

بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر چسبندگی هزینه: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران

مصطفی مسلمی^۱

امیر جوادى نیا^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۷/۱۳

چکیده

چسبندگی هزینه وضعیتی است که مدیران تمایل به افزایش ظرفیت تولید بهنگام مواجه با افزایش فروش بوده اما در صورت کاهش تقاضا مایل به کاهش ظرفیت های بلا استفاده خود نیستند. در اصلاح به این پدیده چسبندگی هزینه نیز گفته می شود. در این پژوهش هدف بررسی تأثیر مولفه ی سرمایه اجتماعی بر رفتار نامتقارن هزینه ها می باشد. بدین منظور شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۸ مشتمل بر ۹۸ شرکت یا عبارت دیگر ۱۶۶۶ سال - شرکت مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه آزمون فرضیه این پژوهش نشان داد رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و چسبندگی هزینه ها وجود دارد به عبارت دیگر افزایش سرمایه اجتماعی موجب افزایش چسبندگی هزینه ها می شود. از نتیجه این پژوهش می توان استنباط نمود تصمیمات مدیران در زمانی که مولفه های سرمایه اجتماعی افزایش می یابد تغییر می کند. در واقع با افزایش سرمایه اجتماعی، مدیران تمایل کمتری برای کاهش هزینه ها در دوره های رکود دارند چراکه ایشان وجود هنجارهای مشارکتی قوی بیرونی را درک کرده و تصمیمات خود را در راستای اجتناب از مجازات های اجتماعی بنا می دارند.

واژگان کلیدی

سرمایه اجتماعی، عدم تقارن هزینه ها، چسبندگی هزینه

۱. کارشناس ارشد حسابداری. (Email: mmoslemi120@gmail.com)

۲. دانشجوی دکترای حسابداری. (Email: amirsamakosh@gmail.com)

مقدمه

توسعه مبانی تئوریک حوزه‌ی شرکت‌ها و تصمیم‌گیرندگان شرکتی بدون در نظر گرفتن جامعه مقدور نیست بلکه نیازمند تعامل با محیط اجتماعی اطراف می باشد (Nahapier and Ghoshal,1998., Droegge and Hoobler,2003,. Hasan et al.,2017a,b). این مطالعه به دنبال بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار نامتقارن هزینه ها که در اصطلاح چسبندگی هزینه نامیده می شود؛ می باشد. با اتخاذ مفهوم سرمایه اجتماعی، می توان عوامل محیط اجتماعی را به عنوان قدرت هنجارهای مشارکتی و تراکم ارتباطات در نظر گرفت (e.g., Putna,1995). هنجارهای مشارکتی، ارزش های اجتماعی هستند که افراد را از رفتار فرصت طلبانه منع می کنند. وجود انبوهی از ارتباطات اجتماعی باعث تسهیل روابط اجتماعی و نیز افزایش سطح مجازات اجتماعی پیرامون رفتارهای نادرست با هنجارهای مشارکتی می شود. بر این اساس، سرمایه اجتماعی مفهومی اجتماعی- اقتصادی بوده و مبتنی بر این عقیده است که فرصت طلبی افراد، تعامل اجتماعی و اعتماد می تواند در چارچوب فرهنگی بزرگتر در مناطق مختلف متفاوت باشد (Coleman,1988).

پیرامون این موضوع تحقیقات گسترده ای در جامعه شناسی (Coleman,1988)، علوم سیاسی (Woolcook,2010) و همچنین اقتصاد انجام شده است (Guiso.et al.,2004) و نیز می تواند پتانسیل فراوانی برای درک بهتر مدیریت چند سطحی و پدیده های سازمانی ارائه دهد (Payne et al.,2011,492). چسبندگی هزینه پدیده ای را توصیف می کند که مدیران به افزایش ظرفیت هنگام افزایش فروش، سریعاً واکنش نشان می دهند اما در صورت کاهش تقاضا مایل به کاهش ظرفیت های مازاد خود نیستند. به طور کلی تحت این وضعیت، واکنش هزینه ها نسبت به تغییر در فعالیت شرکت با شدت بیشتری افزایش می یابد. اکثریت قریب به اتفاق مطالعات تحقیقاتی در این حوزه بر عوامل تعیین کننده سطح شرکت تمرکز دارد. به طور ویژه، هزینه های ناشی از تعدیلات (به عنوان مثال، Anderson et al.,2003)، خوش بینی مدیریت (به عنوان مثال، Banker et al.,2014) و انگیزه های فرصت طلبانه مدیر (Chen et al.,2012) به عنوان محرک های اصلی رفتار نامتقارن هزینه شناخته شده اند. تحقیقات انجام شده اخیر؛ بر عوامل موثر در سطح کشور قرارداد برای مثال، Banker et al (2014) نشان دادند که قوانین رسمی، مانند قانون حمایت از اشتغال، بر رفتار هزینه تأثیر گذار می باشد. (Kitching et al(2016) اولین پژوهشگرانی بودند که نهادهای غیررسمی را در نظر گرفتند و شواهدی پیرامون تأثیر فرهنگ بر تصمیمات مربوط به هزینه های مدیریت ارائه دادند. در این پژوه بدنبال این امر است که آیا سرمایه اجتماعی به عنوان یک عامل محیطی بر رفتار هزینه تأثیر گذار می باشد یا خیر. سرمایه اجتماعی ممکن است بر رفتار هزینه از طریق کانال های مختلف تأثیر گذار باشد: اولاً رفتار فرصت طلبانه را محدود می کند. بطوریکه مدیران بنگاه های مستقر در مناطق با سرمایه اجتماعی بالا تمایل به مشارکت کمتری در مدیریت سود (Jha,2017)، اجتناب مالیاتی (Hasan et al.,2017a) و رفتار فرصت طلبانه را از خود نشان داده و در مقابل پابندی بیشتری به مسوولیت اجتماعی شرکت ها دارند (Hoi el al.,2018). از آنجا که رفتار فرصت طلبانه مدیریت

عامل تعیین کننده عدم تقارن هزینه است، انتظار می رود بر اساس این استدلال ارتباطی منفی بین آنها برقرار باشد. در همین راستا، سرمایه اجتماعی تصمیمات مربوط به تخصیص منابع را بصورت فردمحور توسط مدیران فرصت طلب محدود می کند که این امر به نوبه خود چسبندگی هزینه ها را کاهش می دهد. با این حال، سرمایه اجتماعی باعث افزایش سطح تعامل اجتماعی و اعتماد متقابل می گردد. وجود پیوندهای اجتماعی قوی بین مدیران و کارکنان، همراه با رفتار بشر دوستانه توسط مدیریت، بر تصمیمات مربوط به میزان اشتغال شرکت ها تأثیرگذار است (Leana and van Buren, 1999; Droegge and Hoobler, 2003). در نتیجه، سرمایه اجتماعی ممکن است باعث افزایش هزینه های تعدیلاتی گردد. این امر باعث می شود که مدیران در هنگام کاهش تقاضا از انطباق ظرفیت جلوگیری کرده و منجر به چسبندگی بیشتر هزینه ها گردد. علاوه بر این، مدیران مناطق با سرمایه اجتماعی بالا تمایل به خوش بینی بیشتری دارند (De Carolis and Saporito, 2006) که این امر باعث ارزیابی تقاضا بصورت خوش بینانه شده و باعث عدم تناسب هزینه ها با فعالیت های جاری می گردد. بر اساس مطالب بیان شده می توان ارتباط مثبت بین سرمایه اجتماعی و چسبندگی هزینه ها را پیش بینی نمود. بصورت خلاصه می توان گفت که سرمایه اجتماعی به عنوان عامل محیطی بر انتخاب مدیریت پیرامون رفتار هزینه اثرگذار باشد. (Rupasingha et al., 2006) با استفاده از نمونه ای مشتمل بر ۵۲۸۷۰ سال - شرکت؛ نشان داده شد که سرمایه اجتماعی تأثیر معناداری بر رفتار نامتقارن هزینه دارد. یافته مطابق با پیش بینی بوده بطوریکه به نظر می رسد سرمایه اجتماعی مدیران را از اتخاذ تصمیمات محدود کننده منابع و نیز رفتار فرصت طلبانه که باعث چسبندگی هزینه ها می شود، باز دارد. به نظر می رسد که این مشاهدات از نظر اقتصادی نیز معنادار باشند. مدیران بنگاه های مستقر در سطح بالای سرمایه اجتماعی هزینه های خود را ۶٫۶ درصد بیشتر از هم تایان خود در سطوح پایین سرمایه اجتماعی کاهش می دهند. سطوح عمومی چسبندگی هزینه برای بنگاه های مستقر در مناطق با سرمایه اجتماعی بالا ۵٫۴ درصد پایین تر از بنگاه های مناطق با سرمایه اجتماعی پایین است. در حقیقت، به نظر نمی رسد که شرکت های مستقر در مناطق با سرمایه اجتماعی اجتماعی بالا هیچگونه چسبندگی هزینه ای را از خود نشان دهند. این نتیجه با یافته های (Hartlieb et al., 2020) نیز سازگار است بطوریکه هنجارهای اجتماعی باعث انگیزش رفتاری پیش بینی شده اخلاقی شده که این امر باعث تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر رفتار هزینه ها می گردد. علاوه بر این، به نظر می رسد که پروکسی های خوب حاکمیتی، مانند مدیران با استقلال بیشتر، تأثیر بسزایی در رفتار هزینه های فرصت طلبانه در مناطق با سرمایه اجتماعی پایین دارند. با این وجود، به نظر می رسد حاکمیت شرکتی و سرمایه اجتماعی جایگزین یکدیگر هستند (Rupasingha et al., 2020).

(Kitching et al., 2016) نشان دادند که عوامل محیطی مانند فرهنگ می تواند در تصمیمات رفتار هزینه تأثیرگذار باشند. بنابرین هدف اصلی این مقاله بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار نامتقارن هزینه ها می باشد.

