

بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی و چرخه انتخابات ریاست جمهوری بر چسبندگی هزینه ها

دکتر حمید روان پاک نودژ

استادیار گروه مالی و حسابداری، موسسه آموزش عالی الکترونیکی ایرانیان، تهران، ایران.

hamid.ravanpak@iranian.ac.ir

عاطفه غلام پور آهنگر

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی الکترونیکی ایرانیان، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

a.gholampour2022@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی تاثیر ارتباطات سیاسی شرکتها و چرخه انتخابات ریاست جمهوری بر پدیده چسبندگی هزینهها در بورس اوراق بهادار تهران است. چسبندگی هزینه به مفهوم تفاوت در سرعت واکنش هزینهها به افزایش و کاهش متناسب سطح فعالیت شرکت است. دادههای مالی ۱۷۴ شرکت پذیرفته شده در بورس، طی سالهای ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ (یک دوره ۸ ساله)، به منظور آزمون فرضیات جمع‌آوری و تحلیل شدند. برای برازش مدل و آزمون روابط، از الگوی رگرسیون داده‌های پنلی (Panel Data) با استفاده از نرم‌افزار ایویوز (EViews) نسخه ۱۳ استفاده گردید. نتایج تحلیل‌ها به روشنی نشان داد که ارتباطات سیاسی مدیران و شرکتها، به طور معناداری باعث افزایش چسبندگی هزینهها می‌شود. این یافته بیانگر تمایل شرکت‌های سیاسی برای حفظ ظرفیت‌های مازاد خود است. با این حال، شواهد آماری نشان داد که چرخه زمانی انتخابات ریاست جمهوری رابطه معناداری با رفتار چسبندگی هزینهها ندارد. در نتیجه، ملاحظات سیاسی (به‌ویژه پیوندهای سیاسی پایدار) عامل مهمی در تبیین رفتار هزینه‌ای شرکت‌های ایرانی است که باید مورد توجه تحلیلگران و قانون‌گذاران قرار گیرد.

واژگان کلیدی: ارتباطات سیاسی، انتخابات ریاست جمهوری، چسبندگی هزینه‌ها.

مقدمه

ادبیات سنتی حسابداری بیان می‌کند که هزینه‌ها به‌صورت متقارن رفتار می‌کنند؛ بدین معنا که با افزایش (یا کاهش) سطح فعالیت، هزینه‌ها نیز به همان نسبت افزایش (یا کاهش) می‌یابند. با این حال، یافته‌های پژوهش‌های بعدی نشان می‌دهد که هزینه‌ها می‌توانند رفتاری نامتقارن داشته باشند. به‌طوری‌که هزینه‌ها در هنگام کاهش فعالیت، کمتر از مقداری که در زمان افزایش فعالیت رشد کرده‌اند کاهش می‌یابند که به آن چسبندگی هزینه‌ها گفته می‌شود (رستونی و شائوکی و لئو^۱، ۲۰۲۵).

همچنین در برخی موارد مشاهده شده است که هزینه‌ها هنگام کاهش فعالیت، حتی بیش از مقدار افزایش خود کاهش پیدا می‌کنند که این پدیده ضدچسبندگی هزینه‌ها نام دارد. رفتار نامتقارن هزینه‌ها صرفاً به سطح فعلی فروش وابسته

¹ Restuti and Gani and Shauki and Leo

نیست، بلکه تحت تأثیر عواملی همچون میزان منابعی که قبلاً توسط شرکت متعهد شده‌اند، انتظارات مدیران درباره فروش‌های آینده و ملاحظات نمایندگی و انگیزه‌های رفتاری مدیران نیز قرار دارد (بنکر و بیزالوف^۱، ۲۰۱۴). پژوهش‌های پیشین عوامل مختلفی را در شکل‌گیری رفتار هزینه‌ها مؤثر دانسته‌اند؛ از جمله شدت سرمایه‌گذاری در دارایی‌ها، شدت به‌کارگیری نیروی انسانی و کاهش درآمد (اندرسون و بنکر و جاناکیرامان^۲، ۲۰۰۳)، حاکمیت شرکتی (چن و لیو و سوچیانگ^۳، ۲۰۱۲)، محافظه‌کاری حسابداری (بنکر و بیزالوف، ۲۰۱۴)، پاداش‌های مبتنی بر عملکرد مدیران ارشد (کیلور و لویز^۴، ۲۰۱۳)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت (حیب و حسن^۵، ۲۰۱۶)، فرهنگ سازمانی و محیط نهادی (کیچینگ و ماشرووالا و پوزنر^۶، ۲۰۱۶)، ویژگی‌های فردی و سوگیری‌های رفتاری مدیران (چنگ و کیم اچ و کیم اس و هانگ، ۲۰۱۲؛ لیانگ و ژائو و ونگ^۷، ۲۰۱۵) و توانایی مدیریتی (چوی و هاوانگ و پارک^۸، ۲۰۱۸؛ رستونی وجانی و شائوکی و لئو، ۲۰۲۲). عوامل دیگری همچون رقابت در صنعت (چیونگ و کیم اچ و کیم اس و هانگ، ۲۰۱۸)، مالکیت دولتی و متغیرهای اجتماعی، سیاسی (پرابوو و هوژیمستراو ون وین^۹، ۲۰۱۸)، و نیز عدم قطعیت سیاسی (لی و پیت من و سافار^{۱۰}، ۲۰۱۹) نیز بر رفتار هزینه‌ها تأثیرگذارند. عوامل اجتماعی، سیاسی شامل ارتباطات سیاسی شرکت‌ها و سال‌های انتخاباتی نیز می‌شود.

شرکت‌هایی که دارای ارتباطات سیاسی هستند، به احتمال زیاد رفتار هزینه‌ای متفاوتی نسبت به شرکت‌های بدون ارتباط سیاسی نشان می‌دهند. ارتباطات سیاسی می‌تواند برای پیگیری اهداف اجتماعی، سیاسی به کار گرفته شود؛ از جمله حمایت از کارزارهای سیاسی، جمع‌آوری کمک‌های مالی و حفظ ثبات نظام حاکم. از سوی دیگر، شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی معمولاً تحت نظارت بیرونی شدیدتری قرار دارند، که شامل فشارهای رسانه‌ای و انتقادات عمومی نیز می‌شود (چینی و فاسیو، پارسل^{۱۱}، ۲۰۱۱). بنابراین مدیران این شرکت‌ها در مدیریت منابع و تصمیم‌گیری‌های عملیاتی با احتیاط بیشتری عمل می‌کنند. وجود منافع اجتماعی - سیاسی گسترده‌تر و احتیاط مدیریتی بیشتر بر تصمیمات مدیران در خصوص تعدیل یا حفظ منابع شرکت اثر می‌گذارد. تعدیل منابع به‌طور مستقیم به ساختار هزینه‌های شرکت مرتبط است. هنگامی که فروش کاهش می‌یابد اما مدیران تصمیم می‌گیرند منابع استفاده‌نشده (مانند نیروی انسانی یا ظرفیت تولید) را حفظ کنند، این رفتار منجر به چسبندگی هزینه‌ها می‌شود. این پژوهش به بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی و سال‌های انتخاباتی بر چسبندگی هزینه‌ها در ایران می‌پردازد.

مبانی نظری و توسعه فرضیه‌های پژوهش

نظریه وابستگی منابع^{۱۲}

¹ Banker and Byzalov
² Anderson and Banker and Janakiraman
³ Chen and Lu, H. and Sougiannis
⁴ Caylor and Lopez
⁵ Habib and Hasan
⁶ Kitching and Mashruwala and Pevzner
⁷ Liang and Zhao and Wang
⁸ Choi and Hwang and Park
⁹ Prabowo and Hooghiemstra and Van Veen-Dirks
¹⁰ Lee and Pittman and Saffar
¹¹ Chaney and Faccio and Parsley
¹² Resource Dependence Theory

نظریه وابستگی منابع بیان می‌کند که سازمان‌ها یا شرکت‌ها موجودیت‌های جداگانه و مستقل نیستند، بلکه بخش‌های ذاتی و متصل به شبکه‌های محیطی خارجی خود هستند. این نظریه بر این اصل تاکید دارد که منافع شرکت‌ها با محیط‌های خارجی آن‌ها پیوند خورده است (ففر و سالانسیگ^۱، ۲۰۱۵).

دو پیامد اساسی نظریه وابستگی منابع، به ترکیب هیئت مدیره شرکت‌ها مربوط می‌شود:

✓ ترکیب هیئت مدیره تحت تأثیر فشارها و تقاضاهای محیطی قرار می‌گیرد.

✓ ترکیب متفاوت هیئت مدیره می‌تواند عملکرد شرکت را تغییر دهد.

این نظریه همچنین توضیح می‌دهد که فشارهای خارجی مانند رقابت، مقررات و فشارهای اجتماعی شرکت‌ها را برمی‌انگیزد تا به دنبال پیوندها و تعاملات محیطی باشند. از این منظر، شرکت‌ها می‌توانند با ایجاد روابط با منابع اصلی وابستگی و عدم قطعیت، عدم قطعیت را کاهش داده و به منابع، اطلاعات، مشروعیت و حمایت دسترسی پیدا کنند. انتظار می‌رود اعضای هیئت مدیره بتوانند با ارائه گزینه‌های جایگزین، مشکلات شرکت را حل کنند (هیلمن و دالزیل^۲، ۲۰۰۳). به همین ترتیب، انتخاب اعضای هیئت مدیره یا کمیسیونرهای دارای ارتباطات سیاسی به منزله تمایل شرکت‌ها به مشارکت در فعالیت‌های سیاسی و کاهش عدم قطعیت‌های محیطی با استفاده از این ارتباطات تعبیر می‌شود. در چارچوب نظریه وابستگی منابع، ایجاد ارتباطات سیاسی یا انتصاب اعضای سیاسی در هیئت مدیره، می‌تواند به کاهش عدم قطعیت‌های خارجی، دسترسی به منابع ارزشمند و در نهایت بهبود عملکرد شرکت منجر شود (هیلمن و دالزیل، ۲۰۰۳).

