Archive of SID.ir

Semiannually journal of Value & Behavioral Accounting

The Effect of the Agency Problem on Cost Stickiness in Family and Non-Family Firms Considering the Moderating Role of Corporate Governance Quality

Mahdi Kazempour Barough
MSc Student of Management Accounting, Urmia University, Urmia, Iran
st-m.kazempour@urmia.ac.ir
Hamzeh Didar*
Associate Professor, Department of Accounting, Urmia University, Urmia, Iran.
(Corresponding Author). h.didar@urmia.ac.ir
Farzad Ghayour
Assistant Professor, Department of Accounting, Urmia University, Urmia, Iran.
f.ghayour@urmia.ac.ir

Abstract:
Understanding cost behavior and identifying cost stickiness is crucial for internal and external stakeholders, as it influences company profitability and decision-making. Cost stickiness arises from the asymmetry in cost responses to changes in sales and can be affected by the agency problem, which often leads to inefficiency in cost reduction. The quality of corporate governance can play a significant role in mitigating the agency problem and reducing cost stickiness. On the other hand, family and non-family firms, due to their structural and managerial differences, provide an appropriate environment for examining these interactions. Therefore, the main objective of this study is to investigate the effect of the agency problem on cost stickiness in family and non-family firms, considering the moderating role of corporate governance quality. To this end, data from ١٤١ companies listed on the Tehran Stock Exchange during the period from ٢٠١٣ to ٢٠٢٢ have been used. Multiple regression models were applied to test the hypotheses. The findings indicate that the agency problem increases cost stickiness. Furthermore, the effect of the agency problem on cost stickiness is more pronounced in non-family firms compared to family firms. Additionally, high-quality corporate governance significantly reverses the direct impact of the agency problem on cost stickiness in both family and non-family firms. Understanding the interaction of these factors allows organizations to tailor their governance practices to their specific ownership structures, thereby reducing the risk of cost stickiness and ensuring financial sustainability.

Keywords: Cost stickiness, Agency Problems, Corporate Governance Quality, Family Firms, Non-Family Firms

Copyrights
This license only allowing others to download your works and share them with others as long as they credit you, but they can't change them in any way or use them commercial.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مقاله پژوهشی

دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری- سال نهم، شماره هفدهم، بهار و تابستان ۱۴۰۳، صفحه ۲۸۳--۳۱۷

اثر مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه در شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی با توجه به نقش تعدیلگری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی

مهدی کاظم‌پور باروق[۱] حمزه دیدار[۲]* فرزاد غیور[۳]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۰۷

چکیده:

درک رفتار هزینه‌ها و شناسایی چسبندگی هزینه‌ها برای ذینفعان داخلی و خارجی مهم است و بر سود و تصمیمات شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد. چسبندگی هزینه‌ها ناشی از عدم تقارن در واکنش هزینه‌ها به تغییرات فروش است و می‌تواند تحت تأثیر مسأله نمایندگی باشد که اغلب منجر به ناکارآمدی در کاهش هزینه‌ها می‌شود. کیفیت حاکمیت شرکتی می‌تواند در کاهش مسأله نمایندگی و چسبندگی هزینه مؤثر باشد. از طرف دیگر شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی با توجه به تفاوت‌های ساختاری و مدیریتی‌شان محیطی مناسب برای بررسی این تعاملات فراهم می‌کنند. بنابراین هدف اصلی این پژوهش بررسی اثر مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه در شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی با توجه به نقش تعدیلگری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی است. در این راستا از داده‌های ۱۴۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ استفاده شده است. برای آزمون فرضیه‌ها از مدل‌های رگرسیون چندگانه استفاده شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که مسأله نمایندگی موجب افزایش چسبندگی هزینه‌ها می‌شود. همچنین اثر مستقیم مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها درشرکت‌های غیرخانوادگی بیشتر از شرکت‌های خانوادگی است. بعلاوه بالا بودن کیفیت حاکمیت شرکتی، اثر مستقیم مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها را در شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی به صورت معنی‌دار معکوس می‌کند. درک تعامل این عوامل به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا شیوه‌های حاکمیتی خود را با ساختار مالکیت خاص خود تطبیق دهند. به این ترتیب خطر چسبندگی هزینه‌ها را کاهش داده و پایداری مالی را تضمین کنند.

کلید واژه ها: چسبندگی هزینه، مسأله نمایندگی، کیفیت حاکمیت شرکتی، شرکت خانوادگی، شرکت غیرخانوادگی.

[۱] دانشجوی کارشناسی‌ارشد حسابداری، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. st_m.kazempour@urmia.ac.ir

[۲] دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.(نویسنده مسئول). h.didar@urmia.ac.ir

[۳] استادیارگروه حسابداری، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران. f.ghayour@urmia.ac.ir

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

۱-مقدمه

رفتار هزینه‌ها در شرکت‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است زیرا مستقیماً بر سرمایه‌گذاری، اشتغال و مصرف منابع تأثیر می‌گذارد. این رفتار نقشی کلیدی در تعیین سودآوری و بهبود عملکرد شرکت‌ها دارد (ابراهیمی و همکاران، ۱۴۰۲). مدیران و ذینفعان، برای پیش‌بینی و برنامه‌ریزی دقیق، نیازمند درک صحیحی از رفتار هزینه‌ها هستند تا بتوانند در شرایط رقابتی، سودآوری را افزایش دهند. این موضوع همچنین برای تحلیلگران و سرمایه‌گذاران اهمیت دارد، زیرا به آنها امکان می‌دهد تا فروش آتی و مدیریت هزینه‌ها را ارزیابی کنند (ثقفی و همکاران، ۱۴۰۳).

یکی از مفاهیم مهم در این حوزه، پدیده چسبندگی هزینه‌ها است که نشان‌دهنده تغییرات نامتقارن هزینه‌ها در واکنش به تغییرات فروش است. هزینه‌های فروش، عمومی و اداری معمولاً با افزایش فروش بیشتر از کاهش آن تغییر می‌کنند (قدرتی زوارم و همکاران، ۱۴۰۱). این رفتار نامتقارن ناشی از عوامل مختلفی مانند سیاست‌های شرکتی، مدیریت سود و روش‌های تولید است که اهمیت آن را برای حسابداران و مدیران مالی افزایش می‌دهد (هاشمی‌پور نصری و همکاران ۱۴۰۲).

در ادبیات حسابداری، مسأله نمایندگی به عدم همسویی منافع و انتظارات بین مالکان و مدیران اشاره دارد که می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر رفتار هزینه‌ها و چسبندگی آنها داشته باشد (مردانیان و همکاران، ۱۴۰۳). در سال‌های اخیر، محققان به بررسی تأثیر عوامل مختلف بر چسبندگی هزینه‌ها پرداخته‌اند. این بررسی‌ها به دو بخش تقسیم می‌شوند: بخش اول مربوط به بررسی‌هایی است که جنبه انگیزه و تصمیمات مدیریتی دارند که به عوامل غیراقتصادی مربوط می‌شود (ودیعی و پوریوسف ، ۱۴۰۳؛ فرجی و همکاران، ۱۳۹۹؛ حیدری، ۱۳۹۳) و در بخش دوم، بررسی‌هایی نیز انجام شده که به مطالعه اثرات عوامل اقتصادی بر چسبندگی هزینه پرداخته‌اند (سجادی و بنابی قدیم ۱۴۰۲؛ پارسایی و سهرابی ۱۴۰۱؛ یزدان پناه و خضری پور ۱۴۰) ، ولی به مسأله نمایندگی که شامل عوامل انگیزشی مالی، تجربی، رفتار مدیریتی و اقتصادی است و نقش مهمی در چسبندگی هزینه‌ها ایفا می‌کنند، کمتر پرداخته شده است.

از جمله عوامل کلیدی مرتبط با مسأله نمایندگی که می‌تواند بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر بگذارد، جریان‌های نقدی آزاد، سال اول تصدی مدیران و پاداش‌های مدیران است. مدیرانی که با جریان‌های نقدی آزاد اضافی مواجه‌اند، ممکن است در پروژه‌ها بیش از حد سرمایه‌گذاری کنند و باعث افزایش هزینه‌های عمومی، اداری و فروش و چسبندگی هزینه‌ها شوند. برعکس، کاهش جریان‌های نقدی آزاد می‌تواند کاهش هزینه‌ها را محدود کرده و از مدیران در برابر نتایج منفی

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

محافظت کند. تغییرات قوانین افشای پاداش مدیران نشان می‌دهد که پاداش‌های نادرست طراحی‌شده می‌تواند تضاد منافع و چسبندگی هزینه‌ها را افزایش دهد. پرداخت پاداش بیشتر به مدیران چسبندگی هزینه‌ها را کاهش می‌دهد. در حالی که پاداش ثابت ممکن است هزینه‌های فروش، عمومی و اداری را در زمان عدم اطمینان افزایش دهد (چن، ۲۰۲۲). در سال اول تصدی مدیرعامل، مسأله نمایندگی ممکن است به دلیل تلاش مدیر جدید برای تثبیت موقعیت خود و جلب اعتماد سهامداران بروز کند. این مدیر ممکن است تصمیماتی بگیرد که به نفع منافع کوتاه‌مدت خود باشد و به منافع سهامداران توجه نکند (یان و همکاران، ۲۰۲۳).

انگیزه مدیران با تشویق بهبود می‌یابد، در حالی که مسأله نمایندگی نیاز به ابزارهای کنترلی و نظارتی دارد. کیفیت حاکمیت شرکتی ابزار مؤثری برای رفع مسأله نمایندگی می‌باشد (آلوز و لورنچو، ۲۰۲۳). هدف حاکمیت شرکتی جلوگیری از سوء استفاده مدیریتی برای منافع شخصی و افزایش عملکرد شرکت با ایجاد چارچوبی برای مدیریت کارآمد و به حداکثر رساندن ثروت سهامداران است. حاکمیت شرکتی قوی مسأله نمایندگی را کاهش می‌دهد و منافع مدیران را با منافع سهامداران همسو می‌کند. این به کاهش عدم تقارن هزینه و بهبود تنظیم هزینه‌های اداری، عمومی و فروش کمک می‌کند (مردانیان و همکاران، ۱۴۰۳).

شرکت‌های خانوادگی به دلیل هم‌سویی منافع مدیران و مالکان، نظارت مدیریتی قوی و تمایل به سرمایه‌گذاری بلندمدت، به کاهش تعارضات نمایندگی و رشد بلندمدت کمک می‌کنند. با این حال، شرکت‌های خانوادگی ممکن است با مسأله دوم نمایندگی نیز مواجه شوند، یعنی صاحبان خانوادگی کنترل‌کننده ممکن است از منافع شخصی خود به بهای سهامداران اقلیت استفاده کنند (کیان و فقیه، ۱۴۰۲).

وجود تفاوت‌های ارزشی و رفتاری بین شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی، زمینه‌ای مناسب برای بررسی عملکرد شرکت‌ها فراهم می‌آورد. در کشور ما، بررسی اثر مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه و اثر تعدیل‌گری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی بر این رابطه در محیط‌های خانوادگی و غیرخانوادگی به‌طور جامع صورت نگرفته است. انجام این مطالعه می‌تواند تعامل بین این عوامل را روشن کرده و راهکارهایی برای بهبود ساختارهای حاکمیت شرکتی و کاهش چسبندگی هزینه‌ها ارائه دهد. این مطالعه قصد دارد تفاوت‌های نمایندگی، رفتاری مدیریتی، حاکمیتی و اقتصادی را در هر دو گروه شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی بررسی کند همچنین، این تحقیق به ادبیات حسابداری مدیریت و مالی کمک کرده و می‌تواند به شفافیت لازم در درک رفتار هزینه و تصمیمات مدیریتی در بورس اوراق بهادار تهران کمک کند.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

چسبندگی هزینه بیانگر عدم تقارن هزینه در واکنش به تغییرات فروش است. طبق مطالعاتی که اخیرا توسط ودیعی و پوریوسف (۱۴۰۳) و مردانیان و همکاران (۱۴۰۳) در مورد چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش انجام شده است. نتایج آنها رفتار چسبنده هزینه را در هزینه‌های اداری، عمومی و فروش تایید می‌کند. درکشورمان ایران چسبندگی‌هزینه‌ها مورد توجه زیادی در ادبیات حسابداری قرار گرفته است (شمسی، ۱۴۰۳؛ سجادی و بنابی قدیم، ۱۴۰۲؛ ابراهیمی سرو علیا و همکاران، ۱۴۰۲ ؛ همه خوانی و رویایی، ۱۴۰۱؛ پورساسان و حصارزاده، ۱۳۹۵؛ کردستانی و مرتضوی، ۱۳۹۱).

عوامل مؤثر بر پدیده چسبندگی هزینه[۱]، شامل عوامل اقتصادی و رفتاری هستند. کاهش تقاضا در دوره‌های متوالی می‌تواند اهمیت ارزیابی‌های پایداری را کاهش دهد. در این دوره‌ها، مدیران بر حفظ کاهش فروش تمرکز می‌کنند و با افزایش احتمال ثبات طولانی‌مدت، ممکن است به‌طور استراتژیک منابع را کاهش دهند و هزینه‌ها را پایین بیاورند (لیب و شوفلز، ۲۰۲۲). مدیریت هزینه با درک رفتار هزینه نسبت به فروش حاصل می‌شود. تغییرات هزینه نسبت به تغییرات فروش، نسبت به سال‌های قبل می‌تواند نشانه‌ای از کنترل نامناسب هزینه‌ها یا سرمایه‌گذاری‌های استراتژیک برای افزایش سودآوری باشد. مدیریت ضعیف هزینه ممکن است نشان‌دهنده مسأله نمایندگی در شرکت‌ها باشد (نئوم و همکاران، ۲۰۲۳).

توضیحات سنتی چسبندگی هزینه‌ها بیشتر بر عوامل اقتصادی تمرکز دارند و تأثیر نظریه نمایندگی[۲] را نادیده می‌گیرند. نظریه نمایندگی می‌گوید که عدم تطابق منافع بین سهامداران و مدیران می‌تواند باعث شود مدیران به دنبال منافع شخصی خود بروند (السدی و هاشمی، ۱۴۰۱).

