی و مرتضوی (۱۳۹۱)، رفتار چسبنده هزینه را در بورس اوراق بهادار تهران آزمون کردند. نتایج پژوهش آنها نشان داد هزینه‌ها در شرکت‌های ایرانی رفتاری چسبنده دارد، بعلاوه، انتظار افزایش فروش آتی توسط مدیر، رفتار هزینه را متقارن‌تر می‌کند.

از این رو، نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است هزینه‌ها عموماً رفتاری نامتقارن را در برابر تغییرات فروش نشان می‌دهند؛ که عواملی از قبیل شرایط اقتصادی، انتظارات مدیریت از تداوم روند کاهشی فروش، مدیریت سود و نگرش مدیر می‌توانند بر این رفتار اثرگذار باشند. اگرچه برخی تحقیقات نیز رفتار نامتقارن را تا اندازه‌ای مسبب محافظه کاری شرطی می‌دانند و نشان داده‌اند چسبندگی هزینه ابهام پیش روی سرمایه‌گذاران را با افزایش عدم تقارن اطلاعاتی افزایش می‌دهد.

### فرضیه‌های پژوهش

به منظور پاسخ به سوالات پژوهش و به پشتوانه مبانی نظری و ادبیات پژوهش، فرضیه‌های زیر تدوین گردید:

فرضیه اول: تغییرات فروش در دوره گذشته با چسبندگی هزینه رابطه معنی‌دار دارد.

فرضیه دوم: نگرش مدیریت بر رابطه بین تغییرات فروش در دوره گذشته و چسبندگی هزینه اثرگذار است.

## روش پژوهش

این پژوهش، از نظر منطق اجرا از نوع قیاسی، از نظر هدف از نوع کاربردی، از نظر فرایند اجرا از نوع کمی، از نظر زمان انجام از نوع طولی - گذشته‌نگر و از نظر روش گردآوری داده‌ها از نوع تحلیلی - تجربی - همبستگی است. متغیرهای مستقل پژوهش، تغییرات فروش در دوره جاری و تغییرات افزایشی و کاهش‌ی آن در دوره‌های قبل و متغیر وابسته پژوهش تغییرات در هزینه‌های فروش، اداری و عمومی می‌باشند. بعد از محاسبه آمارهای توصیفی شامل شاخص‌های مرکزی، پراکندگی و رابطه‌ای، از تحلیل رگرسیون استفاده شد؛ به این ترتیب که پایایی متغیرها بررسی شد و سپس به منظور تعیین روش برآورد، آزمون چاو (F مقید) و در گام بعد آزمون هاسمن انجام شد. سپس نگاره ضرایب مدل رگرسیونی بکار گرفته شد تا معنی‌دار بودن ضرایب مدل (با بکارگیری P-Value محاسبه شده و سطح خطای مورد نظر  $\alpha$ ) تعیین شود؛ در پایان، پیش‌فرض‌های مدل (آزمون مستقل بودن خطاها، ثابت بودن واریانس خطاها، نرمال بودن خطاها و هم‌خطی متغیرهای مستقل) بررسی شد تا بتوان نتایج رگرسیون را پذیرفت.

به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌های زیر استفاده شد:

مدل (۱):

این مدل برای آزمون فرضیه اول استفاده شده است (چن و همکاران، ۲۰۱۳؛ بنکر و همکاران، ۲۰۱۴):

$$\Delta \ln SGA_{i,t} = \beta_0 + I_{i,t-1}(\beta_1 \Delta \ln Sales_{i,t} + \beta_2 D_{i,t} \Delta \ln Sales_{i,t}) + D_{i,t-1}(\beta_3 \Delta \ln Sales_{i,t} + \beta_4 D_{i,t} \Delta \ln Sales_{i,t}) + \varepsilon_{i,t}$$

متغیرهای مدل عبارتند از:

$\Delta \ln SGA_{i,t}$  = تغییرات لگاریتم طبیعی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی در دوره جاری نسبت به دوره قبل؛

