

بررسی نقش تعدیل گر عدم اطمینان محیطی بر رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه

نعمت اله عالی پور^۱

سمیرا هنربخش^{۲*}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۳/۲۰

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر رفتار چسبندگی هزینه‌ها با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر عدم اطمینان محیطی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۲ است. در این راستا، تعداد ۱۱۵ شرکت به صورت نمونه گیری حذف سیستماتیک انتخاب شد و اطلاعات مالی و غیرمالی آن‌ها به صورت ترکیبی (پنل دیتا) مورد بررسی قرار گرفت. برای سنجش متغیر خودشیفتگی مدیرعامل از شاخص‌های رفتاری مبتنی بر اطلاعات عمومی (نظیر نسبت حقوق مدیرعامل به حقوق اعضای هیئت مدیره، تعداد دفعات ذکر نام مدیرعامل در گزارش‌ها و...) استفاده شد. چسبندگی هزینه‌ها نیز بر اساس مدل تعدیل شده اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) اندازه گیری گردید. به منظور آزمون فرضیه‌ها، از رگرسیون خطی چندگانه با استفاده از نرم‌افزارهای آماری بهره گرفته شد. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که خودشیفتگی مدیرعامل به طور معناداری با چسبندگی هزینه‌ها رابطه مثبت دارد. همچنین، یافته‌ها حاکی از آن است که عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل گر در این رابطه ایفا می کند، به گونه ای که در شرایط ناپایدار محیطی، تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر چسبندگی هزینه‌ها تشدید می شود. یافته‌های این تحقیق، ضمن گسترش ادبیات مالی رفتاری، دارای پیامدهای عملی برای نهادهای حاکمیت شرکتی، سرمایه گذاران و سیاست گذاران مالی است. شناخت ویژگی‌های شخصیتی مدیران می تواند به عنوان ابزاری در تحلیل رفتارهای مالی و بهبود سازوکارهای نظارتی مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی

عدم اطمینان محیطی، خودشیفتگی مدیرعامل، چسبندگی هزینه

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، واحد زرین دشت، دانشگاه آزاد اسلامی، زرین دشت، ایران.

^۲ استادیار، گروه حسابداری، واحد زرین دشت، دانشگاه آزاد اسلامی، زرین دشت، ایران. (* نویسنده مسئول: samirahonar@gmail.com)