شرکت‌هایی که به محیط‌های خارجی خود وابسته هستند، انگیزه بیشتری برای کاهش این وابستگی دارند. از آنجایی که شرکت‌ها نمی‌توانند عدم قطعیت و وابستگی خود به سیستم‌های اجتماعی گسترده‌تر (از جمله دولت‌ها) را به طور کامل کاهش دهند، لازم است روش‌های دیگری برای کاهش این عدم قطعیت و وابستگی بیابند (ففر و سالانسیگ، ۲۰۱۵). شرکت‌ها از طریق برخی مکانیسم‌های سیاسی، تلاش می‌کنند محیط‌های بهتری برای تحقق منافع خود ایجاد کنند و با بهره‌گیری از ابزارهای سیاسی، شرایط اقتصادی محیط خارجی خود را به نفع خود تغییر دهند. به عنوان یک ذینفع خارجی، دولت‌ها نقش بسیار مهمی در فعالیت‌های جاری شرکت‌ها ایفا می‌کنند. دولت‌ها با توانمندی خود به عنوان تنظیم‌کننده، در فرمول‌بندی و اجرای سیاست‌های اقتصادی، توسعه صنایع، نظارت بر فعالیت‌ها و مدیریت منابع طبیعی نقش کلیدی دارند (هیلمن و ویتزرز، کولی^۳، ۲۰۰۹).

ارتباط بین ارتباطات سیاسی و رفتار هزینه‌ها

بر اساس نظریه وابستگی منابع، شرکت‌ها برای کاهش وابستگی به نهادهای خارجی، به ویژه دولت به عنوان سیاست‌گذار، حداقل دو راهکار دارند. راهکار اول شامل مشارکت در فعالیت‌های سیاسی مانند حمایت مالی از کمپین‌ها و اقدامات مشابه در محیط‌های مقرراتی همسان است. راهکار دوم ایجاد ارتباطات یا روابط مستقیم با سیاست‌گذاران است که اغلب به عنوان ارتباطات سیاسی شناخته می‌شود (هیلمن و دالزیل، ۲۰۰۳). ارتباطات سیاسی با جذب افراد دارای روابط نزدیک با سیاست‌گذاران یا خود سیاست‌گذاران ایجاد می‌شود. از دیدگاه نظریه وابستگی منابع، جذب اعضای هیئت مدیره از میان سیاست‌گذاران می‌تواند وابستگی و ابهام شرکت‌ها به محیط خارجی به ویژه دولت‌ها را کاهش دهد. مزایای جذب اعضای خارجی به هیئت مدیره شامل چهار نکته اساسی است: دریافت بازخورد و مشاوره، دسترسی به اطلاعات ارزشمند، کسب منابع اضافی و افزایش مشروعیت و اعتبار شرکت (هیلمن و ویتزرز، کولی، ۲۰۰۹).

¹ Pfeffer and Salancik

² Hillman and Dalziel

³ Hillman and Withers and Collins

شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی عمدتاً به دولت‌ها وابسته هستند. در محیط‌هایی با تمرکز مالکیت بالا، حاکمیت شرکتی ضعیف، حفاظت اندک از سرمایه‌گذاران و اجرای قانون ناکافی، ارتباطات سیاسی نقش کلیدی در عملکرد شرکت‌ها ایفا می‌کند (حبیب و محمدی و ژیانگ^۱، ۲۰۱۷). این ارتباطات به کاهش عدم قطعیت‌های کسب‌وکار، دسترسی آسان‌تر به قراردادهای دولتی، دریافت حمایت در بحران‌ها و فرصت‌های اقتصادی بیشتر منجر می‌شود (پولسیری و جیراپورن^۲، ۲۰۱۲).

برای حفظ یا کسب ارتباطات سیاسی، شرکت‌ها باید عملکرد قابل قبول و اعتبار بالایی داشته باشند. یکی از استراتژی‌های موثر برای حفظ اعتبار، اجتناب از کاهش منابع هنگام کاهش فروش است، مانند حفظ کارکنان برای جلوگیری از اعتراضات و اختلالات. سیاست‌گذاران از منابع شرکت‌ها برای اهداف مختلفی مانند تأمین بودجه کمپین، ارائه کالا یا پول به حامیان و درخواست از کارکنان برای حمایت از سیاست‌مداران یا احزاب خاص استفاده می‌کنند. به همین دلیل، سیاست‌گذاران از شرکت‌ها می‌خواهند در زمان کاهش فروش نیز منابع انسانی خود را حفظ کنند. با این حال، شرکت‌هایی که سودآوری برایشان اولویت دارد، ممکن است منابع خود را هنگام کاهش فروش کاهش دهند. در نهایت، تصمیمات مدیران تعیین‌کننده تخصیص منابع و رفتار هزینه‌ای شرکت‌ها خواهد بود (پولسیری و جیراپورن، ۲۰۱۲).

چسبندگی هزینه‌ها

ادبیات سنتی رفتار هزینه‌ها بیان می‌کند که تغییرات فعالیت و تغییرات هزینه‌ها رابطه‌ای متقارن و مکانیکی دارند؛ به این معنا که افزایش یا کاهش فعالیت‌ها به نسبت مشابه، هزینه‌ها را افزایش یا کاهش می‌دهد. با این حال، مطالعات اخیر درباره چسبندگی هزینه‌ها نشان داده‌اند که رفتار هزینه‌ها می‌تواند نامتقارن باشد و با دیدگاه‌های سنتی ناسازگار است (اندرسون و بنکر و جاناکیرمان، ۲۰۰۳؛ بالاکریشنان و پترسن و سودراستروم^۳، ۲۰۰۴؛ دیری‌نک و لاندسمن و رندر^۴، ۲۰۱۲؛ وایس^۵، ۲۰۱۰).

رفتار نامتقارن هزینه‌ها ناشی از تصمیمات مدیران در تعدیل منابع است، مانند هزینه‌های استخدام و اخراج نیروی کار یا هزینه‌های نصب و کنارگذاری تجهیزات. تعامل بین تصمیمات مدیریتی و هزینه‌های تعدیل منابع، پویایی در اصلاح منابع شرکت‌ها ایجاد می‌کند. به‌طور خاص، هنگامی که تقاضا کاهش می‌یابد، مدیران تصمیم می‌گیرند منابع بلااستفاده را حفظ کنند تا از متحمل شدن هزینه‌های تعدیل جلوگیری شود. از سوی دیگر، زمانی که تقاضا افزایش می‌یابد، مدیران تنها در صورتی قادر به پاسخگویی به تقاضا خواهند بود که منابع لازم را افزایش دهند (اندرسون و بنکر و جاناکیرمان، ۲۰۰۳). این توضیحات نشان می‌دهد که رفتار هزینه‌ای شرکت‌ها تحت تأثیر تصمیمات مدیریتی و شرایط محیطی است و چسبندگی هزینه‌ها به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم در تحلیل کارایی و انعطاف‌پذیری منابع شرکت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

اندرسون و بنکر و جاناکیرمان (۲۰۰۳)، پیشنهاد می‌کنند که چسبندگی هزینه‌ها زمانی رخ می‌دهد که با افزایش حجم فعالیت، هزینه‌ها افزایش می‌یابند، اما هنگام کاهش حجم فعالیت، هزینه‌ها به همان نسبت کاهش نمی‌یابند. به عبارت دیگر، چسبندگی هزینه‌ها نتیجه تصمیمات مدیران در تعدیل منابع است. زمانی که حجم فعالیت افزایش می‌یابد، مدیران برای پاسخگویی به تقاضای بیشتر، منابع اضافی را به کار می‌گیرند. اما هنگام کاهش حجم فعالیت، مدیران منابع استفاده‌نشده را حفظ می‌کنند، زیرا هزینه کاهش این منابع ممکن است بیشتر از هزینه نگهداری آن‌ها باشد.

تصمیمات مدیران درباره منابع نه تنها به فروش فعلی بلکه به عوامل زیر نیز بستگی دارد:

¹ Habib and Muhammadi and Jiang

² Polsiri and Jiraporn

³ Balakrishnan and Petersen and Soderstrom

⁴ Dierynck and Landsman and Renders

⁵ Weiss

- ✓ سطح منابع در دوره قبلی: منابع موجود در دوره قبل بر هزینه‌های تعدیل مورد نیاز در دوره جاری تأثیر می‌گذارد. این چارچوب نشان می‌دهد که رفتار هزینه‌ای شرکت‌ها تحت تأثیر تصمیمات مدیریتی، هزینه‌های تعدیل و وضعیت منابع موجود در گذشته است و به همین دلیل چسبندگی هزینه‌ها یک ویژگی نامتقارن و پویا در رفتار هزینه‌ای شرکت‌ها محسوب می‌شود.
- ✓ انتظارات از فروش آینده: پیش‌بینی مدیران از فروش‌های آتی بر هزینه‌های تعدیل در دوره‌های آینده تأثیر می‌گذارد.
- ✓ مسائل نمایندگی و رفتاری: تفاوت بین تصمیمات بهینه شرکت و تصمیمات واقعی مدیران، ناشی از انگیزه‌ها و رفتارهای فردی مدیران است که می‌تواند رفتار هزینه‌ای را تحت تأثیر قرار دهد (بنکر و بیزالوف، ۲۰۱۴).
- ✓ علاوه بر این، برخی مطالعات نشان می‌دهند که مدیران نسبت به سودهای آینده خوش‌بین‌تر هستند، زیرا اغلب شرکت‌ها در دوره‌های آتی سود بالاتری تجربه می‌کنند و در نتیجه مدیران تمایل کمتری به کاهش هزینه‌ها دارند (شو و هانگ، ۲۰۱۶). این نکات نشان می‌دهد که چسبندگی هزینه‌ها نتیجه تعامل پیچیده بین تصمیمات مدیریتی، انتظارات آینده و محدودیت‌های رفتاری است و تحلیل آن نیازمند توجه به عوامل مدیریتی و محیطی می‌باشد. علاوه بر این، شو و هانگ (۲۰۱۶)، دو عامل مهم برای توضیح چسبندگی هزینه‌ها ارائه می‌دهند: عقلانیت مدیریتی و انگیزه‌های مدیریتی.
- ✓ عقلانیت مدیریتی: این عامل به فرآیند تصمیم‌گیری مدیران اشاره دارد که در آن مدیران با بررسی دقیق هزینه‌ها و منافع گزینه‌های مختلف، رفتار چسبیده هزینه‌ها را توجیه می‌کنند. به‌طور مشخص، هزینه‌های تعدیل در کاهش ورودی‌ها هنگام کاهش فعالیت، بیشتر از هزینه‌های افزایش آن‌ها در زمان افزایش فعالیت است. این مسأله مدیران را ترغیب می‌کند که منابع و هزینه‌ها را هنگام کاهش تقاضا کاهش ندهند و در نتیجه چسبندگی هزینه‌ها رخ دهد. انگیزه‌های مدیریتی: دیدگاه دوم بر انگیزه‌های مدیران تأکید دارد. مدیران ممکن است هنگام کاهش فعالیت، از کاهش هزینه‌ها خودداری کنند، زیرا این کار با اهداف مدیریت سود آن‌ها همسو است و به آن‌ها امکان می‌دهد عملکرد مالی شرکت را بهبود دهند یا نتایج مطلوب خود را منعکس کنند. این دو دیدگاه نشان می‌دهند که چسبندگی هزینه‌ها نتیجه تعامل پیچیده بین ارزیابی عقلانی مدیران و انگیزه‌های مالی و رفتاری آن‌ها است و تحلیل رفتار هزینه‌ای شرکت‌ها بدون توجه به این عوامل امکان‌پذیر نیست. چسبندگی هزینه‌ها عمدتاً بر اساس تعدیل منابع توضیح داده می‌شود. شرکت‌ها هنگام آزادسازی منابع استفاده‌نشده و سپس بازپس‌گیری این منابع زمانی که فعالیت‌ها به سطح قبلی بازمی‌گردد، هزینه‌هایی متحمل می‌شوند (اندرسون و بنکر و جاناکیرمان، ۲۰۰۳؛ بنکر و بیزالوف، ۲۰۱۴).
- به عنوان مثال، هنگام کاهش فروش، شرکت‌ها باید هزینه‌های جدایی کارکنان را پرداخت کنند و سپس برای افزایش فروش، زمان و منابع لازم برای استخدام و آموزش کارکنان جدید را صرف کنند. زمانی که فروش کاهش می‌یابد، آزادسازی منابع بلااستفاده با هزینه‌های تعدیل بالا ممکن است گران‌تر از نگهداری آن منابع باشد. بنابراین، منابعی که هزینه‌های تعدیل بالاتری دارند، توضیح‌دهنده چسبندگی هزینه‌ها هستند (اندرسون و بنکر و جاناکیرمان، ۲۰۰۳).
- چسبندگی هزینه‌ها همچنین تحت تأثیر علایق شخصی مدیران قرار دارد. به عنوان مثال، مدیران ممکن است از اخراج کارکنان خودداری کنند تا به اهداف توسعه قدرت و امپراتوری مدیریتی خود دست یابند (چن و کیم و هانگ، ۲۰۱۲). یا به دلیل نگرانی‌های اعتباری و شهرتی و تمایل نداشتن به مذاکره با کارکنان ناراضی. ساختار حاکمیت شرکتی نیز می‌تواند بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیرگذار باشد، زیرا مدیران قوی می‌توانند رفتارهای امپراتوری‌سازی مدیران را محدود کرده و چسبندگی هزینه‌ها را کاهش دهند (چن و کیم و هانگ، ۲۰۱۲). همچنین، شرکت‌هایی که در کشورهایی با حمایت قوی

از سهامداران قرار دارند، معمولاً چسبندگی هزینه کمتری نشان می‌دهند (بنکر و بیزالوف، ۲۰۱۳، کالجا و همکاران، ۲۰۰۶).

چگونگی تاثیر ارتباطات سیاسی بر چسبندگی هزینه‌ها

نظریه وابستگی منابع بیان می‌کند که شرکت‌ها برای کاهش عدم قطعیت و دسترسی به منابع، اطلاعات، مشروعیت و امکانات، با منابع اصلی خود ارتباط برقرار می‌کنند. بر اساس این نظریه، شرکت‌هایی که اعضای هیئت مدیره یا مدیران آن‌ها دارای ارتباطات سیاسی هستند، انتظار دارند دسترسی آسان‌تری به منابع خارجی از جمله دولت‌ها داشته باشند. این موضوع به‌ویژه زمانی اهمیت دارد که شرکت‌ها با سطح بالای عدم قطعیت و ضعف اجرای قانون مواجه هستند. از سوی دیگر، اعضای هیئت مدیره دارای ارتباطات سیاسی نیز از حمایت‌های سیاسی شرکت‌ها بهره‌مند می‌شوند. این تعامل متقابل می‌تواند به چسبندگی هزینه‌ها منجر شود (رستونی و شائوکی و لئو، ۲۰۲۵).

ارتباطات سیاسی نه تنها به شرکت‌ها سود می‌رساند، بلکه برای سیاستمداران نیز مزایایی دارد. شرکت‌ها و سیاستمداران دارای وابستگی منابعی متقابل هستند. شرکت‌ها در شرایط عدم قطعیت و ضعف قانون‌گذاری از ارتباطات سیاسی بهره‌مند می‌شوند و می‌توانند از مزایایی همچون تخصیص سرمایه، قراردادهای دولتی، فرصت‌های اقتصادی و کمک‌های مالی بهره ببرند. سیاستمداران نیز معتقدند که ایجاد روابط با شرکت‌ها می‌تواند حمایت آن‌ها را برای تحقق اهداف سیاسی و اجتماعی-اقتصادی فراهم کند، از جمله منابع لازم برای کمپین‌های انتخاباتی و جمع‌آوری بودجه جهت حفظ قدرت سیاسی و ثبات حکومت (حبیب و محمدی و ژیانگ، ۲۰۱۷).

این منافع، سیاستمداران را ترغیب می‌کند تا از روابط سیاسی خود برای مداخله در فعالیت‌های شرکت‌ها استفاده کنند، مانند تأمین منابع مالی یا کالا برای حامیان خود از طریق منابع شرکت‌ها. سیاستمداران همچنین می‌توانند از شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی بخواهند هزینه‌های نیروی انسانی را افزایش دهند یا استخدام را حفظ کنند تا از حمایت سیاسی برخوردار شوند (پرابوو و هوژیستراو ونگ وین، ۲۰۱۸). این اهداف اجتماعی-سیاسی گاهی با منافع سایر ذی‌نفعان، مانند سهامداران، در تضاد است، به‌ویژه هنگامی که این اهداف بر عملکرد مالی یا ثروت سهامداران تأثیر منفی می‌گذارد. از سوی دیگر، شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی تحت نظارت شدید خارجی نیز قرار دارند، مانند پوشش رسانه‌ای و فشارهای عمومی، که مدیران را ترغیب می‌کند در تصمیمات تعدیل منابع محتاط‌تر عمل کنند. نظارت شدید خارجی می‌تواند انگیزه شرکت‌ها برای کاهش منابع کلیدی به منظور بهبود کارایی عملیاتی را افزایش دهد. کاهش فروش نیز شرکت‌ها را تشویق می‌کند تا منابع خود را کاهش دهند و منابع را برای منافع سیاستمدارانی که استخدام کرده‌اند نگه ندارند. به عنوان مثال، هنگام کاهش فروش، شرکت‌ها ممکن است نیروی کار خود را کاهش دهند به جای آن که برای منافع سیاسی هیئت مدیره، کارکنان را حفظ کنند. کاهش منابع در زمان کاهش فروش منجر به کاهش چسبندگی هزینه‌ها یا حتی چسبندگی معکوس هزینه‌ها می‌شود، زمانی که مدیران منابع بیشتری را نسبت به منابع اضافه شده کاهش می‌دهند.

با توجه به توضیحات فوق، پژوهش حاضر پیش‌بینی می‌کند که:

فرضیه اول: ارتباطات سیاسی باعث افزایش چسبندگی هزینه‌ها می‌شود.

دلایل این فرضیه عبارتند از:

≠ کاهش عدم قطعیت ناشی از تغییر سیاست‌های دولت‌های جدید؛

≠ امکان دسترسی به منابع، قراردادهای دولتی و کمک‌های مالی؛

≠ حفظ کارکنان هنگام کاهش فروش به دلیل فشارهای سیاسی؛

≠ تأثیر مداخله سیاسی و تصمیمات محتاطانه مدیران بر ساختار هزینه‌ای شرکت‌ها.

سال‌های انتخابات و رفتار هزینه‌ای شرکت‌ها

ارتباط بین سال‌های انتخابات و رفتار هزینه‌ای شرکت‌ها را می‌توان با نظریه وابستگی منابع توضیح داد. این نظریه بیان می‌کند که شرکت‌ها روابط خود را با منابع اصلی حفظ می‌کنند تا عدم قطعیت را کاهش داده و به منابع، اطلاعات، مشروعیت و امکانات دسترسی پیدا کنند (هیلمن^۱، ۲۰۰۵).

سال‌های انتخابات معمولاً باعث افزایش عدم قطعیت آینده می‌شوند که می‌تواند به دو صورت خوش‌بینانه یا بدبینانه درک شود. افراد زمانی خوش‌بین هستند که معتقد باشند سیاست‌های رهبران منتخب اقتصاد کشور را بهبود می‌بخشد و زمانی بدبین می‌شوند که عدم قطعیت در مورد فرد منتخب و سیاست‌های اجرایی وجود داشته باشد. چسبندگی هزینه‌ها می‌تواند ناشی از خوش‌بینی مدیران در ارزیابی فروش آینده و نگهداری منابع باشد. خوش‌بینی مدیران موجب می‌شود که هنگام کاهش فروش، منابع استفاده نشده حفظ شوند و در نتیجه چسبندگی هزینه‌ها افزایش یابد. سطح خوش‌بینی مدیریتی تحت تأثیر میزان عدم قطعیت قرار دارد. هرچه عدم قطعیت بیشتر باشد، توانایی شرکت‌ها برای تعدیل منابع کاهش یافته و تصمیم‌گیری درباره نگهداری یا کاهش منابع غیرمستفاد دشوارتر می‌شود که بر رفتار هزینه‌ای تأثیر می‌گذارد. یکی از مهم‌ترین انواع عدم قطعیت، تحولات سیاسی است که بر فعالیت‌های اقتصادی و مالی کشورها تأثیر می‌گذارد. انتخابات به عنوان مکانیزمی برای توزیع قدرت، موجب تغییر سیاست‌های دولت‌های جدید می‌شود و عدم قطعیت سیاسی را افزایش می‌دهد، به‌ویژه زمانی که فاصله آرای پیروزی اندک باشد یا اختلاف بین رأی‌دهندگان واقعی و ثبت‌شده زیاد باشد (بیالکوفسکی و گوتسچالک و ویسنیه سکی^۲، ۲۰۰۶؛ بلوم و همکاران، ۲۰۰۷).

