

The Impact of Community Social Capital on Asymmetric Behavior of Cost

*Amirhossein Rastegari**
*Reza Hesarzadeh***
*Mohammad Javad Saei****

Abstract

Objective: The purpose of this research is investigating the effect of community social capital on asymmetric behavior of cost. Social capital refers to features of social organization such as norms and networks that simplify cooperation and harmony for mutual benefit. Community social capital captures the strength of cooperative norms and the density of social networks in a region. Cost stickiness is a behavioral property of cost that is substantially based on managerial decisions. In this case of cost behavior, managers are quick to expand resources when demand is increasing, but for a variety of reasons choose to stick with unutilized capacity when sales are decreasing. As such, community social capital is a socio-economic factor that might affect managerial resource adjustment decisions via different channels.

Methods: The method of the present research is descriptive-correlation because in this study the principle is to make hypotheses, test them, explain the relationships between phenomena and also analyze the dependent variable based on independent variables. For this purpose, we have collected the financial information related to 191 companies listed in Tehran Stock Exchange during the period of 2012 to 2018 and measure the community social capital index by different provinces of the country. In order to measure the community social capital index, we used the components of participation rate in elections, labor force participation rate, density of social networks and density of non-profit organizations by quarterly method. We also use multiple linear regression patterns to test research hypotheses.

Results: Research findings indicate that, there is a significant relationship between community social capital and the degree of stickiness in selling, general and administrative costs. In this regard community social capital significantly increases the degree of stickiness in selling, general and administrative costs. The findings also show that, there is no significant relationship between community social capital and the degree of stickiness in the total operating costs and cost of goods sold. Hence, we observe an issue related to the personal motivations of managers and their opportunistic behaviors.

Conclusion: Based on the findings of the study, it can be argued that community social capital restrains managers from taking opportunistic resource adjustment decisions that would

Abstract

reduce costs stickiness. And this leads to an increase in the degree of costs stickiness. This article confirms the important role of managerial opinion in cost behavior and how local environmental factors show differences in firm's cost behavior.

Keywords: *Cost Behavior, Cost Stickiness, Social Capital, Managerial Opportunism.*

Paper Type: *Research Paper.*

Citation: Rastegari, A.H., Hesarzadeh, R., Saei, M.J. (2021). The impact of community social capital on asymmetric behavior of cost. *Journal of Accounting Knowledge*, 12(1), 19-44 [In Persian].



بررسی نقش سرمایه اجتماعی عمومی بر رفتار نامتقارن هزینه

امیرحسین رستگاری*

رضا حصارزاده**

محمدجواد ساعی***

چکیده

هدف: سرمایه اجتماعی عمومی به عنوان عاملی اقتصادی- اجتماعی از طرق مختلفی بر تصمیمات مدیریتی مربوط به تعدیل منابع شرکت تأثیرگذار است. به این ترتیب، هدف از انجام پژوهش بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی عمومی بر رفتار نامتقارن هزینه است.

روش: به منظور دستیابی به هدف پژوهش، اطلاعات مالی مربوط به ۱۹۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ جمع‌آوری و شاخص سرمایه اجتماعی عمومی، به تفکیک استان‌های مختلف کشور اندازه‌گیری می‌گردد. همچنین جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق نیز از الگوی رگرسیون خطی چندگانه استفاده خواهد شد.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی عمومی به صورت معناداری میزان چسبندگی در هزینه‌های فروش، اداری و عمومی را افزایش می‌دهد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که میان سرمایه اجتماعی عمومی و میزان چسبندگی در مجموع کل هزینه‌های عملیاتی و بهای تمام شده کالای فروش رفته، ارتباط معناداری وجود ندارد.

نتیجه‌گیری: سرمایه اجتماعی عمومی، مدیران را از اتخاذ تصمیمات فرصت طلبانه آنها در رابطه با تعدیل منابع شرکت که موجب کاهش چسبندگی هزینه‌ها می‌شود، باز خواهد داشت و از این طریق منجر به افزایش در چسبندگی هزینه‌ها می‌گردد.

واژه‌های کلیدی: چسبندگی هزینه، رفتار هزینه، سرمایه اجتماعی، فرصت‌طلبی مدیریتی.

نوع مقاله: پژوهشی.

استناد: رستگاری، امیرحسین؛ حصارزاده، رضا؛ ساعی، محمدجواد. (۱۴۰۰). بررسی نقش سرمایه اجتماعی عمومی بر رفتار نامتقارن هزینه. *دانش حسابداری*، ۱۲(۱)، ۴۴-۱۹.

دانش حسابداری، دوره دوازدهم، ش ۱، پیاپی ۴۴، صص. ۴۴-۱۹.

* دانشجوی کارشناسی ارشد گروه حسابداری مدیریت، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. (رایانامه: am.rastegari@mail.um.ac.ir).

** نویسنده مسئول، دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. (رایانامه: hesar-zadeh@um.ac.ir).

*** استادیار گروه حسابداری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. (رایانامه: mj-saei@um.ac.ir).

تاریخ پذیرش: ۹۹/۸/۱۲

تاریخ دریافت: ۹۹/۳/۹

دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان.

مقدمه

مجموعه پژوهش‌های صورت گرفته دانشگاهی بیان‌گر این نکته هستند که تصمیمات مدیریتی و سازمانی در یک خلأ اجتماعی پدیدار نمی‌گردند؛ بلکه تحت تأثیر محیط اجتماعی قرار خواهند گرفت (ناهاییت و غشال^۱، ۱۹۹۸؛ درویگ و هبلر^۲، ۲۰۰۳). در مطالعه حاضر به بررسی اثرات عوامل محیط اجتماعی بر رفتار نامتقارن هزینه با تأکید بر چسبندگی هزینه پرداخته می‌شود. به بیانی دقیق‌تر، در پژوهش فعلی نقش سرمایه اجتماعی عمومی بر تغییرات چسبندگی هزینه مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

سرمایه اجتماعی عمومی به عنوان قدرت هنجارهای مشارکتی و تراکم شبکه‌ها در منطقه تعریف می‌شود (برای مثال، پاتنام^۳، ۱۹۹۵). هنجارهای مشارکتی، هنجارهای اجتماعی هستند که مانع از انجام اقدامات فرصت‌طلبانه توسط افراد می‌گردند. تراکم شبکه‌های اجتماعی نیز موجب تسهیل تعاملات اجتماعی و افزایش سطوح مجازات‌های مقرر شده برای سوء رفتارهای صورت گرفته می‌شود (کلمن^۴، ۱۹۸۸). بنابراین، سرمایه اجتماعی عمومی به عنوان مفهومی اقتصادی-اجتماعی محسوب خواهد شد. در این راستا، میزان فرصت‌طلبی افراد و تعاملات اجتماعی میان آنها یا حتی میزان اعتماد به دیگران در مناطقی با چارچوب‌های فرهنگی مختلف، متفاوت است (کلمن، ۱۹۸۸).

سرمایه اجتماعی از طرق متفاوتی رفتار هزینه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. نخست، سرمایه اجتماعی از بروز رفتارهای فرصت‌طلبانه توسط مدیران جلوگیری می‌کند. ادبیات معاصر نشان می‌دهد، مدیران شرکت‌هایی که در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالا قرار دارند؛ تمایل کمتری به بروز رفتارهای فرصت‌طلبانه و همچنین مشارکت در امر مدیریت سود را از خود نشان داده (جها^۵، ۲۰۱۷) و با توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت، نسبت به جامعه خود با تعهد بیشتری رفتار می‌کنند (هوی^۶ و همکاران، ۲۰۱۸). از آنجا که رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریتی منجر به بروز عدم تقارن در رفتار هزینه‌ها می‌گردد؛ انتظار می‌رود شاهد یک ارتباط معنادار میان سرمایه اجتماعی و رفتار نامتقارن هزینه باشیم. به عبارتی سرمایه اجتماعی عمومی مانع از اتخاذ تصمیمات خود محور مدیران در رابطه با تعدیل منابع شده و از این طریق منجر به ایجاد تغییراتی در رفتار هزینه می‌گردد. همچنین سرمایه اجتماعی عمومی باعث افزایش سطوح تعاملات اجتماعی و ایجاد اعتماد متقابل در منطقه می‌گردد. روابط اجتماعی قوی‌تر میان مدیران و کارکنان آنها به همراه رفتار دگردوستانه^۷ مدیریتی تأثیر قابل توجهی بر تصمیمات مربوط به اشتغال شرکت و گردش کارکنان آن خواهد گذاشت (لیانا و ون‌بورن^۸، ۱۹۹۹؛ درویگ و هبلر^۹، ۲۰۰۳). در همین راستا، سرمایه اجتماعی هزینه‌های تعدیلی شرکت را افزایش داده و مانع از تعدیل ظرفیت شرکت توسط مدیران به هنگام کاهش فروش خواهد شد. به این ترتیب، شاهد بروز رفتار نامتقارن در هزینه‌ها خواهیم بود. در پایان، مدیران در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالا خوش‌بینی بیشتری را نسبت به تقاضای فروش شرکت در دوره‌های آتی از خود نشان می‌دهند (دیکارلیس و ساپاریتو^{۱۰}، ۲۰۰۶). بروز این قبیل رفتارهای خوش‌بینانه مدیریتی باعث می‌شود تا مدیران تقاضای فروش شرکت در دوره‌های آتی را بیش از حد ارزیابی کرده و ظرفیت شرکت را با توجه به فعالیت فعلی آن تعدیل نکنند. بر این اساس یک ارتباط معنادار را میان سرمایه اجتماعی عمومی و رفتار نامتقارن هزینه متصور خواهیم شد.

در پژوهش فعلی، با فرض اینکه سرمایه اجتماعی عمومی به عنوان یک عامل محیطی بر تصمیمات مدیریتی مربوط به رفتار هزینه اثرگذار خواهد بود؛ به دنبال کشف جهت تأثیرگذاری هستیم. بدین منظور شاخص سرمایه اجتماعی عمومی را به تفکیک استان‌های مختلف کشور اندازه‌گیری شده است؛ چراکه مبنای اصلی این مفهوم، تسهیل کنش جمعی در سطح سازمان‌ها و نهادهای استانی (محلی) به جای سطوح ملی است؛ سپس به بررسی میزان چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با توجه به مکان جغرافیایی دفاتر مرکزی آنها خواهیم پرداخت. در نهایت و به منظور دستیابی به هدف اصلی تحقیق، ارتباط میان این دو عامل را با یکدیگر بررسی خواهیم کرد تا مشخص شود با توجه به تغییرات صورت گرفته در سطوح سرمایه اجتماعی عمومی هر یک از استان‌ها، میزان چسبندگی هزینه شرکت‌های واقع در مناطق مذکور به چه میزان و در چه جهتی تغییر می‌کند.

یکی از وظایف با اهمیت مدیریت، کنترل عملیات و مسائل مالی مربوط به سازمان است؛ بنابراین، مدیران باید بتوانند با توجه به چسبندگی هزینه‌ها، ظرفیت واکنش شرکت را در قبال کاهش تقاضای فروش افزایش دهند (زنجیردار و همکاران، ۱۳۹۳)؛ چراکه، فهم رفتار چسبندگی هزینه منجر به سیستم کنترلی قوی‌تر و برنامه‌ریزی دقیق‌تر در سازمان خواهد شد (شافعی و محمدزاده مقدم، ۱۳۸۵). از طرفی بررسی ارتباط بین فروش و هزینه‌ها، امکان شناسایی هرگونه تحریف احتمالی در میزان هزینه‌ها را برای حساب‌برسان فراهم می‌آورد (قائمی و نعمت‌الهی، ۱۳۸۵). از این رو، بررسی ارتباط بین فروش و هزینه‌های شرکت به همراه شناسایی عوامل تأثیرگذار و تعیین‌کننده آن از ضرورت کافی برخوردار است؛ چراکه، این نتایج منجر به درک بهتر مدیران از رفتار هزینه جهت کنترل، برنامه‌ریزی و همچنین کاهش هزینه‌ها می‌گردد (حسینی‌پور و همکاران، ۱۳۹۸). یافته‌های حاصل شده در پژوهش حاضر، میزان تفاوت در چسبندگی هزینه شرکت را از طریق یک مفهوم جدید مورد بررسی قرار خواهد داد. این مفهوم ترکیبی از علوم مربوط به جامعه‌شناسی و حسابداری مدیریت را شامل می‌شود. نتایج این مطالعه در نهایت به ادبیات مربوط به رفتار هزینه کمک شایانی خواهد کرد. کچینگ^۱ و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند، اثرات عوامل محیطی مانند فرهنگ، تصمیمات مربوط به رفتار هزینه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در مطالعه حاضر به دنبال ارائه شواهدی هستیم که بر اساس آن، محیط اجتماعی و مؤسسات غیررسمی حاضر در سطح جامعه نیز بر رفتار هزینه تأثیرگذار خواهند بود. پژوهش حاضر به درک مدیران سازمانی، محققان حسابداری و حسابداران مدیریت نسبت به این موضوع که چگونه عوامل محیط اجتماعی بر تصمیمات مربوط به تعدیل منابع شرکت اثرگذار است، کمک شایانی خواهد کرد.