مبانی نظری پژوهش

چسبندگی هزینه ها و تصمیمات مدیریت

یکی از اصول زیر بنایی حسابداری صنعتی تقسیم هزینه به دو قسمت ثابت و متغیر است. هزینه‌های ثابت، حداقل در کوتاه مدت، پایدار باقی می‌مانند، در حالی که هزینه‌های متغیر نسبت به تغییرات در حجم فعالیت شرکت حساسیت نشان می‌دهند. فرض مدل سنتی رفتار هزینه، وجود رابطه‌ای متقارن بین هزینه‌های متغیر و تغییرات حجم فعالیت است (به عنوان مثال، *Noreen, 1991*)؛ بنابراین، تصمیمات مدیریت نقش مهمی در دیدگاه سنتی ندارند؛ اما شواهد در حال توسعه با این فرض مخالف است. به خوبی ثابت شده است که اختیارات مدیریت می‌تواند منجر به رفتار نامتقارن هزینه شود. هنگامی که تقاضا در حال افزایش است، مدیران به سرعت ظرفیت را گسترش می‌دهند، اما به دلایل مختلف تصمیم می‌گیرند که با کاهش فروش، ظرفیت مازاد خود را حفظ کنند. در نتیجه، هزینه‌ها بیش از کاهش در حجم فعالیت‌ها؛ افزایش می‌یابد (*Anderson et al., 2003*). این پدیده بیانگر چسبندگی هزینه می‌باشد.

برای پدیده رفتار نامتقارن هزینه محرک‌های زیادی وجود دارند؛ اما بطور کلی می‌توان آنها را در سه گروه قرارداد (*Banker et al., 2018*). نخست؛ هنگامی که فروش کاهش می‌یابد، مدیران منفعت - هزینه ناشی از تخفیفات تجاری یا انبار کردن محصولات را محاسبه می‌کنند، هرچه هزینه‌های ناشی از تعدیل بیشتر باشد، تمایل به کاهش سطح هزینه‌ها و نیز سطح ظرفیت کمتر خواهد بود. هزینه‌های نیروی کار (مثل هزینه‌های ناشی از اخراج، استخدام و توانمندسازی نیروی کار جدید و...) قسمت اعظم هزینه‌های ناشی از اصلاحات ساختاری را شامل می‌شود. با این وجود مدیران باید در بلندمدت زیان ناشی از کاهش روحیه کارکنان و حسن شهرت شرکت را در نظر بگیرند (*Anderson et al., 2003*). ثانياً مدیران هنگام تعدیل ضرایب مدل تصمیم‌گیری خود پیرامون اصلاحات یا نگهداشت؛ تقاضای آینده را در برآوردهای ذهنی خود لحاظ می‌کنند؛ بنابراین این احتمال دور از ذهن نخواهد بود که مدیرانی با اعتماد به نفس و خوش بینی بالا وضعیت آینده را بصورت ایده‌آل برآورد کنند. در نگاه آنها در دوره رکود امیدوارند تا این پدیده کوتاه مدت بوده و از این طریق بتوانند ظرفیت اصلی خود را حفظ نمایند و از کاهش ظرفیت بتوانند جلوگیری نمایند (*Chen et al., 2014; Banker et al., 2013*). سوم اینکه؛ مدیران خودشیفته ممکن است از کاهش ظرفیت ایده‌آل در دوره رکود بنا به ملاحظات فرصت طلبانه خودداری کنند (*Anderson et al., 2003*). آنها تصمیمات مربوط به تخصیص منابع را (بجای در نظر گرفتن ملاحظات اقتصادی) بصورت شخصی اتخاذ می‌کنند. (*Chen et al., 2012*) با اشاره به تعارضات نمایندگی استدلال می‌کنند که مدیران بدنبال منفعت شخص خوشان عمل می‌کنند. با این وجود مدیران در شرایط کاهش فروش با اجتناب از عدم کاهش منابع کم هزینه مثل؛ عدم اخراج کارکنان (به خصوص کارکنان دارای ارتباطات) بر خلاف منفعت شخصی خود عمل می‌کنند (*Anderson et al., 2003*). یافته‌های پیشین، حاکی از وجود ارتباط بین انگیزه‌های شخصی و مشوق‌های مدیریتی در مدیریت سود بوده که نقش پررنگ اختیارات مدیران و فرصت-طلبی آنان را در رفتار هزینه تأیید می‌کند (*Dierynck et al., 2012; Kama and Weiss, 2013; Hartlieb*).

(and Loy, 2017). این نتایج با یافته های قبلی در ایالات متحده که مبتنی بر سیستم های مبتنی بر عرف با نظارت دقیق تر نسبت به شرکت های آلمانی یا فرانسوی که در فضای مبتنی بر قانون فعالیت می کنند، رفتار نامتقارن هزینه کمتری را از خود نشان می دهند؛ سازگار است (Calleja et al., 2006).

سرمایه اجتماعی

دانشمندان علوم اجتماعی تعاریف مختلفی را برای مفهوم سرمایه اجتماعی ارائه کرده اند. (Putnam, 1995, 67) تعریفی از سرمایه اجتماعی را ارائه می دهد که مفاهیم مختلف را در هم ترکیب می کند: "سرمایه اجتماعی به ویژگی های سازمان اجتماعی مانند ارتباطات، هنجارها و اعتماد عمومی اشاره دارد که هماهنگی و همکاری در جهت منافع متقابل را تسهیل می کند." سرمایه اجتماعی تنها سرمایه متعلق به یک واحد اقتصادی (مانند سرمایه گذاری فیزیکی) یا مدیریتی (به عنوان مثال، سرمایه انسانی یا آموزش و پرورش) نبوده، بلکه به تمام افراد یک کشور تعلق دارد؛ بطوریکه با پیروی از ارزش ها و هنجارهای غالب جامعه، می تواند در دسترس اعضای جامعه قرار گیرد (Hoi et al., 2018)؛ بنابراین، سرمایه اجتماعی غالباً به عنوان یک هنجار مشارکت اجتماعی در نظر گرفته می شود بطوریکه افراد جامعه را ملزم به رفتار بر طبق اصول اخلاقی می کند. (Fukuyama, 2001, 7) سرمایه اجتماعی را به عنوان "رفتار غیررسمی بصورت آنی که می تواند باعث ارتقاء همکاری بین دو یا چند نفر را فراهم کند"، تعریف نمود. انسان ها چنین هنجارهای مشارکتی را در طول نسل ها بوجود آورده و خود را مکلف به رعایت آن می داند (Portes, 1998). در مناطق با هنجارهای مشارکتی قوی، افراد با مجموعه ای از عقاید مشترک وجود دارند که مانع از اقدام فرصت طلبانه افراد و سازمان ها می شود (Coleman, 1998; Hoi et al., 2018; Elster, 1998). به عنوان رویکرد جایگزین می توان سرمایه اجتماعی را مجموعه قدرتمند از شبکه های ارتباطی نشان داد. به نقل (Nahapiet and Ghoshal, 1998, 243)؛ سرمایه اجتماعی "مجموعه ای از منابع واقعی و بالقوه داخلی برگرفته از شبکه ای از روابط که یک فرد یا یک واحد اجتماعی در اختیار دارد." به این ترتیب، سرمایه اجتماعی باعث ایجاد اعتماد متقابل شده و انجام اقدامات خاص توسط افراد را تسهیل می کند (Coleman, 1988, 1990). وجود شبکه های اجتماعی قوی منجر به کاهش رفتار فرصت طلبانه می شود؛ زیرا سطح مجازات اجتماعی برای رفتارهای نادرست در یک جامعه را افزایش می دهد (Spagnolo, 1999; Guiso et al., 2004). بدین ترتیب می توان وابستگی متقابل بین مفاهیم هنجاری و شبکه های ارتباطی را درک کرد. از آنجایی که آنها به وضوح از هم قابل تفکیک نیستند، بنابراین در آغاز نمی توان تمایزی بین آن دو، مطابق با مبانی نظری پیشین ایجاد کرد (بطور مثال Jha, 2017; Hasan et al., 2017a; Guiso et al., 2004; e.g.).

به طور خلاصه، مناطقی با سطح بالای سرمایه اجتماعی، دارای شبکه های ارتباطی متراکم و هنجارهای مشارکتی قوی بوده که این عوامل باعث ایجاد اعتماد متقابل و نیز رفتار بشردوستانه در جامعه می شوند. به این ترتیب، سرمایه اجتماعی عنصری محیطی، اقتصادی- اجتماعی است که بر رفتارهای فردی و سازمانی تأثیر می گذارد (woolcook, 2010). طبق نتایج تحقیقات سرمایه اجتماعی با میزان با رشد اقتصادی همبستگی مثبت (Zak and Knack, 2001; Dincer

(*and Uslander, 2010*)، با نرخ فساد همبستگی منفی (*La Porta et al., 1997*) و با وقوع جرم نیز رابطه منفی (*Buonanno et al., 2009*) دارد.

سرمایه اجتماعی و چسبندگی هزینه

شواهد محکمی وجود دارد که سرمایه اجتماعی بر تصمیمات شرکت و به ویژه مدیریت تأثیرگذار است. به عنوان مثال، تحقیقات اخیر نشان می‌دهند که مدیران در مناطق با سرمایه‌های اجتماعی بالا در ایالات متحده؛ رفتار فرصت‌طلبانه کمتری از خود نشان می‌دهند؛ به عبارت دیگر هنجارهای مشارکتی قوی، روزه‌های منفعت شخصی را محدود (*Knack and Keefer, 1997*) و تراکم شبکه‌های ارتباطات اجتماعی، مجازات‌های اجتماعی را برای چنین رفتارهای فرصت‌طلبانه افزایش می‌دهند (به عنوان مثال، *Coleman, 1998*)

Jha (2017) نشان داد که مجازات تقلب حسابداری برای مدیران عاملی که در مناطق با سرمایه اجتماعی بالا فعالیت دارند؛ سخت‌گیرانه‌تر است. تحت این شرایط مدیران به دلیل فشارهای محیطی اجتماعی، رفتارهای فرصت‌طلبانه کمتری از خود نشان داده و بیشتر در فعالیت‌های مشارکتی فعالیت می‌کنند (*Coleman, 1988*). به عنوان مثال آنها کمتر در مدیریت سود (*Jha, 2017*) و اجتناب مالیاتی شرکت می‌کنند (*Hasan et al., 2017a*) و تمایل بیشتری به عمل در راستای مسئولیت اجتماعی شرکت پیدا می‌کنند و در این راستا مدیران با سبک مشارکتی تمایل بیشتری نسبت به مدیران خودمختار از خود نشان می‌دهند (*Jha and Cox, 2015; Hoi et al., 2018*). *Kitching et al. (2016)* نشان دادند که عوامل محیطی می‌توانند بر رفتار هزینه‌گذار باشد. بطوریکه ابعاد مختلف فرهنگ ملی بر میزان چسبندگی هزینه تأثیر می‌گذارد. سرمایه اجتماعی، به عنوان یک عنصر غیر رسمی، اقتصادی - اجتماعی و محیطی نقش مهمی در تعیین تصمیمات مربوط به رفتار هزینه توسط مدیریت حتی فراتر از فرهنگ ملی می‌تواند داشته باشد.

