



نقش عدم اطمینان محیطی شرکت در تأثیر خودشیفتگی مدیران

بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها

عبدالرسول رحمانیان کوشکی^۱

خدیجه ربیعی^۲

فاطمه کنگونی اصل^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۱۴

چکیده

عدم اطمینان محیطی می‌تواند بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها در شرکت‌ها تأثیر بگذارد، به ویژه هنگامی که خودشیفتگی مدیران نیز در میان باشد. خودشیفتگی مدیران می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری‌های غیرعادی و تلاش برای جلب توجه شود، که ممکن است بر استراتژی‌های هزینه‌ای شرکت تأثیر بگذارد. عدم اطمینان محیطی با افزایش ریسک و نوسانات بازار همراه است و ممکن است باعث شود مدیران خودشیفته با اتخاذ تصمیمات هزینه‌ای انعطاف‌پذیرتر یا محافظه‌کارانه‌تر، سعی در کاهش این ریسک کنند. این تعامل بین عدم اطمینان محیطی و خودشیفتگی مدیران می‌تواند به رفتارهای نامتقارن هزینه‌ای منجر شود، زیرا مدیرانی که تحت تأثیر توهمات مثبت هستند ممکن است از بازخوردهای منفی اجتناب کنند و استراتژی‌های هزینه‌ای را انتخاب کنند که بیشتر تحت کنترل آنها باشد. لذا این پژوهش با هدف بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها با تأکید بر عدم اطمینان محیطی شرکت اجرایی شد. پژوهش حاضر از دیدگاه هدف کاربردی و از بعد شیوه همبستگی از نوع علی می‌باشد. جامعه آماری مورد مطالعه در پژوهش حاضر کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود، که توسط شیوه نمونه‌گیری حذفی سیستماتیک تعداد ۱۳۳ شرکت به عنوان نمونه انتخاب گردید. دوره‌ی زمانی پژوهش دوره ۱۰ ساله میان سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ در نظر گرفته شد. شیوه مورد استفاده جهت گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای بوده و داده‌های مربوط جهت سنجش متغیرها از سامانه کدال و گزارش‌های مالی شرکت‌ها جمع‌آوری و در اکسل محاسبات ابتدایی صورت گرفت، سپس جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از نرم افزار استاتا استفاده گردید. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأثیر معکوس دارد. ولی، عدم اطمینان محیطی شرکت بر ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأثیر مثبتی دارد.

واژه‌های کلیدی: خودشیفتگی مدیران، رفتار نامتقارن هزینه‌ها، عدم اطمینان محیطی شرکت.

۱ گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). abr.rahmanian@pnu.ac.ir

۲ گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. k.rabiee@pnu.ac.ir

۳ گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. f.k917537500@gmail.com



۱- مقدمه

هزینه‌ها به عنوان یکی از عناصر کلیدی در حسابداری، نقش حیاتی در فرآیند تصمیم‌گیری دارند. درک رفتار هزینه‌ها به دلیل ارتباط مستقیم آن با حجم فعالیت‌های اقتصادی، از اهمیت بالایی برخوردار است (حبیب و کوستا^۱، ۲۰۲۱). رفتار هزینه‌ها تحت تأثیر تغییرات هزینه مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی قرار دارد. در رویکرد سنتی، فرض بر این است که رابطه بین فروش و هزینه‌ها متقارن است، اما شواهد نشان می‌دهد که این رفتار به دلیل وجود چسبندگی هزینه، به طور کامل متقارن نیست (کو و همکاران^۲، ۲۰۲۱). در این رویکرد، هزینه‌ها معمولاً به دو دسته ثابت و متغیر تقسیم می‌شوند. فرض بر این است که اگر بخش ثابت هزینه‌ها ثابت بماند، کل هزینه‌های متغیر با تغییر سطح فعالیت تغییر می‌کند. این فرض به این معناست که هزینه‌های متغیر باید به همان اندازه‌ای که سطح فعالیت افزایش یا کاهش می‌یابد، تغییر کنند (اوزکایا^۳، ۲۰۲۱). یکی از انحرافات اصلی از فرض تناسب بین هزینه و درآمد، رفتار نامتقارن هزینه‌ها یا چسبندگی آن‌هاست که نشان می‌دهد این فرض در عمل با رفتار واقعی هزینه‌ها سازگار نیست (لین و همکاران^۴، ۲۰۲۰). علاوه بر این، ممکن است هزینه‌ها غیرچسبنده باشند، به این معنا که افزایش هزینه‌ها در زمان افزایش فروش کمتر از کاهش آن‌ها در زمان کاهش فروش است (کوستا و همکاران^۵، ۲۰۲۱). شکل رفتار نامتقارن هزینه‌ها می‌تواند ناشی از واکنش‌های منطقی و غیرمنطقی مدیران تصمیمات غیرآگاهانه آن‌ها نسبت به تغییرات فروش باشد (رمیر^۶، ۲۰۱۹). تأثیر ویژگی‌های روانی و رفتاری مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها نیز در حال گسترش است (بیکر و ولگر^۷، ۲۰۱۳). یکی از ویژگی‌های رفتاری مهم مدیران در ارتباط با هزینه‌ها، خودشیفتگی آن‌هاست که توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است (اسد و سادلری اسمیت^۸، ۲۰۲۰؛ روویلی و همکاران^۹، ۲۰۲۲).

مدیران خودشیفته نیاز زیادی به توجه اجتماعی و تشویق دارند تا تصویر اجتماعی مطلوب خود را تأیید کنند. این انگیزه آن‌ها را به جلب توجه عمومی و اولویت دادن به علایق شخصی خود با تمرکز بر اهداف کوتاه مدت و بازدهی سریع سوق می‌دهد. برای دستیابی به این هدف، مدیران خودشیفته اغلب اعداد را در گزارشگری مالی (از طریق مدیریت سود) دستکاری می‌کنند (لین و همکاران^{۱۰}، ۲۰۲۰؛ کاپالبو و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۸). علاوه بر این، آن‌ها سرعت را بر جامعیت در تصمیم‌گیری استراتژیک اولویت می‌دهند (شی و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۰). و نگران رسیدگی به