ادبیات پژوهش و بسط فرضیه‌ها

رفتار نامتقارن هزینه و تصمیم‌های مدیریتی

یکی از اصول اساسی و مهم حسابداری بهای تمام شده طبقه‌بندی هزینه‌ها به دو دسته ثابت و متغیر است. هزینه‌های ثابت، هزینه‌هایی هستند که حداقل در یک دامنه خاص از فعالیت، ثابت باقی مانده و متناسب با تغییرات صورت گرفته در سطوح فعالیت تغییر نکنند. الگوی سنتی رفتار هزینه، یک رابطه متقارن را میان تغییرات صورت گرفته در سطح فعالیت شرکت و هزینه‌های متغیر آن در نظر می‌گیرد (نورن^۱، ۱۹۹۱). بر اساس این دیدگاه سنتی، تصمیمات مدیریتی نقش با اهمیتی را ایفا نخواهند کرد؛ اگرچه در حال حاضر، با مجموعه شواهدی مواجه هستیم که با یافته‌های الگوی

سنی رفتار هزینه مغایرت دارند. نتایج تحقیقات صورت گرفته در این راستا حاکی از آن است که اختیارات و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی نیز می‌توانند منجر به بروز رفتار نامتقارن هزینه‌ها شود (بنکر^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۳؛ ژو و هانگ^{۱۳}، ۲۰۱۶؛ هارتلیب^{۱۴} و همکاران، ۲۰۲۰). مدیران به هنگام افزایش تقاضا برای فروش، سریعاً به توسعه منابع شرکت می‌پردازند؛ اما در زمان کاهش تقاضا برای فروش، به دلایل گوناگونی همچنان ظرفیت بلااستفاده را حفظ می‌کنند. در نتیجه هزینه‌ها متناسب با تغییرات صورت گرفته در سطوح فعالیت‌ها تغییر نمی‌کنند. به بیانی کلی، هزینه‌ها به ازای تغییرات یکسان مشاهده شده در سطح فعالیت شرکت به هنگام افزایش تقاضا برای فروش و کاهش آن، بیشتر از آنکه کاهش یابند؛ افزایش پیدا خواهند کرد (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳).

عوامل متعددی بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأثیر می‌گذارد؛ اما می‌توان آنها را در قالب سه حالت اصلی ارائه کرد (بنکر و همکاران، ۲۰۱۸). در حالت اول، مدیران به هنگام کاهش فروش، هزینه منفعت نگهداری و یا تعدیل منابع بلااستفاده را مورد بررسی قرار می‌دهند. هرچه هزینه‌های تعدیلی بیشتر باشد، تمایل مدیر به کاهش هزینه‌ها و به تبع آن تعدیل منابع بلااستفاده نیز کمتر می‌شود. هزینه‌های تعدیلی شامل هزینه‌های پولی از قبیل پرداخت خسارت به کارکنان کنار گذاشته شده در زمان تعدیل نیرو، هزینه‌های تحمل شده در جهت آموزش کارکنان جدید و هزینه‌های توسعه منابع به هنگام افزایش مجدد تقاضا برای فروش شرکت است. با وجود این، مدیران در بلند مدت جنبه غیر پولی آن مانند پایین آمدن روحیه کارکنان و یا از دست رفتن حسن شهرت خود را نیز در نظر می‌گیرند (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳).

در حالت دوم، مدیران برآورد و پیش‌بینی خود را نسبت به فروش شرکت در دوره‌های آتی، مد نظر قرار خواهند داد. بنابراین، احتمال اینکه مدیران با خوش‌بینی بیشتر و اعتماد به نفس بالاتر شرایط فروش در دوره‌های آتی را به میزان بیشتری برآورد کنند؛ افزایش خواهد یافت. مدیران خوش‌بین امیدوارند که کاهش فروش صورت گرفته مربوط به دوره کوتاه مدت فعلی باشد و این رکود طی مدت زمان آتی از بین برود. به این ترتیب، آنها از تحمل هزینه‌های اضافی جهت بازایی ظرفیت اصلی شرکت به هنگام افزایش فروش، جلوگیری خواهند کرد و تصمیم به حفظ منابع بلااستفاده موجود را می‌گیرند. اگرچه در شرایطی متفاوت و در صورتی که مدیران کاهش فروش را بلند مدت ارزیابی کنند؛ تمایل بیشتری به کاهش منابع بلااستفاده را از خود نشان می‌دهند؛ چراکه، آنها از این طریق هم هزینه‌های عملیاتی جاری را کاهش می‌دهند و هم از تحمل هزینه‌های تعدیلی آتی شرکت جلوگیری به عمل خواهند آورد (چن^{۱۵} و همکاران، ۲۰۱۳؛ بنکر و همکاران، ۲۰۱۴).

در حالت سوم، انگیزه‌های شخصی مدیریتی برای دستیابی به سود هدف، منجر به ایجاد تغییراتی در ساختار هزینه می‌گردد. در همین راستا، مدیران در زمان کاهش فروش و به منظور جلوگیری از گزارش زیان یا کاهش سود و همچنین برآورده ساختن انتظارات تحلیل‌گران نسبت به سود شرکت، هزینه‌های خود را کاهش می‌دهند (گراهام^{۱۶} و همکاران، ۲۰۰۵؛ کوهن^{۱۷} و همکاران، ۲۰۰۸). کاما و ویس^{۱۸} (۲۰۱۳) ادعا می‌کنند انگیزه‌های شخصی مدیران برای رسیدن به سود هدف، آنها را به سمت سرعت بخشیدن در تعدیل منابع و کاهش ظرفیت بلااستفاده شرکت جهت صرفه‌جویی در هزینه‌های عملیاتی جاری سازمان، سوق می‌دهد. این قبیل تصمیمات سنجیده مدیریتی بر رفتار نامتقارن هزینه اثر گذاشته و موجب کاهش در میزان چسبندگی هزینه خواهد شد. با این حال انگیزه‌های شخصی مدیریتی نمی‌تواند صرفاً منجر به

کاهش چسبندگی هزینه‌ها گردد. از این رو می‌توان به مسئله معروف نمایندگی به نام امپراطورسازی مدیریتی اشاره کرد. این مفهوم بدین معناست که مدیریت تمایل به رشد شرکت بیشتر از اندازه بهینه خود و همچنین حفظ منابع بلااستفاده آن، با هدف افزایش منفعت شخصی‌اش از جمله شأن، مقام، قدرت و اعتبار را دارد (مسولیس^{۱۹} و همکاران، ۲۰۰۷). در این حالت میزان چسبندگی هزینه افزایش خواهد یافت. بنابراین، در میان حالات مختلف انگیزشی مدیران، مدیریت سود صورت گرفته در راستای دستیابی به سود هدف و امپراطورسازی مدیر می‌تواند انعکاس دهنده انواع رفتارهای فرصت طلبانه مدیریتی که بر رفتار هزینه اثرگذار است، باشند (ژو و هانگ، ۲۰۱۶).

سرمایه اجتماعی عمومی

محققان علوم اجتماعی تعاریف مختلفی را برای مفهوم سرمایه اجتماعی (عمومی) بیان کرده‌اند. پاتنام (۱۹۹۵، ص ۶۷) تعریف نسبتاً جامعی را درباره این موضوع ارائه داده است که در برگیرنده مفاهیم مختلفی از جمله شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد است. به بیان وی «سرمایه اجتماعی به ویژگی‌های سازمان‌های اجتماعی مانند شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد اشاره دارد که هماهنگی و مشارکت را جهت کسب منافع متقابل، تسهیل می‌نماید».

سرمایه اجتماعی عمومی نوعی از سرمایه متعلق به یک شرکت (مانند سرمایه فیزیکی) یا حتی سرمایه متعلق به یک مدیر (مانند سرمایه انسانی) نیست؛ بلکه، این نوع از سرمایه متعلق به جامعه محلی بوده و از طریق پذیرش هنجارها و ارزش‌های حاکم بر آن قابل دستیابی است (هوی و همکاران، ۲۰۱۸). این نوع از سرمایه را اغلب با نرخ مشارکت افراد در زندگی جمعی و وجود عامل اعتماد در میان آنها بیان می‌کنند. بنابراین، سرمایه اجتماعی عمومی اغلب به عنوان یک هنجار مشارکتی و اجتماعی تعریف می‌گردد که افراد حاضر در جامعه را متعهد به رفتار کردن در چارچوب اخلاق می‌سازد. به بیان ویژه فوکویاما^{۲۰} (۲۰۰۱، ص ۷) سرمایه اجتماعی را به صورت متقابل تعریف می‌کند. وی سرمایه اجتماعی را «یک هنجار غیررسمی که ترویج دهنده همکاری و تعاون میان دو یا چند نفر باشد» معرفی می‌کند. در مناطقی با هنجارهای مشارکتی بالا، مردم در برگیرنده مجموعه‌ای از اعتقادات و باورهای مشترک هستند که این عوامل مانع از بروز رفتارهای فرصت طلبانه توسط اشخاص و سازمان‌ها می‌گردد. زیرا چنین رفتارهای فرصت طلبانه‌ای متناقض با ارزش‌های مقرر شده مرتبط با هنجارهای کسب منافع مشترک عمل خواهند کرد (کلمن، ۱۹۸۸؛ هوی و همکاران، ۲۰۱۸؛ الستر^{۲۱}، ۱۹۸۹).

بر اساس رویکردی دیگر، سرمایه اجتماعی عمومی به عنوان مجموعه‌ای از شبکه‌ها در نظر گرفته می‌شود. ناهاپیت و غشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی عمومی را به عنوان مجموعه منابع واقعی و قابل دسترس، که نشأت گرفته از شبکه روابط متعلق به افراد یا مؤسسات و نهادهای اجتماعی است؛ تعریف کرده‌اند. سرمایه اجتماعی عمومی تسهیل کننده اقدامات افراد در شبکه‌ها و همچنین برقرار کننده اعتماد متقابل میان آنها است (کلمن، ۱۹۸۸). از طرفی شبکه‌های اجتماعی قدرتمند، سطوح مجازات‌های اجتماعی تعیین شده برای سوء رفتارهای صورت گرفته در جامعه را افزایش داده و از این طریق منجر به کاهش بروز رفتارهای فرصت طلبانه توسط افراد می‌گردند (گایسو^{۲۲} و همکاران، ۲۰۰۴). با توجه به ادبیات پیشین و همان‌طور که این دو معیار (هنجارهای مشارکتی و شبکه‌های اجتماعی) به وضوح از یکدیگر قابل تمایز نیستند؛ تفاوتی را میان آنها قائل نمی‌شویم (گایسو و همکاران، ۲۰۰۴؛ جها، ۲۰۱۷).

به بیانی خلاصه، مناطقی با سرمایه اجتماعی عمومی بالاتر شامل هنجارهای مشارکتی قوی تر و تراکم بیشتری از شبکه‌ها هستند که این امر باعث بروز رفتارهای دگردوستانه و ایجاد اعتماد متقابل در جامعه می‌گردد. به این دلیل، سرمایه اجتماعی عمومی ساختاری اقتصادی- اجتماعی و محیطی را داراست که علاوه بر فرد، رفتار سازمانی را نیز تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.

بررسی نحوه تأثیر سرمایه اجتماعی عمومی بر رفتار هزینه

وجود شواهدی مستدل، حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی عمومی بر تصمیمات مدیریتی و سازمانی اثرگذار است (پایه^{۳۳} و همکاران، ۲۰۱۱). نتایج تحقیقات معاصر نشان می‌دهد، مدیران در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالاتر، رفتارهای فرصت طلبانه کمتری را از خود بروز می‌دهند. بر اساس ملاحظات نظری، مشارکت در هنجارها باعث ایجاد محدودیت در منافع شخصی افراد می‌شود (برای مثال، نک و کفر^{۲۴}، ۱۹۹۷). همچنین تراکم بالای شبکه‌های اجتماعی از بروز رفتارهای فرصت طلبانه صورت گرفته توسط مدیران در جهت منافع شخصی‌شان، خودداری به عمل خواهد آورد (کلمن، ۱۹۸۸). جها (۲۰۱۷) بیان می‌کند، در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالا، میزان مجازات‌های تعیین شده برای مدیران ارشد اجرایی متقلب، افزایش خواهد یافت. در نتیجه، مدیران ناگزیر به محدود کردن رفتارهای فرصت طلبانه خود و جایگزین کردن آن با هنجارهای مشارکتی در سازمان هستند (کلمن، ۱۹۸۸). به این ترتیب، مدیران کمتر درگیر مدیریت سود شده (جها، ۲۰۱۷) و فرارهای مالیاتی صورت گرفته نیز کاهش می‌یابد (حسن^{۲۵} و همکاران، ۲۰۱۷). در این شرایط مدیران تمایل بیشتری به مشارکت در بحث مسئولیت اجتماعی شرکت دارند (جها و کوس^{۲۶}، ۲۰۱۵؛ هوی و همکاران، ۲۰۱۸). بر این اساس، مدیران کمتر در راستای کسب منافع شخصی خود گام برداشته و بیشتر متمایل به انجام امور مشارکتی خواهند بود.

مدیران در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالا، در جهت کسب منافع شرکت عمل خواهند کرد. به این دلیل تضاد نمایندگی و بروز رفتارهای فرصت طلبانه نقش کم‌رنگی را در رفتار هزینه ایفا می‌کنند. هنگامی که مدیران تصمیمات مربوط به تعدیل منابع را به واسطه انگیزه‌های فرصت طلبانه و در راستای کسب منافع شخصی خود می‌گیرند؛ دچار ناکارآمدی و اشتباه در تخصیص منابع سازمان خواهند شد. از جمله این انگیزه‌های شخصی مدیریتی می‌توان به انگیزه دست‌یابی به سود هدف توسط مدیر و امپراطورسازی مدیریتی اشاره کرد. بر اساس مبانی نظری موجود و همان‌گونه که در قسمت‌های قبل نیز به آن اشاره شد، انگیزه‌های شخصی مدیر در راستای دست‌یابی به سود هدف از طریق تسریع در تعدیل منابع شرکت به هنگام کاهش فروش منجر به کاهش چسبندگی هزینه خواهد شد؛ با این وجود و در حالتی متفاوت، رفتارهای فرصت طلبانه مدیریتی که در راستای امپراطورسازی وی بروز می‌کند نیز بر رفتار نامتقارن هزینه مؤثر بوده و از طریق نگهداری منابع بلااستفاده شرکت در زمان رکود باعث افزایش چسبندگی هزینه می‌گردد (چن و همکاران، ۲۰۱۳؛ کاما و ویس، ۲۰۱۳؛ ژو و هانگ، ۲۰۱۶). در مناطقی که سرمایه اجتماعی در سطح بالایی قرار دارد، هنجارهای اجتماعی و انبوه شبکه‌ها بر حقوق شهروندی و رفتارهای مشارکتی در میان افراد تأکید می‌کنند. در این حالت احتمال بروز رفتارهای فرصت طلبانه توسط مدیران کاهش یافته و آنها بدین وسیله، از مجازات‌های اجتماعی مقرر شده اجتناب خواهند کرد. به بیانی خلاصه، چن و همکاران (۲۰۱۲) به این نتیجه رسیدند که تصمیمات مدیریتی مربوط به

تعدیل منابع در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالا، به احتمال کمتری از انگیزه‌های شخصی مدیران نشأت خواهد گرفت. از این رو، سرمایه اجتماعی عمومی می‌تواند بر رفتار نامتقارن هزینه اثرگذار بوده و از طریق کاهش انگیزه‌های شخصی مدیران در راستای دستیابی به سود هدف، منجر به افزایش میزان چسبندگی هزینه‌ها شود؛ یا در حالی متفاوت و با محدود کردن رفتارهای فرصت طلبانه مدیریتی مانند امپراطورسازی مدیران باعث کاهش در میزان چسبندگی هزینه‌ها گردد.