Jha and Chen (2015) بیان می‌کنند که هزینه‌های نمایندگی ناشی از تضاد منافع و نیز حق الزحمه حسابرسی برای مشتریانی که در مناطقی با سرمایه اجتماعی بالا قرار دارند، نسبت به سایر شرکت‌ها پایین‌تر است؛ بنابراین اینگونه مدیران بیشترین تلاش خود را در جهت منافع شرکت بدور از رفتار فرصت‌طلبانه صرف خواهند کرد؛ پس رفتار فرصت‌طلبانه و هزینه‌های نمایندگی به احتمال زیاد از نقش کمی در توجیه رفتار هزینه در این مناطق برخوردار خواهند بود. وقتی مدیران تصمیمات تعدیل منابع بر مبنای انگیزه‌های فرصت‌طلبانه و بدون در نظر گرفتن ملاحظات اقتصادی اتخاذ کنند، این امر منجر به عدم تخصیص بهینه ظرفیت منابع شده که به نوبه خود می‌تواند پیامدهای منفی برای آینده شرکت به ارمغان آورد. محققان مدتهاست که دریافته‌اند ناکارآمدی در تخصیص منابع ممکن است ناشی از انگیزه‌های شخصی مدیران باشد، از جمله مشوق‌های موجود در صنعت ساخت و ساز برای جلب رضایت افراد ذی نفوذ که این امر باعث کاهش ارزش سرمایه‌گذاری می‌گردد (*Hope and Thomas, 2008*). در این شرایط جامعه از مدیرانی که احساس مسئولیت بالایی در جهت افزایش ارزش شرکت دارند بهره خواهد برد. این امر در مورد سرمایه‌گذاران، وام‌دهندگان یا کارمندان علاقه‌مند به اینکه آیا یک شرکت با مسئولیت‌پذیری اداره می‌شود یا خیر صدق می‌کند. در نتیجه؛ با توجه به

اینکه بنگاهها به میزان قابل توجهی در درآمدهای مالیاتی نقش دارند، جامعه به طور کلی از مدیران با مسئولیت پذیری بالا حمایت خواهد کرد (Hasan et al., 2017a). یک باور مشترک در جامعه وجود دارد بطوریکه افراد دارای قدرت مانند مدیران مشاغل، به تبعیت از وظیفه مدنی با مسئولیت پذیری به نفع جامعه عمل کنند (Wood, 1991). در جوامع با سرمایه اجتماعی بالا، شبکه‌های ارتباطات متراکم اجتماعی و هنجارهای قوی اجتماعی بر وظیفه مدنی و رفتارهای مشارکتی اجتماعی تأکید دارند. از اینرو مدیران با احتمال کم بصورت فرصت طلبانه عمل می‌کنند تا از این طریق از مجازات‌های اجتماعی تعیین شده بتوانند خود را مصون نگه دارند. با این حال مدیران مناطق با سرمایه اجتماعی بالا احساس وجدان اجتماعی بالاتری را حتی اگر رفتار واقعی آنها تحت نظارت جامعه نباشد، از خود به نمایش می‌گذارند (Elster, 1989). همچنین به خوبی ثابت شده است که مجموعه‌ی قوی‌تری از شبکه‌های ارتباطی بر شیوه اشتغال تأثیر قابل توجهی می‌گذارند. کارمندان در مناطق با سرمایه اجتماعی بالا و نیز شبکه‌های ارتباطات اجتماعی متراکم احساس بیشتری به تعاملات اجتماعی دارند که این امر تعهد سازمانی و همکاری در محیط کار را تقویت می‌کند (Spagnolo, 1999). علاوه بر این، مدیرانی که به کارمندان خود اعتماد بیشتری دارند؛ سرمایه گذاری بیشتری را در زمینه‌های آموزش، تقویت کار گروهی و یادگیری بر روی آنان انجام می‌دهند در نتیجه با این اقدامات روابط اجتماعی قوی و اشتغال پایدارتری ایجاد می‌کنند (Leana and Van Buren, 1999; Droege and Hoobler, 2003). علاوه بر این، مدیران به دلیل وجود هنجارهای مشارکتی قوی بیرونی و از ترس مجازات اجتماعی تمایل کمتری برای اخراج کارمندان دارای ارتباطات و کاهش ظرفیت در دوره‌های رکود دارند. جوامع اقدامات شرکت‌ها و مدیران را به عنوان اعضای جامعه پیرامون رعایت هنجارها و ارزشهای موجود مورد بررسی قرار می‌دهد. به طور خلاصه، سرمایه اجتماعی به اشتغال پایدار کمک می‌کند. مخارج بالای تعدیل ظرفیت بیانگر وجود ارتباط مثبت بین سرمایه اجتماعی و عدم تقارن در رفتار هزینه‌ها می‌باشد. ادبیات حوزه کارآفرینی نشان می‌دهد که مدیران مناطق با سرمایه اجتماعی بالا دارای نوآوری بیشتر و ریسک کمتری هستند (Westlund and Bolton, 2003; De Carolis and Saparito, 2006).

Uslander (2002) نشان داد که افراد مناطق با سرمایه اجتماعی بالا دارای اعتماد به نفس¹ و خوش بینی بیشتری نسبت به سایرین هستند. آنها تمایل بیشتری به مشارکت در زندگی اجتماعی و اعتماد بیشتری به سایر افراد دارند، علی‌رغم مخاطرات بالقوه این رفتارها؛ افراد می‌توانند از مزیت‌های چنین رفتارهایی منتفع گردند (Doney et al., 1998)؛ تصویری که می‌تواند شامل هم ریسک بوده و هم خوش بینی را نیز پوشش دهد. از اینرو احتمال اینکه مدیران در مناطق با سرمایه اجتماعی بالا؛ دوره‌های رکود را موقتی پیش‌بینی کنند بیشتر است؛ بنابراین، این بعد از سرمایه اجتماعی ممکن است تأثیر مثبتی بر سطح عدم تقارن هزینه داشته باشد.

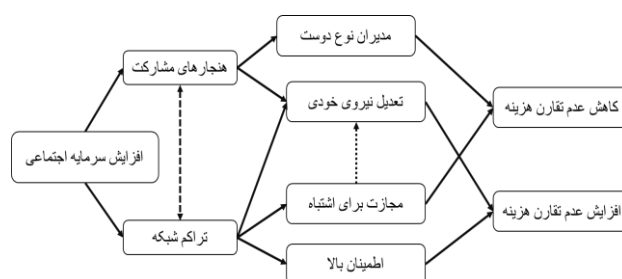
¹. self-confident

جدول ۱: خلاصه‌ای از مباحث مفاهیم مبانی نظری

خالص اثرات عدم تقارن هزینه	رفتار فرصت طلبانه	خوش بینی مدیریت	هزینه تعدیل	
نامشخص	کاهش	افزایش	افزایش	تاثیر سرمایه اجتماعی

با توجه به مطالب بیان شده فرضیه زیر تدوین می گردد:

فرضیه: "سرمایه اجتماعی رفتار فرصت طلبانه مدیران (انگیزه‌های رفتار نامتقارن هزینه) را محدود می کند، یعنی اینکه سرمایه اجتماعی باعث کاهش چسبندگی هزینه ها می شود".



مدل مفهومی پژوهش

پیشینه داخلی پژوهش

در ایران تحقیقی که مستقیماً تاثیر سرمایه اجتماعی را بر چسبندگی هزینه‌ها بررسی کرده باشد تا زمان انجام پژوهش حاضر وجود نداشته است. در نگاره ۲ خلاصه‌ای از تحقیقات مرتبط ارائه شده است.

جدول ۲: خلاصه از تحقیقات انجام شده در ایران

متغیر	ردیف	عنوان پژوهش	نتیجه پژوهش	پژوهشگران	سال
سرمایه اجتماعی	۱	طراحی و الگوی سنجش سرمایه اجتماعی بر توسعه پایدار	تاثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسعه پایدار	صالحی امیری و همکاران	۱۳۹۱
	۲	نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای مسوولیت پاسخگویی مدیران بخش عمومی	مدیران بخش عمومی با سرمایه اجتماعی مطلوب به بهترین نحو ممکن است در قبال افکار عمومی پاسخگو باشند.	قادری، کاووه	۱۳۹۶
	۳	بررسی اثر سرمایه اجتماعی بر ثبات بانکی ایران	تاثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر ثبات بانکی در ایران	ذوالفقار و اسدی	۱۳۹۸

