

بررسی رابطه بین رقابت در بازار محصول و چسبندگی هزینه ها در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

اعظم اعلائی

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد فیروزآباد، فارس، ایران
پست الکترونیک: a.alaei12@gmail.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین رقابت در بازار محصول و چسبندگی هزینه ها در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. جهت این منظور شاخص های هرفیندال - هیرشمن، لرنر، لرنر تعدیل شده و کیوتوبین به عنوان معیار اندازه گیری رقابت در بازار محصول استفاده شده و از مدل اندرسون (۲۰۰۳) جهت اندازه گیری چسبندگی هزینه ها استفاده شده است. از رگرسیون چند متغیره اقدام به آزمون فرضیه های پژوهش شده است. نمونه آماری پژوهش حاضر شامل ۶۹ شرکت طی سال های ۱۳۸۸-۱۳۹۴ است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش نشان می دهد که شاخص هرفیندال - هیرشمن، شاخص لرنر و شاخص لرنر تعدیل شده باعث شدت چسبندگی هزینه ها یا به عبارتی صحیح تر میزان رقابت در بازار محصولات باعث کاهش چسبندگی هزینه ها (به دلیل اینکه شاخص های هرفیندال - هیرشمن، شاخص لرنر و شاخص لرنر تعدیل شده معیارهای معکوسی از رقابت در بازار محصولات هستند) می شود. علاوه بر این بین شاخص کیوتوبین و چسبندگی هزینه های اداری و فروش رابطه معناداری وجود نداشت.

واژه های کلیدی: شاخص هرفیندال - هیرشمن، شاخص لرنر، شاخص لرنر تعدیل شده، شاخص کیوتوبین، چسبندگی هزینه ها.

۱-مقدمه

۱-۱ بیان مساله

رقابت و رقابت‌پذیری یکی از مفاهیم مهم و کلیدی می‌باشد که در دو دهه اخیر توجه بسیاری از محققان و پژوهشگران مدیریت اقتصاد و تجارت بین الملل را به خود جلب نموده است. فیلیپ کاتلر (۱۹۳۱) اولین گام در شناخت نقاط ضعف و قوت رقبا را جمع آوری اطلاعات درباره رشد فعالیت هر رقیب دانسته و جمع آوری اطلاعات رقابتی را مستلزم یک فرایند سیستماتیک جهت استفاده بهنگام مدیران شرکت می‌داند. اطلاعاتی که شامل داده‌های فروش، سهم بازار، درصد سودآوری، بازده سرمایه‌گذاری، جریان گردش نقدینگی، سرمایه‌گذاری جدید و میزان ظرفیت مورد استفاده می‌باشند و به طور مستمر می‌بایست از منابع مختلفی همچون کارکنان فروش، کانال‌های توزیع کالا، فروشندگان-عرضه کنندگان به شرکت-موسسات تحقیقات بازاریابی و اتحادیه‌های تجاری، کارکنان شرکت و کارکنان شرکت‌های رقیب، افرادی که با رقبا سر و کار تجاری دارند، مشاهده رقبا یا تجزیه و تحلیل شواهد موجود و انتشارات (دولتی، سخنرانی‌ها و مقالات) جمع آوری شوند (فروزنده: ۱۳۸۹: ۲۶۹). همچنین درجه رقابت بازار، قوانین و موانع ورود و خروج به بازار و بسته یا باز بودن سیستم اقتصادی از جمله این موارد می‌باشند. به طور خاص، رقابتی بودن بازار، اثربخشی و ایجاد فرهنگ مؤثر حاکمیتی را تسهیل می‌کند. این امر از طریق افزایش کارایی مدیران، افزایش شفافیت در تصمیم‌گیری، ارتقای سطح پاسخگویی مدیران، کاهش ریسک ناشی از تصمیمات نادرست سرمایه‌گذاری و واقعی شدن قیمت‌های موجود در بازار می‌تواند صورت بگیرد (کارونا^۲، ۲۰۰۷).

از طرف دیگر چسبندگی هزینه، یا رفتار نامتقارن هزینه، بیانگر این موضوع است که هزینه‌های واحد تجاری در واکنش به کاهش فروش، کاهش قیمت کمتری از خود نشان می‌دهد در مقایسه با افزایشی که در واکنش به افزایش فروش‌ها به همراه دارد. مطالعات اخیر نامتقارن هزینه‌ها را به عنوان تابعی از تعدیلات عمده هزینه توسط مدیران توسط اندرسون و همکاران^۳، ۲۰۰۳ و خوش بینی و یا بدبینی مدیران توسط بنکر و همکاران^۴، ۲۰۱۴ و انگیزه‌های مدیریت سود توسط دیزیک و همکاران^۵، ۲۰۱۲؛ کاما و ویس^۶، ۲۰۱۳ و مشکلات نمایندگی توسط چن و همکاران^۷، ۲۰۱۲ و مربوط بودن هزینه‌ها به فعالیت‌های اصلی واحد تجاری توسط بالا کریشنان و گروکا^۸، ۲۰۰۸ مورد بررسی قرار داده‌اند. اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) مشاهده نمودند هنگامی که نسبت به تقاضاهای آتی عدم اطمینان وجود دارد و مدیران مجبور می‌شوند تا تعدیلاتی در هزینه را متحمل شوند تا آن‌ها را کاهش دهند و متعاقباً منابع تعهد شده را مجدداً ذخیره نمایند. مدیران ممکن است کاهش این قبیل از منابع تعهد شده را به تأخیر بیندازند تا بتوانند از دوام کاهش در تقاضا اطمینان بیشتری کسب نمایند. استدلال شده است که علاوه بر این تعدیلات در هزینه، در زمان رؤیایی با رقابت، واحدهای تجاری ممکن است منابع خود را صرف تقویت موقعیت‌های رقابتی خود در بازار رقابتی می‌کند و این قبیل مخارج ممکن است به صورت چسبندگی هزینه ظاهر می‌گردد. واحد تجاری پس از آغاز یک پروژه باید به منظور ادامه حفظ و یا گسترش پروژه مخارجی را متحمل شود. پروژه‌های چند دوره که معمولاً در بازارهای واقعی سرمایه‌گذاری و یا محیط‌های تولیدی وجود دارد نمونه‌ای از این پروژه‌ها هستند. با توجه به نقش رقابت در تصمیمات سرمایه‌گذاری در زمان ابهام، واحدهای تجاری در محیط‌های رقابتی مجبور هستند تا منافع خود را برای پروژه‌های سرمایه‌گذاری در جریان صرف کنند حتی اگر فروش‌های آن‌ها در دوره پس از سرمایه‌گذاری اولیه کاهش یافته باشد. بنابراین پیش‌بینی می‌شود در زمان کاهش فروش در دوره مدیریت واحدهای تجاری رقابتی مجبور می‌شود تا مخارج تعهد شده خود را کاهش دهند که این امر نیز منجر به افزایش چسبندگی هزینه می‌شود. بنابراین میزان مشارکت عوامل رقابت بازار محصول در

¹ Kotler

² Karuna

³ Anderson et al.