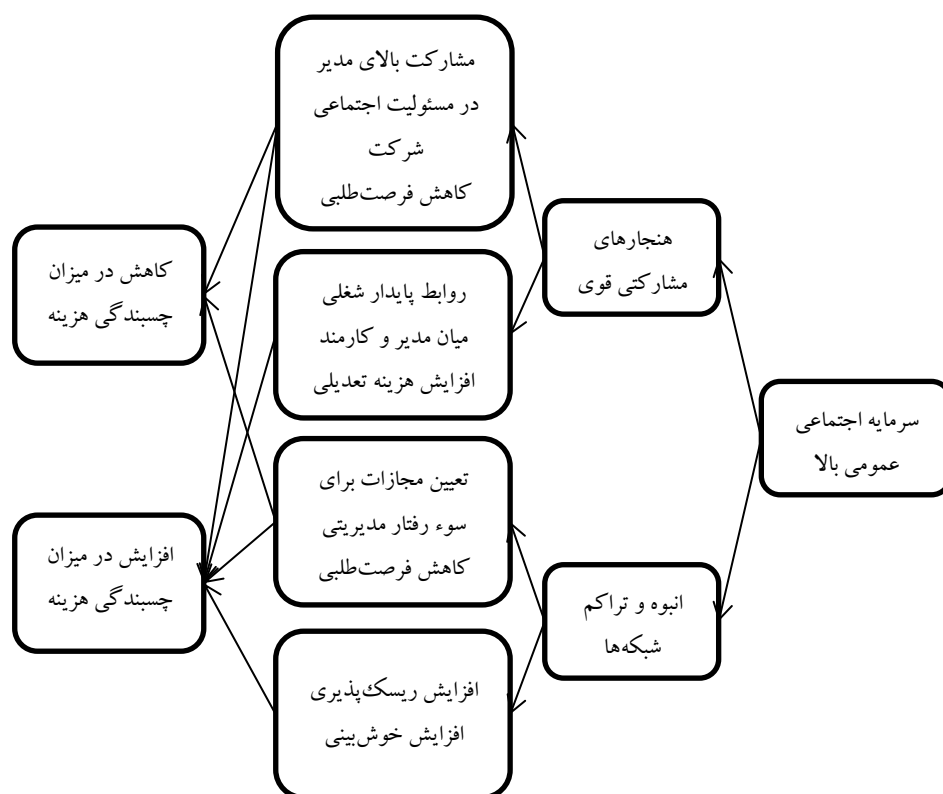
نتایج تحقیقات گذشته به خوبی نشان دهنده این موضوع هستند که وجود مجموعه‌ای قدرتمند از شبکه‌ها، فعالیت‌های مربوط به استخدام شرکت و گردش کارکنان آن را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. کارمندان حاضر در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالا، تمایل به توسعه تعاملات اجتماعی داشته که این امر موجب تعهد بیشتر آنها به سازمان و افزایش مشارکت صورت گرفته در محل کارشان خواهد شد (اسپنگل^{۲۷}، ۱۹۹۹). به علاوه، اعتماد مدیران نسبت به کارکنان خود افزایش یافته و توجه بیشتری به آموزش، یادگیری و انجام امور مشارکتی توسط آنها خواهند داشت. در نتیجه، روابط اجتماعی و شغلی قوی‌تری میان مدیران و کارکنان آنها پدیدار خواهد شد (لیانا و ون‌بورن، ۱۹۹۹؛ درویگ و هبلر، ۲۰۰۳). در این راستا، مدیران رفتار دگردوستانه‌تری را از خود بروز می‌دهند. این امر ممکن است ناشی از وجود هنجارهای مشارکتی قوی‌تر یا ترس از مجازات‌های اجتماعی مقرر شده توسط شبکه‌های اجتماعی باشد. بدین ترتیب، مدیران تمایل کمتری به اخراج کارمندان و کاهش ظرفیت بلااستفاده شرکت در دوره رکود خواهند داشت. به بیانی خلاصه، سرمایه اجتماعی عمومی منجر به ایجاد روابط شغلی پایدارتر شده و از این طریق باعث افزایش هزینه‌های تعدیلی می‌گردد. در نتیجه، ارتباط مثبتی را بین سرمایه اجتماعی عمومی و رفتار نامتقارن هزینه شاهد خواهیم بود.

ادبیات مربوط به حوزه کارآفرینی نیز بیان می‌کند، مدیران حاضر در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالا، با خلاقیت و ریسک‌پذیری بیشتری عمل خواهند کرد (دی کارلیس و ساپاریتو، ۲۰۰۶). همچنین یوسلانتر^{۲۸} (۲۰۰۲) معتقد است، مردم در جوامعی با تراکم بالای شبکه‌های اجتماعی و میزان بالای انسجام مدنی به صورت خوش‌بینانه‌تر رفتار می‌کنند. در این حالت شاهد بروز دو ویژگی خوش‌بینی و ریسک‌پذیری به صورت همزمان خواهیم بود. در همین راستا، این احتمال وجود دارد که مدیران در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالا، انتظار موقتی بودن دوره رکود و کاهش فروش را داشته باشند و منابع شرکت را در زمان کاهش تقاضا برای فروش تعدیل نکنند. بنابراین، این بعد از سرمایه اجتماعی عمومی نیز بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها اثرگذار خواهد بود و موجب افزایش آن می‌گردد.

بر اساس آنچه تا به حال بیان شد، جهت بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی عمومی بر رفتار هزینه، در وهله اول از مجموع کل هزینه‌های عملیاتی استفاده خواهیم کرد. زیرا، مجموع کل هزینه‌های عملیاتی به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تأثیر اختیارات و تصمیمات مدیران قرار دارند و همچنین میزان گسترده‌ای از انتخاب‌های مدیریتی مربوط به رفتار هزینه را نیز دربرمی‌گیرند. برای مثال، این قبیل هزینه‌ها شامل هزینه‌های مربوط به نیروی کار (از قبیل دستمزد نیروی کار)، هزینه‌های مربوط به تولید کالا و ارائه خدمات و همچنین هزینه‌های مربوط به توزیع و بازاریابی می‌شوند. به این ترتیب، هزینه‌ها در معرض تحریفات ناشی از اشتباه در طبقه‌بندی نادرست آنها قرار نخواهند گرفت (سبرمانیم و ودنمرواتسون^{۲۹}، ۲۰۱۶). از این رو فرضیه اول پژوهش به شرح ذیل تبیین می‌گردد:

فرضیه اول: ارتباط معناداری میان سرمایه اجتماعی عمومی و چسبندگی مجموع کل هزینه‌های عملیاتی وجود دارد. بر اساس مبانی نظری مطرح شده، سرمایه اجتماعی عمومی بر تصمیم‌گیری‌های مرتبط با گردش کارکنان شرکت تأثیرگذار بوده، از این طریق، هزینه‌های مرتبط با نیروی کار (از قبیل هزینه دستمزد نیروی کار) را که جزء اصلی بهای تمام شده کالای فروش رفته و هزینه‌های فروش، اداری و عمومی است تحت تأثیر قرار می‌دهد. از طرفی فرصت‌طلبی مدیران نیز در وهله اول هزینه‌های فروش، اداری و عمومی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. در همین راستا و به منظور انجام بررسی‌های دقیق‌تر، اثر سرمایه اجتماعی عمومی را به صورت جداگانه بر هر یک از طبقات بهای تمام شده کالای فروش رفته و هزینه‌های فروش، اداری و عمومی مورد بررسی قرار خواهیم داد. بر این اساس، فرضیه‌های دوم و سوم پژوهش را بیان خواهیم کرد. از این رو، در خواهیم یافت کدام یک از طبقات هزینه تأثیر پررنگ‌تری را بر چسبندگی هزینه ایفا خواهد کرد.

فرضیه دوم: ارتباط معناداری میان سرمایه اجتماعی عمومی و چسبندگی بهای تمام شده کالای فروش رفته وجود دارد. فرضیه سوم: ارتباط معناداری میان سرمایه اجتماعی عمومی و چسبندگی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی وجود دارد. الگوی مفهومی پژوهش بر اساس مبانی نظری مطرح شده، در شکل ۱ به تصویر گذاشته شده است.



شکل ۱. تأثیر مورد انتظار سرمایه اجتماعی عمومی بر رفتار نامتقارن هزینه

پیشینه پژوهش

اگرچه در رابطه با موضوع اصلی پژوهش مطالعات چندانی صورت نگرفته است، با این حال در ادامه به برخی از پژوهش‌هایی که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با موضوع پژوهش حاضر در ارتباط هستند؛ اشاره خواهد شد.

برای اولین بار **اندرسون و همکاران (۲۰۰۳)** این فرضیه را که هزینه‌ها چسبنده‌اند بررسی کرده و وجود چسبندگی در رفتار هزینه را تأیید می‌کنند. آنها بیان کردند با یک درصد افزایش در فروش، هزینه‌ها به میزان ۵۵ درصد افزایش خواهد یافت؛ اما با کاهش یک درصد در فروش هزینه‌ها تنها به میزان ۳۵ درصد کاهش می‌یابد. این در حالی است که غالب تحقیقات صورت گرفته کنونی در این زمینه، به بررسی عوامل مؤثر بر چسبندگی هزینه می‌پردازند. در همین رابطه **چن و همکاران (۲۰۱۲)** در پژوهشی با موضوع مسأله نمایندگی، حاکمیت شرکتی و رفتار نامتقارن هزینه‌های فروش، اداری و عمومی، نشان دادند میزان عدم تقارن در رفتار هزینه‌های فروش، اداری و عمومی رابطه مثبت و معناداری با امپراطورسازی مدیران دارد که این رابطه می‌تواند توسط حاکمیت شرکتی بالا تضعیف شود. **ونیریز^{۳۰} و همکاران (۲۰۱۵)** در پژوهش خود به بررسی نقش سرمایه‌سازمانی بر رفتار چسبندگی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی پرداختند. نتایج آنان نشان داد، سرمایه‌سازمانی بالا (پایین) میزان چسبندگی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی را افزایش (کاهش) می‌دهد.

ژو و هانگ (۲۰۱۶) نیز به بررسی مدیریت سود، حاکمیت شرکتی و چسبندگی هزینه‌ها می‌پردازند. یافته‌ها نشان داد، حاکمیت شرکتی خوب چسبندگی هزینه را از طریق کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیریتی (امپراطورسازی مدیر) به میزان قابل توجهی کاهش می‌دهد؛ اگرچه تأثیر آن به اندازه مدیریت سود، قوی نیست. **هگ^{۳۱} و همکاران (۲۰۱۹)** به بررسی رفتار هزینه در قبال کاهش نرخ مالیات شرکت پرداختند. آنها بیان کردند، شرکت‌ها به هنگام کاهش فروش میزان چسبندگی در هزینه‌های فروش، اداری و عمومی را پیش از آنکه نرخ مالیات کاهش یابد؛ به صورت متناسب با آن کاهش می‌دهند. **گلدن^{۳۲} و همکاران (۲۰۲۰)** نیز در پژوهشی با موضوع هزینه‌های تعدیلی نیروی کار و رفتار نامتقارن هزینه به این نتیجه رسیدند وجود اعتماد به نفس بالاتر در نیروی کار ماهر با عدم تقارن بیشتر هزینه همراه است. همچنین تأثیر هزینه‌های تعدیلی مربوط به نیروی کار بر عدم تقارن هزینه‌ها هنگامی که نرخ بیکاری پایین است، بیشتر است.

در ایران نیز، **حقیقت و مرتضوی (۱۳۹۳)** دریافتند در دوره‌های افزایش فروش، سودهای آینده با تغییرات نسبت هزینه‌های عملیاتی رابطه منفی دارد. همچنین در دوره کاهش فروش نیز افزایش نسبت هزینه‌های عملیاتی موجب افزایش سود عملیاتی آینده می‌گردد. **علی‌احمدی و همکاران (۱۳۹۴)** در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که افزایش سرمایه‌سازمانی موجب افزایش چسبندگی هزینه‌ها در شرکت خواهد شد. **پورساسان و حصارزاده (۱۳۹۵)** به بررسی فرضیه‌های چسبندگی هزینه‌ها طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۲ پرداختند. نتیجه آنان نشان داد نظریه تأخیر در تعدیل هزینه در خصوص چسبندگی هزینه‌ها از توان توضیحی بیشتری برخوردار است و همچنین چسبندگی هزینه تابع تصمیمات مدیر نبوده و انگیزه‌های شخصی آنان ارتباط معناداری با کاهش میزان چسبندگی ندارد. **ایزدی‌نیا و هاشمی‌دهچی (۱۳۹۶)** در پژوهش خود به بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه‌ها پرداختند. نتایج آنان نشان داد نوعی ارتباط مثبت و معنادار میان مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه وجود دارد.