¹ Habib & Costa

² Ko et al

³ Özkaya

⁴ Lin et al

⁵ Costa et al

⁶ Reimer

⁷ Baker & Wurgler

⁸ Asad & Sadler-Smith

⁹ Rovelli et al

¹⁰ Capalbo et al

¹¹ She et al

نیازهای مشتری نیستند زیرا با ایجاد سود کوتاه مدت تداخل دارد (آگنی هوتری و باتاچاریا^۱، ۲۰۲۱). این تمایل به بدبینی آنها اغلب منجر به تأثیر مخربی بر عملکرد یا تصویر بلند مدت شرکت می شود (مک مانوس^۲، ۲۰۱۸). به طور خلاصه، مدیران عامل خودشیفته، که به ویژه نسبت به هرگونه کاهش عملکرد کوتاه مدت که می تواند بر تصویر آنها از خود تأثیر منفی بگذارد، حساس هستند، تمایل دارند تا هزینه ها را در دوره های رکود فروش کاهش دهند. این رفتار کاهش هزینه باعث می شود شرکت های آنها چسبندگی هزینه کمتری را نشان دهند (جائی جئون^۳، ۲۰۲۴). به عبارت دیگر، اگرچه کاهش بیش از حد هزینه ها به آنها کمک می کند تا عملکرد کوتاه مدت شرکت را افزایش دهند. ولی، زمانی که ذینفعان یا سرمایه گذاران بالقوه از پشت پرده این رفتار آگاه باشند، مورد انتقاد قرار می گیرند. از این رو، اگر مدیران عامل خودشیفته قصد دارند در عین اجتناب از مسئولیت، به دنبال منافع خود باشند، آنها باید رفتار کاهش هزینه بیش از حد را در زمانی که احتمال تشخیص کم است انجام دهند. اگر افراد خارجی شرکت قادر به درک دقیق وضعیت فعلی عملیات شرکت یا پیش بینی چشم انداز آینده آن نباشند، نمی توانند بین مدیریت هزینه کوتاه بین و تخصیص منطقی تفاوت قائل شوند. در نتیجه، به نظر می رسد رابطه بین خودشیفتگی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه ها تحت تأثیر عدم اطمینان محیطی قرار دارد؛ چرا که عدم اطمینان محیطی به غیرقابل پیش بینی بودن و پیچیدگی عوامل پیرامون شرکت اشاره دارد که می تواند بر عملیات، استراتژی و نتایج شرکت ها تأثیر بگذارد. شرکت ها باید از این عدم اطمینان عبور کنند تا تصمیمات آگاهانه بگیرند و به طور مؤثر با شرایط در حال تغییر سازگار شوند (بوسف نژاد و حیدرپور، ۱۴۰۲). پس زمانی که عدم اطمینان شرکت بالا باشد، احتمال کمتری وجود دارد که مدیریت هزینه ناکافی یک مدیر عامل خودشیفته شناسایی شود، بنابراین، مدیر عامل را قادر می سازد تا طرح را با سهولت نسبی اجرا کند و رفتار نامتقارن هزینه ها را کاهش دهند (جائی جئون، ۲۰۲۴).

مسئله تأثیر خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه ها در شرایط عدم اطمینان محیطی شرکت، یکی از چالش های مهم در مدیریت شرکت ها به شمار می آید. خودشیفتگی مدیران، که به تمایل آنها به تمرکز بر منافع شخصی و تصویر خود می انجامد، می تواند بر تصمیم گیری های مالی و استراتژیک تأثیرگذار باشد. در محیط های نامطمئن، مدیران ممکن است به جای اتخاذ تصمیمات مبتنی بر تحلیل های منطقی و واقع بینانه، به رفتارهای ریسک پذیر و غیرمعقول روی آورند که این امر می تواند منجر به افزایش هزینه ها و عدم کارایی در تخصیص منابع شود. رفتار نامتقارن هزینه ها به معنای واکنش متفاوت هزینه ها به تغییرات درآمد است؛ به عنوان مثال، در شرایط کاهش درآمد، هزینه ها ممکن است به طور ناهمگن کاهش نیابند، در حالی که در زمان افزایش درآمد، هزینه ها سریع تر افزایش می یابند. این پدیده می تواند ناشی از تصمیمات خودشیفته مدیران باشد که بیشتر بر روی حفظ موقعیت خود و افزایش اعتبار شخصی تمرکز دارند تا بهینه سازی عملکرد مالی سازمان. در نتیجه، عدم اطمینان

¹Agnihotri & Bhattacharya

²McManus

³Jae Jeon

محیطی می‌تواند شدت این رفتارهای نامتقارن را افزایش دهد و منجر به ناپایداری مالی و کاهش توان رقابتی شرکت‌ها شود. بنابراین، بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه‌ها در زمینه عدم اطمینان محیطی نه تنها برای درک بهتر دینامیک‌های مدیریتی حائز اهمیت است، بلکه می‌تواند راهکارهایی برای بهبود تصمیم‌گیری‌های مالی و استراتژیک ارائه دهد که در نهایت منجر به افزایش کارایی و پایداری سازمان‌ها خواهد شد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

دو فرضیه در مورد چسبندگی هزینه‌ها وجود دارد. فرضیه اول بیان می‌کند که چسبندگی هزینه‌ها ناشی از تصمیمات آگاهانه مدیران است، در حالی که فرضیه دوم اشاره دارد که ممکن است چسبندگی هزینه‌ها به این دلیل باشد که هزینه‌ها در زمان کاهش فروش به طور همزمان کاهش نمی‌یابند (بلو و همکاران^۱، ۲۰۲۱). این دو فرض را می‌توان از دو زاویه مختلف بررسی کرد. دیدگاه اول به تئوری‌های نمایندگی، به ویژه تئوری حکم فرمانی مدیریتی، مربوط می‌شود (چن و همکاران، ۲۰۲۱). طبق این تئوری، مدیران تمایل دارند تا اندازه شرکت را فراتر از سطح بهینه افزایش دهند و منابع بلااستفاده را حفظ کنند تا منافع فردی خود را افزایش دهند، از جمله ارتقاء مقام، قدرت، پاداش‌ها و شهرت شخصی (موسلیس و همکاران^۲، ۲۰۰۷؛ هوپ و توماس، ۲۰۰۸). تصمیم‌گیری‌های مدیریتی در زمینه هزینه‌ها همواره موضوعی مورد توجه بوده است. به طور سنتی، مدل‌های تحلیل سود بر این باور بودند که رفتار هزینه‌ها متقارن و وابسته به نوسانات تولید و فروش است؛ با این حال، تحقیقات دهه ۹۰ نشان داده‌اند که این فرض چندان قابل اتکا نیست (تجویدی و همکاران، ۱۳۹۴).

زمانی که مدیران پیش‌بینی می‌کنند که کاهش فروش موقتی است و انتظار دارند فروش به سطوح قبلی بازگردد، تصمیم به حذف منابع متناسب با این کاهش می‌گیرند. این اقدام می‌تواند منجر به افزایش هزینه‌ها و کاهش سود در بلندمدت شود. از سوی دیگر، اگرچه حفظ منابع اضافی در دوره‌های کاهش فروش ممکن است به تحمل هزینه‌های بیشتر و کاهش سود در دوره جاری منجر شود، اما این کار در نهایت منجر به کاهش هزینه‌ها و افزایش سود در بلندمدت خواهد شد. علاوه بر این، اگر مدیران منابع مرتبط با فعالیت‌های عملیاتی را به تناسب کاهش فروش کاهش دهند، فرآیند تأمین و آماده‌سازی مجدد این منابع در آینده زمان‌بر خواهد بود. بنابراین، اگر منابع و هزینه‌ها به طور متناسب با کاهش فروش کاهش یابد، شرکت فرصت‌های توسعه فروش را از دست خواهد داد؛ زیرا نمی‌تواند منابع لازم برای گسترش فروش را با سرعت کافی برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها فراهم کند. به همین دلیل، مدیران باید بین دو گزینه انتخاب کنند: کاهش هزینه‌ها از طریق حذف منابع یا تحمل هزینه‌های بیشتر برای بهره‌برداری کامل از افزایش فروش در آینده. یکی از دلایل اصلی چسبندگی هزینه‌ها، تصمیمات آگاهانه

¹ Blue et al

² Blue et al

مدیرانی است که سعی دارند با توجه به پیش‌بینی‌های فروش آتی، سود را در بلندمدت افزایش دهند (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳؛ یاسوکال و کاجیورا، ۲۰۱۱).

جائی جئون (۲۰۲۴) به بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیر عامل و رفتار هزینه نامتقارن پرداخت. بر اساس این انتظار که خودشیفتگی مدیران عامل منجر به کوتاه بینی مدیریت می‌شود. وجود چسبندگی هزینه را در نمونه بزرگی از شرکت های دولتی ایالات متحده بررسی کرد و متوجه شد که مدیران عامل خودشیفته درجه پایین تری از چسبندگی هزینه را نشان می‌دهند. علاوه بر این، دریافت که تأثیر منفی خودشیفتگی مدیر عامل بر چسبندگی هزینه‌ها تحت عملکرد ضعیف گذشته و زمانی که عدم اطمینان شرکت بالا است، تقویت می‌شود.