⁴ Banker et al.

⁵ Dierynck et al.

⁶ Kama I, Weiss

⁷ Chen et al.

⁸ Balakrishnan R, Gruca

تصمیمات پرهزینه سرمایه گذاری مدیریت به محدودیت‌های مالی واحد تجاری بستگی دارد. با توجه به این که واحدهای تجاری از لحاظ مالی قوی هستند منابع بیشتری در سپرده خود در اختیار دارند، پیش‌بینی می‌شود که در مقایسه با واحدهای تجاری دارای ضعف مالی، واحدهای تجاری در این وضعیت مالی قوی توانایی بیشتری در تامین مالی سرمایه‌گذاری‌های جدید، مخارج مستمر مربوط به پروژه‌های سرمایه‌گذاری موجود و سرمایه‌گذاری‌های استراتژیک دارند. در مقابل واحدهای تجاری که از وضعیت مالی مناسبی برخوردار نیستند ممکن است توانایی ایجاد و یا حفظ سرمایه‌گذاری‌های مطلوب را در زمان کاهش فروش را به علت در اختیار نداشتن منابع مالی ندارند، این موقعیت با میزان کمتر چسبندگی هزینه نشان داده می‌شود. در بدترین حالت، برخی از واحدهای تجاری دارای وضعیت مالی ضعیف هیچ حالتی از چسبندگی هزینه را نخواهند داشت. با توجه به مبانی نظری بالا مساله مهم رقابتی بودن بازار سرمایه می‌باشد که با توجه به این تحقیق که هدف آن بررسی ارتباط رقابت بازار محصول و چسبندگی‌های هزینه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. که بر اساس این تحقیق سوالات زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد.

سوال اصلی: آیا بین رقابت بازار محصول و چسبندگی‌های هزینه ارتباط معناداری وجود دارد.

سوال فرعی اول: آیا بین شاخص هرفیندال- هیرشمن و چسبندگی هزینه‌های فروش، عمومی و اداری ارتباط معناداری وجود دارد؟

سوال فرعی دوم: آیا بین شاخص Q توبین و چسبندگی هزینه‌های فروش، عمومی و اداری ارتباط معناداری وجود دارد؟

سوال فرعی سوم: آیا بین شاخص لرنر و چسبندگی هزینه‌های فروش، عمومی و اداری ارتباط معناداری وجود دارد؟

سوال فرعی چهارم: آیا بین شاخص لرنر تعدیل شده و چسبندگی هزینه‌های فروش، عمومی و اداری ارتباط معناداری وجود دارد؟

۱-۲- اهمیت و ضرورت پژوهش

چسبندگی هزینه‌ها که در دوره‌های باعث کاهش فروش مشاهده می‌شود، موجب کاهش سود یک دوره می‌شود. اما وقوع چسبندگی هزینه‌ها نشان می‌دهد، مدیران تاکید بیشتری بر سودهای بلند مدت دارند. تحمل هزینه منابع اضافی در دوره‌های کاهش فروش که به منظور آمادگی برای افزایش فروش در آینده انجام می‌شود، موجب تحمل بار هزینه‌ای کمتری در بلندمدت شده و این توانایی را به شرکت می‌دهد تا فرصت‌های افزایش فروش در آینده را از دست ندهد. اما لازمی حفظ منابع برای دستیابی به سودهای بیشتر در آینده، آن است که مدیران کاهش تقاضا را موقتی پیش‌بینی کرده و انتظار افزایش فروش آتی را داشته باشند. در دوره‌های کاهش فروش، چنانچه مدیران افزایش فروش آتی را زیاد پیش‌بینی کنند، منابع بیشتری را برای بهره‌گیری از افزایش تقاضا حفظ می‌کنند. زیرا در صورت کاهش منابع، شرکت به هنگام افزایش فروش، منابع کافی در اختیار نخواهد داشت که به از دست دادن فرصت‌ها منجر می‌شود. میزان فرصت از دست رفته نیز متناسب با افزایش پیش‌بینی شده فروش است، بنابراین در صورت کاهش فروش در دوره جاری، هرچه پیش‌بینی مدیریت از فروش دوره آتی با خوش‌بینی بیشتری همراه باشد، نشان می‌دهد کاهش فروش از نظر مدیریت، موقتی تر است. به همین دلیل، منابع بیشتری به منظور آمادگی برای افزایش فروش در آینده حفظ می‌شود (فروغی و همکاران، ۱۳۸۷: ۵۷) با توجه به اینکه یکی از مهم‌ترین عوامل رشد اقتصادی، تشکیل سرمایه است. لازمی این امر، سوق دادن بخش عظیمی از منابع کشور به سمت تولید کالاهای سرمایه‌ای می‌باشد. بورس اوراق بهادار سازمانی است که می‌تواند در صورت فراهم بودن شرایط لازم، سرمایه‌های مورد نیاز را جمع‌آوری و آن را به سمت فعالیت‌های تولیدی، هدایت کند (نمازی، ۱۳۸۲: ۱۳۳). رشد و توسعه هرکشوری مستلزم بکارگیری منابع در شکل بهینه و هدایت آن‌ها در مسیری صحیح است. در هر جامعه‌ای، نهادهایی می‌توانند در جهت تحقق این هدف گام برداشته و نقش موثری را در این راه ایفا کنند. بازارهای سرمایه و نهادهای مربوط به آن‌ها، یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در این فرآیند هستند. بازار بورس اوراق بهادار تهران مهم‌ترین و اصلی‌ترین مرکز برای مبادلات سرمایه‌ای تلقی می‌گردد. رقابت^۹ یکی از محوری‌ترین و مهم‌ترین مفاهیم اقتصادی است. در جهان امروز، پدیده «رقابت» به‌عنوان یک پدیده ذاتی در فعالیت‌های مالی و