نمازی و فتحعلی (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی اثر سرمایه‌فکری و جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. یافته‌های آنها نشان داد میزان جریان نقد آزاد و سرمایه‌فکری بر چسبندگی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی اثرگذار بوده و همچنین شواهد حاکی از وجود رابطه معنادار و

ضدچسبنده میان آنها است. **سلیمانی امیری و همکاران (۱۳۹۷)** در پژوهش خود با عنوان چسبندگی هزینه و مدیریت سود با تمرکز بر انگیزه‌های مدیریتی در صنعت سیمان، به این نتیجه رسیدند که ارتباط منفی و معناداری میان چسبندگی هزینه و هموارسازی سود در صنعت سیمان وجود ندارد.

روش شناسی پژوهش

ماهیت و روش تحقیق

هدف از انجام پژوهش حاضر، آزمون نظریه‌ها، تبیین روابط میان پدیده‌ها و توسعه مجموعه دانش موجود با استفاده از استدلال عقلانی و قیاسی به کمک مطالعات کتابخانه‌ای است. روش پژوهش نیز توصیفی است؛ چراکه، در تحقیقات توصیفی اصل بر ساختن فرضیات، آزمون آنها و تحلیل روابط موجود میان متغیرهای جمع‌آوری شده است. همچنین با توجه به آنکه پژوهش فعلی به بررسی مجموعه روابط موجود میان متغیرها و پیش‌بینی متغیرهای وابسته بر اساس متغیرهای مستقل خواهد پرداخت؛ از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی با رویکرد رگرسیونی است.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش، تمامی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در فاصله زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ (آخرین سال انتشار سالنامه‌های آماری در زمان انجام این تحقیق) است. همچنین از آنجا که در تخمین الگوی پژوهش به اطلاعات سال مالی t-1 و t-2 نیز نیازمند هستیم؛ اطلاعات مورد نیاز مربوط به سال‌های ۱۳۹۰ و ۱۳۸۹ را نیز جمع‌آوری می‌نماییم. در نهایت به منظور دست‌یابی به نمونه تحقیق از روش حذف سیستماتیک (حذف هدفمند) استفاده می‌گردد. معیارهای مورد استفاده به شرح ذیل است:

۱. شرکت‌ها جزو بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری و بیمه‌ای (از قبیل شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری‌های مالی، هلدینگ و لیزینگ) نباشند؛ زیرا، این قبیل شرکت‌ها ساختار سرمایه متفاوتی را نسبت به سایر شرکت‌ها دارند.

۲. هیچ شرکتی طی دوره پژوهش، سال مالی خود را تغییر نداده باشد.

در نهایت اطلاعات مالی مربوط به ۱۹۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران (شامل ۱۱۴۶ مشاهده شرکت - سال) مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای گردآوری داده‌های مربوط به صورت‌های مالی و یادداشت‌های توضیحی از پایگاه اطلاعاتی ره‌آوردنویس و سایت جامع اطلاع‌رسانی بورس (کدال) استفاده خواهد شد. همچنین جهت استخراج داده‌های مورد نیاز برای سنجش سرمایه اجتماعی عمومی نیز از سالنامه‌های آماری کشور و استان‌ها بهره خواهیم برد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده از شاخص‌های مرکزی نظیر میانگین، میانه و شاخص پراکندگی انحراف معیار استفاده می‌گردد.

سنجش سرمایه اجتماعی عمومی

همان‌طور که در رابطه با تعریف سرمایه اجتماعی، تناقض قابل توجهی را شاهد بودیم؛ سنجش آن نیز بحث‌های درخور توجهی را به همراه دارد. در حالی کلی، سرمایه اجتماعی متشکل از چندین مؤلفه بوده که برای اندازه‌گیری نیاز

به یک استراتژی مخصوص دارد. از این منظر سرمایه اجتماعی به عنوان ساختاری نظری محسوب می‌گردد که به صورت مستقیم قابل مشاهده نیست؛ بنابراین، نباید انتظار داشت که به صورت مستقیم نیز قابل اندازه‌گیری باشد (روپاسینگها^{۳۳} و همکاران، ۲۰۰۶).

مؤلفه‌های سنجش سرمایه اجتماعی عمومی

در سال‌های اخیر اتفاق نظر چشم‌گیری را در ادبیات مربوط به حوزه حسابداری و مسئولیت اجتماعی شرکت شاهد بوده‌ایم (جها، ۲۰۱۷؛ هوی و همکاران، ۲۰۱۸). غالب تحقیقات صورت گرفته در این زمینه، جهت اندازه‌گیری شاخص سرمایه اجتماعی از مؤلفه‌های اتخاذ شده توسط روپاسینگها و همکاران (۲۰۰۶) استفاده کرده‌اند. به این ترتیب، در پژوهش فعلی جهت سنجش شاخص سرمایه اجتماعی مؤلفه‌های اول، سوم و چهارم به پیروی از روپاسینگها و همکاران (۲۰۰۶) و مؤلفه دوم به تبعیت از اداره آمار استرالیا (۲۰۰۴) به شرح ذیل بیان می‌گردد.

مؤلفه اول: میزان مشارکت رأی دهندگان در انتخابات ریاست جمهوری و مجلس شورای اسلامی. باید توجه داشت، هیچ الزام و تعهد قانونی جهت شرکت کردن و رأی دادن در انتخابات وجود ندارد. بنابراین، نرخ مشارکت بالای افراد در انتخابات نشان دهنده وجود هنجارهای مشارکتی قوی در سطح اجتماع بوده تا در این حالت مردم به شیوه‌ای اخلاقی عمل کنند و تعهدات خود را نسبت به جامعه تحقق بخشند (نک، ۱۹۹۲). این مؤلفه بیان‌گر میزان بروز هنجارهای مدنی در افراد از طریق اقدامات صورت گرفته توسط آنها است (گایسو و همکاران، ۲۰۰۴). نسبت تعداد رأی دهندگان به تعداد دارندگان حق رأی در هر استان بیان‌گر نرخ مشارکت افراد در انتخابات است.

مؤلفه دوم: نرخ مشارکت نیروی کار. این نرخ نشان می‌دهد، چه تعداد از افرادی که در سن کار قرار دارند مشغول ارائه خدمات بوده یا حداقل به دنبال یافتن شغلی مؤثر در جامعه هستند تا از این طریق تعهدات خود را نسبت به جامعه تحقق بخشند. نسبت جمعیت فعال اقتصادی به جمعیت در سن کار به تفکیک هر استان بیان‌گر نرخ مشارکت نیروی کار است. از این رو، این عامل را میزان مشارکت افراد در اقتصاد آن بخش نیز می‌توان تلقی نمود.

مؤلفه سوم: تعداد سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی. نهادهای اجتماعی را می‌توان نظام سازمان یافته‌ای از مجموعه روابط اجتماعی دانست که دربرگیرنده برخی ارزش‌ها و فرآیندهای مشترک هستند. نهادها بنابر نیاز اعضای جامعه پدید آمده و تا هنگامی که کارکردشان مورد نیاز باشد به فعالیت خود ادامه می‌دهند (خادم، ۱۳۸۵). در این حالت، تراکم بالای شبکه‌های اجتماعی در منطقه باعث شده تا میزان تعاملات اجتماعی میان افراد و مشارکت آنها با یکدیگر توسعه یابد. به منظور اندازه‌گیری این مؤلفه و بر اساس مفاهیم بیان شده میانگین تعداد سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی هنری، سازمان‌های حفاظت محیط زیست، سازمان‌ها و نهادهای قضایی مدنی، سازمان‌ها و نهادهای بازرگانی، سازمان‌های ورزشی، سازمان‌ها و نهادهای آموزشی، سازمان‌های ارائه دهنده خدمات اجتماعی، مراکز ارائه دهنده خدمات پیشگیری-امور فرهنگی و ترک اعتیاد، واحدهای امدادی، سازمان بنیاد مسکن انقلاب اسلامی و انجمن خیرین خانه‌ساز به ازای هر ۱۰۰۰۰ نفر جمعیت و به تفکیک استان‌های مختلف کشور در نظر گرفته می‌شود.

مؤلفه چهارم: تعداد سازمان‌های غیرانتفاعی. مهم‌ترین شاخصه این دست از سازمان‌ها آن است که اهداف و مقاصد تجاری نداشته باشند. محققان معتقدند قسمتی از سازمان‌های غیرانتفاعی را سازمان‌های دولتی و قسمت دیگر آن را نیز

سازمان‌های مردم‌نهاد تشکیل می‌دهند (وکیل، ۱۹۹۷). تعداد سازمان‌های غیرانتفاعی نیز بیان‌گر قدرت شبکه‌ها در منطقه هستند. هرچه تراکم شبکه‌ها در استان بیشتر باشد، احتمال آنکه افراد تعاملات اجتماعی بیشتری داشته باشند، افزایش می‌یابد. در نتیجه شاهد روابط اجتماعی پایدارتر و نرخ مشارکت قوی‌تر در سطح آن منطقه خواهیم بود (کلمن، ۱۹۹۰). به منظور اندازه‌گیری این مؤلفه و بر اساس مفاهیم بیان شده، مجموع تعداد مراکز بهداشتی و درمانی دولتی و وابسته به مؤسسات خیریه (از قبیل بیمارستان‌ها، آزمایشگاه‌های تشخیص طبی، مراکز توان‌بخشی، پرتونگاری، داروخانه‌ها و خانه‌های بهداشت) به همراه تعداد کارگاه‌های صنعتی عمومی و تعداد دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی دولتی به ازای هر ۱۰۰۰۰ نفر جمعیت و به تفکیک استان‌های مختلف کشور در نظر گرفته می‌شود.

بنابراین، هرچه قدرت هنجارهای مشارکتی و تراکم شبکه‌ها بالاتر باشد؛ شاهد روابط و تعاملات گسترده‌تر، نرخ مشارکت بالاتر و در نتیجه آن سرمایه اجتماعی قوی‌تر خواهیم بود. شایان ذکر است منبع مورد استفاده برای استخراج تمامی مؤلفه‌های بیان شده، سالنامه‌های آماری کشور و استان‌ها است. جدول شماره ۱ معیارهای مورد نیاز برای اندازه‌گیری این شاخص را تبیین می‌کند.

جدول ۱. معیارها و مؤلفه‌های لازم برای سنجش سرمایه اجتماعی عمومی	
معیارهای اصلی	تعریف مؤلفه‌های اندازه‌گیری
هنجارهای مشارکتی	میزان مشارکت افراد در انتخابات ریاست جمهوری و مجلس
انبوه و تراکم شبکه‌ها	نرخ مشارکت نیروی کار
	میانگین تعداد سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی به ازای هر ۱۰۰۰۰ نفر جمعیت
	مجموع تعداد سازمان‌های غیرانتفاعی به ازای هر ۱۰۰۰۰ نفر جمعیت

روش سنجش سرمایه اجتماعی عمومی

جهت همگن کردن چهار مؤلفه بیان شده در قسمت قبل و تبدیل آنها به شاخص واحد سرمایه اجتماعی عمومی از روش چارک بندی استفاده می‌گردد. در این حالت با توجه به آن که داده‌ها و مشاهدات مربوط به هر مؤلفه در کدامیک از چارک‌ها قرار می‌گیرند، از یک تا چهار ارزش‌گذاری شده و در نهایت حاصل جمع این ارزش‌گذاری‌ها بیان‌گر شاخص نهایی سرمایه اجتماعی عمومی خواهد بود. همچنین با توجه به آن که مؤلفه مربوط به میزان مشارکت مردم در انتخابات فقط برای سال‌های برگزاری آن موجود است یا به بیانی دیگر در سال‌هایی که انتخابات برگزار نشده، با فقدان داده‌ها مواجه هستیم؛ از روش درون‌یابی خطی استفاده می‌شود. درون‌یابی خطی نوعی درون‌یابی است که شامل تولید مقادیر جدید با استفاده از مجموعه مقادیر موجود می‌شود. کاربرد این روش برای پیش‌بینی مقادیر نامعلوم است.

الگوی تجربی و متغیرهای پژوهش

به منظور بررسی نقش سرمایه اجتماعی عمومی بر رفتار هزینه، از الگوی ارائه شده توسط اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) استفاده می‌گردد. این الگوی تجربی رابطه بین تغییرات همزمان هزینه‌ها و فروش را به صورت ذیل مورد بررسی قرار می‌دهد:

$$\Delta \ln OC_{n,i,t} = \beta_0 + \beta_1 \Delta \ln Sales_{n,i,t} + \beta_2 Dec_{n,i,t} \times \Delta \ln Sales_{n,i,t} + \varepsilon_{n,i,t} \quad (1)$$

در الگوی ارائه شده $\Delta \ln OC_{n,i,t}$ بیان‌گر تغییرات در لگاریتم طبیعی هزینه‌های عملیاتی شرکت i در استان n در سال t است. همچنین به منظور بررسی فرضیه‌های دوم و سوم پژوهش تغییرات در لگاریتم طبیعی بهای تمام شده کالای

فروش رفته و هزینه‌های فروش، اداری و عمومی را نیز به عنوان متغیرهای وابسته پژوهش در نظر می‌گیریم. $\Delta \ln Sales_{n,i,t}$ نیز بیان‌گر تغییرات در لگاریتم طبیعی درآمد فروش شرکت و $Dec_{n,i,t}$ متغیری مجازی بوده که اگر فروش بین دو سال مالی کاهش یابد، برابر با یک و در غیر اینصورت صفر است. در همین راستا، ضریب β_1 بیان‌گر میزان افزایش در هزینه‌ها به ازای یک درصد افزایش در فروش و همچنین، ضریب $\beta_1 + \beta_2$ نیز نشان دهنده میزان تغییر در هزینه‌ها به ازای یک درصد کاهش در فروش است. از این رو می‌توان انتظار داشت، ضریب β_2 میزان عدم تقارن در واکنش هزینه نسبت به کاهش فروش را در مقابل با افزایش آن نشان دهد (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳). بر این اساس، هرچه ضریب β_2 منفی تر باشد؛ میزان چسبندگی هزینه نیز بیشتر می‌شود.

