

The Effect of Competition on Cost Stickiness in Iran's Banking Industry

Hosein Ameri¹

| h.ameri@umz.ac.ir

Received: 10/May/2024 | Accepted: 10/Nov/2024

Abstract Recent research findings on cost behavior have demonstrated that costs do not change in direct proportion to variations in sales. In other words, while costs tend to increase when sales rise, they do not decrease at the same rate when sales decline. This asymmetric behavior of costs is known as cost stickiness. Moreover, competition plays a significant role in reducing stagnation and recession in the market, compelling economic entities to enhance their efficiency and productivity to sustain themselves under competitive conditions. As a result, competition is widely regarded as a driving force behind innovation and creativity, contributing to the dynamism and economic development of society. The objective of this study is to investigate the effect of competition on cost stickiness in Iran's banking industry. To achieve this goal, data from 20 banks covering the period from 2016 to 2023 were analyzed using the Generalized Method of Moments (GMM) and panel data techniques. The findings reveal a significant positive relationship between competition and cost stickiness in banks. In other words, as competition intensifies, the degree of cost stickiness in banks also increases.

Keywords: Competition, Cost Stickiness, Banking Industry, GMM, Islamic Republic of Iran.

JEL Classification: D22, G21, M41.

1. Assistant Professor , Department of Accounting, Faculty of Economic and Administrative Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

بررسی اثر رقابت بر چسبندگی هزینه در صنعت بانکداری ایران

h.ameri@umz.ac.ir

حسین عامری

استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم اقتصادی و
اداری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

مقاله پژوهشی

پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۰

دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۱

چکیده: هزینه‌ها دقیقاً متناسب با تغییرات در فروش نیست. به بیان دیگر، در شرایطی که فروش افزایش پیدا می‌کند، هزینه‌ها نیز افزایش می‌یابند؛ اما با کاهش فروش، هزینه‌ها به همان نسبت کاهش نمی‌یابند. این نوع از رفتار غیرمستقیم هزینه‌ها به عنوان «چسبندگی هزینه» شناخته می‌شود. از سوی دیگر، رقابت فزاینده به کاهش رکود در بازار کمک کرده و نگاه‌های اقتصادی را در یک فضای رقابتی وادار می‌کند تا برای حفظ جایگاه خود، کارایی و بهره‌وری خود را بهبود دهند؛ بنابراین، رقابت به عنوان محرکی برای خلاقیت و نوآوری تلقی می‌شود که می‌تواند در نهایت به توسعه و رشد اقتصادی جامعه کمک کند؛ بنابراین هدف پژوهش حاضر، بررسی اثر رقابت بر چسبندگی هزینه در صنعت بانکداری ایران است. برای نیل به هدف پژوهش، داده‌های ۲۰ بانک در بازه زمانی ۱۳۹۵-۱۴۰۲ و با استفاده از روش گشتاور تعمیم یافته (GMM) و داده‌های ترکیبی، آزمون و تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد رابطه مثبت و معناداری بین رقابت و چسبندگی هزینه بانک‌ها وجود دارد. به بیان دیگر، با افزایش رقابت، چسبندگی هزینه بانک‌ها افزایش می‌یابد.

کلیدواژه‌ها: رقابت، چسبندگی هزینه، صنعت بانکداری، جمهوری اسلامی ایران، روش گشتاور تعمیم یافته.

طبقه‌بندی JEL: D22, G21, M41

مقدمه

رقابت در بخش بانکی مدت‌هاست که به‌عنوان محرک مهم توسعه اقتصادی و ثبات مالی شناخته شده است. در سال‌های اخیر، پژوهشگران تمرکز خود را به مطالعه اثرهای رقابت بانکی بر جنبه‌های مختلف صنعت معطوف کرده‌اند (Lee et al., 2021). این مقاله با هدف بررسی رابطه بین رقابت بانکی و چسبندگی هزینه، ارائه بینشی در مورد پیامدهای آن برای صنعت بانکداری است. برای شروع، درک مفهوم چسبندگی هزینه در زمینه بانکداری ضروری است؛ بنابراین چسبندگی هزینه به پدیده‌ای اطلاق می‌شود که هزینه‌ها متناسب با تغییرات سطوح فعالیت تغییر نمی‌کند. به عبارت دیگر، به این معنی است که هزینه‌ها در دوره‌های کاهش فعالیت، کندتر از درآمدها کاهش می‌یابند و بالعکس. این رفتار را می‌توان به عوامل مختلفی از جمله هزینه‌های ثابت قابل توجه مرتبط با فعالیت در صنعت بانکداری نسبت داد. در بازارهای رقابتی، واحدهای تجاری ممکن است منابع خود را به بهبود جایگاه رقابتی‌شان اختصاص دهند، و این نوع هزینه‌ها ممکن است به شکل چسبندگی هزینه بروز پیدا کند (اعلایی، ۲۰۱۶)؛ بنابراین وقتی نوبت به رقابت بانکی می‌رسد، معمولاً فشار بیشتری بر بانک‌ها برای حفظ کارایی و جذب مشتری وارد می‌کند. این فشار اغلب بانک‌ها را به تمرکز بر مدیریت کارآمد هزینه‌ها سوق می‌دهد. در نتیجه، در بازارهای بسیار رقابتی، بانک‌ها به احتمال زیاد راهبردهای مدیریت هزینه‌ها را به‌طور تهاجمی اتخاذ می‌کنند که ممکن است مستقیماً بر چسبندگی هزینه‌های آنها تأثیر بگذارد؛ بنابراین بانک‌ها همانند سایر بنگاه‌های اقتصادی در مواجهه با فضای رقابتی سعی می‌کنند در پیروی از نظریه تصمیم آگاهانه برای کسب سود در بلندمدت به حفظ منابع خود بپردازند تا از کسب درآمدهای احتمالی آینده، بی‌بهره نمانند. در نتیجه این فرایند، چسبندگی هزینه‌ها افزایش می‌یابد. علاوه بر این، رقابت بانکی می‌تواند به‌طور غیرمستقیم بر چسبندگی هزینه‌ها از طریق پیشرفت‌ها و نوآوری‌های فناوری تأثیر بگذارد. در یک محیط رقابتی شدید، بانک‌ها به سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پیشرفته و توسعه محصولات و خدمات نوآورانه برای دستیابی به مزیت رقابتی سوق داده می‌شوند. این پیشرفت‌ها اغلب منجر به بهبود کارایی عملیاتی می‌شود و بانک‌ها را قادر می‌سازد تا هزینه‌های خود را در راستای نظریه تصمیم آگاهانه، مدیریت و در پاسخ به نوسانات تقاضای بازار انعطاف‌پذیرتر کنند. باین حال، توجه به این نکته ضروری است که رابطه بین رقابت بانکی و چسبندگی هزینه‌ها پیچیده است و می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار گیرد. محیط نظارتی حاکم و ساختار بازار نقش مهمی در تعیین سطوح رقابت و تأثیر متعاقب آن بر چسبندگی هزینه دارد. از آنجایی که تا کنون پژوهشی در زمینه بررسی اثر رقابت بر چسبندگی هزینه در صنعت بانکداری ایران صورت نگرفته؛ بنابراین در این پژوهش سعی شده است به بررسی نقش رقابت بر

