

بررسی تأثیر قدرت مدیرعامل و جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه‌ها

فاطمه تاج‌الدینی

گروه حسابداری، واحد کنگاور، دانشگاه آزاد اسلامی، کنگاور، ایران.
fatemeh.tajedini@yahoo.com

چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره هفتم)
شماره ۹۲ / تابستان ۱۴۰۳ (جلد دوم) / صص ۱۲۹-۱۳۳

چکیده

بررسی تجربی رفتار هزینه‌ها یکی از موضوع‌هایی است که به تازگی توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب نموده است. از آنجا که هزینه‌ها بخش مهمی از صورت‌های مالی شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد، از این رو درک و آگاهی مناسب از آن، مدیران را در راستای دستیابی به اهداف کوتاه مدت و راهبردی شرکت کمک شایانی می‌نماید. هدف این پژوهش بررسی تأثیر قدرت مدیرعامل و جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه‌ها است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک و نمونه مورد مطالعه، شامل ۱۴۰ شرکت پذیرفته شده طی سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ است. روش پژوهش توصیفی-پیمایشی و از نظر ارتباط همبستگی است و از نظر هدف کاربردی و از لحاظ رخداد، پس‌رویدادی است. برای پردازش و آزمون فرضیه‌ها از روش رگرسیونی، داده‌های تابلویی و مدل اثرات ثابت استفاده شده است. نتایج به دست آمده حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها نشان داد که قدرت مدیرعامل بر چسبندگی تأثیر مثبت و معناداری دارد و جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه تأثیر مثبت و معناداری دارد. **واژگان کلیدی:** چسبندگی هزینه، جریان نقد آزاد، قدرت مدیرعامل.

مقدمه

در ادبیات موضوعی حسابداری، چسبندگی هزینه به عنوان عدم تقارن در رفتار هزینه نسبت به تغییر سطح فعالیت تعریف شده است. به بیان ساده‌تر، چسبندگی هزینه به این واقعیت اشاره دارد که کاهش هزینه در زمان کاهش سطح فعالیت کمتر از افزایش هزینه در زمان افزایش سطح فعالیت است. چسبندگی هزینه ناشی از یک رویکرد مخاطره‌آمیز است. مدیری که با کاهش فروش مواجه شده است باید انتخاب کند که آیا منابع را کاهش دهد یا منابع بلااستفاده را حفظ کند. اگر مدیر انتظار داشته باشد که فروش به سرعت به حالت عادی برمی‌گردد، او تصمیم می‌گیرد هزینه ناشی از نگهداری منابع بلااستفاده را تحمل کند. از آنجا که فروش آتی نامشخص است مدیر به‌طور ضمنی یک رویکرد مخاطره‌آمیز را در پیش می‌گیرد (صفرزاده و بیگ‌پناه، ۱۳۹۵).

جریان نقد آزاد از این حیث دارای اهمیت است که به مدیران اجازه می‌دهد تا فرصت‌هایی را جستجو کنند که ارزش سهام شرکت را افزایش می‌دهد. بدون در اختیار داشتن وجه نقد، توسعه محصولات جدید، انجام تحصیل‌های تجاری، پرداخت سودهای نقدی به سهامداران و کاهش بدهی‌ها امکان‌پذیر نیست. از طرف دیگر، وجه نقد باید در سطحی

نگهداری شود که بین هزینه نگهداری وجه نقد و هزینه وجه نقد ناکافی تعادل برقرار شود. مقدار مثبت جریان نقد آزاد برای شرکت نشان می‌دهد که شرکت پس از پرداخت هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها دارای وجوه نقد مازاد است. از طرف دیگر، مقدار منفی نشان می‌دهد که شرکت درآمد کافی به منظور پوشش هزینه‌ها و فعالیت‌های سرمایه‌گذاری‌اش ایجاد نکرده است. به همین دلیل، سرمایه‌گذاران باید در ارزیابی دلایل این رویداد کاوش‌های عمیق‌تری به عمل آورند. این امر می‌تواند علامتی از مشکلات حاد شرکت مورد رسیدگی باشد (شیخ و همکاران، ۱۳۹۱).

قدرت مدیرعامل یکی از عواملی است که می‌تواند موجب تسهیل معاملات مدیریتی در شرکت‌ها شود. مدیرعامل به‌عنوان منبعی از قدرت اجرایی بر هیئت‌مدیره نفوذ دارد. اگر منافع مدیرعامل با منافع سهامداران همسو نباشد، در این صورت نفوذ و قدرت مدیرعامل مشکل‌ساز می‌شود (بومسلح و کلاین، ۲۰۱۹)، در این راستا بیکر و همکاران (۲۰۱۸)، معتقدند مدیرعامل ممکن است از قدرت خویش در راستای تسهیل معاملات مدیریتی استفاده کند؛ این امر می‌تواند مخفی‌کاری و تقلب را در گزارش‌های مالی افزایش دهد. به همین دلیل شرکت‌های دارای معاملات غیرعادی مدیریتی، به انتخاب روش‌های حسابداری و تولید اطلاعات مالی تمایل دارند که از شفافیت و کیفیت کمتری نسبت به سایر شرکت‌های مشابه برخوردارند تا امکان تشخیص معاملات غیرقانونی با مدیران توسط سرمایه‌گذاران حداقل شود یا از هرگونه نظارت توسط سایر ذی‌نفعان خودداری شود (چن و ژائو، ۲۰۱۱).

مدیران در مورد تصمیم‌های فروش، اداری و عمومی، در زمانی که جریان نقد آزاد بالا است، فرصت بیشتری برای سرمایه‌گذاری بیش از حد در هزینه‌های عملیاتی از جمله فروش، اداری و عمومی در پاسخ به افزایش تقاضا برای محصولات و نیز به تعویق انداختن کاهش در هزینه‌های فروش، اداری و عمومی در پاسخ به کاهش در تقاضا دارند، که این امر منجر به افزایش عدم تقارن هزینه‌های فروش، اداری و عمومی می‌شود و برعکس، زمانی که جریان نقد آزاد پایین است، مدیران فرصت کمتری برای افزایش قدرت و نفوذ (ساختن امپراطوری) خود دارند و احتمال بیشتری می‌رود که در پاسخ به کاهش تقاضا، هزینه‌های فروش، عمومی و اداری را کاهش داده و از عواقب منفی آن دوری کنند. در نتیجه، جریان نقدی آزاد شاخصی است که به طور معمول برای مسئله نمایندگی استفاده شده و ناشی از انگیزه‌های مدیران (انگیزه ساختن امپراطوری‌سازی) است. افزایش قدرت مدیرعامل توانایی و سطح اختیارات او را برای پیگیری منافع شخصی خویش افزایش می‌دهد و مدیران از این قدرت برای دستکاری ارقام تعهدی اختیاری استفاده می‌کنند تا کیفیت گزارش‌های مالی را کاهش دهند که این مسئله تأثیر مستقیمی بر چسبندگی هزینه‌ها دارد. اهمیت موضوع و چگونگی تأثیر جریان نقد آزاد و قدرت مدیرعامل بر میزان چسبندگی هزینه‌ها از یک سو و کمبود پژوهش‌های خارجی و داخلی از سوی دیگر انگیزه اصلی انجام این پژوهش است. بنابراین این پژوهش به ارائه مدل و اینکه چه عواملی بر چسبندگی هزینه‌ها شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیرگذار است، پرداخته است؟