یوسف نژاد و حیدرپور (۲۰۲۴) به تبیین یک الگو برای سنجش عدم اطمینان محیطی شرکت‌ها پرداختند. بدین منظور، با استفاده از روش آماری تحلیل مولفه های اصلی، از بین چندین معیار، یک معیار مناسب برای هر مولفه عدم اطمینان محیطی انتخاب می‌گردد و در مرحله بعد، با وزن دهی به هر مولفه، میزان عدم اطمینان محیطی هر شرکت سنجیده می‌شود. سپس اثر این متغیر با نوسان ویژگی های مالی شرکت ها مورد آزمون قرار می‌گیرد. در این راستا، داده های ۱۳۱ شرکت استخراج گردید و برای آزمون فرضیه های پژوهش از تحلیل رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که با افزایش عدم اطمینان محیطی، نوسان سودآوری، نوسان وجه نقد و نوسان هزینه بدهی شرکت ها افزایش می‌یابد. زیرا در شرایط عدم اطمینان محیطی، شرکت ها در پیش بینی دقیق تقاضا، قیمت گذاری و هزینه های آینده با چالش هایی مواجه می‌شوند که این امر می‌تواند بر حاشیه سود، میزان نگهداشت وجه نقد و هزینه بدهی آن ها تاثیر بگذارد. علاوه بر این، افزایش عدم اطمینان محیطی با افزایش نوسان بازده سهام، نوسان اهرم مالی و نوسان سود سهام پرداختی شرکت ها رابطه معنی داری ندارد.

مدنی و فولادی (۱۴۰۳) در تحقیقی با عنوان تأثیر محیط اطلاعاتی بر رابطه بین شدت هزینه تبلیغات بازار محصول و ریسک سقوط قیمت سهام به بررسی تأثیر محیط اطلاعاتی بر شدت اثر هزینه تبلیغات بازار محصول بر ریسک سقوط قیمت سهام پرداختند. جهت آزمون فرضیه پژوهش با استفاده از روش حذف سیستماتیک نمونه‌های شامل ۱۱۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ انتخاب و از مدل رگرسیون چندگانه به روش داده‌های ترکیبی استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش حاضر نشان می‌دهد که شدت هزینه تبلیغات تأثیر منفی معنادار بر ریسک سقوط آتی قیمت سهام دارد ولی عدم اطمینان محیطی (اطلاعاتی) بر رابطه بین شدت هزینه تبلیغات بازار محصول و ریسک سقوط قیمت سهام تأثیر ندارد.

ابراهیمی و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان ساختار مالکیت، عدم اطمینان سیاسی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها به مطالعه و بررسی ارتباط بین عدم اطمینان سیاسی (مرتبط با انتخابات ریاست جمهوری) و رفتار نامتقارن هزینه‌ها با در نظر گرفتن نوع مالکیت شرکت (دولتی در مقابل خصوصی) پرداخته است. برای این تحقیق، نمونه‌ای شامل ۳۲۵ شرکت با ۱۹۹۰ مشاهده از بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران انتخاب شد. فرضیه‌ها با استفاده

از داده‌های ترکیبی و مدل رگرسیون چندگانه با روش حداقل مربعات معمولی و رویکرد خطای استاندارد مقاوم مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج فرضیه اول نشان می‌دهد که رفتار نامتقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در دوران عدم اطمینان سیاسی (سال‌های انتخابات ریاست جمهوری) به صورت خطی و در سال‌های غیرانتخابات به صورت چسبنده است. به عبارت دیگر، سرعت کاهش هزینه‌ها در سال‌های غیرانتخابات کمتر از سرعت افزایش آن‌هاست. یافته‌های مرتبط با فرضیه دوم نیز نشان می‌دهد که در سال‌های انتخابات، شرکت‌های دولتی دارای رفتار هزینه‌ای چسبنده و شرکت‌های خصوصی دارای رفتار خطی (غیرچسبنده) هستند. همچنین، چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های دولتی در سال انتخابات بیشتر از سال‌های غیرانتخابات است. نتایج آزمون‌های تکمیلی نیز حاکی از آن است که در هر دو دوره انتخاباتی و غیرانتخاباتی، رفتار بهای تمام شده کالای فروش رفته ضدچسبنده بوده و میزان ضدچسبندگی در سال انتخاباتی شدت بیشتری دارد. همچنین، این رفتار در شرکت‌های دولتی و خصوصی در هر دو دوره به صورت ضدچسبنده مشاهده می‌شود و در شرکت‌های دولتی در سال انتخابات، میزان ضدچسبندگی بیشتر از سایر سال‌ها و شرکت‌های خصوصی است. علاوه بر این، رفتار هزینه‌های عملیاتی در هر دو دوره به صورت خطی باقی می‌ماند و این نتیجه برای هر دو نوع مالکیت تفاوتی ندارد.

ودبعی نوقانی و صالحی وزیری (۲۰۲۲) به بررسی رابطه هزینه‌های تعدیل نیروی کار بر روی رفتار هزینه نامتقارن یا همان موضوع چسبندگی هزینه‌ها پرداختند. در این تحقیق از دو معیار تعداد کارکنان و هزینه دعاوی حقوقی برای بررسی هزینه‌های تعدیل نیروی کار استفاده شد. شرکت‌های مورد بررسی شامل ۱۰۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۵ الی ۱۴۰۰ بودند. هرچقدر تعداد کارکنان بیشتر شود، باعث خواهد شد که چسبندگی هزینه نیروی کار نیز بیشتر شود و اگر تعداد کارکنان کاهش یابد، به همان اندازه نیز چسبندگی هزینه نیروی کار نیز کاهش می‌یابد.

اووه (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان "چسبندگی هزینه و کارایی سرمایه گذاری" به بررسی ارتباط بین چسبندگی هزینه و کارایی سرمایه گذاری پرداخت. در این پژوهش که در بورس کره انجام گرفت و داده‌های آن با استفاده از رگرسیون چند متغیره تحلیل شد. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که چسبندگی هزینه ارتباط منفی با کارایی سرمایه گذاری دارد و تضاد اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران موجب ناکارایی‌های سرمایه گذاری می‌شود.

ژانگ (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی "چسبندگی هزینه، ریسک شرکت و سهام مدیریت" پرداخته است. این مقاله شرکت‌های پذیرفته شده چینی را از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۹ به عنوان نمونه برای آزمون تاثیر چسبندگی هزینه بر ریسک شرکت و اثر تعدیل مکانیزم سهامداران مدیریتی بر روی این اثر، در نظر می‌گیرد. نتایج نشان می‌دهند که چسبندگی هزینه ریسک شرکت‌ها را به طور قابل توجهی افزایش می‌دهد. علاوه بر آن سهام مدیریتی، تاثیر چسبندگی هزینه بر ریسک شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. این مطالعه پیامدهای اقتصادی چسبندگی هزینه را

توسعه می‌دهد، همچنین ایده‌های جدیدی برای شرکت‌ها فراهم می‌کند تا سطح مدیریت سهام را کنترل کند تا میزان چسبندگی هزینه را بیشتر مهار کند.