جریانات نقدی آزاد، سال اول تصدی مدیرعامل و پاداش مدیران سه عامل مسأله نمایندگی در شرکت‌ها می‌باشند. جریان‌های نقدی آزاد می‌توانند مدیران را در شناسایی پروژه‌های سودآور دچار چالش کنند. بازارهای ناکارآمد و تضاد منافع ممکن است مدیران را به اولویت‌بندی اندازه شرکت به جای حداکثرسازی ارزش سوق دهند. مطالعه‌ای در مجله ریسک (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که هزینه‌های ناشی از مسأله نمایندگی بر عملکرد شرکت تأثیر منفی دارد، اما بدهی می‌تواند با محدود کردن اختیارات مدیریتی، این هزینه‌ها را کاهش دهد (احمد و نواگراها، ۲۰۲۳). شواهدی از مالزی نشان می‌دهد، که جریان‌های نقدی آزاد می‌توانند منجر به سرمایه‌گذاری بیش از حد و افزایش هزینه‌های ناشی از مسأله نمایندگی شوند. این جریان‌ها فرصت‌های رشد را فراهم می‌کنند

[۱] - Cost Stickiness
[۲] - Agency Theory

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

اما همچنین خطرات سرمایه‌گذاری نادرست و تضادهای نمایندگی را نیز به همراه دارند (لای و همکاران، ۲۰۲۳).

از طرف دیگر مدت زمان حضور مدیر در نقش خود به افزایش بینش و تجربه او کمک کرده و توانایی او را در حکمرانی مؤثر افزایش می‌دهد(دو و همکاران، ۲۰۱۵). برعکس مدیران در سال اول تصدی خود ممکن است تصمیماتی اتخاذ کنند که منجر به افزایش یا کاهش چسبندگی هزینه‌ها شود. این تصمیمات که به منظور تحقق منافع کوتاه‌مدت شخصی مدیران گرفته می‌شوند، می‌توانند چسبندگی هزینه‌ها را افزایش دهند، زیرا مدیران به جای کاهش هزینه‌های ثابت و بهینه‌سازی ساختار سازمانی، ممکن است به حفظ یا حتی افزایش هزینه‌ها تمایل داشته باشند تا عملکرد مالی کوتاه‌مدت خود را بهبود بخشند. از سوی دیگر، این تصمیمات می‌توانند منجر به کاهش چسبندگی هزینه‌ها نیز شوند، اگر مدیران برای نمایش کارایی ظاهری خود به کاهش هزینه‌ها بپردازند، حتی اگر این کاهش‌ها به ضرر بلندمدت سهامداران تمام شود. (یان و همکاران، ۲۰۲۳). با این حال، دوره‌های طولانی مدت مدیران می‌توانند به کاهش استقلال هیئت مدیره و افزایش ریسک رکود منجر شوند و توانایی نظارتی و حاکمیت شرکتی را تحت تأثیر قرار دهند. بنابراین، ضروری است که این دوره‌ها با مکانیزم‌های مناسب برای حفظ عملکرد و پاسخگویی تعادل یابند(چن و همکاران، ۲۰۱۹). از طرف دیگری تنظیم نادرست پاداش مدیران می‌تواند به مسأله نمایندگی و افزایش هزینه‌ها منجر شود. هیئت مدیره باید پاداش‌ها را بر اساس معیارهای عملکردی مناسب مانند فروش و کنترل هزینه‌ها تنظیم کند تا از این مشکلات جلوگیری شود (لنیهان و برنان، ۲۰۲۳).

شرکت‌های خانوادگی[۱] به دلیل همسویی منافع بین مدیران و مالکان که معمولاً اعضای یک خانواده هستند، با کاهش مسأله نمایندگی مواجه‌اند. این کاهش تضادها منجر به تصمیم‌گیری‌های استراتژیک به نفع شرکت و کاهش هزینه‌های غیرضروری می‌شود. به دلیل اعتماد و همدلی بیشتر، در این شرکت‌ها نظارت و کنترل‌های پیچیده کمتری نیاز است، که در نهایت به کاهش چسبندگی هزینه‌ها کمک می‌کند (کیان و فقیه، ۱۴۰۲). مسأله نمایندگی بیشتر در شرکت‌های غیرخانوادگی[۲] مشاهده می‌شود زیرا در این شرکت‌ها مالکیت و مدیریت معمولاً جدا هستند و مدیران ممکن است به منافع شخصی خود توجه کنند. همچنین، عدم شناخت شخصی بین مدیران و سهامداران، مکانیزم‌های کنترلی ضعیف‌تر و تنوع زیاد سهامداران، نظارت مؤثر را دشوارتر می‌کنند و موجب افزایش مسأله نمایندگی می‌شوند (خاندوال و همکاران، ۲۰۲۳). حاکمیت شرکتی بر نظارت و کنترل تأکید دارد، اما به دلیل تفاوت‌های فرهنگی و اقتصادی،

[۱] - Family Firms
[۲] - Non-Family Firms

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

تعریف جهانی برای آن وجود ندارد. این مفهوم از اوایل قرن بیستم به مشکلات هیئت مدیره‌های ناکارآمد پاسخ داد و اکنون به مجموعه‌ای از مسئولیت‌ها و روش‌های مدیریتی برای تعیین جهت استراتژیک و مدیریت ریسک‌ها تعریف می‌شود (رضایی و صفارزاده، ۲۰۲۳). یک سیستم حاکمیت شرکتی باکیفیت می‌تواند عملکرد شرکت را بهبود بخشد، تضاد منافع را کاهش دهد و جذب سرمایه‌گذاری را افزایش دهد. حاکمیت شرکتی قوی با ایجاد ساختارهای نظارتی و کنترلی مناسب، می‌تواند به کاهش مسأله نمایندگی کمک کند. در این چارچوب، شفافیت اطلاعات، نظارت مستقل و تعادل بین منافع سهامداران و مدیران تقویت می‌شود. این اقدامات باعث می‌شود که مدیران تصمیمات خود را همسو با منافع سهامداران اتخاذ کنند، که در نتیجه از بروز هزینه‌های غیرضروری و ناکارآمدی‌ها جلوگیری می‌شود. با کاهش تضاد منافع و بهبود نظارت، حاکمیت شرکتی به کاهش چسبندگی هزینه‌ها منجر می‌شود، زیرا منابع به شکل بهینه‌تری مدیریت و هزینه‌ها به طور مؤثرتری کنترل می‌گردند. (حیدرپور و نظری طجر، ۱۳۹۷).

پیشینه پژوهش های خارجی

در بین مطالعات خارجی، اولین پژوهش مرتبط با مطالعه حاضر مربوط به چن و همکاران (۲۰۱۲) است که به بررسی چسبندگی هزینه در زمینه حاکمیت قوی و ضعیف و تأثیرات نمایندگی می‌پردازد. این تحقیق نشان می‌دهد که نامتقارنی هزینه تحت تأثیر انگیزه‌های مدیریتی است که منافع شخصی را بر منافع سهامداران ترجیح می‌دهند. یافته‌ها حاکی از آن است که جریان نقدی آزاد بالا، دوره طولانی‌تر تصدی مدیرعامل، و ساختارهای خاص جبران خدمات مدیرعامل، نامتقارنی هزینه را تشدید می‌کنند. در مقابل، حاکمیت قوی می‌تواند این اثرات را کاهش داده و رفتار هزینه‌ها را با عوامل اقتصادی هماهنگ‌تر کند. این مطالعه نشان می‌دهد که تضاد منافع به ویژه در شرکت‌های با حاکمیت ضعیف‌تر تأثیر قابل‌توجهی بر رفتار هزینه‌ها دارد.

بنکر و بیزولا (۲۰۱۴)، در مطالعه‌ای به بررسی جامع رفتار نامتقارن هزینه می‌پردازند، که به هزینه‌های تعدیل منابع و تصمیمات مدیریتی، توجه دارند. این اصول اولیه منجر به ظهور هزینه‌های "چسبنده" و "ضد چسبنده" می‌شود، همراه با هزینه‌های سنتی "ثابت" و "متغیر" به عنوان موارد افراطی. که یک چارچوب یکپارچه از رفتار نامتقارن هزینه‌ها فرموله کرده‌اند و شواهد تجربی حمایت کننده از این چارچوب و تأثیرات آن بر تحقیقات حسابداری هزینه و مالی را مرور می‌کنند.

رشید خان و همکاران (۲۰۲۰)، به بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی و ساختار مالکیت بر رابطه بین هزینه‌های نمایندگی و عملکرد شرکت می‌پردازند، نشان دادند که رابطه بین هزینه‌های نمایندگی و عملکرد شرکت با (۱) حاکمیت شرکتی، (۲) تمرکز مالکیت و (۳) مالکیت غیر دولتی

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

به صورت مثبت تعدیل می‌شود. مالکیت دولتی تأثیر منفی بر این رابطه دارد و حاکمیت شرکتی و تمرکز مالکیت می‌توانند به کاهش رابطه هزینه و عملکرد کمک کنند. همچنین تأثیر نوع مالکیت را بر رابطه بین هزینه‌های نمایندگی و عملکرد شرکت برجسته می‌کند و سرمایه‌گذاران باید در انتخاب سهام خاص، معیارهای هزینه‌های نمایندگی را در نظر بگیرند.

امین و همکاران (۲۰۲۲)، که به رابطه چسبندگی هزینه، پرداخت سود سهام شرکتی و مالکیت خانواده می‌پردازند، با استفاده از تمرکز بر تئوری نمایندگی، ارتباط مثبتی بین چسبندگی هزینه و پرداخت سود را اثبات می‌کنند. علاوه بر این، یافته‌هایشان نشان می‌دهد که مالکیت خانواده رابطه بین چسبندگی هزینه و پرداخت سود سهام را تعدیل می‌کند. به طور خلاصه، نتایج این تحقیق وجود چسبندگی هزینه را تأیید می‌کند و همبستگی مطلوبی را بین مالکیت خانواده و پرداخت سود سهام نشان می‌دهد.

میتا دوی رستوتی (۲۰۲۳)، استراتژی و چسبندگی هزینه در میان قابلیت‌های مدیریتی متنوع: بینش‌هایی از آسیای جنوب شرقی را مورد بررسی قرار داده، که یافته‌های این مطالعه نشان داد که چسبندگی هزینه‌های رایجی در میان شرکت‌های آسیای جنوب شرقی وجود دارند. هر دو استراتژی اکتشافی و تدافعی به این پدیده کمک می‌کنند، نتایج آنها بر اهمیت پایدار قابلیت‌های مدیریتی به عنوان منابع محوری تاکید می‌کند. به طور خاص، مدیرانی که مهارت کمتری دارند، تمایل دارند منابع را حفظ کنند، به چالش های عملیاتی رسیدگی کنند و برای تقاضاهای فروش آینده آماده شوند.

ژانگ و همکاران (۲۰۲۳)، رابطه حاکمیت داخلی و چسبندگی هزینه را مورد بررسی قرار داده‌اند، حاکمیت داخلی مکانیزمی در تیم مدیریت عالی است که زیرمجموعه‌های کلیدی مدیرعامل را نظارت می‌کنند. یافته‌هایشان نشان می‌دهد که چسبندگی هزینه‌ها با حاکمیت داخلی رابطه منفی دارد و حاکمیت داخلی چسبندگی هزینه‌های مبتنی بر نمایندگی را کاهش می‌دهد. تأثیر این حاکمیت در شرکت‌هایی با ارزش‌آفرینی آینده، کمتر است و در شرکت‌هایی که نظارت موثر بر هیئت مدیره دارند قوی‌تر است.

المحرمه و همکاران (۲۰۲۴)، به مطالعه مالکیت خانوادگی، کیفیت حاکمیت شرکتی و اجتناب از مالیات: شواهدی از یک بازار نوظهور اردن می‌پردازند، نشان دادند که شرکت‌های خانوادگی دارای سطوح بالایی از اجتناب از مالیات هستند. نتایج آنها از فرضیه بهره‌برداری از منافع خصوصی حمایت می‌کند. در مورد اثر واسطه‌ای متغیرهای حاکمیت شرکتی. نتایج آنها نشان داد که کمیته‌های حسابرسی بزرگ و کمیته‌های حسابرسی که بیشترین جلسات را دارند، تلاش‌های مالکان خانوادگی برای اجتناب از پرداخت مالیات را کاهش می‌دهند.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

ژو و همکاران (۲۰۲۴)، به تمایز بین انگیزه‌های رشد سرمایه‌گذاری محیطی از دیدگاه چسبندگی و ضدچسبندگی هزینه‌های شرکتی می‌پردازند. نتایج نشان می‌دهد که انگیزه‌های رشد به طور معناداری چسبندگی هزینه‌ها را در شرکت‌ها افزایش می‌دهند. شرکت‌هایی با سرمایه‌گذاری محیطی بالا در مقابل کاهش درآمد، کاهش هزینه چندانی نشان نمی‌دهند. همچنین، انتظارات مدیریتی خوش‌بینانه و نگرانی‌های محیطی عمومی باعث مدیریت محیطی واقعی‌تر می‌شوند. این مطالعه اهمیت تمایز بین مدیریت محیطی نمادین و واقعی را برای جلوگیری از ریسک، تأیید می‌کند.

پیشینه پژوهش های داخلی

حیدری و همکاران (۱۳۹۴)، به بررسی رفتارنامتقارن هزینه از منظر نظریه نمایندگی با رویکرد معادلات ساختاری می‌پردازند، و نشان دادند که هزینه های توزیع، فروش و مدیریت در این شرکت ها رفتار چسبنده‌ای از خود نشان می‌دهند. علاوه بر این، نتایج حاکی از وجود رابطه مثبت معنادار بین هزینه‌های حاصل از نمایندگی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها است. به عبارت دیگر، با افزایش هزینه‌های حاصل از نمایندگی، شدت هزینه‌های توزیع، فروش و مدیریت نیز افزایش می‌یابند.

علیخانی و همکاران (۱۳۹۶)، به بررسی مدیریت سود، حاکمیت شرکتی و چسبندگی هزینه پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که مدیریت سود و حاکمیت شرکتی هر دو به کاهش چسبندگی هزینه کمک می‌کنند.

کریم‌زاده و همکاران (۱۴۰۰)، به بررسی تاثیر تعدیل کنندگی مسائل نمایندگی بر رابطه بین اعتبار تجاری و چسبندگی هزینه‌ها می‌پردازند، هیچ رابطه معناداری بین اعتبار تجاری و چسبندگی هزینه پیدا نکردند. با این حال، اینکه مشکل نمایندگی بر چسبندگی هزینه اثر دارد تایید و مشخص شد که مخارج سرمایه‌ای بر رابطه بین یک شکل از اعتبار تجاری (حساب‌های پرداختنی به خرید) و چسبندگی هزینه تأثیر می‌گذارد. هیچ تأثیر قابل توجهی برای سایر اشکال اعتبار تجاری (حساب های پرداختنی به بهای تمام شده کالای فروخته شده و حساب های پرداختنی به فروش) بر چسبندگی هزینه مشاهده نشد.