مطالعات نشان می‌دهند که دولت‌های حاکم در سال‌های انتخابات ممکن است سیاست‌های طرفدار نیروی کار را برای جلب حمایت اتخاذ کنند، که این موضوع می‌تواند چسبندگی هزینه‌ها را افزایش دهد، زیرا کاهش نیروی کار یا حقوق هنگام کاهش فروش دشوارتر خواهد بود. همچنین در کشورهای در حال توسعه، بانک‌های دولتی در سال‌های انتخابات افزایش می‌یابند تا نتایج انتخاباتی بهبود یابد، که ممکن است مشکلات عملکردی ایجاد کند. سیاست‌مداران ممکن است از مدیران بخواهند هنگام کاهش فروش، نیروی کار یا حقوق را کاهش ندهند تا محبوبیت انتخاباتی خود را حفظ کنند (پرابوو و هوژیمستراو ونگ وین، ۲۰۱۸).

در عین حال، عدم قطعیت سیاسی می‌تواند باعث بدبینی مدیران شود و منجر به کاهش نگهداری منابع و کاهش چسبندگی هزینه‌ها یا افزایش چسبندگی معکوس هزینه‌ها شود. با توجه به توضیحات فوق، پژوهش حاضر پیش‌بینی می‌کند:

فرضیه دوم: سال‌های انتخابات باعث کاهش چسبندگی هزینه‌ها می‌شوند.

دلایل این فرضیه عبارتند از:

≠ افزایش عدم قطعیت سیاسی و اقتصادی در سال‌های انتخابات؛

≠ سیاست‌های کمتر قابل پیش‌بینی دولت‌های جدید؛

≠ فشارهای انتخاباتی برای حفظ نیروی کار یا حقوق؛

≠ تأثیرات تصمیمات محتاطانه مدیران در مواجهه با عدم قطعیت سیاسی و اقتصادی.

¹ Hillman

² Bialkowski and Gottschalk and Wisniewski

پیشینه تجربی

در این بخش پیشینه داخلی و خارجی مرتبط با موضوع پژوهش ارائه شده است.

پیشینه داخلی

پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد عوامل سیاسی و ساختار مالکیت نقش مهمی در چسبندگی هزینه‌ها دارند. پوریوسف و معصومی بیلندی و جعفری (۱۴۰۴)، نشان دادند مالکیت دولتی باعث افزایش چسبندگی هزینه نیروی کار می‌شود و جریان‌های نقد آزاد این رابطه را تقویت می‌کنند. نقش‌بندی و روحانی و سعیدی (۱۴۰۲)، دریافتند نااطمینانی سیاسی با چسبندگی هزینه‌ها رابطه معنادار دارد و سرمایه‌گذاران نهادی این اثر را تعدیل می‌کنند، اما مالکیت دولتی نقشی ندارد. برزگر و شیرازی (۱۴۰۰)، نشان دادند شرکت‌های دارای وابستگی سیاسی چسبندگی بیشتری دارند، اما ارتباطات سیاسی هیئت‌مدیره تأثیر معنادار ندارد. حسینی‌پور و نصیرزاده و عباس‌زاده (۱۳۹۸)، عوامل داخلی مانند هزینه‌های تعدیل و نمایندگی را مثبت و هزینه‌های سیاسی و مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی را منفی بر چسبندگی هزینه‌ها یافتند. ایزدپور و نیکومرام (۱۳۹۷)، نیز نشان دادند ترکیب چرخه‌های سیاسی و تجاری منجر به رفتار نامتقارن هزینه‌ها می‌شود و تصمیمات مدیران تحت تأثیر هم‌زمان انتخابات و وضعیت اقتصادی قرار دارد. به‌طور کلی، این مطالعات نشان می‌دهند که چسبندگی هزینه‌ها در ایران تحت تأثیر مالکیت، سیاست، جریان‌های نقد و شرایط اقتصادی-انتخاباتی شکل می‌گیرد.

پیشینه خارجی

پژوهش‌های بین‌المللی اخیر نشان می‌دهد که عوامل سیاسی، نهادی و مدیریتی نقش مهمی در رفتار هزینه‌های شرکت‌ها دارند. رستونی و شائوکی و لئو (۲۰۲۵)، دریافتند ارتباطات سیاسی موجب افزایش چسبندگی هزینه‌ها در اندونزی می‌شود، اما در سال‌های انتخابات به دلیل افزایش عدم قطعیت سیاسی، شرکت‌ها رفتار ضدچسبندگی بیشتری نشان می‌دهند. وانگ و ژنگ (۲۰۲۵)، نشان دادند کاهش فروش در سطح کلان کشور باعث کاهش چسبندگی هزینه‌ها می‌شود و این اثر در کشورهایی با نظام حقوقی کامن‌لا و ویژگی‌های فرهنگی خاص قوی‌تر است. تایلل و نصیرزاده و اسکرانی^۱ (۲۰۲۵)، تأکید کردند که مالکیت دولتی، به‌ویژه در صنایع راهبردی، چسبندگی هزینه نیروی کار را افزایش می‌دهد و فشارهای سیاسی-اجتماعی نقش تعیین‌کننده دارند. ژو ولیو ایکس و لیو کیو و ژئو^۲ (۲۰۲۴)، نشان دادند سرمایه‌گذاری محیط‌زیستی باعث افزایش چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های چینی می‌شود، در حالی که بوبک و لوناردی (۲۰۲۵) دریافتند در شرایط عدم قطعیت محیطی شرکت‌های برزیلی رفتار ضدچسبندگی متفاوتی در دسته‌های هزینه‌های مختلف نشان می‌دهند. همچنین، گیزانی (۲۰۲۵)، نشان داد شرکت‌هایی که مدیرعامل آن‌ها در افق پایانی شغلی قرار دارد، رفتار نامتقارن هزینه بیشتری دارند، اما وجود هیئت مدیره مستقل و تفکیک نقش‌ها این اثر را کاهش می‌دهد. به‌طور کلی، این مطالعات نشان می‌دهد که چسبندگی و نامتقارنی هزینه‌ها تحت تأثیر ترکیبی از عوامل سیاسی، اقتصادی، نهادی و ویژگی‌های مدیریتی شکل می‌گیرد.

روش پژوهش

این پژوهش با توجه به کاربردهای مشخصی که دارد، در دسته پژوهش‌های «کاربردی» قرار می‌گیرد. از نظر بعد زمانی، این مطالعه «گذشته‌نگر» است و از نظر ماهیت، یک پژوهش «توصیفی از نوع همبستگی» محسوب می‌شود. داده‌های مورد استفاده شامل صورت‌های مالی شرکت‌ها و سایر اطلاعات بازار و غیرمالی است که از طریق بانک‌های اطلاعاتی

¹ Tileal and Nassirzadeh and Askarany

² Xu and Liu, X and Liu, Q and Zhu, X and Zhou

مانند ره‌آورد نوین ۳، سایت اطلاع‌رسانی سازمان بورس، سامانه جامع اطلاع‌رسانی ناشران (کدال) و منابع مشابه جمع‌آوری شده است. برای تجزیه و تحلیل این داده‌ها، از نرم‌افزار EViews 13 استفاده شده است. در پژوهش حاضر، به‌جای استفاده از اصطلاح "نمونه آماری"، از عبارت "جامعه غربال‌شده" استفاده شده است؛ زیرا انتخاب شرکت‌ها نه از طریق روش‌های نمونه‌گیری علمی، بلکه با اعمال شرایط خاص و حذف سیستماتیک شرکت‌هایی که با الزامات پژوهش هم‌راستا نبوده‌اند انجام شده است. این حذف‌ها شامل شرکت‌های لغو پذیرش شده، دارای سال مالی غیرمنتظره به اسفند، پذیرفته شده پس از سال ۱۳۹۶ در بورس، و شرکت‌های فعال در حوزه بانک، بیمه و سرمایه‌گذاری است. در نتیجه، از میان ۵۶۲ شرکت بورسی در سال ۱۴۰۳، پس از حذف ۳۸۸ شرکت، ۱۷۴ شرکت به‌عنوان جامعه غربال‌شده برای آزمون‌های آماری انتخاب شدند. این رویکرد با هدف افزایش اعتبار درونی پژوهش و دقت در تحلیل داده‌ها صورت گرفته است.