مبانی نظری پژوهش

قدرت مدیرعامل

مدیرعامل به‌طور عموم به‌عنوان یکی از قدرتمندترین اعضای شرکت‌ها شناخته می‌شود. قدرت مدیرعامل به‌طور معمول به سبب اختیارات قانونی و تخصص ایجاد می‌شود. لذا انتظار تأثیرپذیری اهداف و برنامه‌های شرکت‌ها، ساختار و فرایندهای داخلی شرکت از قدرت مدیرعامل دور از انتظار نیست (دیلی و جوهونسون، ۱۹۹۷)، به نحوی که تصمیم‌های اصلی و تا حد زیادی آینده شرکت تحت تأثیر قرار می‌گیرد. نمونه‌های بی‌شماری (مانند استیو جابز، مدیرعامل شرکت اپل، مایون، مدیرعامل شرکت علی بابا و ایلان ماسک، مدیرعامل شرکت تسلا)، نشان می‌دهد که مدیران قدرتمند شرکت را کارآمدتر کرده و سرانجام موفقیت شرکت را تا حدودی تضمین می‌کنند (کین، ۲۰۱۶). مدیرعامل در نقش رهبر

شرکت بر عملکرد شرکت تأثیر بسزایی دارد و به عنوان یک رکن اساسی در پیشبرد اهداف شرکتها مطرح است. بدون شک قدرت یکی از راههایی است که مدیر به وسیله آن می تواند در رفتار کارکنان خود نفوذ کند. در واقع قدرت ویژگی اساسی نقش یک مدیر بوده و زمینه اثر بخشی او را در شرکت فراهم می سازد. مدیران در سازمانها وضع کننده خطمشی و صاحبان قدرت هستند و عملکرد شرکتها با قدرت آنها در ارتباط است. مدیران با به کارگیری منابع قدرت می توانند زمینه رشد و تعالی یا زمینه انحراف و فساد شرکت را فراهم آورند و این امر به ماهیت وجودی و چگونگی استفاده از قدرت و منابع آن بساگی دارد (حقیقی، ۱۳۸۰).

جریان نقد آزاد

جریان نقد آزاد معیاری برای اندازه گیری عملکرد شرکتها است و وجه نقدی را نشان می دهد که شرکت پس از انجام مخارج لازم برای نگهداری یا توسعه داراییها، در اختیار دارد. جریان نقد آزاد از این حیث دارای اهمیت است که به مدیران اجازه می دهد تا فرصتهایی را جست و جو کنند که ارزش سهام شرکت را افزایش می دهد. بدون در اختیار داشتن وجه نقد، توسعه محصولات جدید، انجام تحصیلهای تجاری، پرداخت سودهای نقدی به سهامداران و کاهش بدهیها امکان پذیر نیست. از طرف دیگر، وجه نقد باید در سطحی نگهداری شود که بین هزینه نگهداری وجه نقد و هزینه وجه نقد ناکافی تعادل برقرار شود (هراتی، ۱۳۹۰).

برای محاسبه جریان نقد آزاد روشهای محاسباتی مختلفی وجود دارد. در این قسمت برخی از مهم ترین روشها معرفی می شوند. همچنین به روشی که بورس اوراق بهادار تهران در رسیدگی به امیدنامه های پذیرش و درج شرکتها متقاضی پذیرش در بورس استفاده می کند، اشاره می شود. در پایان برخی از نسبت های با اهمیت که بر مبنای جریان نقد آزاد و دیگر متغیرها محاسبه می شوند، آورده شده که برای فعالان بازار سرمایه می تواند سودمند باشد (آقایی و همکاران، ۱۳۹۱).

جریان نقد آزاد برای شرکت، معیاری برای اندازه گیری عملکرد است که مبالغ خالص وجه نقدی را نشان می دهد که برای شرکت ایجاد شده است و شامل هزینهها، مالیاتها و تغییرات در خالص سرمایه در گردش و سرمایه گذاریها می شود. جریان نقد آزاد برای شرکت معیاری است که سودآوری شرکت را پس از همه هزینهها و سرمایه گذاریها اندازه گیری می کند. معیار مزبور یکی از معیارهای متعددی است که برای مقایسه و تجزیه و تحلیل سلامتی مالی شرکتها استفاده می شود.

مقدار مثبت جریان نقد آزاد برای شرکت نشان می دهد که شرکت پس از پرداخت هزینهها و سرمایه گذاریها دارای وجوه نقد مازاد است. از طرف دیگر، مقدار منفی نشان می دهد که شرکت درآمد کافی به منظور پوشش هزینهها و فعالیت های سرمایه گذاری اش ایجاد نکرده است. به همین دلیل، سرمایه گذاران باید در ارزیابی دلایل این رویداد کاوش های عمیق تری به عمل آورند. این امر می تواند علامتی از مشکلات حاد شرکت مورد رسیدگی باشد (حسین پور، ۱۳۸۴).

جریان نقد آزاد هر سهم

معیاری است که سودآوری مالی شرکت مورد رسیدگی را از طریق تقسیم جریان نقد آزاد بر تعداد سهام منتشره نشان می دهد. معیار مزبور شاخصی برای اندازه گیری تغییر در سود هر سهم است و از رابطه بالا محاسبه می شود. جریان نقد آزاد هر سهم توانایی شرکت برای پرداخت بدهیها، سود نقدی، باز خرید سهام و تسهیلات رشد کسب و کار را علامت می دهد. همچنین، معیار مزبور یک پیش بینی اولیه در رابطه با قیمت آتی سهام را ارائه می کند. برای مثال، وقتی قیمت سهام پایین است (آقایی و همکاران، ۱۳۹۱).