^۹ Competition

بازرگانی به ظهور رسیده است و در عرصه فعالیت‌های اقتصادی یکی از عوامل مهم و تعیین‌کننده در سرنوشت سازمان‌ها و مؤسسات تجاری است (صدر، ۱۳۷۸). سرمایه‌گذاران همواره به دنبال کسب حداکثر سود هستند. بنابراین آگاهی از چگونگی رفتار هزینه‌ها نسبت به تغییرات سطح فعالیت و یا سطح فروش از اطلاعات مهم برای تصمیم‌گیری مدیران در خصوص برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی، قیمت‌گذاری محصولات، تعیین نقطه سر به سر و سایر موارد مدیریتی است. نتایج حاصل از این پژوهش، به طور ویژه‌ای در تغییر نگرش مدیران و تحلیلگران مالی سودمند است. زیرا مدیران و تحلیلگران با شناسایی و پیش‌بینی دقیق رفتار هزینه‌ها و چگونگی واکنش هزینه‌ها به نوسان‌های درآمد، به طرح‌ریزی برنامه‌های منظم پرداخته و تصمیم‌های آگاهانه‌ای می‌گیرند. با بررسی ارتباط بین رقابتی بودن بازار محصول و چسبندگی هزینه و تعیین ارتباط بین این متغیرها می‌توانیم به استفاده‌کنندگان و تصمیم‌گیران بازار، اطلاعات جدیدتر و مازاد بر اطلاعات قبلی ارائه نماییم تا آن‌ها با ریسک کمتری تصمیم‌گیری نمایند با توجه به جستجوهای انجام شده در منابع داخل کشور تحقیقی که مستقیماً به این موضوع بپردازد یافت نشده است بنابراین از این لحاظ امید است که این تحقیق بتواند کمک شایانی به بومی‌سازی دانش مالی و حسابداری در بازار سرمایه ایران بکند.

۱-۳- اهداف پژوهش

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه بین رقابت بازار محصول و چسبندگی‌های هزینه‌ها در بورس اوراق بهادار تهران است.

۲- ادبیات تحقیق

۱-۲ در پژوهش حاضر رقابت در بازار محصول به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده است که از طریق شاخص Q توپین، شاخص هرفیندال-هیرشمن، شاخص لرنر و شاخص لرنر تعدیل شده نیز اندازه‌گیری می‌شود.

شاخص Q توپین

جیمز توپین در سال ۱۹۶۹ به منظور ارزیابی سودآوری پروژه‌های سرمایه‌گذاری، با ارائه شاخصی به نام Q توپین، پایه‌گذار معیار جدیدی در ارزیابی عملکرد شرکت‌ها گردید. شاخص ارائه شده از سوی وی، از تقسیم ارزش بازار به ارزش دفتری سرمایه‌گذاری حاصل می‌شد که بعدها این نسبت به " Q توپین ساده" شهرت یافت. در تفسیر این شاخص، وی معتقد بود اگر نسبت Q توپین یک شرکت بزرگ‌تر از یک باشد، معمولاً نشانه ارزشمندی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و رشد شرکت است و سرمایه‌گذاران با انگیزه و اطمینان بیشتری می‌توانند اقدام به سرمایه‌گذاری کنند. این در حالی است که نسبت کوچک‌تر از یک برای شاخص Q توپین، بیانگر توقف سرمایه‌گذاری است (حاجی‌ها و قصاب‌ماهر، ۱۳۸۹).

شاخص هرفیندال-هیرشمن

شاخص هرفیندال-هیرشمن از حاصل جمع توان دوم سهم بازار کلیه بنگاه‌های فعال در صنعت بدست می‌آید (چن و همکاران، ۲۰۱۲: ۲۹۶). شاخص هرفیندال-هیرشمن، میزان تمرکز صنعت را اندازه‌گیری می‌کند. هر چه این شاخص بزرگ‌تر باشد، میزان تمرکز بیشتر بوده و رقابت کمتری در صنعت وجود دارد و بالعکس.

شاخص لرنر

شاخص لرنر برابر است با قیمت محصولات شرکت منهای هزینه‌های نهایی تولید. این شاخص به صورت مستقیم نشان‌دهنده ویژگی قدرت بازار، یعنی توانایی شرکت برای منظور کردن قیمتی بیشتر از هزینه نهایی است.

شاخص لرنر تعدیل شده

اگر چه شاخص لرنر برای تعیین قدرت بازار محصول شرکت مورد استفاده قرار گرفته است، اما این معیار عوامل مختص شرکت نظیر تأثیر قدرت قیمت‌گذاری بازار محصول را از عوامل سطح صنعت تفکیک نمی‌کند.

۲-۲ متغیر وابسته

چسبندگی هزینه به عنوان متغیر وابسته پژوهش حاضر است. چسبندگی هزینه بیانگر عدم تقارن اقتصادی در واکنش هزینه به افزایش و کاهش فروش است. به عبارت دیگر، چسبندگی هزینه‌ها به این معناست که شدت کاهش هزینه‌ها بر اثر کاهش حجم فعالیت، کم‌تر از شدت افزایش هزینه‌ها بر اثر افزایش حجم فعالیت است.

۳-۳ فرضیه‌های پژوهش و مدل‌های آزمون فرضیه‌ها

با توجه به مبانی نظری بیان شده فرضیه‌های این پژوهش به شرح زیر بیان می‌گردد.
فرضیه اصلی: بین رقابت در بازار محصول و چسبندگی هزینه‌های اداری و فروش رابطه وجود دارد.
فرضیه‌های فرعی:

۱. بین شاخص هرفیندال هیرشمن و چسبندگی هزینه‌های اداری و فروش رابطه وجود دارد.
۲. دبیین شاخص لرنر و چسبندگی هزینه‌های اداری و فروش رابطه وجود دارد.
۳. بین شاخص لرنرتعدیل شده و چسبندگی هزینه‌های اداری و فروش رابطه وجود دارد
۴. بین شاخص کیوتوبین و چسبندگی هزینه‌های اداری و فروش رابطه وجود دارد.

مدل‌های مورد استفاده برای آزمون فرضیه‌ها

مدل (۱)، جهت آزمون فرضیه‌ی اول پژوهش استفاده می‌شود:

$$Dummy_{i,t} \times \log \text{Log} (DV_{i,t} / DV_{i,t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_2 \times Decrease - \\ Dummy_{i,t} \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_4 \times (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_3 \times HHI_{i,t} \times Decrease - \\ HHI_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

که در آن β_0 ، عرض از مبدا، $HHI_{i,t}$ ، شاخص هرفیندال شرکت i در سال t .