چسبندگی هزینه در صنعت بانکداری پرداخته شود. در این مقاله ابتدا به مبانی نظری و پیشینه پژوهش پرداخته شده است؛ سپس روش‌شناسی پژوهش و الگوی پژوهش معرفی خواهد شد. در بخش بعدی یافته‌های پژوهش و در نهایت نتیجه‌گیری پژوهش بیان می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

نورین و سودستروم^۱ (۱۹۹۷)، مدلی جایگزین برای رفتار هزینه ارائه دادند که در آن برخی هزینه‌ها ممکن است هنگام افزایش و کاهش فروش، به‌صورت نامتقارن تغییر کنند. پس از معرفی این مدل جدید برای رفتار نامتقارن هزینه‌ها، بسیاری از پژوهش‌ها به بررسی چسبندگی هزینه‌ها و عوامل مؤثر بر آن پرداخته‌اند (*Anderson et al., 2003; Dierynck et al., 2012; Kama & Weiss, 2013*). برخی پژوهشگران، از جمله **کاليجا و استیلیوس روس^۲ (۲۰۰۶)** و **اندرسون و همکاران (۲۰۰۳)**، به نتایجی دست یافته‌اند که نشان می‌دهد چسبندگی هزینه، از ویژگی‌های رفتار هزینه‌ها در واکنش به تغییرات سطح فعالیت است. بر اساس این نتایج، میزان افزایش هزینه هنگام افزایش سطح فعالیت، بیشتر از میزان کاهش هزینه‌ها هنگام کاهش در سطح فعالیت است. این نتایج نشان می‌دهند که هزینه‌ها به دلیل آنکه سرعت کاهش آنها با سرعت کاهش درآمد یکسان نیست، دچار چسبندگی می‌شوند. درواقع، چسبندگی هزینه‌ها به‌معنی عدم تناسب بین تغییرات هزینه‌ها و تغییرات سطح فعالیت است و این موضوع می‌تواند تأثیرات منفی بر روی سودآوری و عملکرد شرکت داشته باشد. از طرفی نظریه اصلی درباره چسبندگی هزینه شامل نظریه تصمیم آگاهانه^۳ و نظریه تأخیر در تعدیل هزینه^۴ هستند. این نظریه‌ها به دلایل وقوع پدیده چسبندگی هزینه پرداخته‌اند (*Yasukata, 2011*). با توجه به نظریه تصمیم آگاهانه، زمانی که تصمیمات مدیریتی تأثیری بر هزینه‌ها داشته باشند، چسبندگی هزینه رخ می‌دهد. در چنین شرایطی، مدیران غالباً کاهش فروش را موقتی و زودگذر تلقی می‌کنند و امیدوارند در دوره‌های آینده با افزایش فروش، کاهش کنونی را جبران کنند. به همین دلیل، برای حفظ منابع، هزینه‌های نگهداری آن‌ها را پرداخت می‌کنند و با امید به بهبود اوضاع، از کاهش فوری هزینه‌ها اجتناب می‌ورزند. چنانچه مدیران با کاهش فروش، منابع عملیاتی خود را نیز کاهش دهند، در صورت بازگشت فروش به سطح عادی، احیای این منابع نیازمند صرف زمان و هزینه‌های

1. Noreen & Soderstrom
2. Calleja, Stelarios & Thomas
3. Deliberate Decisions
4. Cost Adjustment Delay Theory

اضافی خواهد بود؛ بنابراین، مدیران برای دستیابی به سود در بلندمدت ترجیح می‌دهند منابع موجود را حفظ کنند تا فرصت درآمدهای آینده را از دست ندهند (Yasukata, 2011).

بر اساس پژوهش اندرسون و همکاران (۲۰۰۳)، حفظ منابع در کوتاه‌مدت می‌تواند به افزایش هزینه‌ها و کاهش سود موقتی منجر شود؛ اما در صورت بهبود فروش در میان‌مدت، این راهبرد در مقایسه با حذف منابع کارآمدتر است؛ زیرا درنهایت به سودآوری بیشتری منتهی می‌شود. همچنین نظریه «تأخیر در تعدیل هزینه» عوامل مؤثر بر چسبندگی هزینه‌ها را بررسی و بیان می‌دارد که هزینه‌ها به دلیل عدم هماهنگی کامل با سرعت کاهش فروش، چسبندگی دارند. طبق این نظریه، شدت چسبندگی هزینه‌ها در کوتاه‌مدت بیشتر است و با گذر زمان، این چسبندگی کاهش می‌یابد تا جایی که نوسانات هزینه‌ها به تغییرات فروش نزدیک‌تر می‌شوند. به این ترتیب، این نظریه می‌افزاید که چسبندگی هزینه‌ها الزاماً نتیجه تصمیمات آگاهانه مدیران نیست بلکه از ویژگی‌های ذاتی هزینه‌ها است که نمی‌توانند در کوتاه‌مدت به سرعت کاهش فروش، کاهش یابند و این وضعیت در بلندمدت متعادل می‌شود. در هر صورت این دو نظریه فارغ از آگاهانه بودن یا نبودن نتایج متناقضی باهم ندارند و هر دو به یک نتیجه ختم می‌شوند. از طرفی اهمیت درک پیامد رفتار هزینه برای واحدهای تجاری و استفاده‌کنندگان برون‌سازمانی بیش‌ازپیش برجسته شده است. مدیران باانگیزه به‌طور فعال هزینه‌ها را مدیریت می‌کنند؛ زیرا این کار باعث افزایش سود می‌شود و از طرف دیگر، سود مبنایی برای ارزیابی عملکرد مدیران است. به‌ویژه در شرایطی که میزان فروش پایین است و بازارها بسیار رقابتی هستند، مدیران اغلب برای بهبود سودآوری روی هزینه‌ها متمرکز می‌شوند (Reimer, 2019). استفاده‌کنندگان برون‌سازمانی مانند سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان، تحلیلگران مالی و غیره، مخارج سرمایه‌ای و هزینه‌های جاری شرکت را تحلیل می‌کنند. از این رو، یکی از شاخص‌هایی که برای ارزیابی عملکرد مدیران و شرکت از آن استفاده می‌شود، توانایی مدیریت در کنترل مؤثر هزینه است (Reimer, 2019; Homburg et al., 2018). بدون تردید، آگاهی از چسبندگی هزینه‌ها در ارزیابی دقیق‌تر عملکرد مالی، پیش‌بینی سودآوری بانک‌ها و رفتار مدیران مهم است. از طرفی، در شرایط رقابتی بنگاه‌های اقتصادی این باور وجود دارد که رقابت می‌تواند به کاهش رکود در بازار کمک کرده و شرکت‌ها را وادار سازد که با کارایی و بهره‌وری بالاتری به فعالیت‌های خود ادامه دهند تا بقای خود را در فضای رقابتی حفظ کنند (Nickell, 1996). به همین دلیل، رقابت به‌عنوان محرکی برای نوآوری و خلاقیت شناخته می‌شود که می‌تواند به پویایی و رشد اقتصادی جامعه منجر شود. رقابت‌پذیری از دیدگاه‌های مختلفی تعریف شده است؛ اما در یک تعریف جامع می‌توان گفت رقابت‌پذیری به‌معنای