به منظور توسعه الگوی بالا، شاخص سرمایه اجتماعی عمومی را که متغیر مستقل اصلی پژوهش است؛ در نظر خواهیم گرفت. این متغیر نشان دهنده سطح سرمایه اجتماعی به تفکیک هر استان است. همچنین به منظور کنترل سایر عوامل اثرگذار، متغیرهای کنترلی لازم به شرح ذیل تبیین می‌گردد.

در ابتدا متغیرهای کنترلی سطح شرکتی را مورد بررسی قرار می‌دهیم. بنابراین، شدت دارایی^{۳۵} و کثرت کارکنان^{۳۶} که جزو عوامل بااهمیت در هزینه‌های تعدیلی شرکت می‌باشند؛ در نظر گرفته می‌شوند. کاهش متوالی فروش^{۳۷} نیز دیگر متغیر کنترلی است که جهت کنترل ادراکات مدیران نسبت به کاهش فروش در دو دوره مالی پشت سر هم، به الگوی پژوهش اضافه می‌گردد (بنکر و همکاران، ۲۰۱۴). در نهایت نیز جریان وجه نقد آزاد را به عنوان یک متغیر رایج جهت پرداختن به مسائل نمایندگی و انگیزه‌های حکمرانی مدیران در نظر می‌گیریم (چن و همکاران، ۲۰۱۲).

در ادامه متغیرهای کنترلی سطح استانی به الگوی پژوهش اضافه خواهند شد؛ تا این اطمینان حاصل شود که در حال بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر چسبندگی هزینه هستیم. به این ترتیب، نرخ رشد در سرانه تولید ناخالص داخلی را برای هریک از استان‌ها در نظر می‌گیریم؛ چراکه، انتظار می‌رود مدیران در استان‌هایی با محیط اقتصادی در حال رشد به صورت خوش‌بینانه‌تر رفتار کنند (دایرینک^{۳۸} و همکاران، ۲۰۱۲). در ادامه متغیرهای مربوط به نرخ بیکاری و سطح تحصیلات افراد را به عنوان عوامل مربوط به بازار کار که تأثیر قابل توجهی بر میزان هزینه‌های تعدیلی منطقه دارند، تبیین می‌کنیم (بنکر و همکاران، ۲۰۱۳). در نهایت متغیرهای کنترلی درآمد سرانه استان، میزان تراکم جمعیت و جمعیت استان را به مدل خود اضافه می‌کنیم. از آنجا که ارتباط این دست از متغیرها با رفتار هزینه مبهم است، هیچ استدلالی در این زمینه بیان نمی‌شود. در پایان با توجه به نقش صنعت در رفتار هزینه و شاخص سرمایه اجتماعی، الگوی پژوهشی خود را در سطح صنعت - سال و استان اجرا خواهیم کرد. به این ترتیب و با توجه به بررسی اطلاعات ۱۹۱ شرکت بورسی در بازه زمانی شش ساله، داده‌های موجود از نوع ترکیبی/تلفیقی است. الگوی تجربی پژوهش به منظور آزمون فرضیه اول، به شرح ذیل تبیین می‌گردد:

$$\begin{aligned} \Delta \text{LnOC}_{n,i,t} = & \beta_0 + \beta_1 \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} + \beta_2 \text{Dec}_{n,i,t} \times \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} \quad (۲) \\ & + (\beta_3 \text{Social-Capital}_{n,t} + \beta_4 \text{AI}_{i,n,t} + \beta_5 \text{EI}_{i,n,t} + \beta_6 \text{FCF}_{i,n,t} \\ & + \beta_7 \text{GDP-Growth}_{n,t} + \beta_8 \text{Unemployment}_{n,t} + \beta_9 \text{Income-Capita}_{n,t} \\ & + \beta_{10} \text{Education}_{n,t} + \beta_{11} \text{Rural}_{n,t} + \beta_{12} \text{Population}_{n,t}) \\ & \times \text{Dec}_{n,i,t} \times \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} \\ & + (\beta_{13} \text{Social-Capital}_{n,t} + \beta_{14} \text{AI}_{i,n,t} + \beta_{15} \text{EI}_{i,n,t} + \beta_{16} \text{Succ-Dec}_{i,n,t} \\ & + \beta_{17} \text{FCF}_{i,n,t} + \beta_{18} \text{GDP-Growth}_{n,t} + \beta_{19} \text{Unemployment}_{n,t} \\ & + \beta_{20} \text{Income-Capita}_{n,t} + \beta_{21} \text{Education}_{n,t} + \beta_{22} \text{Rural}_{n,t} \\ & + \beta_{23} \text{Population}_{n,t}) \\ & \times \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} \\ & + \text{Province-Fe} + \text{Industry-Fe} + \text{Year-Fe} + \varepsilon_{n,i,t} \end{aligned}$$

الگوی تجربی ذیل نیز به منظور آزمون فرضیه دوم پژوهش مورد استفاده قرار می گیرد:

$$\begin{aligned} \Delta \text{LnCOGS}_{n,i,t} = & \beta_0 + \beta_1 \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} + \beta_2 \text{Dec}_{n,i,t} \times \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} \quad (۳) \\ & + (\beta_3 \text{Social-Capital}_{n,t} + \beta_4 \text{AI}_{i,n,t} + \beta_5 \text{EI}_{i,n,t} + \beta_6 \text{FCF}_{i,n,t} \\ & + \beta_7 \text{GDP-Growth}_{n,t} + \beta_8 \text{Unemployment}_{n,t} + \beta_9 \text{Income-Capita}_{n,t} \\ & + \beta_{10} \text{Education}_{n,t} + \beta_{11} \text{Rural}_{n,t} + \beta_{12} \text{Population}_{n,t}) \\ & \times \text{Dec}_{n,i,t} \times \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} \\ & + (\beta_{13} \text{Social-Capital}_{n,t} + \beta_{14} \text{AI}_{i,n,t} + \beta_{15} \text{EI}_{i,n,t} + \beta_{16} \text{Succ-Dec}_{i,n,t} \\ & + \beta_{17} \text{FCF}_{i,n,t} + \beta_{18} \text{GDP-Growth}_{n,t} + \beta_{19} \text{Unemployment}_{n,t} \\ & + \beta_{20} \text{Income-Capita}_{n,t} + \beta_{21} \text{Education}_{n,t} + \beta_{22} \text{Rural}_{n,t} \\ & + \beta_{23} \text{Population}_{n,t}) \\ & \times \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} \\ & + \text{Province-Fe} + \text{Industry-Fe} + \text{Year-Fe} + \varepsilon_{n,i,t} \end{aligned}$$

همچنین از الگوی ۴ نیز برای آزمون فرضیه سوم پژوهش بهره خواهیم برد:

$$\begin{aligned} \Delta \text{LnSGA}_{n,i,t} = & \beta_0 + \beta_1 \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} + \beta_2 \text{Dec}_{n,i,t} \times \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} \quad (۴) \\ & + (\beta_3 \text{Social-Capital}_{n,t} + \beta_4 \text{AI}_{i,n,t} + \beta_5 \text{EI}_{i,n,t} + \beta_6 \text{FCF}_{i,n,t} \\ & + \beta_7 \text{GDP-Growth}_{n,t} + \beta_8 \text{Unemployment}_{n,t} + \beta_9 \text{Income-Capita}_{n,t} \\ & + \beta_{10} \text{Education}_{n,t} + \beta_{11} \text{Rural}_{n,t} + \beta_{12} \text{Population}_{n,t}) \\ & \times \text{Dec}_{n,i,t} \times \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} \\ & + (\beta_{13} \text{Social-Capital}_{n,t} + \beta_{14} \text{AI}_{i,n,t} + \beta_{15} \text{EI}_{i,n,t} + \beta_{16} \text{Succ-Dec}_{i,n,t} \\ & + \beta_{17} \text{FCF}_{i,n,t} + \beta_{18} \text{GDP-Growth}_{n,t} + \beta_{19} \text{Unemployment}_{n,t} \\ & + \beta_{20} \text{Income-Capita}_{n,t} + \beta_{21} \text{Education}_{n,t} + \beta_{22} \text{Rural}_{n,t} \\ & + \beta_{23} \text{Population}_{n,t}) \\ & \times \Delta \text{LnSales}_{n,i,t} \\ & + \text{Province-Fe} + \text{Industry-Fe} + \text{Year-Fe} + \varepsilon_{n,i,t} \end{aligned}$$

ضریب اصلی در تمامی الگوهای ارائه شده پژوهش، ضریب عبارت تعاملی سه قسمتی $Social-Capital \times Dec \times \Delta Ln Sales$ یا همان ضریب β_3 است؛ چراکه، این ضریب نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی تا چه اندازه و در چه جهت بر چسبندگی هزینه تأثیر می‌گذارد. بر این اساس و با توجه به تفاسیر صورت گرفته از ضرایب الگوی پایه‌ای اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) در قسمت قبل، مشاهده یک ضریب مثبت و معنادار نشان می‌دهد؛ سرمایه اجتماعی عمومی منجر به کاهش چسبندگی هزینه می‌گردد. این در حالی است که وجود یک ضریب منفی و معنادار بیان‌کننده این موضوع خواهد بود که سرمایه اجتماعی عمومی میزان چسبندگی هزینه را افزایش خواهد داد. در همین رابطه جدول ۲ تمامی متغیرهای موجود در پژوهش را به همراه نحوه اندازه‌گیری آنها نشان می‌دهد.

جدول ۲. تعریف و اندازه‌گیری متغیرها

عنوان	نماد انگلیسی	نحوه اندازه‌گیری
الگوی چسبندگی هزینه	Cost Stickiness Model:	
تغییر هزینه‌های عملیاتی	$\Delta Ln OC$	تغییرات در لگاریتم طبیعی هزینه‌های عملیاتی شرکت نسبت به سال قبل
تغییر بهای تمام شده کالای فروش رفته	$\Delta Ln COGS$	تغییرات در لگاریتم طبیعی بهای تمام شده کالای فروش رفته شرکت نسبت به سال قبل
تغییر هزینه‌های فروش، اداری و عمومی	$\Delta Ln SGA$	تغییرات در لگاریتم طبیعی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی شرکت نسبت به سال قبل
تغییر درآمد فروش	$\Delta Ln Sales$	تغییرات در لگاریتم طبیعی درآمد فروش شرکت نسبت به سال قبل
کاهش فروش	Dec	متغیر مجازی است که اگر فروش شرکت نسبت به سال قبل کاهش یابد برابر با یک و در غیر اینصورت صفر است
متغیر مستقل اصلی:	Main Variable of Interested:	
سرمایه اجتماعی	Social-Capital	سرمایه اجتماعی مبتنی بر روش چارک بندی مؤلفه‌های اندازه‌گیری
متغیرهای کنترلی سطح شرکتی:	Firm level Controls:	
شدت دارایی	AI	لگاریتم طبیعی دارایی‌های جاری شرکت تقسیم بر فروش
کثرت کارکنان	EI	لگاریتم طبیعی تعداد کارکنان شرکت تقسیم بر فروش
کاهش متوالی فروش	Succ-Dec	متغیر مجازی است که اگر فروش شرکت در دو سال مالی متوالی کاهش یابد برابر با یک و در غیر اینصورت صفر است
جریان وجه نقد آزاد	FCF	جریان وجه نقد ناشی از فعالیت‌های عملیاتی شرکت منهای سود سهام پرداختی برای سهامداران عادی و تقسیم حاصل آن بر مجموع دارایی‌های شرکت
متغیرهای کنترلی سطح استانی:	Provinces level Controls:	

عنوان	نماد انگلیسی	نحوه اندازه گیری
نرخ رشد تولید ناخالص داخلی	GDP-Growth	درصد رشد در سرانه تولید ناخالص داخلی
نرخ بیکاری	Unemployment	نسبت جمعیت بیکار به جمعیت بیکار و شاغل
درآمد سرانه	Income-Capita	لگاریتم طبیعی تولید ناخالص داخلی تقسیم بر جمعیت
آموزش	Education	میانگین وزنی تعداد افراد شاغل و بیکار دارای تحصیلات عالی
تراکم جمعیت	Rural	متغیر مجازی است که اگر تراکم جمعیت استان از مقدار میانه آن کمتر باشد برابر با یک و در غیر اینصورت صفر است
جمعیت	Population	لگاریتم طبیعی جمعیت هر استان

آزمون فرضیه‌ها و یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی پژوهش

گام نخست در تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، توصیف آنها به کمک آمار توصیفی است. آمار توصیفی در برگیرنده مجموعه روش‌هایی است که از طریق آن به تفسیر، توصیف، طبقه‌بندی و تلخیص داده‌های تحقیق پرداخته می‌شود. به این ترتیب، انحراف معیار شاخص سرمایه اجتماعی ۱/۸۱۷ است؛ در حالی که کمترین و بیشترین مشاهده در فاصله عددی ۵ تا ۱۶ قرار دارد. این امر نشان می‌دهد تنوع قابل توجهی را در سطح سرمایه اجتماعی سنجیده شده در میان استان‌های موجود در نمونه تحقیق شاهد هستیم. در همین رابطه مقدار میانگین و میانه برای تغییرات درآمد فروش به ترتیب برابر با ۰/۱۵۵ و ۰/۱۵۳ است. این در حالی است که مقدار میانگین و میانه برای تغییرات هزینه‌های عملیاتی به میزان ۰/۱۶۱ و ۰/۱۵۶ است. همچنین ۲۵/۷ درصد از مشاهدات، کاهش در فروش را نسبت به سال مالی قبل نشان می‌دهد؛ یا به بیانی دیگر تعداد ۲۹۴ مشاهده شرکت - سال از مجموع کل ۱۱۴۶ مشاهده موجود نشان دهنده کاهش درآمد فروش نسبت به دوره مالی گذشته است. میانگین سطح تحصیلات افراد حاضر در مناطق نمونه تحقیق به میزان ۳۰ درصد بوده؛ که این امر نشان می‌دهد حدود ۳۰ درصد از افرادی که جزو جمعیت فعال اقتصادی محسوب می‌گردند، دارای تحصیلات با سطوح عالی می‌باشند. با توجه به آنکه مقادیر میانگین و میانه محاسبه شده برای تمامی متغیرهای پژوهش نزدیک به یکدیگر است، می‌توان اذعان نمود که تمامی متغیرهای پژوهش از توزیع آماری مناسبی برخوردار هستند. در همین راستا جدول ۳ نشان دهنده شاخص‌های مربوط به توصیف داده‌های پژوهش است.