مدل (۲)، جهت آزمون فرضیه‌ی دوم پژوهش استفاده می‌شود:

$$Dummy_{i,t} \times \log \text{Log} (DV_{i,t} / DV_{i,t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_2 \times Decrease - \\ Dummy_{i,t} \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_4 \times LI_{i,t} + (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_3 \times LI_{i,t} \times Decrease - \\ \epsilon_{i,t}$$

که در آن β_0 ، عرض از مبدا، LI : شاخص لرنر شرکت i در سال t .

مدل (۳)، جهت آزمون فرضیه‌ی سوم پژوهش استفاده می‌شود:

$$Dummy_{i,t} \times \log \text{Log} (DV_{i,t} / DV_{i,t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_2 \times Decrease - \\ Dummy_{i,t} \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_4 \times LIA (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_3 \times LIA_{i,t} \times Decrease - \\ \epsilon_{i,t}$$

که در آن β_0 ، عرض از مبدا، LIA : شاخص لرنر شرکت i در سال t .

مدل (۴)، جهت آزمون فرضیه‌ی چهارم پژوهش استفاده می‌شود:

$$Dummy_{i,t} \times \log \text{Log} (DV_{i,t} / DV_{i,t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_2 \times Decrease - \\ Dummy_{i,t} \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_4 \times Q_{i,t} + (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_3 \times Q_{i,t} \times Decrease - \\ \epsilon_{i,t}$$

که در آن β_0 ، عرض از مبدا و $Q_{i,t}$ ، نسبت کیوتوبین شرکت i در سال t .

۴-۴ روش پژوهش

این تحقیق از نظر روش تحقیق تجربی بوده و از نظر هدف، تحقیقی توسعه‌ای و از نظر گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی تلقی می‌شود که در آن از اطلاعات واقعی در صورت‌های مالی شرکت‌ها برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها از روش کتابخانه‌ای استفاده می‌شود. هدف این پژوهش، بررسی ارتباط رقابت بازار محصول و چسبندگی هزینه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. لذا با توجه به این که بر شناخت رابطه علت و معلولی بین متغیرها تاکید دارد و تاثیر متغیر مستقل بر وابسته در آن اهمیت دارد پژوهشی تجربی است و از لحاظ روشی که برای آزمون کردن فرضیه‌ها استفاده می‌کند، از

نوع همبستگی می‌باشد. و به دلیل اینکه واقعیت موجود در بورس را بررسی کرده و به آنچه که هست می‌پردازد لذا در حوزه پژوهشهای اثباتی حسابداری قرار می‌گیرد و برحسب نحوه گردآوری اطلاعات نوعی پژوهش پس رویدادی به شمار می‌رود.

۴-۱ روش‌های جمع آوری داده‌ها

در این پژوهش برای جمع آوری داده‌ها و اطلاعات ابتدا از روش کتابخانه ای استفاده می‌شود در بخش کتابخانه ای مبانی نظری پژوهش از کتب و مجله‌های تخصصی فارسی و لاتین جمع آوری می‌شود سپس داده‌های پژوهش از طریق جمع آوری داده‌های شرکت‌های منتخب با مراجعه به صورت‌های مالی حسابرسی شده گزارش سالیانه هیات مدیره به مجمع عمومی صاحبان سهام و سایت سازمان بورس اوراق بهادار و نرم افزارهای ره آورد نوین انجام می‌شود

۴-۲ جامعه آماری، نمونه و روش انتخاب نمونه

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که از سال ۱۳۸۸ تا پایان سال ۱۳۹۴ در بورس اوراق بهادار تهران فعالیت داشته اند. کیفیت اطلاعات و سهولت دسترسی به اطلاعات صورت‌های مالی و سایر اطلاعات، از مهم ترین دلایل انتخاب این جامعه آماری است. در این پژوهش با استفاده از روش حذف سیستماتیک نسبت به تعیین حجم نمونه اقدام خواهد شد. برای این منظور معیارهای زیر برای انتخاب نمونه استفاده شده است:

- ۱- با توجه به اطلاعات مورد نیاز از سال ۱۳۸۸، شرکت‌هایی که حداکثر تا پایان اسفند ماه سال ۱۳۸۶ در بورس و اوراق بهادار تهران پذیرفته شده اند و نام آنها تا پایان سال ۱۳۹۴ از فهرست شرکت‌های یاد شده، حذف نشده باشد.
- ۲- به لحاظ افزایش قابلیت مقایسه، دوره مالی آن‌ها منتهی به ۲۹ اسفند ماه باشد. در طی دوره مورد بررسی (۱۳۸۷-۱۳۹۴) تغییر سال مالی نداشته باشد.

۳- اطلاعات مالی مورد نیاز به ویژه یادداشت‌های همراه صورت‌های مالی و گزارشات سالیانه هیات مدیره به مجمع عمومی به منظور استخراج داده‌های مورد نیاز در دسترس باشد.

۴- جزء شرکت‌های واسطه گری مالی (سرمایه گذاری، هلدینگ، لیزینگ و بانک‌ها و بیمه‌ها) به دلیل متفاوت بودن عملکرد آنها، نباشند.

در این مطالعه بر اساس نمونه‌گیری انجام شده تعداد ۶۹ شرکت به عنوان نمونه آماری این پژوهش انتخاب شده است.

۵- یافته‌های پژوهش

۱-۵ آمار توصیفی

جدول شماره ۴-۲، آماره‌های توصیفی محاسبه شده، شامل میانگین، انحراف معیار، حداکثر و حداقل متغیرهای شاخص هرفیندال-هیرشمن، شاخص لرنر تعدیل شده، مالکیت نهادی، ترکیب هیئت مدیره، اندازه شرکت، اهرم مالی و بازده حقوق صاحبان سهام را برای سال‌های ۱۳۸۷ الی ۱۳۹۴ نشان می‌دهد. طبق اطلاعات جدول ۴-۲ متغیر شاخص هرفیندال-هیرشمن حاکی از آن است که در دوره و نمونه مورد مطالعه تقریباً وضعیت صنایع فعال بورس اوراق بهادار تهران رقابتی بوده است. همچنین قدرت قیمت گذاری شرکت‌ها در بورس نیز با توجه به رقابتی بودن کم می‌باشد.

