

Trade Credit and Cost Stickiness Focusing on the Agency Problem and Customer Concentration¹

Mona Parsaei², Sara Sohrabi³

Received: 2022/01/20

Accepted: 2022/06/02

Research Paper

Abstract

Understanding cost behavior in the case of sale changes and examining the factors effective on asymmetric cost behavior lead to the greater awareness of managers' motivations and decisions. The main purpose of this study is to investigate the relationship between trade credit and corporate cost stickiness as well as the moderating effect of agency problem and customer concentration on the relationship. The sample consists of 161 firms listed in Tehran Stock Exchange in a 7 years period from 2014 to 2020. Results show that trade credit as an external governance mechanism has a significant negative relation with cost stickiness. In addition, findings show that the agency problem strengthens the relationship between trade credit and corporate cost stickiness; however, customer concentration weakens that relationship. Our study contributes the cost management literature through identifying one of the potential factors that can reduce cost stickiness in companies.

Keyword: Trade Credit, Cost Stickiness, Agency Problem, Customer Concentration.

JEL Classification: M41, F18

1. DOI: 10.22051/JERA.2022.39783.2989

2. Assistant Professor, Department of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. (Corresponding Author). (m.parsaei@alzahra.ac.ir).

3. M.Sc. Student, Department of Management Accounting, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. (sarasohrabi2611@gmail.com).

بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه‌ها با تأکید بر مشکل نمایندگی و تمرکز مشتری^۱

منا پارسایی^۲، سارا سهرابی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۲

مقاله پژوهشی

چکیده

هدف: شناخت رفتار هزینه در برابر تغییرات فروش و بررسی عوامل موثر بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها موجب آگاهی بیشتر از انگیزه‌ها و تصمیمات مدیران می‌شود. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه شرکت‌ها و همچنین اثر تعدیلی مشکل نمایندگی و تمرکز مشتری بر رابطه مذکور می‌باشد. روش: جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از اطلاعات مالی ۱۶۱ شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۷ ساله بین سال‌های ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۹ و از الگوهای رگرسیونی چند متغیره با ساختار داده‌های ترکیبی، استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد بدهی تجاری دارای رابطه معکوس و معناداری با چسبندگی هزینه شرکت‌ها می‌باشد. همچنین، یافته‌ها نشان داد که مشکل نمایندگی ارتباط معکوس بین بدهی تجاری و چسبندگی هزینه شرکت‌ها را تقویت می‌کند، لیکن تمرکز مشتری ارتباط مذکور را تضعیف می‌کند. نتیجه‌گیری: بدهی تجاری به عنوان یک سازوکار کنترلی برون سازمانی عمل می‌کند و موجب کاهش چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌ها می‌شود. وجود بدهی تجاری می‌تواند به عنوان نشانه‌ای برای اطمینان-دهی به سهامداران و سایر ذینفعان در خصوص کارایی عملیاتی شرکت باشد.

دانش افزایی: نتایج این پژوهش از این حیث که یکی از عوامل بالقوه‌ای را شناسایی می‌کند که می‌تواند چسبندگی هزینه را در شرکت‌ها کاهش دهد، به گسترش ادبیات موجود در حوزه چسبندگی هزینه کمک می‌کند.

واژه‌های کلیدی: بدهی تجاری، چسبندگی هزینه، مشکل نمایندگی، تمرکز مشتری.

طبقه بندی موضوعی: M41,F18

DOI: 10.22051/JERA.2022.39783.2989

۱. استادیار گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). (m.parsaei@alzahra.ac.ir)

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء (س)، تهران، ایران. (sarasohrabi2611@gmail.com)
https://jera.alzahra.ac.ir

مقدمه

اهمیت هزینه‌ها از نقش آنها در میزان سوددهی شرکت‌ها، که هدف اصلی مؤسسات می‌باشند و همچنین تأثیر آنها در امر تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان درون و برون سازمانی ناشی می‌شود (کاستا و جیب، ۲۰۲۰؛ بروگن و زندر، ۲۰۱۴). الگوی سنتی رفتار هزینه، رابطه‌ای متقارن را میان تغییرات صورت گرفته در سطح فعالیت شرکت و هزینه‌ها در نظر می‌گیرد (یان، ۲۰۲۱، نورن، ۱۹۹۱). با این وجود، مطالعات صورت گرفته در سال‌های اخیر نشان‌دهنده رفتار نامتقارن هزینه نسبت به تغییرات سطح فروش می‌باشد، به این معنا که میزان افزایش در هزینه‌ها نسبت به افزایش در سطح فعالیت و فروش شرکت‌ها بیش از میزان کاهش هزینه‌ها در زمانی است که سطح فعالیت‌ها و فروش کاهش می‌یابد که به این رفتار چسبندگی هزینه می‌گویند (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۸).

پژوهش‌های اخیر در حوزه مدیریت هزینه دو مفهوم مهم را به تحلیل هزینه سنتی اضافه می‌کند. رفتار هزینه به تصمیمات مدیریتی بستگی دارد که منوط به انتظارات مدیریتی در مورد تقاضای آینده محصولات یا خدمات و انگیزه‌های مدیریتی است (لین و وو، ۲۰۲۱). علاوه بر این، در زمان کاهش فروش، توانایی مدیریت برای کاهش سطح دارایی‌های عملیاتی مازاد و منابع بی‌استفاده، به دلیل هزینه‌های تعدیل منابع همانند اخراج کارکنان، محدود می‌شود (بنکر و همکاران، ۲۰۱۸؛ گلدن و همکاران، ۲۰۲۰). انتظارات خوشبینانه مدیریتی در مورد تقاضای آتی، انگیزه‌های مدیریتی بر پایه منافع شخصی (همانند اقدامات مربوط به ایجاد امپراتوری) و در نهایت اجتناب از هزینه‌های تعدیل سه عامل کلیدی هستند که مدیران را به حفظ منابع استفاده نشده در زمان کاهش فروش ترغیب می‌کند. تمایل مدیران برای عدم کاهش برخی منابع در شرایط کاهش فروش، منجر به چسبندگی هزینه‌ها می‌گردد (هارتلیب و همکاران، ۲۰۲۰؛ ژو و هانگ، ۲۰۱۶؛ بنکر و همکاران، ۲۰۱۳).

از جمله عوامل تأثیرگذار بر چسبندگی هزینه در شرکت‌ها، بدهی تجاری است (کاستا و جیب، ۲۰۲۰). بدهی تجاری نقش اساسی در فعالیت‌های تجاری هر شرکتی دارد و نوعی ابزار تأمین مالی کوتاه مدت محسوب می‌شود (کامیابی و همکاران، ۱۳۹۵). حساب‌های پرداختی بخش اصلی بدهی تجاری به حساب می‌آید. البته تأمین‌کنندگان با ارائه این نوع اعتبارات خود را در معرض ریسک قرار می‌دهند، زیرا این احتمال وجود دارد که خریدار با بروز رفتارهای فرصت‌طلبانه، منابع را به صورت نامناسب استفاده کند و در هزینه‌هایی مانند بهای تمام شده کالای فروش شده

و هزینه‌های اداری سرمایه‌گذاری‌های کلان کند که این امر در نهایت باعث افزایش ریسک عدم توانایی پرداخت می‌گردد. در این شرایط نه تنها تأمین‌کننده متحمل زیان‌های عمده می‌شود، بلکه ریسک ورشکستگی خریدار نیز بیشتر می‌گردد (جکسون و همکاران، ۲۰۱۵). تنها راه جلوگیری از چنین ریسک‌هایی آن است که تأمین‌کننده پس از ارائه اعتبارات تجاری به مشتریان خود، از طریق کسب اطلاعات به صورت فعالانه منابع مورد استفاده آنان را تحت نظارت قرار دهد (کاستا و حبیب، ۲۰۲۰) و با کنترل رفتار مشتری، موجب کاهش رفتار فرصت طلبانه شود (کائو و لی، ۲۰۱۸). به این ترتیب با عنایت به اینکه تأمین‌کنندگان هم‌انگیزه و هم‌توانایی نظارت بر تصمیمات مشتریان در خصوص تعدیلات کاهش منابع (عدم نگهداری منابع) را دارند، انتظار می‌رود که بدهی‌های تجاری، چسبندگی هزینه را کاهش دهد (کاستا و حبیب، ۲۰۲۰).

همچنین پژوهش‌های زیادی حاکی از نقش مشکل نمایندگی در شکل‌گیری چسبندگی هزینه بوده است (کاما و ویس، ۲۰۱۱؛ آقایی و همکاران، ۱۳۹۵). طبق نظریه نمایندگی، چسبندگی هزینه ناشی از رفتار منفعت‌طلبی مدیران است که تمایل به ایجاد امپراتوری از طریق نگهداری منابع مازاد در جهت بزرگ جلوه نمودن شرکت بیشتر از اندازه واقعی دارند (جنسن و همکاران، ۱۹۸۶). لیکن در صورتی که حاکمیت شرکتی قوی وجود داشته باشد، این رابطه ضعیف می‌گردد و بدین ترتیب حاکمیت شرکتی توانایی جلوگیری از مشکلات نمایندگی را دارد (چن و همکاران، ۲۰۱۲). تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که بدهی تجاری همانند یک مکانیزم حاکمیت شرکتی عمل می‌کند (پترسن و همکاران، ۱۹۹۷). زمانی که فروش کاهش می‌یابد، بدهی تجاری در شرکت‌های دارای مشکلات نمایندگی یک نقش نظارتی قوی‌تری ایفا می‌کند و شرکت‌ها را وادار به کاهش منابع مازاد می‌نماید. بنابراین این انتظار وجود دارد که در شرکت‌های دارای مشکلات نمایندگی ارتباط معکوس بین بدهی تجاری و چسبندگی هزینه تقویت شود (کاستا و حبیب، ۲۰۲۰). علاوه بر این اندازه مشتری نیز می‌تواند بر توان نظارتی تأمین‌کنندگان تأثیر گذارد. مشتریان عمده قدرت چانه‌زنی بالاتری با تأمین‌کنندگان و نهایتاً امکان دریافت قیمت‌های کمتر و پرداخت‌های دیرتر دارند (کمپلو و همکاران، ۲۰۱۷). در مقابل، انتظار می‌رود که تأمین‌کنندگان زمانی که تمرکز مشتری پایین است (تنوع مشتری بالاست) به دلیل قدرت چانه‌زنی کمتر مشتریان و هزینه‌های بالای تغییر تأمین‌کننده، نقش نظارتی قوی‌تری داشته باشند.

