



The Effect of CEO–Chairperson Joint Tenure on the Stickiness of Selling, General, and Administrative Costs

Ali Ebrahimi Kordlar * 

*Corresponding Author, Associate Prof., Department of Accounting and Auditing, Faculty of Accounting and Finance, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: aebrahimi@ut.ac.ir

Soroush Dashti 

MSc. Student, Department of Accounting, Faculty of Accounting and Finance, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: soroush.dashti@ut.ac.ir

Atena Khazen 

Ph.D. Candidate, Department of Accounting, Faculty of Accounting and Finance, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: atena.khazen@ut.ac.ir

Abstract

Objective

The purpose of this study is to examine the effect of the collaborative tenure between the Chief Executive Officer (CEO) and the Chair of the Board on the stickiness of Selling, General, and Administrative (SG&A) costs. Such costs constitute one of the most important components of firms' operating costs and are characterized by a high degree of managerial discretion and flexibility. Decisions regarding the adjustment or retention of these costs, particularly during periods of sales decline, play a critical role in firms' cost performance. Cost stickiness may reduce firms' cost flexibility when facing sales fluctuations. While prior studies have investigated various determinants of asymmetric cost behavior, the accounting and corporate governance literature provides limited evidence regarding the role of long-term interaction and collaboration among key governance actors in shaping such behavior. Accordingly, by focusing on the joint tenure of the CEO and the Board Chair as a relatively underexplored internal corporate governance mechanism, this study seeks to fill this gap and

Citation: Ebrahimi Kordlar, Ali; Dashti, Soroush & Khazen, Atena (2026). The Effect of CEO–Chairperson Joint Tenure on the Stickiness of Selling, General, and Administrative Costs. *Accounting and Auditing Review*, 33(2), 247- 272. (in Persian)



provide empirical evidence on the impact of interactive governance dimensions on firms' operating cost management.

Methods

This study is applied in nature and employs a quantitative, descriptive–correlational research design. Retrospective data are used, and hypotheses are tested using multivariate regression analysis based on pooled panel data. The sample consists of 153 non-financial firms listed on the Tehran Stock Exchange over the period 2016–2023, selected through a screening process from an initial population of 386 listed firms. Data were collected from the CODAL database, prepared using Microsoft Excel, and analyzed using EViews software. SG&A cost stickiness is measured based on logarithmic changes in revenues and costs. The main independent variable is the number of consecutive years of collaboration between the CEO and the Board Chair. Employee intensity, asset intensity, and consecutive sales decline are included as control variables. After testing classical regression assumptions, including normality, serial autocorrelation, and heteroskedasticity of residuals, EGLS estimation was employed.

Results

The findings indicate that SG&A costs decrease more than expected during periods of sales decline, providing evidence of anti-stickiness behavior. Moreover, the joint tenure of the CEO and the Board Chair has a statistically significant effect on the intensity of this behavior. The interaction coefficient between changes in sales revenue, the sales-decline indicator, and joint tenure is positive and significant, suggesting that longer periods of collaboration increase the sensitivity of SG&A costs to sales declines. This result implies that in firms with longer CEO–Chair collaboration tenures, cost adjustments in response to declining sales are more pronounced—a pattern that may reflect changes in cost decision-making processes and managers' response horizons under unfavorable sales conditions.

Conclusion

The results suggest that the tenure of collaboration between the CEO and the Board Chair is associated with the way SG&A costs respond to sales declines and can influence the sensitivity of cost adjustment decisions. Although greater cost sensitivity may be accompanied by faster cost reductions during adverse sales conditions, such behavior does not necessarily imply higher cost efficiency and may also reflect short-term managerial orientations, performance pressures, or earnings management considerations. Accordingly, the findings highlight the importance for regulators and corporate governance policymakers to consider the behavioral implications of managerial collaboration tenures and to evaluate them alongside other governance mechanisms and qualitative indicators of managerial decision-making. Overall, this study contributes to the literature on cost stickiness and the role of corporate governance factors in shaping cost behavior.

Keywords: Cost stickiness; CEO–chairperson joint tenure; Selling, general, and administrative costs; Corporate governance; Cost behavior.



تأثیر دوره همکاری مدیرعامل با رئیس هیئت‌مدیره بر چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش

علی ابراهیمی کردلر*

* نویسنده مسئول، دانشیار، گروه حسابداری و حسابرسی، دانشکده حسابداری و علوم مالی، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: aebrahimi@ut.ac.ir

سروش دشتی

دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشکده حسابداری و علوم مالی، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: soroush.dashti@ut.ac.ir

آتنا خازن

دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده حسابداری و علوم مالی، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: atena.khazen@ut.ac.ir

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره بر چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش است. هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، به‌عنوان یکی از اجزای بسیار مهم هزینه‌های عملیاتی شرکت‌ها، اختیار و انعطاف‌پذیری مدیریتی بسیار زیادی دارد و تصمیم‌گیری درباره تعدیل یا حفظ آن‌ها، به‌ویژه در دوره‌های کاهش فروش، در کارایی هزینه‌های شرکت‌ها نقش بسزایی ایفا می‌کند. چسبندگی این هزینه‌ها، می‌تواند موجب کاهش انعطاف‌پذیری هزینه‌های شرکت‌ها در مواجهه با نوسان‌های فروش شود. در این راستا، مطالعات متعددی به شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار نامتقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش پرداخته‌اند؛ با این حال، در ادبیات حسابداری و حاکمیت شرکتی، درباره نقش تعامل و همکاری بلندمدت ارکان کلیدی حاکمیت شرکتی در شکل‌گیری این رفتار، شواهد اندکی وجود دارد. از این‌رو، این پژوهش با تمرکز بر دوره همکاری مشترک مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره به‌عنوان یک سازوکار درونی حاکمیت شرکتی که کمتر مورد توجه قرار گرفته، در پی پر کردن شکاف موجود در ادبیات و ارائه شواهد تجربی درباره تأثیر ابعاد تعاملی حاکمیت شرکتی بر مدیریت هزینه‌های عملیاتی شرکت‌هاست.

روش: پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی - هم‌بستگی و کمی است. داده‌ها از نوع گذشته‌نگر بوده‌اند. برای آزمون فرضیه، از تحلیل رگرسیون چندمتغیره مبتنی بر داده‌های تلفیقی (پول دیتا) استفاده شده است. نمونه آماری، شامل ۱۵۳ شرکت

استناد: ابراهیمی کردلر، علی؛ دشتی، سروش و خازن، آتنا (۱۴۰۵). تأثیر دوره همکاری مدیرعامل با رئیس هیئت‌مدیره بر چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۳۳(۲)، ۲۴۷-۲۷۲.

غیرمالی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۲ است که با روش غربالگری از بین ۳۸۶ شرکت بورسی انتخاب شده‌اند. داده‌ها با مراجعه به پایگاه داده کدال استخراج و پس از آماده‌سازی در اکسل، در نرم‌افزار ایویوز تحلیل شدند. متغیر وابسته، چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، بر اساس لگاریتم تغییرات درآمد و هزینه‌ها سنجیده شده است. متغیر مستقل اصلی، تعداد سال‌های متوالی همکاری مدیرعامل با رئیس هیئت‌مدیره است و متغیرهای شدت کارکنان، شدت دارایی و کاهش متوالی درآمد فروش، به‌عنوان متغیرهای کنترلی لحاظ شده‌اند. پس از بررسی فروض کلاسیک رگرسیون، از جمله نرمال بودن، خودهمبستگی سریالی و ناهمسانی واریانس پسماندها، برای رفع نقض فروض، روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته به‌کار گرفته شد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان می‌دهد که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، در دوره‌های کاهش فروش، بیش از آنچه در حالت چسبندگی هزینه انتظار می‌رود، کاهش یافته و بیانگر وجود رفتار عدم چسبندگی هزینه‌هاست. همچنین، دوره همکاری مشترک مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، به‌طور معناداری بر شدت این رفتار اثرگذار است. ضریب تعاملی میان متغیر تغییرات درآمد فروش، شاخص کاهش درآمد و دوره همکاری مثبت و معنادار بود که نشان می‌دهد با افزایش دوره همکاری، حساسیت هزینه‌های اداری، عمومی و فروش به کاهش فروش افزایش می‌یابد. این نتیجه بیانگر آن است که در شرکت‌هایی با دوره همکاری طولانی‌تر مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، تعدیل هزینه‌ها در مواجهه با افت فروش شدیدتر صورت می‌گیرد؛ رفتاری که می‌تواند بازتابی از تغییر در شیوه تصمیم‌گیری هزینه‌ای و افق پاسخ مدیران به شرایط نامطلوب فروش باشد.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره با نحوه واکنش هزینه‌های اداری، عمومی و فروش به کاهش فروش مرتبط است و می‌تواند حساسیت تصمیم‌های تعدیل هزینه را تحت تأثیر قرار دهد. افزایش این حساسیت ممکن است با تعدیل سریع‌تر هزینه‌ها در شرایط نامطلوب فروش همراه باشد؛ اما این رفتار لزوماً به‌معنای کارایی بیشتر تصمیم‌های هزینه‌ای نیست و می‌تواند بازتابی از رویکردهای کوتاه‌مدت، فشارهای عملکردی یا ملاحظات مدیریت سود نیز باشد. از این‌رو، نتایج پژوهش بر اهمیت توجه نهادهای ناظر و سیاست‌گذاران حاکمیت شرکتی به پیامدهای رفتاری دوره‌های همکاری مدیریتی تأکید دارد و نشان می‌دهد که ارزیابی این دوره‌ها باید در کنار سایر سازوکارهای نظارتی و شاخص‌های کیفی تصمیم‌گیری مدیریتی صورت گیرد. این پژوهش با فراهم آوردن شواهد تجربی در این زمینه، به توسعه ادبیات چسبندگی هزینه و نقش عوامل حاکمیت شرکتی در رفتار هزینه‌ها کمک می‌کند.

کلیدواژه‌ها: چسبندگی هزینه؛ دوره همکاری مدیرعامل با رئیس هیئت‌مدیره؛ چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش؛ حاکمیت شرکتی؛ رفتار هزینه.

مقدمه

در دنیای پرقاب‌ت امروزی، شرکت‌ها برای حفظ سودآوری و بقای بلندمدت خود نیازمند مدیریت بهینه هزینه‌ها و منابع مالی هستند. یکی از چالش‌های اساسی در این زمینه، پدیدهٔ چسبندگی هزینه‌هاست که به تمایل هزینه‌ها برای کاهش کمتر در زمان کاهش فروش نسبت به افزایش آن‌ها در زمان رشد فروش اشاره دارد (اندرسون، بنکر و جاناکرم‌ن^۱، ۲۰۰۳). این رفتار نامتقارن هزینه‌ها، می‌تواند بر انعطاف‌پذیری مالی شرکت‌ها تأثیر چشمگیری بگذارد و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی را تحت تأثیر قرار دهد. در این میان، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش به دلیل سهم قابل توجه در هزینه‌های عملیاتی و وابستگی زیاد به قضاوت‌های مدیریتی، نقش ویژه‌ای در بروز چسبندگی هزینه‌ها دارند (هارتلیب و لوی^۲، ۲۰۲۲).