روش اندازه‌گیری جریان نقدی آزاد هر سهم رابطه (۱)

تعداد سهام منتشره + جریان نقد آزاد = جریان نقد آزاد هر سهم
و جریان نقد آزاد در حال افزایش است، این احتمال مناسب است که سود خالص و ارزش سهام به‌زودی افزایش خواهد یافت، زیرا مقدار بالای جریان نقد آزاد هر سهم بدین معناست که سود هر سهم به‌طور احتمالی نیز باید افزایش یابد.
✓ بازده جریان نقد آزاد

این نسبت ارزیابی بازده کلی یک سهم است. این نسبت جریان نقد آزاد هر سهم را که انتظار می‌رود یک شرکت در برابر قیمت بازار هر سهم خود کسب کند، اندازه‌گیری می‌کند. نسبت مزبور از تقسیم جریان نقد آزاد هر سهم بر قیمت آن سهم به‌دست می‌آید. بازده جریان نقد آزاد به‌لحاظ ماهیت مشابه بازده سهام است که به‌طور معمول از تقسیم سود نقدی هر سهم (محاسبه شده براساس اصول پذیرفته شده حسابداری) به قیمت هر سهم محاسبه می‌شود. به‌طور معمول پایین بودن نسبت مزبور منجر به جذابیت کمتر برای سرمایه‌گذاری می‌شود. منطق ادعای مزبور هم این است که سرمایه‌گذاران تمایل دارند با حداقل قیمت حداکثر سود ممکن را کسب کنند. برخی از سرمایه‌گذاران جریان نقد آزاد (که با لحاظ کردن مخارج سرمایه‌ای و سایر مخارج مورد نیاز برای استمرار فعالیت به‌دست می‌آید) را شاخص دقیق‌تری برای بازده دریافتی خود می‌دانند، در نتیجه بازده جریان نقد آزاد را به بازده سهام ترجیح می‌دهند (آلمیدا و کامپلو، ۲۰۰۷).

روش اندازه‌گیری جریان نقدی آزاد هر سهم رابطه (۲)

تعداد سهام منتشره + جریان نقد آزاد = جریان نقد آزاد هر سهم
✓ قیمت به جریان نقد آزاد
این نسبت قیمت بازار شرکت را با سطح جریان نقد آزاد سالانه‌اش مقایسه می‌کند. نسبت قیمت به جریان نقد آزاد مشابه نسبت قیمت به جریان نقد است، اما در اینجا مخارج سرمایه‌ای از جریان نقد عملیاتی کسر شده است، بنابراین جریان نقد آزاد را سخت‌گیرانه‌تر اندازه‌گیری می‌کند (آقایی و همکاران، ۱۳۹۱). به‌طور کلی، هر چه نسبت فوق بیشتر باشد، شرکت گران‌تر خواهد بود. مقایسه سطوح قیمت در گذشته با جریان نقد آزاد، به‌همراه مقایسه با مقدار متوسط این نسبت در صنعت مربوطه سودمند است. برای مثال، اگر شرکتی ۲۰۰ میلیون ریال جریان نقد عملیاتی ایجاد کند و ۵۰ میلیون ریال آن را صرف مخارج سرمایه‌ای کند، آنگاه جریان نقد آزاد آن ۱۵۰ میلیون ریال است. در صورتی که ارزش بازار فعلی شرکت ۵ میلیارد ریال باشد، شرکت با قیمت ۳۳/۳۳ برابر جریان نقد آزاد معامله می‌شود (۵ میلیارد ریال تقسیم بر ۱۵۰ میلیون ریال).

چسبندگی هزینه

مطالعه رفتار هزینه نه تنها برای محققان دانشگاهی بلکه برای آن‌هایی که فعالیت‌های حرفه‌ای‌شان به‌طور مستقیم با فعالیت‌های شرکت در ارتباط است دارای اهمیت است. در مدل رایج رفتار هزینه که در ادبیات حسابداری به‌طور معمول پذیرفته شده است. هزینه‌ها برحسب تغییرات در سطح فعالیت به‌عنوان ثابت و متغیر در نظر گرفته می‌شوند در این مدل هزینه‌های متغیر به نسبت با تغییرات در محرک فعالیت در نوسان هستند. با این پیش‌فرض که اندازه تغییر در هزینه‌ها تنها به میزان تغییر در سطح فعالیت بستگی دارد و نه بر مسیر تغییر. اما برخی نویسندگان معتقد هستند هزینه‌ها با

افزایش حجم فعالیت افزایش بیشتری دارند نسبت به کم شدنشان به علت کاهش حجم فعالیتها (خالقی مقدم و کرمی، ۱۳۸۹).

رفتار هزینه توسط اندرسون و همکاران (۲۰۱۳)، به هزینه‌های چسبنده معروف شدند به اعتقاد اندرسون و میزان همکاران، هزینه‌های هنگامی چسبنده هستند که مقدار افزایش در هزینه‌های مرتبط با افزایش حجم بزرگ‌تر از میزان کاهش هزینه‌های مرتبط با همان مقدار کاهش در حجم است. رواج هزینه‌های چسبنده، با یک مدل جایگزین از رفتار هزینه سازگار است که در آن مدیران آگاهانه منابع را در پاسخ به تغییرات حجم تعدیل می‌کنند. این مدل بین هزینه‌هایی که به‌طور خودکار با تغییرات در حجم نوسان پیدا می‌کند و هزینه‌هایی که با اختصاص منابع توسط مدیران تعیین می‌شوند تمایز قائل می‌شود. هنگامی که درباره تقاضای آینده عدم قطعیت وجود دارد و شرکت‌ها باید متحمل تعدیل هزینه شوند تا منابع اختصاص یافته را کاهش دهد یا بازگرداند. مدیران ممکن است وانمود به تأخیر در کاهش منابع اختصاص یافته کنند تا از تداوم کاهش تقاضا اطمینان پیدا کنند (مطمئن شدند) این بدان معنا است که چسبندگی مشاهده شده در یک دوره ممکن است در دوره بعد معکوس شود و این چسبندگی هنگامی که در دوره مشاهده طولانی‌تر است کمتر اعلام شود (قائمی و نعمت‌الهی، ۱۳۸۶).