با توجه به مطالب ارائه شده، پژوهش حاضر به بررسی ارتباط بین بدهی تجاری و چسبندگی هزینه‌ها با توجه به نقش تعدیلی مشکلات نمایندگی و تمرکز مشتری پرداخته است. پژوهش

حاضر از چندین جنبه به غنای دانش موجود می‌افزاید. اول اینکه، این مطالعه به بررسی نقش نظارتی بدهی تجاری از دیدگاه مدیریت هزینه می‌پردازد و بنابراین، مطالعه جدیدی در این حوزه می‌باشد. یافته‌های این مطالعه می‌تواند موجب گسترش ادبیات هم در حوزه مدیریت هزینه و هم بدهی تجاری شرکت‌ها شود. دوم اینکه، در صورتی که مطابق انتظار، نتایج پژوهش نشان دهد شرکت‌هایی که سطوح بالاتری بدهی تجاری دارند، چسبندگی هزینه کمتری دارند؛ این مطالعه می‌تواند نشان‌دهنده مناسب بودن چنین رفتاری باشد، زیرا رفتار مدیران فرصت‌طلب را در مواجهه با فرصت‌های مختلف محدود می‌کند. در ادامه به بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش پرداخته می‌شود و سپس روش پژوهش ارائه می‌گردد. در بخش بعدی تجزیه و تحلیل داده‌ها و در نهایت نتیجه‌گیری پژوهش بیان می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

در ادبیات حسابداری، چسبندگی هزینه‌ها به عنوان عدم تقارن در رفتار هزینه‌ها نسبت به تغییر در سطح فعالیت‌ها تعریف می‌شود. طبق این پدیده، زمانی که تقاضا برای محصولات شرکت افزایش می‌یابد، مدیران به سرعت منابع خود را گسترش می‌دهند؛ در صورتیکه زمانی که تقاضا کاهش می‌یابد، به دلایل زیادی اقدام به حفظ ظرفیت بلا استفاده می‌کنند (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳؛ رستگاری و همکاران، ۱۴۰۰). چسبندگی هزینه‌ها یک رویکرد مخاطره‌آمیز است. مدیری که با کاهش فروش یا سطح فعالیت مواجه شده است، باید درخصوص کاهش منابع بلااستفاده یا موجود تصمیم‌گیری نماید. از آن جایی که فروش و سطح فعالیت سازمان در آینده نامشخص است، مدیر به طور ضمنی یک رویکرد پرریسک را در پیش می‌گیرد (فتاحی و همکاران، ۱۳۹۹).

بر اساس نظریه انتخاب آگاهانه، مدیران با ارزیابی هزینه‌های نگهداری یا تعدیل منابع در دوره‌های کاهش فروش اقدام به کاهش یا نگهداری منابع می‌کنند. در صورتی که مدیران نسبت به تقاضای آتی نگاه خوش‌بینانه و مثبت داشته باشند، منابع مازاد را حفظ خواهند کرد (یاسوکاتا^۱ و کچی وارا، ۲۰۱۱). تئوری نمایندگی از دیدگاه منافع شخصی و ایجاد امپراتوری و هم‌چنین دستیابی به سود هدف به بیان چسبندگی هزینه می‌پردازد. جنسن^۲ (۱۹۸۶) استدلال می‌کند که به دلیل عدم تقارن اطلاعاتی و عدم امکان نظارت مناسب بر عملکرد مدیران، آن‌ها برای افزایش

1. Yasukata

2. Jensen

مطلوبیت شخصی مانند قدرت، پاداش و... انگیزه دارند تا با نگهداری منابع مازاد، اندازه شرکت بزرگ‌تر از اندازه مطلوب آن نشان داده شود. در مقابل مدیرانی با انگیزه دستیابی به سود هدف در صورت کاهش فروش با سرعت بیشتری منابع مازاد را کاهش خواهند داد که منجر به کاهش چسبندگی هزینه و از دست رفتن فرصت‌های رشد آتی و در نتیجه اختلال در روند گزارش سود و افزایش نوسان سود خواهد شد (چن و همکاران، ۲۰۱۲).

با توجه به اینکه چسبندگی هزینه می‌تواند نشانگر رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیر باشد، منافع ذینفعان واحد تجاری را در معرض خطر قرار می‌دهد. تأمین‌کنندگان به عنوان یکی از این ذینفعان نگران چنین رفتارهایی هستند و تلاش می‌کنند تا حد امکان، مانع رفتارهای فرصت‌طلبانه مشتری شوند. چرا که چنین رفتارهایی می‌تواند منجر به کاهش توان بازپرداخت بدهی‌های مشتری و در نتیجه زیان تأمین‌کننده گردد (کاستا و حبیب، ۲۰۲۰).

تأمین‌کنندگان می‌توانند منابع یک شرکت را با افزایش بدهی‌های تجاری مشتریان خود، تأمین کنند (پترسن و راجان، ۱۹۹۷) یا به عبارت دیگر، مشتریان می‌توانند پرداخت به تأمین‌کنندگان را برای تأمین مالی عملیات خود به تأخیر بیندازند (کائو و همکاران، ۲۰۱۸). بسیاری از شرکت‌ها در سراسر جهان از بدهی تجاری برای تأمین مالی عملیات خود استفاده می‌کنند. تئوری‌هایی از قبیل تئوری مزیت تأمین مالی، تئوری علامت‌دهی و تئوری عدم تقارن اطلاعاتی در ادبیات علت استفاده از بدهی تجاری را توضیح می‌دهند (کاستا و حبیب، ۲۰۲۰).

پس از اعتبار بانکی، بدهی‌های تجاری دومین منبع اصلی تأمین مالی خارجی است و نقشی اساسی در رشد عملیاتی شرکت‌ها ایفا می‌کند (نوردن و همکاران، ۲۰۲۰). حساب‌های پرداختی بخش اصلی بدهی تجاری به حساب می‌آید. تئوری مزیت تأمین مالی نشان می‌دهد که برای تأمین‌کنندگان بررسی اعتبار مشتریان و اجبار به بازپرداخت بدهی‌شان، راحت‌تر است. این موضوع به دلیل مشاهده مکرر بازپرداخت تعهدات مشتری توسط مشتری است که عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش می‌دهد (پترسن و راجان، ۱۹۹۷). علاوه بر این، بدهی تجاری می‌تواند هزینه‌های معامله را برای مشتری از طریق انباشت و پرداخت ماهیانه یا سه ماهه به جای پرداخت در هر زمانی که کالاها تحویل داده می‌شوند، کاهش دهد (کاستا و حبیب، ۲۰۲۰).

به نظر می‌رسد بدهی تجاری بتواند جایگزین برای بدهی بانکی باشد (بلاسیو، ۲۰۰۵). لذا تأمین‌کنندگان نقش نظارتی مهمی را در خصوص مشتریانی که به دنبال بدهی‌های تجاری هستند دارند. با افزایش بدهی تجاری، احتمال درگیر شدن مشتری در فعالیت‌های کاهش‌دهنده ارزش

شرکت همانند استفاده نادرست از منابع، هزینه‌های اداری و عمومی زیاد که نهایتاً منجر به ریسک نکول می‌شود، افزایش می‌یابد. از این رو تأمین‌کننده خودش را در معرض ریسک قرار می‌دهد (کائو و همکاران، ۲۰۱۸). جاکابسون و شدوین (۲۰۱۵) نشان می‌دهند که تأمین‌کنندگان از زیان‌های عمده و عدم پرداخت بموقع بدهی‌های تجاری مشتریان صدمه می‌بینند و ریسک ورشکستگی خود آنها افزایش می‌یابد. لذا تأمین‌کننده تمایل دارد عملیات مشتری و بالاخص مدیریت هزینه آن را تحت نظارت داشته باشد.

بر اساس پژوهش‌های پیشین، تأمین‌کنندگان به اطلاعات مربوط به عملکرد و ثبات عملیاتی مشتریان خود توجه ویژه دارند که این امر انگیزه خطر اخلاقی و رفتارهای مبتنی بر منافع شخصی مدیران (ایجاد امپراتوری و ...) آن شرکت‌ها را محدود می‌کند (کائو و همکاران، ۲۰۱۸؛ فیسمن و لاو، ۲۰۰۳؛ پترسون و همکاران، ۱۹۹۷). بدهی‌های تجاری مبتنی بر روابط بلندمدت و اعتماد می‌باشد (لاو و زایدی، ۲۰۱۰) و عملکرد تأمین‌کننده تحت تأثیر عملکرد و فعالیت مشتری می‌باشد. تأمین‌کنندگان نسبت به سایر اعتباردهندگان (بانک‌ها و مؤسسات اعتباری) دسترسی بهتری به اطلاعات وضعیت مالی مشتری دارند (پترسون و راجان، ۱۹۹۷). یکی از مزایای اصلی آنها نسبت به بانک‌ها، آن است که تأمین‌کنندگان ارتباط نزدیک‌تری با مشتری دارند (دای و یانگ، ۲۰۱۵) و با استفاده از ابزارهایی چون اجبار مشتری به تسویه هر چه سریع‌تر بدهی و یا قطع رابطه تجاری می‌توانند به کنترل رفتار مشتری بپردازند و استفاده ناکارآمد منابع را توسط مشتری تعدیل کنند. انتظار می‌رود چنین کنترلی بتواند در کاهش چسبندگی هزینه مؤثر واقع شود (کائو و لی، ۲۰۱۸).