		وجود دارد.		
۴	بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مولفه های سرمایه فکری (مورد مطالعه: اداره کل امور مالیاتی استان قم)	اثر مثبتی بین سرمایه اجتماعی و مولفه های سرمایه فکری (ساختاری، انسانی و رابطه ای) وجود دارد.	توکل و همکاران	۱۳۹۳
۵	رابطه بین سرمایه اجتماعی و اجتناب مالیاتی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.	عدم ارتباط بین سرمایه اجتماعی و اجتناب مالیاتی	برزگر و ابراهیمی	۱۳۹۸
۶	سرمایه اجتماعی و حق الزحمه حسابرسی	سرمایه اجتماعی نشأت گرفته از دین داری، جمع گرایی و رابطه با سایر شرکت ها بر حق الزحمه حسابرسی اثر منفی و معناداری می گذارد. برای سایر شاخص های یعنی ارزش های خانوادگی و رابطه با دولت ارتباط معناداری مشاهده نشده است.	مهربانپور و همکاران	۱۳۹۷
۷	بررسی رابطه بین عوامل مالی و غیر مالی بر چسبندگی هزینه ها	وجود رابطه معنادار بین چسبندگی هزینه ها و نسبت اعضای غیرموظف هیات مدیره و نیز سیاست تنظیم ساختار سرمایه شرکت	همتی و ملائی	۱۳۹۳
۸	نقش راهبری شرکتی در توضیح چسبندگی هزینه ها	ارتباط مثبت بین راهبری شرکتی و میزان چسبندگی هزینه ها دارد.	صفرزاده	۱۳۹۳
۹	تأثیر مدیریت سود بر چسبندگی هزینه ها	مدیریت سود، چسبندگی هزینه ها را کاهش می دهد	هاشمی و نجاتی	۱۳۹۴
۱۰	بررسی و تحلیل عوامل موثر بر رفتار چسبندگی هزینه	هزینه های اداری، عمومی و فروش و همچنین بهای تمام شده کالای فروش رفته چسبندگی در بهای تمام شده کالای فروش رفته بسیار بالاست و	زنجیردار و همکاران	۱۳۹۳

چسبندگی
هزینه

		شاخصهایی مانند تعداد کارکنان، میزان دارایی جاری شرکت و نسبت بدهی بر شدت چسبندگی هزینه اداری عمومی و فروش و بهای تمام شده کالای فروش رفته تاثیر میگذارد. این در حالی است که شدت چسبندگی بهای تمام شده در دارایی های جاری کمتر از داراییهای ثابت است.		
۱۳۹۵	عبدلی و غلامی	بیش اطمینانی مدیریت با چسبندگی هزینه های اداری و عمومی، توزیع و فروش و بهای تمام شده کالای فروش رفته ارتباط معنادار و مثبت دارد.	تاثیر بیش اطمینانی مدیران بر چسبندگی هزینه ها	۱۱
۱۳۹۶	سپاسی و همکاران	تأثیرپذیری چسبندگی ساختار بهای تمام شده کالای فروش رفته از فرصت های رشد، بیشتر مربوط به تجربیات گذشته بوده در حالی که حساسیت چسبندگی کل هزینه های عملیاتی به هر دو نسبت کیوتوین و میانگین نرخ رشد فروش وابستگی دارد.	ارزیابی تأثیر فرصت های رشد در رفتار نامتقارن هزینه ها: اطلاعات مربوط به تجربیات تاریخی در مقایسه با اطلاعات آینده نگر	۱۲
۱۳۹۶	ایزدی نیا و هاشمی دهچی	رابطه مثبت و معناداری بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و چسبندگی هزینه وجود دارد.	بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و چسبندگی هزینه ها	۱۳

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش این تحقیق لحاظ هدف یک تحقیق کاربردی و از نظر ماهیت و محتوا از نوع همبستگی است که با استفاده از داده های ثانویه مستخرج شده از صورت های مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به تحلیل رابطه ی همبستگی می پردازد. انجام این پژوهش در چارچوب استدلال قیاسی- استقرایی صورت خواهد گرفت. علت استفاده از روش همبستگی کشف روابط همبستگی بین متغیرها است. پژوهش همبستگی یکی از انواع

تحقیقات توصیفی است. در این پژوهش داده‌ها از یادداشت‌های توضیحی صورت‌های مالی و سایت بورس ویو^۲ و نرم افزار ره آورد نوین ۳ در طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۷ مستخرج گردید. همچنین از نرم افزار Excle2017 برای طبقه بندی و محاسبات اولیه، از نرم افزار Minitab برای نرمال سازی داده‌ها و در پایان از نرم افزار Eviews10 برای آزمون فرضیه و قابل اطمینان بودن نتایج فرضیه استفاده گردید.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این تحقیق متشکل از ۹۸ شرکت (۱۶۶۶ سال- شرکت) که با توجه به قلمرو مکانی تحقیق، شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و قلمرو زمانی یک دوره ۱۷ ساله از ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۷ با در نظر گرفتن ویژگی‌های زیر است:

- (۱) دوره مالی شرکت‌های نمونه مورد نظر منتهی به ۲۹ اسفند ماه هر سال باشد.
- (۲) شرکت‌های مورد نمونه سال مالی خود را طی دوره تحقیق تغییر نداده باشند
- (۳) شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری، هلدینگ، بانک‌ها، نهادهای پولی و بیمه از نمونه مستثنی می‌گردد.
- (۴) وقفه معاملاتی بیش از ۱۰ ماه نداشته باشد.

مدل تحقیق

به منظور آزمون فرضیه پژوهش از رابطه (۱)، استفاده شده است. بر اساس این مدل معیار اصلی تایید یا رد فرضیه پژوهش میزان سطح معناداری β_3 می‌باشد (هرتیل و همکاران، ۲۰۲۰). شایان ذکر است این مدل برگرفته از پژوهش هرتیل و همکاران (۲۰۲۰) می‌باشد.

$$\begin{aligned} \Delta \ln OC_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \Delta \ln SALES_{it} + \beta_2 Dec_{it} \times \Delta \ln SALES_{it} \\ & + (\beta_3 Social - capital_t + \beta_4 AI_{it} + \beta_5 FCF_{it} + \beta_6 LEV_{it} \\ & + \beta_7 MB_{it} + \beta_8 ROA_{it} + \beta_9 SIZE_{it}) Dec_{it} \times \Delta \ln SALES_{it} \\ & + (\beta_{10} Social - capital_t + \beta_{11} AI_{it} + \beta_{12} FCF_{it} \\ & + \beta_{13} LEV_{it} + \beta_{14} MB_{it} + \beta_{15} ROA_{it} \\ & + \beta_{16} SIZE_{it}) \times \Delta \ln SALES_{it} + INDUSTRY - Fe \\ & + YEAR - Fe \end{aligned} \quad (1)$$

که در رابطه (۱) $Social - capital_t$ به عنوان متغیر مستقل بیانگر سرمایه اجتماعی است.

که در این پژوهش به پیروی از شعبانی و همکاران (۱۳۹۲) و برزگر و ابرهیمی (۱۳۹۸) بر مبنای چهار شاخص اصلی یعنی مشارکت، اعتماد، صداقت و امنیت اجتماعی که بر اساس ۱۱ مولفه محاسبه می‌شود. مولفه‌های مورد استفاده عبارتند از: نرخ مشارکت اقتصادی، درصد مشارکت در انتخابات، ازدواج، طلاق، خودکشی، تصادف، سرقت، تعداد تماشاگران سینما، تعداد کانون فکری، تعداد افراد متقاضی رفتن به سفر حج و تعداد جرائم قضایی. همچنین برای جمع-آوری این داده‌ها از سالنامه‌های آماری ارائه شده توسط درگاه ملی ایران و پیگاه داده‌های معاونت برنامه‌ریزی و نظارت

² <http://www.bourseview.com>

راهبردی ریاست جمهوری استفاده شده است. بعد از جمع آوری داده‌ها به پیروی مهرگان و همکاران (۱۳۹۱) برای شاخص‌های که اثر مثبتی بر سرمایه اجتماعی داشتند، برای سال‌های مختلف با استفاده از رابطه (۲) بین صفر تا یک نرمال شدند و برای نرمال کردن مولفه‌های دیگر سرمایه اجتماعی که اثر منفی بر شاخص سرمایه اجتماعی داشتند مانند طلاق، سرقت و... از رابطه (۳) استفاده شده است.

$$\frac{X_i - X_{min}}{X_{max} - X_{min}} \quad (2)$$

$$\frac{X_i - X_{max}}{X_{min} - X_{max}} \quad (3)$$

به منظور معرفی و تعریف عملیاتی سایر متغیرهای پژوهش از نگاره ۳ استفاده شده است

جدول ۳: معرفی و تعریف عملیاتی سایر متغیرهای پژوهش

متغیرهای چسبندگی هزینه	$\Delta Ln OC_{it}$	بیانگر تغییرات لگاریتم هزینه‌های عملیاتی می‌باشد.
	Dec_{it}	متغیر ساختگی می‌باشد اگر فروش نسبت به دو سال گذشته کاهش یافته باشد یک و در غیر این صورت صفر اختصاص می‌یابد.
	$\Delta Ln SALES_{it}$	بیانگر تغییرات لگاریتم فروش می‌باشد.
متغیرهای کنترلی	AI_{it}	بیانگر شدت دارایی که از تقسیم کل دارایی بر فروش محاسبه می‌گردد
	FCF_{it}	برای محاسبه جریان نقدی آزاد از مدل لی هن و پولسن ^۳ (۱۹۸۹) به شرح رابطه زیر استفاده شده است: $FCF = \frac{(OIBD - CITAXP - INTEXP - DIVP)}{TA}$ FCF : جریان‌های نقد آزاد $OIBD$: سود عملیاتی قبل از کسر هزینه استهلاک $CITAXP$: مالیات بر درآمد پرداختی $INTEXP$: هزینه بهره $DIVP$: سودهای پرداختی به سهامداران
	LEV_{it}	بیانگر اهرم مالی که از تقسیم کل بدهی بر کل دارایی محاسبه می‌گردد
	MB_{it}	نشان دهنده نسبت ارزش بازار به ارزش دفتر حقوق صاحبان سهام
	ROA_{it}	بیانگر بازده دارایی‌ها که برابر است با تقسیم سود خالص بر مجموعه دارایی‌ها
	$SIZE_{it}$	اندازه شرکت که برابر است با لگاریتم طبیعی جمع داراییهای شرکت

منبع: یافته‌های پژوهش

³ Lehn & Poulsen,

یافته‌های پژوهش

جدول (۲) آمار توصیفی مربوط به متغیرهای مدل را نشان می‌دهد که پارامترهای توصیفی برای هر متغیر به صورت مجزا می‌باشد. در این جدول تعداد مشاهدات برای هر متغیر در مدل برابر ۱۶۶۶ مشاهده می‌باشد.