دلیل این ارتباط در این حقیقت نهفته است که اساس اغلب تصمیم‌های مدیریتی بر علم به این است که هزینه‌ها چگونه می‌توانند به‌عنوان یک تابع سطح فعالیت تغییر کنند همان‌گونه که گریسون و نورن (۲۰۰۲)، به آن اشاره دارند تلاش برای تصمیم‌گیری بدون دانش کامل درباره هزینه‌های مرتبط و چگونگی تغییر آن‌ها نسبت سطح فعالیت ممکن است به فاجعه منجر شود (پورحیدری و یزدی، ۱۳۹۰). در ادبیات حسابداری دیدگاه‌های مختلف و متفاوتی درباره رفتار هزینه وجود دارد. هورنگرن و همکاران (۲۰۰۰)، معتقدند هزینه‌ها تا هنگامی که سطح فعالیت تغییر می‌کند بدون توجه به مسیر این تغییرات در سطح فعالیت (افزایش یا کاهش) عکس‌العمل نشان داده یا تغییر می‌کند. اما نورن و سودر سنتورم (۱۹۹۷)، و اندرسون و همکاران (۲۰۰۳)، اظهار می‌دارند که هزینه‌ها با افزایش حجم فعالیت در مقایسه با مسیر دیگر تغییرات یعنی کاهش حجم فعالیت‌ها با شدت بیشتری تغییر می‌کنند. به عبارت دیگر هزینه‌ها رو به پایین چسبنده هستند (خالقی مقدم و کرمی، ۱۳۸۹).

چندین تحقیق بر مبنای مدل چسبندگی هزینه انجام گرفته است که تعدادی از آن‌ها به شرح زیر هستند بنکر و چن (۲۰۰۶)، این مسأله را که هزینه‌های چسبنده چگونه ارزش شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد بررسی کردند. اندرسون و همکاران (۲۰۰۷)، این مطلب را که آیا بازار سرمایه چسبندگی هزینه‌های توزیع و فروش را تشخیص می‌دهد، و نیز امکان به‌دست آوردن بازده اضافی فرا با استفاده از مدل هزینه چسبنده بررسی نمودند. این مطالعه فرض را بر این قرار می‌دهد که رفتار هزینه به شدت و مسیر تغییرات در محرک فعالیت وابسته است. هم‌چنان که اندرسون و همکاران (۲۰۰۳)، در مطالعه خود به این نکته پایبند بودند و هزینه‌ها را چسبنده می‌دانستند. پرسشی که می‌خواهیم پاسخ دهیم این است: آیا دخالت دادن این نوع رفتار هزینه در مدل پیش بینی سود، صحت پیش‌بینی را افزایش می‌دهد؟ در این مطالعه منظور از هزینه‌های چسبنده این است که با افزایش درآمدها واکنش هزینه‌ها (مثبت) شدیدتر از واکنش هزینه‌ها (منفی) در هنگامی است که درآمد به همان میزان کاهش می‌یابند.

پیشینه پژوهش

مسلمی و جوادی‌نیا (۱۴۰۰)، در پژوهشی به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر چسبندگی هزینه: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران پرداختند و 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 چراکه ایشان وجود هنجارهای مشارکتی قوی بیرونی را درک کرده و تصمیمات خود را در راستای اجتناب از مجازات‌های اجتماعی بنا می‌دارند.

خواجوی و غیوری مقدم (۱۴۰۰)، در پژوهشی به بررسی نقش توانایی مدیران و تضاد منافع در مفید بودن چسبندگی هزینه‌ها: شواهدی از تصمیمات آگاهانه مدیران در پدیده چسبندگی هزینه پرداختند و یافته‌ها حاکی از وجود ۹ درصدی چسبندگی هزینه‌های اداری و فروش بود و همچنین، نشان داد که در صورت وجود یک مدیر توانا با تضاد منافع کم، چسبندگی هزینه موجب بهبود عملکرد واحد تجاری در سال آینده می‌شود. به عبارتی، هر چه توانایی و شایستگی مدیر در سال وقوع چسبندگی هزینه بالاتر و تضاد منافع کمتر باشد تأثیر چسبندگی هزینه بر کارایی واحد تجاری به صورت مثبت، بیش‌تر خواهد بود که این دلیلی محکم برای وجود تصمیم‌های آگاهانه مدیران در خصوص چسبندگی هزینه ارائه می‌کند.

محمدزاده سالطه (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر اجتناب مالیاتی بر چسبندگی هزینه با تأکید بر استراتژی تجاری شرکت پرداخت و نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که اجتناب مالیاتی بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر معنی داری دارد. هم چنین نتایج حاصله حاکی از آن است که استراتژی تجاری شرکت بر ارتباط بین اجتناب مالیاتی و چسبندگی هزینه تأثیرگذار می‌باشد؛ به نظر می‌رسد که موقعیت‌های استراتژیک بر تصمیمات مدیران درباره حفظ منابع موثر بوده که این امر در تغییرات سیستماتیک رفتار هزینه منعکس می‌شود.

حسینی‌پور و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی به بررسی عوامل تعیین کننده رفتار چسبندگی هزینه‌ها پرداختند و یافته‌های آن‌ها نشان داد که هزینه‌های تعدیل و هزینه‌های نمایندگی دارای رابطه مثبت با چسبندگی هزینه‌ها هستند، اما هزینه‌های سیاسی و حاکمیت شرکتی با چسبندگی هزینه‌ها رابطه منفی دارند.

نمازی و جعفری (۱۳۹۸)، در پژوهشی به بررسی تأثیر تعدیل‌کنندگی هزینه نمایندگی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند و یافته‌های پژوهش حاکی از تأثیر مستقیم مسئولیت اجتماعی شرکت بر چسبندگی هزینه‌ها است. افزون بر این، نتایج نشان‌دهنده تأثیر هزینه نمایندگی بر چسبندگی هزینه‌ها است. از بین شاخص‌های مختلف هزینه نمایندگی، تأثیر معنادار تعدیل‌کنندگی دو معیار نسبت گردش دارایی‌ها و تعامل بین فرصت‌های رشد شرکت و جریان‌های نقدی آزاد بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه‌ها نشان داده شد اما شواهد لازم دال بر تأثیر تعدیل‌کنندگی نسبت هزینه عملیاتی به فروش خالص بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه‌ها یافت نشد. در شرکت‌های بورسی، مسئولیت اجتماعی شرکتی بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر مستقیم دارد. به این معنی که شرکت‌هایی که رتبه بالاتری در مسئولیت اجتماعی دارند، شدت چسبندگی هزینه‌های عملیاتی آن‌ها بیش‌تر از شرکت‌هایی است که رتبه مشارکت پایین‌تری در مسئولیت‌های اجتماعی دارند. هم‌چنین، هزینه نمایندگی بر شدت رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و چسبندگی هزینه‌ها تأثیر دارد و بر طبق آزمون والد، شدت رابطه را کاهش می‌دهد.

کین و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بیش‌اطمینانی مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها پرداختند و نتایج پژوهش نشان داد که بیش‌اطمینانی مدیریت بر تمایلات خوشبینانه و متعاقبا افزایش چسبندگی هزینه‌ها تأثیر مستقیم دارد.