توانایی سازمان در حفظ و گسترش کسب و کار، محافظت از سرمایه‌ها، ایجاد بازدهی مناسب و تأمین امنیت شغلی است. این قابلیت در نهایت به افزایش سهم بازار، سودآوری، رشد ارزش افزوده و حفظ موقعیت رقابتی برای بلندمدت منجر می‌شود؛ بنابراین رقابت می‌تواند از یک‌طرف چسبندگی هزینه را کاهش دهد؛ زیرا باعث کاهش هزینه‌های عملیاتی مؤسسه از طریق تنظیم و بهینه‌سازی رفتارهای مدیریتی و بهبود کارایی منابع می‌شود. از طرف دیگر رقابت می‌تواند از طریق دو کانال، چسبندگی را افزایش دهد: اول اینکه رقابت می‌تواند ریسک از دست دادن فرصت‌های رشد را افزایش دهد، و بنگاه‌ها را مجبور می‌کند منابع کافی برای استفاده از فرصت‌های آتی حفظ کنند. این امر از کاهش بیش از حد سرمایه‌گذاری جلوگیری می‌کند؛ اما منجر به افزایش چسبندگی هزینه‌ها می‌گردد (Zhang, 2016). از طرفی رقابت بانکی به دلیل اهمیت بالای بانک‌ها در اقتصاد و نقش آن‌ها در تأمین منابع مالی و فراهم کردن خدمات مالی، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در رقابت بانکی، مشتریان دارای قدرت بالایی هستند و به دلیل ارائه خدمات و محصولات متنوع توسط بانک‌ها، انتخاب بانک مناسب برای خود، برای آن‌ها اهمیت بسیاری دارد. با توجه به اینکه رقابت بانکی به شدت تحت تأثیر عوامل اقتصادی، فنی و فرهنگی قرار دارد، بانک‌ها برای بقای خود و افزایش سودآوری، باید به صورت مداوم بر روی بهبود خدمات و محصولات خود کار کنند و با رعایت استانداردهای بین‌المللی و ارائه خدمات و محصولات با کیفیت و قیمت مناسب، به دنبال جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان فعلی باشند؛ بنابراین رقابت بانکی به معنای رقابت بین بانک‌ها برای جذب مشتری، افزایش سهم بازار و ارائه خدمات و محصولات متنوع به مشتریان است. در این رقابت، بانک‌ها سعی می‌کنند با ارائه خدمات و محصولات جدید، کیفیت بالا و قیمت مناسب، بازار را به خود جذب کنند و سهم بازار خود را افزایش دهند. در نتیجه به منظور افزایش سهم بازار خود، بانک‌ها در رقابت مستقیم سعی می‌کنند با ارائه خدمات و محصولات بهتر و با کیفیت بالاتر، سهم بازار رقیب خود را کاهش دهند و سهم بازار خود را افزایش دهند، و در رقابت غیرمستقیم، بانک‌ها در تلاشند تا با افزایش هزینه‌های تبلیغاتی و تبلیغات خلاقانه، نام نشان (برند) خود را در ذهن مشتریان تثبیت کنند و باعث افزایش اعتماد مشتریان به خدمات و محصولات خود شوند؛ بنابراین در یک محیط اقتصادی که بانک‌ها به دنبال افزایش سهم بازار خود در راستای رقابت بانکی هستند، به دلیل سرمایه‌گذاری اضافی مدیریت در بخش‌های مختلف، هزینه‌ها رفتار چسبنده‌تری از خود به نمایش می‌گذارند (Li & Zheng, 2017)؛ بنابراین رقابت در صنعت بانکداری می‌تواند به افزایش چسبندگی هزینه‌ها منجر شود؛ چراکه بانک‌ها در شرایط رقابتی نه تنها به حفظ منابع و زیرساخت‌های خود ادامه می‌دهند بلکه

به‌منظور افزایش سهم بازار خود در شرایط رقابتی آن را تشدید نیز می‌نمایند؛ حتی زمانی که درآمدها کاهش می‌یابد؛ چراکه در چنین شرایطی، بانک‌ها ممکن است به دلیل عدم قطعیت‌های اقتصادی و پیش‌بینی‌های کوتاه‌مدت از بهبود اوضاع، از کاهش فوری منابع خود اجتناب کنند. این تصمیمات معمولاً به دلیل نیاز به حفظ ظرفیت‌های عملیاتی و منابع انسانی در مواقعی است که بازار به سمت بهبود حرکت می‌کند. به عبارت دیگر، بانک‌ها ترجیح می‌دهند در برابر کاهش کوتاه‌مدت درآمد، منابع خود را حفظ کنند تا از هزینه‌های اضافی ناشی از بازسازی و جذب منابع در زمان بهبود جلوگیری کنند. چنین رفتاری که اغلب به‌عنوان چسبندگی هزینه‌ها شناخته می‌شود، ناشی از تصمیمات راهبردی است که به‌ویژه در شرایط رقابتی و اقتصادی پیچیده اتخاذ می‌شود. این راهبرد نه تنها از کاهش درآمد در کوتاه‌مدت جلوگیری می‌کند بلکه به بانک‌ها این امکان را می‌دهد که به محض بهبود شرایط اقتصادی، به سرعت ظرفیت‌های خود را بازگردانند و از فرصت‌های جدید سود ببرند؛ بنابراین، چسبندگی هزینه‌ها در بانک‌ها بیشتر از آنکه نتیجه کاهش درآمد باشد، حاصل تصمیمات مدیریتی است که به‌منظور حفظ توان عملیاتی و راهبردهای بلندمدت اتخاذ می‌شود (Anderson et al., 2003).