در این میان، پیامد مشکل نمایندگی این است که مدیران درگیر منافع شخصی می‌شوند. نشان دادن رشد و اندازه شرکت فراتر از اندازه مطلوب آن با حفظ منابع استفاده نشده برای موقعیت، قدرت، پاداش و اعتبار (چن و همکاران، ۲۰۱۲؛ هوپ و توماس، ۲۰۰۸) و یا سرمایه‌گذاری بیش از حد در نیروی کار می‌تواند ناشی از تمایل مدیران برای شرکت در فعالیت‌های امپراتوری‌سازی یا حفظ پروژه‌هایی باشد که عملکرد ضعیفی دارند (ویلیامسون، ۱۹۶۳). بر اساس ادبیات مربوط به تئوری نمایندگی، مدیران سعی می‌کنند از تصمیم‌گیری‌های زمان‌بر و دشوار مرتبط با کنارگذاری منابع استفاده نشده اجتناب کنند (چن و همکاران، ۲۰۱۲؛ داتا و همکاران، ۲۰۱۰؛ برتراند و مولیناتان، ۲۰۰۳). به این ترتیب، انتظار می‌رود با افزایش مشکلات نمایندگی، چسبندگی هزینه‌ها نیز بیشتر شود و منافع تأمین‌کنندگان بیشتر به خطر افتد. در نتیجه، در چنین شرایطی نظارت و کنترل تأمین‌کننده افزایش می‌یابد تا بتواند از منافع خود محافظت کند (کاستا و حبیب،

۲۰۲۰). تئوری مزیت تأمین مالی ادعا می‌کند که تأمین‌کنندگان می‌توانند به سادگی وضعیت اعتباری مشتریان را با دسترسی بیشتری که به اطلاعات مرتبط با ثبات و عملکرد آنها دارند، نظارت کنند. بنابراین، انتظار می‌رود رابطه معکوس بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌هایی که مشکل نمایندگی بالاتری دارند، شدت بیشتری داشته باشد.

فرض اساسی تاکنون در این مطالعه این بوده است که همه تأمین‌کنندگان توانایی و انگیزه یکسانی برای نظارت بر رفتار مشتری دارند. با این حال، این امکان وجود دارد که تغییر در قدرت چانه‌زنی خریداران در مقابل تأمین‌کنندگان بتواند ارتباط بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه را تعدیل کند. این موضوع را می‌توان با در نظر گرفتن تمرکز مشتری به عنوان شاخصی برای انگیزه نظارتی تأمین‌کنندگان مورد توجه قرار داد (کاستا و حبیب، ۲۰۲۰). تحقیقات گذشته نشان داده‌اند که تمرکز مشتری به سیاست مالی تأمین‌کننده، عملکرد و ریسک تأمین‌کننده مربوط می‌شود (بنرجی و همکاران، ۲۰۰۸؛ وانگ، ۲۰۱۲؛ یاگ و همکاران، ۲۰۱۶). آستینگو و تریوری (۲۰۱۴) نشان می‌دهند که زمانی که تمرکز مشتری بالا باشد، تأمین‌کنندگان انگیزه زیادی برای نظارت بر سلامت مالی مشتریان خود دارند. لیکن مشتریان عمده عموماً به چانه‌زنی در مقابل تأمین‌کنندگان از طریق تقاضای قیمت‌های کمتر و پرداخت‌های با تأخیر اقدام می‌کنند (کامپلو و گائو، ۲۰۱۷). این کار باعث کاهش سودآوری و افزایش نوسانات جریان‌های نقدی برای تأمین‌کنندگان می‌شود. همچنین اگر یک تأمین‌کننده سهم بازار پایینی داشته باشد یعنی تأمین‌کنندگان زیادی در بازار وجود داشته باشد، مشتری به آسانی تأمین‌کننده را تغییر می‌دهد و در صورتی که با تأمین‌کننده ادامه همکاری دهد، قدرت چانه‌زنی بالایی خواهد داشت (هو و همکاران، ۲۰۱۲). علاوه بر این اگر مشتری بخش کمی از مواد اولیه خود را از آن تأمین‌کننده خریداری نموده و در نتیجه به تأمین‌کننده کمتر متکی باشد، بدون تحمل هزینه‌های تغییر اضافی می‌تواند تأمین‌کننده را تغییر دهد. بنابراین انتظار می‌رود که نقش نظارتی تأمین‌کننده زمانی که تمرکز مشتری پایین است، یعنی قدرت چانه‌زنی بیشتری برای تأمین‌کننده وجود دارد، قوی‌تر بوده و منجر به چسبندگی هزینه کمتر می‌شود.

پیشینه پژوهش

در مطالعات پیشین، جین و لو (۲۰۲۱) با بررسی رابطه بین عدم اطمینان سیاست‌های اقتصادی و چسبندگی هزینه شرکت‌ها در بورس اوراق بهادار ایالات متحده اعلام کردند که عدم اطمینان

سیاست‌های اقتصادی منجر به کاهش چسبندگی هزینه شرکت‌ها می‌شود. آنها دریافتند که عدم اطمینان سیاست‌های اقتصادی مستقیماً بر شرکت‌هایی تأثیر می‌گذارد که به هزینه‌های دولت وابسته هستند و از سوی دیگر این متغیر به‌طور غیرمستقیم از طریق اثرات خود بر اقتصاد کل و هزینه‌های تأمین مالی بر همه شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد. لی و لو (۲۰۲۱) نشان دادند که بین گرایش‌های سهامداران و چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد. به طور مشخص، آنها نشان دادند که تصویب قوانین حوزه انتخابیه، منجر به افزایش قابل توجهی در میزان چسبندگی هزینه‌های عملیاتی می‌شود. یافته‌های مطالعه کاستا و حبیب (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که در شرکت‌هایی که سطح بدهی تجاری بالاتری وجود دارد، چسبندگی هزینه کمتر است و این ارتباط برای شرکت‌های دارای مشکلات نمایندگی، قوی‌تر است. اما، تمرکز مشتری ارتباط بین بدهی تجاری و چسبندگی هزینه را تضعیف می‌کند. علاوه بر این حبیب و کاستا (۲۰۲۰) در پژوهش دیگری به این نتیجه رسیدند که بدهی‌های کوتاه‌مدت رفتار فرصت طلبانه مدیران را برای چسبندگی هزینه کاهش می‌دهد. لی و همکاران (۲۰۲۰) دریافتند که رقابت بانکی موجب افزایش چسبندگی هزینه شرکت‌های غیرمالی از طریق تشدید فشارهای رقابتی و افزایش دسترسی به اعتبار می‌شود. چانگ و همکاران (۲۰۱۸) اعلام کردند که سرمایه‌گذاران نهادی با دیدگاه بلندمدت می‌توانند موجب کاهش چسبندگی هزینه شرکت‌ها شود و این کاهش چسبندگی هزینه منجر به افزایش عملکرد مالی و عملکرد حسابداری آتی بالاتر شرکت می‌شود. ضمن اینکه بررسی‌های بیشتر نشان داد که شاخص‌های حاکمیت شرکتی نیز می‌توانند بر این ارتباط اثرگذار باشند.

علاوه بر این، در حوزه پژوهش حاضر و در مطالعات داخلی محمدی و بخشی نژاد (۱۳۹۹) دریافتند چسبندگی هزینه‌ها بر اجتناب از مالیات در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران تأثیر مثبت دارد. همچنین راهبرد تجاری بر ارتباط بین چسبندگی هزینه‌ها و اجتناب از مالیات تأثیر معناداری نداشته است. یافته‌های پژوهش محمودی و خرمین (۱۳۹۹) نشان داد که بین متغیرهای بدهی‌های تجاری و کاهش همزمانی قیمت سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. به این ترتیب آن‌ها نتیجه گرفتند که با توجه به نقش بدهی‌های تجاری در تعهدات و منابع مالی، کسب مزایای رقابتی و حفظ بازار، لازم است که به بدهی‌های تجاری شرکت توجه ویژه شود. نتایج مطالعه صفرزاده و اناری (۱۳۹۸) بیانگر آن است که افزایش میزان رقابت در بازار محصول، سبب کاهش یا افزایش رفتار

چسبندگی هزینه‌ها نمی‌شود. نمازی و همکاران (۱۳۹۸) به این نتیجه رسیدند که معیارهای مختلف هزینه‌های نمایندگی (نسبت گردش دارایی‌ها و تعامل بین فرصت‌های رشد و جریان‌های نقدی آزاد) دارای اثر معناداری بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و چسبندگی هزینه شرکت‌ها می‌باشند. علاوه بر این آنها دریافتند که در شرکت‌های دارای مسئولیت اجتماعی بالا، چسبندگی هزینه‌های عملیاتی بیشتری مشاهده می‌شود. نقش‌بندی و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند که بین چسبندگی هزینه و ریسک شرکت‌ها رابطه معناداری وجود داشته است. همچنین، ساختار مالکیت بر ارتباط بین چسبندگی هزینه‌ها و ریسک شرکت‌ها تأثیر معناداری نداشته است.

فرضیه‌های پژوهش

تحقیقات قبلی نشان می‌دهند که انگیزه‌های شخصی مدیران (همانند ساختن امپراتوری) و انتظارات خوشبینانه آنها در خصوص تقاضای آتی محصولات و خدمات در زمان کاهش فروش، احتمالاً موجب می‌گردد تا تمایلشان برای کاهش منابع بی‌استفاده کاهش یابد و در نتیجه چسبندگی هزینه ایجاد گردد (بنکر و همکاران، ۲۰۱۸). کاستا و حییب (۲۰۲۰) نشان می‌دهند که بدهی‌های تجاری نقش نظارتی مهمی ایفا می‌کند و به تأمین‌کننده امکان دسترسی بهتری به اطلاعات عملکرد و ثبات عملیاتی مشتریان را می‌دهد. مطابق با یافته‌های فیسمن و لائو (۲۰۰۳) و کائو و همکاران (۲۰۱۸) وقتی فروش کاهش می‌یابد؛ تأمین‌کنندگان، با اعمال نظارت بیشتر، مدیران را وادار به کاهش منابع بی‌استفاده و مازاد می‌نمایند تا کارایی عملیاتی افزایش و ریسک ورشکستگی مشتری کاهش داده شود. در این شرایط، انتظار می‌رود چسبندگی هزینه کاهش یابد. بنابراین، فرضیه اول پژوهش به صورت زیر طراحی می‌شود:

فرضیه اول: بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه شرکت رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد.

چن و همکاران (۲۰۱۲) بیان داشتند که انگیزه بیشتر مدیران جهت ساختن امپراتوری منجر به چسبندگی بیشتر هزینه‌ها خواهد شد که این نتیجه تأییدی بر نقش مشکلات نمایندگی در ایجاد چسبندگی هزینه‌هاست. علاوه بر این، بر اساس نظریه مزیت تأمین مالی، تأمین‌کنندگان بدهی تجاری در مقایسه با بانک‌ها بهتر می‌توانند صلاحیت و اعتبار مشتریان خود را ارزیابی کنند، زیرا دسترسی بهتری به اطلاعات مربوط به ثبات عملیاتی و عملکرد مشتریان دارند (پترسون و راجان

۱۹۹۷؛ کاتو و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین، وقتی فروش کاهش یابد، بدهی تجاری در شرکت‌های دارای مشکلات نمایندگی، نقش نظارتی قوی‌تری ایفا می‌کند. این موضوع در چسبندگی هزینه کمتر در این شرکت‌ها نشان داده می‌شود (کاستا و حبیب، ۲۰۲۰). به این ترتیب، فرضیه دوم به صورت زیر تدوین می‌شود:

فرضیه دوم: مشکلات نمایندگی بر رابطه بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه شرکت تأثیر معناداری دارد.