$I_{i,t-1}$  = متغیری موهومی است؛ چنانچه مبلغ فروش شرکت در دوره t-1 در مقایسه با

دوره t-2 افزایش یافته باشد، عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر را اختیار می‌کند؛

$\Delta \ln Sales_{i,t}$  = تغییرات لگاریتم طبیعی فروش دوره جاری نسبت به دوره قبل؛

$D_{i,t}$  = متغیری موهومی است؛ چنانچه مبلغ فروش شرکت در دوره جاری در مقایسه با

دوره قبل کاهش یافته باشد، عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر را اختیار می‌کند؛



$D_{i,t-1}$  = متغیری موهومی است؛ چنانچه مبلغ فروش شرکت در دوره  $t-1$  در مقایسه با دوره  $t-2$  کاهش یافته باشد، عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر را اختیار می کند. مدل (۲):

این مدل برای آزمون فرضیه دوم استفاده شد (چن و همکاران، ۲۰۱۳؛ بنکر و همکاران، ۲۰۱۴):

$$\begin{aligned} \Delta \ln SGA_{i,t} = & \beta_0 + I_{i,t-2} I_{i,t-1} (\beta_1 \Delta \ln Sales_{i,t} + \beta_2 D_{i,t} \Delta \ln Sales_{i,t}) \\ & + D_{i,t-2} I_{i,t-1} (\beta_3 \Delta \ln Sales_{i,t} + \beta_4 D_{i,t} \Delta \ln Sales_{i,t}) \\ & + I_{i,t-2} D_{i,t-1} (\beta_5 \Delta \ln Sales_{i,t} + \beta_6 D_{i,t} \Delta \ln Sales_{i,t}) \\ & + D_{i,t-2} D_{i,t-1} (\beta_7 \Delta \ln Sales_{i,t} + \beta_8 D_{i,t} \Delta \ln Sales_{i,t}) + \varepsilon_{i,t} \end{aligned}$$

به استثنای متغیرهایی که تعاریف عملیاتی آنها در مدل (۱) ارائه شد مابقی متغیرها عبارتند از:

$I_{i,t-2}$  = متغیری موهومی است؛ چنانچه مبلغ فروش شرکت در دوره  $t-2$  در مقایسه با دوره  $t-3$  افزایش یافته باشد، عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر را اختیار می کند؛  
 $D_{i,t-2}$  = متغیری موهومی است؛ چنانچه مبلغ فروش شرکت در دوره  $t-2$  در مقایسه با دوره  $t-3$  کاهش یافته باشد، عدد یک در غیر این صورت عدد صفر منظور می شود.

### جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری تحقیق شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشند. نمونه آماری پژوهش نیز به روش غربالگری و با در نظر گرفتن ویژگی های زیر تعیین شد:

- ۱- نام شرکت تا پایان سال مالی ۱۳۸۳ در فهرست شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران درج شده باشد و تا پایان سال مالی ۱۳۹۲ در فهرست باقی مانده باشد؛
- ۲- به دلیل کنترل های عواملی فصلی اثرگذار بر رفتار هزینه، دوره مالی آن منتهی به ۲۹ اسفند ماه باشد؛
- ۳- طی دوره زمانی مورد بررسی، تغییر سال مالی یا فعالیت نداده، حذف نشده و یا توقف فعالیت نداشته باشد؛
- ۴- در گروه شرکت های فعال در صنعت واسطه گری های مالی نباشد؛  
 به این ترتیب تعداد ۱۰۵ شرکت (۱۰۵۰ شرکت - سال) بررسی شد.

مبانی نظری پژوهش از کتب و مجلات تخصصی فارسی و انگلیسی و داده‌های مورد نیاز برای آزمون فرضیه‌ها با مراجعه به صورت‌های مالی، یادداشت‌های توضیحی، بانک جامع اطلاعاتی پایگاه اینترنتی سازمان بورس و اوراق بهادار، نرم افزارهای تدبیر پرداز و ره‌آورد نوین گردآوری شد.

