

Social Capital and Asymmetric Cost Behavior

Mir Feyz Fallahshams^{1*}, Bahman Eskandari², Farhad Azizi³, Mohammad Norouzi⁴

1. Associate Professor, Faculty of Management, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran

2. Assistant Professor, Faculty of Management, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran

3. Assistant Professor, Faculty of Economics and Accounting, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran

4. Assistant Professor, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Gonbad Kavous University lecturer, Gonbad Kavous, Iran

(Received: May 19, 2020 - Accepted: September 12, 2020)

Abstract

Social capital represents the power of norms and the density of social networks in a region. An economic, social factor can influence the decision-makers' decisions regarding management resources through different strategies. Therefore, companies with higher social capital show less symmetry in the behavior of costs. Consequently, consensual capital prevents managers from making decisions that modify opportunistic resources that cause cost adhesion. Therefore, based on this argument, the present study examines the relationship between social capital and asymmetric costs behavior of companies. For this purpose, three criteria of social, occupational, and political communication were used to measure the social capital of managers. The hypothesis testing was performed using regression analysis of a combined set of data related to 73 companies listed on the Tehran Stock Exchange from 2005 to 2018. Following multivariate regression models, the research findings show that social capital reduces the asymmetric behavior of costs by reducing managers' opportunistic motivations and thus reduces the adhesion of costs in the company. In addition, the result of the second hypothesis is that social capital created through managers' social communication with employees increases management optimism and as a result, the adhesion of costs in the company increases .

Keywords

Social capital, Asymmetric cost behavior, Economic and social theory.

* Corresponding Author, Email: fallahshams@gmail.com

سرمایه اجتماعی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها

میرفیض فلاح شمس^{۱*}، بهمن اسکندری^۲، فرهاد عزیزی^۳، محمد نوروزی^۴

۱. دانشیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکز، تهران، ایران
۲. استادیار، دانشکده مدیریت، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکز، تهران، ایران
۳. استادیار، دانشکده اقتصاد و حسابداری، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکز، تهران، ایران
۴. استادیار، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، مدرس دانشگاه گنبدکاووس، گنبدکاووس، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۳۰ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۲۲)

چکیده

سرمایه اجتماعی قدرت هنجارها و تراکم شبکه‌های اجتماعی را در یک منطقه نشان می‌دهد. عوامل اقتصادی-اجتماعی می‌تواند بر تصمیم‌های تعدیلی منابع مدیریتی اثرگذار باشد. ازین‌رو، شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی بالاتر تقارن کمتری در رفتار هزینه‌ها نشان می‌دهند. بنابراین، سرمایه اجتماعی مدیران را از اتخاذ تصمیمات تعدیل‌کننده منابع فرصت‌طلبانه، که باعث چسبندگی هزینه‌ها می‌شود، باز می‌دارد. بر پایه این استدلال، در پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و رفتار نامتقارن هزینه‌های شرکت پرداخته شد. بدین منظور، برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی، از سه معیار ارتباطات اجتماعی و شغلی و سیاسی استفاده شد. آزمون فرضیه‌ها با استفاده از روش آماری تحلیل رگرسیون با داده‌های ترکیبی بر اساس اطلاعات ۷۳ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۸ انجام شد. یافته‌های فرضیه اول پژوهش حاکی از آن بود که سرمایه اجتماعی از طریق کاهش انگیزه‌های فرصت‌طلبانه مدیران باعث کاهش رفتار نامتقارن هزینه‌ها می‌شود و در نتیجه چسبندگی هزینه‌ها در شرکت کاهش می‌یابد. همچنین، نتیجه فرضیه دوم حاکی از آن بود که سرمایه اجتماعی از طریق ارتباط اجتماعی مدیران با کارکنان باعث افزایش خوش‌بینی مدیریت می‌شود و در نتیجه چسبندگی هزینه‌ها در شرکت افزایش می‌یابد.

کلیدواژگان

رفتار نامتقارن هزینه، سرمایه اجتماعی، نظریه اقتصادی-اجتماعی.

* رایانامه نویسنده مسئول: fallahshams@gmail.com

مقدمه

سرمایه اجتماعی مفهومی بین‌رشته‌ای است که در سال‌های اخیر توجه پژوهشگران علوم اجتماعی را به خود جلب کرده است (مهربان‌پور و جندقی قمی ۱۳۹۸). بر اساس تحقیقات انجام‌شده، تصمیمات مدیریت در خلأهای اجتماعی ظهور نمی‌کند، بلکه تأثیر آن در محیط‌های اجتماعی شکوفا می‌شود (Hasan et al 2017a). بنابراین، سرمایه اجتماعی از مباحث نوین است که به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه، به منزله منبعی باارزش، اشاره می‌کند و با خلق روابط و هنجارها و اعتماد میان افراد به شکل‌دهی همکاری‌های سودمند و تلاش برای منافع مشترک و هم‌افزایی‌های جمعی منتج می‌شود (Jha & Chen 2015؛ صالحی امیری و امیرانتخابی ۱۳۹۰؛ خیرگو و سهیلی ۱۳۹۷). مفهوم سرمایه اجتماعی متشکل از انواع مختلف و متنوعی است که می‌توان به سرمایه اجتماعی سلامت (Moor & Kawachi 2017)، سرمایه اجتماعی آموزش (Kagle & Galosy 2017)، سرمایه اجتماعی و کارآفرینی (Williams et al 2017)، سرمایه اجتماعی توسعه اقتصادی (Baende Bofota 2017)، سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری محلی (Aldrich & Mayer 2015)، سرمایه اجتماعی و فقر (Hong et al 2017)، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی و ... اشاره کرد. چانگ^۱ و همکارانش (۲۰۱۷) بر این باورند که سرمایه اجتماعی باعث بنیان رشد و توسعه اقتصادی جوامع و عامل کلیدی در کسب مزیت رقابتی و موفقیت اقتصادی پایدار سازمان‌هاست. همچنین؛ سرمایه اجتماعی خطر اخلاقی و منفعت‌طلبی در سازمان‌ها را مهار می‌کند و باعث هم‌سو شدن فعالیت‌های اقتصادی در جامعه و منافع جمعی در بستر اعتماد و اطمینان متقابل می‌شود. ازین‌رو، محققان مطالعات مالی و اقتصادی خود را به پیامدهای سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها معطوف کرده‌اند (Ben-Hador & Lins et al 2017؛ Eckhaus 2018). مثلاً، هارتلیب^۲ و همکارانش (۲۰۲۰) در مطالعه خود نشان دادند که شرکت‌های ایالات متحده آمریکا، با سرمایه‌های اجتماعی بالاتر، تقارن کمتری را در رفتار هزینه‌های خود نشان می‌دهند و به عبارتی از چسبندگی هزینه کمتری برخوردارند. همچنین، بر اساس نظریه نمایندگی، مدیران همواره به رفتارهای فرصت‌طلبانه در شرکت‌ها هم‌سو با حفظ منافع خود تمایل دارند که

1. Cheng
2. Hartlieb

این موضوع با منافع سهامداران در تضاد است و باعث می‌شود منابع شرکت را به سمت و سوی منافع شخصی مدیر هدایت کند. سرمایه اجتماعی به مثابه یک عامل اجتماعی- رفتاری می‌تواند در جهت حل این مشکل هزینه‌های بیش از حد شرکت را در سطح مطلوب نگه دارد (Young & Chunga et al 2018).