جدول (۱): نحوه انتخاب نمونه آماری به روش حذف سیستماتیک

۵۶۲	جامعه آماری در سال ۱۴۰۳	
	(۱۶۹)	کسر می‌شود: شرکت‌های لغو پذیرش شده
	(۹۰)	کسر می‌شود: شرکت‌هایی که سال مالی منتهی به اسفند ندارند
	(۲۵)	کسر می‌شود: شرکت‌هایی که بعد از سال ۱۳۹۶ در بورس پذیرش شده‌اند
	(۱۸)	کسر می‌شود: بانک‌ها و بیمه‌ها
	(۸۶)	شرکت‌های سرمایه‌گذاری و تامین سرمایه
(۳۸۸)		مجموع حذفیات
۱۷۴		جامعه در دسترس

متغیرها و روش اندازه‌گیری

متغیر وابسته: چسبندگی هزینه‌ها

به تبعیت از پژوهش رستونی و همکاران در سال ۲۰۲۵ از مدل زیر برای اندازه‌گیری چسبندگی هزینه‌ها استفاده شده است.

$$3- \Delta LNOC_{it} = \beta_0 + \beta_1 \Delta LN Sales_{it} + \beta_2 DEC_{it} \times \Delta LN Sales_{it} + U_{it}$$

در این پژوهش، پیش از بررسی فرضیه‌ها لازم است مشخص شود که اصولاً چسبندگی هزینه در چه شرایطی تأیید می‌شود. رفتار هزینه‌ها زمانی چسبنده تلقی می‌شود که میزان افزایش هزینه‌ها در دوره‌های رشد فروش بیشتر از میزان کاهش آن‌ها در دوره‌های افت فروش باشد. در مدل رگرسیونی حاضر، این موضوع از طریق ضریب بتای دوم سنجیده می‌شود. هرگاه بتای دوم منفی و از نظر آماری معنادار باشد، نشان می‌دهد که هزینه‌ها در زمان کاهش فروش به اندازه افزایش فروش کاهش نمی‌یابند و بنابراین چسبندگی هزینه‌ها تأیید می‌شود. اگر بتای دوم فاقد معناداری باشد یا مثبت باشد، چسبندگی هزینه در شرکت‌های مورد بررسی تأیید نمی‌شود.

متغیرهای مستقل: ارتباطات سیاسی و انتخابات

ارتباطات سیاسی: نسبت اعضای هیئت مدیره وابسته به دولت بر کل اعضای هیئت مدیره (رستونی و همکاران، ۲۰۲۵).
انتخابات ریاست جمهوری: متغیر سال‌های انتخابات ریاست جمهوری به صورت دودویی تعریف شده است؛ به این صورت که اگر سال مورد بررسی مصادف با سال برگزاری انتخابات ریاست جمهوری در ایران باشد، مقدار آن برابر با یک و در غیر این صورت برابر با صفر خواهد بود. بر اساس سوابق، انتخابات ریاست جمهوری در سال‌های ۱۳۹۶ (دولت روحانی)، ۱۴۰۰ (دولت رئیسی) و ۱۴۰۳ (دولت پزشکیان) برگزار شده است.

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت: برابر است با لگاریتم طبیعی جمع کل دارایی های هر شرکت
رشد شرکت: برابر است با نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری شرکت
نرخ تورم: برابر است با نرخ تورم سالانه کشور ایران.

مدل رگرسیونی

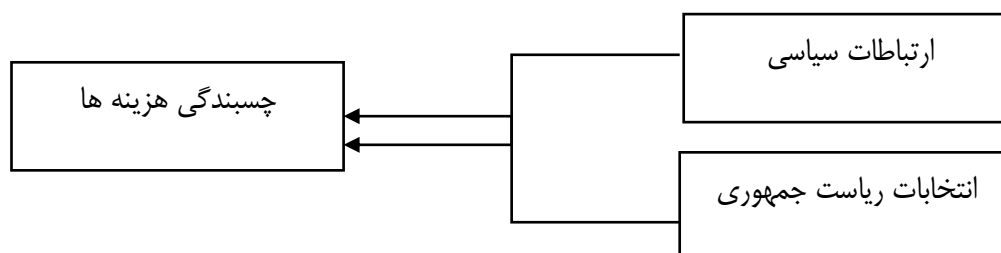
به تبعیت از پژوهش رستونی و همکاران در سال ۲۰۲۵ برای آزمون فرضیه های پژوهش از مدل ۱-۱ استفاده شده است.
مدل ۱-۱

$$\Delta \text{LNOC}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \Delta \text{LNSales}_{it} + \beta_2 \text{DEC}_{it} \times \Delta \text{LNSales}_{it} + \beta_3 \text{PC}_{it} \times \text{DEC}_{it} \times \Delta \text{LNSales}_{it} + \beta_4 \text{EY}_{it} \times \text{DEC}_{it} \times \Delta \text{LNSales}_{it} + \beta_5 \text{SIZE}_{it} \times \text{DEC}_{it} \times \Delta \text{LNSales}_{it} + \beta_6 \text{GROWTH}_{it} \times \text{DEC}_{it} \times \Delta \text{LNSales}_{it} + \beta_7 \text{INF}_{it} \times \text{DEC}_{it} \times \Delta \text{LNSales}_{it} + U_{it}$$

جدول (۲): مفاهیم نماد های به کاررفته در مدل رگرسیونی

مفهوم نماد	نماد
تغییرات در لگاریتم هزینه های عملیاتی	LNOC Δ
تغییرات در لگاریتم درآمد های عملیاتی	Δ LNSales
چنانچه رشد فروش مثبت باشد برابر با صفر و در غیر اینصورت برابر با یک	DEC
ارتباطات سیاسی	PC
سال های انتخاباتی ریاست جمهوری در ایران	EY
اندازه شرکت	SIZE
رشد شرکت	GROWTH
نرخ تورم	INF
خطای باقی مانده مدل	U

پس از بررسی رفتار چسبندگی هزینه، به آزمون فرضیه اول پرداخته می شود. اثر ارتباطات سیاسی بر شدت چسبندگی هزینه ها از طریق ضریب بتای سوم سنجیده می شود. اگر بتای سوم معنادار باشد، فرضیه اول تأیید می شود. جهت اثر نیز بر اساس علامت این ضریب تفسیر می شود. در صورتی که بتای سوم مثبت و معنادار باشد، نشان می دهد که ارتباطات سیاسی شدت چسبندگی هزینه ها را افزایش می دهد و شرکت های دارای ارتباط سیاسی در دوره های کاهش فروش تمایل کمتری به کاهش هزینه ها دارند. اگر بتای سوم منفی و معنادار باشد، بدین معناست که ارتباطات سیاسی شدت چسبندگی هزینه ها را کاهش می دهد و شرکت ها در این شرایط رفتار منعطف تری نسبت به کاهش هزینه ها نشان می دهند.
در مورد فرضیه دوم نیز اثر سال های انتخاباتی بر شدت چسبندگی هزینه ها با استفاده از ضریب بتای چهارم بررسی می شود. اگر بتای چهارم معنادار باشد، فرضیه دوم تأیید می شود. چنانچه این ضریب مثبت و معنادار باشد، نشان می دهد که سال های انتخاباتی باعث افزایش چسبندگی هزینه ها می شوند و شرکت ها در این دوره کاهش هزینه ها را با احتیاط بیشتری انجام می دهند. در مقابل، اگر بتای چهارم منفی و معنادار باشد، نشان می دهد که سال های انتخاباتی شدت چسبندگی هزینه ها را کاهش می دهند و شرکت ها در این سال ها هزینه ها را راحت تر کنترل و کاهش می دهند.



نمودار (۱): مدل شماتیک پژوهش

یافته های پژوهش

آمار توصیفی

در این بخش، آمارهای توصیفی متغیرهای اصلی و کنترلی ارائه شده است تا پژوهشگر با ویژگی‌های پایه‌ای داده‌ها آشنا شود. این آمارها شامل میانگین، میانه، حداقل، حداکثر، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی هستند و تصویری کلی از تمرکز، پراکندگی و دامنه تغییرات متغیرها در دوره تحقیق ارائه می‌دهند. تحلیل این شاخص‌ها به شناسایی توزیع داده‌ها، مقادیر پرت و نوسانات متغیرها کمک کرده و زمینه را برای انتخاب مدل مناسب، انجام آزمون‌های تشخیصی و تفسیر دقیق‌تر نتایج رگرسیونی فراهم می‌کند.

جدول (۳): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	نرخ تورم	رشد شرکت	اندازه شرکت	سال های انتخاباتی	ارتباطات سیاسی	کاهش در فروش	تغییر در لگاریتم فروش	تغییر در لگاریتم هزینه
میانگین	۰.۳۸۳۲	۳.۳۱۰۱۸۴	۱۶.۰۹۸	۰.۳۷۵۰۰	۰.۳۰۰۱۴	۰.۰۸۳۳۳	۰.۰۲۴۰۹	۰.۰۲۶۴۷۱
میانه	۰.۴۳۷۰	۲.۲۶۵۰۲۶	۱۵.۹۲۷	۰	۰.۲۰۰۰۰	۰	۰.۰۲۲۲۹	۰.۰۲۵۵۷۷
بیشترین	۰.۵۲۳۰	۴۷.۱۳۳۰۲	۲۲.۲۱۶	۱	۰.۶۰۰۰۰	۱	۰.۴۴۵۹۰	۰.۱۸۰۹۵۳
کمترین	۰.۰۹۶۰	۰.۶۲۲۰۳۹	۱۱.۴۰۶	۰	۰	۰	-۰.۱۷۱۰۱	-۰.۱۲۴۰۸۸
انحراف معیار	۰.۱۲۸۴	۳.۵۷۲۸۷۸	۱.۸۵۹	۰.۴۸۴۲۹	۰.۲۲۲۷۸	۰.۲۷۶۴۸	۰.۰۲۷۶۶	۰.۰۲۶۰۵۶
چولگی	-۱.۱۶۸	۵.۲۴۹۵۳۲	۰.۵۳۸۳	۰.۵۱۶۳۹	۰.۰۱۵۳۶	۳.۰۱۵۱۱	۳.۵۹۳۸۴	۰.۵۵۵۴۷۸
کشیدگی	۳.۳۸۷۸	۴۲.۹۴۵۳۱	۳.۰۹۶۷	۱.۲۶۶۶۶	۱.۶۵۰۳۱	۱۰.۰۹۰۹	۵۴.۳۴۰۰	۶.۹۶۸۳۷۸

جدول ۳ آمار توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش را طی دوره مورد بررسی نشان می‌دهد. بر اساس نتایج جدول، میانگین تغییر در لگاریتم هزینه‌ها برابر با ۰.۰۲۶۴۷۱ و میانگین تغییر در لگاریتم فروش نیز ۰.۰۲۴۰۹ است که بیانگر رشد مثبت اما نسبتاً محدود در هزینه‌ها و فروش شرکت‌ها طی دوره بررسی است. متغیر «کاهش در فروش» میانگین ۰.۰۸۳۳۳ دارد که نشان می‌دهد حدود ۸ درصد از شرکت‌های مورد بررسی با کاهش فروش در سال بعد، مواجه بوده‌اند. همچنین میانگین ارتباطات سیاسی ۰.۳۰۰۱۴ است که می‌تواند بیانگر آن باشد که حدود ۳۰ درصد شرکت‌های نمونه از نوعی سطح ارتباطات سیاسی برخوردار بوده‌اند. میانگین سال‌های انتخاباتی نیز ۰.۳۷۵۰۰ گزارش شده که با توجه به ماهیت متغیر مجازی، نشان‌دهنده وقوع سال انتخاباتی در تقریباً ۳۷ درصد مشاهدات است (یعنی سال‌های ۱۳۹۶، ۱۴۰۰ و ۱۴۰۳).