### روش آزمون فرضیات پژوهش

ابتدا پایایی متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون ایم، پسران و شین آزمون شد؛ نتایج حاکی از آن بود همگی متغیرها در سطح پایا هستند. سپس، با توجه به نتایج آزمون‌های چاو و هاسمن، از روش اثرات ثابت برای برآورد مدل‌ها استفاده شد. آزمون‌های تشخیصی کولموگروف-اسمیرنوف، دوربین-واتسون، وایت و عامل تورم واریانس (VIF) نشان دادند برآورد مدل‌های پژوهش موجب دستیابی به ضرایب خطی بدون تورش، سازگار و با حداقل واریانس (BLUE) می‌شوند. به منظور آزمون فرضیه اول، ضرایب  $\beta_2$  و  $\beta_4$  بررسی می‌شوند؛ چنانچه ضریب  $\beta_2$  معنی‌دار باشد و در مقایسه با ضریب  $\beta_4$  مقدار کوچک‌تری را اختیار کند، فرضیه اول پژوهش تایید می‌شود. به منظور آزمون فرضیه دوم نیز، ضرایب  $\beta_2$ ،  $\beta_4$ ،  $\beta_6$  و  $\beta_8$  بررسی می‌شوند؛ چنانچه ضرایب  $\beta_2$  و  $\beta_6$  معنی‌دار باشند و به ترتیب در مقایسه با ضرایب  $\beta_4$  و  $\beta_8$  مقدار کوچک‌تری را اختیار کنند، فرضیه دوم هم تایید می‌شود.

### یافته‌های پژوهش

#### آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرها به شرح زیر می‌باشند:

نگاره (۱) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

شرح متغیرها	میانگین	میانه	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
$\Delta \text{Ln SGA}_{i,t}$	۰/۲۰	۰/۲۰	۰/۲۵	-۰/۲۴	۰/۶۵
$\Delta \text{Ln Sales}_{i,t}$	۰/۲۲	۰/۲۱	۰/۲۶	-۰/۲۵	۰/۶۶

بررسی مقادیر شاخص‌های مرکزی و پراکندگی نشان داد متغیرها از توزیعی نرمال برخوردارند و هزینه‌های فروش، اداری و عمومی به طور میانگین روندی مشابه با فروش را طی کرده‌اند. چگونگی توزیع تغییرات فروش شرکت‌های نمونه نیز به شرح نگاره زیر می‌باشد:

نگاره (۲) توزیع شرکت‌های نمونه بر حسب متغیر تغییرات فروش

تغییرات فروش	افزایش در دوره جاری	کاهش در دوره جاری	کل نمونه
افزایش در دوره قبل	٪۳۲،۴	٪۹،۹	٪۴۲،۳
کاهش دوره در قبل	٪۱۶،۳	٪۴۱،۴	٪۵۷،۷
کل نمونه	٪۴۸،۷	٪۵۱،۳	٪۱۰۰

بررسی توزیع شرکت‌ها نشان داد چنانچه شرکتی در دوره‌ای افزایش یا کاهش در فروش را تجربه کند با احتمال بیشتری در دوره بعد هم با وضعیتی مشابه مواجه خواهد شد؛ اگرچه تغییر جهت روند فروش از کاهش به افزایش در مقایسه با تغییر آن از افزایش به کاهش بیشتر است. نکته قابل توجه آنکه تغییرات فروش در دو دوره به طور تقریبی توزیع مشابهی دارد.