بانکر و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی آثار چسبندگی هزینه در تحقیقات محافظه‌کاری پرداختند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که مدل محافظه‌کاری به اشتباه تأثیر تغییرات در چسبندگی هزینه را به عنوان تغییرات در محافظه‌کاری در

نظر می‌گیرد. همچنین طبق نظر آنان تغییرات مقطعی در چسبندگی هزینه می‌تواند بیانگر محافظه‌کاری باشد. در نهایت، نتیجه تحقیق آن‌ها نشان داد که چسبندگی هزینه آثار نامعلومی در تحقیقات محافظه‌کاری دارد. آن‌ها همچنین نشان دادند که بخش قابل توجهی از محافظه‌کاری شرطی تحت تأثیر چسبندگی هزینه است.

کو و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین مدیریت سود و چسبندگی هزینه‌ها پرداختند. در این پژوهش، تاثیر انگیزه‌های مدیریت سود بر چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج آن‌ها نشان داد که رفتار هزینه در شرکت‌های مشکوک به انجام مدیریت سود با شرکت‌های غیرمشکوک متفاوت است که حاکی از وجود رابطه بین مدیریت سود و چسبندگی هزینه‌ها می‌باشد.

چانگ و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین مدیریت سود و جریان‌های نقد آزاد زیاد را در شرکت‌های با رشد کم مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که مدیران شرکت‌های با جریان‌های نقدی آزاد زیاد و رشد کم، از اقدام تعهدی اختیاری افزایش دهنده سود استفاده می‌کنند تا سودهای کم و زیان‌های حاصل از سرمایه‌گذاری در پروژه‌های با ارزش فعلی خالص منفی را از بین ببرند.

یودیانتی (۲۰۱۶)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مدیریت سود بر رابطه جریان‌های نقدی آزاد و ارزش سهامداران پرداخت. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که با ۹۵ درصد اطمینان، تغییرات جریان‌های نقدی آزاد با تغییرات ثروت سهامداران ارتباط معناداری دارد. همچنین او در این تحقیق نشان داد که بین جریان‌های نقدی آزاد مثبت و ارزش سهامداران رابطه مستقیم معناداری وجود دارد ولی بین جریان‌های نقدی منفی و ارزش سهامداران رابطه معنادار مستقیمی وجود ندارد. وی در آزمون فرضیه دوم به این نتیجه رسید که با ۹۹ درصد اطمینان، مدیریت سود در سطح کل نمونه و در سطح جریان‌های نقدی مثبت باعث تضعیف رابطه جریان‌های نقدی با ثروت ایجاد شده برای سهامداران می‌شود.

فرضیه پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش و همچنین به منظور دستیابی به اهداف پژوهش، فرضیه ذیل ارائه می‌گردد.
فرضیه اول: قدرت مدیرعامل بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر معناداری دارد.
فرضیه دوم: جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر معناداری دارد.
الگوی پژوهش از نوع رگرسیون چند متغیره است. بنابراین، مدل‌های زیر برای انجام آزمون فرضیه انتخاب شده است:
معادله (۱)

$$CS_{it} = \beta_0 + \beta_1 FR_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

برای فرضیه دوم از مدل رگرسیونی (۲) استفاده شده است:

معادله (۲)

$$CS_{it} = \beta_0 + \beta_1 FCF_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در معادله‌های فوق به ترتیب:

CS شاخص چسبندگی هزینه شرکت i در سال t ؛

FR شاخص قدرت مدیرعامل شرکت i در سال t ؛

FCF شاخص جریان نقد آزاد شرکت i در سال t ؛

SIZE شاخص اندازه شرکت i در سال t ؛

LEV شاخص اهرم مالی شرکت i در سال t ؛

نحوه اندازه‌گیری متغیرها به شرح جدول (۱) است:

الف) متغیر مستقل

جریان نقد آزاد

براساس مدل مذکور، جریان های نقدی آزاد از طریق فرمول زیر محاسبه می گردد:
رابطه (۱)

$$FCF_{it} = (INC_{it} - TAX_{it} - INTEP_{it} - PSDIV_{it} - CSDIV_{it}) / A_{i,t-1}$$

که در آن:

FCF: جریان های نقدی آزاد شرکت i در سال t؛

INC: سود عملیاتی قبل از استهلاک شرکت i در سال t؛

TAX: کل مالیات پرداختی شرکت i در سال t؛

INTEP: هزینه بهره پرداختی شرکت i در سال t؛

CSDIV: سود سهامداران عادی پرداختی شرکت i در سال t؛

A: کل ارزش دفتری دارایی های شرکت i در سال t-1 (مهرانی و باقری، ۱۳۸۸).

قدرت مدیرعامل

اگر مدیرعامل دارای مدرک مالی و حسابداری باشد، توانایی و قدرت بیشتری خواهد داشت. بدین صورت برای اندازه گیری تخصص مدیرعامل از یک متغیر مجازی دووجهی استفاده می شود. اگر مدیرعامل دارای مدرک مالی و حسابداری باشد، این متغیر برابر یک است؛ در غیر این صورت از عدد صفر استفاده می شود. (کو و کیم، ۲۰۱۸).

ب) متغیر وابسته

چسبندگی هزینه

از نسبت هزینه های اداری و فروش برای اندازه گیری چسبندگی هزینه استفاده می شود.

تفاوت نسبت هزینه های اداری و فروش به درآمد فروش سال جاری و سال قبل (ژو و هونگ، ۲۰۱۶).
رابطه (۲).

$$\text{چسبندگی هزینه} = \frac{ASC_{it}}{P_{it}} - \frac{ASC_{it-1}}{P_{it-1}}$$

ASC هزینه اداری و فروش؛

P درآمد فروش؛

ج) متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت

جهت استفاده در تجزیه و تحلیل داده ها از لگاریتم طبیعی ارزش بازار سهام استفاده شده است (نمازی و همکاران، ۱۳۸۸).
رابطه (۳).