رفتار نامتقارن هزینه پدیده‌ای را توصیف می‌کند که نشان می‌دهد مدیران، هنگام افزایش منابع در زمان افزایش فروش، سریع واکنش نشان می‌دهند. اما هنگام کاهش تقاضا مایل به کاهش ظرفیت بدون استفاده نیستند. در پیشینه نظری مالی و حسابداری، اکثر مطالعات به درک عوامل و تفاوت عدم تقارن هزینه‌ها در سطح شرکت- نظیر خوش‌بینی مدیریت (Banker et al 2014)، انگیزه‌های فرصت‌طلبانه مدیریت (Chen et al 2012)، محافظه‌کاری حسابداری (محمدی و زنجیردار ۱۳۹۷)، مسئولیت اجتماعی (نمازی و جعفری ۱۳۹۸)- پرداخته‌اند. (Jha, 2017) بر این باور است که سرمایه اجتماعی ممکن است بر رفتار هزینه‌ها تأثیرگذار باشد. این امر باعث محدود کردن رفتار فرصت‌طلبانه مدیران می‌گردد که همسو با ادبیات نظری است که مدیران در شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی بالا، رفتار فرصت‌طلبانه کمتری از خود نشان می‌دهند (Jha, 2017) یا فعالیت‌های اجتناب مالیات (Hasan et al, 2017a) و در مقابل مسائل مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت (Hoi et al, 2018) از مشارکت بالایی برخوردارند. با توجه به اینکه رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران عامل تعیین‌کننده عدم تقارن هزینه است، انتظار می‌رود سرمایه اجتماعی باعث کاهش رفتار نامتقارن هزینه‌ها شود. با این حال، سرمایه اجتماعی نیز سطح تعامل اجتماعی و اعتماد متقابل بین افراد را در شرکت افزایش می‌دهد. اعتماد اجتماعی بین مدیران و کارکنان همراه رفتارهای نوع‌دوستانه بر تصمیمات اشتغال کارکنان و گردش مالی شرکت تأثیرگذار است (Droege & Hoobler, 2003; Hartlieb et al, 2020). در نتیجه، سرمایه اجتماعی باعث افزایش هزینه‌های تعدیل منابع می‌شود و مدیران هنگام کاهش تقاضا از تطبیق ظرفیت بدون استفاده جلوگیری می‌کنند که به چسبندگی هزینه‌ها منجر می‌شود. بر این اساس، انتظار می‌رود سرمایه اجتماعی به منزله یک عامل محیطی بر رفتارهای مدیریت تأثیرگذار باشد. با این حال، در عمده مطالعات داخلی این موضوع نادیده انگاشته شده و فضایی خالی در پیشینه حسابداری و

گزارشگری مالی برای تحقیق در این زمینه وجود دارد که این خود انگیزه‌ای جهت انجام دادن این پژوهش است. بنابراین، پژوهش حاضر در پی یافتن پاسخی برای این سؤال است که آیا بین سرمایه اجتماعی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها رابطه معناداری وجود دارد و در صورت مثبت بودن پاسخ، نوع رابطه چگونه است؟ انتظار می‌رود نتایج این پژوهش بتواند دستاوردها و ارزش افزوده علمی به شرح زیر داشته باشد:

اول اینکه نتایج پژوهش می‌تواند موجب بسط مبانی نظری پژوهش‌های گذشته در حوزه تحقیقات اجتماعی حسابداری در کشورهای در حال توسعه، نظیر ایران، شود. دوم اینکه شواهد پژوهش نشان خواهد داد تا چه اندازه سرمایه اجتماعی شرکت‌ها می‌تواند بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها اثرگذار باشد. این موضوع، به منزله یک دستاورد علمی، می‌تواند اطلاعات سودمندی را در اختیار سرمایه‌گذاران، قانون‌گذاران بازار سرمایه، و سایر استفاده‌کنندگان اطلاعات حسابداری قرار دهد. با توجه به اینکه این نتایج می‌تواند برای بازار سرمایه بسیار کاربردی باشد، جامعه آماری پژوهش متشکل از شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در نهایت، نتایج پژوهش می‌تواند پیشنهادهایی برای پژوهش‌های جدید در حوزه حسابداری رفتاری و بهای تمام‌شده شرکت‌ها ارائه دهد.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم هزینه و مدیریت آن از موضوعات بسیار مهم جهت کسب سود است. درک رفتار هزینه‌ها بسیار ضروری است. یافته‌های پژوهش‌های اخیر درباره رفتار هزینه‌ها نشان داده هزینه‌ها متناسب با تغییرات فروش تغییر نمی‌کنند. به عبارت دیگر، هزینه‌ها به تناسب با افزایش فروش افزایش می‌یابند؛ اما به تناسب کاهش فروش کاهش نمی‌یابند. این رفتار نامتناسب هزینه‌ها چسبندگی هزینه نامیده می‌شود. دو نظریه درباره چسبندگی هزینه مطرح شده است. بر اساس نظریه اول، چسبندگی هزینه‌ها نتیجه تصمیم آگاهانه مدیران است و بر اساس نظریه دیگر چسبندگی هزینه‌ها ممکن است به این دلیل باشد که هزینه‌ها هم‌زمان و به سرعت کاهش در فروش کاهش نمی‌یابند. نظریه‌های متفاوتی در خصوص شدت چسبندگی هزینه‌ها مطرح شده است که از آن جمله می‌توان تمایل مدیریت به حفظ ظرفیت منابع در دوره‌های کاهش درآمد به دلیل عدم تمایل به تحمل هزینه‌های تعدیل منابع و تجهیز

مجدد منابع را بیان کرد (Anderson et al, Kama & Weiss, 2013; Hartlieb & Loy, 2017) و (2003) و گروهی از پژوهشگران، نظیر (Chen et al, 2008)، چنین پدیده‌ای را از دیدگاه نظریه نمایندگی و انگیزه‌های شخصی مدیران در حفظ سطح ظرفیت تولیدی در دوره‌های کاهش درآمد تحلیل کرده‌اند. انگیزه‌های مدیریتی ممکن است برای دستیابی به سود پیش‌بینی‌شده به کاهش چسبندگی هزینه‌ها اقدام کنند یا انگیزه‌های فرصت‌طلبانه و قدرت‌طلبانه مدیران ممکن است موجب عدم تقارن در هزینه‌های فروش و اداری (چسبندگی هزینه) شوند.

بر اساس نظریه تصمیم آگاهانه، هزینه‌های تحت تأثیر تصمیم‌های مدیریت چسبندگی می‌یابند. زمانی که مدیران احساس کنند کاهش فروش کوتاه‌مدت و مقطعی است و کاهش فروش در دوره جاری با افزایش فروش در دوره‌های بعد جبران خواهد شد برای حفظ منابع تلاش می‌کنند و هزینه‌های حفظ این منابع را متحمل می‌شوند و به امید روزهای بهتر خواهند بود که متأثر از خوش‌بینی مدیریت است. همچنین، بر اساس نظریه تأخیر در تعدیل هزینه، هزینه‌ها به این دلیل دچار چسبندگی می‌شوند که سرعت کاهش فروش و هزینه‌ها نمی‌تواند یکسان باشد. مدیرانی که اعتماد به نفس بیشتری دارند هنگام کاهش تقاضا برای محصولات خود، به دلیل برآورد بیش از واقع فروش آتی، منابع بیشتری برای هزینه‌های فروش و اداری نگهداری می‌کنند که این عامل موجب افزایش چسبندگی هزینه در مورد هزینه‌های فروش و اداری می‌شود. خوش‌بینی مدیریت بیشتر زمانی رخ می‌دهد که افراد توانایی و مهارت خود را، در مقایسه با دیگران یا بدون مقایسه با دیگران، بیشتر از واقعیت تخمین می‌زنند.