السدی و همکاران (۱۴۰۱)، تاثیر چسبندگی هزینه بر ارزش شرکت با در نظر گرفتن هزینه تعدیل منابع و مشکلات نمایندگی را بررسی کردند، نتایج پژوهش آنها نشان داد که چسبندگی هزینه بر ارزش شرکت تأثیر منفی می‌گذارد. و رابطه معناداری بین هزینه‌های نمایندگی و ارزش شرکت پیدا نکردند.

کیان و فقیه (۱۴۰۲)، تأثیر مشکل نمایندگی بر قدرت پیش‌بینی کنندگی سود در شرکت‌های خانوادگی: نقش میانجی مدیریت سود را بررسی کردند، نتایج حاصل از پژوهش آنها نشان داد که

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

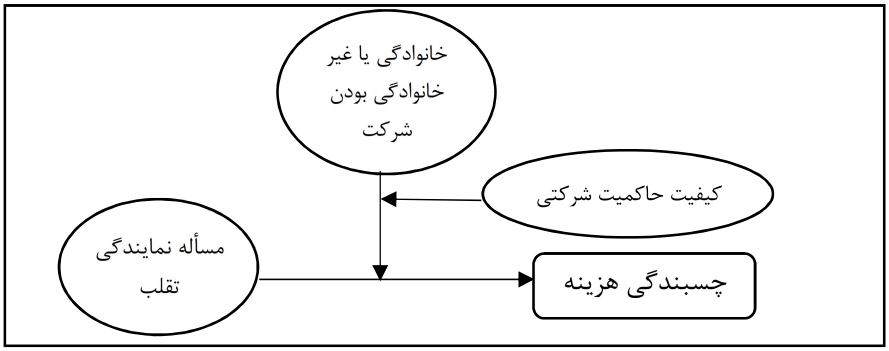
مشکل نمایندگی بر مدیریت سود و قدرت پیش‌بینی کنندگی سود به ترتیب تاثیر مثبت و منفی معنادار دارد. همچنین نتایج آنها بیانگر تاثیر میانجی کامل مدیریت سود بر ارتباط بین مشکل نمایندگی و قدرت پیش بینی کنندگی سود در شرکت‌های خانوادگی می‌باشد.

ثقفی و همکاران (۱۴۰۳)، تاثیر انگیزه های شخصی مدیران بر ناکارایی سرمایه گذاری: نقش میانجی چسبندگی هزینه‌ها را بررسی کردند، نتایج پژوهش آنها نشان داد که انگیزه‌های شخصی و چسبندگی هزینه‌ها بر ناکارایی سرمایه گذاری تاثیر گذار است و چسبندگی هزینه می‌تواند نتیجه تصمیمات فرصت طلبانه مدیران باشد و باعث ناکارایی سرمایه گذاری شود.

ودیعی و پوریوسف (۱۴۰۳)، به بررسی نقش سبک مدیریتی در چسبندگی هزینه و ارزش سهامداران می‌پردازند، نشان دادند که انتخاب‌ها و سبک مدیریتی مدیران عامل تأثیر بسزایی در چسبندگی هزینه‌ها داشته و این سبک انتخاب و تصمیم‌گیری مدیران بر چسبندگی هزینه مؤثر است و چسبندگی هزینه می‌تواند برای شرکت و سهامداران آن سودمند باشد.

مطالعات پیشین اگرچه اهمیت اثر مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه را بیان کرده‌اند، اما مدل جامعی که تمام جنبه‌های حاکمیت شرکتی را در نظر بگیرد، ارائه نداده‌اند و اثرات خانوادگی و غیرخانوادگی بودن را به‌طور کامل بررسی نکرده‌اند. علاوه بر این، تعامل بین این عوامل به‌خوبی مورد توجه قرار نگرفته است. این مطالعه تلاش دارد تا با در نظر گرفتن این کمبودها، تفاوت‌های نمایندگی، رفتاری مدیریتی، حاکمیتی و اقتصادی را در هر دو گروه شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی به‌طور جامع بررسی کند.

شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش



۳- فرضیه‌های پژوهش

مطالعات پیشین تأیید کرده‌اند که چسبندگی هزینه‌ها به وضعیتی اطلاق می‌شود که هزینه‌ها به‌طور متناسب با کاهش درآمدها کاهش نمی‌یابند و این پدیده تحت تأثیر تصمیمات و انگیزه‌های مدیریتی، که غالباً به دلیل مسأله نمایندگی بوجود می‌آید، قرار دارد (چن و همکاران، ۲۰۱۱).

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

در شرکت‌های خانوادگی، همسویی منافع صاحبان و مدیران باعث کاهش مسأله نمایندگی و چسبندگی هزینه‌ها می‌شود. این همپوشانی مالکیت و مدیریت موجب کاهش فرصت‌طلبی و قدرت‌طلبی مدیران می‌شوند و به نظارت مؤثرتر و کاهش چسبندگی هزینه‌ها منجر می‌گردد. (تیلال و همکاران، ۲۰۲۳). به طور کلی، مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها در هر دو نوع شرکت تأثیر دارد، ولی شدت و نوع این تأثیر به ساختار مالکیتی و انگیزه‌های مدیریتی بستگی دارد که نیازمند بررسی است(چن، ۲۰۲۲). پس بنابراین فرضیه اول به صورت زیر است:

فرضیه اول: مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها (شامل با مالکیت خانوادگی و غیرخانوادگی) تاثیر مستقیم و معنی‌دار دارد.

شرکت‌های خانوادگی به دلیل همپوشانی مالکیت و مدیریت، با چالش‌های نمایندگی کمتری مواجه‌اند، زیرا منافع صاحبان و مدیران به طور طبیعی همسو هستند. این همسویی منافع باعث می‌شود که مدیران کمتر به تصمیمات فرصت‌طلبانه یا قدرت‌طلبانه تمایل داشته باشند، زیرا در نهایت مسئولیت‌های آنها مستقیماً بر منافع خانوادگی و بلندمدت تأثیر می‌گذارد. این عامل به کاهش نظارت‌های پیچیده و هزینه‌های غیرضروری، و در نتیجه کاهش چسبندگی هزینه‌ها در این شرکت‌ها منجر می‌شود. در مقابل، در شرکت‌های غیرخانوادگی که مالکیت و مدیریت از هم جدا هستند، مسأله نمایندگی بیشتری رخ می‌دهد. این مسأله ناشی از تضاد منافع میان سهامداران و مدیران است که می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری‌هایی شود که نه تنها هزینه‌های بیشتری را به دنبال دارد، بلکه چسبندگی هزینه‌ها را نیز افزایش می‌دهد (ابادی و شاست، ۲۰۲۲). به این ترتیب، با توجه به ساختار مالکیتی و انگیزه‌های متفاوت، فرضیه دوم به صورت زیر است:

فرضیه دوم: اثر مستقیم مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های غیرخانوادگی بیشتر از خانوادگی است.

مطالعات امیری و همکاران (۱۴۰۱)، محمدی و همکاران (۱۴۰۱) و نورالله زاده و همکاران (۱۴۰۰) نشان می‌دهند که یکی از وظایف اصلی حاکمیت شرکتی محدود کردن انگیزه‌های مدیریتی است که به مسأله نمایندگی منجر می‌شوند. حاکمیت شرکتی مؤثر می‌تواند تضاد منافع بین مدیران و مالکان را کاهش دهد و بدین ترتیب هزینه‌های ناش از مسأله نمایندگی را کاهش دهد. به عبارت دیگر، کیفیت بالای حاکمیت شرکتی رابطه منفی با مسأله نمایندگی و چسبندگی هزینه‌ها دارد (رشید خان و همکاران، ۲۰۲۰). در شرکت‌های خانوادگی، حاکمیت شرکتی قوی باعث همسویی منافع مدیران و صاحبان شده و چسبندگی هزینه‌ها را کاهش می‌دهد، زیرا نظارت مؤثرتری بر عملکرد مدیران وجود دارد. در شرکت‌های غیرخانوادگی، جدا بودن مالکیت و مدیریت می‌تواند مسأله نمایندگی را افزایش دهد، اما حاکمیت شرکتی با ساختارهای نظارتی قوی، مانند هیئت مدیره مستقل و کمیته‌های حسابرسی، به کاهش این مشکلات و چسبندگی هزینه‌ها کمک

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

می‌کند (کاستا و حبیب، ۲۰۲۳؛ آفس و جاربوئی، ۲۰۲۳). پس بنابراین فرضیه سوم به صورت زیر است:

فرضیه سوم: بالا بودن کیفیت حاکمیت شرکتی، اثر مستقیم مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها را در شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی به صورت معنی‌دار معکوس می‌کند.

۴- روش‌شناسی پژوهش

این بررسی در دسته پژوهش‌های کاربردی با ماهیت توصیفی از نوع همبستگی دسته‌بندی می‌شود. از سایت کدال و بورس برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. اطلاعات این پژوهش مبتنی بر اطلاعات واقعی صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است و اطلاعات دوره تصدی مدیرعامل، پاداش مدیران، اطلاعات کیفیت حاکمیت شرکتی و اطلاعات شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی از یادداشت‌های توضیحی و گزارش‌های فعالیت هیئت‌مدیره استخراج شده و برای بررسی آزمون فرضیه‌ها از مدل رگرسیون چندگانه و از روش پانل دیتا استفاده شده است. از نرم‌افزار ایویوز برای گزارش آمار توصیفی و آزمون انتخاب مدل و از نرم افزار استاتا برای آزمون آماری فرضیه‌ها استفاده شده است. انجام تحلیل‌های آماری بر اساس داده‌های سال ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ مورد بررسی قرار گرفته است ولی برای محاسبه برخی از متغیرها نیاز به اطلاعات دو سال گذشته است؛ به همین خاطر جمع‌آوری و بررسی داده‌ها از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ انجام شده است. شرکت‌های مورد بررسی در این تحقیق، با توجه به جدول (۱) انتخاب می‌شوند:

جدول(۱) غربالگری جامعه آماری

شرح	تعداد
کل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در پایان سال۱۴۰۱	۴۹۴
بانک‌ها، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، هلدینگ و لیزینگ	(۱۲۱)
سال مالی منتی به پایان اسفند ماه نیست و در طی دوره زمانی پژوهشی دوره	(۹۸)
شرکت‌های دارای وقفه معاملاتی بیش از ۳ ماه	(۳۵)
در دوره زمانی مطالعه وارد بورس شده یا از بورس خارج شده	(۸۶)
شرکت‌های فاقد اطلاعات کافی	(۱۶)
شرکت‌های باقی مانده	۱۴۱

طبق جدول (۱) ۱۶ شرکت به دلیل عدم وجود اطلاعات کافی از ترکیب سهامداران و عدم وجود اطلاعات کافی برای تشخیص به عنوان شرکت خانوادگی یا غیرخانوادگی و برای افزایش دقت در مقایسه دو گروه خانوادگی و غیرخانوادگی از جامعه آماری حذف شده‌اند.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بر اساس شرایط، با پیروی از خواجوی و اسحاقی (۱۳۹۳) و نمازی و محمدی (۱۳۸۹)، مالکیت خانوادگی شرکت‌هایی را شامل می‌شود که:

۱- یک یا چند نفر از اعضای خانواده مالک حداقل ۲۰ درصد از سهام شرکت باشند، مگر با وجود تملک حداقل ۲۰ درصد سهام، نفوذ قابل‌ملاحظه یا کنترل بر شرکت نداشته باشند.

۲- حداقل ۵۰ درصد از اعضای هیئت‌مدیره از اعضای یک خانواده باشند یا به نحوی نفوذ قابل‌ملاحظه یا کنترل بر شرکت توسط اعضای خانواده ثابت شود، حتی اگر مالکیت اعضای خانواده کمتر از ۲۰ درصد باشد. در غیر این صورت، شرکت غیرخانوادگی است.

برای شناسایی شرکت‌های خانوادگی، شرکت‌ها را بر اساس شرایط خانوادگی از غیرخانوادگی جدا کرده‌ایم. از تعداد کل شرکت های باقی مانده که برابر ۱۴۱ شرکت بود، ۱۱۰ شرکت غیرخانوادگی و ۳۱ شرکت خانوادگی می‌باشد.

مدل‌های پژوهش

در فرضیه اول به بررسی اینکه مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها (شامل با مالکیت خانوادگی و غیرخانوادگی) تاثیر مستقیم و معنی‌دار دارد می‌پردازیم. مسأله نمایندگی از سه عامل اساسی که منجربه تضاد منافع می‌شود بوجود می‌آید: جریان نقدی آزاد، سال اول تصدی مدیرعامل، و نسبت پاداش مدیران. جریان نقدی آزاد به مدیران فرصت می‌دهد تا منابع شرکت را به نفع خودشان مصرف کنند، در حالی که مدیران در سال اول تصدی ممکن است برای بهبود منافع کوتاه‌مدت خود، تصمیماتی بگیرند که به‌طور متناقض می‌تواند باعث افزایش یا کاهش چسبندگی هزینه‌ها شود. نسبت پاداش مدیران نیز می‌تواند انگیزه‌های آنها را تغییر دهد و بر رفتار آنها در مقابل هزینه‌های شرکت تأثیر بگذارد. این عوامل می‌توانند تضاد منافع را تشدید کنند و در نتیجه، چسبندگی هزینه‌ها را افزایش دهند (وایس ۲۰۱۰). در شرکت‌های خانوادگی، همسویی منافع مالکان و مدیران باعث کاهش مسأله نمایندگی و چسبندگی هزینه‌ها می‌شود، در حالی که در شرکت‌های غیر خانوادگی می‌تواند متفاوت باشد. همه این عوامل به ساختار مالکیت، مسأله نمایندگی و انگیزه‌های مدیریتی بستگی دارد (چن، ۲۰۲۲).