پیشینه پژوهش

کیم و را^۱ (۲۰۲۲)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین رضایت کارکنان و چسبندگی هزینه‌ها پرداختند، نتایج نشان داد که رضایت کارکنان با درجه بالاتری از چسبندگی هزینه‌ها مرتبط است. لی و همکاران^۲ (۲۰۲۱)، در پژوهشی به بررسی اثر رقابت بانکی بر چسبندگی هزینه‌ها پرداختند که نتایج نشان داد، رقابت بانکی باعث افزایش چسبندگی هزینه‌های شرکت‌های غیرمالی می‌شود. علاوه بر این، مشاهده شد که رقابت بانکی با افزایش فشار رقابتی و بهبود دسترسی به اعتبار، چسبندگی هزینه‌های شرکت‌های غیرمالی را افزایش می‌دهد. لی و ژانگ^۳ (۲۰۲۱)، در پژوهشی نشان دادند که عوامل کلان اقتصادی می‌تواند چسبندگی هزینه‌ها را افزایش دهند. چونگ و همکاران^۴ (۲۰۱۸)، در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که رفتار نامتقارن هزینه‌ها از عوامل داخلی و خارجی تأثیر می‌پذیرد. در پژوهش لی و ژانگ^۵ (۲۰۱۷)، برای اندازه‌گیری رقابت، از شاخص هرفیندال و هیرشمن استفاده شد و چسبندگی هزینه با استفاده از مدل اندرسون و همکاران^۶ (۲۰۰۳)، اندازه‌گیری شد. نتایج این پژوهش نشان داد که رقابت در

1. Kim & Ra
2. Lee et al
3. Li & Zhang
4. Cheung & Ra et al

بازار محصول تأثیر منفی و معناداری بر شدت چسبندگی هزینه دارد. کریمزاده و همکاران (۲۰۲۲)، در پژوهشی پیرامون تأثیر عوامل رقابتی بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها دریافتند که شرکت‌های فعال در صنایع رقابتی به دلیل کنترل محدود بر قیمت محصولات، ممکن است برای حفظ سطح سودآوری یا کاهش زیان، هزینه‌ها را کاهش دهند. همچنین، در صنایعی که ورود به بازار هزینه‌بر است، این شرکت‌ها تمایل کمتری به سرمایه‌گذاری در منابع بلندمدت و متعهدانه، مانند هزینه‌های تبلیغات، تحقیق و توسعه و هزینه‌های فروش، اداری و عمومی دارند؛ چراکه این رویکرد می‌تواند از ورود رقبای جلوداری کرده و احتمال دستیابی به موقعیت انحصاری بلندمدت را کاهش دهد. در نتیجه، مدیران این شرکت‌ها ممکن است با کاهش فروش، این نوع مخارج را کاهش دهند. حسنی و همکاران (۲۰۲۱)، نشان دادند چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش در راهبردهای مختلف رقابتی تفاوت معناداری دارد؛ همچنین کیفیت سود در راهبردهای مختلف رقابتی تفاوت معناداری دارد و توانایی مدیریت بر چسبندگی هزینه‌ها و کیفیت سود به ترتیب تأثیر منفی و مثبت معنادار دارد. فتاحی و همکاران (۲۰۲۰)، طی پژوهشی نشان دادند که رابطه مثبت و معناداری بین چسبندگی هزینه‌ها و ریسک اعتباری بانک‌ها وجود دارد. به بیان دیگر، با افزایش چسبندگی هزینه‌ها، کیفیت دارایی‌ها کاهش، ناپایداری سود افزایش و در نتیجه ریسک اعتباری بانک‌ها افزایش می‌یابد. صفرزاده و اناری (۲۰۱۹)، نشان دادند که افزایش رقابت در بازار محصول به‌طور مستقیم تأثیری در کاهش یا افزایش رفتار چسبنده هزینه‌ها ندارد که این یافته در تضاد با نظریه تصمیم‌گیری‌های آگاهانه مدیران است. علاوه بر این، آزمون‌های آماری نشان‌دهنده عدم وجود رابطه معنادار بین رقابت در بازار محصول و سیستم راهبری شرکتی بود. هاشمی و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهشی نشان دادند توانایی مدیریت بر چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش تأثیر معناداری ندارد؛ اما رقابت در بازار محصول بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر مثبت و معناداری داشته است. اسماعیلی و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهشی بدین نتیجه رسیدند که چسبندگی هزینه اداری، فروش و هزینه‌ها کل بر سودآوری بانک تأثیر منفی و معناداری دارد و همچنین چسبندگی هزینه سود پرداختی به سپرده‌ها و هزینه کارمزد بر سودآوری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه پژوهش

در این پژوهش بر اساس مبانی نظری و پیشینه تجربی مطرح شده، فرضیه زیر طراحی شده است:
بین رقابت و چسبندگی هزینه در صنعت بانکداری ایران رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر نتیجه کاربردی، از لحاظ روش پژوهش تجربی، از نوع پس‌رویدادی و در طبقه رویکردهای اثبات‌گرایی قرار می‌گیرد. از لحاظ آماری از نوع پژوهش‌های همبستگی است که برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش گشتاورهای تعمیم‌یافته^۱ استفاده شده است. در این مدل وقفه متغیر وابسته به‌صورت متغیر مستقل در سمت راست معادله وارد می‌شود تا بدین ترتیب امکان مؤلفه‌بندی مدل به روش مدل داده‌های تلفیقی پویا فراهم گردد. روش گشتاورهای تعمیم‌یافته به‌ویژه در داده‌های پانلی با درون‌زایی کاربرد فراوان دارد. دلیل اصلی استفاده از این روش، توانایی آن در رفع مشکل درون‌زایی از طریق استفاده از متغیرهای ابزاری معتبر است. درون‌زایی زمانی رخ می‌دهد که متغیرهای مستقل و جزء اخلاص باهم همبستگی دارند که منجر به تخمین‌های اریب و نامعتبر می‌شود. روش گشتاورهای تعمیم‌یافته با به‌کارگیری متغیرهای ابزاری مانند تأخیرهای خود متغیرهای مستقل، همبستگی میان متغیرهای مستقل و جزء خطا را کاهش می‌دهد و تخمین‌های دقیق‌تری ارائه می‌کند. این روش به‌ویژه در مطالعات اقتصادی و مالی برای مدل‌های پویا مفید است؛ زیرا همزمان با استفاده از اطلاعات گذشته، اثرهای پویای متغیرها را نیز مدنظر قرار می‌دهد (Arellano & Bond, 1991; Blundell & Bond, 1998). برای بررسی وجود هم‌خطی بین متغیرهای توضیحی از آزمون عامل تورم واریانس استفاده شده است. نتایج این آزمون بیانگر این است که برای همه متغیرهای مستقل مقدار VIF کمتر از ۱۰ است؛ بنابراین، بین آنها هم‌خطی وجود ندارد. نمونه آماری این پژوهش بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران به تعداد ۲۰ بانک طی ۸ سال است، و با توجه به اینکه پژوهش از نوع پانل دیتا است، تعداد ۱۶۰ مشاهده بررسی شده که در جدول (۱) ارائه گردیده است.