از سویی، امروزه نقش واحدهای تجاری در اجتماعی دستخوش تغییرات بسیار زیادی شده است؛ به گونه‌ای که انتظار می‌رود واحدهای تجاری نه تنها به فکر افزایش سود خود باشند، بلکه در برابر اجتماع نیز پاسخ‌گو و برای جامعه‌ای که با آن در تعامل‌اند مفید باشند (ایزدی‌نیا و هاشمی دهچی ۱۳۹۶). واحد تجاری نمی‌تواند از اجتماع فرار کند و جامعه نیز نمی‌تواند بدون واحد تجاری وجود داشته باشد. بنابراین، یک ارتباط دوطرفه بین واحد تجاری و اجتماع وجود دارد (عرب‌صالحی و صادقی ۱۳۹۲). بر اساس تحقیقات انجام‌شده در زمینه علوم اجتماعی، این تفکر که سرمایه اجتماعی بر تصمیمات شرکت و به‌ویژه مدیریت تأثیرگذار است مورد تأیید محققان قرار گرفته است. مدیران در سرمایه‌های اجتماعی بالا رفتارهای فرصت‌طلبانه کمتری از خود نشان می‌دهند. همچنین در شرکت‌هایی که از سرمایه

اجتماعی بالایی برخوردارند دست‌کاری صورت‌های مالی کمتر صورت می‌گیرد. در نتیجه، مدیران به دلیل فشارهای محیطی و اجتماعی رفتارهای فرصت‌طلبانه کمتری از خود نشان می‌دهند و در مقابل همکاری و تعامل بیشتری دارند. بنابراین، انتظار می‌رود سرمایه بالای اجتماعی شرکت‌ها باعث کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه و اجتناب مالیاتی و در نتیجه افزایش پاسخگویی اجتماعی شود (Hoi et al, 2018). بر همین اساس، مدیران در مناطق با سرمایه اجتماعی بالا به احتمال زیاد به نفع شرکت عمل می‌کنند. ازین‌رو، هزینه نمایندگی و رفتارهای فرصت‌طلبانه نقش کمتری در رفتار هزینه‌ها در شرکت‌های مستقر در این مناطق ایفا می‌کند. بنابراین، این باور مشترک در جامعه وجود دارد که افراد دارای قدرت، مانند مدیران شرکت‌ها، وظیفه دارند با مسئولیت‌پذیری اجتماعی به نفع جامعه رفتار کنند. در جوامع با سرمایه اجتماعی بالا، هنجارهای قوی اجتماعی بر وظیفه مدیران و رفتارهای اجتماعی آن‌ها تأکید دارد (Hasan et al, 2017a). همچنین، شبکه‌های اجتماعی قوی بر شیوه‌های اشتغال شرکت‌ها و گردش کارکنان تأثیرگذار است. کارکنان در شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی بالا از شبکه‌های اجتماعی متراکم، تمایل به تعامل اجتماعی بیشتر نیز دارند. این موضوع تعهد به سازمان و همکاری در محیط کاری را ترغیب می‌کند. به طور کلی، سرمایه اجتماعی جامعه به روابط اشتغال پایدار کمک می‌کند و این موضوع هزینه‌های تعدیل را افزایش می‌دهد که نشان‌دهنده ارتباط مثبت بین سرمایه اجتماعی و رفتار نامتقارن هزینه‌هاست (Hartlieb et al, 2020).

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: سرمایه اجتماعی از طریق کاهش انگیزه‌های فرصت‌طلبانه مدیران باعث کاهش رفتار نامتقارن هزینه‌ها می‌شود و در نتیجه چسبندگی هزینه‌ها در شرکت کاهش می‌یابد.

فرضیه دوم: سرمایه اجتماعی از طریق ارتباط اجتماعی مدیران با کارکنان باعث افزایش خوش‌بینی مدیریت می‌شود و در نتیجه چسبندگی هزینه‌ها در شرکت افزایش می‌یابد.

پیشینه تجربی پژوهش

(Hartlieb et al, 2020) تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار نامتقارن هزینه‌های شرکت را بررسی کردند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد شرکت‌های ایالات متحده با سرمایه اجتماعی بالا از تقارن

کمتری در رفتار هزینه برخوردارند و سرمایه اجتماعی جامعه مدیران را از اتخاذ تصمیمات تعدیل‌کننده منابع فرصت‌طلبانه، که باعث چسبندگی هزینه‌ها می‌شود، بازمی‌دارد. (Makni, 2020) به بررسی تأثیر رفتار نامتقارن هزینه‌ها و پیامدهای آن بر محافظه‌کاری حسابداری بر اساس یک نمونه از هجده کشور جهان طی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۵ پرداختند و دریافتند که بین چسبندگی هزینه و محافظه‌کاری مشروط در چارچوب قوانین بین‌المللی ارتباط وجود دارد و این رابطه در گروه‌ها و کشورها در چارچوب قوانین بین‌المللی ارتباط وجود دارد و این رابطه در گروه‌ها و کشورها در چارچوب قوانین بین‌المللی ارتباط وجود دارد و این رابطه در گروه‌ها و کشورها در چارچوب قوانین بین‌المللی ارتباط وجود دارد. (Shust, 2019) در پژوهش خود، با عنوان «رفتار هزینه‌های اداری، عمومی، و فروش در شرکت‌های خانوادگی»، با انتخاب نمونه‌ای متشکل از ۳۰۹۶ شرکت - سال مشاهده طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۵ دریافتند که شرکت‌های خانوادگی برخلاف شرکت‌های غیر خانوادگی از رفتار ضد چسبندگی هزینه برخوردارند. هارتلیب و لای (Hartlieb & Loy, 2019) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین چسبندگی هزینه و هموارسازی سود پرداختند و نتایج یافته‌های آن‌ها نشان داد که رفتار نامتقارن هزینه‌ها نسبت به تغییرات در سطح فعالیت شرکت با رفتار فرصت‌طلبانه مدیران جهت هموارسازی سود ارتباط معنادار ندارد و چسبندگی هزینه نیز کاهش می‌یابد. (Hasan et al, 2017) با بررسی اهمیت سرمایه اجتماعی در تصمیمات شرکت‌های ایالات متحده آمریکا، با انتخاب نمونه‌ای مشتمل بر ۶۵۸۰۷ شرکت - سال مشاهده، طی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۲، دریافتند سرمایه اجتماعی باعث کاهش اجتناب از مالیات می‌شود.

در زمینه تحقیقات داخلی، به علت آنکه مطالعات انجام‌شده مستقیم به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها - شرکت‌ها نپرداخته‌اند، به مرتب‌ترین پژوهش‌های صورت‌گرفته در این حوزه اشاره می‌شود. صفری و ایدی (۱۳۹۹) به بررسی عوامل راهبردی تأثیرگذار بر توسعه و ظرفیت‌سازی سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی شهر ایلام پرداختند. یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان داد در فرایند توسعه و ظرفیت‌سازی سرمایه اجتماعی عواملی همچون آموزش، پایداری اجتماعی، و پایداری محیطی از عوامل راهبردی است که می‌تواند توانمندی کارکنان را تسهیل کند. محمدی و همکارانش (۱۳۹۸) در پژوهشی، تحت عنوان «سرمایه اجتماعی مدیران و عملکرد مالی بانک‌ها»، به بررسی ۳۰ بانک کشور - شامل بانک‌های بورسی و غیر بورسی - طی سال‌های ۱۳۸۷ تا