### نتایج آزمون فرضیه‌ها

#### فرضیه اول

برای آزمون این فرضیه از مدل (۱) استفاده شد. ضرایب مدل برآورد شده، نتایج آزمون معنی‌داری هر یک و کل مدل در نگاره (۳) ارائه شده است:

نگاره (۳) نتایج آزمون فرضیه اول

ضریب	$\beta_0$	$\beta_1$	$\beta_2$	$\beta_3$	$\beta_4$
مقدار	۱/۷۰۹	۲/۵۶۷	-۱/۹۰۹	۲/۴۵۲	۱/۳۱۱
آماره $t$	۲/۹۰۹	۲/۳۰۲	۲/۶۵۴	۲/۸۲۳	۳/۱۲۱
$P-Value$	۰/۰۰۲	۰/۰۴۱	۰/۰۳۴	۰/۰۱۹	۰/۰۱۱
آماره F	۱۳/۶۷۵		$r^2$		۰/۵۱۸
$P-Value$	۰/۰۰۱۵		$t^2$ تعدیل شده		۰/۴۴۹

سطح معنی داری آماره F (P-Value کوچک تر از ۵ درصد) بیانگر آن است که مدل توانسته است تغییرات در واریانس متغیر وابسته را به شیوه‌ای مناسب تبیین نماید. نتایج برآورد نشان داد ضریب  $\beta_2$  معنی دار و منفی و ضریب  $\beta_4$  نیز معنی دار و مثبت است؛ و ضریب  $\beta_2$  در مقایسه با ضریب  $\beta_4$  مقدار کوچک تری را اختیار کرده است. از این رو، فرضیه اول پژوهش تایید می‌شود. منفی تر بودن ضریب  $\beta_2$  نشانگر آن است هزینه در شرکت‌هایی که تغییر افزایشی فروش در دوره گذشته را تجربه کرده‌اند رفتار چسبنده تری را در مقایسه با شرکت‌هایی از خود نشان می‌دهد که با تغییر کاهشی فروش در دوره گذشته روبرو بوده‌اند.

#### فرضیه دوم

برای آزمون این فرضیه از مدل (۲) استفاده شد. ضرایب مدل برآورد شده، نتایج آزمون معنی داری هر یک و کل مدل در نگاره (۴) ارائه شده است:

نگاره (۴) نتایج آزمون فرضیه دوم

$\beta_4$	$\beta_3$	$\beta_2$	$\beta_1$	$\beta_0$	ضریب
-۰/۹۸۲	۲/۳۲۱	-۱/۵۷۲	۱/۱۴۳	۲/۵۶۱	مقدار
-۳/۰۹۱	۲/۱۲۱	-۲/۴۷۸	۲/۶۷۱	۲/۳۱۱	آماره $t$
۰/۰۰۹۲	۰/۰۴۹	۰/۰۲۳	۰/۰۲۸	۰/۰۴۱	P-Value
	$\beta_8$	$\beta_7$	$\beta_6$	$\beta_5$	ضریب
	۱/۷۶۵	۰/۷۰۹	۱/۴۲۹	۱/۸۱۱	مقدار
	-۲/۰۳۱	۱/۶۰۷	۲/۷۲۳	۲/۴۱۱	آماره $t$
	۰/۰۴۸	۰/۰۸۲	۰/۰۲۸	۰/۰۳۹	P-Value
۰/۵۶۳	$r^2$		۱۰/۹۱۱	آماره F	
۰/۵۰۹	$t^2$ تعدیل شده		۰/۰۰۴۱	P-Value	

سطح معنی داری آماره F (P-Value کوچک تر از ۵ درصد) بیانگر آن است که مدل توانسته است تغییرات در واریانس متغیر وابسته را به شیوه‌ای مناسب تبیین نماید. نتایج برآورد نشان داد ضریب  $\beta_2$  معنی دار و منفی و ضریب  $\beta_6$  معنی دار و مثبت است؛ ضریب