برای بررسی فرضیه اول با بسط دادن مدل اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) و به پیروی از مدل چن (۲۰۲۲)، مدل (۱) را به صورت زیر داریم:

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

$$\begin{aligned}\Delta \ln SGA_{i,t} = \beta_{\cdot} &+ \beta_{1}\Delta \ln SAlES_{i,t} + \beta_{2}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \\ &+ \beta_{3}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times FCF_{i,t} \\ &+ \beta_{4}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times CEO\ Firstyears_{i,t} \\ &+ \beta_{5}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times Fixed\ pay\ ratio_{i,t} \\ &+ \beta_{6}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times SG\&A\ Ratio_{i,t} \\ &+ \beta_{7}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times Asset\ intensity_{i,t} \\ &+ \beta_{8}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times Employee\ intensity_{i,t} \\ &+ \beta_{9}\Delta \ln SALES_{i,t} \times FCF_{i,t} \\ &+ \beta_{10}\Delta \ln SALES_{i,t} \times CEO\ Firstyears_{i,t} \\ &+ \beta_{11}\Delta \ln SALES_{i,t} \times Fixed\ pay\ ratio_{i,t} \\ &+ \beta_{12}\Delta \ln SALES_{i,t} \times SG\&A\ Ratio_{i,t} \\ &+ \beta_{13}\Delta \ln SALES_{i,t} \times Asset\ intensity_{i,t} \\ &+ \beta_{14}\Delta \ln SALES_{i,t} \times Employee\ intensity_{i,t} + \beta_{15}\ SD_{i,t} \\ &+ \beta_{16}D_{i,t} + \varepsilon_{i,t}\end{aligned}$$

متغیرهای بکار رفته در مدل (۱) عبارتند از:

متغیر وابسته:

$\Delta \ln SGA$: لگاریتم تغییرات هزینه‌های عمومی، اداری و فروش سال جاری نسبت به سال قبل.

متغیر های مستقل:

FCF: مخفف Free Cash Flow، جریان نقدی آزاد از اختلاف جریان نقدی عملیاتی و سود تقسیمی تقسیم بر جمع دارایی‌ها بدست می‌آید (چن، ۲۰۲۲).

CEO First Year: متغیر اولین دوره مدیریتی مدیرعامل، یک متغیر شاخصی، اگر سال اول تصدی مدیرعامل باشد برابر عدد یک و در غیر اینصورت عدد صفر می‌گیرد (چن، ۲۰۲۲).

Fixed Pay Ratio: نسبت پاداش پرداختی به مدیران که از تقسیم پاداش مدیران به سود تقسیمی به دست می‌آید (چن، ۲۰۲۲).

متغیر تعدیلگر:

FAM: متغیر تعدیلگر و شرط جدا کننده شرکت‌های خانوادگی از غیرخانوادگی است که برای شرکت‌های خانوادگی عدد یک و برای شرکت‌های غیرخانوادگی عدد صفر تعریف شده است (ابادی و شاست ۲۰۲۲).

متغیر های کنترلی:

$\Delta \ln SALES$: لگاریتم تغیرات درآمد فروش سال جاری نسبت به سال قبل می‌باشد.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

D: متغیر کاهش فروش است که اگردرآمد فروش دوه جاری کمتر از درآمد فروش دوره قبل باشد برابر یک و درغیراینصورت صفر خواهدبود.

Asset intensity: شدت دارایی است و از نسبت داریی به فروش بدست می‌آید.

Employee intensity: شدت تعداد کارکنان است و از نسبت تعداد کارکنان به فروش بدست می‌آید.

SD: کاهش متوالی فروش است که اگر درآمد فروش در سال t-۱ نسبت به سال t-۲ کاهش یابد مقدار یک می‌گیرد، در غیر اینصورت مقدار صفر می‌گیرد (چن و همکاران، ۲۰۱۲).

SG&A Ratio: متغیر کنترلی مدیریت هزینه است که طبق مطالعه بائوم گارتن و همکاران (۲۰۰۹)، این نسبت نمایانگر عملکرد مدیریتی هزینه و استراتژی‌های مدیریتی هزینه می‌باشد و همچنین تغییرات این نسبت به عنوان شاخص مدیریت هزینه می‌باشد و اثر کنترلی برای نمایان کردن مسأله نمایندگی دارد (ا ندرسون و همکاران ۲۰۰۷):

$$SG\&A\ Ratio = \frac{SG\&A_t}{SALE_t} - \frac{SG\&A_{t-1}}{SALE_{t-1}}$$

$SG\&A_t$: معرف هزینه های عمومی،اداری و فروش در سال جاری است.

$SG\&A_{t-1}$: هزینه های عمومی، اداری و فروش سال قبل می‌باشد.

$SALE_t$: درآمد فروش سال جاری است.

$SALE_{t-1}$: درآمد فروش سال قبل می‌باشد.

برای آزمون فرضیه اول ضریب β_1 درصد افزایش هزینه عمومی، اداری و فروش به ازای افزایش مقدار ثابتی فروش است و ضریب β_2 درصد کاهش هزینه عمومی، اداری و فروش به ازای مقدار ثابتی کاهش در فروش است. همانطور که در مطالعات اندرسون و همکاران (۲۰۰۳)، بیان شده ($\beta_1 + \beta_2 < \beta_1$) نشان از وجود چسبندگی هزینه و $\beta_1 + \beta_2$ میزان چسبندگی هزینه را نشان می‌دهد. بر اساس نظریه چسبندگی هزینه، رفتار نامتقارن هزینه در کاهش هزینه ها بیشتر مشاهده می‌شود. ضرایب β_3، β_4 و β_5 اثرات ۳ متغیر مسأله نمایندگی در کاهش فروش می‌باشند. برای آزمون فرضیه دوم آزمون تفاوت اثرات ضرایب مسأله نمایندگی گروه خانوادگی نسبت به غیرخانوادگی را با دستور lincom ، در نرم افزار استاتا اجرا و آزمون مقایسه اختلاف ضرایب[۱] مسأله نمایندگی گروه خانوادگی نسبت به غیرخانوادگی را می‌سنجیم.

برای آزمون فرضیه سوم متغیر تعدیل‌گری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی (CGQ) را در اثر متغیر FAM بر متغیرهای مسأله نمایندگی ضرب می‌کنیم تا اثر تعدیل‌گری تعدیلی کیفیت

[۱] - Difference-in-coefficients test

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

حاکمیت شرکتی را بر رابطه و تعامل بین مسأله نمایندگی و چسبندگی هزینه بسنجیم. پس مدل (۲) را به صورت زیر داریم:

$$\begin{aligned}\Delta \ln SGA_{i,t} = \beta_{.} &+ \beta_{1}\Delta \ln SAlES_{i,t} + \beta_{2}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \\ &+ \beta_{3}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times FCF_{i,t} \times FAM_{i,t} \times CGQ_{i,t} \\ &+ \beta_{4}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times CEO\ Firstyears_{i,t} \times FAM_{i,t} \\ &\times CGQ_{i,t} \\ &+ \beta_{5}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times Fixed\ pay\ ratio_{i,t} \times FAM_{i,t} \\ &\times CGQ_{i,t} + \beta_{6}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times SG\&A\ Ratio_{i,t} \\ &+ \beta_{7}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times Asset\ intensity_{i,t} \\ &+ \beta_{8}D_{i,t} \times \Delta \ln SALES_{i,t} \times Employee\ intensity_{i,t} \\ &+ \beta_{9}D_{i,t}\Delta \ln SALES_{i,t} \times FCF_{i,t} \times FAM_{i,t} \\ &+ \beta_{10}D_{i,t}\Delta \ln SALES_{i,t} \times CEO\ Firstyears_{i,t} \times FAM_{i,t} \\ &+ \beta_{11}D_{i,t}\Delta \ln SALES_{i,t} \times Fixed\ pay\ ratio_{i,t} \times FAM_{i,t} \\ &+ \beta_{12}\Delta \ln SALES_{i,t} \times SG\&A\ Ratio_{i,t} \\ &+ \beta_{13}\Delta \ln SALES_{i,t} \times Asset\ intensity_{i,t} \\ &+ \beta_{14}\Delta \ln SALES_{i,t} \times Employee\ intensity_{i,t} + \beta_{15}\ SD_{i,t} \\ &+ \beta_{16}D_{i,t} + \varepsilon_{i,t}\end{aligned}$$

در مدل (۲):

$\Delta \ln SGA$ ،$\Delta \ln SALES$ ،FCF ، $CEO\ First\ Year$ ،$Fixed\ Pay\ Ratio$ ،FAM ،$SG\&A$ Ratio، $Asset\ intensity$، SD تمامی این متغیرها تعاریفشان طبق مدل (۱) می‌باشد.

CGQ : کیفیت حاکمیت شرکتی است که یک متغیر تعدیل‌گر تعدیلی در مدل (۲) است. برای محاسبه کیفیت حاکمیت شرکتی از الگوی جامع حاکمیت شرکتی ایران (مدل یگانه و سلیمی، ۱۳۹۰) استفاده شده که شامل چهار بعد اثرات مالکیت، حقوق سهامداران، شفافیت و اثربخشی هیئت‌مدیره است. هرکدام از این ابعاد دارای سه تا چهار مؤلفه بوده و مجموعاً ۹۳ شاخص را شامل می‌شوند. در مدل جامع کیفیت حاکمیت شرکتی، شاخص‌ها دارای ضریب در مؤلفه و ضریب در مدل نهایی هستند. به شرکت‌ها برای هر شاخص نمره صفر یا یک داده می‌شود و این نمره در ضریب شاخص در مؤلفه و ضریب شاخص در مدل نهایی ضرب می‌شود تا نمره کلی کیفیت حاکمیت شرکتی محاسبه گردد.

مدل جامع کیفیت حاکمیت شرک به شرح ذیل است (یگانه و سلیمی، ۱۳۹۰):

$$\begin{aligned}CGQ = {} & ۰.۰۳۴C۱۱ + ۰.۰۵۰C۱۲ + ۰.۰۶۸C۱۳ + ۰.۰۷۵C۲۱ + ۰.۰۳۸C۲۲ \\ & + ۰.۱۰۹C۲۳ + ۰.۰۷۷C۳۱ + ۰.۱۸۴C۳۲ + ۰.۰۸۳C۳۳ \\ & + ۰.۰۵۸C۳۴ + ۰.۰۸۲C۴۱ + ۰.۰۲۰C۴۲ + ۰.۰۴۲C۴۳ \\ & + ۰.۰۸۷C۴۴\end{aligned}$$

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

۱- اثرات مالکیت: شامل سه مؤلفه تمرکز مالکیت (C۱۱)، شفافیت مالکیت (C۱۲) و مالکیت سهامداران نهادی (C۱۳) است که مجموعاً ۶ شاخص دارد.

۲- حقوق سهامداران: شامل سه مؤلفه رویه‌های رأی‌دهی و جلسه‌های مجامع (C۲۱)، حقوق مربوط به سود تقسیمی (C۲۲) و رفتار یکسان با سهامداران (C۲۳) است که مجموعاً ۱۸ شاخص دارد.

۳- شفافیت: شامل چهار مؤلفه رعایت آیین‌نامه افشای اطلاعات شرکت‌های بورسی (C۳۱)، کیفیت و کفایت افشای اطلاعات (C۳۲)، اطلاعات مربوط به حسابرسی (C۳۳) و افشای پاداش و سهام اعضای هیئت‌مدیره (C۳٤) است که مجموعاً ۴۰ شاخص دارد.

۴- اثربخشی هیئت‌مدیره: شامل چهار مؤلفه ساختار و ترکیب هیئت‌مدیره (C٤۱)، جلسات هیئت‌مدیره (C٤۲)، پاداش و ارزیابی عملکرد (C٤۳) و ساختار حاکمیتی (C٤٤) است که مجموعاً ۲۹ شاخص دارد.

اصلی‌ترین تفاوت این مدل کیفیت حاکمیت شرکتی با مدل‌های دیگر این است که هر کدام از شاخص‌ها دارای وزن خاص خود هستند که این باعث می‌شود اندازه‌گیری نمره نهایی کیفیت حاکمیت شرکتی شرکت‌ها بسیار دقیق‌تر باشد.

برای آزمون فرضیه سوم ضرایب β_1, β_2 طبق مدل (۱) که بیان شده می‌باشند. ضرایب β_3، β_4 و β_5 اثرات تعدیلگری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی بر رابطه مسأله نمایندگی و چسبندگی هزینه‌ها می‌باشند. در صورت معنی‌داری و تغییر علامت ضرایب، اثر تعدیلگری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی تایید می‌شود.