(قیمت سهام × تعداد سهام) = Ln = اندازه شرکت

اهرم مالی

در این پژوهش، برای اندازه‌گیری اهرم مالی شرکت از تقسیم ارزش دفتری کل بدهی‌ها بر کل دارایی‌ها استفاده می‌شود (جهانخانی و پارسائیان، ۱۳۸۹).
رابطه (۴).

$$\text{اهرم مالی} = \text{BV} / \text{Total Assets}$$

BV = ارزش کل بدهی‌ها؛

Total Assets = ارزش کل دارایی‌ها؛

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به این که داده‌ها مربوط به اطلاعات شرکت‌های واقعی بوده و نتایج آن می‌تواند راه‌گشای تصمیم‌های فعالان بازار سرمایه قرار گیرد از این رو پژوهش کاربردی محسوب می‌گردد. از طرف دیگر به دلیل این که رابطه علی و معلولی بین متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش مورد بررسی قرار خواهد گرفت، لذا از لحاظ انجام، علی پس از وقوع است. از لحاظ نحوه اجرا توصیفی و از لحاظ ارتباط بین متغیرها از نوع همبستگی است. و از نوع جمع‌آوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های کمی و از لحاظ زمان اجرا گذشته‌نگر و همچنین منطق اجرا استقرایی می‌باشد. مقیاس اندازه‌گیری داده‌های جمع‌آوری شده، مقیاس نسبی است. مقیاس نسبی دارای کلیه ویژگی‌های مقیاس‌های فاصله‌ای، ترتیبی و اسمی است. مقیاس نسبی، دقیق‌ترین مقیاس اندازه‌گیری است. این مقیاس دارای ارزش صفر حقیقی می‌باشد. یعنی نقطه‌ای در مقیاس که نمایانگر فقدان کامل ویژگی مورد اندازه‌گیری است.

جامعه پژوهش حاضر شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ که بالغ بر ۷۱۹ شرکت است، در نظر گرفته شده است. در این پژوهش از حذف سیستماتیک جهت انتخاب نمونه‌ها استفاده شده است.

با توجه به محدودیت‌ها ۱۴۰ شرکت به عنوان نمونه‌ی پژوهش مورد استفاده قرار گرفتند.

به‌طور کلی اطلاعات و داده‌های این پژوهش با استفاده از دو روش کتابخانه‌ای و اسناد سازمانی گردآوری شده است.

یافته‌های پژوهش

توصیف اطلاعات گردآوری شده یکی از فرآیندهای پژوهش در بخش تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش است که گزارش آنها در پژوهش، مهم است. داده‌های پژوهش با استفاده از منابع اطلاعاتی دست دوم گردآوری و دسته‌بندی شده است. توصیف اطلاعات و داده‌های آماری با توجه به مقیاس‌های اندازه‌گیری انتخاب می‌گردد. بنابراین در این بخش در مورد ویژگی‌های نمونه آماری و شاخص‌های مربوط به صورت‌های مالی اعضای نمونه آماری بحث و بررسی صورت گرفته است که در ادامه به آنها در دو بخش جداگانه پرداخته شده است.

به‌طور کلی، روش‌هایی را که به‌وسیله آنها می‌توان اطلاعات جمع‌آوری شده را پردازش کرده و خلاصه نمود، آمار توصیفی می‌نامند. لازم به ذکر است که پس از حذف داده‌های پرت و مرتب‌سازی داده‌ها، تعداد شرکت-سال‌های متغیرهای پژوهش با اندکی کاهش مواجه شده است.

جدول (۱): شاخص‌های توصیفی متغیرهای مورد مطالعه

متغیرهای پژوهش	نماد	تعداد سال - شرکت	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشینه	کمینه
جریان نقد آزاد	FCF	۷۰۰	۰/۵۶۳	۰/۵۷۹	۰/۱۴۹	۰/۸۹۴	۰/۰۶۷
قدرت مدیرعامل	FR	۷۰۰	۰/۶۲۵	۰/۶۱۰	۰/۲۲۳	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰
چسبندگی هزینه	CS	۷۰۰	۰/۰۸۱	۰/۰۷۴	۰/۱۲۰	۰/۲۶۷	۰/۰۰۷
اندازه شرکت	SIZE	۷۰۰	۱۲/۳۰	۱۲/۱۱	۱/۸۲۴	۱۵/۸۷	۹/۴۱۳
اهرم مالی	LEV	۷۰۰	۰/۶۵۸	۰/۶۳۸	۰/۴۱۹	۰/۸۹۳	۰/۰۷۸

در مطالعه حاضر روش برآورد مدل براساس داده‌های تابلویی است. این روش تلفیقی از اطلاعات سری زمانی (۱۳۹۷-۱۴۰۱) و داده‌های مقطعی ۱۴۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار) می‌باشد. تمامی ارقام محاسبه شده برای هر یک از متغیرهای مدل بر حسب میلیون ریال می‌باشد. برنامه‌ی نرم‌افزاری مورد استفاده در این پژوهش، برنامه نرم‌افزاری ایویوز^۱ می‌باشد. مدل‌های برآورد شده با توجه به فرضیه‌های ارائه شده به صورت مدل رگرسیون چندمتغیره ارائه شده‌اند.

جدول (۲): نتایج آزمون چاو، جهت تشخیص همگن یا ناهمگن بودن مقاطع

آزمون مدل	F	احتمال آماره F	نتیجه آزمون چاو
مدل اول	۱۰/۸۷۸	۰/۰۰۰۰	H ₀ رد می‌شود.
مدل دوم	۱۴/۳۵۲	۰/۰۰۰۰	H ₀ رد می‌شود.

همان‌گونه که در جدول (۲)، دیده می‌شود، نتیجه آزمون چاو، نشان می‌دهد که احتمال به‌دست آمده برای آماره F در مدل پژوهش کمتر از ۵ درصد است، بنابراین برای آزمون این مدل‌ها، داده‌ها به‌صورت تابلویی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

آزمون هاسمن

در این آزمون از آماره خی‌دو با K درجه آزادی استفاده می‌شود اگر چی دو بدست آمده از مقدار جدول بیشتر بود، H₀ مبنی بر تصادفی بودن رد می‌شود و فرضیه آثار ثابت پذیرفته می‌شود.

جدول (۳): نتایج آزمون هاسمن، جهت تشخیص استفاده از اثرات ثابت یا تصادفی

آزمون مدل	مقدار آماره	احتمال آماره	نتیجه آزمون
مدل اول	۲۴/۱۳۰	۰/۰۰۰۰	اثرات ثابت
مدل دوم	۳۰/۰۱۴	۰/۰۰۰۱	اثرات ثابت

در این آزمون H₀ بر مدل پانل دیتا با اثرات تصادفی و فرضیه مقابل بر مدل پانل دیتا با اثرات ثابت دلالت دارد. اگر آماره آزمون هاسمن بزرگ‌تر از مقادیر بحرانی‌اش و یا آماره احتمال آن (prob) کوچک‌تر از ۵ درصد باشد H₀ رد، و باید از مدل اثرات ثابت استفاده شود.