جدول ۱: نمونه پژوهش بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران

ردیف	نام بانک	ردیف	نام بانک
۱	ملت	۱۱	پست بانک
۲	صادرات	۱۲	آینده
۳	سینا	۱۳	سامان
۴	خاورمیانه	۱۴	سرمایه
۵	تجارت	۱۵	دی
۶	پاسارگاد	۱۶	گردشگری

ادامه جدول ۱: نمونه پژوهش بانکهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران

ردیف	نام بانک	ردیف	نام بانک
۷	کارآفرین	۱۷	رفاه
۸	پارسیان	۱۸	ایران زمین
۹	اقتصاد نوین	۱۹	اعتباری ملل
۱۰	رسالت	۲۰	شهر

الگوی پژوهش

برای آزمون فرضیه که به بررسی اثر رقابت بر چسبندگی هزینه در صنعت بانکداری ایران می‌پردازد، با توجه به فرضیه و متغیرهای پژوهش از مدل رگرسیون خطی چندگانه به شرح زیر استفاده شده است.

(۱)

$$SG\&A_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 SG\&A_{i,t-1} + \alpha_2 HHI_{i,t} + \alpha_3 SIZE_{i,t} + \alpha_4 LEV_{i,t} + \alpha_5 ROA_{i,t} + \alpha_6 INFL_{i,t} + \alpha_7 COF_{i,t} + \alpha_8 PR_{i,t} + \alpha_9 GDP_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

$SG\&A$: نشان‌دهنده چسبندگی هزینه‌های بانک است که شامل سود و وجه التزام پرداختی به سپرده‌ها، کارمزد پرداختی و هزینه مطالبات مشکوک‌الوصول و هزینه‌های عمومی (نیروی انسانی و اداری بانکها) می‌شود.

متغیر مستقل:

COMP: میزان رقابت‌پذیری واحد تجاری است که از طریق شاخص هرفیندال-هیرشمن اندازه‌گیری می‌شود. شاخص هرفیندال-هیرشمن از حاصل جمع توان دوم سهم بازار کلیه بانکهای فعال در بازار به دست می‌آید که به صورت الگوی ۲ است (چن و همکاران، ۲۰۱۲).
شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI) می‌تواند برای سنجش درجه تمرکز بازار بانکی و در نتیجه سطح رقابت در بازار بانکی استفاده شود. برای محاسبه شاخص هرفیندال-هیرشمن در بازار بانکی، می‌توان از فرمول زیر استفاده کرد:

$$HHI = \sum Si^2 \quad (۲)$$

در این فرمول، HHI نشان‌دهنده شاخص هرفیندال-هیرشمن است. همچنین، Si نشان‌دهنده سهم

بازار بانک i در بازار بانکی است. برای محاسبه سهم بازار بانک i در بازار بانکی، می توان از فرمول زیر استفاده کرد:

$$S_i = V_i / V_t \quad (3)$$

در این فرمول، V_i نشان دهنده دارایی های بانک i است و V_t نشان دهنده دارایی های کل بانک ها در بازار بانکی است. سهم بازار بانک i با توجه به فرمول بالا، نسبت دارایی های بانک i به دارایی های کل بانک ها در بازار بانکی است. سپس با استفاده از فرمول اول، شاخص هرفندال-هیرشمن محاسبه می شود. شاخص هرفیندال هیرشمن، میزان تمرکز صنعت را اندازه گیری می کند. هر چه این شاخص بزرگتر باشد، میزان تمرکز بیشتر بوده و رقابت کمتری در صنعت وجود دارد و بالعکس.

متغیرهای کنترلی:

مطابق با پژوهش های تجربی ریمر (۲۰۱۹) و هامبورگ و همکاران (۲۰۱۸)، و با در نظر گرفتن عوامل مؤثر بر چسبندگی هزینه ها در بانک های ایرانی، متغیرهای کنترلی به شرح زیر وارد مدل شده است. INFL: بیانگر نرخ تورم بوده و از شاخص قیمت مصرف کننده به دست می آید. COF: هزینه های مالی است و از تقسیم هزینه های مالی بر مجموع سپرده های مرقوم در قسمت بدهی های بانک محاسبه می شود. PR: نسبت سودآوری که به صورت نسبت سود عملیاتی بانکی بر حقوق صاحبان سهام محاسبه می شود. GDP: میزان رشد اقتصادی در کشور در سال جاری نسبت به سال قبل است.

متغیرهای ابزاری:

SIZE: اندازه بانک است که برابر با لگاریتم طبیعی مجموع دارایی ها است. LEV: اهرم مالی بانک است و از تقسیم مجموع بدهی های بانک بر مجموع دارایی ها به دست می آید. ROA: بازده دارایی ها است و از تقسیم سود خالص بر متوسط دارایی ها به دست می آید. برای استحکام نتایج با توجه به نوظهور بودن و ناکارایی بازار سرمایه ایران از روش گشتاور تعمیم یافته (GMM) استفاده شد. برای استفاده از روش گشتاور تعمیم یافته (GMM) انتخاب متغیرهای ابزاری مناسب بسیار مهم است. در این پژوهش با مرور گسترده ادبیات، متغیرهای درونزا مشخص شده اند. در مدل ارائه شده، سه متغیر اهرم مالی (LEV)، اندازه بانک (SIZE) و بازده دارایی ها (ROA)

ممکن است به دلیل تأثیرپذیری مستقیم از عملکرد و چسبندگی هزینه‌ها دچار درون‌زایی باشند. اولاً، اهرم مالی می‌تواند تحت تأثیر تغییرات در هزینه‌های عملیاتی و سیاست‌های مدیریتی قرار گیرد که خود متأثر از چسبندگی هزینه‌هاست؛ زیرا بانک‌ها ممکن است در مواجهه با تغییرات بازار و چسبندگی هزینه، تصمیمات مالی متفاوتی بگیرند (Banker; Byzalov & Chen, 2014). ثانیاً، اندازه بانک ممکن است با چسبندگی هزینه‌ها همبستگی داشته باشد؛ زیرا بزرگ‌تر شدن بانک‌ها می‌تواند به تغییر در رفتار هزینه‌ای و میزان چسبندگی منجر شود (Anderson et al., 2003). درنهایت، بازده دارایی‌ها نیز به دلیل وابستگی به عملکرد کلی بانک و تأثیر چسبندگی هزینه‌ها بر سودآوری ممکن است با سایر متغیرهای مدل درون‌زا باشد (Chen et al., 2012). به همین دلیل، درون‌زایی این متغیرها نیازمند استفاده از روش‌هایی نظیر گشتاور تعمیم‌یافته (GMM) است که این اثرهای متقابل را کنترل می‌کند.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

آمار توصیفی

جدول (۲) آمار توصیفی متغیرهای آزمون شده را که شامل شاخص‌های مرکزی و پراکندگی است، نشان می‌دهد.