۵- یافته‌های پژوهش

برای ارائه شمای کلی از وضعیت توزیع داده‌ها، آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش در جدول (۲) ارائه شده است. براساس غربالگری جامعه که انجام شد از مجموع ۱۴۱ شرکت، ۱۱۰ شرکت غیرخانوادگی و ۳۱ شرکت خانوادگی که به ترتیب ۱۱۰۰ مشاهده غیرخانوادگی و ۳۱۰ مشاهده خانوادگی، مورد بررسی قرار گرفت. با بررسی میانگین متغیرهای مسأله نمایندگی بین دو گروه خانوادگی و غیرخانوادگی پی می‌بریم جریان نقدی آزاد درگروه غیرخانوادگی ۰،۱۹۹ و در خانوادگی برابر ۰،۲۰۴ است، در هر دو گروه شرکت‌ها به هم نزدیک است و درصد پاداش پرداختی به مدیران در شرکت‌های غیرخانوادگی ۰،۲۴۵۲ و در خانوادگی ۰،۱۵۹۰ که نشان می‌دهد میزان درصد پاداش پرداختی به مدیران در شرکت خانوادگی کمتر است و متغیر اولین دوره تصدی در شرکت غیرخانوادگی برابر ۰،۳۳۳۵ و در خانوادگی برابر ۰،۲۴۱۹ که نشان می‌دهد مدیرانی که سال اول مدیریتشان در شرکت است در شرکت غیرخانوادگی بیشتر است. میانگین

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

متغیر مدیریت هزینه (SG&A Ratio)، در شرکت غیرخانوادگی برابر ۰،۰۰۰۶- می‌باشد و در خانوادگی برابر ۰،۰۱۳۶ است

جدول (۲) آمارتوصیفی متغیرهای پژوهش

نوع شرکت	متغیرها	میانگین	کمینه	بیشینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	فراوانی متغیردو وجهی
غیرخانوادگی	ΔlnSGA	۰،۲۶۱۶	-۰،۱۷۳۶	۰،۷۷۰۶	۰،۲۴۴۲	۰،۲۵۹۴	۲،۵۴۴	-
	ΔlnSALES	۰،۲۷۳۹	-۰،۲۸۷۰	۰،۸۳۵۳	۰،۳۰۱۶	-۰،۰۳۸	۲،۳۱۰	-
	FCF	۰،۰۱۹۹	-۰،۳۸۶۸	۰،۳۶۲۹	۰،۱۱۱۹	-۰،۳۲	۳،۸۸۸	-
	FixedPayRatio	۰،۲۴۵۲	۰،۰۰	۰،۵۷۹۷	۰،۱۹۲۵	۰،۱۵۶۶	۱،۷۳۸	-
	CEOFirstYear	۰،۳۳۳۵	۰،۰۰	۱،۰۰	-	-	-	۳۶۸
	CGQ	۳۱،۱۲۸	۱۵،۰۰	۴۵،۰۰	۴،۸۴۵	۰،۰۰۴۴	۳،۱۱۵	-
	SG&A Ratio	-۰،۰۰۰۶	-۲،۷۲۸	۲،۸۳۷	۰،۹۹۷۳	۰،۰۰۶۶	۲،۸۹۹	-
	Employeeintensity	۰،۰۰۰۳۱	۳،۷۵e-۰۶	۰،۰۰۱۵۸	۰،۰۰۰۳	۱،۷۰۲	۶،۰۸۴	-
	AssetIntensity	۱،۰۰۶	۰،۰۳۹۳	۷،۴۶۶	۰،۶۷۴۵	۲،۸۷	۱۸،۴۳	-
	D	۰،۱۸۷۲	۰،۰۰	۱،۰۰	-	-	-	۲۰۶
	SD	۰،۲۰۳۶	۰،۰۰	۱،۰۰	-	-	-	۲۲۴
خانوادگی	ΔlnSGA	۰،۲۵۶۰	-۰،۳	۰،۷۶۱۱	۰،۲۷۱۶	-۰،۰۹	۲،۵۵	-
	ΔlnSALES	۰،۲۶۰۲	-۰،۳	۰،۹۱۸۵	۰،۳۳۰۷	۰،۱۵۸۲	۲،۳۲۵	-
	FCF	۰،۰۲۰۴	-۰،۵	۰،۶۳۴۲	۰،۱۴۲۷	۰،۱۹۴۱	۶،۶۸۸	-
	FixedPayRatio	۰،۱۵۹۰	۰،۰۰	۰،۸۰۰	۰،۱۷۱۹	۰،۷۸۱۲	۳،۰۳۰	-
	CEOFirstYear	۰،۲۴۱۹	۰،۰۰	۱،۰۰	-	-	-	۷۵
	CGQ	۳۰،۹۶	۱۶،۰۰	۳۹،۰۰	۴،۲۲۱	-۰،۴۴۴	۲،۸۸۸	-
	SG&A Ratio	۰،۰۱۳۶	-۰،۷۹	۰،۸۴۵۹	۰،۳۷۳۲	۰،۰۸۹۳	۳،۵۱۶	-
	Employeeintensity	۰،۰۰۰۴	۱،۷e-۰۵	۰،۰۰۲۵	۰،۰۰۰۴	۱،۶۳	۵،۷۷	-
	AssetIntensity	۰،۸۵۴۵	۰،۰۰۹۲	۲،۹۱۸	۰،۵۳۴۸	۱،۳۳	۵،۰۸	-
	D	۰،۲۲۹۰	۰،۰۰	۱،۰۰	-	-	-	۷۱
	SD	۰،۲۳۵۴	۰،۰۰	۱،۰۰	-	-	-	۷۳

در کل براساس اطلاعاتی که از سه متغیر مشکلات نمایندگی و متغیر کنترلی مدیریت هزینه بدست می‌آید، نشان از وجود مسأله نمایندگی بیشتر در شرکت غیرخانوادگی است، میانگین متغیر کیفیت حاکمیت شرکتی (CGQ) در شرکت غیرخانوادگی ۳۱،۱۲۸ و در خانوادگی برابر ۳۰،۹۶ است که نشان می‌دهد در شرکت‌های غیرخانوادگی کیفیت حاکمیت شرکتی بالاتر است.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

میانگین متغیر کنترلی کاهش فروش (D)، در شرکت غیرخانوادگی ۱۸,۷۲ درصد و در خانوادگی ۲۲,۹٪ می‌باشد که نشان می‌دهد کاهش فروش در شرکت خانوادگی بیشتر از غیرخانوادگی است.

آزمون پایایی متغیرهای پژوهش

آزمون پایایی برای بررسی و اطمینان از برازش درست رگرسیون‌ها انجام می‌شود تا اطمینان حاصل شود رگرسیون کاذب نیست. برای بررسی پایایی از ازمون ریشه واحد متغیرها، آزمون (لوین، لین و چو) استفاده شده است. برای متغیرهایی که آماره احتمال آنها کمتر از ۵ درصد است نشان از پایایی آن متغیر است. نتایج آزمون پایایی متغیرها در جدول (۳) درج گردیده است. با توجه به نتایج بدست آمده در جدول (۳)، سطح معناداری همه متغیرها کمتر از ۵ درصد است، که بیانگر پایا بودن متغیرها است.

جدول (۳) آزمون پایایی برای متغیرهای پژوهش

نوع شرکت	غیرخانوادگی		خانوادگی		نتیجه هر دو
متغیرها	آماره لوین، لین و چوی	معناداری	آماره لوین، لین و چوی	معناداری	نتیجه مانایی
لگاریتم تغییرات هزینه‌های SGA نسبت به دوره قبل	-۱۸،۸۲	۰،۰۰۰۰	-۷،۴۶	۰،۰۰۰۰	ماناست
لگاریتم تغییرات درآمد فروش نسبت به دوره قبل	-۱۱،۹۱	۰،۰۰۰۰	-۶،۲۰	۰،۰۰۰۰	ماناست
جریان نقدی آزاد	-۲۰،۳۹	۰،۰۰۰۰	-۱۲،۵۶	۰،۰۰۰۰	ماناست
نسبت پاداش پرداختی به مدیران	-۴۱،۶۰	۰،۰۰۰۰	-۳۶،۱۷	۰،۰۰۰۰	ماناست
اولین دوره تصدی مدیر	-۱۹،۱۹	۰،۰۰۰۰	-۵،۴۱	۰،۰۰۰۰	ماناست
کیفیت حاکمیت شرکتی	-۲۵،۰۹	۰،۰۰۰۰	-۴،۷۴	۰،۰۰۰۰	ماناست
نسبت مدیریت هزینه	-۳۰،۹۲۵	۰،۰۰۰۰	-۱۹،۲۰	۰،۰۰۰۰	ماناست
شدت کارکنان	-۹،۲۵	۰،۰۰۰۰	-۴،۹۳	۰،۰۰۰۰	ماناست
شدت دارایی	-۳۰،۴۶	۰،۰۰۰۰	-۱۰،۲۵	۰،۰۰۰۰	ماناست
کاهش فروش (D)	-۱۱،۴۲	۰،۰۰۰۰	-۶،۲۷	۰،۰۰۰۰	ماناست
کاهش متوالی فروش	-۱۵،۵۴	۰،۰۰۰۰	-۸،۱۹	۰،۰۰۰۰	ماناست

در جدول (۴) به منظور تحلیل دادهای پژوهش و بررسی مدل‌ها، ابتدا باید الگوی مناسب مدل انتخاب شود به همین دلیل از آزمون اف لیمر برای تعیین تابلویی یا تلفیقی بودن مدل که اگر نتیجه احتمال، کمتر از ۵ درصد باشد تابلویی و در غیر اینصورت تلفیقی خواهد بود، اگر الگوی مدل تابلویی باشد آزمون هاسمن برای تعین ثابت یا تصادفی بودن الگو انجام می‌شود که اگر

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

احتمال، کمتر از ۵ درصد باشد مدل ثابت و در غیراینصورت تصادفی خواهد بود. طبق جدول (۴) آزمون‌های اولیه برای گزینش مدل مناسب انجام شد، بر اساس نتایج آزمون اف لیمر الگوی تلفیقی انتخاب شد.

جدول (۴) نتایج انتخاب الگوی مدل

آزمون‌ها		مدل اول		مدل دوم
		غیرخانوادگی	خانوادگی	اثر تعدیلگری تعدیلی
اف لیمر	آماره F	۰،۶۰۶	۰،۵۳۳۵	۰،۵۷۴۸۱۷
	احتمال	۰،۹۹۹	۰,۹۷۹۶	۱،۰۰۰
هاسمن	آماره chi۲	۴۴،۶۳	۱۱،۹۷۶	۳۸،۵۴۷
	احتمال	۰،۰۰۲	۰،۷۴۵۶	۰،۰۰۱۳
نتیجه انتخاب مدل		تلفیقی	تلفیقی	تلفیقی

با توجه به ساختار انتخاب شده برای بررسی فرضیات، جهت برآورد مناسب مدل‌ها باید مفروضات کلاسیک، عدم ناهمسانی واریانس‌ها، عدم وجود خودهم‌بستگی و عدم وجود هم‌خطی مورد بررسی قرار گیرد و درصورت وجود مشکل با راه حل مناسب رفع شود.

فرض عدم ناهمسانی واریانس‌ها و فرض عدم وجود خودهم‌بستگی

برای بررسی وجود ناهمسانی در مدل از آزمون ناهمسانی واریانس والد تعدیل شده استفاده شده، که احتمال کمتر از ۵ درصد، ناهمسانی واریانس‌ها را تایید می‌کند و برای بررسی وجود خودهم‌بستگی از آزمون وولدریج استفاده شده که احتمال کمتر از ۵ درصد باشد نشان از وجود خودهم‌بستگی است،

جدول (۵) فرض عدم ناهمسانی واریانس‌ها و فرض عدم خودهم‌بستگی

آزمون‌ها		مدل اول فرضیه اول		مدل دوم
		غیرخانوادگی	خانوادگی	اثر تعدیلگری تعدیلی
آزمون ناهمسانی واریانس والد تعدیل شده	آماره chi۲	۱۲۱۷،۶۸	۲۴۷،۹۹	۱۴۸۴،۰۱
	احتمال	۰،۰۰۰۰	۰،۰۰۰۰	۰،۰۰۰۰
آزمون خودهم‌بستگی وولدریج	آماره F	۰،۷۹۹	۰،۱۱۳	۰،۰۰۰۱
	احتمال	۰،۳۷۳۲	۰،۷۳۸۷	۰،۹۸۷۶
برای رفع ناهمسانی واریانس‌ها		EGLS	EGLS	EGLS

نتایج جدول (۵) وجود ناهمسانی واریانس‌ها را تایید و وجود خودهم‌بستگی را رد می‌کند. برای رفع ناهمسانی واریانس‌ها از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (EGLS) استفاده شده است.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

فرض عدم وجود هم‌خطی

جدول (۶) هم خطی بین متغیرها را براساس آزمون VIFنشان می‌دهد، براساس ادبیات موجود، مقدار هم خطی هریک از متغیرها کمتراز ۱۰ می‌باشد و میانگین هم خطی کمتر از ۵ می‌باشد، بنابراین متغیرها مشکلی از بابت هم‌بستگی چندگانه نداشته و اثر نامطلوبی برتخمین مدل ندارند.

جدول (۶) آزمون وی‌آی‌اف (VIF)

متغیرها	غیرخانوادگی	خانوادگی
ΔlnSales	۲,۷۵	۲،۷۰
Free Cash Flow (FCF)	۱,۰۵	۱،۱۵
CEO First Year	۱,۰۴	۱،۰۳
Fixed Pay Ratio	۱،۰۴	۱،۱۴
SG&A Ratio	۱،۵۷	۱،۴۷
AssetIntensity	۱،۱۹	۱،۱۸
Employeeintensity	۱،۴۵	۱،۷۸
CGQ	۱،۲۸	۱،۲۴
D	۲،۰۵	۲،۱۰
SD	۱،۱۱	۱،۱۶
میانگین	۱،۴۵	۱،۵۰

خلاصه تجزیه و تحلیل آزمون فرضیه‌ها

در این بخش ابتدا جداول مربوط به آزمون فرضیه ها ارائه شده و سپس تحلیل و بررسی جداول ارائه شده جدول (۷) فرضیه اول، مدل اول می‌باشد که نتایج دو آزمون در شرکت غیرخانوادگی، خانوادگی را نشان می‌دهد و جدول (۸) برای فرضیه دوم، تفاوت بین هر دو گروه را نشان می‌دهد و در جدول (۹) برای پاسخ به فرضیه سوم، مدل دوم می‌باشد که اثر تعدیل‌گری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی را نشان می‌دهد.