تحقیقات پیشین نشان داده‌اند که عوامل مختلفی از جمله ساختار حاکمیت شرکتی، می‌توانند بر چسبندگی این هزینه‌ها تأثیر بگذارند (کاما و وایز^۳، ۲۰۱۳). در ادبیات حسابداری، حاکمیت شرکتی به‌عنوان مجموعه‌ای از سازوکارها و روابط تعریف می‌شود که نحوهٔ هدایت و کنترل شرکت را میان مدیران اجرایی، هیئت‌مدیره و سهام‌داران تنظیم می‌کند و هدف اصلی آن، کاهش مسائل نمایندگی و هم‌راستاسازی منافع مدیران با منافع مالکان است (جنسن و مک‌کلینگ^۴، ۱۹۷۶). در این چارچوب، هیئت‌مدیره وظیفهٔ نظارت بر تصمیمات مدیریتی و ترسیم جهت‌گیری‌های کلان شرکت را برعهده دارد، در حالی که مدیرعامل، مسئول اجرای این تصمیمات و مدیریت عملیات روزمره شرکت است. از این‌رو، کیفیت تعامل و توازن قدرت میان مدیرعامل و هیئت‌مدیره، می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تصمیمات مرتبط با تخصیص، حفظ یا تعدیل منابع و هزینه‌ها ایفا کند.

مطالعات انجام‌شده دربارهٔ چسبندگی هزینه‌ها، دو دیدگاه نظری اصلی را ارائه می‌دهند. بر اساس فرضیهٔ تصمیم آگاهانه^۵، چسبندگی هزینه‌ها می‌تواند نتیجهٔ تصمیم‌های منطقی مدیران باشد. در این دیدگاه، مدیران در مواجهه با کاهش موقتی فروش، ممکن است از کاهش سریع منابع اجتناب کنند تا از هزینه‌های تعدیل مجدد در دوره‌های آتی جلوگیری و آمادگی لازم برای بهره‌برداری از فرصت‌های رشد آینده را حفظ کنند. بر اساس این دیدگاه، خوش‌بینی مدیران، به برآورد بیش از حد تقاضای آینده و چسبندگی بیشتر هزینه‌ها منجر می‌شود؛ بنابراین، سطح چسبندگی هزینه‌های موجود، بر انتظارات فروش آتی، تأثیر می‌گذارد (چن، لو و سوگیانیس^۶، ۲۰۱۲). دیدگاه دوم، دیدگاه مسئله نمایندگی^۷ و فرض امپراتورسازی مدیریتی^۸ است. به‌گفتهٔ چن و همکاران (۲۰۱۲)، چسبندگی هزینه ممکن است ناشی از تمایل مدیران به توسعه قدرت شخصی باشد. مدیران، معمولاً از رشد بیش از حد اندازه شرکت، با به‌دست آوردن منابع بیشتر، به‌عنوان وسیله‌ای برای گسترش منافع شخصی مانند اعتبار، قدرت، شهرت و ... استفاده می‌کنند.

1. Anderson, Banker & Janakiraman
2. Hartlieb & Loy
3. Kama & Weiss
4. Jensen & Meckling
5. Deliberate Decision Theory
6. Chen, Lu & Sougiannis
7. Agency Theory
8. Managerial Empire Building

در ادبیات نظریه نمایندگی، به امپراتورسازی مدیریتی اشاره شده و اعتقاد بر این است که مدیرعامل، تمایل به بزرگ شدن اندازه شرکت برای بسط فرمانروایی خود دارد؛ بنابراین هنگام کاهش سطح تقاضای شرکت، در مقابل کاهش هزینه‌ها، مقاومت می‌کند. شواهد تجربی نشان می‌دهد عواملی مانند طول دوره تصدی مدیرعامل، تمرکز قدرت مدیریتی و ضعف سازوکارهای نظارتی هیئت‌مدیره می‌توانند شدت رفتارهای امپراتورسازی مدیریتی را افزایش دهند (خانی، امیری و شامحمدی، ۱۳۹۳؛ کاما و وایس، ۲۰۱۳؛ چن و همکاران، ۲۰۱۲). از عوامل مهم مؤثر بر امپراتورسازی مدیریتی که کمتر مورد توجه قرار گرفته است، طول دوره همکاری مدیرعامل با رئیس هیئت‌مدیره است. این متغیر می‌تواند بر کیفیت تصمیم‌گیری^۵، سطح اعتماد متقابل و همچنین تمایل به کنترل یا کاهش هزینه‌ها اثرگذار باشد (کاما و وایس، ۲۰۱۳). مدیران اجرایی با دوره همکاری طولانی‌تر، به احتمال زیاد به دنبال تثبیت موقعیت خود هستند؛ زیرا آن‌ها زمان بیشتری برای ایجاد ائتلاف، کنترل بیشتر بر هیئت‌مدیره و به‌دست‌آوردن قدرت داشته‌اند (آقایی، اعتمادی و حسنی، ۱۳۹۵).

شواهد تجربی در زمینه فرضیه امپراتورسازی مدیریتی، بیشتر روی دوره تصدی مدیرعامل تمرکز داشته‌اند و موضوع دوران همکاری مدیرعامل با رئیس هیئت‌مدیره را نادیده گرفته‌اند؛ بنابراین، شکاف پژوهشی عمیقی در این زمینه وجود دارد. این در حالی است که افزایش دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره می‌تواند فرضیه ایجاد امپراتورسازی را تقویت کند، زیرا احتمال ایجاد تبانی بین این دو افزایش می‌یابد. این پژوهش به دنبال درک این موضوع است که آیا این موضوع، می‌تواند بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیرگذار باشد یا خیر. از طرفی، کاراسکو^۱ (۲۰۱۳)، معتقد است هرچقدر که ارتباط و همکاری بین ارکان مختلف حاکمیت شرکتی (برای مثال، مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره) طولانی‌تر شود، این همکاری طولانی مدت بین آن‌ها باعث می‌شود که شناخت آنان نسبت به هم بیشتر شود و از دانش و آگاهی همدیگر استفاده کنند (ورهامی و محمدی، ۱۳۹۹)؛ بنابراین، بر این اساس می‌توان یک استدلال متضاد به این صورت مطرح کرد که همکاری طولانی بین مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره باعث بهبود تصمیم‌گیری و افزایش کارایی هزینه‌ها می‌شود.

به این ترتیب، با توجه به این دو استدلال متضاد، از قبل نمی‌توان پیش‌بینی کرد که دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، چه تأثیری بر چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش دارد و این پژوهش، درصدد کسب پاسخی برای این مسئله مبهم است. بر این اساس، سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که آیا دوره همکاری مشترک مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره بر میزان و جهت چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش شرکت‌ها اثرگذار است یا خیر و این اثر در شرایط کاهش فروش چگونه بروز می‌کند؟ بنابراین، این پژوهش با تمرکز بر یک متغیر حاکمیتی شرکتی که کمتر مورد توجه قرار گرفته، با هدف توسعه مبانی نظری حاکمیت شرکتی و رفتار چسبندگی هزینه‌ها شکل گرفته است و دو دستاورد نظری مهم دارد؛ اول، با ارزیابی اثرهای دوره همکاری مدیرعامل با رئیس هیئت‌مدیره به توسعه ادبیات حوزه حاکمیت شرکتی کمک می‌کند که در پژوهش‌های قبلی نادیده گرفته شده است و دوم، با تمرکز بر چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، به ادبیات مربوط به عوامل تعیین‌کننده نامتقارن بودن هزینه‌ها می‌افزاید. این مطالعه، در تلاش است تا علاوه بر ارزش نظری، پیامدهای عملی چشمگیری برای سیاست‌گذاری بر قوانین مرتبط با

حاکمیت شرکتی داشته باشد. قوانینی که می‌تواند در رابطه با مدت زمان تصدی مدیرعامل یا رئیس هیئت‌مدیره یا حتی دوران همکاری این دو تأثیرگذار باشد.

مبانی نظری

چسبندگی هزینه‌ها

مطالعات بسیاری نشان داده‌اند که هزینه‌های شرکت‌ها به‌طور خطی با تغییرات در سطوح فعالیت‌های آن‌ها تنظیم نمی‌شوند. بلکه، این هزینه‌ها به تصمیمات مدیریتی در مورد تخصیص منابع وابسته است، پدیده‌ای که به آن چسبندگی هزینه گفته می‌شود (بنکر، بیزالوف، فانگ و لیانگ^۱، ۲۰۱۸). در این زمینه، تحقیقات نشان می‌دهد که هزینه‌های فروش، عمومی و اداری با افزایش فروش، بیشتر افزایش می‌یابند و با کاهش فروش نیز کمتر کاهش می‌یابند. این رفتار نامتقارن هزینه‌ها نشان می‌دهد که مدیران در دوران رکود، تمایل به کاهش منابع ندارند و بهبود در تقاضای آینده را پیش‌بینی می‌کنند (آتوانا، اجمل و مانکاندا^۲، ۲۰۲۵). برخلاف نظریه‌های سنتی حسابداری که رابطه‌ای متقارن میان هزینه‌ها و سطح فعالیت قائل هستند، پدیده «چسبندگی هزینه‌ها» بیانگر یک رفتار نامتقارن است؛ به این معنا که با افزایش حجم فعالیت، هزینه‌ها افزایش می‌یابند، اما هنگام کاهش همان میزان فعالیت، هزینه‌ها به همان نسبت کاهش پیدا نمی‌کنند (قدرتی زوارم، نوروزی، باقری ایرج و نصیری، ۱۴۰۱). شدت افزایش در هر سه سطح بهای تمام شده کالای فروش رفته، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش و سایر هزینه‌های عملیاتی، به ازای افزایش یکسان سطح فعالیت، بزرگتر از شدت کاهش در هر سه سطح هزینه به ازای کاهش یکسان در سطح فعالیت است. بنابراین، بهای تمام شده کالای فروش رفته، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش و سایر هزینه‌های عملیاتی، دارای رفتار چسبندگی هزینه هستند (وقفی، پرن‌دین و خواجه‌زاده، ۱۳۹۷).

این چسبندگی، به دلیل تصمیم‌های آگاهانه مدیران برای حفظ منابع بلااستفاده با امید به بازگشت رونق و همچنین هزینه‌های تعدیل منابع، رخ می‌دهد. از آنجایی که شناخت این رفتار نامتقارن برای تصمیم‌گیری‌های کلیدی مدیران در زمینه‌هایی چون قیمت‌گذاری، کنترل بهای تمام‌شده و برنامه‌ریزی‌های آتی جهت افزایش سودآوری و رشد شرکت از اهمیت بالایی برخوردار است، بررسی عوامل مؤثر بر شدت چسبندگی هزینه‌هایی نظیر هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، موضوعی حیاتی در پژوهش‌های حسابداری محسوب می‌شود (قدرتی زوارم و همکاران، ۱۴۰۱).

همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره

حاکمیت شرکتی، به مجموعه‌ای از سازوکارها، نهادها و فرایندها اطلاق می‌شود که به منظور هدایت، نظارت و کنترل فعالیت‌های شرکت طراحی شده‌اند و هدف اصلی آن، هم‌راستاسازی منافع مدیران با منافع سهام‌داران و کاهش مسائل نمایندگی است (جنسن و مک‌کلینگ، ۱۹۷۶). در ساختار حاکمیت شرکتی، مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره دو نقش کلیدی و مکمل هستند که هماهنگی بین آن‌ها برای هدایت سازمان به سوی اهداف آن، ضروری است. مدیرعامل به‌عنوان

1. Banker, Byzalov, Fang & Liang
2. Atawnah, Ajmal & Manchanda

بالاترین مقام اجرایی، مسئولیت اصلی اداره عملیات شرکت، اجرای مصوبات هیئت‌مدیره و ارائه گزارش‌های شفاف و به‌موقع از عملکرد را برعهده دارد. وی موظف است شرکت را به‌گونه‌ای اثربخش و اخلاقی مدیریت کند که برای سهام‌داران، ارزش‌آفرینی کند و در عین حال، صورت‌های مالی صادقانه و اطلاعات لازم برای ارزیابی موقعیت مالی و ریسک‌های شرکت را در اختیار سرمایه‌گذاران قرار دهد. از سوی دیگر، رئیس هیئت‌مدیره، مسئولیت نظارت بر عملکرد مدیرعامل و اطمینان از انطباق فعالیت‌های شرکت با راهبردهای مصوب و منافع سهام‌داران را بر عهده دارد. موفقیت این رابطه، مبتنی بر چارچوب کاری شفاف، تعهد مشترک و هماهنگی مستمر است (مشایخی و شاکری، ۱۳۹۹).