اگر تأمین‌کننده‌ای با مشتریان مختلفی کار کند و تنها تأمین‌کننده اعتبار مشتری مورد نظر باشد، قدرت چانه‌زنی بالاتری خواهد داشت و در صورت عدم بازپرداخت به موقع از سوی مشتری، می‌تواند تأمین اعتبارات را در اسرع وقت متوقف نماید (یوسوگی و یاماشیرو، ۲۰۰۸). لذا با توجه به نقش نظارتی تأمین‌کنندگان، پیش‌بینی می‌شود که در زمانی که تمرکز مشتری کمتر است، چسبندگی هزینه کاهش می‌یابد. بنابراین رابطه معکوس بین بدهی تجاری و چسبندگی هزینه، تضعیف می‌شود (کاستا و حبیب، ۲۰۲۰). به این ترتیب فرضیه سوم به صورت زیر طراحی می‌شود:

فرضیه سوم: تمرکز مشتری بر رابطه بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه تأثیر معناداری دارد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از حیث فرایند اجرا و داده‌ها در گروه پژوهش‌های کمی طبقه‌بندی می‌شود که مشتمل بر گردآوری سیستماتیک داده‌ها و تحلیل آماری آن‌ها است. علاوه بر این، از نظر روش تحقیق از جمله پژوهش‌های همبستگی چند متغیری است که در آن از داده‌های گذشته‌نگر و از روش تحلیل رگرسیون و داده‌های ترکیبی استفاده شده است.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این تحقیق کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشند که از سال ۱۳۹۳ لغایت ۱۳۹۹ در بورس فعال بوده‌اند. هم‌چنین، برای آزمون فرضیه‌ها، نمونه تحقیق بر اساس چارچوب زیر گزینش شد و در نهایت، داده‌های ۱۶۱ شرکت مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند:

- ۱- جزء شرکت‌های مالی (مانند بانک‌ها، مؤسسات مالی) و شرکت‌های سرمایه‌گذاری یا شرکت‌های واسطه‌گری مالی نباشد.
- ۲- شرکت در ابتدای سال ۱۳۹۳ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشد.
- ۳- نماد شرکت در دوره پژوهش، وقفه با اهمیت نداشته باشد (بیش از ۳ ماه در تابلوی بورس متوقف نباشد).
- ۴- شرکت طی بازه ۹۳-۹۹ تغییر سال مالی نداده باشد و داده‌های شرکت قابل دسترسی باشد.
- ۵- پایان سال مالی شرکت منتهی به ۱۲/۲۹ بوده باشد.

توسعه مدل‌های رگرسیونی و اندازه‌گیری متغیرها

در این پژوهش از مدل توسعه داده شده بنکر و همکاران (۲۰۱۴) برای تعیین وجود یا عدم وجود چسبندگی هزینه استفاده می‌شود (بنکر و همکاران، ۲۰۱۴؛ وینیریس و همکاران، ۲۰۱۵). پایه این مدل همان مدل اندرسون (۲۰۰۳) می‌باشد، با این تفاوت که بنکر و همکاران (۲۰۱۴) تصمیمات تعدیل منابع در شرایط افزایش فروش را نیز تابع اختیارات مدیریت دانسته و از لحاظ نظری احتمال تفاوت این تصمیمات را در شرایط مختلف در نظر می‌گیرند. در حالی که در مدل سنتی چسبندگی هزینه فرض می‌شود هزینه‌ها رفتاری متقارن با افزایش یا کاهش فعالیت دارند، مدل مذکور اختیارات مدیریتی را صرفاً در شرایط کاهش فروش مورد توجه قرار می‌دهد و گسترش منابع (افزایش هزینه‌ها) در شرایط افزایش فروش را مکانیکی فرض می‌نماید، یعنی اختیارات مدیریت در تصمیمات افزایش منابع را نادیده می‌گیرد. از آنجا که در فرضیه اول به بررسی رابطه بین بدهی تجاری و چسبندگی هزینه شرکت‌ها پرداخته شده است، بنابراین، در مدل رگرسیونی فرضیه اول، ضریب (β_1) درصد افزایش در هزینه‌های اداری و فروش (SG&A) را در برابر ۱ درصد افزایش در درآمد فروش (SALE) نشان می‌دهد. جمع دو ضریب (β_1) و (β_2) درصد کاهش هزینه‌های اداری و فروش را در برابر ۱ درصد کاهش در درآمد فروش نشان می‌دهد. در صورتی که ضریب (β_1) معنادار و مثبت و ضریب (β_2) معنادار و منفی باشد می‌توان پذیرفت که چسبندگی هزینه در شرکت وجود دارد. همچنین در صورتی که ضریب متغیر مستقل (بدهی‌های تجاری شرکت) (β_4) در این مدل مثبت و معنادار باشند می‌توان نتیجه گرفت که وجود بدهی تجاری موجب افزایش تغییرپذیری هزینه‌ها نسبت به

تغییرات درآمد و در نتیجه کاهش چسبندگی شده و فرضیه اول پژوهش رد نمی‌شود. به این ترتیب داریم:

(۱)

$$\begin{aligned} \Delta LNSG\&A_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \Delta LNSALES_{it} + \beta_2 D_{it} * \Delta LNSALE_{it} + \beta_3 TC_{it} \\ & * \Delta LNSALE_{it} + \beta_4 D_{it} * TC_{it} * \Delta LNSALE_{it} \\ & + \beta_5 \Delta LNSALE_{it} * AIN_{it} + \beta_6 D_{it} * \Delta LNSALE_{it} * AIN_{it} \\ & + \beta_7 \Delta LNSALE_{it} * EIN_{it} + \beta_8 D_{it} * \Delta LNSALE_{it} * EIN_{it} \\ & + \beta_9 \Delta LNSALE_{it} * GDP_{it} + \beta_{10} D_{it} * \Delta LNSALE_{it} \\ & * GDP_{it} + \beta_{11} \sum T_j ind + \beta_{12} \sum \theta_j year + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

در مدل بالا:

$\Delta LNSG\&A_{it}$: برابر است با لگاریتم طبیعی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش نسبت به دوره قبل.

$\Delta LNSALES_{it}$: برابر است با لگاریتم طبیعی درآمد حاصل از فروش دوره جاری نسبت به درآمد حاصل از فروش دوره قبل.

D_{it} : متغیر مجازی که وقتی فروش شرکت در دوره جاری کمتر از فروش دوره قبل آن باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر در نظر گرفته می‌شود.

TC_{it} : دهی تجاری که برای اندازه‌گیری آن با توجه به پژوهش‌های قبلی (آفریفا و همکاران، ۲۰۱۸؛ شنوی و ویلیامز، ۲۰۱۷) از دو نسبت استفاده شده است: ۱- $TC1$: نسبت حساب‌ها و اسناد پرداختی تجاری به بهای تمام شده کالای فروش رفته و ۲- $TC2$: نسبت حساب‌ها و اسناد پرداختی تجاری به درآمدهای حاصل از فروش شرکت در پایان سال مالی.

AIN_{it} : نسبت کل دارایی‌ها به درآمدهای حاصل از فروش شرکت در سال جاری.

EIN_{it} : نسبت تعداد کارکنان به درآمدهای حاصل از فروش شرکت در سال جاری.

GDP_{it} : نرخ رشد تولید ناخالص داخلی کشور نسبت به دوره قبل.

در نهایت، بایستی اشاره شود که در این پژوهش به پیروی از پژوهش‌های اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) متغیرهای اصلی مدل چسبندگی هزینه‌ها یعنی درآمد فروش و هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با استفاده از نرخ تورم محاسبه شده توسط بانک مرکزی، ابتدا تورم‌زدایی شده و سپس مدل چسبندگی هزینه تخمین زده می‌شود. نحوه تورم‌زدایی بدین صورت است که عدد فروش یا هزینه یک‌سال مشخص بر یک به علاوه نرخ تورم آن سال تقسیم می‌گردد (محمدرضایی و

محدصالح، ۲۰۱۷). منطق این کار حذف آثار تورم است، چرا که در مدل چسبندگی هزینه‌ها مبلغ فروش به عنوان معیار سطح فعالیت استفاده می‌شود، حال اگر مبلغ فروش افزایش پیدا کند، این افزایش الزاماً به معنای افزایش سطح فعالیت نیست، بلکه ممکن است به دلیل تورم باشد. بنابراین، تورم زدایی افزایش ریالی مبلغ فروش را که ناشی از تورم بوده است، کنار می‌گذارد. به منظور کنترل اثرات سالها و صنایع نیز از متغیر مجازی سال (year) به تعداد سال‌های پژوهش و متغیر مجازی صنعت (ind) به تعداد صنایع نمونه پژوهش استفاده شده است (بنی‌مه‌د و همکاران، ۱۳۹۷).

در فرضیه‌های دوم و سوم پژوهش به بررسی اثر تعدیلی مشکلات نمایندگی و تمرکز مشتری بر ارتباط بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه شرکت‌ها پرداخته شده است که جهت آزمون اثر تعدیلی مشکلات نمایندگی و تمرکز مشتری بر رابطه بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، شرکت‌ها به دو دسته شرکت‌های دارای مشکلات نمایندگی بالا و پایین و نیز تمرکز مشتری بالا و پایین (بر اساس میانه کل نمونه) تفکیک می‌شوند و سپس مدل‌ها برای هر زیرگروه تخمین زده می‌شوند (کاستا و حبیب، ۲۰۲۰).

به پیروی از پژوهش گائو و همکاران (۲۰۱۸) و چاوچهاریا و همکاران (۲۰۱۲) از شاخص تحصیل دارایی برای اندازه‌گیری مشکلات نمایندگی شرکت‌ها به شرح زیر استفاده شده است. ACQ برابر است با مجموع تحصیل دارایی‌های ثابت به ارزش بازار (تعداد سهام ضرب در قیمت سهام) شرکت در پایان سال مالی.