جدول ۴-۱: آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	آماره	میانگین	انحراف معیار	حداکثر	حداقل
شاخص هرفیندال - هیرشمن	۰/۱۶۸	۰/۱۶۵	۰/۷۲۶	۰/۰۴۳	
شاخص لرنر	۰/۲۴۱	۰/۴۰۶	۱/۷۰۶	-۷/۸۶۳	
شاخص لرنر تعدیل شده	۰/۰۰۹	۰/۳۹۹	۱/۴۸۰	-۸/۰۵۹	
شاخص کیوتوبین	۵/۳۳۵	۶/۶۹۹	۱۳/۲۱۸	۰/۵۸۶	
هزینه های اداری و فروض	-۰/۰۳۷	۱/۶۵۳	۷/۶۷۴	-۸/۸۲۵	
فروش	۲/۶۳۵	۴/۴۱۳	۴۳/۱۶۵	۰/۰۰۸	

۲-۵ پایایی (ایستایی) متغیرهای پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش ابتدا به بررسی پایایی یا ایستایی متغیرهای پژوهش پرداخته شد. بر اساس آزمون ریشه واحد از نوع آزمون لوین، لین و چو چنانچه معناداری آماره آزمون، کم‌تر از ۰/۰۵ باشد، متغیرهای مستقل، وابسته و کنترلی پژوهش، در طی دوره پژوهش پایا هستند. پایایی به این معنی است که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان و کوواریانس متغیرها بین سال‌های مختلف ثابت بوده است. نتایج حاصل از بررسی پایایی متغیرهای پژوهش با استفاده از این آزمون در جدول شماره ۴-۲ ارائه شده است.

جدول ۴-۲: نتایج حاصل از آزمون پایایی متغیرهای پژوهش

سطح معناداری	آماره آزمون	متغیر
۰/۰۰۰	-۴۱/۳۸	شاخص هرفیندال - هیرشمن
۰/۰۰۰	-۹/۷۱	شاخص لرنر
۰/۰۰۰	-۸/۷۵	شاخص لرنر تعدیل شده
۰/۰۰۰	-۱۰۴۳/۰۹	شاخص کیوتوبین
۰/۰۰۰	-۱۴/۴۸	هزینه‌های اداری و فروش
۰/۰۰۰	-۶۳/۹۱	فروش

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، در کلیه متغیرهای مستقل، وابسته و کنترلی، سطح معناداری در آزمون ریشه واحد لوین، لین و چو کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد متغیرهای پژوهش در سطح پایا هستند. این بدان معنی است که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان و کوواریانس متغیرها بین سال‌های مختلف ثابت است. در نتیجه، شرکت‌های مورد بررسی تغییرات ساختاری نداشته و استفاده از این متغیرها در مدل باعث به وجود آمدن رگرسیون کاذب نمی‌شود.

۶-۶ بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اینکه در شرایط رقابتی بودن بازار محصول، شرکت‌ها تمایل به بهره بردن از فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری‌های جدید دارند. و به همین دلیل در شرکت‌ها مخارج سرمایه‌گذاری‌های بیشتری باید در دوره‌های کاهش فروش همانند دوره‌های افزایش فروش صرف شود، می‌توان نتیجه گرفت که بین فعالیت‌های فروش و هزینه‌های عملیاتی در زمان کاهش (افزایش) فروش، ارتباط ضعیف‌تر (قوی‌تر) وجود دارد. با توجه به مطالعه وو و ژنگ^{۱۱} در سال ۲۰۱۶ با استفاده از معیارهای رقابتی بود بازار محصول لی و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۳؛ هوبرگ و فیلیپس^{۱۳}، ۲۰۱۰؛ ۲۰۱۵؛ بیان نمودند که ارتباط معناداری بین عدم تقارن در هزینه‌ها و عوامل اقتصادی مؤثر بر چسبندگی هزینه بدست آمده است. همچنین نتیجه گرفتند که رقابت بازار محصول بر میزان چسبندگی هزینه در شرایط قوی مالی تاثیرگذار می‌باشند. زیرا در شرکت‌های تجاری با موقعیت‌های مالی بهتر منابع بیشتری برای مخارج سرمایه‌گذاری علیرغم کاهش در فروش در اختیار می‌باشند.

در شرکت‌هایی که تمایل به حفظ موقعیت رقابتی بودن بازار محصول خود را دارند هزینه‌های را در شروع پروژه‌های خود متحمل می‌شوند. بنابراین، کاهش فروش ممکن است انگیزه‌ای باشد برای واحد تجاری تا مخارج اضافی مانند مخارج تحقیق و توسعه، کنترل کیفیت، بازاریابی و رضایت مشتریان انجام دهد تا موقعیت رقابتی بازار محصول خود را دوباره بدست آورد. بنابراین با توجه به نقش حائز اهمیت رقابت در اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری در شرایط عدم اطمینان، در دوره‌های کاهش فروش واحدهای تجاری در محیط‌های رقابتی تمایل دارند تا همچنان مخارج مربوط به پروژه‌های موجود را حفظ کرده و یا

¹¹ Wu-Lung Li and Kenneth Zheng

¹² Lee et al.

¹³ Hvbrg and Philips

حتی در پروژه‌های جدیدی سرمایه‌گذاری نمایند. بنابراین پیش‌بینی می‌شود که دوره‌های کاهش فروش مدیران واحدهای تجاری فعال در شرایط رقابتی تمایل به کاهش مخارج تعهد شده ندارند، که این امر منجر به شدت بیشتر چسبندگی هزینه می‌شود (وو و ژنگ، ۲۰۱۶). با توجه به مطالعه ژانگ و کوش در سال ۲۰۱۵، بیان نمودند رقابت بودن بازار محصول بر چسبندگی هزینه‌های فروش، عمومی و اداری تاثیرگذار می‌باشند. بنابراین شرکت‌های تجاری برای اینکه در رقابت بازار باقی بمانند تمایل واحدهای تجاری برای انجام سرمایه‌گذاری‌های پرهزینه که ممکن است سودآوری آتی را کاهش دهد، کمتر است. اگر این حالت صحیح باشد، مشاهده می‌شود که واحدهای تجاری در دوره‌های کاهش فروش هزینه‌های خود را کاهش می‌دهند، که این امر در قالب میزان کمتر چسبندگی هزینه نمایان می‌شود. به علاوه هنگامی که رقابت قیمت شدید است واحدهای تجاری کنترل کمتری نسبت به قیمت محصولات دارند و راه‌حل جایگزینی برای این موضوع کاهش هزینه‌های محصول است تا سودآوری در سطح معینی حفظ شود و این که زبان‌ها حداقل شود. تصمیمات مدیران به منظور حفظ تخصیص منابع به علت رقابت بازار محصول می‌تواند پرهزینه باشد، به ویژه در طول دوره‌هایی که واحد تجاری با کاهش فروش مواجه است. بنابراین میزان مشارکت عوامل رقابت بازار محصول در تصمیمات پرهزینه سرمایه‌گذاری مدیریت به محدودیت‌های مالی واحد تجاری بستگی دارد. با توجه به این که واحدهای تجاری از لحاظ مالی قوی هستند منابع بیشتری در سپرده خود در اختیار دارند، پیش‌بینی می‌شود که در مقایسه با واحدهای تجاری دارای ضعف مالی، واحدهای تجاری در این وضعیت مالی قوی توانایی بیشتری در تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌های جدید، مخارج مستمر مربوط به پروژه‌های سرمایه‌گذاری موجود و سرمایه‌گذاری‌های استراتژیک دارند.