رابطه میان مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، امروزه به یک تعامل چندبُعدی تبدیل شده است که عواملی نظیر دوستی، سبک رهبری و حتی تضادهای شخصیتی و فرهنگی در آن نقش دارند. برای جلوگیری از تنش و اختلال، ضروری است که رئیس هیئت‌مدیره به‌عنوان اولین نقطه مراجعه مدیرعامل در مواجهه با مشکلات عمل کند و هر دو با تهمدی مشترک، راهبردی واحد برای دستیابی به اهداف شرکت ترسیم کنند (اسلام^۱، ۲۰۱۱). دوره همکاری مدیرعامل با رئیس هیئت‌مدیره به مدت زمانی اشاره دارد که این دو نقش کلیدی در سازمان به‌صورت مشترک فعالیت می‌کنند. این دوره می‌تواند از زمان انتصاب مدیرعامل تا تغییر در ریاست هیئت‌مدیره یا پایان دوره مسئولیت هر یک از آن‌ها محاسبه شود (کاکابادسه، کاکابادسه و بارات^۲، ۲۰۰۶). در حالی که رابطه بین رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل می‌تواند اهمیت جدی برای نتایج شرکتی داشته باشد (برتون^۳، ۲۰۰۰)، مطالعات تجربی آن را نادیده گرفته‌اند و به‌طور کلی توجه به این موضوع اندک بوده است (نگ و دی‌کک^۴، ۲۰۰۲).

دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره و چسبندگی هزینه‌ها

در خصوص نحوه تأثیر دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره بر چسبندگی هزینه‌ها، می‌توان به دو نظریه امپراتورسازی مدیریتی و نمایندگی اشاره کرد. نظریه امپراتورسازی مدیریتی، بر این ایده استوار است که مدیران ارشد در صورت تثبیت موقعیت خود در ساختار قدرت سازمانی، ممکن است به‌گونه‌ای عمل کنند که منافع شخصی یا حفظ جایگاه خود را بر مصالح بلندمدت شرکت ترجیح دهند (مورک، شلیفر و ویشنی^۵، ۱۹۸۸؛ بیچوک و فراید^۶، ۲۰۰۴). بر اساس استدلال آدامز، آلمیدا و فریرا^۷ (۲۰۰۵)، این پدیده به‌ویژه زمانی تشدید می‌شود که روابط بلندمدت و همکاری نزدیک بین مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره شکل بگیرد؛ زیرا این هماهنگی می‌تواند به کاهش نظارت مؤثر و افزایش تمرکز تصمیم‌گیری در دست یک گروه محدود منجر شود. در چنین شرایطی، مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره ممکن است به‌تدریج به یک «امپراتوری مدیریتی» تبدیل شوند که به اعتقاد جنسن و مک‌لینگ (۱۹۷۶)، در آن، سازوکارهای پاسخ‌گویی تضعیف شده و مقاومت در برابر تغییرات ضروری (از جمله تعدیل هزینه‌ها) افزایش می‌یابد. در بستر چسبندگی

1. Islam
2. Kakabadse, Kakabadse & Barratt
3. Burton
4. Ng & De Cock
5. Morck, Shleifer & Vishny
6. Bebchuk & Fried
7. Adams, Almeida & Ferreira

هزینه‌ها، امپراتورسازی مدیریتی از دو مسیر اصلی اثرگذار است. نخست، همکاری طولانی‌مدت بین این دو نقش ممکن است به ایجاد یک ائتلاف غیررسمی بینجامد که در آن، تصمیمات مبتنی بر حفظ وضعیت موجود و اجتناب از تنش‌های داخلی اولویت می‌یابد. دوم، امپراتورسازی مدیریتی اغلب با کاهش تنوع دیدگاه‌ها در فرایند تصمیم‌گیری همراه است. در روابط بلندمدت، احتمال همسان‌سازی تفکر و کاهش چالش‌های انتقادی توسط هیئت‌مدیره وجود دارد، چراکه رئیس هیئت‌مدیره ممکن است به دلیل اعتماد بیش از حد به مدیرعامل یا وابستگی متقابل، تمایل کمتری به پرسشگری درباره تصمیمات هزینه‌دیده داشته باشد (وستپال و بدنار^۱، ۲۰۰۵). این موضوع، به‌ویژه در مورد هزینه‌های نیمه ثابت (مانند حقوق کارکنان اداری یا قراردادهای بلندمدت فروش) مشهود است، زیرا کاهش این هزینه‌ها مستلزم تصمیمات پرچالشی است که می‌تواند پایه‌های ائتلاف مدیریتی را متزلزل کند. در چنین حالتی، هزینه‌ها نه تنها چسبیده باقی می‌مانند، بلکه ممکن است با وجود کاهش درآمدها، حتی افزایش یابند (چن و همکاران، ۲۰۱۲).

نظریه نمایندگی بیان می‌کند که مدیران ممکن است به‌جای حداکثرسازی ارزش سهام‌داران، به دنبال اهداف شخصی مانند حفظ موقعیت شغلی، افزایش حقوق، یا اجتناب از ریسک‌های شغلی باشند (جنسن و مک‌لینگ، ۱۹۷۶). در این چارچوب، دوره همکاری طولانی بین مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، می‌تواند به دو شکل متضاد بر چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش تأثیر بگذارد. از یک سو، همکاری نزدیک و بلندمدت ممکن است هماهنگی و نظارت مؤثرتر را تقویت کند و از سوی دیگر، احتمال ایجاد «هم‌دستی» یا کاهش انگیزه‌های نظارتی را افزایش دهد (آدامز، هرملین و ویزباخ^۲، ۲۰۱۰). در حالت اول، اگر همکاری بلندمدت منجر به شکل‌گیری سازوکارهای شفافیت و پاسخ‌گویی قوی شود، طبق پژوهش بوشمن و اسمیت^۳ (۲۰۰۱)، می‌توان استدلال کرد هیئت‌مدیره می‌تواند با کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، مدیرعامل را به بهینه‌سازی هزینه‌ها و تعدیل به‌موقع آن‌ها در واکنش به تغییرات فروش ترغیب کند. با این حال، در سناریوی دیگر، همکاری طولانی‌مدت ممکن است به تضعیف نظارت هیئت‌مدیره بینجامد. در این حالت، با افزایش مدت همکاری، احتمال شکل‌گیری روابط غیررسمی و وفاداری‌های شخصی بین مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره بیشتر می‌شود (وستپال و زاجاک^۴، ۲۰۱۳). در چنین شرایطی، مدیرعامل انگیزه بیشتری برای حفظ یا حتی افزایش هزینه‌های اداری و فروش دارد، زیرا کاهش این هزینه‌ها (مثل تعدیل نیرو یا کاهش بودجه‌های بخشی) ممکن است با مقاومت کارکنان یا کاهش محبوبیت او همراه باشد. این رفتار، چسبندگی هزینه‌ها را تشدید می‌کند؛ زیرا مدیرعامل ترجیح می‌دهد که به‌جای پذیرش ریسک تعدیل هزینه‌ها، وضعیت موجود را حفظ کند (برتراند و مولانسان^۵، ۲۰۰۱).

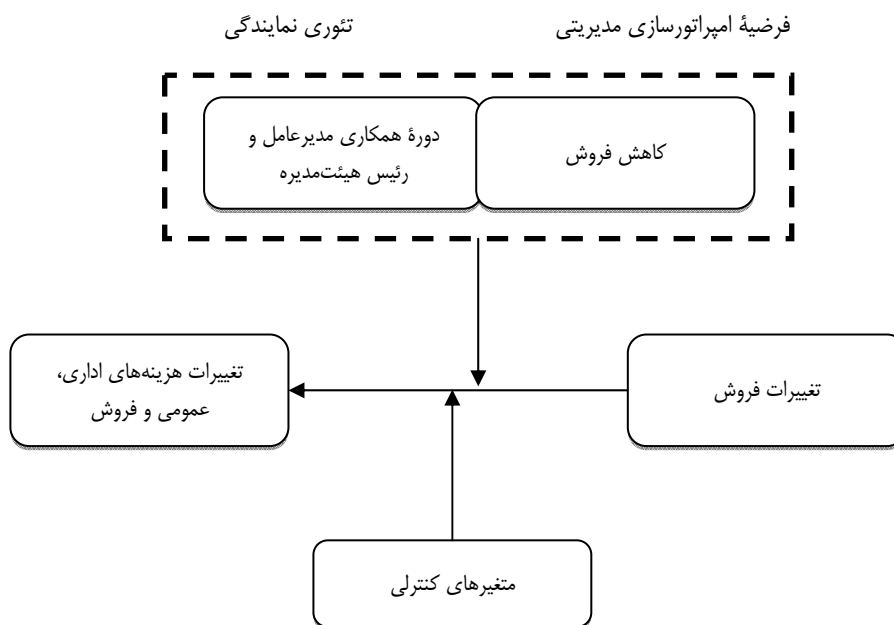
با توجه به تئوری‌ها و استدلال‌های مطرح شده، فرضیه پژوهش به‌صورت زیر تبیین شده است:

فرضیه: دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره تأثیر معناداری بر چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش دارد.

1. Westphal & Bednar
2. Adams, Hermalin & Weisbach
3. Bushman & Smith
4. Westphal & Zajac
5. Bertrand & Mullainathan

با توجه به فرضیه پژوهش مدل مفهومی را می‌توان به صورت شکل ۱ ترسیم کرد.

بنیان‌های نظری



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

پیشینه تجربی

در رابطه با موضوع اصلی این پژوهش، پیشینه تجربی خاصی در داخل و خارج از ایران وجود ندارد و این موضوع، کاملاً نوآورانه و جدید است. با این حال، برخی از پژوهش‌ها تا حدی می‌توانند نشان‌دهنده نقش مدیرعامل یا هیئت‌مدیره به صورت جداگانه در چسبندگی هزینه‌ها باشند. همچنین، پژوهش‌های گسترده‌ای در حوزه چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش انجام شده است که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود.