جدول ۴: آمار توصیفی

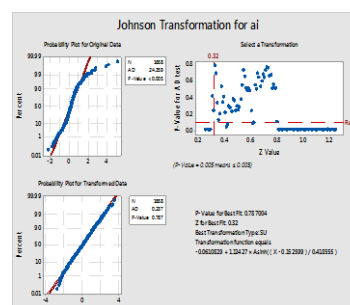
متغیرها	میانگین	میان	بیشترین	کمترین	انحراف استاندارد	چلوگی	آماره جارگ- برا
متغیرهای	۰,۰۰۰	-۰,۰۷۷	۳,۷۰۱	-۴,۲۶۴	۱,۰۰۱	۰,۲۹۵	۰,۰۰۰
چسبندگی	-۰,۰۰۳	۰,۰۰۱	۴,۰۷۰	-۳,۶۷۰	۱,۰۱۰	۰,۰۱۳	۰,۱۱۲
هزینه‌ها	-۰,۰۳۶	۰,۰۰۰	۳,۸۸۷	-۲,۶۷۹	۰,۳۸۵	-۰,۴۲۲	*
سرمایه اجتماعی	۵,۴۸۸	۵,۲۴۵	۷,۵۲۰	۳,۹۵۲	۰,۹۱۹	۰,۳۹۱	*
شدت دارایی	۰,۱۹۲	۰,۱۷۷	۵,۰۸۵	-۲,۲۶۹	۰,۵۵۹	۱,۰۳۶	۰,۰۰۰
جریان وجه نقد آزاد	-۰,۱۳۵	-۰,۹۵۶	۰,۱۹۲	-۱۹,۰۳	۰,۴۹۹	۳۳,۹۰	۰,۰۰۰
اهرم مالی	۰,۵۲۵	۰,۵۴۸	۱,۱۲۰	۰,۰۱۱	۰,۱۸۵	-۰,۳۰۶	۰,۰۰۰
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۳,۵۵۲	۲,۵۰۷	۱۵,۹۲	-۱۱,۶۹	۳,۵۸۹	۱,۱۸۶	۰,۰۰۰
بازده دارایی	۰,۱۳۵	۰,۱۰۹	۰,۸۱۲	-۰,۴۰۴	۰,۱۳۷	۰,۹۳۸	۰,۰۰۰
اندازه شرکت	۱۳,۶۰	۱۳,۴۳	۱۹,۳۱	۹,۴۹۷	۱,۶۴۰	۰,۷۰۹	۰,۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

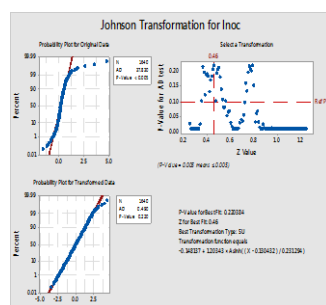
مهم‌ترین شاخص مرکزی میانگین است که نشان دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص مناسبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌ها است که مقدار آن برای متغیر سرمایه اجتماعی برابر با ۵,۴۸۸ است میان نیز یکی از شاخص‌های مرکزی است که وضعیت جامعه را نشان می‌دهد. پارامترهای پراکندگی، به طور کلی معیاری برای تعیین میزان پراکندگی داده‌ها از یکدیگر یا میزان پراکندگی آن‌ها نسبت به میانگین است. از جمله مهمترین پارامترهای پراکندگی انحراف معیار است. مقدار این پارامتر برای سرمایه اجتماعی برابر با ۰,۹۱۹ است که نشان دهنده‌ی میزان پراکندگی این متغیر می‌باشد. میزان عدم تقارن منحنی فراوانی را چولگی می‌نامند. اگر ضریب چولگی صفر باشد، جامعه کاملاً متقارن است و چنانچه ضریب مثبت باشد، چولگی به راست و اگر منفی باشد، چولگی به چپ وجود خواهد داشت. آماره جارگ_برا نیز به عنوان ابزاری قدرتمند برای شناسایی توزیع نرمال استفاده می‌شود. نرمال بودن داده‌ها از آنجایی اهمیت پیدا می‌کند که استفاده یا عدم استفاده از روش‌های آماری پارامتریک و روش‌های آماری ناپارامتریک بستگی به وجود توزیع نرمال و توزیع غیر نرمال متغیر وابسته دارد. همانطور که در جدول (۱) نمایان شده است میزان سطح معناداری

آماره جارگ-برا برای تمامی متغیرها به غیر لگاریتم تغییرات فروش کمتر از ۵٪ است که نشان می‌دهد داده‌های این متغیرها از توزیع نرمال برخوردار نیستند. لذا به منظور نرمال‌سازی متغیرها از روش جانسون در نرم افزار *minitab* و همچنین حذف نقاط پرت در محیط Excel استفاده شده است و مجدداً مورد آزمون آماره جارگ-برا قرار گرفت که نتایج در جدول (۳) شرح داده شده است. همچنین تصویر (۱) و (۲) به طور نمونه فرآیند نرمالسازی داده‌های لگاریتم تغییرات هزینه‌های عملیاتی و شدت دارایی را نشان می‌دهد:

تصویر ۱



تصویر ۲



جدول ۵: نتایج آزمون آماره جارگ-برا

متغیرها	آماره جارگ-برا	معناداری	نتیجه
$\Delta \ln OC_{it}$	۵۲,۶۸	۰,۲۲۰	تایید فرضیه صفر
شدت دارایی	۱,۵۶۳	۰,۴۵۷	تایید فرضیه صفر
جریان وجه نقد آزاد	۴۵,۲۳	۰,۰۸۲	تایید فرضیه صفر
اهرم مالی	۱۰۱,۲۵	۰,۵۴۸	تایید فرضیه صفر
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری	۶۵,۲۵	۰,۳۲۵	تایید فرضیه صفر
بازده دارایی	۹,۲۵۱	۰,۲۱۵	تایید فرضیه صفر
اندازه شرکت	۱۴,۲۵	۰,۰۶۳	تایید فرضیه صفر

منبع: یافته‌های پژوهش

بررسی ایستایی (مانایی) و پایایی (نامایی) متغیرهای مدل رگرسیون

در این پژوهش قبل از برآورد مدل رگرسیونی، مانایی کلیه متغیرهای مورد استفاده در تخمین مدل‌های آماری مورد آزمون قرار گرفته شده است. یک متغیر سری زمانی وقتی ماناست که میانگین، واریانس و ضریب خود همبستگی آن در طول زمان ثابت باقی بماند مانایی دو حالت دارد: ضعیف و قوی. اگر تمامی گشتاورها در طول زمان ثابت باشد، سری، مانای قوی است؛ ولی اگر گشتاورهای مرتبه اول و دوم ثابت باشد سری مانای ضعیف است. تخمین مدل‌های رگرسیونی بدون توجه به مانایی و نامانایی متغیرها، زمینه بروز رگرسیون کاذب با ظاهری آراسته را فراهم می‌آورد. بر این اساس جهت بررسی قدرت ریشه واحد از آزمون دیگی فولر تعمیم یافته در نرم افزار *Eviews* استفاده شده همچنین به منظور

قابلیت اتکا بیشتر نتایج آماری از آزمون‌های لوین، لین و جو (*LLC*) و *PPFISHER* در جهت بررسی قدرت ریشه واحد متغیرها استفاده شده که نتایج آن در جدول (۴) شرح داده شده است.

جدول ۶: نتایج آماری از آزمون‌های لوین، لین و جو (*LLC*) و *PPFISHER*

متغیرها		آزمون دیکی فولر		آزمون <i>LLC</i>		آزمون <i>PP-FISHER</i>	
متغیرهای چسبندگی هزینه‌ها	$\Delta \ln OC_{it}$	۰,۰۰۰	۱۰۰,۶۲	۰,۰۰۰	-۵,۲۰۵	۰,۰۰۰	۲۸۰,۰۷
	$\Delta \ln SALES$	۰,۰۰۰	۷۶,۹۶	۰,۰۰۰	-۱,۹۰۱	۰,۰۰۰	۱۷۸,۶۷
	$\ln SALES * Dec$	۰,۰۳۱۲	۱۰,۶۲۱	۰,۰۰۰۹	-۳,۱۳۲	۰,۰۰۲۶	۱۶,۳۵۴
سرمایه اجتماعی							
شدت دارایی		۰,۰۰۰	۱۴۵,۳۰	۰,۰۰۰	-۸,۳۰۹	۰,۰۰۰	۱۵۷,۳۳
جریان وجه نقد آزاد		۰,۰۰۰	۱۴۰,۴۵	۰,۰۰۰	-۱۰,۰۹	۰,۰۰۰	۱۷۲,۴۶
اهرم مالی		۰,۰۰۰	۱۵۷,۴۷	۰,۰۰۰	-۱۰,۲۳	۰,۰۰۰	۴۱۴,۴
نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری		۰,۰۰۰	۱۶۹,۰۲	۰,۰۰۰	-۱۰,۱۲	۰,۰۰۰	۴۰۵,۹
بازده دارایی		۰,۰۰۰	۱۶۹,۱۸	۰,۰۰۰	-۱۱,۹۷	۰,۰۰۰	۱۹۳,۳
اندازه شرکت		۰,۰۰۰	۱۵۴,۰۴	۰,۰۰۰	-۱۰,۳۰	۰,۰۰۰	۱۶۸,۵
فرضیه صفر: متغیر مورد آزمون ریشه واحد دارد (ناماناست)							
فرضیه یک: متغیر مورد آزمون ریشه واحد ندارد (ماناست)							

منبع: یافته‌های پژوهش

همانطور که در جدول (۴) شرح داده شده است سطح معنا داری تمام متغیرها کمتر از ۵٪ می‌باشد که نشان می‌دهد این متغیرها مانا یا ایستا هستند. لازم به ذکر است از آنجایی که متغیر سرمایه اجتماعی به صورت سالانه در مدل اجرا خواهد شد نیاز به آزمون مانایی ندارد.