بولو و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی تحت عنوان "تأثیر کیفیت اطلاعات حسابداری بر هزینه حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها" به بررسی تأثیر کیفیت اطلاعات حسابداری بر هزینه حقوق صاحبان سهام پرداخته و نقش تعدیلگر عدم تقارن اطلاعاتی و قابلیت مقایسه صورت‌های مالی را در این زمینه تحلیل کرده‌اند. دامنه زمانی این پژوهش از ابتدای سال ۱۳۹۲ تا پایان سال ۱۳۹۶ و نمونه مورد بررسی شامل ۹۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده است. برای تحلیل‌های آماری از رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است. نتایج این تحلیل‌ها نشان می‌دهد که کیفیت اطلاعات حسابداری تأثیر معکوسی بر هزینه حقوق صاحبان سهام دارد؛ به این معنا که با افزایش کیفیت اطلاعات حسابداری، هزینه حقوق صاحبان سهام کاهش می‌یابد و بالعکس. همچنین، عدم تقارن اطلاعاتی ارتباط مستقیمی با این تأثیر دارد. اما تأثیر همزمان قابلیت مقایسه صورت‌های مالی و عدم تقارن اطلاعاتی بر تأثیر کیفیت اطلاعات حسابداری بر هزینه حقوق صاحبان سهام تأیید نشده است. نتایج دو فرضیه اول این پژوهش مشابه نتایج تحقیق ایموف و همکاران (۲۰۱۸) است که در ایالات متحده به بررسی تأثیر کیفیت اطلاعات حسابداری بر هزینه حقوق صاحبان سهام پرداخته‌اند، اما نتیجه فرضیه سوم با آن تحقیق مطابقت ندارد.

مبانی توسعه فرضیه‌ها

یکی از انواع مدیریت هزینه که به طور مستقیم با بدبینی بینی مدیران مرتبط است، کاهش بیش از حد منابع در پاسخ به کاهش فروش است که میزان چسبندگی هزینه را کاهش می‌دهد (کاما و ویس، ۲۰۱۳). در صورت بهبود فروش در آینده به دلیل هزینه‌های تعدیل شده نصب مجدد تجهیزات یا استخدام مجدد کارکنان جدید، منابع زمانی فروش کاهش می‌یابد، و شرکت احتمالاً متحمل هزینه‌های اضافی خواهد شد. بنابراین، مدیران تمایل دارند منابع استفاده نشده را حتی در دوره‌های کاهش فروش، در مواجهه با تقاضای آینده نامشخص نگه دارند، زیرا از دیدگاه حداکثر کردن ارزش، این مسیر بهینه عمل می‌کند (اوبویله و همکاران، ۲۰۱۲). با این حال، اگر مدیران عامل خودشیفته بخواهند عملکرد کوتاه مدت را افزایش دهند، به احتمال زیاد منابع نامطلوب را حذف خواهند کرد، به خصوص زمانی که فروش کاهش می‌یابد، حتی اگر انتظار داشته باشند این کاهش موقتی باشد و منجر به درجه بالاتری از چسبندگی هزینه شود. گاهی اوقات، کاهش هزینه‌های عملیاتی مستلزم عمل نکردن به قراردادهای یا خاتمه روابط با تامین‌کنندگان، مشتریان یا کارکنان است. بنابراین، برای مدیران خودشیفته، ممکن است کاهش چنین هزینه‌های نامشهودی برای آن‌ها ساده‌تر از سایر مدیران اجرایی باشد، زیرا ذاتاً خودخواه هستند. این رفتار مدیران خودشیفته برای کاهش هزینه‌ها در دوره‌های کاهش فروش، رفتار تعدیل هزینه را در دوره‌های افزایش و کاهش فروش متناسب‌تر می‌کند و در نتیجه هزینه‌های چسبنده کمتری را به همراه دارد. تأثیر خودشیفتگی مدیر عامل بر میزان چسبندگی هزینه‌های یک شرکت، از جنبه هزینه از دوره‌های افزایش فروش ناشی نمی‌شود. در

عوض، استدلال می‌شود که این تأثیر به طور قابل توجهی از طریق تغییرات در رفتار کاهش هزینه، در دوره‌های کاهش فروش آشکار می‌شود. در طول دوره‌های افزایش فروش، رفتار مدیران عامل خودشیفته از نظر تحمیل هزینه‌های اضافی، ممکن است تفاوت قابل توجهی با سایر مدیران عامل نداشته باشد (جائی جئون، ۲۰۲۴). بر اساس مبانی ذکر شده فرضیه زیر طراحی شد:

فرضیه اول: خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأثیر مثبتی دارد.

اگرچه مطالعات متعددی در مورد ویژگی خودشیفتگی انجام شده است، اما هنوز ویژگی‌های ظاهراً متناقضی از خودشیفتگی وجود دارد. از یک طرف، مدیران خودشیفته با تمایل به دنبال کردن منافع خود برای ذینفعان هزینه ایجاد می‌کنند (هام و همکاران ۲۰۱۸؛ تامبورسکی و همکاران، ۲۰۱۲). از سوی دیگر، خودشیفته‌ها نیازهای مفرط به تمجید و تشویق دارند و از انتقاد شدن می‌ترسند. به عبارت دیگر، آنها تمایل دارند به منافع دیگران آسیب برسانند، اما دوست ندارند برای آن سرزنش شوند. بنابراین، کاهش چسبندگی هزینه‌های ناشی از بدبینی، یک تبادل برای مدیران عامل خودشیفته است. اگرچه کاهش بیش از حد هزینه‌ها به آنها کمک می‌کند تا عملکرد کوتاه مدت شرکت را افزایش دهند، اما زمانی که سهامداران یا سرمایه‌گذاران بالقوه از هدف این رفتار آگاه شوند، مورد انتقاد قرار می‌گیرند. اگر مدیران عامل خودشیفته قصد دارند در عین اجتناب از مسئولیت، به دنبال منافع خود باشند، رفتارهای کاهش هزینه را انجام می‌دهند. زمانی که عدم اطمینان شرکت بالا باشد، احتمال کمتری وجود دارد که مدیریت هزینه ناکافی یک مدیر عامل خودشیفته شناسایی شود، در نتیجه مدیر عامل را قادر می‌سازد تا طرح‌های کاهش هزینه را با سهولت نسبی اجرا کند (جائی جئون، ۲۰۲۴). بر اساس مبانی بیان شده، فرضیه زیر طراحی شد:

فرضیه دوم: عدم اطمینان محیطی شرکت بر ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأثیر مثبتی دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر عینی، کاربردی و از نظر روش، توصیفی و از نوع همبستگی و از نظر نوع داده‌ها در گروه تحقیقات کمی قرار می‌گیرد. این تحقیق به بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها با تأکید بر عدم اطمینان محیطی شرکت در گزارش‌های مالی سالانه شرکت‌های سهامی عام می‌پردازد. بهادار تهران را در فاصله سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ مورد بررسی قرار می‌دهد. محدوده جغرافیایی و جامعه آماری تحقیق کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. نمونه پژوهش براساس معیارهای زیر انتخاب شده است:

- ۱- بانک‌ها، مؤسسات مالی (شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های هلدینگ و لیزینگ‌ها)
- ۲- سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه هر سال باشد.
- ۳- شرکت‌ها در طول دوره پژوهش تغییر

سال مالی نداده باشند. ۴- شرکت‌ها قبل از سال ۸۸ در بورس پذیرفته شده باشند. ۵- وقفه معاملاتی بیش از سه ماه نداشته باشند. ۶- دارای حقوق صاحبان سهام منفی نباشد.

جدول ۱. روند انتخاب نمونه

۵۴۶	تعداد کل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس در پایان سال ۱۴۰۱
	معیارها:
(۷۵)	تعداد شرکت‌هایی که جزه‌لدینگ، سرمایه‌گذاری‌ها، واسطه‌گری‌های مالی، بانک‌ها و یا لیزینگ‌ها بوده‌اند.
(۶۹)	تعداد شرکت‌هایی که سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند نمی‌باشد.
(۶۵)	تعداد شرکت‌هایی که طی قلمرو زمانی پژوهش، دوره مالی خود را تغییر داده‌اند.
(۹۹)	تعداد شرکت‌هایی که بعد از سال ۱۳۸۸ در بورس پذیرفته شده‌اند.
(۹۵)	تعداد شرکت‌هایی که طی قلمرو زمانی پژوهش، بیش از ۳ ماه توقف فعالیت داشته‌اند.
(۱۰)	شرکت‌های دارای حقوق صاحبان سهام منفی هستند.
۱۳۳	تعداد شرکت‌های نمونه

بر این اساس ۱۳۳ شرکت به عنوان نمونه نهایی انتخاب و اطلاعات لازم برای تحقیق از گزارش‌های مالی، یادداشت‌های همراه گزارش‌های مالی، گزارش فعالیت‌های هیئت مدیره و گزارش تفسیری شرکت استخراج شد. گزارش مالی مدیریت علاوه بر این، داده‌های کمی مورد استفاده برای اندازه‌گیری برخی متغیرها از نرم‌ره آورد نوین استفاده شد.