نمازی و دوانی‌پور (۱۳۸۹) با بررسی تجربی رفتار چسبندگی هزینه‌ها در بورس اوراق بهادار تهران دریافتند در ازای ۱ درصد افزایش در سطح فروش، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۶۵ درصد افزایش می‌یابد؛ در حالی که در ازای ۱ درصد کاهش در سطح فروش، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ۴۱ درصد کاهش می‌یابد. کردستانی و مرتضوی (۱۳۹۱)، با بررسی تأثیر تصمیمات سنجیده مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها دریافتند کردند که خوش‌بینی مدیریت، چسبندگی هزینه‌های فروش، عمومی و اداری را افزایش می‌دهد و چسبندگی این هزینه‌ها در صورت خوش‌بینی زیاد مدیریت، بیشتر از حالت خوش‌بینی کم است که شواهدی قوی از تأیید فرضیه تصمیمات سنجیده در مورد هزینه‌های فروش، عمومی و اداری محسوب می‌شود. حیدری (۱۳۹۳) با بررسی تأثیر عامل رفتاری اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد مدیریت بر چسبندگی هزینه نشان داد عامل رفتاری اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد مدیریت، موجب افزایش چسبندگی هزینه‌های فروش، عمومی و اداری می‌شود. تاری‌وردی، نیک‌کار و ملک‌خدایی حسونند (۱۳۹۶) با بررسی تأثیر استراتژی شرکت و

توانایی مدیریت بر عدم تقارن رفتار هزینه به این نتیجه رسیدند که استراتژی سرمایه‌گذاری و استراتژی شرکت با توجه به اطلاعات آینده و توانایی مدیریت، سبب افزایش عدم تقارن رفتار هزینه می‌شود. علی‌خانی، مران جوری و سیدزاده (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان مدیریت سود افزایشی، حاکمیت شرکتی و چسبندگی هزینه نشان دادند که حاکمیت شرکتی، چسبندگی هزینه را کاهش می‌دهد. در مورد چسبندگی بودن هزینه‌ها نیز وقفی و همکاران (۱۳۹۸) به مطالعه رفتار چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران پرداخته و نشان دادند، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش و سایر هزینه‌های عملیاتی در شرکت‌های بورس دارای رفتار چسبندگی هزینه هستند. نیکبخت و پورقربان (۱۳۹۹) با ارائه مدل چسبندگی هزینه‌ها بر اساس سرمایه فکری، رفتار ضدچسبندگی هزینه‌ها را در پژوهش خود گزارش دادند. پیرانوند و محسنی (۱۴۰۱) با بررسی تأثیر ویژگی‌های هیئت‌مدیره بر چسبندگی هزینه‌های شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند که استقلال هیئت‌مدیره و عدم دوگانگی وظیفه مدیرعامل به کاهش رفتار نامتقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش منجر می‌شوند. تاج‌الدینی (۱۴۰۳) در مطالعه‌ای تحت عنوان بررسی تأثیر قدرت مدیرعامل و جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه‌ها نشان داد که قدرت مدیرعامل تأثیر مثبت و معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها دارد.

در پژوهش‌های خارجی لی، پارک و هیون^۱ (۲۰۱۹) با بررسی شرکت‌های چند مدیرعاملی و شرکت‌های تک مدیرعاملی و تأثیر این ویژگی بر چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش دریافتند، شرکت‌هایی که چندین مدیرعامل همکار دارند، دارای چسبندگی هزینه کمتری هستند و وجود چند مدیرعامل به صورت هم‌زمان باعث تقویت سازوکارهای حاکمیت شرکتی و کاهش انگیزه‌های امپراتورسازی در مقابل شرکت‌های تک مدیرعاملی خواهد شد. خدمتی، سالیهو و یاسون^۲ (۲۰۲۰) در پژوهش خود با عنوان روابط مدیرعامل - هیئت‌مدیره و کارایی سرمایه‌گذاری در نیروی کار به این نتیجه رسیدند که ارتباطات قوی‌تر مدیرعامل با اعضای مستقل هیئت‌مدیره، نظارت را ناکارآمد می‌کند. کیم و لی^۳ (۲۰۲۰) تأثیر هیئت‌مدیره‌های همکار بر چسبندگی هزینه‌ها را بررسی کردند و دریافتند هیئت‌مدیره همکار از طریق تضعیف اثر بخشی نظارت مدیران مستقل، چسبندگی هزینه‌ها را افزایش می‌دهد. لی، لیو، تان، تو و ژائو^۴ (۲۰۲۴) در مطالعه خود تحت عنوان استقلال هیئت‌مدیره، ریسک دعاوی حقوقی و چسبندگی هزینه دریافتند که استقلال هیئت‌مدیره چسبندگی هزینه‌های شرکتی را کاهش می‌دهد.

با جمع‌بندی پژوهش‌های پیشین، می‌توان دریافت که عمده مطالعات داخلی و خارجی در حوزه چسبندگی هزینه‌ها یا بر ویژگی‌های رفتاری مدیران از جمله خوش‌بینی، بیش‌اعتمادی و توانایی مدیریتی تمرکز داشته‌اند یا نقش سازوکارهای حاکمیت شرکتی نظیر استقلال هیئت‌مدیره، عدم دوگانگی وظایف مدیرعامل و قدرت مدیرعامل را به صورت مجزا بررسی کرده‌اند. در این میان، برخی پژوهش‌ها به روابط مدیرعامل و هیئت‌مدیره یا ساختارهای مدیریتی خاص مانند مدیران عامل همکار پرداخته‌اند؛ اما این مطالعات، بیشتر ناظر بر پیامدهای نظارتی یا کارایی کلی بوده و تمرکز

1. Lee, Park & Hyeon

2. Khedmati, Sualihu & Yawson

3. Kim & Lee

4. Li, Liu, Tan, Tu & Zhao

مستقیمی بر دوره زمانی همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره به‌عنوان ویژگی پویا در ساختار حاکمیت شرکتی نداشته‌اند. به‌عبارت دیگر، در ادبیات موجود، رابطه میان تداوم همکاری این دو رکن کلیدی مدیریتی و رفتار نامتقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش به‌طور مشخص و تجربی مورد آزمون قرار نگرفته است. این خلأ، به‌ویژه از آن جهت حائز اهمیت است که دوره همکاری می‌تواند هم‌زمان منعکس‌کننده دو سازوکار متعارض، یعنی تضعیف نظارت و تقویت انگیزه‌های امپراتورسازی از یک سو، و افزایش هماهنگی و کارایی تصمیم‌گیری از سوی دیگر باشد. بر این اساس، پژوهش حاضر با تمرکز بر دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، در پی آن است تا این بُعد کمتر بررسی‌شده از حاکمیت شرکتی را در تبیین چسبندگی هزینه‌ها مورد توجه قرار داده و به شکاف موجود در ادبیات تجربی پاسخ دهد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش، از منظر هدف، در گروه پژوهش‌های توصیفی - هم‌بستگی طبقه‌بندی می‌شود. همچنین از آنجایی که در این مطالعه، از داده‌های گذشته صورت‌های مالی استفاده شده، از نوع پس‌رویدادی (گذشته‌نگر) است. طبق مدل پیاز ساندرز^۱ (۲۰۰۹)، فلسفه پژوهش از نوع اثبات‌گرایانه، رویکرد پژوهش از نوع استقرایی، راهبرد پژوهش از نوع کاربردی، ماهیت پژوهش از نوع کمی، بازه زمانی از نوع طولی و روش تحلیل داده‌ها از نوع هم‌بستگی مبتنی بر مدل رگرسیون چندمتغیره است.

جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای یک بازه زمانی ۸ ساله از سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۲ در نظر گرفته شده است. با توجه به اینکه برای محاسبه متغیرهای کاهش متوالی و کاهش مجازی به داده‌های دو سال قبل از آن نیاز است، داده‌ها از سال ۱۳۹۳ گردآوری شده‌اند. همچنین، برای اینکه به‌طور دقیق‌تری مشخص شود که دوره همکاری مدیرعامل با رئیس هیئت‌مدیره چند سال است، اسامی مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره از سال ۱۳۹۰ برای شرکت‌ها گردآوری شد. این اقدام برای محاسبه صحیح متغیر دوره همکاری، جلوگیری از برآورد کمتر از واقع در سال‌های ابتدایی دوره مطالعه و کاهش خطای اندازه‌گیری انجام شده است.

نمونه انتخابی شامل کلیه شرکت‌هایی است که واجد شرایط زیر باشند:

۱. جزو شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و واسطه‌گری مالی نباشند. شرکت‌های مالی به‌دلیل تفاوت در برخی از رویه‌های حسابداری و همچنین، شیوه‌های نظارتی متفاوت نسبت به شرکت‌های غیرمالی، حذف می‌شوند.
۲. شرکت‌هایی که قبل از سال ۱۳۹۳ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده و اطلاعات آن‌ها در سایت کدال از این سال موجود بوده باشد.
۳. پایان سال مالی آن‌ها ۲۹ اسفند باشد. با یکسان‌سازی پایان سال مالی تمام شرکت‌ها، اطمینان حاصل می‌شود که داده‌های سالانه نمونه، یک دوره زمانی یکسان را پوشش داده و در معرض شوک‌های اقتصادی و تغییرات مقرراتی مشابهی قرار گرفته‌اند. این همگام‌سازی، اجازه می‌دهد تا نتایج تحلیل رفتار هزینه‌ها با اطمینان بیشتری به تصمیمات مدیریتی نسبت داده شود.

۴. شرکت‌هایی که تغییر سال مالی نداده باشند. این معیار به این دلیل انتخاب شده است که تغییر سال مالی قابلیت مقایسه صورت‌های مالی یک شرکت را در دوره بعد از تغییر سال مالی با دوره قبل از آن از بین می‌برد. روند غربالگری جامعه آماری در جدول ۱ مشاهده می‌شود.

جدول ۱. شرکت‌های حائز شرایط و انتخاب شده به‌عنوان نمونه آماری

تعداد	شرح
۳۸۶	کل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس در پایان سال مال ۱۴۰۲ (جامعه آماری هدف)
(۱۲۴)	شرط اول: شرکت‌های مالی
(۳۱)	شرط دوم: شرکت‌هایی که بعد از سال ۱۳۹۳ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.
(۵۹)	شرط سوم: شرکت‌هایی که پایان سال مالی ۲۹ اسفند ندارند.
(۱۹)	شرط چهارم: شرکت‌هایی که تغییر سال مالی دادند.
۲۳۳	کل شرکت‌های فاقد شرایط انتخاب
۱۵۳	شرکت‌های حائز شرایط انتخاب (نمونه آماری)

در نهایت، تعداد ۱۵۳ شرکت، انتخاب و اطلاعات این شرکت‌ها از پایگاه داده‌ها استخراج و پس از طبقه‌بندی در نرم‌افزار اکسل به‌منظور تجزیه و تحلیل، وارد نرم‌افزار ایویوز شدند.

برای آزمون فرضیه، از مدل توسعه داده شده توسط چن و همکاران (۲۰۱۲)، به شرح رابطه ۱ استفاده شده است:

$$\log\left(\frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}}\right) \quad \text{رابطه ۱}$$

$$= \beta_0 + \beta_1 \log\left(\frac{Sales_{i,t}}{Sales_{i,t-1}}\right) + \beta_2 \log\left(\frac{Sales_{i,t}}{Sales_{i,t-1}}\right) \times DD_{i,t}$$

$$+ \beta_3 \log\left(\frac{Sales_{i,t}}{Sales_{i,t-1}}\right) \times DD_{i,t} \times CCCP_{i,t} + \beta_4 CCCP_{i,t}$$

$$+ \sum_{m=5}^7 \beta_m \log\left(\frac{Sales_{i,t}}{Sales_{i,t-1}}\right) \times DD_{i,t} \times ConVar_{m,i,t} + \sum_{m=8}^{10} \beta_m ConVar_{m,i,t}$$

متغیرهای این رابطه، به شرح زیر هستند:

$$\log\left(\frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}}\right): \text{نشان‌دهنده لگاریتم تغییرات هزینه‌های اداری، عمومی و فروش}$$

$$\log\left(\frac{Sales_{i,t}}{Sales_{i,t-1}}\right): \text{نشان‌دهنده لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش}$$

$DD_{i,t}$: نشان‌دهنده متغیری مجازی است که در صورتی که درآمد فروش در سال t نسبت به سال $t-1$ کاهش یافته باشد، عدد ۱ و در غیر این صورت عدد صفر می‌گیرد.