در مقابل واحدهای تجاری که از وضعیت مالی مناسبی برخوردار نیستند ممکن است توانایی ایجاد و یا حفظ سرمایه‌گذاری‌های مطلوب را در زمان کاهش فروش را به علت در اختیار نداشتن منابع مالی ندارند، این موقعیت با میزان کمتر چسبندگی هزینه نشان داده می‌شود. در بدترین حالت، برخی از واحدهای تجاری دارای وضعیت مالی ضعیف هیچ حالتی از چسبندگی هزینه را نخواهند داشت. مدل سنتی رفتار نامتقارن هزینه که توسط اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) ارائه شد نشان می‌دهد که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش نسبت به تغییرات در درآمد سود واکنش نامتقارن از خود نشان می‌دهند. هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در واکنش به فروش کاهش کمتری را تجربه می‌کنند در مقایسه با افزایش این هزینه‌ها در واکنش به افزایش فروش. مدل سنتی رفتار نامتقارن هزینه از این حالت تحت عنوان چسبندگی هزینه یاد می‌کند. با توجه به مطالعه وانگ و ژیانگ در سال ۲۰۱۳، که بیان نمودند که افزایش و کاهش هزینه‌های واحد تجاری و حجم فعالیت آن دارای تعادل است. بدین معنی که هزینه‌ها تنها به علت تغییر در سطح فعالیت در دوره جاری ایجاد می‌شوند و هیچ ارتباطی با ظرفیت تولید فعلی شرکت، مقادیر مورد انتظار آتی، انتخاب مدیریت و سایر عوامل ندارد. بنابراین بین هزینه‌های فروش و اداری به طور کل چسبندگی هستند و چسبندگی هزینه فروش نسبت به هزینه‌ها اداری کاملاً متفاوت است. چسبندگی هزینه فروش معنی‌دار نبود در حالی که چسبندگی هزینه‌های اداری معنادار بوده است و بین رقابت بازار محصول و چسبندگی هزینه ارتباط معناداری وجود دارد، هر چه رقابت شدیدتر باشد چسبندگی هزینه‌ها کمتر است.

منابع و مآخذ

الف) منابع فارسی

- اسکات، ویلیام؛ ترجمه دکتر علی پارسائیان، ۱۳۸۶، تئوری حسابداری، انتشارات ترمه، چاپ اول، تهران.
- ابریشمی، حمید؛ "اقتصاد سنجی کاربردی"، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۱.
- اشرف‌زاده، سیدحمیدرضا و مهرگان، نادر (۱۳۸۷)، اقتصاد سنجی پانل دیتا، تهران: مؤسسه تحقیقات تعاون دانشگاه تهران
- بخشی، لطفعلی (۱۳۸۲). اندازه‌گیری تمرکز در صنعت سیمان ایران. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی. ۲۶: ۹۶-۷۵.
- پارسائیان، علی (۱۳۸۴) تالیف ملکان اسمیت، روش تحقیق در حسابداری
- پژویان، ج.، فقیه نصیری، م. (۱۳۸۸). اثر رقابت مندی بر رشد اقتصادی با رویکرد الگوی رشد درون‌زا. فصل‌نامه‌ی پژوهش‌های اقتصادی، بهار ۱۳۸۸، سال سیزدهم، ۹۷-۱۳۲

- تلنگی، احمد (۱۳۸۳)، تقابل نظریه نوین مالی و مالیه رفتاری، تحقیقات مالی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۷: ۲۵-۳.
- حافظنیا، محمدرضا (۱۳۸۵). مقدمه‌ای بر روش پژوهش در علوم انسانی، چاپ دوازدهم. تهران: انتشارات سمت.
- حافظنیا، محمدرضا (۱۳۸۷)، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت، تهران
- خاکی، غلامرضا (۱۳۸۷)، روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه‌نویسی، انتشارات مرکز تحقیقات علمی کشور، تهران
- خاکی، غلامرضا (۱۳۸۶). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی. انتشارات بازتاب
- خدادادکاشی، فرهاد (۱۳۸۹). اقتصاد صنعتی (نظریه و کاربرد)، چاپ اول، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- خدادادی، ولی، نیک‌کار، جواد و سعید حاجی‌زاده (۱۳۹۴). "تأثیر رفتار چسبندگی هزینه و محافظه‌کاری مشروط بر تجزیه و تحلیل هزینه، حجم فعالیت و سود". پیشرفت‌های حسابداری دانشگاه شیراز، شماره ۶۸، دوره ۳، صص. ۴۹-۷۶.
- خدادادکاشی، فرهاد (۱۳۷۷). ساختار و عملکرد بازار: نظریه و کاربرد آن در بخش صنعت ایران، چاپ دوم، تهران: نشر موسسه مطالعات و پژوهش بازرگانی.
- خدادادکاشی، فرهاد (۱۳۷۹). انحصار، رقابت و تمرکز در بازارهای صنعتی ایران (۷۳-۱۳۶۷). پژوهشنامه بازرگانی، ۱۵: ۱۱۶-۸۳.
- خدادادکاشی، فرهاد و محمد نبی شهیکی‌تاش (۱۳۸۴). سنجش درجه رقابت در بازار جهانی کالاهای منتخب سنتی و کشاورزی. اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۵۱: صص ۱۷۸-۱۳۵.
- حیدری، مهدی (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر عامل رفتاری اعتماد به نفس بیش از حد مدیریت بر چسبندگی هزینه: نقش تعدیلی عوامل اقتصادی و عوامل مبتنی بر نظریه نمایندگی». بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۲۱، صص. ۱۵۱-۱۷۲.
- دلاور، علی (۱۳۸۴). روش پژوهش در روان‌شناسی و علوم تربیتی، چاپ دوم، تهران: نشر ویرایش.
- روحی، علی و مروارید کرمیار، ۱۳۹۴، ارتباط بین ساختار رقابتی بازار محصول و کارایی سرمایه‌گذاری، ششمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت و علوم مهندسی، بلژیک، مرکز بین المللی ارتباطات دانشگاهی،
- راعی رضا، فلاح‌پور سعید (۱۳۸۳)، مالیه رفتاری رویکردی متفاوت در حوزه مالی، تحقیقات مالی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۸: ۱۰۶-۷۷.
- رزمی، جعفر؛ قادری، سید فرید و امین ذکایی آشتیانی (۱۳۸۹). تحلیل شاخص‌های ارزیابی رقابتی بودن بازار برق ایران: مطالعه موردی. نشریه مدیریت بازرگانی، دوره دوم (شماره پنجم): ۶۰-۴۱.
- زنجیردار، مجید؛ غفاری آشتیانی، پیمان و زهرا مداحی (۱۳۹۲). «بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر رفتار چسبندگی هزینه». فصلنامه حسابداری مدیریت، شماره ۱۱، صص. ۳۱-۷۳.
- ساعی، علی (۱۳۷۷). آمار در علوم اجتماعی. چاپ دوم، تهران: مؤسسه نشر جهاد.
- ستایش، محمدحسین و محدثه کارگرفرد جهرمی (۱۳۹۰). بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر ساختار سرمایه. فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری مالی، ۱: ۳۱-۹.
- شاکری، عباس (برگرداننده) (۱۳۷۲). تئوری و سیاستهای اقتصاد کلان، چاپ شانزدهم، نشر نی.
- فروزنده، بهمن (برگرداننده) (۱۳۸۹). مدیریت بازاریابی، چاپ هشتم، انتشارات آموخته
- قاسمیه، رحیم؛ علی غیوری مقدم؛ حمیدرضا حاجب (۱۳۹۳) "بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر رابطه بین ساختار سرمایه و عملکرد واحد تجاری" مقاله ۵، دوره ۶، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۳، صفحه ۱۰۷-۱۲۹
- کریمی، ف.، اخلاقی، ح.، و رضایی مهر، ف. (۱۳۸۹) "بررسی تأثیر اهرم مالی و فرصت‌های رشد شرکت بر تصمیمات سرمایه‌گذاری در شرکت‌های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران." فصل‌نامه‌ی علمی پژوهشی حسابداری مالی، سال دو ۶۰-۷۴