علاوه بر این بر اساس پژوهش کاستا و حبیب (۲۰۲۰) شاخص تمرکز مشتری (CC) شرکت i در سال t بر اساس مشتریان عمده شرکت، به شرح زیر محاسبه می‌شود:

$$CC_{it} = \sum_{j=1}^j \left(\frac{Sales_{ijt}}{Sales_{it}} \right)^2$$

$Sales_{ijt}$: فروش شرکت i به مشتری عمده j در سال t

$Sales_{it}$: فروش کل شرکت i در سال t

در فرمول بالا، CC نماینده تمرکز مشتری شرکت فروشنده / تأمین‌کننده است. در ایران، استاندارد یا الزام خاصی برای افشای مشتریان عمده وجود ندارد، ولی بر اساس بیانیه ۱۳۱ هیأت

تدوین استانداردهای حسابداری مالی، در صورتی که درآمد حاصل از فروش به یک مشتری، ۱۰ درصد با بیش تر از ۱۰ درصد کل درآمد شرکت را تشکیل دهد، افشای چنین مشتریانی در صورت‌های مالی الزامی است. در پژوهش پیش‌رو برای تعیین مشتریان عمده، از این استاندارد مینا استفاده شده است.

مقیاس تمرکز مشتری، مفهومی از شاخص هر فیندال- هیرشمن است که دو عامل را در نظر می‌گیرد یکی تعداد مشتریان عمده که با شرکت در تعامل هستند، و دیگری اهمیت نسبی هر مشتری در درآمد سالانه شرکت. ضمن اینکه دامنه CC بین صفر و یک قرار دارد و مقادیر کمتر نشان دهنده تمرکز مشتری کمتر است. به عبارت دیگر، هرچه مقدار به دست آمده به یک نزدیک‌تر باشد، یعنی مشتریان عمده سهم بیشتری از فروش شرکت را به خود اختصاص داده‌اند و هرچه مقدار حاصله به صفر نزدیک‌تر باشد، بدین معنی است که مشتریان عمده هر یک سهم کمتری از کل فروش شرکت را در اختیار داشته‌اند (شیبانی و همکاران، ۱۳۹۷).

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

یافته‌های مربوط به آمار توصیفی متغیرها در جدول ۱ نشان می‌دهد که پراکندگی لگاریتم نسبت هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۰,۲۶۸ است که نزدیک به پراکندگی لگاریتم نسبت فروش ۰,۳۲۵ می‌باشد. کوچک‌تر بودن تغییرات هزینه‌های اداری، عمومی و فروش نسبت به درآمد فروش حاکی از وجود احتمالی چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها در دوره زمانی پژوهش است. یافته‌های مربوط به متغیر بدهی‌های تجاری نشان می‌دهد که به طور متوسط حساب‌ها و اسناد پرداختی شرکت‌ها ۲۸ درصد بهای تمام شده کالای فروش رفته و ۲۱ درصد کل درآمدهای حاصل از فروش آنها می‌باشد. متغیر مجازی کاهش فروش نیز نشان می‌دهد که ۲۴ درصد شرکت‌های نمونه در دوره مورد بررسی کاهش فروش نسبت به اول دوره داشته‌اند و این برای کاهش فروش دو سال متوالی ۷ درصد به دست آمده است. علاوه بر این، یافته‌های مربوط به متغیرهای کنترلی نشان می‌دهند که متوسط نسبت دارایی‌های شرکت‌ها بیش از ۱/۵ برابر درآمدهای حاصل از فروش دوره جاری آنها می‌باشد.

جدول (۱). آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	نماد	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
تغییر هزینه‌های اداری	$\Delta LN(SG\&A)$	۰/۰۲۳	۰/۰۱۵	۱/۱۶۶	-۱/۰۹۲	۰/۲۶۸
تغییر فروش	$\Delta LN(SALES)$	۰/۰۲۸	۰/۰۱۹	۱/۷۵۰	-۱/۰۰۹	۰/۳۲۵
بدهی‌های تجاری (۱)	TC1	۰/۲۸۷	۰/۲۴۷	۰/۹۷۹	۰/۰۰۰۱	۰/۲
بدهی‌های تجاری (۲)	TC2	۰/۲۱۹	۰/۱۷۶	۰/۹۶۶	۰/۰۰۰۱	۰/۱۷۳
کاهش فروش	D	۰/۲۴	۰	۱	۰	۰/۴۳۱
دارایی	AIN	۱/۵۵۷	۱/۳۲۲	۸/۵۵۵	۰/۱۶۵	۱/۰۶۷
کارکنان	EIN	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۳	۰/۰۸	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۲
رشد تولید ناخالص داخلی	GDPG	-۰/۰۸۶	-۰/۰۱۷	۰/۰۸۵	-۰/۵۵۷	۰/۲۰۲
نماینده‌گی	ACQ	۰/۰۲۸	۰/۰۰۴	۰/۸۶۳	-۰/۹۶	۰/۱۱
تمرکز مشتری	CC	۰/۳۸۵	۰/۳۱۲	۰/۹۸۹	۰/۰۸۵	۰/۲۴۲

لازم به توضیح است جهت کاهش اثرات داده‌های پرت، داده‌ها در سطح ۹۹ درصد وینسورایز^۱ شده‌اند. هم‌چنین، قبل از تخمین مدل‌های رگرسیونی، مفروضات رگرسیون از طریق آزمون‌های آماری مورد بررسی قرار گرفته است.

تخمین مدل‌های رگرسیونی فرضیه اول

در فرضیه اول پژوهش به بررسی رابطه بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه شرکت‌ها پرداخته شده است که برای این منظور از روش داده‌های تلفیقی و با کنترل اثرات سال و صنعت بهره گرفته شده است. بر اساس شاخص‌های نیکویی برازش، ضریب تعیین تعدیل شده بیش از ۳۵ درصد می‌باشد و سطح معناداری آماره F کمتر از خطای یک درصد است که نشان از معناداری مدل دارد. در این پژوهش برای رفع همزمان خودهمبستگی خطاهای مدل و ناهمسانی واریانس از رگرسیون حداقل مربعات معمولی به روش خطای استاندارد مقاوم استفاده شده است (پترسن، ۲۰۰۹). نهایتاً به منظور بررسی هم خطی، آزمون تورم واریانس انجام شد که مقادیر به دست آمده برای آماره این آزمون از عدد ۱۰ کوچک‌تر بوده و نشان می‌دهد مشکل حاد همخطی بین متغیرهای مستقل وجود ندارد. نتایج مربوط به این آزمون در جدول (۲) ارائه شده است:

1. Winsorize

روش وینسورایز، یک روش آماری است که مقادیر بزرگ داده‌های آماری را به منظور کاهش اثرات احتمالی داده‌های پرت، محدود (کم) می‌کند.

جدول (۲). نتایج تخمین مدل‌های رگرسیونی فرضیه اول

شاخص اول بدهی تجاری (TC1)			شاخص دوم بدهی تجاری (TC2)			متغیرها
ضریب	آماره تی	معنادار تی	ضریب	آماره تی	معنادار تی	
۰/۱۷	۴۷/۳۵	۰/۰۰۰	۰/۱	۵/۱۳	۰/۰۰۰	ثابت C
۰/۲	۲۳/۰۲	۰/۰۰۰	۰/۳۷	۳۶/۰۵	۰/۰۰۰	تغییر فروش
-۰/۱۸	-۱۱/۵۳	۰/۰۰۰	-۰/۱۷	-۱۰/۹۶	۰/۰۰۰	تغییر فروش* کاهش فروش
-۰/۱۵	-۲۲/۲۱	۰/۰۰۰	-۰/۲۳	-۵/۴۵	۰/۰۰۰	تغییر فروش* بدهی
۰/۰۶	۶/۳۰	۰/۰۰۰	۰/۰۹	۲۱/۰۲	۰/۰۰۰	تغییر فروش* بدهی* کاهش فروش
۰/۰۲	۵/۱	۰/۰۰۰	۰/۰۲	۵/۵۱	۰/۰۰۰	تغییر فروش* دارایی
-۰/۱۵	-۱۵/۱۳	۰/۰۰۰	-۰/۰۳	-۶/۶۴	۰/۰۰۰	تغییر فروش* دارایی* کاهش فروش
۰/۲۲	۲/۲۵	۰/۰۲۴	۰/۱۴	۲۶/۰۱	۰/۰۰۰	تغییر فروش* کارکنان
-۰/۳۳	-۳/۳۳	۰/۰۰۰	-۰/۰۷	-۴/۵۱	۰/۰۰۰	تغییر فروش* کارکنان* کاهش
۰/۰۱	۰/۸۸	۰/۳۷۴	۰/۰۲	۱/۷	۰/۰۸۷	تغییر فروش* تولید
-۰/۰۸	-۰/۹۵	۰/۳۳۸	-۰/۰۱	-۰/۹۲	۰/۳۵۳	تغییر فروش* تولید* کاهش فروش
	کنترل شد			کنترل شد		سال
	کنترل شد			کنترل شد		صنعت
	۰/۳۵۸			۰/۳۵۴		ضریب تعیین تعدیل شده
	۳۸۷/۵۴۱			۳۹۳/۱۴۸		آماره F
	۰/۰۰۰			۰/۰۰۰		سطح معناداری

مطابق نتایج به دست آمده در جدول (۲) ضریب β_1 در هر دو مدل مثبت و معنادار و ضریب β_2 منفی و معنادار به دست آمده است. این موضوع نشان می‌دهد که چسبندگی هزینه رخ داده است. به عنوان نمونه، در مدل اول ضریب β_1 برای شرکت‌ها برابر با ۰/۲ می‌باشد و بیانگر آن است که با افزایش ۱٪ درصد درآمد فروش، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۲۰٪ افزایش می‌یابد. همچنین ضریب β_2 برابر -۰/۱۸ است. منفی بودن اندازه این ضریب نشان از رفتار چسبنده هزینه‌های اداری عمومی و فروش است. زیرا $\beta_1 + \beta_2 < \beta_1$ خواهد بود و این بدان معنا است که با کاهش ۱٪ در فروش، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۲٪ (-۱۸٪-۲۰٪) کاهش می‌یابد. علاوه بر این، با توجه به اینکه ضریب β_4 در هر دو مدل مثبت و معنادار می‌باشد، استدلال می‌شود با افزایش بدهی تجاری، چسبندگی هزینه شرکت کاهش می‌یابد (عدم رد فرضیه اول). نتایج به دست آمده برای ضرایب متغیرهای کنترلی نشان می‌دهد که ضرایب β_6 و β_8 منفی و معنادار می‌باشند. این موضوع نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که دارایی‌های بیشتری دارند و همچنین شرکت‌های دارای کارکنان بیشتر، دارای چسبندگی هزینه بالاتری هستند.