آزمون هم خطی

هم خطی وجود یک یا چند رابطه خطی دقیق بین متغیرهای توضیحی را بیان می‌نماید. برای بررسی وجود یا عدم وجود هم خطی میان متغیرهای مستقل پژوهش از تحلیل همبستگی استفاده شده است؛ که اینکار با محاسبه ضریب همبستگی پیرسون انجام می‌شود. جدول (۵) ضرایب همبستگی پیرسون میان متغیرهای مستقل مدل نهایی را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج جدول مشخص گردید ضریب همبستگی خیلی زیاد یا خیلی کم (نزدیک به +۱ یا -۱) که نتایج تحلیل رگرسیونی را تحت تأثیر قرار دهد مشاهده نمی‌شود.

جدول ۷: ضرایب همبستگی پیرسون

اندازه	بازده	دارایی	بازار	ارزش	اهرم مالی	وجه نقد	شدت	دارایی	سرمایه	اجتماعی	$Dec_{it} \times \Delta \ln SALES$	$\Delta \ln SALES$	$\Delta \ln OC$	
													۱	$\Delta \ln OC$
												۱	۰,۳۰۹	$\Delta \ln SALES$
											۱	۰,۰۵۹	۰,۱۲۹	$Dec_{it} \times \Delta \ln SALES$
									۱	۰,۰۲۱	-۰,۰۵۱	-۰,۱۱۹	۰,۱۱۹	سرمایه اجتماعی
								۱	-۰,۱۰۰	۰,۰۷۰	-۰,۰۱۲	-۰,۱۱۹	-۰,۱۱۹	شدت دارایی
						۱	-۰,۰۱۰	۰,۰۴۰	۰,۰۱۱	۰,۰۱۷	۰,۰۶۲	۰,۰۶۲	۰,۰۶۲	جریان وجه نقد آزاد
					۱	-۰,۰۵۲	-۰,۰۲۹	۰,۰۱۲	-۰,۰۴۲	-۰,۰۱۰	۰,۰۰۷	۰,۰۰۷	۰,۰۰۷	اهرم مالی
				۱	۰,۰۶۰	-۰,۰۱۲	-۰,۰۳۱	-۰,۱۱۰	-۰,۰۰۳	۰,۰۱۰	۰,۰۴۵	۰,۰۴۵	۰,۰۴۵	ارزش بازار بر ارزش دفتری
		۱	۰,۰۳۴	-۰,۰۴۲	-۰,۰۰۱	-۰,۱۵۱	-۰,۰۲۲	-۰,۰۴۹	۰,۰۰۸	۰,۰۳۲	۰,۰۳۲	۰,۰۳۲	۰,۰۳۲	بازده دارایی
۱	-۰,۰۰۲	۰,۰۰۶	-۰,۰۰۳	۰,۰۵۷	۰,۰۴۰	۰,۱۴۶	۰,۰۹۷	۰,۰۸۵	۰,۰۸۰	۰,۰۸۰	۰,۰۸۰	۰,۰۸۰	۰,۰۸۰	اندازه

منبع: یافته های پژوهش

ثابت بودن واریانس جمله خطا

اگر واریانس جمله خطا ثابت نباشد منجر می شود تا انحراف معیار محاسبه شده جهت تخمین مدل رگرسیونی دارای خطا باشد و زمینه تغییر علامت ضرایب مدل رگرسیونی و متعاقب آن دستیابی به نتایج کاذب را به عمل می آورد. لذا در این تحقیق برای اطمینان از همسانی واریانس جمله خطا از آزمون آرچ^۴ استفاده شده است؛ که در جدول (۶) نمایان شده است:

جدول ۸: نتایج مدل رگرسیون حداقل مربعات با استفاده از داده های تلفیقی

آزمون آرچ ARCH			آزمون
نتیجه	سطح معنی داری	مقدار آماره آزمون	
تایید فرضیه صفر	۰,۲۳۰۱	۱,۴۴۱۹	بر مبنای آماره F
تایید فرضیه صفر	۰,۲۲۹۷	۱,۴۴۲۸	بر مبنای آماره X^2

^۴ ARCH

فرضیه صفر: جملات خطا مدل دارای واریانس همسان می‌باشد.
فرضیه یک: جملات خطا مدل دارای واریانس همسان نمی‌باشند.

منبع: یافته های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون آرج نشان می‌دهد مدل مورد استفاده برای آزمون فرضیه پژوهش با مشکل ناهمسانی واریانس مواجه نیست چرا که سطح معنی داری برای آماره F و X^2 بیشتر از ۵ درصد می‌باشد بنابراین فرضیه صفر تایید می‌گردد. تایید این فرضیه موجب می‌شود تا در هنگام تخمین ضرایب مدل رگرسیونی نیازی به استفاده از روش GLS ^۵ نباشد.

انتخاب الگوی مناسب

در این پژوهش از آزمون F لیمر جهت تعیین بکارگیری مدل اثرات تابلویی در مقابل تلفیق کل داده انجام گرفته است. بدیهی است در صورت وجود ناهمگنی یا تفاوت فردی بین مشاهدات استفاده از داده‌های تابلویی منجر به نتایج قابل اتکاتری می‌گردد. موضوع قابل توجه این است که از آنجایی که در الگو داده‌های تابلویی علاوه بر رویکرد اثرات ثابت، رویکرد اثرات تصادفی نیز وجود دارد، می‌بایست زمانی که فرضیه صفر در آزمون F لیمر رد شد، لازم است مدل مورد نظر از جنبه استفاده یا عدم استفاده از رویکرد اثرات تصادفی نیز آزمون شود که در این پژوهش در صورت وجود این شرایط از آزمون هاسمن استفاده می‌شود. نتایج آزمون F لیمر در جدول (۷) شرح داده شده است.

جدول ۹: نتایج آزمون f لیمر

مدل رگرسیون	آماره f لیمر	معناداری	نتیجه	
مدل رگرسیونی	۱,۱۱۹۹	۰,۳۳۹۲	تایید فرضیه صفر	استفاده از الگوی تلفیقی در مقابل الگوی ترکیبی
فرضیه صفر: استفاده از الگوی تلفیقی				
فرضیه یک: استفاده از الگوی داده ترکیبی با رویکرد اثرات ثابت				

منبع: یافته های پژوهش

آزمون F لیمر برای مدل پژوهش با تایید فرضیه صفر همراه بود (نگاره ۷). در نتیجه باید از الگوی تلفیقی استفاده نمود و همچنین به آزمون هاسمن برای استفاده یا عدم استفاده از اثرات تصادفی نیز نیازی نمی‌باشد.

تخمین مدل رگرسیونی فرضیه

به منظور آزمون نرمال بودن جز اختلال از آماره جارگ برا استفاده شده است که میزان سطح معناداری این آماره که بیشتر از ۵٪ می‌باشد بنابراین فرضیه صفر مبنی بر نرمال بودن جملات خطا رد نمی‌شود. جهت آزمون خودهمبستگی جز اختلال از آماره دوربین واتسون استفاده شده است؛ که در این پژوهش میزان آماره دوربین واتسون ۱,۵۳ می‌باشد که هرچند در نقطه بحرانی قرار دارد اما در بین مقادیر قابل قبول برای این آزمون یعنی ۱,۵ تا ۲,۵ قرار دارد

^۵ روش تعمیم یافته حداقل مربعات

جدول ۱۰: نتایج مدل رگرسیون حداقل مربعات با استفاده از داده های تلفیقی

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره Z	احتمال آماره Z
β_0	۸,۴۹۵۰	۰,۰۶۴۰	۱۳,۲۶۱	۰,۰۰۰۰
β_1	۱,۲۲۱۵	۰,۱۱۷۶	۱۰,۳۷۹	۰,۰۰۰۰
β_2	-۴,۲۱۲۰	۶,۹۴۲	-۶,۰۶۶۷	۰,۰۰۰۰
β_3	۱,۳۷۰۷	۰,۶۹۴۴	۱,۹۷۳۷	۰,۰۴۸۶
β_4	۱,۰۸۰۴	۱,۱۷۰۴	۰,۹۲۳۱	۰,۳۵۶۱
β_5	-۵,۶۰۶۷	۷,۴۹۴۲	-۰,۷۴۸۱	۰,۴۵۴۵
β_6	۴,۸۸۱۹	۳,۷۹۰۶	۱,۲۸۷۸	۰,۱۹۸۰
β_7	۰,۰۳۲۷	۰,۰۶۰۶	۰,۵۴۰۱	۰,۵۸۹۲
β_8	۴,۷۸۴۵	۵,۵۸۴۱	۰,۸۵۶۸	۰,۳۹۱۷
β_9	۲,۲۵۵۱	۰,۳۳۵۷	۶,۷۱۶۳	۰,۰۰۰۰
β_{10}	-۰,۰۹۸۹	۰,۰۵۱۰	-۱,۹۴۰۳	۰,۰۵۲۶
β_{11}	۰,۰۶۰۶	۰,۰۵۹۰	-۱,۰۲۷۲	۰,۳۰۴۵
β_{12}	۰,۰۷۵۷	۰,۰۷۳۴	-۰,۷۸۳۲	۰,۴۳۳۶
β_{13}	-۰,۰۹۱۶۸	۰,۲۷۶۷	-۳,۳۱۲۵	۰,۰۰۱۰
β_{14}	-۰,۰۰۲۳	۰,۰۰۳۴	-۰,۶۸۶۱	۰,۴۹۲۷
β_{15}	-۰,۳۴۳۹	۰,۴۰۰۹	-۰,۸۵۷۷	۰,۳۹۱۲
β_{16}	۰,۰۹۶۳	۰,۰۲۱۷	۴,۴۲۳	۰,۰۰۰
اثر سال	کنترل شد			
اثر صنعت	کنترل شد			
آزمون جارگ-برا جز باقی مانده مدل		آماره	۳,۹۸۹۱	
		سطح معناداری	۰,۱۳۰۶	
ضریب تعیین	۰,۱۸۲۱	سطح معناداری آماره مدل	۰,۰۰۰۰	
ضریب تعیین تعدیل شده	۰,۱۷۱۲	دوربین واتسون	۱,۵۳۳۶	

منبع: یافته های پژوهش

همانطور که در نگاره (۸) نشان داده شده است فرضیه تحقیق تایید می‌گردد چرا که سطح معناداری در رابطه با β_3 کمتر از ۵٪ می‌باشد بنابراین با توجه به علامت مثبت β_3 می‌توان این نتیجه را استنباط نمود که با افزایش مولفه‌های سرمایه اجتماعی، میزان چسبندگی هزینه‌ها نیز افزایش می‌یابد.