$CCCP_{i,t}$: نشان‌دهنده تعداد سال‌های متوالی همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره است. این متغیر به‌صورت حداقل سال‌های تصدی هم‌زمان این دو نقش محاسبه شده است؛ به‌گونه‌ای که در صورت تغییر هر یک از این دو سمت

(انتصاب یا پایان تصدی مدیرعامل یا رئیس هیئت‌مدیره)، شمارش دوره همکاری از آن سال مجدداً آغاز می‌شود. تغییرات در ترکیب هیئت‌مدیره که به قطع همکاری هم‌زمان این دو نقش منجر شود، به‌عنوان خاتمه دوره همکاری در نظر گرفته شده است. برای مثال، اگر مدیرعامل طی پنج سال متوالی در سمت خود باقی بماند؛ اما رئیس هیئت‌مدیره طی چهار سال متوالی با او همکاری داشته باشد، CCCP برابر ۴ است.

بیانگر متغیرهای مربوط به ویژگی‌های شرکت است که روی چسبندگی هزینه تأثیر می‌گذارند و به‌عنوان متغیرهای کنترلی وارد مدل شده‌اند. این متغیرها شامل شدت کارکنان، شدت دارایی‌ها و کاهش متوالی که به‌صورت زیر تعریف عملیاتی شده‌اند:

- شدت کارکنان: لگاریتم نسبت مجموع کارکنان به درآمد فروش در سال t
- شدت دارایی‌ها: لگاریتم نسبت جمع دارایی‌ها به درآمد فروش در سال t
- کاهش متوالی: متغیر مجازی که اگر فروش در سال $t-1$ کمتر از سال $t-2$ باشد برابر ۱ و در غیر این صورت برابر صفر است.

متغیرهای کنترلی به‌منظور کنترل سایر عوامل مؤثر بر چسبندگی هزینه‌ها در مدل انتخاب شده‌اند که در پژوهش‌های قبلی نیز مورد استفاده قرار گرفته‌اند و مبانی علمی انتخاب آن‌ها به این شرح است: شدت کارکنان و شدت دارایی بر اساس تئوری هزینه تعدیل انتخاب شده‌اند که اندرسون و همکاران (۲۰۰۳)، بنکر و بیزالوف^۱ (۲۰۱۴)، ونیریس^۲ (۲۰۱۵)، حیدری (۱۳۹۳) و نیکبخت و پورقربان (۱۳۹۹) نیز از آن استفاده کرده‌اند. کاهش متوالی بر اساس انتظارات از فروش‌های آتی در راستای اندازه‌گیری توقعات مدیریت انتخاب شده است که توسط پژوهش‌های اندرسون، بنکر، هوانگ و جاناکیرامن^۳ (۲۰۰۷)، ونیریس (۲۰۱۵)، آقای و همکاران (۱۳۹۵) و نیکبخت و پورقربان (۱۳۹۹) نیز مورد استفاده قرار گرفته‌اند. از آنجایی که ارزش متغیر $DD_{i,t}$ در زمان افزایش درآمد صفر است؛ بنابراین، ضریب β_1 درصد افزایش در هزینه‌های اداری، عمومی و فروش را در نتیجه یک درصد افزایش در درآمد حاصل از فروش نشان می‌دهد. از طرفی، از آنجا که ضریب متغیر $DD_{i,t}$ هنگامی که درآمد کاهش می‌یابد، برابر با ۱ است؛ بنابراین، مجموع ضرایب $\beta_1 + \beta_2$ بیانگر درصد کاهش در هزینه‌ها در نتیجه یک درصد کاهش در درآمد حاصل از فروش است. در نتیجه اگر هزینه‌های اداری، عمومی و فروش چسبنده باشند، باید درصد افزایش در این هزینه‌ها در دوره افزایش درآمد فروش، بیش از درصد کاهش هزینه‌ها در دوره‌های کاهش درآمد فروش باشد؛ به عبارت دیگر اگر $\beta_1 > 0$ و $\beta_2 < 0$ باشد، هزینه‌های اداری و عمومی و فروش چسبنده هستند. برای بررسی رد یا تأیید فرضیه پژوهش نیز اگر β_3 به لحاظ آماری معنادار باشد، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

متغیرهای مورد استفاده به‌طور جامع در جدول ۲، معرفی شده‌اند:

1. Banker & Byzalov
2. Venieris
3. Anderson, Banker, Huang & Janakiraman

جدول ۲. معرفی متغیرها

متغیر	نماد	عنوان	نحوه سنجش	نحوه استخراج
وابسته	$\log\left(\frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}}\right)$	تغییرات هزینه	لگاریتم تغییرات هزینه اداری، عمومی و فروش	صورت سود و زیان شرکت
مستقل	$\log\left(\frac{Sales_{i,t}}{Sales_{i,t-1}}\right)$	تغییرات فروش	لگاریتم تغییرات درآمد فروش	صورت سود و زیان شرکت
مستقل	$CCCP_{i,t}$	سال‌های متوالی همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره	اشتراک تعداد سال‌های تصدی مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره	گزارش فعالیت هیئت‌مدیره و روزنامه تغییرات هیئت‌مدیره
مجازی	$DD_{i,t}$	کاهش مجازی	در صورتی که درآمد فروش در سال جاری نسبت به دوره قبل کاهش یافته باشد ۱ و در غیر این صورت صفر است.	صورت سود و زیان شرکت
کنترلی	$ConVar_{8,i,t}$	شدت کارکنان	لگاریتم نسبت مجموع کارکنان به درآمد فروش در سال t	گزارش تفسیری
کنترلی	$ConVar_{9,i,t}$	شدت دارایی‌ها	لگاریتم نسبت جمع دارایی‌ها به درآمد فروش در سال t	صورت وضعیت مالی شرکت
کنترلی	$ConVar_{10,i,t}$	کاهش متوالی	متغیر مجازی که اگر فروش در سال t-۱ کمتر از سال t-۲ باشد برابر ۱ و در غیر این صورت صفر است.	صورت سود و زیان شرکت

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

اولین گام در بخش تحلیل داده‌ها، ارائه آمار توصیفی است که نتایج آن در جدول ۳ برای متغیرهای کمی و در جدول ۴ برای متغیرهای دامی مشاهده می‌شود. شایان ذکر است که به‌منظور جلوگیری از سوگیری در نتایج، مشاهدات پرت در صدک‌های ۱ و ۹۹ ویرایش^۱ شدند.

جدول ۳. آمار توصیفی متغیرهای کمی

نام متغیر	میانگین	میان	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
لگاریتم تغییرات هزینه‌های اداری، عمومی و فروش	۰/۱۳۵	۰/۱۳۱	۱/۰۴۹	-۰/۷۲۲	۰/۱۴۵	۰/۴۶۵	۷/۳۰۰
لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش	۰/۱۴۹	۰/۱۵۱	۱/۵۷۹	-۱/۵۳۱	۰/۱۵۹	-۰/۵۳۲	۲۴/۰۸۶
دوران همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره	۲/۱۲۵	۱	۱۳	۱	۱/۹۷۳	۲/۵۶۲	۱۰/۲۷
شدت کارکنان	-۴/۰۳۸	-۳/۹۹۷	-۲/۳۶۵	-۶/۲۴۶	۰/۵۷۹	-۰/۵۶۰	۳/۵۸۱
شدت دارایی	۰/۰۵۱	۰/۰۵۹	۱/۴۲۶	-۰/۸۷۳	۰/۲۷۵	۰/۱۷۰	۴/۶۵۵

تعداد مشاهدات: ۱۲۲۴

1. winsorized

جدول ۴. آمار توصیفی متغیرهای مجازی

نام متغیر	فراوانی ارزش ۱	درصد فراوانی ارزش ۱	فراوانی ارزش صفر	درصد فراوانی ارزش صفر
کاهش درآمد فروش	۱۳۸	۱۱/۲۷	۱۰۸۶	۸۸/۷۳
کاهش متوالی درآمد فروش	۲۲۶	۱۸/۴۶	۹۹۸	۸۱/۵۴

تعداد مشاهدات ۱۲۲۴

نتایج آمار توصیفی حاکی از آن است که متوسط رشد لگاریتمی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در دوره مورد مطالعه، حدود ۱۳/۵ درصد بوده و نشان‌دهنده روندی افزایشی در این هزینه‌ها است. همچنین، متوسط رشد لگاریتمی درآمد حاصل از فروش، حدود ۱۴/۹ درصد بوده و نشان‌دهنده روندی مثبت و رو به رشد در عملکرد فروش است. به‌علاوه، در محیط ایران، دوران همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره به‌طور متوسط حدود ۲ سال است. با این حال بیشترین دوره همکاری با توجه به سال مبدأ (سال ۱۳۹۰)، به ۱۳ سال نیز می‌رسد. مقدار میانگین شدت کارکنان ۴/۰۳۸- است که نشان می‌دهد نسبت مجموع کارکنان به درآمد فروش بسیار پایین است. مقدار میانگین شدت دارایی نیز برابر با ۰/۰۵۱ است که نشان می‌دهد نسبت جمع دارایی‌ها به درآمد فروش به‌طور متوسط کمی بیشتر از ۱ است. به‌علاوه، ۱۱/۲۷ درصد از مشاهدات کاهش درآمد نسبت به دوره قبل و ۱۸/۴۶ درصد از مشاهدات کاهش درآمد فروش نسبت به دو دوره گذشته را تجربه کرده‌اند.

آزمون هم‌بستگی

در مرحله بعد، مسئله هم‌خطی ارزیابی شده است. جدول ۵، ماتریس هم‌بستگی پیرسون را ارائه می‌دهد:

جدول ۵. آزمون هم‌بستگی

نام متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
لگاریتم تغییرات هزینه‌های اداری، عمومی و فروش	۱	۰/۴۳۸	-۰/۲۳۷	-۰/۰۳۵	-۰/۳۵۸	۰/۱۲۰	۰/۱۹۶
لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش	-	۱	-۰/۵۴۷	۰/۰۱۳	-۰/۳۵۶	-۰/۲۴۶	-۰/۱۴۳
دوران همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره			۱	-۰/۰۴۷	۰/۲۸۷	۰/۳۰۲	۰/۱۲۹
کاهش درآمد فروش				۱	۰/۱۱۸	۰/۰۶۶	-۰/۰۵۰
شدت کارکنان					۱	۰/۳۲۷	۰/۳۶۰
شدت دارایی						۱	۰/۱۷۹
کاهش متوالی درآمد فروش							۱

نتایج به‌دست آمده، عدم وجود مشکل هم‌خطی را تأیید می‌کند؛ زیرا ضرایب هم‌بستگی بین متغیرهای توضیحی همگی کوچک‌تر از ۰/۸ (گجراتی و پورتر^۱، ۲۰۰۹) هستند.

بررسی مفروضات رگرسیونی و آزمون‌های تشخیصی

ابتدا فروض کلاسیک شامل نرمال بودن توزیع پسماندها، عدم خودهم‌بستگی سریالی و عدم ناهمسانی واریانس بین پسماندها بررسی شده که نتایج آن در جدول ۶ مشاهده می‌شود.

جدول ۶. نتایج بررسی مفروضات رگرسیونی

نوع آزمون	مقدار آماره	نتیجه
آزمون جارک - برا برای بررسی توزیع نرمال پسماندها	۰/۱۶۵۳ (۰/۰۰۰)	پسماندها توزیع نرمال ندارند.
آزمون دوربین - واتسن برای بررسی عدم خودهم‌بستگی سریالی بین پسماندها	۲/۳۹۵	عدم خودهم‌بستگی سریالی بین پسماندها برقرار است.
آزمون بربوش پاگان گادفری برای عدم ناهمسانی واریانس	۲/۴۷۰ (۰/۰۰۶)	پسماندها دارای ناهمسانی واریانس هستند.