تخمین مدل‌های رگرسیونی فرضیه دوم

در فرضیه دوم پژوهش به بررسی اثر تعدیلی مشکلات نمایندگی بر رابطه بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه شرکت‌ها پرداخته شده است. نتایج برای چهار مدل فرضیه دوم (دو حالت مشکلات نمایندگی برای هر شاخص بدهی تجاری) در جداول ۳ و ۴ ارائه شده است. به منظور بررسی تاثیر متغیر تعدیگر نتایج آزمون Z ارائه شده است. از طریق این آزمون به بررسی معناداری تفاوت ضریب β_4 در شرکت‌های دارای مشکلات نمایندگی بالا و پایین و لذا تاثیرگذاری متغیر تعدیل‌گر در رابطه بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه پرداخته می‌شود.

جدول (۳). نتایج تخمین مدل‌های رگرسیونی فرضیه دوم (شاخص اول بدهی‌های تجاری)

شاخص اول بدهی‌های تجاری (TC1)								
متغیرها	مشکلات نمایندگی بالا			مشکلات نمایندگی پایین			تورم واریان س	
	ضریب	آماره تی	معنادار	ضریب	آماره تی	معنادار		
ثابت	۰/۰۶	۱/۷۳	۰/۰۰۰	-	-	۰/۰۰۰	-	
تغییر فروش	۰/۴	۲/۰۲	۰/۰۰۰	۶/۵۲	۳۰/۳۴	۰/۰۰۰	۷/۷	
تغییر فروش* کاهش	-۰/۱۵	۵/۵۹	۰/۰۰۰	۶/۸۵	۱۵/۲۱	۰/۰۰۰	۷/۸۸	
تغییر فروش* بدهی	-۰/۱۲	۱۵/۹	۰/۰۰۰	۴/۳۷	۱۴/۶۷	۰/۰۰۰	۳/۶۶	
تغییر فروش* بدهی	۰/۳۷	۱/۳۹	۰/۰۰۰	۷/۴۶	۱۲/۹۹	۰/۰۰۰	۳/۶۶	
تغییر فروش* دارایی	۰/۰۱	۱/۸۹	۰/۰۵۸	۴/۰۹	۸/۴۱	۰/۰۰۰	۲/۴۱	
تغییر	-۰/۷۹	۰/۸۵	۰/۳۹۲	۵/۴۳	۱۰/۳۱	۰/۰۰۰	۷/۳۴	
تغییر فروش* کارکنان	۰/۶۵	۱/۳۳	۰/۰۰۰	۴/۶۵	۰/۵	۰/۶۱	۲/۵۲	
تغییر	-۰/۵۳	۷/۷۵	۰/۰۰۰	۴/۶۱	-۰/۰۴	۰/۹۶۶	۲/۹۳	
تغییر فروش* تولید	۰/۴	۹/۳۲	۰/۰۰۰	۲/۹۶	۴/۴۴	۰/۰۰۰	۴/۱	
تغییر	-۰/۱۹	۱/۰۷	۰/۲۸۳	۲/۶۳	۱۰/۰۱	۰/۰۰۰	۸/۹۸	
سال		کنترل شد			کنترل شد			
صنعت		کنترل شد			کنترل شد			
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۳۳۷			۰/۳۸۷				
آماره F	۹۳/۹۶۳			۳۶۹/۷۹۹				
سطح معناداری	۰/۰۰۰			۰/۰۰۰				
آماره آزمون Z	۱۲/۱۹۶							

نتیجه آزمون Z در جدول (۳) برای شاخص اول بدهی‌های تجاری نشان می‌دهد که میان ضریب β_4 در شرکت‌های دارای مشکلات نمایندگی بالا با شرکت‌های دارای مشکلات نمایندگی کم، تفاوت معناداری وجود دارد. به عبارتی دیگر، مشکلات نمایندگی در شرکت‌ها

موجب تعدیل رابطه بدهی تجاری و چسبندگی هزینه می‌گردد. با عنایت به اینکه اندازه ضریب مذکور در شرکت‌های دارای مشکلات نمایندگی بالا، عدد بزرگ‌تری است، در این شرکت‌ها چسبندگی کمتری وجود دارد. به این ترتیب فرضیه دوم پژوهش رد نمی‌شود و می‌توان استدلال نمود که شرکت‌هایی که مشکلات نمایندگی بالاتری دارند، چسبندگی هزینه کمتری دارند. علاوه بر این آزمون Z در جدول ۴ برای شاخص دوم بدهی‌های تجاری نتایج مشابهی را در اختیار می‌گذارد.

جدول (۴). نتایج تخمین مدل‌های رگرسیونی فرضیه دوم (شاخص دوم بدهی‌های تجاری)

شاخص دوم بدهی‌های تجاری (TC1)								متغیرها
مشکلات نمایندگی پایین				مشکلات نمایندگی بالا				
تورم واریان	معنادار	آماره تی	ضریب بتا	تورم واریان	معنادار	آماره تی	ضریب بتا	
س	ی	تی	ب بتا	س	ی	تی	ب بتا	ثابت
-	۰/۰۰۰	۱۲/۳۸	۰/۰۷	-	۰/۰۰۰	۱۱/۲۷	۰/۰۶	تغییر فروش
۷/۴۸	۰/۰۰۰	۳۱/۶	۰/۴۷	۶/۴۳	۰/۰۰۰	۲۶/۰۹	۰/۴	تغییر فروش* کاهش
۶/۱۶	۰/۰۰۰	۱۶/۵۵	-۰/۳۷	۶/۸	۰/۰۰۰	-۵/۴۹	-۰/۱۵	تغییر فروش* بدهی
۳/۱۳	۰/۰۰۰	۱۶/۸۴	-۰/۳۲	۳/۷۹	۰/۰۰۰	۱۸/۵۹	-۰/۰۹	تغییر فروش* بدهی
۳/۱۲	۰/۰۰۰	۲۷/۳۳	۰/۱۲	۵/۸۹	۰/۰۰۰	۱۲/۴۹	۰/۴	تغییر فروش* دارایی
۳/۶۴	۰/۰۰۰	۱۰/۶۵	۰/۱	۴/۸۳	۰/۰۰۲	۳/۰۵	۰/۰۲	تغییر
۲/۸۷	۰/۰۰۰	۱۲/۳۴	-۰/۱۲	۷/۳۲	۰/۰۸۲	-۱/۷۳	-۰/۰۱	تغییر فروش* کارکنان
۲/۳۴	۰/۱۶	۱/۴	۰/۰۲	۴/۶۵	۰/۰۰۰	۱۰/۲۴	۰/۵۹	تغییر
۲/۲۶	۰/۰۶۲	-۱/۸۶	-۰/۰۳	۴/۶۱	۰/۰۰۰	-۶/۶۶	-۰/۴۵	تغییر فروش* تولید
۴	۰/۰۰۰	۵/۳۴	۰/۱۸	۲/۹۶	۰/۰۰۰	۸/۲۵	۰/۳۵	تغییر
۸/۹	۰/۰۰۰	-۹/۶۹	-۰/۷۹	۲/۵۹	۰/۰۵	-۱/۹۵	-۰/۳۴	سال
		کنترل شد				کنترل شد		صنعت
		کنترل شد				کنترل شد		ضریب تعیین تعدیل شده
		۰/۳۸۹				۰/۳۴۲		آماره F
		۳۷۳/۵				۹۷/۳۱۷		سطح معناداری
		۰/۰۰۰				۰/۰۰۰		آماره آزمون Z
						۷/۳۹		

تخمین مدل‌های رگرسیونی فرضیه سوم

در فرضیه سوم پژوهش به بررسی اثر تعدیلی تمرکز مشتری بر رابطه بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه شرکت‌ها پرداخته شده است که نتایج برای چهار مدل فرضیه سوم (مدل اول و

دوم برای شاخص اول بدهی‌های تجاری و مدل سوم و چهارم برای شاخص دوم بدهی‌های تجاری) در جداول ۵ و ۶ ارائه شده است.

جدول (۵). نتایج تخمین مدل‌های رگرسیونی فرضیه سوم (شاخص اول بدهی‌های تجاری)

		شاخص اول بدهی‌های تجاری (TC1)						
		تمرکز مشتری پایین			تمرکز مشتری بالا			متغیرها
تورم واریانس	معناداری	آماره تی	ضریب بتا	تورم واریانس	معناداری	آماره تی	ضریب بتا	
-	۰/۰۰۰	۱۵/۶	۰/۰۸	-	۰/۰۰۰	۹/۸۴	۰/۰۶	ثابت
۴/۶۲	۰/۰۰۰	۳۱/۵	۰/۴۷	۷/۸۷	۰/۰۰۰	۲۰/۵۶	۰/۳۲	تغییر فروش
۴/۵۱	۰/۰۰۰	-۱۰/۷۹	-۰/۲۸	۹/۰۷	۰/۰۰۰	-۵/۲۷	-۰/۱۵	تغییر فروش* کاهش فروش
۲/۵۶	۰/۰۰۰	-۱۹/۶۵	-۰/۱۳	۳/۷۴	۰/۰۰۰	-۷/۱۵	-۰/۱۲	تغییر فروش* بدهی
۸/۲۶	۰/۰۰۰	۱۰۳/۲۲	۰/۹۸	۳/۸۵	۰/۰۰۰	۶/۷۶	۰/۱۲	تغییر فروش* بدهی* کاهش فروش
۴/۱۴	۰/۰۰۰	۶/۱۷	۰/۰۳	۳/۳۶	۰/۴۰۵	۰/۸۳	۰/۰۱	تغییر فروش* دارایی
۳/۴۵	۰/۰۰۰	-۷/۳۶	-۰/۰۵	۴/۵۳	۰/۳۵۵	-۰/۹۲	-۰/۰۱	تغییر فروش* دارایی* کاهش فروش
۲/۰۲	۰/۰۰۰	۵/۱۴	۰/۸۱	۵/۸۷	۰/۰۰۰	۵/۶۴	۰/۳۷	تغییر فروش* کارکنان
۱/۹۳	۰/۱۰۳	-۱/۶۳	-۰/۵۴	۷/۸۷	۰/۰۰۰	-۵/۴۲	-۰/۳۶	تغییر فروش* کارکنان* کاهش
۲/۶۹	۰/۰۰۸	۲/۶۵	۰/۰۹	۴/۲۰	۰/۰۰۰	۳/۷۱	۰/۱۴	تغییر فروش* تولید
۳/۵۲	۰/۵۶۶	-۰/۵۷	-۰/۱	۳/۷۱	۰/۰۰۰	-۸/۸۶	-۰/۰۱	تغییر فروش* تولید* کاهش فروش
		کنترل شد		کنترل شد				سال
		کنترل شد		کنترل شد				صنعت
		۰/۳۲۳۷		۰/۳۳۹۱				ضریب تعیین تعدیل شده
		۲۷۹/۴۳۶		۱۸۳/۸۵۳				آماره F
		۰/۰۰۰		۰/۰۰۰				سطح معناداری
				۵/۲۵۱				آماره آزمون Z