۱۳۹۶ پرداختند. یافته‌های آنان نشان داد سرمایه اجتماعی مدیران تأثیر مثبت و معنادار بر معیارهای عملکرد مالی دارد. نمازی و جعفری (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر تعدیل‌کنندگی هزینه نمایندگی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه شرکت‌های بورسی پرداختند. یافته‌های پژوهش آن‌ها حاکی از تأثیر مستقیم مسئولیت اجتماعی شرکت بر چسبندگی هزینه‌ها بود. افزون بر این، نتایج نشان‌دهنده تأثیر هزینه نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها بود. نیز، هزینه نمایندگی بر شدت رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه‌ها تأثیر دارد و طبق آزمون والد شدت رابطه را کاهش می‌دهد. خامه‌چی و رنگریز (۱۳۹۸) به فراتحلیل پیامدهای سرمایه اجتماعی با استفاده از یک نمونه متشکل از ۶۸ مورد طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ پرداختند و دریافتند که بین پیامدهای سرمایه اجتماعی در سطح سازمان و جامعه ارتباط معنی‌داری وجود دارد. مهربان‌پور و جندقی قمی (۱۳۹۸) به بررسی جایگاه مالی و سرمایه اجتماعی پرداختند و با انتخاب نمونه‌ای متشکل از ۹۵۲ شرکت - سال مشاهده، طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۵، دریافتند که شاخص‌های سرمایه اجتماعی شناختی و ساختاری با جایگاه مالی واحدهای تجاری رابطه مثبت دارند. بنابراین، سرمایه اجتماعی می‌تواند نقشی تعیین‌کننده در چشم‌انداز اقتصادی کسب‌وکارها و مدل‌های تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران ایفا کند. خیرگو و سهیلی (۱۳۹۷) به بررسی ترسیم الگوی ارتقای سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی ایران متشکل از ۲۷ نفر از مدیران دولتی استان تهران با استفاده از روش منطق اشباع نظری و روش گلوله برفی پرداختند. آن‌ها از طریق مصاحبه و تحلیل اسناد و با مطالعه متون نظری تحقیق و نظریه‌های موجود در زمینه سرمایه اجتماعی ابعاد و مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن را جمع‌آوری و سپس با به‌کارگیری راهبرد داده‌بنیاد الگوی ارتقای سرمایه اجتماعی، شامل عوامل درون‌سازمانی - نظیر عوامل فردی، عوامل ساختاری، عوامل مدیریتی، عوامل ایمنی و اعتماد، عوامل آموزشی، عوامل انسجام، و همبستگی - و عوامل برون‌سازمانی - نظیر عوامل نهادی و دولتی، عوامل اطلاعاتی، عوامل فناوری، عوامل فرهنگی و ایدئولوژیکی، عوامل اجتماعی و خانوادگی، عوامل مشارکتی - را شناسایی کردند. رضایی و رضایی (۱۳۹۵) در پژوهش خود ارتباط بین چسبندگی هزینه و مسئولیت اجتماعی را با استفاده از نمونه‌ای مشتمل بر ۱۱۱ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۳ بررسی کردند. یافته‌های پژوهش

نشان داد بین چسبندگی هزینه و مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و این رابطه مثبت مربوط به چسبندگی بهای تمام‌شده کالای فروش‌رفته است. همچنین، تفاوت در ساختار بهای تمام‌شده کالای فروش‌رفته رابطه مثبت چسبندگی آن با ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را تغییر معنادار می‌دهد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات نیمه‌تجربی پس‌رویدادی در حوزه تحقیقات اثباتی حسابداری است. از نظر روش تحلیل داده‌ها نیز پژوهش توصیفی-همبستگی است. داده‌های پژوهش از لوح‌های فشرده آرشیو آماری و تصویری سازمان بورس اوراق بهادار تهران، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار تهران، نرم‌افزار ره‌آورد نوین گردآوری شد. سپس با جمع‌بندی و محاسبات مورد نیاز در صفحه گسترده نرم‌افزار اکسل، به منظور تجزیه و تحلیل، آماده شد. تجزیه و تحلیل نهایی نیز به کمک نرم‌افزار آماری ایویوز نسخه ۱۱ انجام شد. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل همه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۸، بود. نمونه انتخابی تحقیق نیز شرکت‌هایی بودند که مجموعه شرایط زیر را داشتند:

۱. شرکت‌هایی که از ابتدای سال ۱۳۸۴ تا انتهای سال ۱۳۹۸ در عضویت بورس اوراق بهادار بودند. (شرکت‌های مد نظر دارای ماهیت عمومی و خصوصی بودند. چون در این شرکت‌ها نقش دولت بر اساس عملکرد ضعیف مالی آن‌ها کمتر بود).
 ۲. به منظور افزایش قابلیت مقایسه، سال مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفندماه بود.
 ۳. طی سال یادشده تغییر فعالیت یا تغییر سال مالی نداده بودند.
- با اعمال محدودیت‌های یادشده، تعداد ۷۳ شرکت به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند.

متغیرها و مدل رگرسیونی پژوهش

• مدل رگرسیونی پژوهش

جهت سنجش تأثیر سرمایه اجتماعی جامعه بر رفتار هزینه‌ها در پژوهش حاضر از مدل

(Anderson et al, 2003)، که در تحقیقات مختلف تحت عنوان چسبندگی هزینه بررسی شده است، استفاده شد (Chen et al, 2012; Banker et al, 2013; Kitching et al, 2016). در این مدل، چگونگی رفتار هزینه‌ها نسبت به تغییرات سطح فروش، در دوره‌های افزایش و کاهش درآمد، به طور جداگانه ارزیابی می‌شود.

$$\Delta \ln O C_{n,i,t} = \beta_0 + \beta_1 \Delta \ln Sale_{n,i,t} + \beta_2 Dec_{n,i,t} \times \Delta \ln Sale_{n,i,t} + \varepsilon_{n,i,t} \quad \text{مدل ۱}$$

که در آن $\Delta \ln O C_{n,i,t}$: لگاریتم تغییرات در هزینه‌های شرکت i در سال t نسبت به سال $t-1$ ، $\Delta \ln Sale_{n,i,t}$: لگاریتم تغییرات در درآمد فروش شرکت i در سال t نسبت به سال $t-1$ ، $Dec_{n,i,t}$: متغیر مجازی است که اگر شرکت i در سال t نسبت به سال $t-1$ با کاهش فروش مواجه شده باشد برابر ۱ و در غیر این صورت برابر صفر خواهد بود.

مدل ۱ فقط تغییرات فروش را در سال t نسبت به سال $t-1$ نشان می‌دهد. بر این اساس، همانند پژوهش (Banker et al, 2013) از مدل ۲، که مدل ۱ را بسط داده است، جهت اندازه‌گیری تغییرات فروش در سال $t-1$ نسبت به سال $t-2$ استفاده شد.

$$\begin{aligned} \Delta \ln O C_{n,i,t} = & \beta_0 + \beta_1 \Delta \ln Sale_{n,i,t} + \beta_2 Dec_{n,i,t} \times \beta_1 \Delta \ln Sale_{n,i,t} \\ & + (\beta_3 Social - Capital_{n,t} + \beta_4 AI_{i,t} + \beta_5 EI_{i,t} \\ & + \beta_6 Succ - Dec_{i,t} + \beta_7 FCF_{i,t} + \beta_8 GDP - Growth_{i,t} \\ & + \beta_9 Unemployment_{i,t}) \times Dec_{n,i,t} \times \Delta \ln Sale_{n,i,t} \\ & + (\beta_{10} Social - Capital_{n,t} + \beta_{11} AI_{i,t} + \beta_{12} EI_{i,t} \\ & + \beta_{13} FCF_{i,t} + \beta_{14} GDP - Growth_{i,t} + \beta_{15} M - Opt_{i,t}) \\ & \times \Delta \ln Sale_{n,i,t} + \varepsilon_{n,i,t} \end{aligned} \quad \text{مدل ۲}$$

ضریب اصلی (β_3) در مدل ۲ بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و سطح رفتار نامتقارن هزینه‌ها را نشان می‌دهد. ضریب مثبت نشان‌دهنده تأثیر منفی سرمایه اجتماعی بر چسبندگی هزینه است که مطابق با فرضیه اول پژوهش است و ضریب منفی مدل نشان‌دهنده تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی بر رفتار نامتقارن هزینه‌هاست که مطابق با فرضیه دوم پژوهش است.