مدل تحلیل و متغیرهای پژوهش

مدل‌های مورد نیاز جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر تدوین گردید:

مدل رگرسیونی فرضیه اول به شرح زیر می‌باشد:

$$CS_{it} = \alpha_0 + \beta_1 Narc_{it} + \beta_2 Lev_{it} + \beta_3 Size_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

مدل رگرسیونی فرضیه دوم به شرح زیر می‌باشد:

$$CS_{it} = \alpha_0 + \beta_1 Narc_{it} + \beta_2 (Narc_{it} \times EU_{it}) + \beta_3 Lev_{it} + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

متغیر وابسته: رفتار نامتقارن هزینه ها

برای اندازه گیری رفتار نامتقارن هزینه ها از چسبندگی هزینه ها استفاده می شود. یکی از ویژگی های رفتار هزینه ها نسبت به تغییرات سطح فعالیت بوده و بیانگر آن است که بزرگی افزایش در هزینه ها هنگام افزایش سطح فعالیت، بیشتر از بزرگی کاهش هزینه ها در هنگام کاهش در سطح فعالیت (زنجیردار و همکاران، ۲۰۱۳). برای محاسبه چسبندگی هزینه ها از مدل زیر استفاده می شود که برگرفته از مدل اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) می باشد:

$$\log \left[\frac{SGA_{it}}{SGA_{it-1}} \right] = \beta_0 + \beta_1 \log \left[\frac{REV_{it}}{REV_{it-1}} \right] + \beta_2 DUM * \log \left[\frac{REV_{it}}{REV_{it-1}} \right] + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

که در آن:

SGA- لگاریتم طبیعی کل هزینه های عمومی، اداری و فروش است.

REV- لگاریتم طبیعی درآمد فروش است.

DUM- متغیری مصنوعی است که برابر با یک خواهد بود اگر درآمد فروش سال جاری کمتر از درآمد فروش سال قبل باشد و در غیر این صورت مساوی صفر می باشد.

رفتار نامتقارن هزینه ها یک متغیر کیفی است و چسبندگی موردنظر، زمانی مصداق خواهد داشت که β_2 کوچکتر از صفر باشد (کاهش هزینه ها به ازای کاهش درآمد فروش، کمتر از افزایش آن به ازای همان مقدار افزایش درآمد فروش است).

متغیر مستقل: خودشیفتگی مدیران (Narc)

به لحاظ نظری، در علم روان شناسی، خودشیفتگی نوعی اختلال شخصیتی است که علائمی همچون حق بیش از حد قائل شدن برای خود، تمایل به استفاده از افراد در جهت نیازهای شخصی، تسلط بر فرآیندهای تصمیم گیری، عدم توجه به نظر دیگران، پاداش طلبی افراطی را به همراه دارد. خودشیفتگی یک ساختار شخصیتی است که دارای علائمی چون نفوذ خواسته های شخصی، پاسخ گویی از دیگران و تعصب پردازش شناختی است (فاستر و همکاران، ۲۰۱۱). در این پژوهش، برای اندازه گیری خودشیفتگی مدیران از نسبت پاداش مدیران به حقوق و دستمزد کارکنان استفاده می شود. (جائی جئون، ۲۰۲۴).

متغیر تعدیلگر: عدم اطمینان محیطی شرکت (EU)

در این پژوهش از ضریب تغییرات فروش ۵ سال اخیر شرکت به عنوان معیار عدم اطمینان محیطی استفاده شده است که به صورت رابطه زیر محاسبه می شود.

$$CV(S)_i = \frac{\sqrt{\sum_{k=1}^5 \frac{(S_i - \bar{S})^2}{5}}}{\bar{S}} \quad (4)$$

که در رابطه فوق Si فروش شرکت i در سال k ، K میانگین فروش ۵ سال اخیر شرکت i می باشد. برای حذف اثر صنعت، $CV(S)i$ بر معیار عدم اطمینان محاسبه شده برای شرکتهای همان صنعت در همان دوره، تقسیم می شود. حاصل معیار نهایی برای عدم اطمینان محیطی هر شرکت است. (جائی جئون، ۲۰۲۴).

متغیرهای کنترلی

متغیرهای زیر نیز به عنوان متغیرهای کنترلی در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است: اهرم مالی (LEV): برای محاسبه اهرم مالی از نسبت ارزش دفتری مجموع بدهی ها به ارزش دفتری مجموع دارایی ها شرکت i در پایان دوره زمانی t استفاده می شود. اندازه شرکت (Size): برای محاسبه متغیر اندازه شرکت از معیارهایی نظیر لگاریتم مجموع دارایی ها شرکت i در پایان دوره زمانی t استفاده می شود. بازده دارایی ها (ROA): برای محاسبه متغیر بازده دارایی ها از سود قبل از مالیات و هزینه بهره (سود خالص عملیاتی) به میانگین مجموع دارایی ها شرکت i در پایان دوره زمانی t استفاده می شود.

یافته های پژوهش

توصیف آماری داده ها مرحله ای مهم در شناسایی الگوی حاکم بر آن ها و پایه ای برای توضیح روابط بین متغیرهای مورد استفاده در پژوهش است. از این رو، پیش از آزمون فرضیه های تحقیق، متغیرهای پژوهش به طور خلاصه مورد بررسی قرار می گیرند. جداول (۱) و (۲) شامل نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش هستند و پارامترهای توصیفی هر یک از متغیرهای بررسی شده را برای ۱۳۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ به تفکیک ارائه می دهند. میانگین متغیر اهرم مالی برابر با ۰.۵۳۹ است که نشان می دهد به طور میانگین ۵۵ درصد از کل دارایی های شرکت های نمونه از طریق بدهی ها تأمین مالی شده است. به طور کلی، پارامترهای پراکندگی معیاری برای تعیین میزان فاصله متغیرها از یکدیگر یا نسبت به میانگین آن ها هستند. یکی از مهم ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. مقدار انحراف معیار برای اندازه شرکت ۱.۵۸۶ و برای خودشیفتگی مدیران ۰.۰۷۴ است که نشان دهنده بیشترین و کمترین انحراف معیار بین این دو متغیر می باشد. همچنین، مقادیر حداقل و حداکثر نشان دهنده کمترین و بیشترین مقادیر هر متغیر هستند؛ به عنوان مثال، بزرگ ترین مقدار اهرم مالی برابر با ۱.۸۲۴ است.