در خصوص فرضیه اول پژوهش که بیان یمی دارد"مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها (شامل با مالکیت خانوادگی و غیرخانوادگی) تاثیر مستقیم و معنی‌دار دارد"، جدول (۷) تخمین رگرسیونی مدل اول با متغیر وابسته لگاریتم تغییرات هزینه عمومی، اداری و فروش را نشان می‌دهد با توجه به سطح معناداری احتمال آماره والد که مقدار آن کمتر از ۵ درصد است، نیکویی برازش این مدل را در سطح اطمینان بالای ۹۹ درصد در هر دو گروه شرکت‌ها را تایید می‌کند.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

جدول (۷) نتایج برآورد مدل رگرسیونی اول

متغیر وابسته: Δln SGA								
مدل	غیرخانوادگی				خانوادگی			
متغیرها	ضریب	خطای استاندارد	آماره z	معناداری	ضریب	خطای استاندارد	آماره z	معناداری
C	۰،۰۱۷۲	۰،۰۰۴۲	۴،۰۶	۰،۰۰۰	۰،۰۵۰	۰،۰۱۴۴	۳،۵۲	۰،۰۰۰
ΔlnSales	۰،۹۴۶۲	۰،۰۱۴۸	۶۳،۷۹	۰،۰۰۰	۰،۷۸۰	۰،۰۲۴۸	۳۱،۴۲	۰،۰۰۰
D*ΔlnSales	-۰،۴۲۹۸	۰،۰۹۰۸	-۴،۷۳	۰،۰۰۰	-۰،۵۶۳	۰،۱۷۲۶	-۳،۲۶	۰،۰۰۱
D*ΔlnSales*FCF	-۰،۱۲۲۵	۰،۰۳۴۷	-۳،۵۳	۰،۰۰۰	-۰،۳۱۵	۰،۱۶۰۴	-۱،۹۷	۰،۰۴۹
D*ΔlnSales*FixedPay	-۰،۳۳۸۲	۰،۱۴۹	-۲،۲۶	۰،۰۲۴	-۰،۷۱۳	۱،۰۵۱	-۰،۶۸	۰،۴۹۸
D*ΔlnSales*CEOFirstYear	-۰،۱۱۳	۰،۰۵۸۳	-۱،۹۴	۰،۰۵۳	-۰،۳۳۹	۰،۱۶۵۴	-۲،۰۵	۰،۰۴۰
D*ΔlnSales* SG&A Ratio	۰،۳۸۶۰	۰،۰۷۶۱	۵،۰۷	۰،۰۰۰	۰،۵۱۶	۰،۱۱۳۴	۴،۵۵	۰،۰۰۰
D*ΔlnSales*AssetIntensity	۰،۲۹۷۵	۰،۰۰۹۳	۳،۱۹	۰،۰۰۱	۰،۴۹۱	۰،۰۲۲۰	۲،۲۳	۰،۰۲۶
D*ΔlnSales*Employeeinensity	۰،۳۵۶۳	۰،۱۰۸۴	۳،۲۹	۰،۰۰۱	۰،۲۵۱	۰،۳۳۶۸	۰،۷۵	۰،۴۵۶
ΔlnSales*FCF	۰،۲۱۲۲	۰،۰۴۱۰	۵،۱۷	۰،۰۰۰	-۰،۰۱۵	۰،۰۰۷۰	-۲،۱۴	۰،۰۳۲
ΔlnSales*FixedPay	-۰،۰۵۰۹	۰،۰۰۴۰	-۱،۲۶	۰،۲۰۸	۰،۲۶۲	۰،۳۶۷۹	۰،۷۱	۰،۴۷۵
ΔlnSales*CEOFirstYear	۰،۰۲۵۶	۰،۰۱۰۶	۲،۴۱	۰،۰۱۶	-۰،۰۲۰	۰،۰۱۱۷	-۱،۷۹	۰،۰۷۴
ΔlnSales* SG&A Ratio	۱،۱۴۸	۰،۰۱۳۱	۸۷،۲۵	۰،۰۰۰	۰،۶۱۵۲	۰،۰۱۴۷	۴۱،۷۸	۰،۰۰۰
ΔlnSales*AssetinIntensity	-۰،۳۴۲	۰،۰۰۸۰	-۴،۲۷	۰،۰۰۰	۰،۲۹۳	۰،۰۱۱۱	۲،۶۳	۰،۰۰۹
ΔlnSales*EmployeeIntensity	۰،۰۳۱۸	۰،۰۱۸۰	۱،۷۶	۰،۰۷۹	۰،۰۷۳	۰،۴۲۳۵	۱،۷۴	۰،۰۸۱
D	-۰،۰۳۱۶	۰،۰۰۷۶	-۴،۱۳	۰،۰۰۰	-۰،۰۴۲	۰،۰۳۱۱	-۱،۳۶	۰،۱۷۵
SD	۰،۰۰۳۶۴	۰،۰۰۴۵	۰،۸۰	۰،۴۲۲	-۰،۰۳۸	۰،۰۱۴۰	-۲،۷۲	۰،۰۰۷
آماره والد(chi۲)	۱۷۳۴۳،۷۲				۲۹۸۳،۷۳			
احتمال آماره والد(معناداری)	۰،۰۰۰۰				۰،۰۰۰۰			

برای بررسی میزان چسبندگی هزینه‌ها با توجه به اثر مسأله نمایندگی ضریب ΔlnSales، در شرکت غیرخانوادگی برابر ۰،۹۴۶۲، که در سطح یک درصد معنادار می‌باشد که نشان می‌دهد که به ازای افزایش ۱ برابری در درآمد فروش، هزینه‌ها ۰،۹۴۶ برابر افزایش پیدا می‌کنند و باتوجه به ضریب D*ΔlnSales که برابر ۰،۴۲۹۸- و درسطح یک درصد کاملا معنادار است، نشان می‌دهد به ازای کاهش یک برابری در فروش، هزینه‌ها ۰،۴۲۹ برابر کاهش می‌یابند. مجموع این ضرایب با هم میزان چسبندگی هزینه‌ها را نشان می‌دهند که برابر ۰،۵۱۷ است که نشان دهنده میزان چسبندگی هزینه‌ها است، به همین ترتیب در شرکت خانوادگی نیز با توجه به ضرایب جدول (۷) هنگام افزایش برابر ۰،۷۸ و در زمان کاهش برابر ۰،۵۶۳- است که میزان چسبندگی

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

هزینه در شرکت خانوادگی برابر ۰،۲۱۷ است و در سطح یک درصد معنادار است با توجه به میزان چسبندگی هزینه که بیان شد شاهد این هستیم که در شرکت غیرخانوادگی با توجه به تاثیر مسأله نمایندگی، چسبندگی هزینه‌ها ۲،۵ برابر بیشتر از میزان چسبندگی هزینه در شرکت خانوادگی است. بیشتر رفتار نامتقارن هزینه در کاهش فروش مشاهده می‌شود و همچنین مسأله نمایندگی سبب افزایش چسبندگی هزینه‌ها می‌شود.

مسأله نمایندگی به عنوان متغیر مستقل رابطه با سه شاخص جریان نقدی آزاد، اولین دوره تصدی مدیرعامل و پاداش پرداختی به مدیران سنجیده می‌شود، با توجه به ضرایب متغیرهای مرتبط با مسأله نمایندگی در کاهش فروش که در جدول (۷) نمایش داده شده است، ضریب منفی به معنای تأثیر مسأله نمایندگی بر افزایش چسبندگی هزینه‌ها است. در شرکت‌های غیرخانوادگی، ضرایب مربوط به شاخص‌های مسأله نمایندگی شامل جریان نقدی آزاد برابر با - ۰،۱۱۲ ، پاداش پرداختی به مدیران برابر با ۰،۳۳۸- و اولین دوره تصدی مدیرعامل برابر با - ۰،۱۱۳ می‌باشند که همگی معنادار هستند. در شرکت‌های خانوادگی، نتایج مشابهی به دست آمده است، به طوری که ضرایب منفی شاخص‌های مسأله نمایندگی نشان‌دهنده افزایش چسبندگی هزینه‌ها به دلیل این متغیرها هستند. اگرچه ضریب مربوط به پاداش پرداختی به مدیران در شرکت‌های خانوادگی از نظر آماری معنادار نبوده، اما همچنان تأثیر مستقیم آن بر چسبندگی هزینه‌ها مشاهده شده است و ضرایب منفی و معناداری دو شاخص دیگر جریان نقدی آزاد و اولین دوره تصدی مدیرعامل، در شرکت‌های خانوادگی دلیلی محکم بر تایید تأثیر مسأله نمایندگی بر افزایش چسبندگی هزینه‌ها است. بعلاوه بر اساس نتیجه میزان چسبندگی هزینه که در هر دو گروه شرکت‌ها معنادار است و با توجه به ضرایب منفی مسأله نمایندگی و معناداری افزایش میزان چسبندگی هزینه در اثر مسأله نمایندگی در هر دو گروه شرکت‌ها نتایج حاکی از آن است که مسأله نمایندگی موجب افزایش میزان چسبندگی هزینه‌ها شده است، پس بنابراین فرضیه اول مبنی بر مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها (شامل با مالکیت خانوادگی و غیرخانوادگی) تاثیر مستقیم و معنی‌دار دارد، تایید می شود.

جدول (۸) آزمون تفاوت اثر مسأله نمایندگی در گروه خانوادگی نسبت به غیرخانوادگی

متغیر وابسته: ΔLn SGA				
متغیرها	ضریب	خطای استاندارد	آماره z	معناداری
D*ΔlnSales*FCF	-۰،۱۲۲۹	۰،۰۳۳۶	-۳،۸۷	۰،۰۰۰
D*ΔlnSales*FixedPay	-۰،۴۰۶۷	۰،۱۴۴۸	-۲،۸۱	۰،۰۰۵
D*ΔlnSales*CEOFirstYear	-۰،۱۰۵۲	۰،۰۵۴۹	-۱،۹۲	۰،۰۵۵

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

در خصوص فرضیه دوم پژوهش که بیان می دارد"اثر مستقیم مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های غیرخانوادگی بیشتر از خانوادگی است"، جدول ۸ نتایج از آزمون (Difference in coefficients test) برای بررسی تفاوت ضرایب سه متغیر مسأله نمایندگی در گروه خانوادگی نسبت به غیرخانوادگی و اثر مسأله نمایندگی در گروه خانوادگی نسبت به غیرخانوادگی را نشان می‌دهد. ضریب منفی نشان دهنده کاهش اثر مسأله نمایندگی در خانوادگی نسبت به غیرخانوادگی است. هرسه متغیر مسأله نمایندگی با توجه به معناداری و میزان ضریب منفی متغیرها، نشان می‌دهند که اثر مستقیم مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های غیرخانوادگی بیشتر از خانوادگی است . لذافرضیه دوم قبول می‌شود.

جدول (۹) نتایج برآورد مدل رگرسیونی دوم

متغیر وابسته: Δln SGA					
نماد	متغیرها	ضریب	خطای استاندارد	آماره z	معناداری
β_0	C	۰،۰۵۰۲۳	۰،۰۱۱۸	۴،۲۶	۰،۰۰۰
β_1	ΔlnSales	۰،۷۹۷۹	۰،۰۲۷۸	۲۸،۶۸	۰،۰۰۰
β_2	D*ΔlnSales	-۰،۶۸۴۰	۰،۱۱۳۹	-۶،۰۰	۰،۰۰۰
β_3	D*ΔlnSales*FCF*FAM*CGQ	-۰،۴۲۵۷	۰،۱۰۲۰	-۴،۱۷	۰،۰۰۰
β_4	D*ΔlnSales*FixedPay*FAM*CGQ	-۰،۲۸۲۱	۰،۱۲۵۵	-۲،۲۵	۰،۰۲۵
β_5	D*ΔlnSales*CEOFirstYear*FAM*CGQ	۰،۴۱۶۳۳	۰،۱۶۳۰	۲،۵۵	۰،۰۱۱
β_6	D*ΔlnSales* SG&A Ratio	۰،۰۷۷۶	۰،۰۱۹۱	۴،۰۵	۰،۰۰۰
β_7	D*ΔlnSales*AssetIntensity	۰،۰۵۳۴	۰،۰۱۵۷	۳،۳۹	۰،۰۰۱
β_8	D*ΔlnSales*Employeeinensity	۰،۳۹۰۰	۰،۱۴۷۵	۲،۶۴	۰،۰۰۸
β_9	D*ΔlnSales*FCF*FAM	۰،۱۲۰۶	۰،۰۵۳۳	۲،۲۶	۰،۰۲۴
β_{10}	D*ΔlnSales*FixedPay*FAM	۰،۰۶۱۷	۰،۱۷۶۵	۰،۳۵	۰،۷۲۷
β_{11}	D*ΔlnSales*CEOFirstYear*FAM	-۰،۱۰۹۷	۰،۰۹۶۳	-۱،۱۴	۰،۲۵۵
β_{12}	ΔlnSales* SG&A Ratio	۰،۳۵۱۶	۰،۰۱۳۱	۲۶،۷۰	۰،۰۰۰
β_{13}	ΔlnSales*AssetinIntensity	-۰،۰۳۶۵	۰،۰۱۱۷	-۳،۱۱	۰،۰۰۲
β_{14}	ΔlnSales*EmployeeIntensity	-۰،۰۶۶۳	۰،۰۵۶۰	-۱،۱۸	۰،۲۳۶
β_{15}	D	۰،۰۳۹۶	۰،۰۲۲۲	۱،۷۹	۰،۰۷۴
β_{16}	SD	-۰،۰۱۴۵	۰،۰۱۴۷	-۰،۹۹	۰،۳۲۱
آماره والد(chi۲)		۱۵۲۴،۰۴			
احتمال آماره والد(معناداری)		۰،۰۰۰۰			

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

فرضیه سوم: بالا بودن کیفیت حاکمیت شرکتی، اثر مستقیم مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها را در شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی به صورت معنی‌دار معکوس می‌کند.

جدول (۹) تخمین رگرسیونی مدل دوم با متغیر وابسته لگاریتم تغییرات هزینه عمومی، اداری و فروش را نشان می‌دهد. با توجه به سطح معناداری احتمال آماره والد که مقدار آن کمتر از ۵ درصد است و نیکویی برازش این مدل را در سطح اطمینان بالای ۹۹ درصد تایید می‌کند. با توجه به ضرایب β_3 و β_4 و β_5 در جدول (۹) اثر تعدیل‌گری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی در سه متغیر مسأله نمایندگی می‌باشند. ضریب β_3 اثر تعدیل‌گری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی بر متغیر جریان نقدی آزاد می‌باشد که برابر ۰،۴۲۵۷- است و در سطح ۵ درصد معنادار می‌باشد. ضریب β_9 اثر متغیر جریان نقدی آزاد بدون در نظر گرفتن اثر تعدیلگری تعدیلی می‌باشد که برابر ۰،۱۲۰۶ است و درسطح ۵ درصد معنادار می‌باشد. مقایسه دو ضریب β_3 و β_9 نشان می‌دهد که اثر تعدیلگری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی توانسته جهت علامت ضریب را از مثبت به منفی تغییر دهد، یعنی اثر مستقیم را معکوس کند. با توجه به ضرایب دو متغیر دیگر مسأله نمایندگی، β_4 و β_5 که به ترتیب اثر تعدیلگری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی بر نسبت پاداش مدیران و سال اول تصدی مدیرعامل می‌باشند که ضرایب دو متغیر به ترتیب برابر ۰،۲۸۲۱- و ۰،۴۱۶۳۳ است. با توجه به ضرایب β_{10} و β_{11} ضرایب همین دو متغیر بدون در نظر گرفتن اثر تعدیل‌گری تعدیلی است. مقایسه β_4 با β_{10} و همچنین β_5 با β_{11} در هر دو متغیر شاهد تغییر جهت هستیم. با توجه به ضرایب β_3 و β_4 و β_5 هر سه متغیر مسأله نمایندگی در اثر تعدیلگری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی علامتشان تغییر کرده و هر سه متغیر در سطح ۵ درصد معنادار هستند پس بنابراین بالا بودن کیفیت حاکمیت شرکتی، اثر مستقیم مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها را در شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی به صورت معنی‌دار معکوس می‌کند، تایید می‌شود و فرضیه سوم قبول می‌شود.