۱. مقدمه

یکی از حیاتی‌ترین انتخاب‌های پیش روی یک شرکت، تخصیص منابع آن است، زیرا مقداری که صرف می‌کند مستقیماً بر قیمت نهایی آن تأثیر می‌گذارد (کوپر و کاپلان، ۱۹۹۲). بر این اساس، بررسی عناصری که بر رفتار هزینه شرکت تأثیر می‌گذارند، و فرآیندی که توسط آن انتخاب‌های تعدیل منابع را انجام می‌دهد، حیاتی است. اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) بیان کردند که شرکت‌ها در پاسخ به تغییرات فروش، هزینه‌ها را به طور نامتقارن تنظیم می‌کنند و این مفهوم را که هزینه‌ها متناسب با فروش تغییر می‌کند، زیر سوال می‌برند. همچنین آنها نشان دادند که به دلیل هزینه‌های تعدیل، شرکت‌ها در کاهش هزینه‌های عملیاتی، حتی در دوره‌های کاهش فروش، مردد هستند. به عبارت دیگر، زمانی که فروش در آینده بهبود یافت، کاهش منابع فعلی، و سپس نصب مجدد یا خرید و استخدام و آموزش کارکنان جدید به ترتیب برای شرکت‌ها دشوار است، که باعث می‌شود شرکت‌ها در واکنش به کاهش فروش، هزینه‌های خود را کاهش دهند و به میزان کمتری نسبت به افزایش هزینه‌ها در پاسخ به افزایش فروش واکنش نشان دهند. این پدیده به نام رفتار هزینه نامتقارن یا چسبندگی هزینه شناخته می‌شود (استاینبرگ و همکاران، ۲۰۲۲). در واقع شرکت‌های دارای چسبندگی کارآمد، فروش فعلی آن‌ها کاهش یافته، اما انتظار می‌رود که فروش آن‌ها در آینده نزدیک به سطح اولیه بازگردد. بنابراین، این شرکت‌ها از این لحاظ کارآمد هستند که تحمل هزینه‌های اضافی (منابع استفاده‌نشده)، با اجتناب از هزینه‌های تعدیل منابع (کاهش و افزایش دوباره)، منفی برای شرکت در آینده به وجود می‌آورد. این در حالی است که شرکت‌های دارای چسبندگی ناکارآمد زمانی که فروش فعلی آن‌ها کاهش یافته، انتظار دارند فروش آن‌ها دچار کاهش دائمی (بلندمدت) شود. بنابراین، شرکت‌های مزبور از این نظر ناکارآمد هستند که تحمل هزینه‌های اضافی (منابع استفاده‌نشده) منفی در زمان حال و آینده برای شرکت ایجاد نمی‌کنند (سرایداران و محمودآبادی، ۱۳۹۷). بر این اساس نظریه تعدیل منابع، استدلال می‌کند که حفظ منابع استفاده نشده، ارزش فعلی فروش را کاهش می‌دهد و هزینه فرصت نگهداری منابع بلااستفاده را افزایش می‌دهد و در نتیجه بر عملکرد شرکت تأثیر منفی می‌گذارد و این امر با کاهش پی‌درپی فروش حادث می‌شود. بنابراین، انتظار می‌رود مدیران منابع بلااستفاده را کاهش دهند (کائو و همکاران، ۲۰۱۸). پس تصمیمات مدیران از جمله محرک‌هایی است که در تعدیل منابع مرتبط با فعالیت‌ها عملیاتی نقش بسزایی دارد. به همین دلیل اخیراً علاقه به چگونگی تأثیر ویژگی‌های روانی و رفتاری مدیران بر انتخاب‌های سازمانی افزایش یافته است (به عنوان مثال، بیکر و ورگلر، ۲۰۱۳؛ کامر و المندیر، ۲۰۰۷؛ مولیناتان و تالر، ۲۰۰۱؛ رول، ۱۹۸۶). این جریان از تحقیقات اساساً مبتنی بر تئوری سطح بالایی است که بیان می‌کند ویژگی‌ها و ترجیحات تصمیم‌گیرندگان برتر یک شرکت بر سیاست‌های آن تأثیر می‌گذارد. در میان طیف گسترده‌ای از تیپ‌های شخصیتی، خودشیفتگی مورد توجه زیادی از سوی محققان قرار گرفته است، زیرا به طور گسترده‌ای در میان مدیران ارشد اجرایی (مدیرعامل) و هیئت مدیره رایج است (اسد و سادلر اسمیت، ۲۰۲۰؛ کراگون و همکاران، ۲۰۲۰؛ روولی و همکاران، ۲۰۲۲). در حقیقت مدیران عامل خودشیفته معمولاً در تعقیب اهدافشان رفتارهای نزدیک‌بینانه انجام می‌دهند، موضوع بسیار نگران‌کننده‌ای است (آگنی هوتری و باتاچاریا، ۲۰۲۱؛ استاینبرگ و همکاران، ۲۰۲۲)، زیرا خودشیفته‌ها تمایل دارند رفتارهایی را انجام دهند که برای حمایت از خود طراحی شده است (کمپبل و فاستر، ۲۰۰۷). بر این اساس، مدیران عامل خودشیفته تمایل به تقویت عملکرد کوتاه مدت دارند و این در تمایل آنها به کاهش بیش از حد منابع سستی، به ویژه، در دوره‌های کاهش فروش، که منجر به درجه پایین‌تر چسبندگی هزینه می‌شود، منعکس می‌شود. به عبارتی

مدیران عامل خودشیفته، عمدتاً در تلاش‌های برای کاهش هزینه در دوره‌های کاهش فروش هستند، نه رفتارهای متحمل هزینه در دوره‌های افزایش فروش و تلاش‌های آنها برای کاهش چسبندگی هزینه‌ها با توجه به تمایل آنها به محافظت از تصویر خارجی خود در برابر آسیب احتمالی اهمیت بسزایی دارد (جائه جین، ۲۰۲۴).