جدول ۳. آمار توصیفی پژوهش

عنوان	نماد	میانگین	میانه	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
تغییر هزینه‌های عملیاتی	$\Delta \ln OC$	۰/۱۶۱	۰/۱۵۶	۰/۲۷۵	-۰/۸۶۶	۲/۱۶۶
تغییر بهای تمام شده کالای فروش رفته	$\Delta \ln COGS$	۰/۱۵۹	۰/۱۵۴	۰/۲۹۴	-۱/۳۹۰	۲/۱۸۵
تغییر هزینه‌های فروش، اداری و عمومی	$\Delta \ln SGA$	۰/۱۹۰	۰/۱۸۳	۰/۲۸۴	-۱/۷۹۹	۱/۶۰۸
تغییر درآمد فروش	$\Delta \ln Sales$	۰/۱۵۵	۰/۱۵۳	۰/۲۹۵	-۰/۹۲۶	۲/۲۵۴
کاهش فروش	Dec	۰/۲۵۷	۰/۰۰۰	۰/۴۳۷	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰
سرمایه اجتماعی	Social-Capital	۱۲/۰۷۰	۱۲/۰۰۰	۱/۸۱۷	۵/۰۰۰	۱۶/۰۰۰
شدت دارایی	AI	-۰/۳۲۹	-۰/۳۰۵	۰/۵۵۲	-۲/۵۹۵	۱/۴۹۹

عنوان	نماد	میانگین	میان	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
کثرت کارکنان	EI	-۸/۲۴۶	-۸/۰۹۵	۱/۱۶۹	-۱۲/۷۴۰	-۵/۱۸۰
کاهش متوالی فروش	Succ-Dec	۰/۰۸۸	۰/۰۰۰	۰/۲۸۴	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰
جریان وجه نقد آزاد	FCF	۰/۰۷۸	۰/۰۷۱	۰/۱۰۹	-۰/۳۰۶	۱/۰۴۹
نرخ رشد تولید ناخالص داخلی	GDP-Growth	۰/۱۷۷	۰/۱۷۸	۰/۱۵۱	-۰/۲۶۴	۱/۰۴۲
نرخ بیکاری	Unemployment	۰/۱۰۶	۰/۱۱۰	۰/۰۱۹	۰/۰۶۵	۰/۲۰۰
درآمد سرانه	Income-Capita	۵/۲۲۰	۵/۲۵۳	۰/۳۹۲	۳/۸۷۴	۶/۵۵۰
آموزش	Education	۰/۳۰۰	۰/۳۱۶	۰/۰۶۰	۰/۱۳۷	۰/۳۶۲
تراکم جمعیت	Rural	۰/۲۲۴	۰/۰۰۰	۰/۴۱۷	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰
جمعیت	Population	۸/۹۶۳	۹/۴۲۸	۰/۷۸۲	۶/۴۶۳	۹/۵۰۸

بررسی هم خطی بین متغیرهای پژوهش

هم خطی حالتی است که بیان می کند یک متغیر مستقل تابعی خطی از متغیرهای مستقل دیگر باشد. باید توجه داشت که هرچه مقدار تولرانس به عدد یک نزدیک تر باشد، یا میزان عامل تورم واریانس از عدد ۱۰ کمتر باشد شاهد کاهش در میزان هم خطی هستیم. نتایج بررسی هم خطی در جدول ۴ بیان گر این موضوع است که میان متغیرهای تحقیق هم خطی قابل ملاحظه ای برقرار نیست.

جدول ۴. بررسی هم خطی میان متغیرهای پژوهش

عنوان	نماد	تولرانس	عامل تورم واریانس
تغییر درآمد فروش	$\Delta \ln \text{Sales}$	۰/۷۵۰	۱/۳۳۳
سرمایه اجتماعی	Social-Capital	۰/۵۴۵	۱/۸۳۶
شدت دارایی	AI	۰/۷۴۰	۱/۳۵۲
کثرت کارکنان	EI	۰/۷۷۲	۱/۲۹۵
کاهش متوالی فروش	Succ-Dec	۰/۸۳۰	۱/۲۰۵
جریان وجه نقد آزاد	FCF	۰/۹۱۵	۱/۰۹۳
نرخ رشد تولید ناخالص داخلی	GDP-Growth	۰/۷۷۱	۱/۲۹۷
نرخ بیکاری	Unemployment	۰/۷۳۳	۱/۳۶۴
درآمد سرانه	Income-Capita	۰/۴۱۴	۲/۴۱۴
آموزش	Education	۰/۱۹۷	۵/۰۶۹
تراکم جمعیت	Rural	۰/۲۱۷	۱/۸۸۲
جمعیت	Population	۰/۵۳۱	۴/۶۱۴

نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

فرضیه اول تحقیق حکایت از آن داشت که سرمایه اجتماعی عمومی منجر به افزایش در چسبندگی هزینه های عملیاتی می گردد. حال به ارائه نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه اول در قالب جدول شماره ۵ می پردازیم. در ابتدا پیش شرط های برازش مدل مورد بررسی قرار می گیرد. همان طور که مشاهده می شود، مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۸۶۹ و مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۸۶۱ است. این بدان معناست که حدود ۸۶/۱ درصد تغییرات در هزینه های عملیاتی توسط متغیرهای پیش بین توضیح داده می شود. همچنین آماره دوربین واتسون به میزان ۲/۳۰۰ بوده که با قرار

گرفتن در بازه عددی ۱/۵ تا ۲/۵ نشان از عدم وجود خودهمبستگی میان خطاهای مدل و استقلال آنها از یکدیگر است. آماره فیشر نیز ۱۰۳/۸۶۷ است و مقدار معناداری آن ۰/۰۰۰ است که نشان از معنادار بودن مدل رگرسیون و مناسب بودن برازش خطی صورت گرفته دارد.

در ادامه به بررسی تأیید یا عدم تأیید این فرضیه می‌پردازیم. همان‌گونه که بیان شد ضریب اصلی و کلیدی مد نظر پژوهش، β_3 است. این ضریب نشان می‌دهد تا چه اندازه رفتار نامتقارن هزینه تحت تأثیر سرمایه اجتماعی عمومی قرار می‌گیرد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول حکایت از آن دارد، مقدار آماره t برای این ضریب تعاملی برابر با ۰/۱۷۹- بوده و مقدار معناداری آن نیز ۰/۸۵۸ است. با توجه به آنکه مقدار معناداری از سطح خطای در نظر گرفته شده ۵٪ بزرگ‌تر است؛ فرضیه اول پژوهش تأیید نمی‌شود. در همین راستا، ارتباط معناداری میان سرمایه اجتماعی عمومی و میزان چسبندگی در هزینه‌های عملیاتی شرکت وجود ندارد. با توجه به بررسی مقدار معناداری آماره t برای سایر ضرایب درمی‌یابیم که با افزایش نرخ رشد تولید ناخالص داخلی و همچنین جریان وجه نقد آزاد میزان چسبندگی هزینه‌های عملیاتی کاهش می‌یابد.

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

عنوان	ضریب	انحراف استاندارد	آماره t	سطح معناداری
Constant	۰/۰۱۳	۰/۰۱۵	۰/۹۰۲	۰/۳۶۷
$\Delta \ln Sales$	۱/۵۰۴	۰/۳۸۸	۳/۸۷۱	۰/۰۰۰
$Dec \times \Delta \ln Sales$	-۱/۲۷۶	۱/۱۲۱	-۱/۱۳۹	۰/۲۵۵
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Social - Capital$	-۰/۰۰۴	۰/۰۲۵	-۰/۱۷۹	۰/۸۵۸
$Dec \times \Delta \ln Sales \times AI$	۰/۰۹۸	۰/۰۵۴	۱/۸۱۵	۰/۰۷۰
$Dec \times \Delta \ln Sales \times EI$	۰/۰۰۸	۰/۰۲۷	۰/۳۰۰	۰/۷۶۴
$Dec \times \Delta \ln Sales \times FCF$	۰/۶۴۱	۰/۲۷۵	۲/۳۳۲	۰/۰۲۰
$Dec \times \Delta \ln Sales \times GDP - Growth$	۰/۶۳۱	۰/۲۲۳	۲/۸۳۰	۰/۰۰۵
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Unemployment$	-۰/۱۴۰	۱/۹۵۵	-۰/۰۷۲	۰/۹۴۳
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Income - Capita$	۰/۲۶۶	۰/۱۸۶	۱/۴۳۳	۰/۱۵۲
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Education$	۰/۸۸۷	۱/۱۳۶	۰/۷۸۱	۰/۴۳۵
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Rural$	۰/۰۹۸	۰/۱۱۸	۰/۸۳۳	۰/۴۰۵
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Population$	-۰/۰۲۸	۰/۰۹۸	-۰/۲۸۵	۰/۷۷۶
$\Delta \ln Sales \times Social - Capital$	-۰/۰۰۲	۰/۰۰۹	-۰/۲۰۷	۰/۸۳۶
$\Delta \ln Sales \times AI$	-۰/۱۲۰	۰/۰۲۴	-۴/۹۷۸	۰/۰۰۰
$\Delta \ln Sales \times EI$	-۰/۰۱۲	۰/۰۱۱	-۱/۱۵۰	۰/۲۵۰
$\Delta \ln Sales \times Succ - Dec$	-۰/۰۷۴	۰/۰۵۴	-۱/۳۷۶	۰/۱۶۹
$\Delta \ln Sales \times FCF$	-۰/۲۴۹	۰/۰۸۴	-۲/۹۵۹	۰/۰۰۳
$\Delta \ln Sales \times GDP - Growth$	-۰/۰۰۲	۰/۰۸۵	-۰/۰۲۲	۰/۹۸۲
$\Delta \ln Sales \times Unemployment$	-۱/۸۴۲	۰/۷۹۶	-۲/۳۱۴	۰/۰۲۱
$\Delta \ln Sales \times Income - Capita$	-۰/۱۶۰	۰/۰۵۷	-۲/۷۸۷	۰/۰۰۵
$\Delta \ln Sales \times Education$	-۰/۰۰۷	۰/۴۰۲	-۰/۰۱۸	۰/۹۸۵
$\Delta \ln Sales \times Rural$	۰/۰۳۷	۰/۰۴۸	۰/۷۶۱	۰/۴۴۷

عنوان	ضریب	انحراف استاندارد	آماره t	سطح معناداری
$\Delta \ln Sales \times Population$	۰/۰۲۸	۰/۰۳۶	۰/۷۷۸	۰/۴۳۷
اثرات استان / صنعت / سال	لحاظ گردید			
ضریب تعیین	۰/۸۶۹	آماره فیشر	۱۰۳/۸۶۷	۰/۰۰۰
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۸۶۱	دوربین واتسون	۲/۳۰۰	
تعداد مشاهدات	۱۱۴۶			

نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش

پیش از آنکه به بررسی نتایج آزمون فرضیه دوم تحقیق پردازیم، بار دیگر این فرضیه را بیان می‌کنیم. فرضیه دوم پژوهش حاکی از آن بود که سرمایه اجتماعی عمومی به صورت معناداری میزان چسبندگی بهای تمام شده کالای فروش رفته شرکت را افزایش می‌دهد. نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه را در قالب جدول شماره ۶ نشان می‌دهیم. همان‌طور که مشاهده می‌گردد، مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۸۵۹ و مقدار ضریب تعیین تعدیل شده نیز ۰/۸۵۰ است. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده نسبتاً بالا بوده و بیان‌گر آن است که ۸۵ درصد تغییرات در بهای تمام شده کالای فروش رفته توسط متغیرهای پیش‌بین بیان می‌شود. همچنین مقدار آماره دوربین واتسون برابر با ۲/۳۴۵ بوده که نشان از عدم وجود خودهمبستگی میان خطاهای مدل و مستقل بودن آنها از یکدیگر است. آماره فیشر نیز به میزان ۹۴/۶۷۲ است و مقدار معناداری آن ۰/۰۰۰ است که نشان از معنادار بودن الگوی رگرسیونی و مناسب بودن برازش خطی صورت گرفته است.

در ادامه به بررسی تأیید یا عدم تأیید این فرضیه می‌پردازیم. نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم حاکی از آن است، مقدار آماره t برای ضریب اصلی پژوهش (ضریب β_3) برابر با ۱/۳۳۵ و همچنین مقدار معناداری آن نیز برابر با ۰/۱۸۲ است. با توجه به آنکه مقدار معناداری آماره t از سطح خطای در نظر گرفته شده ۵٪ بزرگ‌تر است؛ فرضیه دوم پژوهش نیز تأیید نمی‌شود. بر این اساس، ارتباط معناداری میان سرمایه اجتماعی عمومی و میزان چسبندگی بهای تمام شده کالای فروش رفته وجود ندارد.