برای بررسی میزان تغییر چسبندگی هزینه‌ها با توجه به اثر تعدیل‌گری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی، ضریب β_1 برابر ۰،۷۹۷ است و در سطح یک درصد معنادار می‌باشد نشان می‌دهد که به ازای افزایش ۱ برابری در درآمد فروش، هزینه‌ها ۰،۷۹۷ برابر افزایش پیدا می‌کنند و باتوجه به ضریب β_2 که برابر ۰،۶۸۴۹- است و درسطح یک درصد کاملا معنادار است، نشان می‌دهد به ازای کاهش یک برابری در فروش، هزینه‌ها ۰،۶۸۴۹ برابر کاهش می‌یابند. مجموع این ضرایب برابر ۰،۱۱۲۱ است که چسبندگی هزینه‌ها را نشان می‌دهد. در مقایسه با نتایج مدل اول شاهد کاهش چسبندگی هزینه‌ها هستیم.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

۶- بحث و نتیجه‌گیری

ضرورت بررسی چسبندگی هزینه‌ها در مدیریت مالی و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک، از آنجا ناشی می‌شود که شناخت دقیق این رفتار می‌تواند به مدیران و ذینفعان در پیش‌بینی دقیق‌تر هزینه‌ها و درآمدها کمک کند. این آگاهی به مدیران امکان می‌دهد تا در شرایط رقابتی بهتر برنامه‌ریزی کرده و استراتژی‌های موثرتری برای افزایش سودآوری اتخاذ کنند. از سوی دیگر، تحلیلگران و سرمایه‌گذاران نیز با مطالعه چسبندگی هزینه‌ها می‌توانند در پیش‌بینی فروش و ارزیابی کارآمدی مدیریت هزینه‌ها به نتایج بهتری دست یابند. بنابراین، چسبندگی هزینه نه تنها برای مدیریت داخلی بلکه برای ارزیابی‌های خارجی نیز اهمیت دارد و می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های مالی و سرمایه‌گذاری نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند. درک تأثیر مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها ضروری است. زیرا این امر بینشی درباره چگونگی عدم تطابق انگیزه‌های مدیریتی و منجر شدن به ناکارآمدی‌ها و ریسک‌های مالی ارائه می‌دهد. با شناخت این رابطه، شرکت‌ها می‌توانند با بهبود حاکمیت، ساختارهای انگیزشی و روش‌های مدیریت هزینه، به سازمان‌های پاسخگوتر و مالیاتی سالم‌تر دست یابند. درک تأثیر مالکیت خانوادگی در مقابل مالکیت غیرخانوادگی بر رابطه بین مسأله نمایندگی و چسبندگی هزینه‌ها ضروری است، زیرا ساختار مالکیت به‌طور قابل‌توجهی بر رفتار مدیریتی، تصمیم‌گیری و شدت مسأله نمایندگی تأثیر می‌گذارد. با شناخت این پویایی‌ها، ذینفعان می‌توانند ساختارهای حاکمیتی، انگیزشی و استراتژی‌های مدیریت هزینه را به گونه‌ای طراحی کنند که با چالش‌های خاص شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی سازگار باشد و در نهایت به عملکرد سازمانی مؤثرتر و کارآمدتر منجر شود. تأثیر تعدیلگری تعدیلی کیفیت حاکمیت شرکتی بر رابطه بین مالکیت خانوادگی و غیرخانوادگی و پیوند بین مسأله نمایندگی و چسبندگی هزینه‌ها ضروری است، زیرا کیفیت حاکمیت شرکتی نقش مهمی در مدیریت مؤثر مسأله نمایندگی و در نتیجه، ساختار هزینه‌های شرکت ایفا می‌کند. حاکمیت با کیفیت بالا می‌تواند به کاهش مسأله نمایندگی، بهبود تصمیم‌گیری، افزایش پاسخگویی و اطمینان از همسویی روش‌های مدیریت هزینه با اهداف بلندمدت شرکت کمک کند. این درک به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا شیوه‌های حاکمیتی خود را با ساختار مالکیت خاص خود تطبیق دهند. به این ترتیب خطر چسبندگی هزینه‌ها را کاهش داده و پایداری مالی را تضمین کنند.

یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش نشان داد که مسأله نمایندگی، چسبندگی هزینه‌ها را افزایش می‌دهد. در شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی هرسه متغیر مسأله نمایندگی شامل جریان نقدی آزاد، سال اول تصدی مدیرعامل و نسبت پاداش مدیران اثر مستقیمی بر چسبندگی هزینه‌ها داشتند و سبب افزایش چسبندگی هزینه‌ها شدند. به طور کلی،

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

این یافته‌ها با پژوهش‌های چن و همکاران (۲۰۱۲)، مردانیان و همکاران (۱۴۰۳)، حیدری و همکاران (۱۳۹۴)، کریم‌زاده و همکاران (۱۴۰۰) و امین و همکاران (۲۰۲۲) که به بررسی اثر مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه پرداخته‌اند، مطابقت دارد. نتایج نشان می‌دهد که هر دو گروه شرکت‌ها با چالش‌های مسأله نمایندگی و مدیریت هزینه رو برو هستند. در شرکت‌های غیرخانوادگی و خانوادگی باید مدیریت بهینه‌ای بر روی جریان نقدآزاد و پاداش مدیران و سیاست تغییر مدیران انجام شود و همچنین براساس ساختار مالکیت و حاکمیت تصمیم‌گیری انجام شود.

نتیجه حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش نشان داد که اثر مستقیم مسأله نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های غیرخانوادگی بیشتر از خانوادگی است. در بررسی تفاوت ضرایب سه عامل مسأله نمایندگی بین گروه غیرخانوادگی و خانوادگی دو عامل جریان نقدی آزاد و نسبت پاداش مدیران در گروه غیرخانوادگی از گروه خانوادگی بیشتر است. بیشتر بودن مسأله نمایندگی در گروه غیرخانوادگی سبب افزایش درجه چسبندگی هزینه می‌شود. به طور کلی، این یافته‌ها با پژوهش‌های چن (۲۰۲۲)، امین و همکاران (۲۰۲۲) و یانگ و ژانگ (۲۰۱۷) مطابقت دارد و با پژوهش ارکان صاحیب و همکاران (۲۰۲۳) که تنها به بررسی چسبندگی هزینه و مالکیت خانوادگی بدون در نظر گرفتن مسأله نمایندگی پرداخته‌اند در تضاد است. پیشنهاد می‌شود شرکت‌های غیرخانوادگی برای کنترل و مدیریت هزینه‌ها بیشتر به مسأله نمایندگی توجه شود و به طور خاص باید در کنترل جریان نقدی آزاد و پاداش مدیران توجه کنند تا تعادل بین مالکیت و مدیریت حفظ شود و از بوجود آمدن تضاد منافع جلوگیری شود.

نتیجه حاصل از آزمون فرضیه سوم پژوهش نشان داد که کیفیت حاکمیت شرکتی به عنوان یک شاخص و سازوکار بالقوه در کنترل و کاهش اثر مالکیت خانوادگی یا غیرخانوادگی بودن بر مسأله نمایندگی و چسبندگی هزینه‌ها موثر بوده و هر دو گروه شرکت‌ها برای کاهش مسأله نمایندگی و چسبندگی هزینه‌ها نیاز به حاکمیت شرکتی باکیفیت دارند. براساس ضرایب حاصل در آزمون فرضیه سوم، حاکمیت شرکتی در کنترل جریان‌های نقدی آزاد و سال اول تصدی مدیرعامل تاثیر بسزایی داشته که این دو عامل باید مورد توجه مالکان و مدیران شرکت‌ها قرار بگیرند. یافته‌های این پژوهش با پژوهش ژانگ و همکاران (۲۰۲۳) که تنها به اثر حاکمیت شرکتی بر چسبندگی‌هزینه پرداخته‌اند همخوانی دارد و با پژوهش‌های ژانگ و همکاران (۲۰۲۳) و چن (۲۰۲۲) مطابقت دارد. پیشنهاد می‌شود شرکت‌های غیرخانوادگی و خانوادگی برای کنترل مسأله نمایندگی، مدیریت هزینه‌ها و به خصوص اثرات مالکیت به تقویت حاکمیت شرکتی، ایجاد سازوکار و بسترسازی برای استفاده از تمامی عوامل حاکمیت شرکتی توجه ویژه‌ای داشته باشند.

در پژوهش‌های آتی، محققان می‌توانند به بررسی عمیق‌تر عوامل مؤثر بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های ایرانی بپردازند. به ویژه، مدل‌های یادگیری ماشین با تمرکز بر تفاوت‌های میان

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی و بررسی نقش تصمیمات مدیریتی و اصول حاکمیت در مدیریت هزینه‌ها در شرایط اقتصادی مختلف می‌توانند به شناسایی راهکارهای بهینه کمک کنند.

مطالعات تطبیقی بین شرکت‌های ایرانی و شرکت‌های سایر کشورها می‌تواند درک بهتری از عوامل فرهنگی و ساختاری مؤثر بر مدیریت هزینه‌ها فراهم کند. پیشنهاد دیگری که برای محققان می‌توان داشت، بررسی گسترده در شرکت‌های بورسی و همچنین فرابورسی است زیرا بیشتر شرکت‌های خانوادگی در بخش فرابورسی هستند.

هر پژوهشی گریبان محدودیت‌های خاص حیطه خود می‌باشد که این پژوهش هم مستثنی از این قاعده نیست. مهم‌ترین محدودیت‌های این پژوهش فقدان اطلاعات کامل ترکیب سهامداران و عدم وجود اطلاعات کافی در مورد شرکت‌های خانوادگی است که منجر به کاهش تعداد شرکت‌های جامعه آماری می‌شوند. در خصوص تعریف و تشخیص شرکتهای خانوادگی، معیارها و شاخصهای مختلفی در ادبیات موجود ارائه شده است و در پژوهش حاضر دوتا از این شاخص‌ها استفاده شده است. استفاده از سایر شاخص‌ها می‌تواند به نتایج متفاوتی منتهی گردد. برای بررسی حاکمیت شرکتی شاخص ها و مولفه‌های مختلفی وجود دارد که هر کدام دارای نواقصی است. محدود نگری در حاکمیت شرکتی منجربه تفاوت در نتایج پژوهش‌ها می‌شود به همین دلیل به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود از مدل جامع کیفیت حاکیت شرکتی که در این مطالعه استفاده شده است استفاده کنند.

۷- تقدیر، تشکر و ملاحظه های اخلاقی

نویسندگان این مقاله از تمامی عزیزانی که جهت بهبود و بهترشدن کیفیت این پژوهش ما را یاری و حمایت نموده‌اند، کمال تشکر و قدردانی را دارند.

فهرست منابع

ابراهیمی، سعید؛ فرجی، امید؛ عرب‌زاده، میثم؛ ایزدپور، مصطفی؛ محمدرضایی، فخرالدین، (۱۴۰۲)، ساختار مالکیت، عدم اطمینان سیاسی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱۵، شماره ۵۹، صص ۱۰۹-۱۵۰.

ابراهیمی سروعلیا، محمدحسن؛ سلیمی، محمدجواد؛ بولو، قاسم؛ عین‌افشار، حامد، (۱۴۰۲)، ارائه مدلی جهت شناسایی عوامل اثرگذار بر چسبندگی هزینه‌ها با استفاده از فرآیند تحلیل شبکه ای (ANP) و دیمتل، دوره ۱۶، شماره ۶۱، صص ۲۰۳-۲۲۸.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

السدی، زینه؛ فروغی، داریوش؛ هاشمی، سید عباس. (۱۴۰۱)، تأثیرچسبندگی هزینه بر ارزش شرکت با در نظر گرفتن هزینه تعدیل منابع و مشکلات نمایندگی، پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۱۴، شماره ۲، صص ۳۹-۶۴.

امیری، سید خسرو؛ رضایی، فرزین؛ خلعتبری لیماکی، عبدالصمد. (۱۴۰۱). تاثیر حاکمیت شرکتی بر خوش بینی مدیران و قابلیت مقایسه صورت های مالی، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۱۱، شماره ۴۳، صص ۱۴۵-۱۶۱.

پارسایی، منا و سهرابی، سارا. (۱۴۰۱)، بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه‌ها با تاکید بر مشکل نمایندگی و تمرکز مشتری، پژوهش‌های تجربی حسابداری، دوره ۱۲، شماره ۴۴، صص ۶۵-۹۰.

پورساسان، سیمین و حصارزاده، رضا. (۱۳۹۵)، بررسی فرضیه های چسبندگی هزینه ها؛ شواهدی درباره‌ی انگیزه های سازمانی و انگیزه های شخصی مدیران. پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۸، شماره ۱، صص ۲۵-۴۸.

ثقفی، مهدی؛ مقدم، عبدالکریم؛ رمضانی، فاطمه. (۱۴۰۳)، تاثیر انگیزه های شخصی مدیران بر ناکارایی سرمایه گذاری: نقش میانجی چسبندگی هزینه‌ها، مطالعات حسابداری و حسابرسی. دوره ۱۳، شماره ۴۹.

حیدرپور، فرزانه و نظری‌طجر، محمود، (۱۳۹۷)، تاثیر هزینه نمایندگی در رابطه نظام حاکمیت شرکتی و هزینه سرمایه، مدیریت دارایی و تامین مالی، دوره ۶، شماره۲، صص ۸۵-۹۸.

حیدر ی، مهدی، (۱۳۹۳). بررسی تأثیر عامل رفتاری اعتماد به نفس بیش از حد مدیریت بر چسبدگی هزینه: نقش تعدیلی عوامل اقتصادی و عوامل مبتنی بر نظریه نمایندگی در آن، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۱، شماره ۲، صص۱۵۱-۱۷۲.

حساس یگانه، یحیی و سلیمی, محمد جواد. (۱۳۸۹)، مدلی برای رتبه بندی حاکمیت شرکتی در ایران، مطالعات تجربی حسابداری مالی، دوره ۸، شماره ۳۰، صص ۱-۳۵.

سجادی، سید حسین و بنابی قدیم، رحیم. (۱۴۰۲)، تاثیر چسبندگی هزینه بر چسبندگی سود تقسیمی با تاکید بر نگهداشت نقدینگی، حسابداری مدیریت، دوره ۱۶، شماره ۵۷، صص ۱۶۸-۱۸۷.