$\beta_4$  نیز معنی‌دار و منفی و ضریب  $\beta_8$  هم معنی‌دار و مثبت است؛ این در حالیست که ضریب  $\beta_2$  در مقایسه با ضریب  $\beta_4$  و ضریب  $\beta_6$  در مقایسه با ضریب  $\beta_8$  مقدار کوچک‌تری را اختیار کرده‌اند. از اینرو، فرضیه دوم پژوهش تایید می‌شود. منفی بودن ضرایب  $\beta_2$  و  $\beta_4$  بیانگر آن است تغییرات افزایشی فروش در دوره قبل موجب می‌شود مدیر انتظار داشته باشد نوسانات در فروش موقت و گذرا باشد و بدین ترتیب از هزینه‌ها همگام با کاهش در فروش نکاهد. اگرچه منفی تر بودن ضریب  $\beta_2$  در مقایسه با  $\beta_4$  نشان داد تغییرات فروش در دوره‌های قبل (نگرش مدیر) انتظارات مدیر را تعدیل می‌کند. مثبت بودن ضرایب  $\beta_6$  و  $\beta_8$  نیز رفتار ضدچسبنده هزینه را نشان می‌دهد؛ به گونه‌ای که تغییر کاهشی فروش در دوره قبل موجب می‌شود مدیر در رابطه با کاهش هزینه به شیوه‌ای متقارن تصمیم بگیرد. کوچک‌تر بودن ضریب  $\beta_6$  در مقایسه با ضریب  $\beta_8$  اثر تعدیلی نگرش مدیر بر تصمیماتش را نمایان ساخت.

#### نتیجه‌گیری و پیشنهاد

مطالعه اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) در رابطه با رفتار نامتقارن هزینه موجهی از تحقیقات را در این حوزه سبب شد. هزینه بخشی مهم از سود است و شناخت رفتار آن تاثیر بسزایی در فهم و پیش‌بینی رفتار سود در تحقیقاتی دارد که کیفیت سود، پیش‌بینی سود، کشف دستکاری سود و انتظارات تحلیل‌گران از سود را مطالعه می‌کنند ( اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳). چسبنده بودن، تفکری جدید را در رابطه با رفتار هزینه سبب شد. پیش از آن، تفکر سنتی مدعی بود هزینه در ماهیت از دو بخش ثابت و متغیر تشکیل شده است و در مقابل عامل سطح فعالیت به شیوه‌ای مکانیکی رفتار می‌کند؛ اما آنچه در سال‌های اخیر نمایان شد آن بود که مدیریت در کوتاه‌مدت این قدرت را دارد با بکارگیری اختیارات تصمیم‌گیری‌اش این رابطه مکانیکی را در هم زند و آهنگ تغییرات هزینه در مقابل تغییرات فروش را مشروط به نوع تغییر کند. رفتار نامتقارن هزینه از این نظریه ناشی می‌شود که هزینه از تعهد اختیاری مدیر به نگاه‌داشت و مصرف منابع حاصل می‌شود؛ گرچه می‌توان در کوتاه‌مدت با تغییر شرایط اقتصادی و عملیاتی شرکت چنین تعهدی را کاهش داد اما مدیر به دلایل متفاوتی از جمله هزینه‌های ضمنی این تغییرات، انتظاراتش از وضعیت اقتصادی آتی، نگرانی نسبت به منافع کوتاه‌مدت خود و نگرش مثبت با منفی‌اش در تفسیر شرایط می‌تواند تصمیم به نگاه‌داشت منابع به شکل بلااستفاده بگیرد؛ به بیانی دیگر تقابل