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش

عنوان	ضریب	انحراف استاندارد	آماره t	سطح معناداری
Constant	-۰/۰۰۲	۰/۰۱۶	-۰/۱۱۰	۰/۹۱۳
$\Delta \ln Sales$	۱/۵۳۴	۰/۴۳۲	۳/۵۵۳	۰/۰۰۰
$Dec \times \Delta \ln Sales$	-۱/۵۴۷	۱/۲۴۵	-۱/۲۴۲	۰/۲۱۴
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Social - Capital$	۰/۰۳۷	۰/۰۲۸	۱/۳۳۵	۰/۱۸۲
$Dec \times \Delta \ln Sales \times AI$	۰/۱۶۳	۰/۰۶۰	۲/۷۳۱	۰/۰۰۶
$Dec \times \Delta \ln Sales \times EI$	-۰/۰۰۲	۰/۰۳۰	-۰/۰۷۷	۰/۹۳۹
$Dec \times \Delta \ln Sales \times FCF$	۰/۶۹۶	۰/۳۰۶	۲/۲۷۷	۰/۰۲۳
$Dec \times \Delta \ln Sales \times GDP - Growth$	۰/۹۰۳	۰/۲۴۸	۳/۶۴۵	۰/۰۰۰
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Unemployment$	-۰/۸۹۴	۲/۱۷۲	-۰/۴۱۱	۰/۶۸۱
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Income - Capita$	۰/۴۰۴	۰/۲۰۷	۱/۹۵۴	۰/۰۵۱
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Education$	-۰/۱۰۹	۱/۲۶۲	-۰/۰۸۷	۰/۹۳۱
$Dec \times \Delta \ln Sales \times Rural$	۰/۰۱۶	۰/۱۳۱	۰/۱۲۴	۰/۹۰۲

عنوان	ضریب	انحراف استاندارد	آماره t	سطح معناداری
$Dec \times \Delta LnSales \times Population$	-۰/۰۹۶	۰/۱۰۹	-۰/۸۸۱	۰/۳۷۸
$\Delta LnSales \times Social - Capital$	-۰/۰۰۹	۰/۰۱۰	-۰/۸۷۷	۰/۳۸۱
$\Delta LnSales \times AI$	-۰/۱۲۱	۰/۰۲۷	-۴/۵۳۴	۰/۰۰۰
$\Delta LnSales \times EI$	-۰/۰۰۴	۰/۰۱۲	-۰/۳۳۲	۰/۷۴۰
$\Delta LnSales \times Succ - Dec$	-۰/۱۱۱	۰/۰۶۰	-۱/۸۵۷	۰/۰۶۴
$\Delta LnSales \times FCF$	-۰/۲۴۶	۰/۰۹۳	-۲/۶۳۲	۰/۰۰۹
$\Delta LnSales \times GDP - Growth$	-۰/۰۲۵	۰/۰۹۴	-۰/۲۶۷	۰/۷۸۹
$\Delta LnSales \times Unemployment$	-۱/۷۹۹	۰/۸۸۵	-۲/۰۳۴	۰/۰۴۲
$\Delta LnSales \times Income - Capita$	-۰/۱۶۳	۰/۰۶۴	-۲/۵۷۰	۰/۰۱۰
$\Delta LnSales \times Education$	-۰/۱۳۴	۰/۴۴۷	-۰/۳۰۱	۰/۷۶۴
$\Delta LnSales \times Rural$	۰/۰۶۷	۰/۰۵۴	۱/۲۴۹	۰/۲۱۲
$\Delta LnSales \times Population$	۰/۰۵۲	۰/۰۴۰	۱/۳۰۱	۰/۱۹۳
اثرات استان / صنعت / سال	لحاظ گردید			
ضریب تعیین	۰/۸۵۹	آماره فیشر	۹۴/۶۷۲	۰/۰۰۰
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۸۵۰	دوربین واتسون	۲/۳۴۵	
تعداد مشاهدات	۱۱۴۶			

نتایج آزمون فرضیه سوم پژوهش

در وهله اول و پیش از آنکه به بررسی نتایج آزمون فرضیه سوم پردازیم؛ بار دیگر این فرضیه را بیان می‌کنیم. فرضیه سوم حاکی از آن بود که سرمایه اجتماعی عمومی منجر به افزایش در میزان چسبندگی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی می‌گردد. حال به ارائه نتایج حاصل شده از آزمون فرضیه سوم در قالب جدول شماره ۷ خواهیم پرداخت. همان‌طور که مشاهده می‌شود مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۱۹۰ و مقدار ضریب تعیین تعدیل شده نیز برابر با ۰/۱۳۸ است. این مقدار نشان می‌دهد که حدود ۱۳/۸ درصد تغییرات هزینه‌های فروش، اداری و عمومی توسط متغیرهای پیش‌بین تبیین می‌گردد. مقدار آماره دوربین واتسون برابر با ۲/۳۵۳ بوده که حاکی از عدم وجود خودهمبستگی میان خطاهای الگو است. همچنین مقدار آماره فیشر برابر با ۳/۶۵۴ و مقدار معناداری آن ۰/۰۰۰ است. این امر حکایت از معنادار بودن مدل رگرسیونی و مناسب بودن برازش خطی صورت گرفته دارد.

جدول ۷. نتایج آزمون فرضیه سوم پژوهش

عنوان	ضریب	انحراف استاندارد	آماره t	سطح معناداری
Constant	۰/۱۶۴	۰/۰۳۸	۴/۳۰۹	۰/۰۰۰
$\Delta LnSales$	۱/۹۲۳	۰/۹۹۷	۱/۹۲۸	۰/۰۵۴
$Dec \times \Delta LnSales$	-۲/۲۵۴	۲/۸۷۷	-۰/۷۸۴	۰/۴۳۳
$Dec \times \Delta LnSales \times Social - Capital$	-۰/۱۷۰	۰/۰۶۴	-۲/۶۷۹	۰/۰۰۸
$Dec \times \Delta LnSales \times AI$	-۰/۱۲۲	۰/۱۳۸	-۰/۸۸۴	۰/۳۷۷
$Dec \times \Delta LnSales \times EI$	۰/۰۳۶	۰/۰۷۰	۰/۵۱۵	۰/۶۰۷
$Dec \times \Delta LnSales \times FCF$	-۰/۳۲۶	۰/۷۰۶	-۰/۴۶۱	۰/۶۴۵
$Dec \times \Delta LnSales \times GDP - Growth$	۰/۸۷۴	۰/۵۷۳	۱/۵۲۷	۰/۱۲۷
$Dec \times \Delta LnSales \times Unemployment$	-۰/۷۴۳	۵/۰۱۸	-۰/۱۴۸	۰/۸۸۲

عنوان	ضریب	انحراف استاندارد	آماره t	سطح معناداری
<i>Dec × ΔLnSales × Income – Capita</i>	۰/۱۱۶	۰/۴۷۷	۰/۲۴۴	۰/۸۰۷
<i>Dec × ΔLnSales × Education</i>	۳/۲۱۲	۲/۹۱۵	۱/۱۰۲	۰/۲۷۱
<i>Dec × ΔLnSales × Rural</i>	۰/۸۹۸	۰/۳۰۲	۲/۹۷۴	۰/۰۰۳
<i>Dec × ΔLnSales × Population</i>	۰/۲۶۸	۰/۲۵۱	۱/۰۷۰	۰/۲۸۵
<i>ΔLnSales × Social – Capital</i>	۰/۰۴۸	۰/۰۲۴	۲/۰۲۷	۰/۰۴۳
<i>ΔLnSales × AI</i>	۰/۰۵۱	۰/۰۶۲	۰/۸۲۱	۰/۴۱۲
<i>ΔLnSales × EI</i>	-۰/۰۱۹	۰/۰۲۷	-۰/۶۹۴	۰/۴۸۸
<i>ΔLnSales × Succ – Dec</i>	۰/۲۸۱	۰/۱۳۸	۲/۰۳۹	۰/۰۴۲
<i>ΔLnSales × FCF</i>	۰/۰۱۸	۰/۲۱۶	۰/۰۸۲	۰/۹۳۵
<i>ΔLnSales × GDP – Growth</i>	-۰/۳۶۴	۰/۲۱۷	-۱/۶۷۶	۰/۰۹۴
<i>ΔLnSales × Unemployment</i>	-۲/۰۰۵	۲/۰۴۴	-۰/۹۸۱	۰/۳۲۷
<i>ΔLnSales × Income – Capita</i>	-۰/۱۸۰	۰/۱۴۷	-۱/۲۲۴	۰/۲۲۱
<i>ΔLnSales × Education</i>	۰/۴۴۱	۱/۰۳۳	۰/۴۲۷	۰/۶۷۰
<i>ΔLnSales × Rural</i>	-۰/۲۲۴	۰/۱۲۴	-۱/۸۰۹	۰/۰۷۱
<i>ΔLnSales × Population</i>	-۰/۱۲۴	۰/۰۹۲	-۱/۳۵۲	۰/۱۷۷
اثرات استان / صنعت / سال	لحاظ گردید			
ضریب تعیین	۰/۱۹۰	آماره فیشر	۳/۶۵۴	۰/۰۰۰
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۱۳۸	دورین واتسون	۲/۳۵۳	
تعداد مشاهدات	۱۱۴۶			

همان‌طور که در بخش‌های قبل نیز بیان شد، ضریب کلیدی مد نظر تحقیق، ضریب β_3 است. با توجه به آنکه مقدار آماره t برای این ضریب $-۲/۶۷۹$ و مقدار معناداری آن به میزان $۰/۰۰۸$ است؛ شاهد این موضوع هستیم که ضریب تعاملی β_3 در سطح بالایی از معناداری قرار دارد. در همین راستا، شاهد ارتباطی معنادار میان سرمایه اجتماعی عمومی و میزان چسبندگی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی خواهیم بود و فرضیه سوم پژوهش برخلاف دو فرضیه قبلی مورد تأیید قرار می‌گیرد. با توجه به منفی بودن این ضریب و مقدار آن، شاهد این موضوع هستیم که سرمایه اجتماعی عمومی به میزان $۰/۱۷۰$ درصد رفتار نامتقارن هزینه را تحت تأثیر خود قرار داده و موجب افزایش در چسبندگی هزینه‌های فروش، اداری و عمومی می‌گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر به بررسی نحوه اثرگذاری سرمایه اجتماعی عمومی اندازه‌گیری شده در سطح استان‌ها- با توجه به محل استقرار دفاتر مرکزی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران- بر رفتار هزینه پرداخته شد. بر این اساس، ادبیات و مبانی نظری دو رشته مختلف علمی را در هم آمیختیم. سرمایه اجتماعی عمومی دارای ساختاری اقتصادی- اجتماعی بوده که به عنوان یک عامل با اهمیت و اثرگذار بر رفتار شرکت و مدیریت شناخته می‌گردد. چسبندگی هزینه نیز یکی از ویژگی‌های رفتاری هزینه است که غالباً بر اساس اختیارات و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی پدید می‌آید. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی عمومی به صورت معناداری میزان چسبندگی در

هزینه‌های فروش، اداری و عمومی را افزایش می‌دهد. همچنین یافته‌های به دست آمده نشان از آن داشت که میان سرمایه اجتماعی عمومی و میزان چسبندگی هزینه‌های عملیاتی و بهای تمام شده کالای فروش رفته ارتباط معناداری وجود ندارد. نتایج حاصل از یافته‌های تبیین شده منطقی به نظر می‌رسد. چراکه هزینه‌های فروش، اداری و عمومی عمدتاً هزینه‌های تحمل شده در دفاتر اداری شرکت را شامل می‌گردند (از قبیل هزینه‌های حقوق و دستمزد اداری، هزینه‌های استخدام و آموزش کارکنان جدید و هزینه‌های مسافرت و پذیرایی) و از طرفی این دست از هزینه‌ها در وهله نخست، تحت تأثیر رفتارهای فرصت طلبانه مدیریتی قرار می‌گیرند (هارتلیب و همکاران، ۲۰۲۰). از این رو، شاهد موضوعی مرتبط با انگیزه‌های شخصی مدیران و رفتارهای فرصت طلبانه آنان هستیم.

با افزایش قدرت هنجارهای مشارکتی و اجتماعی، افراد مجموعه‌ای از اعتقادات و باورهای متداول و مشترک را به میزان بیشتری در بر خواهند گرفت که این عوامل باعث ایجاد محدودیت در منافع شخصی آنان می‌گردد؛ از طرفی شبکه‌های اجتماعی قدرتمند نیز سطوح مجازات تعیین شده برای سوء رفتارهای صورت گرفته در جامعه را افزایش خواهند داد (کلمن، ۱۹۸۸؛ گایسو و همکاران، ۲۰۰۴). بر این اساس، سرمایه اجتماعی عمومی باعث ایجاد محدودیت در منافع شخصی افراد می‌گردد. به این ترتیب، مدیران به میزان کمتری درگیر موضوعاتی از قبیل مدیریت سود و فرارهای مالیاتی می‌شوند و از تعدیل نیروی کار ماهر شرکت که دانش و مهارت خود را برای ارزش آفرینی در سازمان به کار می‌برد نیز اجتناب به عمل خواهند آورد (جها، ۲۰۱۷؛ حسن و همکاران، ۲۰۱۷). در این شرایط مدیران بیشتر به مشارکت در موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت متمایل خواهند بود. بنابراین، مدیران کمتر در راستای کسب منافع شخصی خود گام برداشته و بیشتر متمایل به انجام امور مشارکتی می‌شوند. به بیانی دقیق، سرمایه اجتماعی عمومی مدیران را از اتخاذ تصمیمات فرصت طلبانه آنها در رابطه با تعدیل منابع و ظرفیت شرکت که موجب کاهش چسبندگی هزینه‌ها می‌گردد (برای مثال، دستیابی به سود هدف) باز خواهد داشت و از این طریق منجر به افزایش میزان چسبندگی هزینه می‌گردد. این مطالعه یکی از نخستین مطالعاتی است که ارتباط میان یک عامل اقتصادی-اجتماعی و محیطی را با رفتار چسبنده هزینه در سطوح استانی مورد بررسی قرار می‌دهد. به این ترتیب نتایج به دست آمده از تحقیق، پیامدهای قابل توجهی را برای عمق بخشیدن به درک پژوهش‌گران در مورد چگونگی تصمیم‌گیری مدیران در ارتباط با تعدیل منابع شرکت در مناطق مختلف کشور، ترسیم می‌کند.