ضریب تعیین در این مدل برابر با ۰,۱۸ است. بدین معنا که متغیرهای مستقل و کنترل ۱۸٪ از تغییرات وابسته را توضیح می‌دهند. در رگسیون حداقل مربعات، به منظور بررسی معناداری کلی مدل از آماره F استفاده می‌شود؛ که مقدار سطح معناداری این آماره نیز ۰,۰۰۰۰ به دست آمده که بیانگر معناداری کلی مدل در سطح خطای ۱٪ است.

نتیجه گیری، بحث و پیشنهاد

سرمایه اجتماعی جامعه به عنوان یک عامل اقتصادی-اجتماعی قدرت هنجارهای اجتماعی و تراکم شبکه‌های اجتماعی در یک منطقه را به نمایش می‌گذارد. این عامل اقتصادی-اجتماعی ممکن است بر تصمیمات مربوط به تعدیل منابع مدیریتی از طرق مختلف تأثیر بگذارد و موجب بروز رفتار به اصطلاح چسبندگی در هزینه‌ها شود. لذا در این تحقیق با بهره‌گیری از مبانی نظری مطرح در علوم حسابداری و علوم اجتماعی و همینطور تحقیقات پذیرفته شده توسط پژوهشگران داخلی و خارجی، اقدام به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر چسبندگی هزینه‌ها با استفاده از اطلاعات مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و داده‌های مربوط به مولفه‌های سرمایه اجتماعی از سال‌ها ۱۳۸۱ الی ۱۳۹۸ شده است. نتیجه آزمون فرضیه این پژوهش نشان داد رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و چسبندگی هزینه‌ها وجود دارد به عبارت دیگر افزایش سرمایه اجتماعی موجب افزایش چسبندگی هزینه‌ها می‌شود. از نتیجه این پژوهش می‌توان استنباط نمود تصمیمات مدیران در زمانی که مولفه‌های سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد تغییر می‌کند. در واقع با افزایش سرمایه اجتماعی، مدیران تمایل کمتری برای کاهش هزینه‌ها در دوره‌های رکود دارند چرا که ایشان وجود هنجارهای مشارکتی قوی بیرونی را درک کرده و تصمیمات خود را در راستای اجتناب از مجازات‌های اجتماعی بنا می‌دارند. نتایج این فرضیه با پژوهش (هارتلیبا؛ لویب و آیرله، ۲۰۲۰) مشابه است. با توجه به نتایج تحقیق به مجموعه مدیریتی شرکت‌ها توصیه می‌شود در تصمیم‌گیری‌های مورد نیاز در رابطه با هزینه‌ها قاطعانه برخورد نمی‌نماید؛ به عبارت دیگر مدیران نباید تحت تأثیر شرایط و محیط رو به رشد کشور از لحاظ ارزش‌های اجتماعی قرار بگیرند و تصمیمات احساسی یا خوش‌بینانه‌ای در مورد تعدیل یا کاهش هزینه‌ها در دوره‌های رکود اتخاذ نمایند و عمل اشتباه خود را با فرآیند مسئولیت اجتماعی اشتباه توجیه نمایند. با انجام هر تحقیق، راه به سوی تحقیق‌های جدید باز می‌شود و لزوم انجام تحقیقات بیشتری احساس می‌گردد؛ بنابراین از آنجا که ضرورت تعامل پژوهشات حسابداری با سایر رشته‌های مربوط کاملاً مشهود است اما با این حال تحقیقات کمی در سطح داخلی در این باره صورت گرفته است لذا پیشنهاد می‌شود تأثیر برای تکمیل ادبیات مربوط به این تحقیق پژوهشگران تأثیر سرمایه اجتماعی بر چسبندگی هزینه‌ها را به تفکیک استان‌ها کشور بررسی نمایند.

منابع

- (۱) ایزدی نیا، ناصر؛ هاشمی دهچی، مجید. بررسی رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و چسبندگی هزینه ها، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، شماره ۳۲. ۱۳۹۶. صص ۱-۱۲
- (۲) برزگر، قدرت الله؛ ابراهیمی، جمیل. رابطه بین سرمایه اجتماعی و اجتناب مالیاتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله دانش حسابداری، شماره ۲، ۱۳۹۸، صص ۱۸۳-۲۲۰
- (۳) توکلی، عبدالله؛ عزیز پور لبنی، عبدالصمد؛ رضایی، الهام و میرزایی، اشرف. بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر مولفه های سرمایه فکری (مورد مطالعه: اداره کل امور مالیاتی استان قم)، مدیریت سرمایه اجتماعی، شماره ۲. ۱۳۹۳. صص ۲۶۵-۲۸۷
- (۴) ذولفقاری، مهدی و اسدی، زهره. بررسی اثر سرمایه اجتماعی بر ثبات بانکی ایران، فصلنامه پژوهش های اقتصادی، شماره ۱۹. ۱۳۹۸. صص ۸۵-۱۰۸
- (۵) زنجیردار، مجید؛ غفاری آشتیانی، پیمان و مداحی، زهرا. بررسی و تحلیل عوامل موثر بر رفتار چسبندگی هزینه، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، شماره ۲۰. ۱۳۹۳. صص ۷۹-۹۱
- (۶) سیاسی، سحر؛ کیانی، آیدین و احمدیان، وحید. ارزیابی تاثیر فرصت های رشد در رفتار نامتقارن هزینه ها: اطلاعات مربوط به تجربیات تاریخی در مقایسه با اطلاعات آینده نگر، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، شماره ۳۲. ۱۳۹۶. صص ۴۳-۵۷
- (۷) شعبانی، احمد؛ نخلی، سیدرضا؛ شاخانی، مصطفی. اثر سرمایه اجتماعی بر توسعه انسانی: مطالعه کاربردی مناطق ایران. برنامه ریزی و بودجه، شماره ۲. ۱۳۹۲. صص ۱۶۱-۱۲۷
- (۸) صالحی امیری، سید رضا؛ قدمی، محسن و بیگ زاده، یوسف. طراحی و ارائه الگو جهت سنجش تاثیر سرمایه اجتماعی بر ابعاد توسعه پایدار، مدیریت بهره وری. شماره ۲۳. ۱۳۹۱. صص ۱۵-۳۷
- (۹) صفرزاده، محمدحسین. نقش راهبری شرکتی در توضیح چسبندگی هزینه ها، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی، شماره ۲۳. ۱۳۹۳. صص ۱-۲۱.
- (۱۰) عبدلی، محمد رضا؛ غلامی، مرضیه. تاثیر بیش اعتمادی مدیران بر چسبندگی هزینه ها، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، شماره ۲۹. ۱۳۹۵. صص ۱۵-۳۰.
- (۱۱) قادری، کاوه. نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای مسئولیت پاسخگویی مدیران بخش عمومی، نشریه حسابداری دولتی. شماره ۲. ۱۳۹۶. صص ۳۱-۴۲
- (۱۲) مهربان پور، محمد رضا؛ جندقی قمی، محمد و رجب بیکی، محمد علی. سرمایه اجتماعی و حق الزحمه حسابرسی، فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۲. ۱۳۹۷. صص ۲۶۹-۲۸۸
- (۱۳) مهرگان، نادر؛ دلاری، حسن؛ شهنواز، سارا. برآورد روند سرمایه اجتماعی در استان های ایران. پژوهش ها و سیاست های اقتصادی، شماره ۲۰، ۱۳۹۱. صص ۲۴-۵

۱۴) هاشمی، سید عباس؛ نجاتی، علی. تأثیر مدیریت سود بر چسبندگی هزینه‌ها، بررسی‌های حسابداری، شماره ۸، ۱۳۹۴. صص ۹۳-۱۰۸.

۱۵) همتی، حسن؛ ملانی، سهیلا. بررسی رابطه بین عوامل موثر مال و غیر مالی بر چسبندگی هزینه‌ها، پژوهشنامه اقتصاد و کسب و کار، شماره ۹. ۱۳۹۳. صص ۱-۱۳.

- 16) Adler, P.S., Kwon, S.-W., Social capital: prospects for a new concept. *Acad. Manag. Rev.* 27 (1), 2002. 17-40.
- 17) Aiken, L.S., West, S.G., *Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions*. Sage, Newbury Park, CA. 1991.
- 18) Anderson, M.C., Banker, R.D., Janakiraman, S.N., Are selling, general, and administrative costs "sticky"? *J. Account. Res.* 41 (1), 2003. 47-63.
- 19) Anderson, S.W., Lanen, W.N., *Understanding Cost Management: What Can We Learn From the Empirical Evidence on "Sticky Costs?"*. Working Paper, University of Michigan. 2009.
- 20) Anheier, H.K., Gerhards, J., Romo, F.P., Forms of capital and social structure in cultural fields: examining bourdieu's social topography. *Am. J. Sociol.* 100 (4), 1995. 859-903.
- 21) Balakrishnan, R., Gruca, T.S., Cost stickiness and core competency: a note. *Contemp. Account. Res.* 25 (4), 2008. 993-1006.
- 22) Banker, R.D., Byzalov, D., Chen, L.T., Employment protection legislation, adjustment costs and cross-country differences in cost behavior. *J. Account. Econ.* 55 (1), 2013. 111-127.
- 23) Banker, R.D., Byzalov, D., Ciftci, M., Mashruwala, R., The moderating effect of prior sales changes on asymmetric cost behavior. *J. Manag. Account. Res.* 26 (2), 2014. 221-242.
- 24) Banker, R.D., Byzalov, D., Fang, S., Liang, Y., Cost management research. *J. Manag. Account. Res.* 30 (3), 2018. 187-209.
- 25) Berggren, N., Björnskov, C., Is the importance of religion in daily life related to social trust? Cross-country and cross-state comparisons. *J. Econ. Behav. Organ.* 80 (3), 2011. 459-480.
- 26) Bonaparte, Y., Kumar, A., Political activism, information costs, and stock market participation. *J. financ. econ.* 107 (3), 2013. 760-786.
- 27) Brown, N.C., Stice, H., White, R.M., Mobile communication and local information flow: evidence from distracted driving laws. *J. Account. Res.* 53 (2), 2015. 275-329.
- 28) Buonanno, P., Montolio, D., Vanin, P., Does social capital reduce crime? *J. Law Econ.* 52 (1), 2009. 145-170.
- 29) Calleja, K., Steliaros, M., Thomas, D.C., A note on cost stickiness: some international comparisons. *Manag. Account. Res.* 17 (2), 2006. 127-140.
- 30) Chen, C.X., Gores, T., Nasev, J., *Managerial Overconfidence and Cost Stickiness*. Working Paper. University of Illinois at Urbana-Champaign. 2013.
- 31) Chen, C.X., Hai, L., Sougiannis, T., The agency problem, corporate governance, and the asymmetrical behavior of selling, general, and administrative costs. *Contemp. Account. Res.* 29 (1), 2012. 252-282.