این عوامل با اختیار تصمیم‌گیری مدیر موجب می‌شود او مطابق با نگاه سنتی تنها عامل سطح فروش جاری را در تعیین میزان منابع موجود لحاظ نکند و انتظاراتش از فروش‌های آتی را مورد توجه قرار دهد؛ اگرچه در این بین انگیزه، نگرش و سوء رفتارهای مدیریتی هم اثرگذار است (بالاکریشن و همکاران، ۲۰۱۰). در تحلیل روند فروش دوره‌های گذشته بر رفتار هزینه آنچه نباید از نظر دور داشت آن است که انسان نمی‌تواند مطابق با فرضیه انسان عقلایی به شکل منطقی و دور از عوامل روانشناسی تصمیم بگیرد (لطیف و همکاران، ۲۰۱۱). از جمله دلایل بروز چنین رفتاری ذهنیت نماینده و محافظه‌کاری (که در برخی متون از آن به لنگراندازی نیز یاد می‌شود) است؛ ذهنیت نماینده بیان می‌کند افراد در هنگام تعیین احتمال رخداد رویدادها، نسبت به رویدادهایی که اخیراً برایشان رخ داده است از خود حساسیت بیشتری نشان می‌دهند و احتمال بالاتری را برای وقوع آنها قائلند؛ از اینرو، فروش دوره گذشته از جمله عواملی است که انتظار می‌رود تصمیم‌مدیر در رابطه با نگاهداشت دارایی‌های بلااستفاده را تحت تاثیر قرار دهد. محافظه‌کاری هم به این معنی است که افراد در هنگام تصمیم‌گیری در شرایط ابهام، باورهای پیشین خود را مطابق با قاعده بیزین برورسانی نمی‌کنند. آنها در هنگام دسترسی به اطلاعات جدید به اطلاعات پیشین خود چسبندگی نشان می‌دهند و در تصمیم‌گیری به آنها وزنی بیش از حد بهینه می‌دهند؛ چنین موضوعی موجب کم‌واکنشی به اطلاعات جدید می‌شود. به این سبب است که انتظار می‌رود نگرش مدیر تصمیم‌او در رابطه با تغییر هزینه متناسب با تغییر فروش را تعدیل کند.

این مقاله ضمن بررسی رفتار نامتقارن هزینه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به آزمون این موضوع پرداخت که آیا تغییر فروش دوره گذشته می‌تواند بر تصمیم‌مدیر در رابطه با سطح هزینه اثرگذار باشد و آیا نگرش مثبت یا منفی مدیر می‌تواند این رابطه را تعدیل کند. از این رو، رابطه تغییرات هزینه‌های فروش، اداری و عمومی با تغییرات فروش در دوره جاری و دوره‌های گذشته در بازه زمانی ۱۳۸۳ الی ۱۳۹۲ آزمون شد. نتایج پژوهش نشان داد هزینه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رفتاری نامتقارن و چسبنده دارد. این نتیجه با نتایج تحقیق ژو و همکاران (۲۰۱۵)، ابوسردانه (۲۰۱۴)، وینریس و همکاران (۲۰۱۴)، هی و همکاران (۲۰۱۰)، هاشمی و همکاران (۱۳۹۳)، زنجیردار و همکاران (۱۳۹۳)، اسماعیل زاده و مهرنوش (۱۳۹۳) و کردستانی و مرتضوی (۱۳۹۱) همگراست. بعلاوه، فروش دوره قبل از جمله عواملی است