با توجه به نقض فروض کلاسیک نرمال بودن و همسانی واریانس پسماندها، از روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته^۲ برای بهبود تخمین‌ها استفاده شده است. به‌کارگیری این روش اطمینان می‌دهد که نتایج پژوهش حتی در شرایط نقض فروض کلاسیک، از اعتبار علمی کافی برخوردار هستند. بعد از بررسی فروض کلاسیک، آزمون‌های تشخیصی انتخاب بهترین روش انجام شده که نتیجه آن در جدول ۷ مشاهده می‌شود.

جدول ۷. آزمون‌های تشخیصی انتخاب مدل

نوع آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه آزمون
آزمون چاو	۰/۵۶۶	۱/۰۰۰	روش داده‌های تلفیقی (پول دیتا) مناسب است.

در آزمون چاو، فرض صفر رد نمی‌شود که نشان می‌دهد هیچ اختلاف معناداری بین ضرایب رگرسیونی مقاطع مختلف وجود ندارد. در این حالت، می‌توان از روش داده‌های تلفیقی یا همان روش پول دیتا استفاده کرد. به عبارت دیگر، هنگامی که فرض صفر آزمون چاو پذیرفته می‌شود، نشان‌دهنده این است که می‌توان داده‌ها را به‌عنوان یک مجموعه واحد (پول دیتا) تحلیل کرد.

برآورد مدل و آزمون فرضیه

در نهایت، مدل رگرسیونی با روش پول دیتا و تکنیک حداقل مربعات تعمیم‌یافته برآورد شد که نتیجه آن در جدول ۸ مشاهده می‌شود.

1. Gujarati & Porter
2. EGLS

جدول ۸. نتایج برآورد مدل رگرسیونی

ضریب (آماره t)	ضریب (آماره t)	نام متغیر
-۰/۰۳۷ (-۱۳/۵۷۳)	-۰/۰۶۴ (۲۳/۶۰۱)	ضریب ثابت
-۰/۳۱۸ (۱۲۲/۷۵۲)	۰/۳۴۷ (۱۳۸/۶۹۱)	لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش
۱/۰۱۰ (۱۳/۹۱۱)	۰/۸۰۹ (۱۱/۳۸۶)	لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش × متغیر مجازی کاهش درآمد فروش
-۰/۰۰۹ (۲/۰۶۹)	۰/۰۲۷ (۶/۴۰۱)	لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش × متغیر مجازی کاهش درآمد فروش × دوران همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره
۰/۰۰۰۰۵ (۰/۳۴۱)	۰/۰۰۰۱ (۱/۱۲۵)	دوران همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره
-۰/۳۱۹ (۱۸/۰۹۳)	۰/۲۷۵ (۱۵/۸۳۳)	لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش × متغیر مجازی کاهش درآمد فروش × شدت کارکنان
-۰/۳۲۴ (-۱۷/۰۲۰)	-۰/۳۳۷ (۱۷/۶۵۶)	لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش × متغیر مجازی کاهش درآمد فروش × شدت دارایی
-۰/۰۶۱ (۴/۱۸۹)	۰/۰۷۲ (۵/۱۳۸)	لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش × متغیر مجازی کاهش درآمد فروش × کاهش متوالی درآمد فروش
-۰/۰۲۸ (-۴۳/۲۸۳)	-۰/۰۳۷ (-۵۸/۴۴۸)	شدت کارکنان
۰/۰۰۵ (۳/۹۹۵)	۰/۰۱۳ (۱۰/۸۷۰)	شدت دارایی
-۰/۰۲۸ (-۳۲/۶۳۵)	-۰/۰۳۷ (-۴۲/۸۹۴)	کاهش متوالی درآمد فروش
-۰/۰۹۷ (-۷/۵۶۸)	---	لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش × متغیر مجازی کاهش درآمد فروش × متغیر مجازی دوران کرونا
-۰/۰۳۲ (۴۵/۲۷۰)	---	متغیر مجازی دوران کرونا
-۰/۱۸۶	۰/۱۷۶	ضریب تعیین
(۰/۰۰۰) ۳۵۷۳/۴۳۹	(۰/۰۰۰) ۴۰۲۱/۰۷۹	آماره فیشر

نتایج مدل اصلی در جدول ۸ نشان می‌دهد آماره t متغیر لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش، معنادار و مثبت است؛ به طوری که، با افزایش ۱ درصد درآمد حاصل از فروش، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، ۰/۳۴۷ درصد افزایش می‌یابد. در واقع این ضریب تأییدکننده حساسیت هزینه‌های اداری، عمومی و فروش به افزایش درآمد است. از طرفی، آماره t متغیر تعاملی لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش و کاهش درآمد فروش نشان می‌دهد این متغیر از لحاظ آماری در سطح خطای ۱ درصد معنادار است. همچنین، ضریب آن به صورت مثبت است که نشان‌دهنده عدم چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش است. این ضریب برای دوره‌های کاهش فروش (یعنی زمانی که متغیر مجازی برابر با ۱ است) باید تفسیر شود و به این صورت است که حساسیت هزینه‌های اداری، عمومی و فروش به کاهش فروش برابر است با:

$$\beta_1 + \beta_2 = 0.347 + 0.809 = 1.156 \quad \text{رابطه ۲}$$

این نتیجه به این معنا است که به ازای هر ۱ درصد کاهش در فروش، هزینه‌های SG&A به میزان ۱/۱۵۶ درصد کاهش می‌یابد. از نظر تئوری، انتظار می‌رود $\beta_1 + \beta_2 < \beta_1$ یا حتی منفی باشد. اما در اینجا، عکس این اتفاق افتاده است: $۱/۱۵۶ < ۰/۳۴۷$. این موضوع نشان می‌دهد که هزینه‌ها در برابر کاهش فروش، حساسیت بیشتری برای کاهش نشان می‌دهند تا در برابر افزایش فروش برای افزایش هزینه‌ها. این پدیده چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش را رد و عکس چسبندگی هزینه را تأیید می‌کند که غیرمنتظره اما ممکن است؛ بنابراین، با توجه به یافته‌های این پژوهش چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در محیط ایران در دوره مورد بررسی تأیید نمی‌شود.

به‌علاوه، آماره t متغیر تعاملی لگاریتم تغییرات درآمد حاصل از فروش و دوران همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره در زمان کاهش درآمد فروش نشان می‌دهد این متغیر تعاملی از لحاظ آماری در سطح خطای ۱ درصد معنادار است؛ بنابراین، فرضیه پژوهش با اطمینان ۹۹ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. ضریب به‌دست آمده در اینجا نیز برابر با ۰/۲۷ است که با توجه به مثبت بودن آن می‌توان نتیجه گرفت افزایش دوران همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، حساسیت هزینه به کاهش فروش را افزایش داده است. به عبارتی، در شرکت‌های با دوران همکاری بالاتر، هزینه‌ها در مواجهه با کاهش درآمد فروش، بیشتر کاهش می‌یابند.

$$\text{CCCP: } \beta_1 + \beta_2 + \beta_3 = 0.347 + 0.809 + 0.027 = 1.183 \quad \text{رابطه ۳}$$

این نتیجه با فرضیه امپراتورسازی که می‌گوید «تمرکز قدرت باعث می‌شود مدیران تمایل کمتری به کاهش هزینه‌ها (منابع) داشته باشند»، در تضاد است. چند توضیح احتمالی برای این یافته وجود دارد. ممکن است همکاری قوی بین مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره منجر به کنترل بهتر هزینه‌ها، تصمیم‌گیری چابک‌تر و عکس‌العمل سریع‌تر به شرایط بحرانی (مانند کاهش فروش) شود. در این دیدگاه، آن‌ها برای حفظ سلامت مالی شرکت، سریع‌تر اقدام به کاهش هزینه‌های غیرضروری می‌کنند. همچنین، ممکن است این مدیران در دوران کاهش فروش، عمده‌اً هزینه‌ها را بیشتر کاهش دهند تا کاهش سود را جبران کنند و عملکرد خود را بهتر نشان دهند که می‌تواند نشانه‌ای از مدیریت سود یا رفتار کوتاه‌مدت باشد و ممکن است با هدف حفظ موقعیت یا دریافت پاداش بیشتر انجام شده باشد.

از طرفی، با توجه به اینکه نتایج این پژوهش نشان‌دهنده عدم چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در دوره مورد بررسی است و از آنجایی که در بازه زمانی پژوهش، بحران همه‌گیری کووید ۱۹ (سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱) به‌عنوان یک شوک برون‌زای شدید و منبع عمده افزایش عدم قطعیت اقتصادی تجربه شده است، به‌منظور اطمینان از پایداری نتایج و پرهیز از انتساب نادرست یافته‌ها به این بحران موقتی، مدل رگرسیونی مجدداً با کنترل اثر دوره همه‌گیری و از طریق وارد کردن متغیر مجازی کووید ۱۹ برآورد شد. نتایج حاصل از این برآورد نشان می‌دهد که متغیر مجازی کووید ۱۹ دارای ضریب مثبت و از لحاظ آماری معنادار است که بیانگر تأثیر معنادار این بحران بر سطح کلی رفتار هزینه‌ای شرکت‌ها در دوره همه‌گیری است. با این حال، مهم‌تر آن‌که، با لحاظ اثر کرونا، علامت، اندازه و سطح معناداری ضرایب اصلی مدل، به‌ویژه متغیر تعاملی تغییرات فروش، کاهش فروش و دوران همکاری مدیرعامل و رئیس

هیئت‌مدیره، بدون تغییر اساسی باقی مانده است. به‌طور مشخص، حتی پس از کنترل اثر بحران کووید ۱۹، شواهد تجربی همچنان حاکی از وجود رفتار ضدچسبندگی در هزینه‌های اداری، عمومی و فروش و نیز نقش تشدیدکننده دوران همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره بر حساسیت هزینه‌ها به کاهش فروش است. این پایداری نتایج نشان می‌دهد که عدم چسبندگی مشاهده‌شده در این پژوهش، صرفاً محصول شرایط استثنایی ناشی از همه‌گیری کرونا نیست، بلکه ریشه در سازوکارهای پایدارتر تصمیم‌گیری مدیریتی و ویژگی‌های ساختاری حاکمیت شرکتی شرکت‌ها دارد. به بیان دیگر، اگرچه بحران کرونا توانسته است فشارهای نقدینگی و نااطمینانی را تشدید کرده و سطح انقباض هزینه‌ها را افزایش دهد، اما نتوانسته است جهت و ماهیت رابطه بین دوران همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره و رفتار نامتقارن هزینه‌ها را تغییر دهد. از این منظر، می‌توان استدلال کرد که همکاری طولانی‌مدت میان مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، با ایجاد هماهنگی استراتژیک، کاهش اصطکاک‌های تصمیم‌گیری و تسریع فرایند اجرای سیاست‌های هزینه‌ای، موجب می‌شود شرکت‌ها در مواجهه با کاهش فروش، واکنش انقباضی شدیدتر و سریع‌تری نسبت به تعدیل هزینه‌های اداری، عمومی و فروش نشان دهند؛ واکنشی که در محیطی با سطح بالای بی‌ثباتی اقتصادی، مانند اقتصاد ایران، می‌تواند به‌عنوان راهبردی برای حفظ بقا و ثبات کوتاه‌مدت تفسیر شود. در عین حال، همان‌گونه که نتایج نشان می‌دهد، این رفتار لزوماً به معنای بهبود کارایی بلندمدت یا کارآمدی اقتصادی نیست و می‌تواند بازتابی از تمرکز مدیران بر عملکرد کوتاه‌مدت و ملاحظات انگیزشی آنان نیز باشد.