از مهم ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. مقدار این پارامتر برای عدم اطمینان محیطی شرکت برابر با ۰.۱۹۸ و برای خودشیفتگی مدیران برابر با ۰.۰۷۴ می باشد. همچنین، مقادیر حداقل و حداکثر نشان دهنده کمترین و بیشترین مقادیر هر متغیر هستند. به عنوان مثال، بزرگ ترین مقدار اهرم مالی برابر با ۱.۸۲۴ است که نشان می دهد در میان شرکت های نمونه، شرکتی وجود دارد که کل بدهی های آن از کل دارایی ها بیشتر بوده و

حقوق صاحبان سهام آن منفی است. میانه به عددی اطلاق می‌شود که یک جمعیت آماری یا توزیع احتمالی را به دو بخش مساوی تقسیم می‌کند. مقدار میانه برای اهرم مالی برابر با ۰.۵۳۹ است، که نشان‌دهنده این است که نیمی از اهرم مالی شرکت‌ها بالاتر از ۵۳ درصد و نیمی کمتر از آن هستند. چولگی به عنوان معیاری برای اندازه‌گیری تقارن تابع توزیع تعریف می‌شود. برای یک توزیع کاملاً متقارن، چولگی صفر خواهد بود؛ در حالی که برای توزیع نامتقارن با کشیدگی به سمت مقادیر بالاتر، چولگی مثبت و برای توزیع نامتقارن با کشیدگی به سمت مقادیر کوچکتر، چولگی منفی است. به وضوح مشاهده می‌شود که متغیرهای پژوهش دارای چولگی به سمت راست هستند.

جدول ۲. خلاصه آمار توصیفی متغیرهای کمی

نام متغیر	نماد	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
خودشیفتگی مدیران	Narc	۱۳۳۰	۰/۰۴۶	۰/۰۷۴	۰	۰/۴۵۷
عدم اطمینان محیطی شرکت	EU	۱۳۳۰	۰/۳۸۴	۰/۱۹۸	۰/۰۴۹	۰/۸۷۸
اهرم مالی	Lev	۱۳۳۰	۰/۵۳۹	۰/۲۱۸	۰/۰۳۱	۱/۸۲۴
اندازه شرکت	Size	۱۳۳۰	۱۴/۹۰۶	۱/۵۸۶	۱۱/۰۳۵	۲۱/۵۷۱
بازده دارایی‌ها	ROA	۱۳۳۰	۰/۱۳۸	۰/۱۵۰۱	-۰/۵۸۱	۰/۶۱۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر

جدول ۲. خلاصه آمار توصیفی متغیرهای کیفی

توضیحات	تعداد	درصد
۰	۱۱۸۸	۸۹.۳۲
۱	۱۴۲	۱۰.۶۸
مجموع	۱۳۳۰	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همانطور که در جدول ۲ قابل مشاهده است، جمع کل شرکت سال‌های مورد بررسی برابر با ۱۳۳۰ می‌باشد که از بین آنها تعداد ۱۴۲ شرکت سال یعنی ۱۰.۶۸ درصد شرکت‌ها چسبندگی هزینه داشته‌اند. پژوهش حاضر شامل دو فرضیه اصلی می‌باشد، برای آزمون فرضیه پژوهش با توجه به اینکه در فرضیه‌های پژوهش از رگرسیون لجستیک استفاده شده است در این قسمت از پژوهش آزمون‌های آکائیک و شوارتز برای بررسی کفایت متغیرهای کنترلی، آزمون هاسمر لمشو برای نیکوی برازش مدل و از درصد صحت پیش بینی مدل برای بررسی مطلوبیت مدل استفاده می‌شود.

جدول ۳. کفایت متغیرهای کنترلی پژوهش

شرح مدل	آکائیک	شوارتز
مدل اول به همراه متغیرهای کنترلی	۸۷۸.۰۱۷۱	۹۰۳.۹۸۱۸
مدل اول بدون متغیرهای کنترلی	۹۰۱.۸۴۱۶	۹۱۲.۲۲۷۵
نتیجه	کفایت متغیرهای کنترلی	کفایت متغیرهای کنترلی
مدل دوم به همراه متغیرهای کنترلی	۸۷۵.۲۲۲۱	۹۰۶.۳۷۹۷
مدل دوم بدون متغیرهای کنترلی	۸۹۴.۵۸۲۶	۹۱۰.۱۶۱۴
نتیجه	کفایت متغیرهای کنترلی	کفایت متغیرهای کنترلی

منبع: یافته های پژوهشگر

همان گونه که مشاهده می شود مقادیر آکائیک و شوارتز در مدل با متغیرهای کنترلی نسبت به مدل بدون متغیرهای کنترلی کاهش پیدا کرده است و به این معنا است که متغیرهای کنترلی باعث بهبود مدل شده اند یکی دیگر از معیارهای نیکویی برازش که آن نیز صرفاً برای مدل های لاجیت و پرابیت کاربرد دارد، درصد صحت پیش بینی است.

جدول ۴. درصد های صحت پیش بینی مدل

نام مدل	نام متغیر وابسته	پیش بینی کل
مدل اول	رفتار نامتقارن هزینه ها	٪۸۹.۳۲
مدل دوم	رفتار نامتقارن هزینه ها	٪۸۹.۳۲

منبع: یافته های پژوهشگر

با توجه به نتایج نگاره مشاهده می شود که درصد صحت پیش بینی مدل در مدل های پژوهش بیش از ۵۰ درصد می باشد. از طرفی دیگر در آزمون هاسمر-لمشو اگر سطح معناداری آزمون بیشتر از ۵ درصد باشد بیانگر برازش مطلوب مدل رگرسیونی است در غیر این صورت مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار نخواهد بود.

جدول ۵. نتایج آزمون هاسمر لمشو برای مدل رگرسیونی پژوهش

نام آزمون / فرضیه	هاسمر لمشو	
	مقدار آماره آزمون	سطح معناداری آزمون
مدل اول	۸.۵۵	۰.۳۸۱۳
مدل دوم	۱۱.۹۳	۰.۱۵۴۵

منبع: یافته های پژوهشگر

با توجه به نتایج نگاره ۵ مشاهده می‌شود سطح معناداری آزمون هاسمر – لمشو برای مدل‌های پژوهش بیش از ۵ درصد می‌باشند و بیانگر برازش مطلوب مدل رگرسیونی می‌باشد.

بعد از بررسی این موارد، می‌توان به برآورد مدل فرضیه‌ها پرداخت:

فرضیه اول بیان می‌دارد: خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تاثیر دارد.

مدل رگرسیونی به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۶. نتیجه آزمون مدل اول

متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره z	سطح معناداری
خودشیفتگی مدیران	Narc	-۳.۰۲۹	۱.۵۱۲	-۲.۰۰	۰.۰۴۵
اهرم مالی	Lev	-۰.۸۲۲	۰.۴۸۵	-۱.۷۰	۰.۰۹۰
اندازه شرکت	Size	۰.۲۵۲	۰.۰۵۴	۴.۶۱	۰.۰۰۰
بازده دارایی‌ها	ROA	-۰.۰۰۱	۰.۷۰۰	-۰.۰۱	۰.۹۹۸
عرض از مبدا					
سایر آماره‌های اطلاعاتی					
آماره LR			۳۵.۵۹		
سطح معنی داری LR (Prob.)			۰.۰۰۰۰		
ضریب مک فادن			۰.۰۳۹۴		

منبع: یافته‌های پژوهشگر

نتایج ارائه شده در نگاره (۶) نشان می‌دهد که متغیر خودشیفتگی مدیران دارای سطح معنی داری کمتر از ۵ درصد و ضریب منفی است. این امر بیانگر این است که خودشیفتگی مدیران تأثیر معکوسی بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها دارد و بنابراین فرضیه اول در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. همچنین، متغیر کنترلی اندازه شرکت دارای ضریب مثبت و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است، که نشان‌دهنده وجود رابطه مستقیم و معنادار با متغیر وابسته می‌باشد. ضریب مک‌فادن برابر با ۳ درصد است، که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته‌اند ۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. همچنین، آماره LR برابر با ۳۵.۵۹ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.

فرضیه دوم بیان می‌دارد: عدم اطمینان محیطی شرکت بر ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه‌ها تاثیر دارد.