که مدیران در تصمیم‌گیری خود در مورد نگاهداشت دارایی‌ها لحاظ می‌کنند؛ به این ترتیب که چنانچه فروش در دوره گذشته تغییر افزایشی را نشان دهد مدیر نسبت به نگاهداشت دارایی‌ها با اعتماد بیشتری در مقایسه با شرایطی عمل می‌کند که در دوره گذشته تغییر کاهشی درآمد تجربه شده است؛ بنابراین هزینه‌ها در صورت تغییرات مثبت فروش در دوره گذشته رفتار چسبنده‌تری را از خود نشان می‌دهند. این نتیجه با نتایج تحقیق بنکر و همکاران (۲۰۱۴) و کردستانی و مرتضوی (۱۳۹۱) همگراست. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود نگرش مثبت مدیر نسبت به وضعیت آتی شرکت اثر تغییر افزایشی یا کاهشی فروش را بر رفتار نامتقارن هزینه تعدیل می‌کند؛ یعنی در شرایطی که مدیر نگرش مثبت نسبت به تداوم روند افزایشی فروش دارد کاهش در فروش دوره گذشته به میزان کمتری در تقارن رفتار هزینه اثرگذار است؛ این در حالیست که نگرش منفی مدیر نسبت به گذر از نوسانات کاهشی فروش موجب تقارن بیشتر رفتار هزینه در شرایطی می‌شود که شرکت در دوره گذشته افزایش در فروش را تجربه کرده است. این نتیجه با نتایج تحقیق بنکر و همکاران (۲۰۱۴) و چن و همکاران (۲۰۱۳) تطابق دارد. عواملی از قبیل تمرکز دارایی‌های مشهود و نامشهود، تعداد کارکنان، رکورد یا رونق اقتصادی، اندازه شرکت، ساختار هزینه و نوع صنعت از جمله دلایلی هستند که می‌توانند بر رفتار نامتقارن هزینه اثرگذار باشند و در این تحقیق مورد بررسی و مذاقه واقع نشده‌اند. ضمن آنکه شاخص مورد استفاده برای سنجش نوع نگرش مدیر نیز ممکن است دلیل تقابل نتایج این تحقیق با بخشی از یافته‌های پژوهش‌های ابوسردانه (۲۰۱۴)، بالاکریشان و همکاران (۲۰۱۰) و خیراللهی و همکاران (۱۳۹۳) باشد. از اینرو، پیشنهاد می‌شود تحقیقات آتی با بررسی اثرمتقابل روند فروش‌های گذشته و نگرش مدیریت با عواملی چون مکانیزم راهبری شرکتی، نوع صنعت و تخصص مدیریت دانش موجود در این حوزه را گسترش دهند. آنچه در تحقیق حاضر به آن پرداخته نشد انگیزه‌های مدیر از اخذ تصمیماتی است که رفتار نامتقارن هزینه را سبب می‌شود. اینکه سطح هزینه‌های شرکت با کاهش فروش کاسته نمی‌شود نشانه‌ایی از مدیریت واقعی سود است. وقوع این پدیده بلادرنگ این سوال را به ذهن متبادر می‌سازد مدیریت به دنبال تامین منافع چه گروهی است؟ مشاهده الگوهای مدیریت سود در شرکت‌هایی که رفتار نامتقارن هزینه را از خود به نمایش می‌گذارند و توجه به برداشت بازار از این پدیده می‌تواند در پاسخگویی به این سوال راهگشا باشد و شایسته است محققین در تحقیقات آتی این موضوع را مورد توجه قرار دهند. نتایج پژوهش

بیانگر آن بود مدیران، نوع نگرش خود و روند گذشته فروش را در تصمیمات هزینه‌ای لحاظ می‌کنند؛ از آنجا که یکی از دغدغه‌های حسابداران مدیریت در شرکت‌ها ارائه بودجه به گونه‌ای است که با حداقل تعدیلات روبرو شود بنابراین گنجاندن این دو عامل در پیش‌بینی هزینه‌های شرکت می‌تواند آنها را در تقلیل چنین نگرانی‌هایی یاری کند. بعلاوه، هدف ارائه اطلاعات کمک به سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران در برآورد جریان‌های نقدی آتی و محاسبه بازده سرمایه‌گذاری است؛ پیچیدگی‌های دنیای تجارت و تضاد منافع مدیریت از جمله مسائلی است که سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران را در وزن‌دهی پیش‌بینی شرکت از عملکرد آتی‌اش برای ورود به الگوی تصمیم‌گیری با چالش روبرو می‌سازد؛ یافته‌های این پژوهش می‌تواند معیارهایی را برای سنجش کیفیت گزارشها در اختیار قرار دهد و به تخصیص مناسب منابع کمک نماید.