با توجه به نتایج به دست آمده در پژوهش به تمامی نهادها و سازمان‌های نظارتی و برنامه‌ریز کشوری پیشنهاد می‌گردد تا به وسیله تدوین دستورالعملی جامع که به کمک آن بتوان مجموعه‌ای از اعتقادات و باورهای مشترک را در مدیران به منظور انجام امور مشارکتی در سازمان و محدود کردن رفتارهای فرصت طلبانه آنان در راستای منافع شخصی‌شان ایجاد کرد، تبیین نمود. برای مثال تدوین برنامه‌ای کاربردی که هدف اصلی در آن اعطای امتیازات و تسهیلات به شرکت‌هایی که مشارکت بالایی در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکت داشته و آن را به نحوی مناسب در صورت‌های مالی خود منعکس می‌کنند؛ مدیران را به انجام امور مشارکتی و جایگزین کردن منافع شخصی خود با هنجارهای تشریک مساعی تشویق می‌کند. در همین راستا، شبکه‌های نظارتی قدرتمند که از طریق سطوح مجازات تعیین شده برای سوء رفتارهای صورت گرفته، تشکیل می‌گردند نیز الزامی به نظر می‌رسد. به بیانی خلاصه، تدوین هنجارها و

ارزش‌های مشارکتی و ابلاغ آن به شرکت‌ها و نظارت بر اجرای درست آن به کمک شبکه‌ها و نهادهای نظارتی مهم‌ترین پیشنهاد کاربردی این پژوهش است.

همچنین پژوهش‌گران در مطالعات خود نشان داده‌اند که موضوعی مثل حاکمیت شرکتی می‌تواند از طریق محدود کردن ارتباط بین مسئله معروف نمایندگی (امپراطورسازی مدیر) با چسبندگی هزینه بر رفتار هزینه اثرگذار باشد، یا حتی برخی از پژوهش‌گران بروز رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران در راستای دست‌یابی به سود هدف را نیز منجر به ایجاد تغییراتی در رفتار هزینه می‌دانند. از این رو، بررسی ارتباط میان سرمایه اجتماعی عمومی با سازوکارهای حاکمیت شرکتی و مدیریت سود، می‌تواند به عنوان موضوعی متفاوت مورد بررسی قرار گیرد.

یادداشت‌ها

- | | | |
|-------------------------|---------------------------------------|---------------------------|
| 1. Nahapiet and Ghoshal | 2. Droege and Hoobler | 3. Putnam |
| 4. Coleman | 5. Jha | 6. Hoi |
| 7. Altruistic | 8. Leana and Van Buren | 9. DeCarolis and Saporito |
| 10. Kitching | 11. Noreen | 12. Banker |
| 13. Xue and Hong | 14. Hartlieb | 15. Chen |
| 16. Graham | 17. Cohen | 18. Kama and Weiss |
| 19. Masulis | 20. Fukuyama | 21. Elster |
| 22. Guiso | 23. Payne | 24. Knack and Keefer |
| 25. Hasan | 26. Cox | 27. Spagnolo |
| 28. Uslaner | 29. Subramaniam and Weidenmier Watson | 30. Verieris |
| 31. Haga | 32. Golden | 33. Rupasingha |
| 34. Vakil | 35. Asset Intensity | 36. Employee Intensity |
| 37. Successive Decrease | 38. Dierynck | |

منابع

- ایزدی‌نیا، ناصر؛ هاشمی‌دهجی، مجید. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و چسبندگی هزینه‌ها. *حسابداری مدیریت*، ۱۰(۳۲)، ۱-۱۲.
- پورسان، سیمین؛ حصارزاده، رضا. (۱۳۹۵). بررسی فرضیه‌های چسبندگی هزینه‌ها: شواهدی درباره انگیزه‌های سازمانی و انگیزه‌های شخصی مدیران. *پیشرفت‌های حسابداری*، ۱۸(۱)، ۴۸-۲۵.
- حسینی‌پور، رضا؛ نصیرزاده، فرزانه؛ عباس‌زاده، محمدرضا. (۱۳۹۸). عوامل تعیین‌کننده رفتار چسبندگی هزینه‌ها. *دانش حسابداری*، ۱۰(۴)، ۲۱۴-۱۷۷.
- حقیقت، حمید؛ مرتضوی، سیدمرتضی. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر رفتار هزینه‌های عملیاتی بر سودآوری آینده. *دانش حسابداری*، ۱۵(۱۸)، ۲۴-۷.
- خادم، حسین. (۱۳۸۵). *نهاد اجتماعی [دانشنامه برخط]*. بازیابی شده از <http://danesh.roshd.ir>.
- زنجیردار، مجید؛ غفاری‌آشتیانی، پیمان؛ مداحی، زهرا. (۱۳۹۳). بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر رفتار چسبندگی هزینه. *حسابداری مدیریت*، ۲۰(۲)، ۹۲-۷۹.
- سلیمانی‌امیری، غلامرضا؛ طباطبائیان، مریم‌السادات؛ معصومی‌بیلندی، زهرا. (۱۳۹۷). چسبندگی هزینه و مدیریت سود با تمرکز بر انگیزه‌های مدیریتی در صنعت سیمان. *دانش حسابداری*، ۹(۴)، ۱۵۱-۱۲۹.
- شافعی، مجید؛ محمدزاده مقدم، حسن. (۱۳۸۵). شواهد رفتار چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های ایرانی و مطالعه تطبیقی با شرکت‌های انگلیس، آمریکا، فرانسه و آلمان. *چهارمین همایش سراسری دانشجویان حسابداری*، ۱۶-۱.
- علی‌احمدی، سعید؛ سروش‌یار، افسانه؛ دادخواه، مهدی. (۱۳۹۴). ارزیابی نقش سرمایه سازمانی بر چسبندگی هزینه شرکت. *دانش حسابداری مالی*، ۲(۴)، ۱۳۷-۱۵۳.
- قائمی، محمدحسین؛ نعمت‌الهی، معصومه. (۱۳۸۵). بررسی رفتار هزینه توزیع و فروش و عمومی و اداری و بهای تمام شده کالای فروش رفته در شرکت‌های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۶(۱)، ۹۰-۷۱.

نمازی، محمد؛ فتحعلی، اکرم. (۱۳۹۷). بررسی اثر سرمایه فکری و جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۸(۲)، ۲۵۰-۲۲۳.

References

- Aliahmadi, S., Soroushyar, A., Dadkhah, M. (2016). Assessment the role of organization capital on cost sticky. *Financial Accounting Knowledge*, 2(4), 137-154 [In Persian].
- 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.
- Australian Bureau of Statistics. (2004). *Measuring social capital-An Australian framework and indicators*. Retrieved 2019, Dec, from <http://ausstats.abs.gov.au>.
- Banker, R.D., Byzalov, D., Chen, L.T. (2013). Employment protection legislation, adjustment costs and cross-country differences in cost behavior. *Journal of Accounting and Economics*, 55(1), 111-127.
- Banker, R.D., Byzalov, D., Ciftci, M., Mashruwala, R. (2014). The moderating effect of prior sales changes on asymmetric cost behavior. *Journal of Management Accounting Research*, 26(2), 221-242.
- Banker, R.D., Byzalov, D., Fang, S., Liang, Y. (2018). Cost management research. *Journal of Management Accounting Research*, 30(3), 187-209.
- Chen, C.X., Hai, L., Sougiannis, T. (2012). The agency problem, corporate governance and the asymmetric behavior of selling, general and administrative costs. *Contemporary Accounting Research*, 26(2), 221-242.
- Chen, C.X., Gores, T., Nasev, J. (2013). *Managerial Overconfidence and Cost stickiness*. Working paper, Available at: <http://ssrn.com/Abstract=2208622>.
- Cohen, D.A., Dey, A., Lys, T.Z. (2008). Real and accrual-based earnings management in the pre- and post-Sarbanes-Oxley periods. *The Accounting Review*, 83, 757-787.
- Coleman, J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Coleman, J.S. (1990). *Foundation of Social Theory*. Cambridge Mass: Belknap Press of Harvard University Press.
- De Carolis, D.M., Saporito, P. (2006). Social capital, cognition and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(1), 41-56.
- Dierynck, B., Landsman, W.R., Renders, A. (2012). Do managerial incentives drive cost behavior? Evidence about the role of the zero earnings benchmark for label cost behavior in private Belgian firms. *Accounting Review*, 87(4), 1219-1246.
- Droege, S.B., Hoobler, J.M. (2003). Employee turnover and tacit knowledge diffusion: A network perspective. *Journal of Managerial Issues*, 15(1), 50-64.
- Elster, J. (1989). Social norms and economic theory. *Journal of Economic Perspectives*, 3(4), 99-117.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20.
- Ghaemi, M.H., Nematollahi, M. (2006). To study the behavior of selling, general and administrative costs and cost of goods sold in manufacturing firms accepted in Tehran Stock Exchange. *Empirical Studies in Financial Accounting Quarterly*, 16, 71-90 [In Persian].
- Golden, J., Mashruwala, R., Pevzner, M. (2020). Labor adjustment costs and asymmetric cost behavior: An extension. *Management Accounting Research*, 46, 1-10.
- Graham, J.R., Harvey, C.R., Rajgopal, S. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40, 3-73.
- Guiso, L., Sapienza, P., Zingales, L. (2004). The role of social capital in financial development. *American Economic Review*, 94(3), 526-556.
- Haga, J., Hogland, H., Sandvik, D. (2019). Cost behavior around corporate tax rate cuts. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 34, 1-11.
- Haghighat, H., Mortazavi, S. (2014). Investigating of the Impact of Selling, General, and Administrative Costs Behavior on Future Profitability. *Journal of Knowledge Accounting*, 5(18), 7-24 [In Persian].

- Hartlieb, S., Loy, T., Eierle, B. (2020). Does community social capital affect asymmetric cost behavior? *Management Accounting Research*, 46, 1-15.
- Hasan, I., Hoi, C., Wu, Q., Zhang, H. (2017). Does social capital matter in corporate decisions? Evidence from corporate tax avoidance. *Journal of Accounting Research*, 55(3), 629-668.
- Hoi, C., Wu, Q., Zhang, H. (2018). Community social capital and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 647-665.
- Hosseini-pour, R., Nasirzadeh, F., Abbaszadeh, M.R. (2019). Determinants of sticky cost behavior. *Journal of Accounting Knowledge*, 10(4), 177-214 [In Persian].
- Izadinia, N., Hashemi Dehchi, M. (2017). Investigating the relation between corporation social responsibility and cost stickiness. *Management Accounting*, 10(32), 1-12 [In Persian].
- Jha, A., Cox, J. (2015). Corporate social responsibility and social capital. *Journal of Banking and Finance*, 60, 252-270.
- Jha, A. (2017). Financial reports and social capital. *Journal of Business Ethics*, 155(2), 567-596.
- Kama, L., Weiss, D. (2013). Do earnings targets and managerial incentives affect sticky costs? *Journal of Accounting Research*, 51(1), 201-224.
- Khadem, H. (2006). *Social institution* [Online Encyclopedia]. Retrieved from [Http://danesh.roshd.ir](http://danesh.roshd.ir) [In Persian].
- Kitching, K., Mashruwala, R., Pevzner, M. (2016). Culture and cost stickiness: A cross country study. *International Journal of Accounting*, 51(3), 402-417.
- Knack, S. (1992). Civic norms, social sanctions and voter turnout. *Rationality and Society*, 4, 133-156.
- Knack, S., Keefer, P. (1997). Does social capital have an economic pay off? A cross country investigation. *Quarterly Journal of Economics*, 112(4), 1251-1288.
- Leana, C.R., Van Buren, H.J. (1999). Organizational social capital and employment practices. *Academy of Management Review*, 24(3), 538-555.
- Masulis, R., Wang, C., Xie, F. (2007). Corporate governance and acquirer returns. *The Journal of Finance*, 62(4), 51-89.
- Nahapiet, J., Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Namazi, M., Fathali, A. (2019). Effect of intellectual capital and free cash flow on cost stickiness. *Journal of Empirical Research in Accounting*, 8(2), 223-250 [In Persian].
- Noreen, E. (1991). Conditions under which activity-based systems provide relevant costs. *Journal of Management Accounting Research*, 3, 159-168.
- Payne, T.G., Moore, C.B., Griffis, S.E. (2011). Multilevel challenges and opportunities in social capital research. *Journal of Management*, 37(2), 491-520.
- Poursasan, S., Hesarzadeh, R. (2016). Investigating the competing theories of sticky costs: Evidence of organizational incentives and managerial incentives. *Journal of Accounting Advances*, 8(1), 25-48 [In Persian].
- Putnam, R.D. (1995). Bowling alone: Americas declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Rupasingha, A., Goetz, S.G., Freshwater, D. (2006). The production of social capital in US counties. *The Journal of Socio-Economics*, 35, 83-101.
- Shafeie, M., Mohammadzade Moghadam, H. (2006). Evidence of costs sticky behavior in Iranian companies and adaptive with companies in Britain, America, France and Germany. *4th National Accounting Students Conference*, 1-16 [In Persian].
- Soleimani Amiri, G., Tabatabaeian, M., Masumi Bilandy, Z. (2019). Cost Stickiness and Income Smoothing with Focus on Management Motives in Cement Industry. *Journal of Accounting Knowledge*, 9(4), 129-151 [In Persian].
- Spagnolo, G. (1999). Social relations and cooperation in organizations. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 38(1), 1-25.

- Subramaniam, C., Weidenmier Watson, M. (2016). Additional evidence on the sticky behavior of costs. *Advances in Management Accounting*, 26, 275-305.
- Uslaner, E.M. (2002). *The moral Foundations of trust*. UK: Cambridge university press.
- Vakil, A.C. (1997). Confronting the classification problem: Toward a taxonomy of NGOs. *World development*, 25(12), 2057-2070.
- Verieris, G., Naoum, C.V., Vilsmas, O. (2015). Organization capital and sticky behavior of selling, general and administrative expenses. *Management Accounting Research*, 26(1), 54-82.
- Xue, S., Hong, Y. (2016). Earnings Management, corporate governance and expense stickiness. *China Journal of Accounting Research*, 9(1), 41-58.
- Zanjirdar, M., Ghafari Ashtiani, P., Madhi, Z. (2015). Review and analyze the factors affecting the behavior of sticky costs. *Management Accounting*, 20, 79-91 [In Persian].