جدول ۷. نتیجه آزمون مدل دوم

متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره z	سطح معناداری
خودشیفتگی مدیران	Narc	-۹.۴۴۶	۳.۵۶۱	-۲.۶۵	۰.۰۰۸
خودشیفتگی مدیران* عدم اطمینان محیطی شرکت	Narc*EU	۱۶.۳۹۰	۷.۵۰۵	۲.۱۸	۰.۰۲۹
اهرم مالی	Lev	-۰.۷۵۴	۰.۴۸۳	-۱.۵۶	۰.۱۱۹
اندازه شرکت	Size	۰.۲۴۳	۰.۰۵۵	۴.۴۲	۰.۰۰۰
بازده دارایی‌ها	ROA	-۰.۱۵۹	۰.۷۰۳	-۰.۲۳	۰.۸۲۰
عرض از مبدا		-۵.۲۷۸	۰.۹۰۱	-۵.۸۵	۰.۰۰۰
سایر آماره‌های اطلاعاتی					
آماره LR					۴۰.۳۹
سطح معنی داری (LR (Prob.)					۰.۰۰۰۰
ضریب مک فادن					۰.۰۴۴۷

منبع: یافته‌های پژوهشگر

نتایج ارائه شده در جدول ۷ نشان می‌دهد که متغیر تعاملی خودشیفتگی مدیران و عدم اطمینان محیطی شرکت دارای سطح معنی داری کمتر از ۵ درصد و ضریب مثبت است. این امر بیانگر این است که عدم اطمینان محیطی تأثیر مستقیمی بر ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه‌ها دارد و بنابراین فرضیه دوم در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. علاوه بر این، متغیر کنترلی اندازه شرکت دارای ضریب مثبت و سطح معناداری کمتر از ۵ درصد است، که نشان‌دهنده وجود رابطه مستقیم و معنادار با متغیر وابسته می‌باشد. ضریب مک‌فادن برابر با ۴ درصد است، که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته‌اند ۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. همچنین، آماره LR برابر با ۴۰.۳۹ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است.

نتیجه‌گیری

خودشیفتگی مدیران می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها داشته باشد، به‌ویژه در شرایط عدم اطمینان محیطی. مدیران خودشیفته معمولاً تمایل دارند تصمیمات را بر اساس منافع شخصی و تصویر خود اتخاذ کنند و این می‌تواند منجر به تخصیص نادرست منابع و عدم توجه به نیازهای واقعی سازمان شود. در شرایط عدم اطمینان، این نوع رفتار می‌تواند باعث افزایش هزینه‌های ثابت و کاهش انعطاف‌پذیری در پاسخ به تغییرات بازار

گردد. به عنوان مثال، مدیران ممکن است به جای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های کم‌ریسک و با بازده بالا، به دنبال پروژه‌های بزرگ و پرهزینه باشند که به آن‌ها اعتبار بیشتری می‌دهد. این رفتار می‌تواند منجر به افزایش هزینه‌های غیرضروری و کاهش کارایی سازمان شود. همچنین، عدم اطمینان محیطی می‌تواند باعث شود که مدیران به جای اتخاذ تصمیمات منطقی و مبتنی بر داده، به احساسات و شهود خود تکیه کنند، که این نیز می‌تواند به رفتار نامتقارن هزینه‌ها دامن بزند. در نهایت، این ترکیب از خودشیفتگی و عدم اطمینان محیطی می‌تواند به کاهش عملکرد کلی شرکت و افزایش ریسک مالی منجر شود. پس از بررسی و آزمونهای مربوطه با توجه نتایج فرضیه اول می‌توان نتیجه‌گیری کرد خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأثیر معکوس دارد. بدین معنی که با افزایش خودشیفتگی مدیران، آن‌ها برای جلب توجه بیشتر تلاش خود را به کار می‌بندند تا نسبت افزایش هزینه‌ها را به نسبت افزایش فروش کنترل کرده و موجبات کاهش چسبندگی هزینه‌ها شوند. این نتیجه مطابق با نظریه تصمیمات سنجیده مدیران است. نتایج حاصل از فرضیه اول مطابق با نتایج جاین (۲۰۲۴) است. با توجه به نتایج تخمین نهایی مدل دوم می‌توان نتیجه‌گیری کرد که عدم اطمینان محیطی شرکت بر ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأثیر دارد و این تأثیر به صورت مستقیم می‌باشد. بدین معنی که در شرایطی که شرکت دچار عدم اطمینان محیطی است با افزایش خودشیفتگی مدیران، چسبندگی هزینه‌ها افزایش می‌یابد. یعنی در چنین شرایطی، مدیران عامل خودشیفته درجه بالاتری از چسبندگی هزینه‌ها را نشان می‌دهند. بدین معنی که تأثیر منفی خودشیفتگی مدیرعامل بر چسبندگی هزینه‌ها تحت عملکرد ضعیف گذشته و زمانی که عدم اطمینان شرکت بالا است، تضعیف می‌شود. نتایج حاصل از فرضیه دوم مطابق با نتایج جاین (۲۰۲۴) است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، به سرمایه‌گذاران توصیه می‌شود که در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که چسبندگی هزینه کمتری دارند، زیرا این شرکت‌ها پتانسیل بیشتری برای کسب سود و ارائه بازده بالاتر به سرمایه‌گذاران دارند. از سوی دیگر، با توجه به تأثیر منفی چسبندگی هزینه بر عملکرد شرکت، به شرکت‌ها و هیئت‌مدیره آن‌ها پیشنهاد می‌شود که از راهکارهایی برای کاهش چسبندگی هزینه‌ها استفاده کنند و نظارت مؤثرتر و بیشتری بر حفاظت از منافع خود اعمال نمایند تا با این نظارت، چسبندگی هزینه را کاهش دهند. همچنین، پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آینده تأثیر خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کنندگی مدیریت ریسک مورد بررسی قرار گیرد. همچنین، بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها با تأکید بر ارتباطات سیاسی و همچنین تأثیر آن با توجه به عدم اطمینان محیطی شرکت به تفکیک صنایع نیز پیشنهاد می‌شود.