مقدار آماره آزمون Z در جدول ۵ نشان می‌دهد که رابطه میان بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه در شرکت‌های با تمرکز مشتری بالا، با شرکت‌هایی که تمرکز مشتری پایینی دارند، متفاوت است. به عبارت دیگر استدلال می‌شود که متغیر تمرکز مشتری رابطه میان بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه را تعدیل می‌کند. علاوه بر این، مقایسه ضرایب β_4 نشان می‌دهد که اندازه ضریب مذکور در شرکت‌های دارای تمرکز مشتری پایین، عدد بزرگ‌تری است. این موضوع نشان می‌دهد در شرکت‌های که تمرکز مشتری کمتر است به دلیل کاهش احتمال چانه زنی مشتری، چسبندگی هزینه کمتر است. یعنی تمرکز مشتری رابطه معکوس بین بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه شرکت را تضعیف می‌کند و لذا فرضیه سوم پژوهش رد نمی‌شود.

جدول (۶). نتایج تخمین مدل‌های رگرسیونی فرضیه سوم (شاخص دوم بدهی‌های تجاری)

شاخص دوم بدهی‌های تجاری (TC1)								متغیرها
تمرکز مشتری پایین				تمرکز مشتری بالا				
تورم واریانس	معناداری	آماره تی	ضریب بتا	تورم واریانس	معناداری	آماره تی	ضریب بتا	
-	۰/۰۰۰	۱۵/۶	۰/۰۸	-	۰/۰۰۰	۹/۲۹	۰/۰۶	ثابت
۷/۴۳	۰/۰۰۰	۳۱/۰۳	۰/۴۶	۷/۹۱	۰/۰۰۰	۲۰/۴۵	۰/۳۲	تغییر فروش
۵/۰۳	۰/۰۰۰	-۱۰/۲۴	-۰/۲۶	۶/۰۵	۰/۰۰۰	-۶/۹۹	-۰/۱۷	تغییر فروش* کاهش فروش
۷/۹۳	۰/۰۰۰	-۲۱/۳۸	-۰/۰۹	۸/۴۱	۰/۰۰۰	-۶/۶۱	-۰/۱۵	تغییر فروش* بدهی
۷/۹۳	۰/۰۰۰	۲۲/۴۲	۰/۱	۲/۲۵	۰/۰۰۲	۲/۹۹	۰/۰۸	تغییر فروش* بدهی* کاهش فروش
۴/۲۱	۰/۰۰۰	۷/۵۲	۰/۰۴	۳/۴۴	۰/۰۰۰	۶/۱۲	۰/۴	تغییر فروش* دارایی
۵/۲۲	۰/۰۰۰	-۸/۳۸	-۰/۰۵	۳/۸۵	۰/۰۰۰	-۵/۹۵	-۰/۳۹	تغییر فروش* دارایی* کاهش فروش
۲/۰۱	۰/۰۰۰	۴/۷۹	۰/۷۶	۸/۴۱	۰/۶۹	۰/۳۹	۰/۴۹	تغییر فروش* کارکنان
۱/۹۳	۰/۰۸۲	-۱/۷۳	-۰/۵۷	۸/۲۲	۰/۵۰۴	-۰/۶۶	-۰/۹۲	تغییر فروش* کارکنان* کاهش فروش
۲/۶۸	۰/۰۹۵	۱/۶۶	۰/۰۶	۴/۲	۰/۰۰۰	۳/۶۲	۰/۱۴	تغییر فروش* تولید
۳/۶۱	۰/۳۳۱	-۰/۹۷	-۰/۱۷	۲/۰۶	۰/۰۰۰	-۸/۴۸	-۰/۹۱	تغییر فروش* تولید* کاهش فروش
		کنترل شد				کنترل شد		سال
		کنترل شد				کنترل شد		صنعت
		۰/۳۲۶				۰/۳۳۴		ضریب تعیین تعدیل شده
		۲۸۲/۵۷۴				۱۸۴/۵۱۵		آماره F
		۰/۰۰۰				۰/۰۰۰		سطح معناداری
						۲/۷۰۱		آماره آزمون Z

نتایج آزمون Z برای بررسی معناداری تفاوت (β_4) در شرکت‌های با تمرکز مشتری بالا و پایین بر اساس شاخص دوم بدهی‌های تجاری در جدول ۶، نتایج مشابهی ارائه می‌کند و نشان

می‌دهد که متغیر تمرکز مشتری رابطه میان بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه را تعدیل می‌کند. علاوه بر این، با عنایت به اندازه بالاتر ضریب مذکور در شرکت‌های دارای تمرکز مشتری پایین، متغیر تمرکز مشتری تاثیر تضعیف‌کننده در رابطه بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه دارد.

نتیجه‌گیری

در این مطالعه به بررسی ارتباط میان بدهی‌های تجاری و چسبندگی هزینه و اثر تعدیلی مشکلات نمایندگی و تمرکز مشتری بر رابطه مذکور در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شد. یافته‌های این مطالعه برای فرضیه اول نشان می‌دهد که با افزایش بدهی تجاری شرکت‌ها، چسبندگی هزینه‌های آنها کاهش پیدا می‌کند. در این ارتباط استدلال می‌شود که وقتی فروش شرکت‌ها کاهش می‌یابد، تأمین‌کنندگان با داشتن نقش نظارتی، موجب می‌شوند مدیران شرکت‌ها منابع استفاده نشده خود را کاهش دهند و از این طریق، کارایی عملیاتی شرکت‌ها و ریسک ورشکستگی آنها کاهش پیدا می‌کند. یافته‌های این فرضیه در راستای نتایج پژوهش‌های کاستا و حبیب (۲۰۲۰)، کائو و همکاران (۲۰۱۸) می‌باشد. همچنین، نتایج به دست آمده برای فرضیه دوم پژوهش نشان می‌دهد که در شرکت‌های دارای مشکلات نمایندگی بالاتر، چسبندگی هزینه پایین‌تری مشاهده می‌شود. این موضوع نشان می‌دهد که در این شرکت‌ها بدهی تجاری نقش نظارتی قوی‌تری ایفا نموده و موجب کاهش چسبندگی هزینه می‌شود. یافته‌های این فرضیه در راستای نتایج پژوهش‌های کاستا و حبیب (۲۰۲۰) و کانتسا و برهمانا (۲۰۱۸) می‌باشد. در نهایت، یافته‌های مربوط به فرضیه سوم پژوهش نشان می‌دهد که تمرکز مشتری بر رفتار چسبندگی هزینه اثرگذار است. دلیل این نتیجه به این موضوع برمی‌گردد که هرچه تمرکز مشتری کاهش می‌یابد، قدرت چانه‌زنی مشتری کاهش و نقش نظارتی تأمین‌کننده قوی‌تر بوده و لذا چسبندگی کاهش می‌یابد. یافته‌های این فرضیه در راستای نتایج پژوهش‌های کاستا و حبیب (۲۰۲۰) و وارگانگارا و تامار (۲۰۱۴) می‌باشد. با توجه به نتایج به دست آمده در این مطالعه پیشنهاد می‌شود سرمایه‌گذاران به بدهی‌های تجاری به عنوان نشانه‌ای برای مدیریت کارآمد هزینه‌ها و در نتیجه عملکرد بهتر شرکت‌ها توجه نمایند. سایر ذی‌نفعان همانند مشتریان و کارکنان نیز می‌توانند به شرکت‌هایی که اعتبار تجاری بالاتری دارند؛ به دلیل نقش نظارتی بدهی تجاری، اعتماد بیشتری نمایند. علاوه بر این، مدیران در بسیاری از مواقع

می‌بایست از بدهی تجاری استفاده کنند، چرا که این موضوع موجب جذب سرمایه بیشتر با بهایی ارزان‌تر به دلیل افزایش حسن اطمینان سرمایه‌گذاران می‌گردد. همچنین می‌بایست توجه داشته باشند که وجود مشکلات نمایندگی و تمرکز مشتری می‌تواند بر رفتار هزینه در شرکت‌ها تاثیرگذار باشد. توصیه می‌شود در مطالعات آتی به بررسی اثر سایر متغیرهای مالی و حسابداری همانند بیش اطمینانی مدیران، رقابت، مسئولیت اجتماعی و محدودیت‌های مالی بر چسبندگی هزینه شرکت‌ها پرداخته شود. این پژوهش با محدودیت‌های زیر روبرو بوده است: ۱- عدم کنترل برخی از عوامل مؤثر بر نتایج پژوهش از جمله تأثیر متغیرهایی چون شرایط سیاسی و قوانین و مقررات ۲- عدم افشای اطلاعات تفصیلی متغیر تمرکز مشتری در بسیاری از شرکت‌ها.