- کردستانی، غلامرضا و مرتضوی، مرتضی (۱۳۹۱) "بررسی تأثیر تصمیمات سنجیده مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها" بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۹، شماره ۶۷، ص ص ۷۳-۹۰
- مومنی، منصور و علی فعال قیومی (۱۳۸۶). تحلیل داده‌های آماری با SPSS. انتشارات کتاب نو.
- مومنی، منصور، فعال قیومی، علی. ۱۳۸۸. "مقایسه انواع تحلیل‌های رگرسیونی برای داده‌های حسابداری"، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۵۸، ص ص ۱۱۲-۱۰۳
- نادری، عزت اله و مریم سیف نراقی (۱۳۷۲). «روش‌های تحقیق و چگونگی ارزش‌یابی آن در علوم انسانی.» چاپ پنجم، تهران: دفتر تحقیقات و انتشارات بدر.
- نمازی، محمد (برگرداننده) (۱۳۷۹). پژوهش‌های تجربی در حسابداری: دیدگاه روش‌شناختی. چاپ اول، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.
- نمازی، محمد (۱۳۸۴)؛ بررسی کاربردهای نظریه نمایندگی در حسابداری مدیریت، علوم اجتماعی و انسانی شیراز، شماره ۲، ص ۱۶۴-۱۴۷
- نمازی، محمد و دوانپور، ایرج (۱۳۸۹) "بررسی تجربی رفتار چسبندگی هزینه‌ها در بورس اوراق بهادار تهران" بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۷، شماره ۶۲، ص ص ۸۵-۱۰۲
- نمازی، محمد؛ غفاری، محمد جواد و فریدونی، مرضیه (۱۳۹۱) "تحلیل بنیادی رفتار چسبندگی هزینه‌ها و بهای تمام شده بر دامنه‌ی تغییرات در بورس اوراق بهادار تهران" پیشرفتهای حسابداری، دوره چهارم، شماره دوم، ص ص ۱۷۷-۱۵۱
- نمازی محمد (۱۳۷۸) "بررسی سیستم هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت در حسابداری مدیریت وملاحظات رفتاری آن"، فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی ۲۶-۲۷
- نمازی، محمد و ابراهیمی، شهلا (۱۳۹۱) "بررسی ارتباط بین ساختار رقابتی بازار محصول و بازده سهام". پژوهش‌های تجربی حسابداری مالی، شماره ۱، ص ص ۹-۲۷
- نوروش ایرج، صادقیان آزیری قادر (۱۳۷۸) "تحقیقی پیرامون محتوای اطلاعاتی اعداد حسابداری در گزارشگری درون سازمانی"، فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. ص ص ۱۳۴-۱۴۴

ب) منابع خارجی

- Anderson, M. C., Banker, R., Huang, R., & Janakiraman, S. (2007). Cost behavior and fundamental analysis of SG&A costs. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 22(1): 1- 28.
- Anderson M, Banker R, Janakiraman S (2003) Are selling, general, and administrative costs "sticky"? *J Account Res* 41(1):47-63
- Balakrishnan R, Gruca T (2008) Cost stickiness and core competency: a note. *Contemp Account Res* 25(4):993-1006
- Balakrishnan, R., Petersen, M., & Soderstrom, N. (2004). Does capacity utilization affect the stickiness of cost?. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 19(3): 283- 299.
- Banker, R., Byzalov, D. & Plehn-Dujowich, J. (2011). Sticky cost behavior: Theory and evidence. Available at: <http://astro.temple.edu>.
- Banker, R., Basu, S., Byzalov, D and Chen, J. (2013). "Asymmetrie in Cost-Volume-Profit Relation: Cost Stickiness and Conditional Conservatism", <http://ssrn.com/abstract=2312179>.
- Banker R, Byzalov D, Ciftci M, Mashruwala R (2014) The moderating effect of prior sales changes on asymmetric cost behavior. *J Manage Acc Res* 26(2):221-242
- Bernard A, Jensen B, Schott P (2006) Trade costs, firms and productivity. *J Monetary Econ* 53(5):917-937
- Baggs, J. and Bettignies, J. (2007), "Product market competition and agency costs", *Journal of Industrial Economics*, Vol. 55 No. 2, pp. 289-323.