سجادی، سید حسین؛ حاجی زاده، سعید؛ نیک کار، جواد. (۱۳۹۳)، تأثیر چسبندگی هزینه بر تقارن زمانی سود با تأکید بر ارتباط میان چسبندگی هزینه و محافظه‌کاری شرطی. دانش حسابداری، دوره ۵، شماره ۱۶، صص ۸۱-۱۰۰.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مردانیان، مهدی؛ فتاحی، حسن؛ صادقی، صادق.(۱۴۰۳)، بررسی تاثیر مسئله نمایندگی بر رفتار چسبنده هزینه ها در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، دوره ۶، شماره ۷، صص ۱۱۵-۱۲۹.

محمدی, ناهید, بهار مقدم, مهدی, پورحیدری, امید. (۱۴۰۱). تاثیر مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی بر رابطه چسبندگی انتظارات مدیران و بازده آتی سهام، مطالعات تجربی حسابداری مالی، دوره ۱۹، شماره ۷۳، صص ۲۷-۵۶.

مردانیان، مهدی؛ فتاحی، حسن؛ صادقی، صادق، (۱۴۰۳)، بررسی نقش تعدیل‌کنندگی شاخص حاکمیت شرکتی بر تأثیر مسئله نمایندگی بر رفتار چسبنده هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره ۸، شماره ۲۸، صص ۷۳۲-۷۵۶.

فرجی، امید و مصطفی پور، محمدکاظم ، (۱۳۹۹). تصمیمات مدیران در موازنه بین چسبندگی هزینه‌ها و هموارساز ی سود، حسابداری مدیریت، دوره ۱۳، شماره۴۴ ،صص ۱۹۳-۲۰۴.

کردستانی، غلام رضا و مرتضوی، سید مرتضی. (۱۳۹۱)، شناسایی عوامل تعیین کننده چسبندگی هزینه های شرکت ها. پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۳، شماره۳، صص ۱۳-۳۲.

کریم‌زاده، اکبر؛ رضایی، نادر؛ حاجیها، زهره؛ عبدی، رسول، (۱۴۰۰)، بررسی تاثیر تعدیل کنندگی مسائل نمایندگی بر رابطه بین اعتبار تجاری و چسبندگی هزینه‌ها، تحلیل بازار سرمایه، دوره ۳، شماره ۱، صص ۱۲۴-۱۵۱.

کیان, علیرضا و فقیه, محسن. (۱۴۰۲)، تاثیر مشکل نمایندگی بر قدرت پیش‌بینی کنندگی سود در شرکت‌های خانوادگی: نقش میانجی مدیریت سود .کاوش های نوین در علوم محاسباتی و مدیریت رفتاری، دوره ۱، شماره ۱، صص ۱-۲۰.

علیخانی، رضیه؛ مرانجوری، مهدی ؛ سیدزاده، سیده فاطمه، (۱۳۹۶)، مدیریت سود افزایشی، حاکمیت شرکتی و چسبندگی هزینه، حسابداری و منافع اجتماعی، دوره ۷، شماره ۳، صص ۶۱-۸۰.

رستمی، علی؛ علی‌محمدی، میثم؛ نوروزی، محمد. (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر تأمین مالی خارج از ترازنامه و محدودیتهای مالی بر چسبندگی هزینه‌ها، فصلنامه راهبرد مدیریت مالی، دوره ۳، شماره۲.

ودیعی، محمد حسین و پوریوسف، اعظم، (۱۴۰۳)، نقش سبک مدیریتی در چسبندگی هزینه و ارزش سهامداران، دانش حسابداری، دوره ۱۵، شماره ۱.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

هاشمی‌پور نصری، زهرا؛ منصوری، فردین؛ غلامی جمکرانی، رضا؛ صفا، مژگان. (۱۴۰۲) تأثیر عوامل ناشی از ساختار سیاسی- اقتصادی کشور بر میزان چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی. دوره ۱۵، شماره ۵۷، صص ۲۳۹-۲۵۸.

همه‌خانی، صادق و رویایی، رمضانعلی، (۱۴۰۱)، تاثیر عوامل فرهنگی بر چسبندگی هزینه‌ها، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۱۴، شماره ۵۴، صص ۱۵۹-۱۷۷.

یزدان پناه، محمدحسین و خضری‌پور، محمدرضا. (۱۴۰۱)، بررسی رابطه بین چسبندگی هزینه، ریسک شرکت و سهام مدیریت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره ۶، شماره ۸۵، صص ۱۴۲۰-۱۴۳۳.

Almaharmeh, MI., A. Shehadeh., H. Alkayed., M. Aladwan., and M. Iskandrani. ۲۰۲٤. Family Ownership, Corporate Governance Quality and Tax Avoidance: Evidence from an Emerging Market—The Case of Jordan. Journal of Risk and Financial Management.; ۱۷(۲):۸٦.

Ahmed, AM., D. Nugraha., and I. Hágen. ۲۰۲۳. The Relationship between Capital Structure and Firm Performance: The Moderating Role of Agency Cost. Risks.;۱۱(٦):۱۰۲. Available at: https://doi.org/۱۰,۳۳۹۰/risks۱۱۰٦۰۱۰۲

Alves, I., and S. Lourenço. ۲۰۲۳. An exploratory analysis of incentive packages and managerial performance. J Manag Control ۳۴, :۳۷۷-۴۰۹.

Amin, A., R. Ali., and R. Rehman. ۲۰۲۲. Cost Stickiness and The Likelihood of Dividend Payouts. The Lahore Journal of Economics, ۲۷(۱): ۱۱٦-۱۳۰.

Abudy, M., and E. Shust. ۲۰۲۲. Cost behavior and profitability of family firms. Working paper. Available at: ssrn.com/abstract=٤۱٦۰٦٤٤.

Anderson, M., R. Banker., and S. Janakiraman. ۲۰۰۳. Are Selling, General, and Administrative Costs Sticky?. Journal of Accounting Research ٤۱(۱): ٤۷–٦۳.

Anderson, M., R. Banker, R. Huang, and S. Janakiraman. ۲۰۰۷. Cost Behavior and Fundamental Analysis of SG&A Costs. Journal of Accounting, Auditing and Finance ۲۲(۱): ۱–۲۸.

Anderson, S., and W. Lanen. ۲۰۰۷. Understanding Cost Management: What Can We Learn from the Evidence on Sticky Costs?, Working Paper, Rice University, University of Michigan. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=۹۷٥۱۳٥.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Affes, W., and A. Jarboui. ۲۰۲۳. The impact of corporate governance on financial performance: a cross-sector study. Int J Discl Gov ۲۰: ۳۷٤-۳۹۴.

Balakrishnan, R., and T. Gruca. ۲۰۰۸. Cost stickiness and core competency:Anote. Contemporary Accounting Research, ۲۵(٤): ۹۹۳-۱۰۰۶.

Balakrishnan, R., E. Labro., and N. Soderstrom. ۲۰۱٤. Cost Structure and Sticky Costs. Journal of Management Accounting Research. ۲٦(۲): ۹۱-۱۱۶.

Banker, R., D. Byzalov., and J. Dujowich. ۲۰۱۱. Sticky cost behavior: theory and evidence. Working Paper, Fox School of Business, Temple University, Philadelphia.۷(۲) :۱-۷۵.

Banker, R., and D. Byzalov. ۲۰۱٤. Asymmetric cost behavior. Journal of Management Accounting Research, ۲۶(۲) :۴۳-۷۹.

Baumgarten, D., U. Bonenkamp., and C. Homburg. ۲۰۱۰. The Information Content of the SG&A Ratio. Journal of Management Accounting Research. ۲۲(۱) :۱-۲۲.

Bhakar, S., P. Sharma., and S. Kumar. ۲۰۲٤. Ownership Structure and Firm Performance: A Comprehensive Review and Empirical Analysis. Journal of the Knowledge Economy, ۱۵(۲) :۱-٤۲.

Bhaumik, S., and R. Dimova, ۲۰۱۵. Agency Problems and Familiness. In: How Family Firms Differ. Palgrave Macmillan, London. Available at: https://doi.org/۱۰,۱۰۵۷/۹۷۸۱۱۳۷٤۷۳۵۸۵_۲.

Cen, X., Y. Qiu., and T. Wang. ۲۰۲۳. Corporate social responsibility and employee retention. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=٤۱٤٤٦۸۹.

Chen, C., H. Lu., and T. Sougiannis. ۲۰۱۲. The Agency Problem, Corporate Governance, and the Asymmetrical Behavior of Selling, General, and Administrative Costs, Contemporary Accounting Research, ۲۹(۱): ۲۵۲-۲۸۲.

Chen, L. ۲۰۲۲. The determinants of cost stickiness in family firms: evidence from the United States. PhD thesis, University of Glasgow Available at: https://theses.gla.ac.uk/۸۳۰۳٤/۱/۲۰۲۲ChenLiYuPhD.pdf

Chen, W., G. Zhou, and X. Zhu. ۲۰۱۹. CEO tenure and corporate social responsibility performance, Journal of Business Research, ۹۵: ۲۹۲-۳۰۲.

Chung, C., S. Hur., and C. Liu. ۲۰۱۹. Institutional investors and cost stickiness: Theory and evidence. The North American Journal of Economics and Finance, ۴۷:۳۳۶-۳۵۰.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Costa, M., and A. Habib. ۲۰۲۳. Cost stickiness and firm value. Journal of Managment Control ۳٤: ۲۳٥–۲۷۳.

Dou, Y., S. Sahgal., and E. Zhang. ۲۰۱٥. Should Independent Directors Have Term Limits? The Role of Experience in Corporate Governance. Financial Management, ٤٤(۳): ٥۸۳–٦۲۱.

Jensen, M., and W. Meckling, ۱۹۷٦. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and capital structure, in: Journal of Financial Economics, Vol. ۳, No. ٤: ۳۰٥-۳٦۰.

Khandelwal, V., P. Tripathi., V. Chotia., M. Srivastava., P. Sharma., and S. Kalyani. ۲۰۲۳. Examining the Impact of Agency Issues on Corporate Performance: A Bibliometric Analysis. Journal of Risk and Financial Management. ۱٦(۱۲):٤۹۷.

Lai, E., A. Latiff., and T. Qun. ۲۰۲۳. The impact of free cash flow on firm's performance: Evidence from Malaysia, Eurasian Economic Perspectives. ۱٤(۱): ۳-۱٦.

Li, J., and Z. Lou. ۲۰۲۱. Product Market Competition and Cost Stickiness: Evidence from China, Managerial and Decision Economics, ۴۲(۷):۱۸۰۸– ۱۸۲۱.

Lawrence, B., and C. Marcus. ۲۰۰٦. Corporate Governance and Firm Operating Performance. SSRN Electronic Journal. ۳۲(۱۰): ۱۲۹-۱٤٤.

Lieb, L., and J. Schuffels. ۲۰۲۲. Inflation expectations and consumer spending: the role of household balance sheets. Empir Econ ۶۳, :۲۴۷۹-۲۵۱۲.

Lenihan, O., and N. Brennan. ۲۰۲۳. Do boards effectively link firm objectives to CEO bonus performance measures? Journal of Management and Governance. Available at: https://doi.org/۱۰,۱۰۰۷/s۱۰۹۹۷-۰۲۳-۰۹۶۹۰-۹

Naoum, V., D. Ntounis., G. Papanastasopoulos., and O. Vlismas. ۲۰۲۳ .Asymmetric cost behavior: Theory, meta-analysis, and implications. Journal of International Accounting, Auditing and Taxation, ۵۳ (۹):۱۰۰-۵۷۸.

Rashid Khan, H., W. Khidmat., O. Hares., , N. Muhammad, and K. Saleem. ۲۰۲۰. Corporate Governance Quality, Ownership Structure, Agency Costs and Firm Performance. Evidence from an Emerging Economy. Journal of Risk and Financial Management. ۱۳(۷):۱٥٤.

Reimer, K. ۲۰۱۹. Theoretical Foundations of Credit Risk Fundamentals and Methods of Determining Credit Risk. In: Asymmetric Cost Behavior. Quantitatives Controlling. Springer Gabler, Wiesbaden. Available at: https://doi.org/۱۰,۱۰۰۷/۹۷۸-۳-٦٥۸-۲۲۸۲۲-٤_۳.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

Restuti, M., L. Gani., , E. Shauki., and L. Leo. ۲۰۲۳. Strategy and cost stickiness under different managerial abilities: Evidence from Southeast Asia. Cogent Business & Management, ۹(۱).

Rezaee, Z., and M.Safarzadeh, ۲۰۲۳. Corporate governance and earnings quality: the behavioral theory of corporate governance (evidence from Iran). Corporate Governance (Bingley), ۲۳(۱):۱۸۹-۲۱۸.

Siciliano, G., and D. Weiss. ۲۰۲۳. Family Ownership Influence on Cost Elasticity Forthcoming on European Accounting Review،۲۰ (۲): ۱-۳۱.

Tileal, M., F. Nassirzadeh., M. Saei., and D. Askarany. ۲۰۲۳. The Impact of Ownership Type on Labour Cost Stickiness. Journal of Risk and Financial Management.; ۱٦(٥):۲٦۸.

Xu, F., X. Liu., Q. Liu., X. Zhu., and D. Zhou. ۲۰۲٤. Environmental investment growth (EIG) and corporate cost stickiness in China: substantive or symbolic management?. Sustainability Accounting, Management and Policy Journal, ۱٥(۱) :۱٤۸-۱۷۰.

Yan, J., T. Khan., N. Zhu., N. Awais khan., and H. Hasan. ۲۰۲۳ . Does CEO's initial tenure enhance CSR practices? Evaluating the consequences of CEO's initial tenure CSR engagement in China. Environ Dev Sustain. ۲٦(۹):۱-۲۴.

Zhang, B., L. Yang., and R. Zhou. ۲۰۲۳. Internal governance and cost stickiness. Journal of Management Accounting Research, ۳٥(۱):۱۷۳-۱۹۴.

Zhang, L., J. Li., and H. Wang. ۲۰۲۱, IPO Over-Funding and Cost Stickiness. Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics, ۲۸(٤): ٤۱۱-٤۲٦.

Weiss, D. ۲۰۱۰. Cost behavior and analysts' earnings forecasts. The Accounting Review, ۸٥(٤), ۲٤٤۲-۲٤۷۲.

[Downloaded from aapc.khu.ac.ir on 2025-04-13]

[DOI: 10.61186/aapc.9.17.283]

Archive of SID.ir