جدول ۲: آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میان	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
چسبندگی هزینه‌های بانکی	۰/۰۶۴	۰/۰۷۳	۰/۶۷۵	-۰/۷۶۵	۰/۹۱۰
رقابت بانکی	۰/۱۵۸	۰/۳۱۲	۰/۱۵۴	۰/۰۹۸	۰/۷۸۶
اندازه بانک	۱۸/۱۵۳	۱۸/۹۳۵	۱/۴۷۴	۱۴/۶۰۵	۲۰/۴۰۰
اهرم مالی	۰/۸۷۰	۰/۹۴۳	۰/۱۶۷	۰/۱۳۰	۱/۰۷۵
بازده دارایی	۰/۰۰۶	۰/۰۰۳	۰/۰۴۳	-۰/۳۰۸	۰/۰۸۱
نرخ تورم	۰/۱۷۸	۰/۱۶۵	۰/۰۸۸	۰/۰۸۰	۰/۳۲۱
هزینه مالی	۰/۰۱۳	۰/۰۰۲	۰/۰۳۴	-۰/۰۰۸	۰/۱۶۷
سودآوری بانک	۱/۵۳۱	۰/۵۲۴	۴/۳۴۵	-۹/۲۱۴	۲۳/۱۴۳
رشد اقتصادی	۰/۰۴۰	۰/۰۳۲	۰/۰۷۴	-۰/۰۳۵	۰/۱۲۳

همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود، نزدیکی مقادیر میانه و میانگین نشان‌دهنده توزیع آماری مناسب برای تمامی متغیرهای پژوهش است. علاوه‌براین، از آنجاکه انحراف معیار متغیرها برابر با صفر نیست، می‌توان آن‌ها را در مدل مورد نظر وارد کرد. از طرفی با توجه به جدول، میانگین متغیر چسبندگی هزینه ۰/۰۶۴ است و با توجه به فاصله زیاد کمترین و بیشترین چسبندگی هزینه، می‌توان نتیجه گرفت که در چسبندگی هزینه‌ها بین بانک‌ها تفاوت زیادی وجود دارد. همچنین میانگین رقابت بانکی که با شاخص هرفیندال-هرشمن (HHI) سنجیده شده است، برای کل بانک‌های نمونه ۰/۱۵۸ است که با توجه به پایین بودن میانگین این شاخص می‌توان دریافت، نمونه آماری با رقابت بانکی نسبتاً خوبی مواجه هست.

نتیجه آزمون فرضیه پژوهش

فرضیه: بین رقابت و چسبندگی هزینه در صنعت بانکداری ایران رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳: نتایج آزمون فرضیه پژوهش

$SG\&A_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 SG\&A_{i,t-1} + \alpha_2 HHI_{i,t} + \alpha_3 SIZE_{i,t} + \alpha_4 LEV_{i,t} + \alpha_5 ROA_{i,t} + \alpha_6 INFL_{i,t} + \alpha_7 COF_{i,t} + \alpha_8 PR_{i,t} + \alpha_9 GDP_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$					
نام متغیر	نماد	ضریب	آماره t	سطح معناداری	VIF
چسبندگی هزینه با وقفه	$SG\&A_{i,t-1}$	۰/۳۴۲	۷/۹۲۱	۰/۰۰۰	-
رقابت بانکی	COMP	۰/۳۲۰	۳/۷۶۵	۰/۰۰۰	۱/۰۳۲
اندازه بانک	SIZE	۰/۱۸۰	۲/۴۰۰	۰/۰۱۶	۱/۴۷۶
اهرم مالی	LEV	۰/۱۴۰	۰/۰۶۰	۰/۰۰۲	۲/۰۰۲
بازده دارایی	ROA	۰/۱۱۰	۰/۰۸۰	۰/۰۳۰	۱/۸۵۶
نرخ تورم	INFL	-۰/۰۷۰	-۳/۵۰۰	۰/۰۰۱	۲/۹۰۳
نسبت هزینه مالی	COF	۰/۰۶۰	۲/۴۱۰	۰/۰۱۷	۱/۷۴۵
سودآوری	PR	۰/۰۸۰	۲/۶۶۷	۰/۰۰۸	۱/۰۹۸
رشد اقتصادی	GDP	۰/۰۹۰	۲/۵۷۱	۰/۰۱۰	۳/۰۲۱
Sargan Test					
۰/۳۲۰					
آزمون خودهمبستگی مرتبه اول AR(1)					
۰/۰۴۰					
آزمون خودهمبستگی مرتبه دوم AR(2)					
۰/۱۶۰					

آزمون Sargan باید بالای ۰/۰۵ باشد تا نشان دهد متغیرهای ابزاری به خوبی انتخاب شده‌اند و درون‌زایی به‌درستی رفع شده است. در آزمون‌های $AR(1)$ و $AR(2)$ خودهمبستگی مرتبه اول باید معنادار ($p < ۰/۰۵$) باشد و خودهمبستگی مرتبه دوم نباید معنادار باشد ($p > ۰/۰۵$) که در اینجا شرط برقرار است. نتایج حاصل از مدل گشتاور تعمیم‌یافته (GMM) نشان می‌دهد که رقابت (COMP) تأثیر مثبت و معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها دارد، به‌طوری‌که با افزایش ۱ واحد در رقابت، چسبندگی هزینه‌ها به‌طور متوسط ۰/۳۲۰ واحد افزایش می‌یابد. به‌علاوه، اندازه بانک (SIZE) و اهرم مالی (LEV) نیز به ترتیب تأثیرات مثبت و معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها دارند که نشان‌دهنده این است که بانک‌های بزرگ‌تر و با اهرم مالی بالاتر، چسبندگی هزینه‌های بیشتری را تجربه می‌کنند. در این مدل، بازده دارایی‌ها (ROA) نیز تأثیر مثبتی دارد، اگرچه شدت تأثیر آن کمتر از رقابت و اندازه بانک است. نرخ تورم (INFL) با تأثیر منفی خود، نشان‌دهنده این است که افزایش در نرخ تورم ممکن است به کاهش چسبندگی هزینه‌ها منجر شود که می‌تواند به سیاست‌گذاران کمک کند تا پیامدهای اقتصادی تورم را بر روی هزینه‌های بانک‌ها تحلیل کنند. همچنین، هزینه‌های مالی (COF)، سودآوری (PR)، و تولید ناخالص داخلی (GDP) نیز همگی تأثیرات مثبت و معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها دارند. شاخص آزمون (Sargan) نیز نشان‌دهنده عدم وجود مشکلات جدی در انتخاب متغیرهای ابزاری هستند. این نتایج تأکید می‌کند که مدل به‌خوبی رابطه بین متغیرها را توصیف می‌کند و می‌تواند به فهم بهتر چسبندگی هزینه‌ها در بانک‌ها و تأثیرات رقابت و دیگر عوامل مرتبط کمک کند. درنهایت با توجه به این شواهد، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش بررسی اثر رقابت بر چسبندگی هزینه در صنعت بانکداری ایران است. تاکنون، پژوهش‌های صورت‌گرفته در این زمینه به بررسی اثر رقابت بازار بر چسبندگی هزینه شرکت‌ها پرداخته‌اند و تاکنون اثر آن بر فضای بانکی کشور مورد بررسی قرار نگرفته است؛ بنابراین، این پژوهش برای اولین بار به بررسی این موضوع می‌پردازد. برای این منظور، فرضیه‌ای تدوین شده است که نتایج آن به شرح زیر است؛