طبق نتایج حاصل از آزمون هاسمن برای مدل اول و دوم پژوهش، با توجه به اینکه در آزمون خطای ۵ درصد میزان آماره هاسمن برای مدل اول و دوم به‌ترتیب (۲۴/۱۳۰ و ۳۰/۰۱۴) شده است و از طرفی میزان سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است، لذا H₀ رد می‌شود. H₀ نشان می‌دهد که روش اثرات تصادفی ناسازگار می‌باشد و بایستی از روش اثرات ثابت استفاده شود.

آزمون فرضیه اول

از مدل اول پژوهش برای آزمون فرضیه اول به شرح زیر استفاده می‌گردد:
قدرت مدیرعامل بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر معناداری دارد.
مدل رگرسیونی برای فرضیه اول به شرح زیر است:

$$CS_{it} = \beta_0 + \beta_1 FR_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

نتایج حاصل از آزمون به شرح جدول (۴) زیر می‌باشد:

جدول (۴): نتایج آزمون فرضیه اول

نام متغیر	نماد متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره t	Prob.
مقدار ثابت	C	۰/۵۳۴	۰/۱۷۵	۳/۰۴۹	۰/۰۰۰۰
قدرت مدیرعامل	β_1 (FR)	۰/۴۹۹	۰/۲۰۱	۲/۴۸۲	۰/۰۰۵۹
اندازه شرکت	β_2 (SIZE)	۰/۱۰۲	۰/۰۴۶	۲/۱۹۱	۰/۰۰۳۷
اهرم مالی	β_3 (LEV)	۰/۲۱۲	۰/۱۰۰	۲/۱۱۱	۰/۰۰۱۰
آماره F		۱۲/۴۵۷			
سطح معناداری (Prob.)		(۰/۰۰۰)			
آماره دوربین واتسون		۱/۹۹۴			
ضریب تعیین (R2)		۰/۵۸۹			
ضریب تعیین تعدیل شده (AdjR2)		۰/۵۷۲			

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج آزمون مدل اول پژوهش، سطح معناداری آماره F (۰/۰۰۰) کمتر از سطح خطا بوده و کل مدل رگرسیونی معنادار است. آماره دوربین واتسون (۱/۹۹۴)، در فاصله بین ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد بنابراین همبستگی بین اجزای خطای مدل وجود ندارد. با توجه به پایین بودن سطح معناداری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب β_1 نتایج آزمون نشان می‌دهد قدرت مدیرعامل بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین H_0 پژوهش را می‌توان در سطح خطای ۵ درصد رد کرد. همچنین سطح معناداری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب β_2 نتایج آزمون نشان می‌دهد متغیر کنترلی اندازه شرکت بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارد و سطح معناداری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب β_3 نتایج آزمون نشان می‌دهد متغیر کنترلی اهرم مالی بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده نیز نشان می‌دهد که متغیرهای وارد شده در رگرسیون توانسته‌اند ۵۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند.

آزمون فرضیه دوم

از مدل دوم پژوهش برای آزمون فرضیه دوم به شرح زیر استفاده می‌گردد:
جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر معناداری دارد.
مدل رگرسیونی برای فرضیه دوم به شرح زیر است:

$$CS_{it} = \beta_0 + \beta_1 FCF_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \varepsilon_{it}$$

نتایج حاصل از آزمون به شرح جدول (۵) زیر می‌باشد:

جدول (۵): نتایج آزمون فرضیه دوم

نام متغیر	نماد متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره t	Prob.
مقدار ثابت	C	۰/۶۵۶	۰/۲۱۹	۲/۹۸۶	۰/۰۰۰۰
جریان نقد آزاد	β_1 (FCF)	۰/۷۹۲	۰/۲۵۹	۳/۰۵۶	۰/۰۰۱۸
اندازه شرکت	β_2 (SIZE)	۰/۱۲۹	۰/۰۶۸	۱/۹۰۰	۰/۰۰۹۰
اهرم مالی	β_3 (LEV)	۰/۴۲۸	۰/۲۲۹	۱/۸۶۳	۰/۰۱۱۴
آماره F		سطح معناداری (Prob.)			
۱۵/۶۷۱		۰/۰۰۰			
آماره دوربین واتسون					
۱/۹۲۰					
ضریب تعیین (R2)					
۰/۷۵۸					
ضریب تعیین تعدیل شده (AdjR2)					
۰/۷۴۰					

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج آزمون مدل دوم پژوهش، سطح معناداری آماره F (۰/۰۰۰) کمتر از سطح خطا بوده و کل مدل رگرسیونی معنادار است. آماره دوربین واتسون (۱/۹۲۰) در فاصله بین ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد بنابراین همبستگی بین اجزای خطای مدل وجود ندارد. با توجه به پایین بودن سطح معناداری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب β_1 نتایج آزمون نشان می‌دهد که جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین H_0 پژوهش را می‌توان در سطح خطای ۵ درصد رد کرد. همچنین سطح معناداری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب β_2 نتایج آزمون نشان می‌دهد متغیر کنترلی اندازه شرکت بر چسبندگی هزینه تأثیر مثبت و معناداری دارد و سطح معناداری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب β_3 نتایج آزمون نشان می‌دهد متغیر کنترلی اهرم مالی بر چسبندگی هزینه تأثیر مثبت و معناداری دارد. ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده نیز نشان می‌دهد که متغیرهای وارد شده در رگرسیون توانسته‌اند ۷۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند.

نتیجه‌گیری کلی

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر قدرت مدیرعامل و جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی سال ۱۳۹۷ الی ۱۴۰۱ است. تأثیر متغیرهای مستقل با استفاده از داده‌های تابلویی و روش اثرات ثابت در شرکت‌ها بررسی شده است. نتایج به دست آمده حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها نشان داد که قدرت مدیرعامل بر چسبندگی هزینه تأثیر مثبت و معناداری دارد. در تبیین این نتیجه می‌توان بیان نمود که قدرت مدیرعامل یکی از عواملی است که می‌تواند موجب تسهیل معاملات مدیریتی در شرکت‌ها شود. مدیرعامل به عنوان منبعی از قدرت اجرایی بر هیئت‌مدیره نفوذ دارد. اگر منافع مدیرعامل با منافع سهامداران همسو نباشد، در این صورت نفوذ و قدرت مدیرعامل مشکل‌ساز می‌شود. قدرت مدیرعامل ابزاری است که می‌تواند زمینه‌های سوء استفاده از قدرت را فراهم آورد. افزایش قدرت مدیرعامل توانایی و سطح اختیارات او را برای پیگیری منافع شخصی خویش افزایش می‌دهد و مدیران از این قدرت برای دستکاری ارقام تعهدی اختیاری استفاده می‌کنند تا کیفیت گزارش‌های مالی را کاهش دهند که این مسأله تأثیر مستقیمی بر چسبندگی هزینه‌ها دارد.