فهرست منابع

- ابراهیمی، سعید؛ فرجی، امید؛ عرب زاده، میثم؛ ایزدپور، مصطفی و محمدرضائی، فخرالدین. (۱۴۰۲). ساختار مالکیت، عدم اطمینان سیاسی و رفتار نامتقارن هزینه‌ها. پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، ۵۹(۱۵)، ۱۵۰-۱۰۹.
- تجویدی، الناز؛ اثنی عشری، حمیده و حاج نوروزی، احمد. (۱۳۹۴). رابطه تاخیری تغییرات فروش با رفتار نامتقارن هزینه و اثر B تعدیلی نگرش مدیریت. مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۲(۴۸)، ۱۰۵-۱۲۲.
- مدنی، مهناز و فولادی، مسعود. (۱۴۰۳). تأثیر محیط اطلاعاتی بر رابطه بین شدت هزینه تبلیغات بازار محصول و ریسک سقوط قیمت سهام. قضاوت و تصمیم گیری در حسابداری، ۱۲(۳)، ۱۴۷-۱۶۸.
- یوسف نژاد، صادق و حیدر پور، فرزانه. (۱۴۰۲). تبیین الگوی سنجش عدم اطمینان محیطی شرکت ها و تاثیر آن بر نوسان ویژگی های مالی شرکت. پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره: ۱۵، شماره: ۶۰.
- Agnihotri, A., & Bhattacharya, S. (2021). CEO narcissism and myopic management. *Industrial Marketing Management*, 97, 145-158.
- Anderson, M. C., Banker, R.D. and Janakiraman, S.N. (2003). Are selling, general, and administrative costs sticky?. *Journal of Accounting Research*, Vol. 41, No. 1, pp. 47-63.
- Asad, S., & Sadler-Smith, E. (2020). Differentiating leader hubris and narcissism on the basis of power. *Leadership*, 16(1), 39-61.
- Baker, M., & Wurgler, J. (2013). Behavioral corporate finance: An updated survey. *Handbook of the Economics of Finance* (Vol. 2,, 357-424.
- Blue, G., Moazez, E., Khan-hosseini, D., & Nikoonesbati, M. (2012). The relationship between managers' standpoints and 'sticky prices' in Tehran Stock Exchange. *The Journal of Planning and Budgeting*, 17(3): 79-95. [In Persian]
- Blue, G., Marfou, M., & Ghahremani, A. (2020). The Effect of Accounting Information Quality on the Companies' Cost of Equity, Considering the Role of Information Symmetry and Comparability of Financial Statements. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 17(68), 33-65. [In Persian]
- Capalbo, F., Frino, A., Lim, M. Y., Mollica, V., & Palumbo, R. (2018). The impact of CEO narcissism on earnings management. *Abacus*, 54(2), 210-226.
- Chen, C. X., Lu, H., and Sougiannis, T. (2012). The agency problem, corporate governance, and the asymmetrical behavior of selling, general, and administrative costs. *Contemporary Accounting Research*, Vol. 29, No. 1, pp. 252-282.
- Costa, M.D., Habib, A. & Bhuiyan, M.B.U. (2021). Financial Constraints and Asymmetric Cost Behavior. *Journal of Management Control*, 32(1): 33-83.
- Ebrahimi, S., Faraji, O., Arabzadeh, M., & Mohammadrezaei, F. (2023). Ownership Structure, Political Uncertainty, and Asymmetric Cost Behavior. *Financial Accounting and Auditing Research*, 59, 109-150. [In Persian]
- Habib, A., & Costa, M. D. (2021). Debt Maturity Structure and Cost Stickiness. *Journal of Corporate Accounting & Finance*. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 32(1): 78-89.
- Ham, C., Seybert, N., & Wang, S. (2018). Narcissism is a bad sign: CEO signature size, investment, and performance. *Review of Accounting Studies*, 23, 234-264.
- Hope, O. & Thomas, W.B. (2008). Managerial empire building and firm disclosures. *Journal of Accounting Research*, Vol. 46, No. 3, pp. 591-626.

- Jae Jeon, Heung., (2024), CEO narcissism and asymmetric cost behavior. *North American Journal of Economics and Finance*, 70 (2024) 102076.
- Kama, I., & Weiss, D. (2013). Do earnings targets and managerial incentives affect sticky costs?. *Journal of Accounting Research*, 51(1), 201–224.
- Ko, H., Chung, Y., & Woo C. (2021): Choice of R&D Strategy and Asymmetric Cost Behaviour. *Technology Analysis & Strategic Management*, 33(9): 1022-1035.
- Lin, F., Lin, S. W., & Fang, W. C. (2020). How CEO narcissism affects earnings management behaviors. *The North American Journal of Economics and Finance*, 51, Article 101080.
- Madani, Mahnaz and Fouladi, Masoud. (1403). The effect of the information environment on the relationship between the intensity of product marketing advertising costs and the risk of stock price collapse. *Judgment and Decision Making in Accounting*. 12(3), 147-168. [In Persian]
- Masulis, R.W., Wang, C. & Xie, F. (2007). Corporate governance and acquirer returns. *The Journal of Finance*, Vol. 62, No. 4, pp. 1851– 1889.
- McManus, J. (2018). Hubris and unethical decision making: The tragedy of the uncommon. *Journal of Business Ethics*, 149(1), 169–185.
- O'Boyle, E. H., Forsyth, D. R., Banks, G. C., & McDaniel, M. A. (2012). A meta-analysis of the Dark Triad and work behavior: A social exchange perspective. *Journal of Applied Psychology*, 97(3), 557.
- OH, H-M. (2022). Cost Stickiness and Investment Efficiency. *Journal of Industrial Disribution & Business*. Vol 13 No 1 11-21.
- Özkaya, H. (2021). Sticky Cost Behavior: Evidence from Small and Medium Sized Enterprises in Turkey. *Eurasian Business Review* volume, 11(2): 349–369.
- Reimer, K. (2019). Implications for the Credit and Financial Risk of a Firm. In *Asymmetric Cost Behavior*. (5-34). Springer Gabler, Wiesbaden.
- Rovelli, P., Massis, A. D., & Gomez-Mejia, L. R. (2022). Are narcissistic CEOs good or bad for family firm innovation?. *Human Relations*, 00187267221076834.
- She, Z., Li, Q., London, M., Yang, B., & Yang, B. (2020). Effects of CEO narcissism on decision-making comprehensiveness and speed. *Journal of Managerial Psychology*, 35(1), 42-55.
- Tajvidi, E., Esnaashari, H., & Haj Noruzi, A. (2015). Relationship Between Lag of Sales Changes with Asymmetric Expense Behavior and the Moderating Effect of Management Attitude. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 12(48), 105-122. [In Persian]
- Tamborski, M., Brown, R. P., & Chowning, K. (2012). Self-serving bias or simply serving the self? Evidence for a dimensional approach to narcissism. *Personality and Individual Differences*, 52(8), 942–946.
- Vadeei Noghani, M.H. & Salehi Vaziri, S.M. (2022). A Study of the Correlation between Cost Layoff and Cost Stickiness. *Studies of ethics and behavior in accounting and auditing*, 1, 7-28. [In Persian]
- Yasukata, K. & Kajiware, T. (2011). Are sticky costs the Result of Deliberate Decision of Managers?. Available at SSRN: <http://ssrn.com>.
- Yousefnejad, S. & Heydarpour, F. (2024). Explaining the model of environmental uncertainty measurement of companies and its effect on the fluctuation of financial characteristics of companies. *Journal of Financial Accounting and Audit Research*, 15(60), 27-53. [In Persian]
- Zhang, Y. (2021). Cost stickiness, corporate risk and management shareholding. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 253). EDP Sciences.



**The role of corporate environmental uncertainty in the
impact of managers' narcissism on
asymmetric cost behavior**

Abdolrasoul Rahmanian Koushkaki¹

Khadijeh Rabiee²

Fatemeh Kangouniasl³

Received: 5/ July /2025

Accepted: 5/ September /2025

Abstract

Environmental uncertainty can influence asymmetric cost behavior in firms, especially when managers' narcissism is involved. Managerial narcissism can lead to unusual decision-making and attention-seeking, which may affect the firm's cost strategies. Environmental uncertainty is associated with increased risk and market volatility, and may cause narcissistic managers to attempt to reduce this risk by making more flexible or conservative cost decisions. This interaction between environmental uncertainty and managers' narcissism can lead to asymmetric cost behavior, because managers who are influenced by positive illusions may avoid negative feedback and choose cost strategies that are more under their control. Therefore, this research was carried out with the aim of investigating the effect of managers' narcissism on the asymmetric behavior of costs, emphasizing the company's environmental uncertainty. The current research is of the causal type from the point of view of the applied goal and from the point of view of the correlation method. The statistical population studied in the current research was all the companies admitted to the Tehran Stock Exchange, which was selected as a sample of 133 companies by systematic elimination sampling method. The time period of the research was considered a 10-year period between 2013 and 2023. The method used to collect information was a library, and the relevant data for measuring the variables were collected from the Kodal system and financial reports of the companies, and basic calculations were made in Excel, then Stata software was used to test the research hypotheses. The results of the research show that managers' narcissism has a negative effect on the asymmetric behavior of costs. However, the company's environmental uncertainty has a direct effect on the relationship between managers' narcissism and asymmetric cost behavior.

Keywords: Managers' Narcissism, Asymmetric Behavior of Costs, Company's Environmental uncertainty

¹ Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran. (Corresponding author).
abr.rahmanian@pnu.ac.ir

² Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran. k.rabiee@pnu.ac.ir

³ Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran. f.k917537500@gmail.com