میانگین اندازه شرکت برابر با ۱۶.۰۹۸ بوده که با توجه به لگاریتمی بودن آن، بیانگر اندازه متوسط رو به بالای شرکت‌های نمونه است. متغیر رشد شرکت نیز میانگین ۳.۳۱۰۱۸۴ دارد که نشان‌دهنده پراکندگی بالا در رشد عملکرد شرکت‌هاست. نرخ تورم نیز با میانگین ۰.۳۸۳۲ منعکس‌کننده تغییرات تورم سالانه در دوره تحقیق است. انحراف معیار متغیرها نیز نشان‌دهنده میزان پراکندگی مقادیر حول میانگین است. برای مثال، متغیر اندازه شرکت با انحراف معیار ۱.۸۵۹ کمترین نوسان نسبی را دارد، در حالی که رشد شرکت با انحراف معیار ۳.۵۷۲۸۷۸ نوسان بیشتری از خود نشان می‌دهد. شاخص‌های چولگی و کشیدگی نیز نشان می‌دهد که بسیاری از متغیرها از توزیع نرمال فاصله دارند. برای نمونه، چولگی تغییر در لگاریتم فروش (۳.۵۹۳۸۴) و کشیدگی بسیار بالای آن (۵۴.۳۴۰۰) نشان‌دهنده داده‌های

دارای توزیع غیرنرمال است. همچنین نرخ تورم با چولگی منفی (۱.۱۶۸) نشان می‌دهد که توزیع آن بیشتر به سمت مقادیر بالا متمایل است. در مجموع، آمار توصیفی جدول ۳ تصویر جامعی از وضعیت اولیه داده‌ها ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد که داده‌های پژوهش در برخی متغیرها دارای پراکندگی، چولگی و کشیدگی قابل توجهی هستند که در مراحل بعدی تحلیل، از جمله آزمون‌های تشخیصی و انتخاب الگوی مناسب رگرسیونی، باید مورد توجه قرار گیرند.

آمار استنباطی

متغیرهای پژوهش از نظر مانایی با استفاده از آزمون «لوین، لین و چو» و از لحاظ نرمال بودن توزیع داده‌ها با آزمون «جاک-برا» مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. سپس برای تعیین الگوی مناسب داده‌های تابلویی، آزمون اف لیمر جهت تشخیص بین مدل تلفیقی و مدل اثرات ثابت و آزمون هاسمن برای انتخاب بین اثرات ثابت و تصادفی انجام شده است. پس از انتخاب الگوی مناسب، آزمون‌های ناهمسانی واریانس، خودهمبستگی سریالی و هم‌خطی به منظور بررسی صحت مفروضات کلاسیک رگرسیون اجرا شده‌اند. در نهایت، با اطمینان از مناسب بودن مدل و رعایت مفروضات لازم، فرضیه‌های پژوهش بر اساس مدل‌های نهایی برآورد و آزمون شده‌اند.

آزمون توزیع نرمال

آزمون جاک-برا یکی از پرکاربردترین آزمون‌ها برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها یا باقیمانده‌های مدل رگرسیونی است. این آزمون بر مبنای دو شاخص آماری چولگی (Skewness) و کشیدگی (Kurtosis) انجام می‌شود. در صورتی که توزیع داده‌ها کاملاً نرمال باشد، مقدار چولگی برابر صفر و مقدار کشیدگی برابر سه خواهد بود. آزمون جاک-برا میزان فاصله چولگی و کشیدگی مشاهده‌شده از مقادیر نظری توزیع نرمال را اندازه‌گیری می‌کند.

جدول (۴): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

تغییر در لگاریتم هزینه‌ها	تغییر در لگاریتم فروش	کاهش در فروش	ارتباطات سیاسی	سال‌های انتخاباتی	اندازه شرکت	رشد شرکت	نرخ تورم	متغیرها
۹۷۰.۹۸۴	۱۵۵۸۷۳	مجازی است	۵۸.۵۲۰	مجازی است	۷۸.۶۷	۷.۹۸۹۳۹	۵.۳۲۵	آماره جاک و برا
۰.۰۰۰	۰.۰۰۰		۰.۰۰۰		۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	سطح معناداری
فاقد توزیع نرمال			فاقد توزیع نرمال		فاقد توزیع نرمال			نتیجه

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که با توجه به عدم نرمال بودن متغیرها، استفاده از روش‌های اقتصادسنجی مقاوم یا تکیه بر مفروضات پانل دیتا (که نیاز ضروری به نرمال بودن متغیرهای مستقل ندارد) توجیه‌پذیر است و مانع ادامه تحلیل نمی‌شود. به عبارت دیگر، با وجود این، غیرنرمال بودن داده‌ها مشکلی در ادامه برآورد مدل‌ها ایجاد نمی‌کند؛ زیرا در این پژوهش حجم نمونه بسیار زیاد است و داده‌ها شامل ۱۳۹۲ مشاهده می‌باشند. مطابق قضیه حد مرکزی، هنگامی که حجم نمونه بزرگ باشد، میانگین‌ها و برآوردهای آماری (حتی اگر داده‌های خام توزیع نرمال نداشته باشند) به سمت توزیع نرمال میل می‌کنند. بنابراین، نتایج رگرسیونی و آزمون‌های آماری همچنان معتبر بوده و قابل استناد هستند.

آزمون مانایی

آزمون لوین، لین و چو یکی از پرکاربردترین آزمون‌های مانایی در داده‌های تابلویی است که برای بررسی این موضوع استفاده می‌شود که آیا یک متغیر دارای ریشه واحد است یا خیر. وجود ریشه واحد به معنای نامانا بودن داده‌ها و وجود روند در آن‌هاست. در این آزمون، فرض صفر بر نامانا بودن متغیر و فرض مقابل بر مانا بودن آن است. اگر مقدار احتمال آزمون کمتر از ۰۰۰۵ باشد، فرض صفر رد می‌شود و نتیجه می‌گیریم که متغیر مانا است. در غیر این صورت، متغیر نامانا در نظر گرفته می‌شود. مانایی متغیرها اهمیت زیادی دارد؛ زیرا استفاده از متغیرهای نامانا در مدل‌های رگرسیونی می‌تواند منجر به نتایج گمراه‌کننده و رگرسیون کاذب شود.

جدول (۵): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	نوع تورم	رشد شرکت	اندازه شرکت	سال‌های انتخابی	ارتباطات سیاسی	کاهش در فروش	تغییر در لگاریتم هزینه‌ها	تغییر در لگاریتم فروش
آماره چارک و برا	-۲۴.۴۵	-۳۱.۹۵	-۱۱.۷۰		-۲۲.۳۰		-۲۴.۲۸	-۱۵.۲۵
سطح معناداری	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	مجازی است	۰.۰۰۰	مجازی است	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
نتیجه	مانا می‌باشد				مانا است		مانا می‌باشد	

جدول ۵ نتایج آزمون مانایی لوین، لین و چو را برای متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد. مقدار آماره آزمون برای اغلب متغیرها منفی و سطح معناداری آن‌ها کمتر از ۰۰۰۵ است؛ بنابراین فرض صفر مبنی بر نامانا بودن رد می‌شود و متغیرها مانا تشخیص داده می‌شوند. متغیر «کاهش در فروش» نیز به دلیل مجازی بودن، ماهیتاً نوسان روندی ندارد و آزمون مانایی برای آن قابل قبول است. این نتایج بیان می‌کند که متغیرهای مدل فاقد ریشه واحد بوده و برای استفاده در تحلیل‌های داده‌های تابلویی مناسب هستند. در نتیجه، برآورد مدل‌ها با مشکل رگرسیون کاذب مواجه نخواهد شد.

تخمین مدل

در این بخش مدل رگرسیونی مربوطه به فرضیه‌ها برازش شده است.

جدول (۶): تخمین نهایی مدل

متغیرها	ضریب	خطا	آماره تی	معناداری	هم خطی
$\Delta LNSALES$	۳۷۵۱۹۷.۰	۰.۴۷۰۹۵.۰	۷.۹۶۶۸۱۱	۰.۰۰۰.۰	۳۲۶۲۸۰.۱
$DC \times \Delta LNSALES$	-۰.۱۵۶۳۶۵	۰.۲۴۱۵۲.۰	۵۱۴۶۴.۶-	۰.۰۰۰.۰	۳۰۲۳۱۱.۱
$PC \times DC \times \Delta LNSALES$	۱۰.۸۲۴.۰-	۰.۱۷۶۸۷.۰	۱۱۹۹۲۶.۶-	۰.۰۰۰.۰	۰۰۵۶۴۳.۱
$EY \times DC \times \Delta LNSALES$	۰۰۲۰۳۳.۰	۰۰۱۷۵۳.۰	۱۵۹۷۸۳.۱	۲۴۶۴.۰	۴۹۱۱۵۶.۱
$SIZE \times DC \times \Delta LNSALES$	۰۰۰۵۶.۰-	۰۰۰۳۵۴.۰	۵۹۶۲۱۵.۱-	۱۱۰۷.۰	۳۲۹۸۳۴.۱
$GR \times DC \times \Delta LNSALES$	۰۳۴۰۸۴.۰	۰۰۸۰۴۴.۰	۲۳۷۳۷۶.۴	۰.۰۰۰.۰	۲۰۶۹۹۳.۱
$INF \times DC \times \Delta LNSALES$	۰۵۶۹۵.۰-	۰۰۶۲۴۰.۰	۱۲۷۸۶۵.۹-	۰.۰۰۰.۰	۷۸۳۵۱۰.۱
C	۰.۸۹۵۵۱.۰	۰.۱۶۲۳۱.۰	۵۱۷۱۲۸.۵	۰.۰۰۰.۰	
سایر آماره‌های اطلاعاتی					
ضریب تعیین	۶۸۵۶۹۸.۰				
ضریب تعیین تعدیل شده	۶۳۲۰۲۱.۰				
آزمون اف لیمر	(۰.۹۹۹)۰.۵۳۳				