جریان نقد آزاد بر چسبندگی هزینه تأثیر مثبت و معناداری دارد. در تفسیر این نتیجه باید نمود که در تبیین این نتیجه می‌توان بیان نمود که مدیران در مورد تصمیم‌های فروش، اداری و عمومی، در زمانی که جریان نقد آزاد بالا است، فرصت بیشتری برای سرمایه‌گذاری بیش از حد در هزینه‌های عملیاتی از جمله فروش، اداری و عمومی در پاسخ به

افزایش تقاضا برای محصولات و نیز به تعویق انداختن کاهش در هزینه‌های فروش، اداری و عمومی در پاسخ به کاهش در تقاضا دارند، که این امر منجر به افزایش عدم تقارن هزینه‌های فروش، اداری و عمومی می‌شود و برعکس، زمانی که جریان نقد آزاد پایین است، مدیران فرصت کمتری برای افزایش قدرت و نفوذ (ساختن امپراطوری) خود دارند و احتمال بیشتری می‌رود که در پاسخ به کاهش تقاضا، هزینه‌های فروش، عمومی و اداری را کاهش داده و از عواقب منفی آن دوری کنند. در نتیجه، جریان نقدی آزاد شاخصی است که به طور معمول برای مسئله نمایندگی استفاده شده و ناشی از انگیزه های مدیران (انگیزه ساختن امپراطوری سازی) است.

منابع

- ✓ بهارمقدم، مهدی، خادمی، ساسان، (۱۳۹۶)، بررسی چسبندگی هزینه‌ها در دوره‌های رونق و رکود اقتصادی، نشریه حسابداری مدیریت، دوره نهم، شماره ۳۰، صص ۶۷-۸۶.
- ✓ حقیقت، حمید، مرتضوی، سید مرتضی، (۱۳۹۳)، بررسی تأثیر رفتار هزینه‌های عملیاتی بر سودآوری آینده، فصلنامه دانش حسابداری، دوره پنجم، شماره ۱۸، صص ۷-۲۴.
- ✓ اشرف‌زاده، سیدحمیدرضا، مهرگان، نادر، (۱۳۸۷)، اقتصادسنجی پانل دیتا، انتشارات دانشگاه تهران.
- ✓ خاکی، غلامرضا، (۱۳۸۷)، روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی، انتشارات بازتاب، تهران.
- ✓ خواجوی، شکراله، غیوری مقدم، علی، (۱۴۰۰)، بررسی نقش توانایی مدیران و تضاد منافع در مفید بودن چسبندگی هزینه‌ها، شواهدی از تصمیمات آگاهانه مدیران در پدیده چسبندگی هزینه، مجله راهبرد مدیریت مالی، شماره ۳۳، دوره ۲، صص ۱-۲۰.
- ✓ دلاور، علی، (۱۳۸۶)، روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی، انتشارات ویرایش، تهران.
- ✓ صفرزاده، محمدحسین، بیگ پناه، بهزاد، (۱۳۹۳)، تأثیر چسبندگی هزینه بر برآورد محافظه‌کاری شرطی، فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری، دوره ۴، شماره ۴، صص ۳۹-۵۹.
- ✓ عاشوری، الهه، (۱۳۹۵)، تأثیر انگیزه‌های مدیریت سود بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد.
- ✓ مسلمی، مصطفی، جوادی نیا، امیر، (۱۴۰۰)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر چسبندگی هزینه، شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران، رویکردهای پژوهشی نوین در حسابداری و مدیریت، شماره ۷۴، صص ۱۶۷-۱۹۱.
- ✓ منصورفر، غلامرضا، حیدری، مهدی، کولانی، طاهره، (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر مدیریت واقعی سود و انگیزه‌های مدیریت بر چسبندگی هزینه‌ها، فصلنامه مدیریت دارایی و تأمین مالی، دوره پنجم، شماره اول، صص ۱-۱۶.
- ✓ نظری پور، محمد، فرهنگیان، وحید، (۱۳۹۳)، حسابداری مالی، انتشارات کالج کردستان، چاپ اول.
- ✓ Arnold, P. (1990). the state and political theory in corporate social disclosure research: a response to Guthrie and parke, advances in public interest accounting. vol 3.
- ✓ Banker, R. , Basu, S. , Byzalov, D. & Chen, J. (2017). The Confounding Effect of Cost Stickiness in Conservatism Research, Working paper, Fox School of Business, Temple University, Philadelphia, PA, United States.
- ✓ Bareilly A. & Gul Ferdinand A. (2008). Political connection and leverage: Some Malaysian evidence, Volume 36, Issue 8, August 2012, Pages 2344-2350.
- ✓ Chen, C. L, H. L, U and Sougiannis, T. (2015). The agency problem, corporate governance and the asymmetrical behavior of selling, general, and administrative costs. Contemporary Accounting Research. 29(1): 252- 82.

- ✓ Cong Wang, Ryan J. Wilson, Shuran Zhang, & Hong Zou. (2021). Political costs and corporate tax avoidance: Evidence from sin firms, *Journal of Accounting and Public Policy* Available online 24 May 2021, 106861.
- ✓ Ferdinand R. & Hasman. Y. (1994). Book rate-of-return and the prediction of earnings changes. *Journal of Accounting Research*, 639-653
- ✓ Harris, S. & Royo, T. (1991). Political Connectedness and Firm Performance: Evidence From Germany. CFR -Working Paper 7-15.
- ✓ Jensen, J. (2006). Earning Management During Import Relief Investigations, *Journal of Accounting Research* □□ (□): □□□□□□□□
- ✓ Jensen, M.C., Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and capital structure. *Journal of Financial Economics*, 3, pp. 305–360.
- ✓ Kama, I. Weiss, D. (2014). Do managers' deliberate decisions induce sticky costs?. Working paper, Tel Aviv University.
- ✓ Krishnan, H. (2015). Are Sticky Costs the Result of Deliberate Decision of Managers? .Online: <http://www.ssrn.com>.
- ✓ Kuo, D., Teruya, J., & Shimizu, T. (2017). Sticky Selling, General, and Administrative Cost Behavior and its Changes in Japan. *Global Journal of Business Research*, 4(4), 1–10. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1871276>.
- ✓ Leuz, C. and Oberholzer-Gee, F. (2006). Political Relationships, Global Financing and Corporate Transparency: Evidence from Indonesia. *Journal of Financial Economics*, 81(2): 411-439.