علاوه بر این، به نظر می‌رسد رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و تمایل آنها به کاهش چسبندگی هزینه تحت تاثیر عوامل دیگری قرار گیرد. یکی از این عوامل عدم اطمینان محیطی است؛ چرا که شرکت‌ها باید با عدم اطمینان داخلی و خارجی مقابله کنند. عدم اطمینان محیط خارجی شامل عدم اطمینان سیاسی، عوامل اقتصاد کلان، نرخ بهره و نوسانات بازار است (کالاپور و الدنبرگ، ۲۰۰۵؛ لی و همکاران، ۲۰۱۹). در همین حال، عدم اطمینان داخلی نشان دهنده شرایطی است که شرکت‌ها باید با شرایط غیرقابل پیش بینی ذینفعان خود (مصرف کنندگان، تامین کنندگان و تنظیم کننده‌ها) برخورد کنند. در واقع شرکت‌ها عدم اطمینان را در تصمیم‌گیری، از جمله تصمیمات مدیریت منابع در نظر می‌گیرند (چونگ و همکاران، ۲۰۱۸). به عبارتی عدم اطمینان محیطی، مدیران را قادر می‌سازد تا برای تصمیم‌گیری در مورد به تاخیر انداختن یا ادامه سرمایه‌گذاری خود انعطاف‌پذیری داشته باشند. در چارچوب چسبندگی هزینه، شرکت‌هایی که با عدم اطمینان و کاهش فروش مواجه هستند، می‌توانند سرمایه‌گذاری‌هایی را برای افزودن منابع یا به تأخیر انداختن سرمایه‌گذاری و آزاد کردن منابع بی‌کار انتخاب کنند. تصمیمات برای ادامه یا به تاخیر انداختن سرمایه‌گذاری‌ها باعث افزایش یا کاهش منابع می‌شود و بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر می‌گذارد. چسبندگی هزینه به دلیل تصمیمات مدیران برای حفظ منابع در زمان کاهش فروش نیز نشان دهنده سرمایه‌گذاری است، زیرا منابع برای مقابله با عدم قطعیت‌ها حفظ می‌شوند. وجود منابع مازاد به شرکت‌ها امکان رشد و نوآوری برای توسعه آینده را می‌دهد. همچنین شرکت‌ها از منابع خود برای رقابت ماندن و افزایش فروش آینده با حفظ مزیت‌های رقابتی خود استفاده می‌کنند (رستوتی و همکاران، ۲۰۲۳). پس عدم اطمینان شرکت، درک عملکرد شرکت یا چشم‌انداز آینده را برای سهامداران و سرمایه‌گذاران دشوار می‌کند و در نتیجه ارزیابی عقلانیت اقتصادی تعدیل منابع مدیران عامل را برای آنها چالش‌برانگیز می‌سازد. از این رو، عدم اطمینان شرکت تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل را بر چسبندگی هزینه‌ها افزایش می‌دهد، به این معنی که مدیران عامل خودشیفته درجه چسبندگی هزینه‌ها را کاهش می‌دهند تا شهرت خود را بازیابی کنند، به‌ویژه زمانی که عدم اطمینان محیطی زیاد باشد. به عبارت بهتر، اگر مدیران عامل خودشیفته 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 پیش‌بینی چشم‌انداز آینده آن نباشند، نمی‌توانند بین مدیریت هزینه خوش‌بینی و تخصیص منطقی تفاوت قائل شوند. در نتیجه، 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 می‌سازد تا طرح را با سهولت نسبی اجرا کند (جائه جین، ۲۰۲۴). بنابراین پژوهش حاضر، به دنبال این است که بررسی نقش تعدیل گر عدم اطمینان محیطی شرکت در رابطه با تأثیر خودشیفتگی مدیران بر چسبندگی هزینه‌ها است.

با عنایت به مراتب فوق، این پژوهش با تمرکز بر خودشیفتگی مدیرعامل، ضمن گسترش نظریه رفتاری شرکت، نحوه تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر تصمیمات هزینه‌ای و واکنش‌ها به ریسک را بررسی می‌کند و نشان می‌دهد که گرایش‌های خودشیفته مدیران عامل می‌تواند منجر به کاهش بیش از حد منابع و کاهش چسبندگی هزینه‌ها شود.

۲. مبانی نظری

مبانی نظری این پژوهش شامل مفاهیم خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه است، که رابطه بین آن‌ها تحت تأثیر عوامل محیطی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این چارچوب، عدم اطمینان محیطی به عنوان یک متغیر تعدیل کننده، می‌تواند شدت یا ضعف اثر خودشیفتگی مدیرعامل بر چسبندگی هزینه را تغییر دهد و نقش مهمی در درک رفتارهای هزینه‌ای شرکت‌ها ایفا کند.