آماره فیش	۲۹.۸۹۳ (۰.۰۰۰)
ناهمسانی واریانس	۷.۹۱۹ (۰.۰۰۰)
خودهمبستگی سریالی	۲۴.۲۴۱ (۰.۰۰۰)
دوربین واتسون	۲.۰۲۶

مشاهده می شود که تغییرات در لگاریتم فروش ($\Delta LNSALES$) دارای ضریبی برابر با ۰.۳۷۵ می باشد که نشان می دهد به ازای یک واحد افزایش در فروش، هزینه های عملیاتی معادل ۳۵ صدم آن واحد افزایش پیدا می کنند. متغیر تعاملی کاهش در فروش ($DC \times \Delta LNSALES$) دارای ضریبی برابر با ۰.۱۵۶ است که بیانگر این مطلب است که فروش یک واحد کاهش پیدا کند، هزینه های عملیاتی ($0.375 - 0.156 = 0.219$) ۲۱ صدم آن واحد افزایش پیدا می کند. این تفاوت آشکار بین واکنش هزینه ها نسبت به افزایش و کاهش فروش، به وضوح وجود چسبندگی هزینه ها را در شرکت های پذیرفته شده در بورس تأیید می کند و بیانگر آن است که شرکت ها در مواجهه با کاهش فروش، هزینه های خود را به طور کامل کاهش نمی دهند و تا حدی پایدار نگه می دارند. یعنی کاهش هزینه ها، کمتر از افزایش آن در شرایط رشد فروش است.

متغیر اثر تعاملی ارتباطات سیاسی ($PC \times DC \times \Delta LNSALES$) دارای ضریبی بالغ بر ۰.۱۰۸ است که ($0.111 = 0.156 -$ ۰.۳۷۵) نشان می دهد وجود ارتباطات سیاسی، چسبندگی هزینه ها را افزایش م دهد. به عبارت دیگر، این محاسبه نشان می دهد که شرکت های دارای ارتباط سیاسی هنگام کاهش فروش، هزینه های خود را تنها حدود ۱۱ درصد کاهش می دهند، در حالی که شرکت های بدون ارتباط سیاسی حدود ۲۱ درصد ($0.219 = 0.156 - 0.375$) کاهش می دهند. این تفاوت عددی نشان دهنده افزایش شدت چسبندگی هزینه ها در شرکت های دارای ارتباط سیاسی است. متغیر اثر تعاملی انتخابات ریاست جمهوری ($EY \times DC \times \Delta LNSALES$) دارای سطح معنادار بیش از ۵ درصد است از این رو اثر معناداری بر چسبندگی هزینه ها ندارد.

نتایج مربوط به برآزش مدل نشان می دهد که مقدار ضریب تعیین برابر با ۰.۶۸۵ بوده و بیانگر آن است که حدود ۶۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل مدل توضیح داده می شود. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده (0.632) نشان می دهد که پس از تعدیل اثر تعداد متغیرها نیز مدل از قدرت تبیین قابل قبولی برخوردار است. نتیجه آزمون اف لیمر با مقدار احتمال ۰.۹۹۹ بزرگ تر از ۰.۰۵ است؛ بنابراین فرضیه مدل تجمعی رد نمی شود و در این بخش مدل اثرات ثابت تأیید نمی شود. با این حال، آماره فیشر مدل با مقدار ۲۹.۸۹۳ و سطح معناداری ۰.۰۰۰ نشان می دهد که مجموع متغیرهای مستقل به طور معنی داری قدرت توضیح دهنده متغیر وابسته را دارند. در بررسی مفروضات رگرسیون، آزمون ناهمسانی واریانس با مقدار ۷.۹۱۹ و سطح معناداری ۰.۰۰۰ نشان می دهد که واریانس خطاها یکسان نیست و ناهمسانی واریانس وجود دارد. همچنین نتیجه آزمون خودهمبستگی سریالی با مقدار ۲۴.۲۴۱ و سطح معناداری ۰.۰۰۰ بیانگر وجود خودهمبستگی در باقیمانده ها است. مقدار شاخص دوربین واتسون برابر با ۲.۰۲۶ بوده که نشان می دهد خودهمبستگی شدیدی در حد خطرناک وجود ندارد، اما نتایج آزمون رسمی خودهمبستگی همچنان وجود این مشکل را تأیید می کند.

نتیجه گیری

در این پژوهش، ابتدا نتایج اصلی تحقیق به صورت خلاصه و تحلیلی مرور می شوند و سپس اهمیت آن ها برای مدیران، سرمایه گذاران و سیاست گذاران بررسی می گردد. همچنین محدودیت های پژوهش و چالش های موجود در جمع آوری و تحلیل داده ها مطرح شده و در نهایت، پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی و اقدامات عملی در حوزه شرکت های پذیرفته شده در بورس ارائه می شود. یافته های فرضیه اول نشان می دهد که شرکت های دارای ارتباطات سیاسی هنگام کاهش

فروش، هزینه‌های خود را کمتر کاهش می‌دهند و در نتیجه شدت چسبندگی هزینه‌ها در این شرکت‌ها افزایش می‌یابد. این امر با نظریه وابستگی به منابع (Resource Dependence Theory) همخوانی دارد؛ بر اساس این نظریه، شرکت‌ها برای تأمین منابع حیاتی خود به ذی‌نفعان خارجی مانند دولت و سیاست‌مداران متکی هستند. شرکت‌های دارای ارتباط سیاسی، به دلیل فشارهای سیاسی یا بهره‌برداری از مزایای قانونی و مالی، منابع خود را حتی در شرایط کاهش فروش حفظ می‌کنند تا حمایت سیاسی یا دسترسی به منابع را تضمین کنند. همچنین، نظریه رفتار سازمانی اقتصادی و چسبندگی هزینه‌ها (Behavioral Cost Theory) نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌های سیاسی تمایل دارند هزینه‌ها را پایدار نگه دارند تا هم اهداف سیاسی را حمایت کنند و هم انعطاف‌پذیری کمتری در کاهش منابع داشته باشند. به عبارت دیگر، این شرکت‌ها با حفظ هزینه‌ها هنگام کاهش فروش، به سیاست‌های سیاسی و روابط خود پاسخ می‌دهند و بنابراین فرضیه اول پژوهش تأیید می‌شود.

ضریب اثر تعامل سال‌های انتخاباتی برابر با ۰.۰۰۲ و سطح معناداری آن ۰.۲۴۶ گزارش شده است. این نتایج نشان می‌دهد که سال‌های انتخاباتی اثر معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها ندارند. این یافته با نظریه چرخه‌های اقتصادی-سیاسی (Political Business Cycle Theory) همخوانی دارد، زیرا در سال‌های انتخاباتی، عدم قطعیت سیاسی افزایش می‌یابد و مدیران کمتر قادر به پیش‌بینی سیاست‌های اقتصادی هستند. بر اساس دیدگاه چسبندگی-ضدچسبندگی هزینه (Cost Anti-Stickiness View)، افزایش عدم قطعیت باعث می‌شود شرکت‌ها در مواجهه با کاهش فروش، منابع خود را به سرعت کاهش دهند تا هزینه‌های اضافی نگهداشت منابع غیرضروری را متحمل نشوند. در واقع، مدیران در سال‌های انتخاباتی نسبت به سال‌های عادی محتاط‌تر هستند و منابع فقط برای ادامه فعالیت‌های حیاتی حفظ می‌شوند، اما این تغییرات به صورت معنادار بر شدت چسبندگی هزینه‌ها اثر نمی‌گذارد. همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهد که اثر سال‌های انتخاباتی بیشتر با کاهش منابع در مواجهه با عدم قطعیت سیاسی مرتبط است و نه با افزایش چسبندگی هزینه‌ها؛ بنابراین فرضیه دوم پژوهش رد می‌شود.

پیشنهاد های کاربردی

سازمان بورس و نهادهای نظارتی می‌توانند الزامات شفافیت بیشتری برای شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی وضع کنند تا اثرات سیاسی بر تصمیمات عملیاتی و هزینه‌های کمتر شود. سرمایه‌گذاران و تحلیلگران مالی بهتر است در ارزیابی ریسک و پیش‌بینی سودآوری، نقش ارتباطات سیاسی شرکت‌ها را مد نظر قرار دهند، زیرا این ارتباطات می‌تواند باعث افزایش چسبندگی هزینه‌ها و کاهش انعطاف‌پذیری مالی شود. مدیران مالی و برنامه‌ریزی عملیاتی می‌توانند در سال‌های انتخاباتی با توجه به افزایش عدم قطعیت سیاسی، منابع مالی و عملیاتی را بهینه‌سازی کرده و تمرکز خود را بر هزینه‌های ضروری و جاری نگه دارند. مدیران اجرایی شرکت‌ها می‌توانند سناریوهای مختلف اقتصادی و سیاسی را شبیه‌سازی کنند تا برنامه‌های کاهش یا افزایش منابع در شرایط عدم قطعیت بهینه باشد و از تصمیمات شتابزده جلوگیری شود.