## منابع

- اسماعیل زاده، علی؛ مهنوش، علی (۱۳۹۳) "رابطه چسبندگی هزینه‌ها با کیفیت سود و خطای پیش‌بینی؛ پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی؛ شماره ۲۱
- خیراللهی، فرشید؛ بهشور، اسحاق، ایوانی، فرزاد (۱۳۹۳) "مدیریت سود واقعی، حاکمیت شرکتی و نگهداشت وجه نقد؛ مطالعات تجربی حسابداری مالی؛ شماره ۴۴
- زنجیردار، مجید؛ غفاری آشتیانی، پیمان؛ مداحی، زهرا (۱۳۹۳) "بررسی و تحلیل عوامل موثر بر رفتار چسبندگی هزینه؛ حسابداری مدیریت؛ شماره ۲۰
- کردستانی، غلامرضا؛ مرتضوی، سید مرتضی (۱۳۹۱) "بررسی تاثیر تصمیمات سنجیده مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها؛ بررسی‌های حسابداری و حسابرسی؛ دوره ۱۹
- نمازی، محمد؛ دوانی پور، ایرج (۱۳۸۹) "بررسی تجربی رفتار چسبندگی هزینه‌ها در بورس اوراق بهادار تهران؛ بررسی‌های حسابداری و حسابرسی؛ شماره ۶۲
- نیک‌کار جواد؛ حاجی زاده، سعید (۱۳۹۳) "تنوری چسبندگی هزینه‌ها و تاثیرات آن بر مفاهیم حسابداری؛ دانش و پژوهش حسابداری؛ شماره ۳۹
- هاشمی، سیدعباس؛ امیری، هادی؛ نجاتی، علی (۱۳۹۳) "تاثیر چسبندگی هزینه‌ها بر محافظه‌کاری شرطی و عدم تقارن اطلاعاتی؛ حسابداری مدیریت؛ شماره ۲۳
- Abu-Serdaneh, Jamal (2014) "the asymmetric behaviour of cost: Evidence from Jordan" *International Business research*; Vol7
- Anderson, S. W; Lanen, W. N (2009) "Understanding cost management: What can we learn from the empirical evidence on sticky costs?" Working paper; www.ssrn.com
- Anderson, M.C; Banker R, Janakirman (2003) "Are Selling, General and Administrative Costs Sticky?" *Journal of Accounting Research*; 41(1)
- Balakrishnan, R; Labro, E; Soderstrom, N (2010) "Cost structure and Sticky Cost" www.SSRN.com
- Banker, R; Byzalov, D; Ciftci, M; Mashruwala, R (2014) "the moderating effect of prior sales changes on asymmetric cost behaviour" *Journal of management Accounting Research*; Vol26
- Banker, R; Chen, L (2006) "Predicting Earnings Using a Model Based on Cost Variability and Cost Stickiness"; *The Accounting Review* 81(2)
- Chen, C.X; Gores, T; Nasev, J (2013) "Managerial overconfidence and cost stickiness" www.SSRN.com
- Chen, C. X.; Lu, H; Sougiannis, T; "The agency problem, corporate governance, and the asymmetrical behavior of selling, general, and

- administrative costs"*Contemporary Accounting Research*;  
29(1)Demski,J.s(2008) "managerial uses of accounting information"  
; New york; springer Science Business Media
- He, D; Teruya,J; Shimizu,T(2010)"Sticky Selling , General and  
administrative Cost Behaviour and its changes in japan"  
www.SSRN.com
- Ho-koo,Jeong;Song,seungah;Paik,Tae-Young(2015)"Earning  
management and cost sickness"; *Advance Science and Technology  
letters*; Vol84
- Hope, O; Thomas, W. B(2008) "Managerial empire building and firm  
disclosures"; *Journal of Accounting Research*, 46(3)
- Latif , M; Arshad, s; Mariam, f; samia, f(2011)"market efficiency,  
market anomalies, causes, evidence and some behavioral aspects of  
market anomalies"; *Research journal of finance and accounting*,  
vol2
- Pichetkun, N(2012) "the Determinants of Sticky Cost Behaviour on  
political costs, Agency Costs and Corporate Governance  
perspective" a Dissertation in Business Administration;  
Rajamangala University
- Subramaniam ,C; Weidenmier, M(2003) "Additional Evidence on the  
Sticky Behaviour of Costs" Working Paper; Texas Christian  
University
- Venieris,G;Naoum , G; vlismas, O(2014)"Organization Capital and  
Sticky Behaviour of selling, General and Administrative  
expenses";:www.SSRN.com
- Xue,shaung;Hong,Yun(2015)"Earnings management, corporate  
governance and expense stickness" *china Journal of Accounting  
Research*; vol 11