جدول ۱. تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیر	نماد متغیر	نحوه اندازه‌گیری متغیرها
گردش دارایی	AI	نسبت فروش سال t به میانگین دارایی‌ها در سال t .
شدت کارکنان	EI	نسبت تعداد کارکنان شرکت به فروش شرکت در سال جاری.
کاهش فروش	Succ-Sec	یک متغیر مجازی است که اگر شرکت در دو سال متوالی در فروش کاهش داشته باشد مقدار یک و در غیر این صورت مقدار صفر خواهد گرفت.
جریان نقد آزاد	FCF	جهت سنجش جریان نقد آزاد از رابطه زیر مطابق با پژوهش لن و پولسن (۱۹۸۹) استفاده می‌شود. $FCF_{i,t} = (INC_{i,t} - TAX_{i,t} - INTEP_{i,t} - CSDIV_{i,t})$ که در آن FCF : جریان نقد آزاد، INC : سود عملیاتی قبل از استهلاک، TAX : کل مالیات پرداختی، $INTEP$: هزینه بهره پرداختی، $CSDIV$: سود پرداختی به سهامداران عادی
خوش‌بینی مدیریت	M-Opt	اگر پیش‌بینی مدیریت از فروش سال $t+1$ کاهش داشته باشد، مقدار یک و در غیر این صورت مقدار صفر می‌گیرد.
رشد اقتصادی	GDP-Growth	رشد تولید ناخالص داخلی ایران در سال t که از سایت مرکز آمار ایران به نشانی www.amar.org دریافت شده است.
میزان بیکاری	Unemployment	نسبت تعداد افراد بیکار به کل نیروی کار شرکت.
سرمایه اجتماعی		در پژوهش حاضر، با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی کشور، سرمایه اجتماعی از طریق مشارکت شرکت‌ها در مباحث اجتماعی بررسی و سنجیده شد؛ بدین صورت که اگر اعضای هیئت‌مدیره به طور هم‌زمان در سایر شرکت‌ها رابطه داشته باشند عدد یک و در غیر این صورت صفر خواهد بود.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

جدول ۲ آمار توصیفی متغیرهای مورد آزمون را، که شامل برخی شاخص‌های مرکزی و پراکندگی است، نشان می‌دهد.

جدول ۲. آمار توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق

متغیر	نماد متغیر	میانگین	میانه	حداقل	حداکثر	انحراف معیار
گردش دارایی	AI	۰/۷۹۲	۰/۷۶۴	۰/۰۲۱	۲/۷۶۶	۰/۳۷۲
شدت کارکنان	EI	۲/۶۶۵	۲/۶۶۲	۱/۴۰۹	۳/۵۵۰	۰/۳۴۱
کاهش فروش	Succ-Sec	۰/۴۲۷	۰/۴۱۵	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۱۲۶
جریان نقد آزاد	FCF	۰/۰۳۵	۰/۰۲۹	-۰/۴۷۶	۱/۶۹۰	۰/۱۴۸
خوش بینی مدیریت	M-Opt	۰/۷۶۸	۰/۸۳۵	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۶۴۷
رشد اقتصادی	GDP-Growth	۰/۰۵۹	۰/۰۶۸	۰/۰۰۶	۰/۰۸۷	۰/۰۲۵
رشد فروش	Sale	۰/۰۵۷	۰/۰۶۰	-۰/۴۸۹	۰/۴۹۸	۰/۱۱۶
رشد هزینه‌های توزیع، فروش و اداری	TC	۰/۰۶۱	۰/۰۶۳	-۰/۵۰۲	۰/۵۳۱	۰/۱۱۷

نتایج آزمون فرضیه‌ها

قبل از برآورد مدل، لازم است مفروضات مدل رگرسیون- شامل نرمال بودن باقی مانده‌های مدل، همسانی واریانس اجزای اخلاص، نبود هم خطی بین متغیرهای توضیحی، نبود خودهمبستگی بین اجزای خطای مدل- بررسی شود. به منظور بررسی نرمال بودن توزیع اجزای اخلاص مدل از آزمون جاک- برا استفاده شد. از آنجا که سطح معناداری این آزمون برای مدل‌های تحقیق بیشتر از ۰/۰۵ است، فرض صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع اجزای اخلاص مدل‌های مورد بررسی تأیید می‌شود. به منظور رفع مشکل احتمالی ناهمسانی واریانس نیز از روش تصحیح وایت استفاده شد. علاوه بر این، برای اطمینان از نبود مشکل هم خطی چندگانه بین متغیرها آزمون هم خطی با استفاده از عامل تورم واریانس (VIF) بررسی شد که با توجه به آنکه مقادیر این آماره برای متغیرهای توضیحی کمتر از ۱۰ است، می‌توان دریافت که مشکل هم خطی چندگانه تهدیدی جدی برای مدل محسوب نمی‌شود. در نهایت، به منظور آزمون همبستگی بین اجزای خطای مدل از آماره دوربین- واتسن استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ آمده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش در جدول ۳ قابل مشاهده است:

جدول ۳. نتایج برآورد مدل سرمایه اجتماعی و چسبندگی هزینه

متغیر	ضریب	آماره t
ضریب ثابت	* ۰/۰۰۸-	۱/۵۷
لگاریتم تغییرات فروش	*** ۰/۸۶۲-	۱۰/۴۳
تعامل متغیر مجازی و تغییرات فروش	** ۰/۲۵۱-	-۳/۲۸
سرمایه اجتماعی	*** ۰/۲۷۱+	۵/۶۸۴
گردش دارایی	۰/۰۷۹-	-۴/۳۸
شدت کارکنان	** ۰/۰۲۱-	-۳/۹۴۴
کاهش فروش شرکت	*** ۰/۰۹۴+	۷/۲۴۳
جریان وجه نقد آزاد	*** ۰/۷۹۱-	-۱۰/۲۳
رشد اقتصادی	*** ۰/۰۱۸+	۶/۹۳
میزان بیکاری	۰/۰۰۹	۰/۴۷
سرمایه اجتماعی	۰/۰۱۵-	-۰/۴۹
گردش دارایی	*** ۰/۰۵۱-	-۱۰/۶۹
شدت کارکنان	*** ۰/۰۲۹+	۸/۰۱
جریان وجه نقد آزاد	*** ۰/۴۵۵+	۱۲/۸۳
رشد اقتصادی	*** ۰/۰۰۴+	۰/۶۴
خوش‌بینی مدیریت	*** ۰/۸۰۴+	۱۱/۵۰۸
آماره F	** ۱۰/۰۱۸	
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۶۱۶	
آماره دوربین-واتسن	۱/۹۵۳	

***، **، و * به ترتیب بیانگر معناداری آماری در سطح خطای ۰/۰۱، ۰/۰۵، و ۰/۱ است.

ملاحظه مقادیر آماره‌های F در جدول ۳ بیانگر معناداری کلی مدل‌های رگرسیونی برازش شده در سطح خطای ۵ درصد است. مقادیر آماره دوربین-واتسن نیز از نبود مشکل خودهمبستگی میان جملات پس‌ماند حکایت دارد. همان‌گونه که در جدول ۳ مشهود است، ضریب برآوردی و آماره t مربوط به متغیر سرمایه اجتماعی (Social-Capital) در مدل پژوهش مثبت و در سطح خطای ۰/۰۱ معنادار است که وجود رابطه مثبت معنادار بین سرمایه اجتماعی و رفتار نامتقارن هزینه‌های شرکت را