یافته‌ها نشان می‌دهند که رقابت با چسبندگی هزینه در صنعت بانکداری ایران رابطه مثبت و معناداری دارد. به‌عبارت دیگر، هرچه رقابت بانکی در ایران افزایش یابد، چسبندگی هزینه‌های بانک‌ها نیز افزایش می‌یابد. از آنجایی که در فضای بانکی ایران چنین پژوهشی تاکنون انجام نشده،

نتایج به دست آمده هم راستا با نتایج هاشمی و همکاران (۲۰۱۸) در حوزه شرکت‌ها است. این نتایج به طور خاص به این معناست که چسبندگی هزینه یکی از ویژگی‌های رفتار هزینه‌ها نسبت به تغییرات سطح فعالیت است. به عبارتی، افزایش در هزینه‌ها هنگام افزایش سطح فعالیت، بیشتر از کاهش هزینه‌ها در زمان کاهش سطح فعالیت است. با توجه به یافته‌های این پژوهش، می‌توان بیان کرد که رقابت از طریق دو کانال اصلی، چسبندگی هزینه را افزایش می‌دهد: اول، رقابت ریسک از دست دادن فرصت‌های رشد را برای بانک‌ها افزایش می‌دهد، به طوری که این بانک‌ها را وادار می‌کند منابع را کد حفظ کنند و از سرمایه‌گذاری کمتر از حد طبیعی اجتناب کنند. به عبارتی، چسبندگی هزینه می‌تواند ناشی از رفتار محافظه‌کارانه مدیریت در مواجهه با عدم قطعیت‌ها و ریسک‌های محیط رقابتی باشد. در یک محیط رقابتی، بانک‌ها با خطر از دست دادن سهم بازار خود مواجه هستند و این نگرانی باعث می‌شود که تمایل داشته باشند حتی در شرایط کاهش درآمدها منابع خود را حفظ کنند. دوم، رقابت، عدم قطعیت‌های موجود برای بانک‌ها را افزایش می‌دهد. بر اساس نظریه تصمیم آگاهانه، مدیریت در شرایط رقابتی و تحت تأثیر عدم قطعیت، به حفظ منابع خود تمایل دارد تا از کسب درآمدهای احتمالی آینده بی‌بهره نماند. این رفتار می‌تواند به چسبندگی هزینه‌ها منجر شود؛ زیرا بانک‌ها در تلاشند از درآمدهای بالقوه در آینده بهره‌برداری کنند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که رقابت به طور معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر می‌گذارد، به ویژه در صنعت بانکداری که با تغییرات سریع و عدم قطعیت‌های زیادی مواجه است. در نتیجه، مدیریت باید به دقت به راهبردهای خود در زمینه هزینه‌ها توجه کند و به دنبال راهکارهایی باشد که بتوانند چسبندگی هزینه‌ها را به طور مؤثری مدیریت کنند. پیشنهاد می‌شود مدیران بانک‌ها به توسعه بانکداری مجازی و سیستم‌های اتوماسیونی توجه ویژه‌ای داشته باشند؛ زیرا این سیستم‌ها می‌توانند فرایندهای بانکی را سریع‌تر و کارآمدتر کنند و موجب کاهش هزینه‌های عملیاتی شوند. علاوه بر این، اندازه بانک (SIZE)، اهرم مالی (LEV) و بازده دارایی (ROA) نیز تأثیرات مثبت و معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها دارند که نشان‌دهنده آن است که بانک‌های بزرگ‌تر با اهرم مالی بالاتر و بازده دارایی بیشتر، چسبندگی هزینه‌های بیشتری را تجربه می‌کنند. نکته جالب توجه این است که نرخ تورم (INFL) تأثیر منفی و معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها دارد. به این ترتیب، با افزایش نرخ تورم، چسبندگی هزینه‌ها کاهش می‌یابد. این یافته می‌تواند به سیاست‌گذاران کمک کند تا پیامدهای اقتصادی تورم را بر هزینه‌های بانک‌ها تحلیل کرده و تصمیمات بهتری اتخاذ نمایند. همچنین، رشد اقتصادی (GDP) تأثیر مثبت و معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها دارد، به طوری که با افزایش رشد اقتصادی، چسبندگی هزینه‌ها

نیز افزایش می‌یابد. این موضوع نشان می‌دهد که در شرایطی که رشد اقتصادی بالا باشد، بانک‌ها تمایل بیشتری به حفظ منابع و افزایش چسبندگی هزینه‌ها دارند. همچنین، هزینه‌های مالی (COF) و سودآوری (PR) تأثیرات مثبت و معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها دارند. این نتایج بیانگر آن است که سیاست‌های پولی و مالی و افزایش هزینه‌های مالی، مانند نرخ بهره، می‌تواند بانک‌ها را به سمت افزایش چسبندگی هزینه‌ها سوق دهد.

به‌طور کلی، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که رقابت و عوامل کلان اقتصادی مانند تورم، رشد اقتصادی، هزینه‌های مالی و سودآوری می‌توانند به‌طور معناداری بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر بگذارند؛ بنابراین، مدیریت در صنعت بانکداری باید به‌دقت به این عوامل توجه کرده و راهبردهای خود را بر اساس این یافته‌ها تنظیم کند. با توجه به تمامی این تفاسیر، انجام تحقیقات بیشتری در این زمینه برای درک جامع‌تر رابطه و پیامدهای آن برای صنعت بانکداری ضروری به‌نظر می‌رسد. از طرفی با انجام هر پژوهش، راه به‌سوی مسیری جدید باز می‌شود و ادامه راه مستلزم انجام پژوهش‌های دیگری است؛ بنابراین، انجام پژوهش‌هایی به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

۱- به منظور شناخت بهتر از نقش نوع بانک در تأثیر رقابت بر چسبندگی هزینه‌ها می‌توان به پژوهشی تحت عنوان مقایسه بانک‌های عمومی و بانک‌های خصوصی در زمینه رقابت و چسبندگی هزینه‌ها پرداخت.

۲- با توجه به رشد فناوری در صنعت بانکداری، می‌توانید به تأثیر فناوری بر رقابت و چسبندگی هزینه‌ها پرداخته و بررسی کنید که آیا استفاده از فناوری در بانک‌ها می‌تواند رقابت را افزایش و چسبندگی هزینه‌ها را کاهش دهد یا خیر.

۳- بررسی تأثیر تغییرات سیاستی و قوانین حاکم بر بانک‌ها بر رقابت و چسبندگی هزینه‌ها.

اظهاریه قدردانی

نویسنده از حمایت و همکاری معنوی سردبیر محترم، داوران ناشناس و کارشناسان پژوهشنامه اقتصاد و برنامه‌ریزی کمال تشکر را دارد. همچنین از زحمات ویراستاران علمی و ادبی نشریه قدردانی می‌شود.