منابع

- رستگاری، امیرحسین؛ حصارزاده، رضا؛ ساعی، محمدجواد. (۱۴۰۰). بررسی نقش سرمایه اجتماعی عمومی بر رفتار نامتقارن هزینه، مجله دانش حسابداری، ۱۲(۱): ۴۴-۱۹.
- شیبانی تذرجی، عباس؛ خدای پور، احمد؛ پورحیدری، امید. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر تمرکز مشتری بر اجتناب مالیاتی با در نظر گرفتن سهم بازار شرکت، فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۵(۲): ۲۱۵-۲۳۲.
- صفرزاده، محمدحسین؛ اناری، حامد. (۱۳۹۸). ارتباط بین بازار رقابتی با رفتار چسبندگی هزینه‌ها و راهبری شرکتی، پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، ۸(۱۴): ۱۱۹-۱۴۶.
- فتاحی، یاسین؛ کردستانی، غلامرضا؛ راستگویان، حسین. (۱۳۹۹). چسبندگی هزینه و ریسک اعتباری بانک‌ها، فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۳۱: ۹۹-۱۱۵.
- کامیابی، یحیی؛ گرجیان مهلبانی، رضا. (۱۳۹۵). بررسی اثر سیاست پولی بر رابطه بین محافظه کاری حسابداری و اعتبار تجاری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های حسابداری مالی، ۸(۳): ۱-۱۸.
- محمدی، بهنام؛ بخشی نژاد، محمود. (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین نقش تعدیل‌کننده استراتژی تجارت بر تأثیر چسبندگی هزینه بر جلوگیری از مالیات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری. ۱(۳): ۱-۱۰.
- محمودی، مریم؛ خرمن، منوچهر. (۱۳۹۹). بررسی نقش اعتبار تجاری در کاهش همزمانی قیمت سهام شرکت‌ها. کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری. ۹(۲): ۱-۱۸.
- نقش بندی، نادر؛ خانی، علی اکبر؛ کشتگر، الهام. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر چسبندگی هزینه و تمرکز مالکیت بر ریسک شرکت. فصلنامه چشم انداز حسابداری و مدیریت. ۲(۱۸): ۱-۲۰.
- نمازی، محمد؛ جعفری، زهرا. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر تعدیل‌کنندگان هزینه نمایندگی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۹(۲۴): ۱۵۹-۱۹۹.

References

- Anderson S, Lanen W. Understanding, (2008), Cost Management: What Can We Learn from the Evidence on Sticky Costs? Working Paper, Rice University, University of Michigan
- Anderson, M.C., Banker, R.D., Janakiraman, S.N. (2003). Are selling, general and administrative costs “sticky”? Journal of Accounting Research, 41(1), 47-63.

- Baggs, J., and J.-E. de Bettignies, (2007), Product market competition and agency costs. *The Journal of Industrial Economics*, 55(2), 289-323.
- Banker, R.D., Byzalov, D., Chen, L.T. (2014). Employment protection legislation, adjustment costs and cross-country differences in cost behavior. *Journal of Accounting and Economics*, 55(1), 111-127.
- Banker, R. D., D. Byzalov, S. Fang, and Y. Liang, (2018), Cost management research, *Journal of Management Accounting Research*, 30(3), 187–209.
- Bertrand, M., and S. Mullainathan, (2003), Enjoying the quiet life? Corporate governance and managerial preferences, *Journal of Political Economy* 111(5), 1043–1075.
- Brüggen, A., and J. O. Zehnder, (2014). SG&A cost stickiness and equity-based executive compensation: does empire building matter?, *Journal of Management Control*, 25 (3- 4): 169-192
- Bugeja, M., Lu, M., and Shan, Y., (2015). Cost stickiness in Australia: characteristics and determinants. *Australian Accounting Review*. 25 (3): 248–261
- Chen, C. X., Lu, H., and Sougiannis, T., (2012). The agency problem, corporate governance and the asymmetrical behavior of selling, general and administrative costs. *Contemporary Accounting Research*. 29 (1): 252–282.
- Cooper, R., and R. S. Kaplan, (1998). The promise and peril of integrated cost systems, *Harvard Business Review* 76(4), 109–119.
- Costa, D., Habib. A., (2020). Trade credit and cost stickiness. *Accounting & Finance*. 3 (1): 1-41.
- Dai, B., and Yang, F. (2015). Monetary Policy, Accounting Conservatism and Trade Credit. *Journal of Accounting Research*, Vol. 8, No. 4, Pp. 295–313.
- Dalla Via, N., Perego, P., (2014). Sticky cost behaviour: evidence from small and medium sized companies. *Accounting and Finance*. 54 (3): 753–778.
- Datta, D. K., J. P. Guthrie, D. Basuil, and A. Pandey, 2010, Causes and effects of employee downsizing: a review and synthesis, *Journal of Management* 36(1), 281–348.
- D'Mello R., Toscano, F., (2020). Economic policy uncertainty and short-term financing: The case of trade credit. *Journal of Corporate Finance*. 16 (2): 108-178.
- Fattahi Y, Kordestani G, Rastguian H. (2020). Cost Stickiness and Banks Credit Risk. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 9 (31): 99-115. (in Persian)
- Fisman, R., and I. Love, (2003), Trade credit, financial intermediary development, and industry growth, *The Journal of Finance* 58(1), 353–374.
- Guariglia, A., and S. Mateut, (2006), Credit channel, trade credit channel, and inventory investment: evidence from a panel of UK firms, *Journal of Banking and Finance* 30 (10), 2835–2856.
- Guo, Z., K. C. Chan, and J. Huang, (2018), Can media coverage restrain executive empire building and pursuit of a quiet life? Evidence from China, *International Review of Economics and Finance* 56, 547–563.
- Habib, A., Costa, M., (2020), Debt maturity and cost stickiness, *Journal of crop acct fin*, (32), 78-89.
- Hartlieb, S., Loy, T., Eierle, B. (2020). Does community social capital affect asymmetric cost behavior? *Management Accounting Research*, 46, 1-15.

- Hope, O. K., and W. B. Thomas, 2008, Managerial empire building and firm disclosure, *Journal of Accounting Research* 46(3), 591–626.
- Jensen, M. C., (1986), Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers, *American Economic Review* 76(2), 323–329.
- Jin, Z., Wu, H., (2021), Economic policy uncertainty and cost stickiness, *Management Accounting Research* 52 (3) 100750.
- Jorion, P., and G. Zhang, 2009, Credit contagion from counterparty risk, *The Journal of Finance* 64(5), 2053–2087.
- Kamyabi, Y., Gorjian Mehlalani, R. (2016). The Effect of Monetary Policy on the Relationship between Accounting Conservatism and Trade Credit in Listed Companies of Tehran Stock Exchange. *Journal of Financial Accounting Research*, 8(3), 1-18. (in Persian).
- Lee, E., Kim, C., Leach-López, M., (2020). Banking Competition and Cost Stickiness. *Finance Research Letters*. 20 (11): 101-859.
- Lee, W. J., Pittman, J., & Saffar, W. (2020). Political uncertainty and cost stickiness: Evidence from national elections around the world. *Contemporary Accounting Research*, 37 (2), 1107-1139.
- Li, T., Lu, Ch, (2021), Stakeholder orientation and cost stickiness: Evidence from a natural experiment, *Finance Research Letters*, 4(3), 231-149.
- Li, W. L., and K. Zheng, (2017), Product market competition and cost stickiness, *Review of Quantitative Finance and Accounting* 49(2), 283–313.
- Love, I., and R. Zaidi, (2010), Trade credit, bank credit and financial crisis, *International Review of Finance* 10(1), 125–147.
- Masulis, R. W., C. Wang, and F. Xie, (2007). Corporate governance and acquirer returns, *The Journal of Finance*, 62(4), 1851-1889.
- Mahmoudi, M., Khormin, M. (2019). Investigating the role of trade credit in reducing the simultaneity of company stock prices. *National conference of economics, management and accounting*. 9 (2): 1-18.
- Mohammadi, B. & Bakshinejad, M. (2019). Investigating the relationship between the moderating role of business strategy on the effect of cost stickiness on tax avoidance of companies listed on the Tehran Stock Exchange. *The international conference on new challenges and solutions in industrial engineering and management and accounting*. 1 (3): 1-10.
- Naghshbandi, N., akbarkhani, M., keshtgar, E. (2020). The effect of cost stickiness and ownership concentration on firm risk. *Journal of Accounting and Management Vision*, 2(18), 28-47. (in Persian)
- Namazi, M., jafari, Z. (2020). Agency Costs Moderating Effects On The Relation between Corporate Social Responsibility and Cost Stickiness. *Empirical Research in Accounting*, 9(4), 169-200. (in Persian)
- Norden, L., G. F. Udell, and T. Wang, (2020). Do bank bailouts affect the provision of trade credit? *Journal of Corporate Finance* 60. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2019.101522>
- Noreen, E., (1991). Conditions under which activity-based cost systems provide relevant costs. *Journal of Management Accounting Research*. 3 (4): 159–168
- Petersen, M. A., and R. G. Rajan, (1997). Trade credit: theories and evidence, *The Review of Financial Studies* 10(3), 661–691.

- Petersen, M.A. (2009). Estimating standard errors in finance panel data sets: comparing approaches. *The Review of Financial Studies*, 22(1), 435-480
- Rastegari, A., Hesarzadeh, R., Saey, M. (2021). The Impact of Community Social Capital on Asymmetric Behavior of Cost. *Journal of Accounting Knowledge*, 12(1), 19-44. (in Persian)
- Safarzadeh, M., anari, H. (2019). A Survey on the Relationship between Product Market Competition with Cost Stickiness Behavior and Corporate Governance. *Applied Research in Financial Reporting*, 8(1), 119-146. (in Persian)
- Sheybani Tezerj, A., Khodamipour, A., Pourheidari, O. (2019). Investigating the Effect of Customer Concentration on Tax Avoidance, Considering Firm's Market Share, *Accounting and Auditing Review*, 25(2). 215-232. (in Persian)
- Shou, Y., Shao, J., Wang, W., Lai, K., (2020). The impact of corporate social responsibility on trade credit: Evidence from Chinese small and medium-sized manufacturing enterprises. *Int. J. Production Economics*. 230 (2):107809.
- Stulz, R., (1990). Managerial discretion and optimal financing policies, *Journal of Financial Economics* 26(1), 3–27.
- Uesugi, I., and G. M. Yamashiro, (2008). The relationship between trade credit and loans: evidence from small businesses in Japan, *International Journal of Business* 13(2), 141– 163.
- Wenfeng Wua., Oliver M. Rui b, and Chongfeng, Wu. (2011). the Relationship between Financial Development and Trade Credit to the Amount of Funding. *Journal Research Economic*, Vol. 2, No. 1, Pp. 66-82.
- Williamson, O. E., (1963), Managerial discretion and business behaviour, *American Economic Review* 53(5), 1032–1057.
- Xue, S., Hong, Y. (2016). Earnings Management, corporate governance and expense stickiness. *China Journal of Accounting Research*, 9(1), 41-58.
- Yang, X., (2011). The role of trade credit in the recent subprime financial crisis, *Journal of Economics and Business* 63(5), 517–529.
- Yasukata K, Kajiwara T. (2011). Are “Sticky Costs” the Result of Deliberate Decision of Managers? Online: <http://www.ssrn.com>.

COPYRIGHTS



© 2022 by the authors. License Alzahra University, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)