نشان می‌دهد. بر این اساس، فرضیه اول پژوهش در سطح خطای ۰/۰۱ پذیرفته می‌شود. نتیجه حاکی از آن است که مدیران شرکت‌های با سرمایه اجتماعی بالا به احتمال زیاد هزینه‌ها را به نسبت فروش در دوره‌های رکود کاهش می‌دهند. بنابراین، مطابق با نظریه نمایندگی، سهامداران در رابطه با رفتار نامتقارن هزینه‌ها این پیش‌بینی را در نظر می‌گیرند که انگیزه‌های فرصت‌طلبانه مدیران در حفظ هزینه‌ها در وضعیت موجود موجب چسبندگی بیشتر هزینه‌ها می‌شود. همچنین، به علت وجود تضاد منافع بین گروه مدیریت و سهامداران، میزان چسبندگی هزینه‌ها با خودمحوری مدیریت در تصمیم‌گیری‌ها افزایش پیدا می‌کند و با در نظر گرفتن تعارضات نمایندگی هر اندازه تصمیمات جاه‌طلبانه مدیریت بیشتر باشد، چسبندگی هزینه‌ها افزایش پیدا می‌کند. همچنین، مطابق فرضیه دوم پژوهش، از آنجا که ضریب خوش‌بینی مدیریت مثبت و آماره t برابر ۱۱/۵۰۸ در سطح خطای ۰/۰۱ معنادار است، در صورت خوش‌بینی مدیریت، به ازای ۰/۰۱ کاهش فروش، چسبندگی هزینه‌ها به میزان ۰/۸۰۴ افزایش می‌یابد. ازین‌رو، پیش‌بینی افزایش فروش آتی موجب افزایش چسبندگی هزینه‌ها می‌شود و بر اساس فرضیه دوم پژوهش، سرمایه اجتماعی باعث افزایش خوش‌بینی مدیریت می‌گردد و در نتیجه باعث افزایش چسبندگی هزینه‌ها در شرکت می‌گردد. بنابراین، نتیجه آزمون فرضیه را می‌توان این‌گونه مورد استدلال قرار داد که خوش‌بینی مدیریت یک ویژگی رفتاری مثبت است که با توجه به ایجاد ارتباط مدیران با کارکنان شرکت (سرمایه اجتماعی بالا) این باور در مدیران ایجاد می‌شود که نگهداری منابع اضافی برای هزینه‌ها در جهت تأمین منافع سهامداران است و در نتیجه این امر باعث افزایش چسبندگی هزینه‌ها در شرکت می‌شود.

نتیجه

فرضیه‌های متفاوتی در خصوص علت رخداد رفتار چسبنده در هزینه‌ها وجود دارد. مطابق یکی از فرضیه‌های ارائه‌شده، چسبندگی هزینه نتیجه تصمیمات آگاهانه مدیران است. هنگامی که فروش کاهش می‌یابد، برخی مدیران این کاهش را موقتی فرض می‌کنند و انتظار بازگشت فروش به سطح قبلی، در کوتاه‌مدت، را دارند. ازین‌رو، در تصمیمات آگاهانه منابع مربوط به فعالیت‌های عملیاتی را در دوره‌های کاهش فروش حفظ می‌کنند. در همین زمینه، مطابق استدلال (Anderson et al, 2003)، چسبندگی هزینه‌ها به این علت رخ می‌دهد که مدیران منابع مرتبط با فعالیت‌های عملیاتی را به طور سنجیده

تعدیل می‌کنند. بنابراین، در پژوهش حاضر، مطابق استدلال‌های موجود در پیشینه نظری مالی، سرمایه اجتماعی یک ساختار اجتماعی- رفتاری است که به طور یکسان عاملی مهم در رفتارهای مدیریت و شرکت شناخته شده است. (Hartlieb et al, 2020) بر این باورند که سرمایه اجتماعی باعث کاهش رفتار نامتقارن هزینه‌ها در شرکت می‌شود. بدین منظور، در پژوهش حاضر تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار نامتقارن هزینه‌های شرکت بررسی شد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی از طریق کاهش انگیزه‌های فرصت‌طلبانه مدیران باعث کاهش رفتار نامتقارن هزینه می‌شود و در نتیجه چسبندگی هزینه‌ها در شرکت کاهش می‌یابد. در خصوص تأیید فرضیه یادشده می‌توان چنین استدلال کرد که بر اساس نظریه نمایندگی مدیران همواره به رفتارهای فرصت‌طلبانه در شرکت‌ها، هم‌سو با حفظ منافع خود، تمایل دارند. لذا، این موضوع با منافع سهامداران در تضاد است و منابع شرکت را به سمت و سوی منافع شخصی مدیران هدایت کند که سرمایه اجتماعی به منزله یک عامل اجتماعی- رفتاری می‌تواند در جهت حل این مشکل هزینه‌های بیش از حد شرکت را در سطح مطلوبی نگه دارد. بنابراین، زمانی که سرمایه اجتماعی یک شرکت در سطح بالایی قرار داشته باشد، مدیران رفتارهای فرصت‌طلبانه کمتری از خود نشان می‌دهند و برای همکاری و تعامل بیشتر در شرکت می‌کوشند. ازین‌رو، رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران نقش کمتری در رفتار هزینه‌ها ایفا می‌کند که این موضوع منجر به کاهش رفتار نامتقارن هزینه‌ها در شرکت می‌شود. نتیجه به‌دست‌آمده از این پژوهش با یافته‌های (Jha, 2017; Hasan et al, 2017b; Hartlieb et al, 2020) مبنی بر اینکه سرمایه اجتماعی از طریق کاهش انگیزه‌های فرصت‌طلبانه مدیران باعث کاهش رفتار نامتقارن هزینه می‌شود مطابقت دارد. همچنین، مطابق با فرضیه دوم، سرمایه اجتماعی از طریق ارتباط اجتماعی مدیران با کارکنان باعث افزایش خوش‌بینی مدیریت می‌شود و در نتیجه چسبندگی هزینه‌ها در شرکت افزایش می‌یابد که نتیجه به‌دست‌آمده مبین این ادعاست. در خصوص تأیید فرضیه یادشده می‌توان چنین استدلال کرد که مطابق نظریه تصمیمات مدیران، زمانی که مدیران با کاهش فروش مواجه می‌شوند، ممکن است وضعیت را موقتی تصور کنند و انتظار بازگشت فروش به حالت اولیه را داشته باشند. ازین‌رو، برخی مدیران در دوره‌هایی که فروش روندی نزولی دارد منابع لازم برای فعالیت‌های عملیاتی را کاهش نمی‌دهند. این رفتار از آنجا قابل توجیه است که حفظ منابع موجب کاهش هزینه‌ها در بلندمدت می‌شود. بنابراین، در

صورت کاهش فروش در دوره جاری، هر چه پیش‌بینی مدیریت از افزایش فروش دوره آتی با خوش‌بینی بیشتری همراه باشد، نشان می‌دهد کاهش فروش از نظر مدیریت موقتی‌تر است. به همین دلیل منابع بیشتری را به منظور آمادگی برای افزایش فروش در آینده حفظ می‌کنند. همچنین، طبق نظریه تأخیر در تعدیل هزینه‌ها، چسبندگی هزینه ناشی از تأخیر در تصمیم‌گیری مدیران در وضعیتی کوتاه‌مدت است. تصمیم‌گیری در رابطه با اصلاح ساختار، حفظ یا اخراج کارکنان، فروش یا نگهداری ماشین‌آلات بدون استفاده، و ... نیاز به گذشت زمان دارد که این موضوع موجب عدم کاهش هزینه در شرایط کاهش درآمد می‌شود. نتیجه به‌دست‌آمده از فرضیه دوم را می‌توان با استدلال (Banker et al, 2018) هم‌سو دانست. بدین معنی که مدیران خوش‌بین، تقاضاهای پیش روی را بیش از حد ارزیابی کنند وجود دارد. آن‌ها بر این باورند که رکود کوتاه‌مدت برای جلوگیری از هزینه‌های اضافی برای بازگشت ظرفیت اصلی شرکت پس از پایین آمدن آن وجود دارد که این موضوع باعث افزایش چسبندگی هزینه در شرکت‌ها می‌شود. نتیجه به‌دست‌آمده با یافته‌های پژوهش (Banker et al, 2018; Chen et al, 2013; Banker et al, 2014; Hartlieb et al, 2020) مطابقت دارد.