منابع:

الف) انگلیسی

- Alaee, A. (2016). Investigating the relationship between competition in the product market and cost sensitivity in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Journal of Management and Accounting Studies*, 4(36), 246-259. <http://www.uctjournals.com/farsi/archive/accounting/1396/winter/22.pdf> [In Farsi]
- Anderson, M. C., Banker, R. D., & Janakiraman, S. N. (2003). Are selling, general, and administrative costs "sticky"? *Journal of Accounting Research*, 41(1), 47-63. <https://DOI:10.1111/1475-679X.00095>.
- Arellano, M., & Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *Review of Economic Studies*, 58(2), 277-297. <https://DOI:10.2307/2297968>
- Banker, R. D., Byzalov, D., & Chen, L. (2014). Employment protection legislation, adjustment costs and cross-country differences in cost behavior. *Journal of Accounting and Economics*, 57(1), 17-35. <https://DOI:10.1016/j.jacceco.2012.08.003>
- Blundell, R., & Bond, S. (1998). Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel datamodels. *Journal of Econometrics*, 87(1), 115-143. [https://DOI:10.1016/S0304-4076\(98\)00009-8](https://DOI:10.1016/S0304-4076(98)00009-8)
- Calleja, K., Steliaros, M., & Thomas, D. C. (2006). A note on cost stickiness: Some international comparisons. *Management Accounting Research*, 17(2), 127-140. <https://DOI:10.1016/j.mar.2006.02.001>
- Chen, C. X., Lu, H., & Sougiannis, T. (2012). The agency problem, corporate governance, and the asymmetrical behavior of selling, general, and administrative costs. *Contemporary Accounting Research*, 29(1), 252-282. <https://DOI:10.1111/j.1911-3846.2011.01094.x>
- Cheung, J., Kim, H., Kim, S., & Rong, H. (2018). Is the asymmetric cost behavior affected by competition factors? *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 25, p.218-234. <https://DOI:10.1080/16081625.2016.1266271>
- Dierynck, B., Landsman, W., & Renders, A. (2012). Do Managerial Incentives Drive Cost Behavior? Evidence about the Role of the Zero Earnings Benchmark for Labor Cost Behavior in Private Belgian Firms. *The Accounting Review*, 87(4), p.1219-1246. <https://DOI:10.2308/accr-50153>
- Esmaili, Rahman & Awl Khosrowshahi, Razavi. (2018). Relationship between cost stickiness and profitability in banks (case study of Kausar Credit Institution). Second National Conference on Sustainable Development in Management and Accounting Sciences of Iran, Tehran, <https://civilica.com/doc/929180> . [In Farsi]
- Fattahi Y, Kordestani G, Rastguian H.. (2020). Cost stickiness and credit risk of banks. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 9(31), 115-99. <http://micaoi.ir/article-1-961-fa.html> [In Farsi]
- Hashemi, S. A., Asghari, M., & Sadrizade, S. (2018). The Effect of Managerial Ability and Product Market Competition on Selling, General and Administrative Costs Stickiness of the Listed Companies. *Accounting and Auditing Studies*, 7(26), 31-44. https://www.iaaaas.com/article_98707_en.html [In Farsi]

- Hassani, M., & Lal Bar, A. (2021). The impact of competitive strategies (cost leadership and differentiation) and the ability to manage profit quality and cost stickiness in listed companies. *National Defense Strategic Management Studies*, 5(18), 229-262 . 20.1001.1.74672588.1400.5.18.8.2 [In Farsi]
- Homburg, C., Hoppe, A., Nasev, J., Reimer, K., & Uhrig-Homburg, M. (2018). How Cost Stickiness Affects Credit Risk. Available at SSRN 2792085. <https://ssrn.com/abstract=3232822>
- Kama, I., & Weiss, D. (2013). Do Earnings Targets and Managerial Incentives Affect Sticky Costs? *Journal of Accounting Research*, 51(1), p.201-224. <https://DOI:10.1111/j.1475-679X.2012.00471.x>
- Karimzadeh, Akbar, Rezaei, Nader, Hajiha, Zohra, & Abdi, Rasool. (2022). The effect of competitive factors on the asymmetric behavior of costs. *Ethics and behavior studies in accounting and auditing*, 2(1), 29-52. <https://sanad.iau.ir/journal/sebaa/Article/700307?jid=700307> [In Farsi]
- Kim, J.S., & Ra, K. (2022). Employee satisfaction and asymmetric cost behavior: Evidence from Glassdoor. *Economics Letters*, 219, p.110829. <https://DOI:10.1016/j.econlet.2022.110829>
- Lee, E., Kim, C., & Leach-López, M. A. (2021). Banking competition and cost stickiness. *Finance Research Letters*, 41, 101859. <https://DOI:10.1016/j.frl.2020.101859>
- Li, T., & Zhang, Z. (2021). The Impact of Macroeconomic Environment on Cost Stickiness: Evidence from China, *Advances in Economics. Business and Management Research*, 190, p.209-212. <https://DOI:10.2991/aebmr.k.210917.033>
- Li, W. L., & Zheng, K. (2017). Product market competition and cost stickiness. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 49, 283-313. <https://DOI:10.1007/s11156-016-0591-z>
- Nickell, S. J. (1996). Competition and corporate performance. *Journal of political economy*, 724-746. <https://DOI:10.1086/262040>
- Noreen, E., & Soderstrom, N. (1997). The accuracy of proportional cost models: evidence from hospital service departments. *Review of accounting Studies*, 2, 89-114. <https://DOI:10.1023/A:1018325711417>
- Reimer, K. (2019). Does Cost Stickiness Affect Credit Risk? In *Asymmetric Cost Behavior* (pp. 63-106). Springer Gabler, Wiesbaden. https://DOI:10.1007/978-3-658-22822-4_4
- Safarzadeh, Mohammad Hossein, & Anari, Hamed. (2019). The relationship of competitive market with sticky cost behavior and corporate governance. *Applied research in financial reporting*. 8(1), 119-146 . https://www.arfr.ir/article_93104.html [In Farsi]
- Yasukata, K. (2011). Are 'Sticky Costs' the Result of Deliberate Decision of Managers?. Available at SSRN 1444746. <https://DOI:10.2139/ssrn.1444746>
- Zhang, Y. (2016). The Stickiness of SG&A Costs, Agency Problems and Competition Intensity. *Economics*. Available at: <http://hdl.handle.net/2105/33799>

نحوه ارجاع به مقاله:

عامری، حسین (۱۴۰۳). بررسی اثر رقابت بر چسبندگی هزینه در صنعت بانکداری ایران. پژوهشنامه اقتصاد و برنامه ریزی، ۲۹(۳)، ۷۳-۹۰.

Ameri, H.(2024) Investigating the effect of competition on cost stickiness in Iran's banking industry. *Economic and Planning Research*, 29(3), 73-90.

DOI: <https://doi.org/10.52547/jpbud.29.3.73>

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Planning and Budgeting. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