- Calleja K, Steliaros M, Thomas D.C. (2006). "A Note on Cost Stickiness: Some International Comparisons". *Management Accounting Research* 2006; 17(2): 127- 140
- Chen C, Lu H, Sougiannis T (2012) The agency problem, corporate governance, and the asymmetric behavior of selling, general, and administrative costs. *Contemp Account Res* 29(1):252–282
- Cooper, R. & Haltiwanger, J. (2006). On the nature of capital adjustment costs. *Review of Economic Studies*,73: 611-633.
- Cooper R, Kaplan R. S. *Cost & Effect – Using Integrated Cost Systems to Drive Profitability and Performance*, Harvard Business School Press, Boston 1998a.
- Cooper R, Kaplan R. S. *The Design of Cost Management Systems – Text and Cases* (2nd ed), Prentice Hall Inc., New Jersey 1998b.
- Clarke, R. and S. Davis (1982). Market Structure and Price-Cost Margins. *Economica*, 49(49):277-287.
- Dierynck B, Landsman W, Renders A (2012) Do managerial incentives drive cost behavior? Evidence about the role of zero earnings benchmarks for labor cost behavior in private Belgian firm. *Account Rev* 87(4):1219–1246
- Goux, D., Maurin, E. & Pauchet, M. (2001). Fixed-term contracts and the dynamics of labour demand. *European Economic Review*, 45:533-552.
- Gujarati, N. D. (1995). *Basic Econometrics*. 4th Editions, Boston: McGraw-Hill
- Gujarati, D. "Basic Econometrics", 4th ed. New York: McGraw Hill, pp.638-640. 2003.
- Greene, W. H. (2002). *Econometric Analysis*, 2nd Edition, New York: Prentice Hall.
- Gujarati, D.N. (2004). *Basic Econometrics*, Fourth Edition, New York: The McGraw–Hill Companies
- Grullon, G. and Michaely, R. (2010). "Corporate Payout Policy and Product Market Competition". Working Paper at Cornell University.
- Hart, P. E (1971). Entropy and other Measures of Concentration. *Journal of The Royal Statistical Society* , 134:73-85.
- Homburg, C. and Nasev, J. (2010). "How Timely are Earnings when Costs are Sticky? Implications for the Link between Conditional Conservatism and Cost Stickiness", *American Accounting Association*.
- Hilton R. *Managerial Accounting*. New York: McGraw-Hill 1997.
- Hornigren C. T, Foster G, Datar S. M. *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 9. Ed Rio de Janeiro: LTC 2008.
- Holmström, B., & Tirole, J. (1989). The theory of the firm. *Handbook of Industrial Organization*, 1, 61–133.
- Islam, S (2001). Concentration of International Trade in Hightechnology Products. *Applied Economics Letters*, 8:95-97.
- Indrarini Laksmana Ya-wen Yang, (2015), "Product market competition and corporate investment decisions", *Review of Accounting and Finance*, Vol. 14 Iss 2 pp. 128 - 148
- Karuna, C. (2007). Industry product market competition and managerial incentives. *Journal of Accounting and Economics*, 43, 275–297.
- Kama I, Weiss D (2013) Do earnings targets and managerial incentives affect sticky costs? *J Account Res* 51(1):201–224
- Noreen, E. (1991). Conditions under which activity-based cost systems provide relevant costs. *Journal of Management Accounting Research*, 159-168.
- Noreen, E., & Soderstrom, N. (1997). The accuracy of proportional cost models: Evidence from hospital service departments. *Review of Accounting Studies*, 2: 89-114.

- Marciukaityte, D. and Park, J. (2009), Market competition and earnings management”, Workingpaper, Drexel University and Auburn University.
- Linderberg, E. B and S. A. Ross (1981). Tobin`s Q Ratio and Industrial Organization. Journal of business, 54:1-32.
- Linderberg, E. B and S. A. Ross (1981). Tobin`s Q Ratio and Industrial Organization. Journal of business, 54:1-32.
- Rathinasamy, R. S.; Krishnaswamy, C R.; and K. G. Mantripragada (2000). Capital structure and product Market Interaction: an International Perspective. Global Business and Finance Review, 5:51-63.
- Rathinasamy, R. S.; Krishnaswamy, C R.; and K. G. Mantripragada (2000). Capital structure and product Market Interaction: an International Perspective. Global Business and Finance Review, 5:51-63.
- oregan, N. (2002). “Market Share: the Conduct to Future Success?”. European Business Review, 14 (4): 287-293.
- Porter, Michae, (2002). “Microeconomic Foundation of Competitiveness. ANew Agenda for Internationan Aidinstitute for Strategy and Competitiveness”. Harvard Business Review, 57 (2): 137-145.
- Porras, A.R. and Mateo, C.L. (2010). “Corporate Governance, Market Competition and Investment Decisions in Mexican Manufacturing Firms”.Middle Eastern Finance and Economics, Issue 10: 94-115.
- Pandey, I. M (2004). Capital structure, profitability and market structure: Evidence from Malaysia. Asia Pacific Journal of Economics and Business, 8(2):78-91
- Por porato, M., & Werbin. (2010). "Active Cost Management in banks: Evidence of sticky costs in Argentina. Brazil and Canada. available at", <http://ssrn.com/abstract=1659228>.
- Pandey, I. M (2004). Capital structure, profitability and market structure: Evidence from Malaysia. Asia Pacific Journal of Economics and Business, 8(2):78-91.
- Siegal , G .(1979) ."the quality of earnings concept –A survey" ,journal of financial analysts
- Tobin, J. (1969). A General Equilibrium Approach to Monetary Theory. Journal of Money, Credit and Banking, 1:15-29.
- Ya-Kai Chang, Yu-Lun Chen, Robin K. Chou., Tai-Hsin Huang. (2015)” Corporate governance, product market competition and dynamic capital structure” International Review of Economics and Finance 38 (2015) 44–55
- Yasukata, K., & Kajiwara, T. (2011). Are sticky costs the result of deliberate decision of managers? Available at SSRN: <http://ssrn.com/id=1444746>Weiss D. (2010). "Cost behavior and analysts' earnings forecasts". The Accounting Review 2010; 85 (4): 1441-1471.
- Watts, R. (2003). Conservatism in accounting, Part I: Explanations and implications. Accounting Horizons, 17(3):207-221Vafeas, N. (1999), Board meeting frequency and firm performance, Journal of Financial Economics 53, 113-142.
- Wu-Lung Li and Kenneth Zheng (2016)” Product Market Competition and Cost Stickiness” Review of Quantitative Finance and Accounting, pp 1–31
- Verdi R. S. 2006. Financial reporting quality and investment efficiency. Working paper, MIT.