پیشنهاد

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، از آنجا که سرمایه اجتماعی عاملی برای بروز کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران محسوب می‌شود، به مسئولان فرهنگی کشور پیشنهاد می‌شود به بسترهای لازم برای اعتمادسازی و حفظ و تقویت اعتماد توجه کنند و سطح سرمایه اجتماعی را از طریق تدوین یک خط‌مشی مناسب ارتقا دهند تا بدین طریق انگیزه مدیران در رفتارهای فرصت‌طلبانه شرکت کاهش یابد. همچنین، به دلیل اهمیت درک رفتار هزینه برای مدیران، تحلیلگران بازار سرمایه، سرمایه‌گذاران، و حساب‌رسان پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی ارائه می‌شود:

۱. ارائه مدل بومی چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران.
۲. بررسی تأثیر خوش‌بینی مدیریت بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها و نقش کارایی مدیریت بر ارتباط بین آن‌ها.

۳. بررسی تأثیر سایر انگیزه‌های شخصی مدیران بر بروز رفتار نامتقارن هزینه‌ها.

منابع

- ایزدی‌نیا، ناصر؛ مجید هاشمی دهچی (۱۳۹۶). «بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و چسبندگی هزینه‌ها»، *حسابداری مدیریت*، س ۱۰، ش ۳۲، صص ۱-۱۲.
- جوادی یگانه، محمدرضا (۱۳۹۴). *ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (موج سوم)*، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- خامه‌چی، حامد؛ حسن رنگریز (۱۳۹۸). «فراتحلیل پیامدهای سرمایه اجتماعی»، *مدیریت سرمایه اجتماعی*، د ۶، ش ۴، صص ۶۰۳-۶۲۴.
- خیرگور، منصور؛ حمیدرضا سهیلی (۱۳۹۷). «ترسیم الگوی ارتقای سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی ایران: پژوهشی کیفی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد»، *مدیریت سرمایه اجتماعی*، د ۵، ش ۲، صص ۳۱۵-۳۳۶.
- رستگارخالد، امیر؛ میثم محمدی (۱۳۹۴). «تغییرات فرهنگی و افت باروری در ایران (بر پایه تحلیل ثانوی داده‌های پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان)»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، د ۲۶، ش ۵۸، صص ۱۵۹-۱۸۰.
- رضایی، معصومه؛ فرزین رضایی (۱۳۹۵). «ارتباط بین چسبندگی هزینه و مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران»، *حسابداری ارزشی و رفتاری*، د ۱، ش ۲، صص ۱۶۳-۱۹۱.
- صالحی امیری، سید رضا؛ شهروود امیرانتخابی (۱۳۹۰). «راهکارهای ارتقای سرمایه اجتماعی در کشور با توجه به سند چشم‌انداز بیست‌ساله نظام»، *راهبرد*، د ۲۲، ش ۶۶، صص ۶۱-۸۴.
- صفری، مریم؛ محمد ایدی (۱۳۹۹). «شناسایی عوامل راهبردی تأثیرگذار بر توسعه و ظرفیت‌سازی سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی شهر ایلام)»، *رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، د ۴، ش ۲۷، صص ۱-۱۲.
- عرب‌صالحی، مهدی؛ غزل صادقی (۱۳۹۲). «رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌ها»، *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ش ۹، صص ۱-۲۰.
- فروغی، داریوش؛ جمال‌علی دادی شمس‌آبادی (۱۳۹۶). «تأثیر هیئت‌مدیره مشترک بر افشای اختیاری اطلاعات و کیفیت سود»، *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، د ۹، ش ۳۴، صص ۶۱-۸۴.

محمدی، سید موسی؛ رضا غلامی جمکرانی؛ میرفیض فلاح شمس؛ عباس افلاطونی (۱۳۹۸). «سرمایه اجتماعی مدیران و عملکرد مالی بانک‌ها»، *حسابداری ارزشی و رفتاری*، س ۴، ش ۷، صص ۳۸۱ - ۴۰۱.

محمدی، محمد؛ مجید زنجیردار (۱۳۹۷). «رابطه انواع مالکان نهادی، محافظه‌کاری حسابداری، و چسبندگی هزینه»، *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، د ۷، ش ۲۸، صص ۲۰۱ - ۲۱۴.

مهربان‌پور، محمدرضا؛ محمد جندقی قمی (۱۳۹۸). «جایگاه مالی و سرمایه اجتماعی»، *مدیریت سرمایه اجتماعی*، د ۶، ش ۳، صص ۳۲۷ - ۳۴۹.

مهربان‌پور، محمدرضا؛ محمد جندقی قمی؛ منصور محمدی (۱۳۹۶). «بررسی اثر روابط سیاسی شرکت‌ها بر به‌کارگیری معاملات غیر عادی با اشخاص وابسته»، *حسابداری ارزشی و رفتاری*، د ۲، ش ۳، صص ۱۴۷ - ۱۶۸.

نمازی، محمد؛ زهرا جعفری (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر تعدیل‌کنندگی هزینه نمایندگی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران»، *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، د ۹، ش ۲، صص ۱۶۹ - ۲۰۰.

References

- Abudy, M. & Shust, E. (2019). "Selling, General, and Administrative Cost Behavior of Family Firms. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3492541>
- Acquaah, M. (2007). "Managerial Social Capital, Strategic Orientation, and Organizational Performance in an Emerging Economy", *Strategic Management Journal*, 28, pp. 1235-1255.
- Aldrich, D. P. & Mayer, M. A. (2015). "Social capital and community resilience", *American Behavioral Scientist*, 59(2): pp. 254-269.
- Anderson, M. C., Banker, R. D., & Janakiraman, S. N. (2003). "Are selling, general, and administrative costs "sticky"? *J. Account. Res.*, 41(1): pp. 47-63.
- Baende Bofota, Y. (2017). "Social capital, human capital and economic development: theoretical model and empirical analyses, *UCL Press, Australia: University of Queensland*.
- Banker, R. D., Byzalov, D., Ciftci, M., & Mashruwala, R. (2014). "The moderating effect of prior sales changes on asymmetric cost behavior. *J. Manag. Account. Res.* 26(2): pp. 221-242.
- Banker, R. D., Byzalov, D., Fang, S., & Liang, Y. (2018). "Cost management research. *J. Manag. Account. Res.*, 30(3): pp. 187-209.

- Banker, R. D., Byzalov, D., & Chen, L. T. (2013). "Employment protection legislation, adjustment costs and cross-country differences in cost behavior. *J. Account. Econ.* 55(1), pp. 111–127.
- Ben-Hador, B. & Eckhaus, E. (2018). "The different impact of personal social capital and intra-organizational SC: The Enron case study. *International Journal of Organization Theory & Behavior*, 21(1): pp. 28-47.
- Chen, C. X., Gores, T., & Nasev, J. (2013). "Managerial Overconfidence and Cost Stickiness, *Working Paper*, University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Chen, C., Lu, H., & Sougiannis, T. (2008). "Managerial Empire Building, Corporate Governance and the Asymmetrical Behavior of Selling, General, and Administrative Cost, AAA Management Accounting Section (MAS) Meeting Paper.
- Chen, C. X., Hai, L., & Sougiannis, T. (2012). "The agency problem, corporate governance, and the asymmetrical behavior of selling, general, and administrative costs, *Contemp. Account. Res.* 29(1): pp. 252–282.
- Cheng, C. A., Wang, J., Zhang, N., & Zhao, S. (2017). "Bowling Alone, Bowling Together: Is Social Capital Priced in Bank Loans?" *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 32(4): pp. 449-479.
- Coleman, J. S. (1988). "Social capital in the creation of human capital, *Am. J. Sociol.* 94 (Supplement), pp. 95–120.
- Droege, S. B. & Hoobler, J. M. (2003). "Employee turnover and tacit knowledge diffusion: a network perspective. *J. Managerial*, 15(1): pp. 50–64.
- Foroughi, D. & Alidadi Shamsabadi, J. (2017). "The effect of joint board of directors on voluntary disclosure of information and profit quality", *Financial and Auditing Accounting Research*, 9(34), pp. 61-84. (In Persian)
- Fukuyama, F. (2001). "Social capital, civil society and development", *Third World*, 22(1): pp. 7–20.
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2004). The role of social capital in financial development. *Am. Econ. Rev.* 94(3): pp. 526–556.
- Hartlieb, S. & Loy, T. R. (2017). "Evidence on the Trade-Off between Cost Stickiness and Income Smoothing, Working Paper, University of Bamberg and University of Bayreuth.
- Hartlieb, S. & Loy, T. R. (2019). "Evidence on the Trade-Off between Cost Stickiness and Income Smoothing, Management Accounting Section (MAS) Meeting. Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2814309>
- Hartlieb, S., Loy, T. R., & Eierle, B. (2020). "Does community social capital affect asymmetric cost behavior? *Management Accounting Research*, <https://doi.org/10.1016/j.mar.2020.02.002>
- Hasan, I., Hoi, C-K., Wu, Q., & Zhang, H. (2017a). "Does social capital matter in corporate decisions? Evidence from corporate tax avoidance, *J. Account. Res.* 55(3): pp. 629–668.
- Hasan, I., Hoi, C-K., Wu, Q., & Zhang, H. (2017b). "Social capital and debt contracting: evidence from bank loans and public bonds, *J. Financ. Quant. Anal.* 52(3): pp. 1017–1047.
- Hoi, C., Wu, Q., & Zhang, H. (2018). "Community social capital and corporate social responsibility, *J. Bus. Ethics*, 152(3): pp. 647–665.