در ادامه برای بررسی درون‌زایی متغیرها و همچنین لزوم و یا عدم لزوم بکارگیری رویکرد متغیرهای ابزاری از آزمون درون‌زایی دوربین، وو و هاسمن^۱ استفاده شده است. فرض صفر این آزمون این است که متغیر مورد نظر برون‌زا است (درون‌زایی ندارد). نتایج استفاده از رویکرد متغیرهای ابزاری در مدلی که دارای متغیرهای درون‌زا نیست، از قابلیت اتکای کمتری برخوردار است. نتیجه این آزمون در جدول ۹ گزارش شده است.

جدول ۹. بررسی مسئله درون‌زایی

نوع آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	نتیجه آزمون
آزمون دوربین، وو، هاسمن	۰/۴۷۲	۰/۴۹۱	مسئله درون‌زایی وجود ندارد.

سطح معناداری مقدار آماره این آزمون بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد فرض صفر مبنی بر برون‌زا بودن متغیرها رد نمی‌شود؛ بنابراین، شواهد آماری معناداری دال بر وجود درون‌زایی در مدل مشاهده نگردید. از این‌رو، برآورد مدل اصلی با روش انجام شده سازگار و قابل اتکا است.

بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش، بر مبنای این فرضیه شکل گرفته است که دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، بر چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش تأثیر معنادار دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و

فروش تأیید نشد و مشخص شد که در زمان کاهش درآمد فروش، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش نیز کاهش می‌یابد که این نتیجه دور از انتظار و خلاف فرضیه راجح نظری در خصوص چسبندگی هزینه‌هاست. برخلاف انتظار اولیه مبتنی بر تئوری‌های نمایندگی و هزینه‌های تعدیل که بر تمایل مدیران به حفظ منابع مازاد در دوران رکورد فروش تأکید دارند، یافته‌ها حاکی از آن است که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، در واکنش به کاهش فروش، کاهش می‌یابند؛ پدیده‌ای که از آن به «عدم چسبندگی» تعبیر می‌شود. این نتیجه می‌تواند نشان‌دهنده وجود سازوکارهای کنترلی قوی‌تر، چابکی بیشتر در تصمیم‌گیری مدیریت، یا اولویت دادن به حفظ سودآوری کوتاه‌مدت و نشان دادن عکس‌العمل سریع به شرایط بحرانی باشد. به عبارت دیگر، به جای آنکه مدیران با تعهد روانی یا انگیزه‌های شخصی در برابر کاهش هزینه‌ها مقاومت کنند، در این نمونه خاص، راهبرد مدیریت هزینه به گونه‌ای است که با کاهش درآمد، به صورت فعالانه و هم‌جهت با آن، هزینه‌ها نیز کاهش می‌یابد. اگرچه این نتیجه دور از انتظار است با یافته‌های برخی از پژوهش‌های پیشین هم‌خوانی دارد. برای نمونه، نیکبخت و پورقربان (۱۳۹۹) رفتار ضدچسبندگی هزینه‌ها را در پژوهش خود گزارش دادند. همچنین، گنگ و وایر^۱ (۲۰۲۵) مشاهده کردند که هزینه‌های فروش، عمومی و اداری، چسبندگی کمتری دارند.

رفتار ضدچسبندگی هزینه‌های مشاهده‌شده در این پژوهش را می‌توان در چارچوب ویژگی‌های ساختاری محیط کسب‌وکار ایران در دوره مورد بررسی و راهبرد فعال مدیریت هزینه‌ها تفسیر کرد؛ هرچند بحران‌های اقتصادی این دوره، به‌ویژه همه‌گیری کووید ۱۹، در تشدید این رفتار نقش مهمی ایفا کرده‌اند. نتایج حاصل از وارد کردن متغیر مجازی دوره کرونا نشان می‌دهد که این شوک برون‌زا بر رفتار هزینه‌ها اثر معناداری داشته است؛ اما ماهیت عدم چسبندگی هزینه‌ها به‌طور کامل، از کرونا نشئت نگرفته و پیش از آن نیز وجود داشته است. در واقع، در تضاد با نظریه سنتی چسبندگی هزینه که بر خوش‌بینی مدیران و تمایل به حفظ منابع در دوره‌های رکودی تأکید دارد، یافته‌های این پژوهش بیانگر آن است که در محیط اقتصادی بی‌ثبات، مدیران رویکردی محتاطانه و در عین حال تهاجمی به مدیریت هزینه‌ها اتخاذ می‌کنند. این رویکرد که بیشتر از واکنش کوتاه‌مدت به بحران کرونا، از تجربه مکرر شوک‌های اقتصادی، محدودیت‌های نقدینگی و نااطمینانی مستمر در اقتصاد ایران نشئت گرفته است، به حساسیت بیشتر هزینه‌ها به کاهش درآمد فروش منجر شده است. با این حال، همه‌گیری کووید ۱۹ با ایجاد شوک خارجی بی‌سابقه و افزایش شدید عدم قطعیت، این راهبرد مدیریت هزینه را تشدید کرد. در این دوره، بقای کوتاه‌مدت شرکت‌ها به اولویت اصلی مدیران تبدیل شد و آن‌ها را به سمت کاهش سریع هزینه‌های قابل تعدیل، نظیر هزینه‌های نیروی انسانی و بازاریابی، سوق داد. به این ترتیب، کرونا نه به‌عنوان عامل ایجادکننده رفتار ضدچسبندگی، بلکه به‌عنوان عاملی تشدیدکننده عمل کرده که شدت واکنش مدیران به کاهش فروش را افزایش داده است. این تفسیر با یافته‌های پژوهش‌های پیشین نیز هم‌خوانی دارد. لی، کیم و لی^۲ (۲۰۲۵) نشان دادند که چسبندگی هزینه‌ها در دوره پیش از کرونا وجود داشته است؛ اما پس از شیوع این همه‌گیری، این رفتار تضعیف شده و واکنش هزینه‌ها به تغییرات درآمد متقارن‌تر شده است. همچنین، آنیندیتایا و پرابوو^۳ (۲۰۲۴) گزارش کردند که شرکت‌ها در دوران پاندمی کووید ۱۹، در پاسخ به کاهش فروش، هزینه‌های اداری، عمومی و فروش را با

1. Gong & Wier

2. Lee, Kim & Lee

3. Aninditayah & Prabowo

شدت بیشتری کاهش می‌دهند. در محیط ایران نیز، نتایج پژوهش اراه‌کش سلماسی و قنبری (۱۴۰۰) نشان‌دهنده عدم وجود چسبندگی هزینه‌ها در دوران کرونا است. مجموعه این شواهد بیانگر آن است که رفتار ضدچسبندگی مشاهده‌شده در این پژوهش، بازتابی از راهبرد عقلایی مدیران ایرانی برای حفظ بقا در محیطی مزمن از عدم قطعیت اقتصادی است که در دوره کرونا به شکل شدیدتری بروز یافته است.

همچنین، نتایج نشان داد که متغیر تعاملی دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، در دوره کاهش درآمد فروش ضریب مثبت و معناداری داشته است. این یافته بیانگر آن است که با افزایش طول دوره همکاری، حساسیت هزینه‌های اداری، عمومی و فروش به کاهش درآمد فروش، افزایش می‌یابد؛ به عبارت دیگر، شرکت‌هایی که مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره آن‌ها برای مدت طولانی‌تری با یکدیگر همکاری کرده‌اند، در مواجهه با کاهش فروش، تعدیل شدیدتری در هزینه‌ها اعمال می‌کنند. با این حال، این نتیجه را نباید به طور خودکار، به‌عنوان شواهدی از کارایی بیشتر تصمیم‌گیری یا بهبود عملکرد مدیریتی تفسیر کرد. ضریب مثبت، فقط نشان‌دهنده تشدید واکنش هزینه‌ها به کاهش فروش است و در خصوص انگیزه‌ها یا آثار بلندمدت این رفتار داوری ارزشی ارائه نمی‌دهد. از این منظر، افزایش حساسیت هزینه‌ها، می‌تواند از مجموعه‌ای از سازوکارهای متفاوت نشئت گرفته باشد. از یک سو، همکاری طولانی‌مدت میان مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره ممکن است با هماهنگی و سرعت بیشتر در تصمیم‌گیری همراه باشد که امکان اجرای سریع‌تر سیاست‌های تعدیل هزینه را فراهم می‌آورد. از سوی دیگر، این رفتار می‌تواند بازتابی از انگیزه‌های کوتاه‌مدت مدیریتی، فشار برای حفظ سودآوری گزارش‌شده، یا حتی مدیریت سود در دوره‌های افت فروش باشد؛ به‌ویژه در شرایطی که ارزیابی عملکرد مدیران به شاخص‌های کوتاه‌مدت مالی وابسته است. در این زمینه پژوهشی مشاهده نشد که قابلیت انطباق و مقایسه نتایج را داشته باشد؛ اما لی و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند شرکت‌هایی که چند مدیرعامل همکار دارند، چسبندگی هزینه کمتری خواهند داشت و وجود چند مدیرعامل به‌صورت هم‌زمان باعث تقویت سازوکارهای حاکمیت شرکتی و کاهش انگیزه‌های امپراتورسازی در مقابل شرکت‌های تک مدیرعاملی خواهد شد.

با توجه به نتایج این پژوهش، پیشنهاد می‌شود که نظام راهبری شرکتی، به‌جای تمرکز صرف بر محدود کردن یا اجتناب از تداوم همکاری میان مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره، توجه بیشتری به کیفیت تعامل، سازوکارهای نظارت تکمیلی و شفافیت فرایند تصمیم‌گیری معطوف کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که همکاری طولانی‌تر، می‌تواند با واکنش شدیدتر هزینه‌ها به کاهش درآمد همراه باشد؛ اما این واکنش لزوماً بازتاب کارایی بیشتر تصمیم‌گیری نیست و ممکن است نشئت گرفته از مجموعه‌ای از سازوکارهای متفاوت باشد. از این رو، طراحی سازوکارهایی نظیر تقویت نقش کمیته‌های مستقل، افزایش شفافیت در تصمیمات مرتبط با تعدیل هزینه‌ها و تفکیک روشن مسئولیت‌های نظارتی، می‌تواند به کاهش ریسک رفتارهای کوتاه‌مدت یا فرصت‌طلبانه، در کنار حفظ مزایای بالقوه هماهنگی مدیریتی کمک کند. همچنین پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی با استفاده از شاخص‌های مستقیم‌تر کارایی عملیاتی، مدیریت سود و افق زمانی تصمیم‌گیری مدیران، به بررسی دقیق‌تر سازوکارهای زیربنایی رابطه میان دوره همکاری مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره و رفتار نامتقارن هزینه‌ها بپردازند تا امکان تفکیک تبیین‌های مبتنی بر کارایی از تبیین‌های مبتنی بر انگیزه‌های کوتاه‌مدت فراهم شود.