- 32) Chhaochharia, V., Kumar, A., Niessen-Ruenzi, A., Local investors and corporate governance. *J. Account. Econ.* 54 (1), 2012. 42–67.
- 33) Chi, S.S., Shantikumar, D.M., Local Bias in google search and the market response around earnings announcements. *Account. Rev.* 92 (4), 2017. 115–143.
- 34) Coleman, J.S., *Foundations of Social Theory*. Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge, Mass. 1990.
- 35) Coleman, J.S., Social capital in the creation of human capital. *Am. J. Sociol.* 94 (Supplement), 1988. 95–120.
- 36) De Carolis, D.M., Saporito, P., Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: a theoretical framework. *Entrep. Theory Pract.* 30 (1), 2006. 41–56.
- 37) Dierynck, B., Landsman, W.R., Renders, A., Do managerial incentives drive cost behavior? Evidence about the role of the zero earnings benchmark for labor cost behavior in private belgian firms. *Account. Rev.* 87 (4), 2012. 1219–1246.
- 38) Dincer, O.C., Uslaner, E.M., Trust and growth. *Public Choice* 142, 2010. 59–67.
- 39) Doney, P.M., Cannon, J.P., Mullen, M.R., Understanding the influence of national culture on the development of trust. *Acad. Manag. Rev.* 23 (3), 1998. 601–620.
- 40) Droege, S.B., Hoobler, J.M., Employee turnover and tacit knowledge diffusion: a network perspective. *J. Managerial Issues* 15 (1), 2003. 50–64.
- 41) Elster, J., Social norms and economic theory. *J. Econ. Perspect.* 3 (4), 1989. 99–117.
- 42) Fukuyama, F., Social capital, civil society and development. *Third World Q.* 22 (1), 2001. 7–20.
- 43) Guiso, L., Sapienza, P., Zingales, L., The role of social capital in financial development. *Am. Econ. Rev.* 94 (3), 2004. 526–556.
- 44) Günther, T.W., Riehl, A., Rler, R., 2014. Cost stickiness: state of the art of research and implications. *J. Manag. Control.* 24 (4), 2014. 301–318.
- 45) Hartlieb, S., Loy, T.R., Evidence on the Trade-Off Between Cost Stickiness and Income Smoothing. Working Paper, University of Bamberg and University of Bayreuth. 2017.
- 46) Hasan, I., Hoi, C.-K., Wu, Q., Zhang, H., Does social capital matter in corporate decisions? Evidence from corporate tax avoidance. *J. Account. Res.* 55 (3), 2017a 629–668.
- 47) Hasan, I., Hoi, C.-K., Wu, Q., Zhang, H., Social capital and debt contracting: evidence from bank loans and public bonds. *J. Financ. Quant. Anal.* 52 (3), 2017b. 1017–1047.
- 48) Hilary, G., Hui, K.W., Does religion matter in corporate decision making in America? *J. Financ. Econ.* 93 (3), 2009. 455–473.
- 49) Hoi, C., Wu, Q., Zhang, H., Community social capital and corporate social responsibility. *J. Bus. Ethics* 152 (3), 2018. 647–665.
- 50) Hope, O.-K., Thomas, W.B., Managerial empire building and firm disclosure. *J. Account. Res.* 46 (3), 2008. 591–626.
- 51) Jha, A., Chen, Y., Audit fees and social capital. *Account. Rev.* 90 (2), 2015. 611–639.
- 52) Jha, A., Cox, J., Corporate social responsibility and social capital. *J. Bank. Financ.* 60, 2015. 252–270.
- 53) Jha, A., Financial reports and social capital. *J. Bus. Ethics* forthcoming, 2017. (but first online: 14 March 2017). <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-017-3495-5>

- 54) Kama, I., Weiss, D., Do earnings targets and managerial incentives affect sticky costs? *J. Account. Res.* 51 (1), 2013. 201–224.
- 55) Kitching, K., Mashruwala, R., Pevzner, M., Culture and cost stickiness: a crosscountry study. *Int. J. Account.* 51 (3), 2016. 402–417.
- 56) Knack, S., Civic norms, social sanctions, and voter turnout. *Ration. Soc.* 4, 1992. 133–156.
- 57) Knack, S., Keefer, P., Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *Q. J. Econ.* 112 (4), 1997. 1251–1288.
- 58) La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., Vishny, R.W., Trust in large organizations. *Am. Econ. Rev.* 87, 1997. 333–338.
- 59) Leana, C.R., van Buren III, H.J., Organizational social capital and employment practices. *Acad. Manag. Rev.* 24 (3), 1999. 538–555.
- 60) Lehn, K., & Poulsen, A. Free cash flow and stock holder gains in going private transactions, *Journal of Finance*, 44, 1989. 774–789.
- 61) McCleary, R.M., Barro, R.J., Religion and economy. *J. Econ. Perspect.* 20 (2), 2006. 49–72.
- 62) McGuire, S.T., Omer, T.C., Sharp, N.Y., The impact of religion on financial reporting irregularities. *Account. Rev.* 87 (2), 2012. 645–673.
- 63) Nahapiet, J., Ghoshal, S., Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Acad. Manag. Rev.* 23 (2), 1998. 242–266.
- 64) Nahapiet, J., Ghoshal, S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Acad. Manag. Rev.* 23 (2), 1998. 242–266.
- 65) Noreen, E., Conditions under which activity-based systems provide relevant costs. *J. Manag. Account. Res.* 3, 1991. 159–168.
- 66) Payne, T.G., Moore, C.B., Griffis, S.E., Autry, C.W., Multilevel challenges and opportunities in social capital research. *J. Manage.* 37 (2), 2011. 491–520.
- 67) Portes, A., Social capital: its origins and applications in modern sociology. *Annu. Rev. Sociol.* 24 (1), 1998. 1–24.
- 68) Putnam, R.D., Bowling alone: America's declining social capital. *J. Democr.* 6 (1), 1995. 65–78.
- 69) Putnam, R.D., Social capital: measurement and consequences. *ISUMA: Can. J. Policy Res.* 2, 2001. 41–51.
- 70) Rouxelin, F., Wongsunwai, W., Yehuda, N., Aggregate cost stickiness in GAAP financial statements and future unemployment rate. *Account. Rev.* 93 (3), 2018. 299–325.
- 71) Rupasingha, A., Goetz, S.J., Freshwater, D., The production of social capital in US counties. *J. Socio-Econ.* 35, 2006. 83–101.
- 72) Smidt, C., Religion and civic engagement: a comparative analysis. *Ann. Am. Acad. Pol. Soc. Sci.* 565 (1), 1999. 176–192.
- 73) Spagnolo, G., Social relations and cooperation in organizations. *J. Econ. Behav. Organ.* 38 (1), 1999. 1–25.
- 74) Subramaniam, C., Weidenmier Watson, M., Additional evidence on the sticky behavior of costs. *Adv. Manage. Account.* 26, 2016. 275–305.
- 75) Uslaner, E.M., *The Moral Foundations of Trust*. Cambridge University Press, Cambridge, UK. 2002.

- 76) Van Buren III, H.J., The bindingness of social and psychological contracts: toward a theory of social responsibility in downsizing. *J. Bus. Ethics* 25 (3), 2000. 205–219.
- 77) Weiss, D., Cost behavior and analysts' earnings forecasts. *Account. Rev.* 85 (4), 2010. 1441–1471.
- 78) Westlund, H., Bolton, R., Local social capital and entrepreneurship. *Small Bus. Econ.* 21, 2003. 77–113.
- 79) White, T., Dieckman, E., Seizing control of SG&A. *Financ. Executive* 21 (2), 2005. 20–23.
- 80) Wood, D.J., Social issues in management: theory and research in corporate social performance. *J. Manage.* 17 (2), 1991. 383–406.
- 81) Woolcook, M., The rise and routinization of social capital, 1988–2008. *Annu. Rev. Polit. Sci.* 13, 2010. 469–487.
- 82) Zak, P.J., Knack, S., Trust and growth. *Econ. J.* 111 (470), 2001. 295–321.

Investigating the Impact of Social Capital on Cost Stickiness: Evidence from the Tehran Stock Exchange

Mustafa Muslemi¹

Amir Javadinia²

Date of Receipt: 2021/06/05 Date of Issue: 2021/10/05

Abstract

Cost stickiness is a situation in which managers tend to increase production capacity while increasing sales, but if demand decreases, they do not want to reduce their unused capacity. In this research, the aim is to investigate the effect of social capital component on asymmetric cost behavior. For this purpose, companies listed on the Tehran Stock Exchange during the years 2002 to 2020 customers in 98 companies (or in other words 1666 years- the company) has been examined. The result of testing the hypothesis of this study showed that there is a positive and significant relationship between social capital and cost stickiness. In other words, increasing social capital increases cost stickiness. From the results of this study, it can be inferred that managers' decisions change when the components of social capital increase. In fact, with the increase in social capital, managers are less inclined to reduce costs during periods of recession because they understand the existence of strong external participation norms and base their decisions on avoiding social punishment.

Keywords

Social Capital, Cost Stickiness, Cost Asymmetry

1. Master of Accounting. (Email: mmoslemi120@gmail.com)

2. Accounting PhD student. (Email: amirsamakosh@gmail.com)