- Hong, L., Allen Tisdell, C., & Fei, W. (2017). "Social capital, poverty and its alleviation in a Chinese border region: A case study in the Kirghiz Prefecture, University of Queensland, Policy and Development Working Papers, pp. 43-96.
- Hope, O-K. & Thomas, W. B. (2008). "Managerial empire building and firm disclosure, J. Account. Res, 46(3): pp. 591-626.
- Hurtado, D., Ichiro, K., & Sudarsky, J. (2011). "Social Capital and Self-Rated Health in Colombia: The Good, the Bad and the Ugly", *Social Science & Medicine*, 72(4): pp. 584-590.
- Javadi Yeganeh, M-R. (2015). "Iranian Values and Attitudes (Third Wave), Tehran, Research Institute of Culture, *Arts and Communications*, Ministry of Culture and Islamic Guidance. (In Persian)
- Jha, A., (2017). Financial reports and social capital. *J. Bus. Ethics* forthcoming (but first Online: 14 March 2017). <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-017-3495-5>.
- Jha, A. & Chen, Y. (2015). "Audit fees and social capital. *Account. Rev*, 90(2): pp. 611-639.
- Jha, A. & Cox, J. (2015). "Corporate social responsibility and social capital, *J. Bank, Financ*, 60: pp. 252-270.
- Kagle, M. & Galosy, J. (2017). "Teacher social capital and educational improvement, Knowles Teacher Initiative, Available at <https://knowlesteachers.org/blog/teacher-social-capital-educational-improvement>
- Kama, I. & Weiss, D. (2013). "Do earnings targets and managerial incentives affect sticky costs? *J. Account. Res*, 51(1): pp. 201-224.
- Khairgoor, M. & Soheili, H-R. (2018). "Drawing a Model for Promoting Social Capital in Iranian Governmental Organizations: Qualitative Research Based on Foundation Data Theory", *Social Capital Management*, 5(2), pp. 336-315. (In Persian)
- Khamehchi, H. & Rangriz, H. (2019). "A Meta Analys of the Consequences of Social Capital", *Social Capital Management*, Vol. 6, No. 4, pp. 624-603. (In Persian)
- Kitching, K., Mashruwala, R., & Pevzner, M. (2016). "Culture and cost stickiness: a crosscountry study. *Int. J. Account*, 51(3): pp. 402-417.
- Leana, C. R. & van Buren, III, H. J. (1999). Organizational social capital and employment practices, *Acad. Manag. Rev.* 24(3): pp. 538-555.
- Lins, K. V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). "Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis", *the Journal of Finance*, LXXII (4): pp. 1785-1824.
- Makni Fourati, Y., Chakroun Ghorbel, R., & Jarbouï, A. (2020). "Sticky cost behavior and its implication on accounting conservatism: a cross-country study", *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 18(1): pp. 169-197.
- Mehrabanpour, M-R. & Jandaghi Qomi, M. (2019). "Financial Status and Social Capital", *Social Capital Management*, 6(3): pp. 349-327. (In Persian)
- Mehrabanpour, M-R., Jandaghi Qomi, M., & Mohammadi, M. (2017), "A Study of the Effect of Political Relations of Companies on the Use of Abnormal Transactions with Related Persons", *Value and Behavioral Accounting*, 2(3), pp. 147-168. (In Persian)

- Mohammadi, M. & Zanjirdar, M. (2018). "The Relationship between Types of Institutional Owners, Accounting Conservation and Cost Stickiness", *Management Accounting and Auditing Knowledge*, 7(28), pp. 201-214. (In Persian)
- Mohammadi, S. M., Jamkarani, R. Gh. Fallah-Shams, M-F., & Plato, A. (2019). "Social Capital of Managers and Financial Performance of Banks", *Two Quarterly Journal of Value and Behavioral Accounting*, 4(7), pp. 381-401.
- Moor, S. & Kawachi, I. (2017). "Twenty years of social capital and health research: A glossary", *Journal of Epidemiology and Community Health*, 71(5): pp. 513-517.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage", *Acad. Manag. Rev.*, 23(2): pp. 242-266
- Namazi, M. & Jafari, Z. (2019). "The effect of agency cost adjustment on the relationship between corporate social responsibility and cost stickiness in companies listed on the Tehran Stock Exchange", *Experimental Accounting Research*, 9(2), pp. 169-200. (In Persian)
- Noreen, E. (1991). "Conditions under which activity-based systems provide relevant costs.", *J. Manag. Account. Res.*, 3: pp. 159-168.
- Rastegar Khalid, A. & Mohammadi, M. (2015). "Cultural Changes and Fertility Decline in Iran (Based on Secondary Analysis of Iranian Values and Attitudes Survey Data)", *Applied Sociology*, 26(58), pp. 159-180. (In Persian)
- Rezaei, M. & Rezaei, F. (2016). "The Relationship between Cost Stickiness and Social Responsibility in Production Companies Accepted in Tehran Stock Exchange", *Two Quarterly Journal of Value and Behavioral Accounting*, 1(2), pp. 163-191. (In Persian)
- Safari, M. & Idi, M. (2020). "Identification of Strategic Factors Affecting the Development and Capacity Building of Social Capital in Governmental Organizations (Case Study: Governmental Organizations in Ilam)", *Quarterly Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 4(27), pp. 1-12. (In Persian)
- Salehi Amiri, S. R. & Amir Entabhabi, Sh. (2011). "Strategies for Promoting Social Capital in the Country According to the 20-Year Landscape Document of the System", *Strategic Research Quarterly*, 22(66), pp. 84-61. (In Persian)
- Spagnolo, G. (1999). "Social relations and cooperation in organizations.", *J. Econ. Behav. Organ.*, 38(1): pp. 1-25.
- Van Buren III, H. J. (2000). "The bindingness of social and psychological contracts: toward a theory of social responsibility in downsizing.", *J. Bus. Ethics*, 25(3): pp. 205-219.
- Williams, N., Huggins, R., & Thompson, P. (2017). "Social capital and entrepreneurship: Does the relationship hold in deprived Urban Neighbourhoods", *Growth and Change*, 48(4): pp. 719-743.
- Young Chunga, Ch., Hura, S-K., & Liub, C. (2018). "Institutional investors and cost stickiness: Theory and evidence", *North American Journal of Economics and Finance*, <https://doi.org/10.1016/j.najef.2018.05.002>