منابع

- آقای، محمدعلی؛ اعتمادی، حسین و حسینی، حسن (۱۳۹۵). بررسی تأثیر مسئله نمایندگی بر روی چسبندگی هزینه‌ها. دانش حسابداری مالی، ۳(۳)، ۱۱۷-۱۳۶.
- اره‌کش سلماسی، محمد و قنبری، علی (۱۴۰۰). تأثیر بحران‌های اقتصادی و رشد اقتصادی بر چسبندگی هزینه. چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۴(۴۵)، ۱-۱۷.
- پیرداده بیرانوند، فاطمه و محسنی، مهدی (۱۴۰۱). بررسی تأثیر ویژگی‌های هیئت‌مدیره بر چسبندگی هزینه‌های شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. سومین کنفرانس ملی مدیریت بازرگانی، کارآفرینی و حسابداری ایران.
- تاج‌الدینی، فاطمه (۱۴۰۳). بررسی تأثیر قدرت مدیرعامل و جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه‌ها. چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۱۲(۹۲)، ۱۲۹-۱۴۲.
- تاری‌وردی، یداله؛ نیک‌کار، جواد و ملک‌خدایی حسونند، الهه (۱۳۹۶). تأثیر استراتژی شرکت و توانایی مدیریت بر عدم تقارن رفتار هزینه. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۴(۴)، ۵۰۳-۵۲۶.
- حیدری، مهدی (۱۳۹۳). بررسی تأثیر عامل رفتاری اعتمادبه‌نفس بیش از حد مدیریت بر چسبندگی هزینه: نقش تعدیلی عوامل اقتصادی و عوامل مبتنی بر نظریه نمایندگی در آن. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۱(۲)، ۱۵۱-۱۷۲.
- خانی، عبدالله؛ امیری، هادی و شامحمدی، محمدعلی (۱۳۹۳). بررسی تأثیر انگیزه‌های شخصی مدیران بر عدم تقارن هزینه‌ها در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۶(۱)، ۵۷-۷۴.
- علی‌خانی، رضیه؛ مران‌جوری، مهدی و سیدزاده، سیده فاطمه (۱۳۹۶). مدیریت سود افزایشی، حاکمیت شرکتی و چسبندگی هزینه. حسابداری و منافع اجتماعی، ۷(۳)، ۶۱-۸۲.
- قدرتی زوارم، عباس؛ نوروزی، محمد؛ باقری ایرج، الهام و نصیری، داریوش (۱۴۰۱). بررسی وضعیت چسبندگی هزینه‌های اداری و عمومی در چرخه حیات. رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۲۰(۲)، ۹۱۹-۹۳۸.
- کردستانی، غلامرضا و مرتضوی، سیدمرتضی (۱۳۹۱). بررسی تأثیر تصمیمات سنجیده مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۱۹(۶۷)، ۷۳-۹۰.
- مشایخی، بیتا و شاکری، مهین (۱۳۹۹). راهبری شرکتی: مفاهیم و موردکاوی. انتشارات بورس، تهران.
- نمازی، محمد و دوانی‌پور، ایرج (۱۳۸۹). بررسی تجربی رفتار چسبندگی هزینه‌ها در بورس اوراق بهادار تهران. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۱۷(۴)، ۸۵-۱۸۶.
- نیکبخت، محمدرضا و پورقربان، علیرضا (۱۳۹۹). ارائه مدل چسبندگی هزینه‌ها بر اساس سرمایه فکری. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۹(۳۳)، ۱۴۱-۱۵۶.
- ورهرامی، ویدا و محمدی، پویان (۱۳۹۹). تأثیر دوره همکاری مدیرعامل و مدیر حسابرسی داخلی بر پیچیدگی گزارشگری مالی. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۱۰(۳۷)، ۲۱۳-۲۳۴.
- وقفی، سیدحسام؛ پرن‌دین، کاوه و خواجه‌زاده، سامیران (۱۳۹۸). مطالعه رفتار چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران. حسابداری و منافع اجتماعی، ۹(۴)، ۱۳۵-۱۵۵.

References

- Adams, R. B., Almeida, H. & Ferreira, D. (2005). Powerful CEOs and their impact on corporate performance. *Review of Financial Studies*, 18(4), 1403-1432.
- Adams, R. B., Hermalin, B. E. & Weisbach, M. S. (2010). The role of boards of directors in corporate governance: A conceptual framework and survey. *Journal of Economic Literature*, 48(1), 58-107.
- Aghaei, M., Etemadi, H. & Hassani, H. (2016). Study of the Effect of the Agency Problem on Costs Stickiness. *Financial Accounting Knowledge*, 3(3), 117-136. (in Persian)
- Alikhani, R., Maranjory, M. & Seyed Zadeh, S. F. (2017). Upward Earnings Management, Corporate Governance and Expense Stickiness. *Journal of Accounting and Social Interests*, 7(3), 61-80. (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.
- Anderson, M. C., Banker, R. D., Huang, R. & Janakiraman, S. N. (2007). Cost behavior and fundamental analysis of SG&A costs. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 22(1), 1-28.
- Aninditiah, G., Prabowo, R. (2024). The COVID-19 Pandemic, Cost Stickiness, and Profitability. *Perspektif Akuntansi*, 7(2), 171-186.
- Areh Kesh Salmasi, M. & ghanbari, A. (2021). The Impact of Economic Crises and Economic Growth on Cost Stickiness. *Journal of Accounting and Management Vision*, 4(45), 1-17. (in Persian)
- Atawnah, N., Ajmal, T. & Manchanda, D. (2025). Geopolitical risk, managerial ability, and cost stickiness. *Finance Research Letters*, 85, 108211.
- Banker, R. D. & Byzalov, D. (2014). Asymmetric cost behavior. *Journal of Management Accounting Research*, 26(2), 43-79.
- Banker, R. D., Byzalov, D., Fang, S. & Liang, Y. (2018). Cost management research. *Journal of Management Accounting Research*, 30(3), 187–209.
- Bebchuk, L. A. & Fried, J. M. (2004). *Pay without performance: The unfulfilled promise of executive compensation*. Harvard University Press.
- Bertrand, M. & Mullainathan, S. (2001). Are CEOs rewarded for luck? The ones without principals are. *Quarterly Journal of Economics*, 116(3), 901-932.
- Burton, P. (2000). Antecedents and consequence of corporate governance structure. *Corporate Governance Review*, 8(3), 194–203.
- Bushman, R. M. & Smith, A. J. (2001). Financial accounting information and corporate governance. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1-3), 237-333.
- Carrasco, A. N. M. (2013). *Collaborative tenure, audit committee chair changes, and earnings management* (PhD dissertation). University of Tennessee.

- Chen, C. X., Lu, H. & Sougiannis, T. (2012). The agency problem, corporate governance, and the asymmetrical behavior of selling, general, and administrative costs. *Contemporary Accounting Research*, 29, 252–282.
- Ghodrati Zavarem, A., Norouzi, M., Bagheri Iraj, E. & Nasiri, D. (2022). Investigating the Status of Administrative and General Expense Adhesion in the Life Cycle. *New Research Approaches in Management and Accounting*, 6(20), 919-938. (in Persian)
- Gong, S. & Wier, H. A. (2025). An examination of the effect of classification shifting on the perception of cost stickiness. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 21(2), 100474.
- Gujarati, D.N. & Porter, D.C. (2009). *Basic Econometrics*. (5th Edition), McGraw Hill Inc., New York.
- Hartlieb, S. & Loy, T. R. (2022). The impact of cost stickiness on financial reporting: Evidence from income smoothing. *Accounting & Finance*, 62, 3913-3950.
- Heidari, M. (2014). Examining managerial overconfidence behavioral explanation effect on cost stickiness: Comparison with economic and agency theory-based factors. *Accounting and Auditing Review*, 21(2), 151-172. (in Persian)
- Islam, Z. (2011). *Board-CEO-Chair relationship*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1861386>
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Kakabadse, A., Kakabadse, N. K. & Barratt, R. (2006). Chairman and chief executive officer (CEO): That sacred and secret relationship. *Journal of Management Development*, 25(2), 134–150.
- Kama, I. & Weiss, D. (2013). Do earnings targets and managerial incentives affect sticky costs? *Journal of Accounting Research*, 51(1), 201-224.
- Khani, A., Amiri, H. and Shamohammadi, M. A. (2014). The Effect of Personal Incentives Managers on Costs Asymmetric in Tehran Stock Exchange. *Financial Accounting Research*, 6(1), 57-74. (in Persian)
- Khedmati, M., Sualihu, M. A. & Yawson, A. (2020). CEO-director ties and labor investment efficiency. *Journal of Corporate Finance*, 65, 101492.
- Kim, C. & Lee, E. (2020). Co-opted boards and cost stickiness. *Journal of Financial Management*, 37(3), 89-108.
- Kordestani, G. & Mortazavi, S. M. (2012). The Impact of Managers' Deliberate Decisions on Costs' Stickiness. *Accounting and Auditing Review*, 19(67), 73-90. (in Persian)
- Lee, J., Park, J.-H. & Hyeon, J. (2019). Co-CEOs and asymmetric cost behavior. *Sustainability*, 11(4), 1-15.
- Lee, S. J., Kim, H. & Lee, J. H. (2025). COVID-19 and Cost Stickiness: The Impact of the Pandemic on Resource Management Decisions. *Applied Economics*, 1–14.

- Li, H., Liu, D., Tan, H., Tu, Y. & Zhao, L. (2024). Board independence, litigation risk, and expense stickiness: Moderating role of economic policy. *International Review of Financial Analysis*, 96(A), 103648.
- Morck, R., Shleifer, A. & Vishny, R. W. (1988). Management ownership and market valuation: An empirical analysis. *Journal of Financial Economics*, 20, 293-315.
- Moshayekhi, B. & Shakuri, M. (2020). *Corporate governance: Concepts and case studies*. Tehran: Stock Exchange Publications. (in Persian)
- Namazi, M. & Davanipour, I. (2010). Empirical Evaluation of the Sticky Behavior of Costs in the Tehran Stock Exchange Market. *Accounting and Auditing Review*, 17(4), 85-186. (in Persian)
- Ng, W. & De Cock, C. (2002). Battle in the boardroom: A discursive perspective. *Journal of Management Studies*, 39(1), 23-49.
- Nikbakht, M. R. & Pourbagherian, A. (2020). A Model for Cost Stickiness Based on Intellectual Capital. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 9(33), 141-156. (in Persian)
- Pirdaada Biravand, F. & Mohseni, M. (2022). Examining the Impact of Board Characteristics on the Cost Stickiness of Companies Listed on the Tehran Stock Exchange. *The 3rd National Conference on Business Management, Entrepreneurship and Accounting in Iran*, Tehran. (in Persian)
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students* (5th ed.). Pearson Education.
- Tajedini, F. (2024). Investigating the effect of CEO power and free cash flow on cost stickiness. *Journal of Accounting and Management Vision*, 7(92), 129-142. (in Persian)
- Tariverdi, Y., Nik kar, J. & Malekkhodae Hasanvand, E. (2018). The Effect of the Company's Strategy and Managerial Ability on Asymmetric Cost Behavior. *Accounting and Auditing Review*, 24(4), 503-526. (in Persian)
- Vaghfi, S. H., Parandin, K. & Khajezade, S. (2019). Experimental study Of Adhesion behavior costs. *Journal of Accounting and Social Interests*, 9(4), 135-155. (in Persian)
- Varahrami, V. & Mohammadi, P. (2020). Effects of Collaboration Period of Chief Executive Officer and Internal Audit Director on Financial Reporting Complexity. *Empirical Research in Accounting*, 10(3), 213-234. (in Persian)
- Venieris, V. C. N. & Vlismas, O. (2015). Organization capital and sticky behavior of selling, general and administrative expenses. *Management Accounting Research*, 26, 54-82.
- Westphal, J. D. & Bednar, M. K. (2005). Pluralistic ignorance in corporate boards and firms' strategic persistence in response to low firm performance. *Administrative Science Quarterly*, 50(2), 262-298.
- Westphal, J. D. & Zajac, E. J. (2013). A behavioral theory of corporate governance: Explicating the mechanisms of socially situated and socially constituted agency. *Academy of Management Annals*, 7(1), 607-661.