پیشنهاد برای پژوهش های آتی

- ✓ بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی بر چسبندگی هزینه‌ها در صنایع غیر بورسی (فرا بورس)
- ✓ تحلیل اثر سال‌های انتخاباتی بر رفتار هزینه‌ای شرکت‌ها در صنایع مختلف (به تفکیک)
- ✓ مطالعه نقش اندازه شرکت و ساختار مالکیت در شدت چسبندگی هزینه‌ها
- ✓ بررسی تأثیر بحران‌های اقتصادی و پاندمی‌ها بر رفتار چسبندگی و ضدچسبندگی هزینه‌ها

- ✓ تحلیل مقایسه‌ای چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های دولتی و خصوصی
- ✓ اثر سیاست‌های مالی و پولی دولت بر رفتار هزینه‌ای شرکت‌ها
- ✓ بررسی رابطه بین چسبندگی هزینه‌ها و عملکرد مالی بلندمدت شرکت‌ها

منابع

- ✓ ایزدپور، مصطفی، نیکومرام، هاشم، (۱۳۹۷)، تبیین رفتار نامتقارن هزینه‌ها بر اساس هم‌زمانی چرخه‌های سیاسی و تجاری، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۷، شماره ۲۷، صص ۲۳۱-۲۴۶.
- ✓ بزرگر، قدرت‌الله، شیرازی، زهرا، (۱۴۰۰)، بررسی مقایسه‌ای وابستگی سیاسی، ابهام سیاسی و ارتباطات سیاسی هیات مدیره بر چسبندگی هزینه نیروی کار در شرکت‌های ایرانی، نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، دوره ۵، شماره ۱۶، صص ۱۲۳-۱۴۱.
- ✓ بزرگ اصل، موسی، ابراهیمی نوده، محمد، یاراحمدی، جاوید، (۱۴۰۱)، تاثیر ارتباطات سیاسی بر میزان سرمایه گذاری شرکت‌ها و کارایی آن، مطالعات تجربی حسابداری مالی، دوره ۱۹، شماره ۷۵، صص ۶۹-۹۴.
- ✓ پوریوسف، اعظم، معصومی بیلندی، زهرا، جعفری، سلیل، (۱۴۰۴)، مالکیت دولتی و چسبندگی هزینه نیروی کار: نقش جریان‌های نقد آزاد، پژوهش‌های تجربی حسابداری، دوره ۱۵، شماره ۱، صص ۱۸۵-۲۰۸.
- ✓ حسینی‌پور، رضا، نصیرزاده، دکتر فرزانه، عباس‌زاده، دکتر محمدرضا، (۱۳۹۸)، عوامل تعیین‌کننده رفتار چسبندگی هزینه‌ها، مجله دانش حسابداری، دوره ۱۰، شماره ۴، صص ۱۷۷-۲۱۴.
- ✓ نقش بندی، نادر، روحانی، زهره، سعیدی، هادی، (۱۴۰۲)، بررسی رابطه نااطمینانی سیاسی و چسبندگی هزینه‌ها، کنفرانس ملی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه، اردبیل.
- ✓ Anderson, M., Banker, R.D. and Janakiraman, S.N. (2003), "Are selling, general, and administrative costs 'sticky'?", *Journal of Accounting Research*, Vol. 41 No. 1, pp. 47-63, doi: 10.1111/1475-679X.00095.
- ✓ Balakrishnan, R., Petersen, M.J. and Soderstrom, N.S. (2004), "Does capacity utilization affect the 'stickiness' of cost?", *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, Vol. 19 No. 3, pp. 283-300, doi: 10.1177/0148558X0401900303.
- ✓ Banker, R.D. and Byzalov, D. (2014), "Asymmetric cost behavior", *Journal of Management Accounting Research*, Vol. 26 No. 2, pp. 43-79, doi: 10.2308/jmar-50846.
- ✓ Bialkowski, J., Gottschalk, K. and Wisniewski, T. (2006), "Stock market volatility around national elections", In *Enterprise and Innovation*.
- ✓ Bubeck, S. K., & Lunardi, M. A. (2025). Environmental uncertainty and asymmetric cost behavior: Insights from Brazilian non-financial listed firms. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 1-19. <https://doi.org/10.1108/ARLA-03-2025-0100>.
- ✓ Caylor, M.L. and Lopez, T.J. (2013), "Cost behavior and executive bonus compensation", *Advances in Accounting*, Vol. 29 No. 2, pp. 232-242, doi: 10.1016/j.adiac.2013.08.001.
- ✓ Chaney, P.K., Faccio, M. and Parsley, D. (2011), "The quality of accounting information in politically connected firms", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 51 Nos 1/2, pp. 58-76, doi: 10.1016/j.jacceco.2010.07.003.
- ✓ Chen, C.X., Lu, H. and Sougiannis, T. (2012), "The agency problem, corporate governance, and the asymmetrical behavior of selling, general, and administrative costs", *Contemporary Accounting Research*, Vol. 29 No. 1, pp. 252-282, doi: 10.1111/j.1911-3846.2011.01094.x.
- ✓ Cheung, J., Kim, H., Kim, S. and Huang, R. (2018), "Is the asymmetric cost behavior affected by competition factors?", *Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics*, Vol. 25 Nos 1/2, pp. 218-234, doi: 10.1080/16081625.2016.1266271.

- ✓ Choi, S., Hwang, I. and Park, J. (2018), "Managerial ability and asymmetric SG&A cost behavior", In SSRN Electronic Journal, available at: <https://ssrn.com/abstract=3230570>.
- ✓ Dierynck, B., Landsman, W.R. and Renders, A. (2012), "Do managerial incentives drive cost behavior? Evidence about the role of the zero earnings benchmark for labor cost behavior in private Belgian firms", *The Accounting Review*, Vol. 87 No. 4, pp. 1219-1246, doi: 10.2308/accr-50153.
- ✓ Guizani, M. (2025). CEO career horizon and asymmetric cost behavior: The moderating role of board characteristics. *Review of Behavioral Finance*, 17(4), 604–624. <https://doi.org/10.1108/RBF-11-2024-0326>.
- ✓ Habib, A. and Hasan, M.M. (2016), "Corporate social responsibility and cost stickiness", *Business and Society*, Vol. 58 No. 3, pp. 1-40, doi: 10.1177/0007650316677936.
- ✓ Habib, A., Muhammadi, A.H. and Jiang, H. (2017), "Political connections and related party transactions: evidence from Indonesia", *The International Journal of Accounting*, Vol. 52 No. 1, pp. 45-63, doi: 10.1016/j.intacc.2017.01.004.
- ✓ Hillman, A.J. (2005), "Politicians on the board of directors: do connections affect the bottom line?", *Journal of Management*, Vol. 31 No. 3, pp. 464-481, doi: 10.1177/0149206304272187.
- ✓ Hillman, A.J. and Dalziel, T. (2003), "Boards of directors and firm performance: integrating agency and resource dependence perspectives", *Academy of Management Review*, Vol. 28 No. 3, pp. 383-396.
- ✓ Hillman, A.J., Withers, M.C. and Collins, B.J. (2009), "Resource dependence theory: a review", In *Journal of Management*, Vol. 35 No. 6, pp. 1404-1427, doi: 10.1177/0149206309343469.
- ✓ Kitching, K., Mashruwala, R. and Pevzner, M. (2016), "Culture and cost stickiness: a cross-country study", *The International Journal of Accounting*, Vol. 51 No. 3, pp. 402-417, doi: 10.1016/j.intacc.2016.07.010.
- ✓ Lee, W.-J., Pittman, J. and Saffar, W. (2019), "Political uncertainty and cost stickiness: evidence from national elections around the world", *Contemporary Accounting Research*, doi: 10.1111/1911-3846.12547.
- ✓ Liang, S., Zhao, G. and Wang, N. (2015), "Managers' personal characteristics, bank supervision, and cost stickiness", *China Accounting and Finance Review*, Vol. 17 No. 4, pp. 70-120, doi: 10.7603/s40570-015-0011-0.
- ✓ Pfeffer, J. and Salancik, G. (2015), "External control of organizations—resource dependence perspective", *Organizational Behavior 2*, Routledge, pp. 355-370.
- ✓ Polsiri, P. and Jiraporn, P. (2012), "Political connections, ownership structure, and financial institution failure", *Journal of Multinational Financial Management*, Vol. 22 Nos 1/2, pp. 39-53, doi: 10.1016/j.mulfin.2012.01.001.
- ✓ Prabowo, R., Hooghiemstra, R. and Van Veen-Dirks, P. (2018), "State ownership, socio-political factors, and labor cost stickiness", *European Accounting Review*, Vol. 27 No. 4, pp. 771-796, doi: 10.1080/09638180.2017.1329659.
- ✓ Restuti, M. D., Supatmi, S., Shauki, E. R., & Nugrahanti, Y. W. (2025). Political connections, election years and cost stickiness: evidence from Indonesia. *Pacific Accounting Review*. <https://doi.org/10.1108/PAR-04-2024-0073>.
- ✓ Restuti, M.D., Gani, L., Shauki, E.R. and Leo, L. (2022), "Does managerial ability lead to different cost stickiness behavior? Evidence from ASEAN countries", *International Journal of Financial Studies*, Vol. 10 No. 3, doi: 10.3390/ijfs10030048.
- ✓ Tileal, M. A. S., Nassirzadeh, F., & Askarany, D. (2025). Impact of state ownership on labour cost stickiness across strategic and non-strategic industries in developing economies. *Journal of Economic Studies*, 52(7), 1371–1386. <https://doi.org/10.1108/JES-06-2024-038>.

- ✓ Wang, W., & Zheng, K. (2025). Aggregate sales decline and cost stickiness: A multinational study. *Asian Review of Accounting*, 33(4), 725–751. <https://doi.org/10.1108/ARA-04-2024-0105>.
- ✓ Weiss, D. (2010), “Cost behavior and analysts’ earnings forecasts”, *The Accounting Review*, Vol. 85No. 4, pp. 1441-1471, doi: 10.2308/accr.2010.85.4.1441.
- ✓ Xu, F., Liu, X., Liu, Q., Zhu, X. Y., & Zhou, D. M. (2024). Environmental investment growth (EIG) and corporate cost stickiness in China: Substantive or symbolic management? *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 15(1), 148–170. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-02-2023-0050>.
- ✓ Xue, S. and Hong, Y. (2016), “Earnings management, corporate governance and expense stickiness”, *China Journal of Accounting Research*, Vol. 9 No. 1, pp. 41-58, doi: 10.1016/j.cjar.2015.02.001.