عدم اطمینان محیطی و چسبندگی هزینه

عدم اطمینان محیطی منعکس کننده ناتوانی در پیش بینی احتمال رویدادهای آینده، کمبود اطلاعات برای پیش بینی روابط علی و ناتوانی در پیش بینی نتایج تصمیمات قبلی است. عدم اطمینان محیطی را می‌توان به چند سطح عدم اطمینان کم (محیط‌های ساده و پایدار)، عدم اطمینان متوسط کم (محیط‌های پیچیده و پایدار)، عدم اطمینان متوسط بالا (محیط‌های ساده اما ناپایدار) و عدم اطمینان بالا (محیط‌های پیچیده و ناپایدار) طبقه‌بندی نمود (گوش و اولسون، ۲۰۰۹). عدم اطمینان پایین نشان دهنده پیچیدگی پایدار یا تغییرات آهسته است. اما عدم اطمینان متوسط پایین نشان دهنده پیچیدگی پایدار و تغییرات آهسته است، اما شرکت‌ها را در معرض مولفه‌های خارجی و متنوع متعددی قرار می‌دهد. عدم اطمینان متوسط بالا نشان دهنده تغییرات مکرر و غیرقابل پیش بینی است که شرکت‌ها عناصر خارجی و مشابه کمی را در این سطح نشان می‌دهند. در نهایت، عدم اطمینان بالا منعکس کننده محیط‌های پیچیده و ناپایدار است که حاوی تغییرات مکرر و غیرقابل پیش بینی است. پس شرکت‌ها در این سطح دارای عناصر خارجی متعدد و متنوعی هستند. از این رو، مدیران عامل شرکت‌ها باید با عدم اطمینان محیطی را به عنوان یک مشکل اساسی مورد توجه قرار دهند (هوانگ و همکاران، ۲۰۱۷). در حقیقت، مدیران برای موفقیت باید با تغییرات کنار بیایند، زیرا محیط‌های بیرونی به طور مداوم تغییر می‌کنند. اگرچه محیط‌های خارجی محدودیت‌های متعددی را بر شرکت‌ها تحمیل می‌کند، اما مدیران هنوز گزینه‌های استراتژیک برای غلبه بر عدم اطمینان دارند (گوش و اولسون، ۲۰۰۹). به عبارت دیگر، مدیران در هنگام مواجهه با محیط‌های دارای عدم اطمینان، اختیار و انعطاف پذیری خود را برای توسعه استراتژی‌های بقای جایگزین و به حداکثر رساندن بازده برای سهامداران و خودشان حفظ می‌کنند. در حقیقت عدم اطمینان محیطی، مدیر عامل را قادر می‌سازد تا برای تصمیم‌گیری در مورد به تأخیر انداختن یا ادامه سرمایه‌گذاری خود انعطاف پذیری داشته باشند (رستوتی و همکاران، ۲۰۲۳). از سوی دیگر، در چارچوب چسبندگی هزینه، شرکت‌هایی که با عدم اطمینان و کاهش فروش مواجه هستند، می‌توانند سرمایه‌گذاری‌هایی را برای افزودن منابع یا به تأخیر انداختن سرمایه‌گذاری و آزاد کردن منابع بی‌کار انتخاب کنند. تصمیمات برای ادامه یا به تأخیر انداختن سرمایه‌گذاری‌ها باعث افزایش یا کاهش منابع می‌شود و بر چسبندگی هزینه‌ها تأثیر می‌گذارد. چسبندگی هزینه به دلیل تصمیمات مدیران برای حفظ منابع در زمان کاهش فروش نیز نشان دهنده سرمایه‌گذاری است، زیرا منابع برای مقابله با عدم اطمینان محیطی حفظ می‌شوند. وجود منابع مازاد به شرکت‌ها امکان رشد و نوآوری برای توسعه آینده را می‌دهد. شرکت‌ها همچنین از منابع خود برای رقابت ماندن و افزایش فروش آینده با حفظ مزیت‌های رقابتی خود استفاده می‌کنند (دس و بیرد، ۱۹۸۴). از این رو، شرکت‌ها تمایل دارند منابع خود را زمانی که فروش کاهش می‌یابد حفظ کنند تا فرصت‌های رشد خود را تسهیل کنند. بنابراین، مدیران تمایل دارند وقتی فروش کاهش می‌یابد منابع را حفظ کنند، زیرا آنها سرمایه‌گذاری در مشاغل مختلف و مکان‌های جغرافیایی را حفظ می‌کنند. علاوه بر این، شرکت‌هایی که عدم اطمینان محیطی بالایی دارند،

هنگام کاهش فروش، هزینه‌های تعدیل بیشتری دارند، زیرا این شرکت‌ها تمایل دارند در تسهیلات خاص و نیروی کار ماهر برای تولید محصولات یا خدمات سرمایه‌گذاری کنند. در نتیجه، مدیران عامل زمانی که فروش کاهش می‌یابد، کاهش قابل توجه هزینه‌های فروش، عمومی و اداری برای آن‌ها دشوار است. پس شرکت‌هایی با عدم اطمینان محیطی بالا حاشیه سود بیشتری تولید می‌کنند که مدیران آن‌ها تمایلی به کاهش شدید هزینه‌های فروش، عمومی و اداری در زمان کاهش فروش ندارند، اما منابع را برای حفظ مزیت‌های رقابتی حفظ می‌کنند. پس شرکت‌هایی که با عدم اطمینان محیطی بالا مواجه هستند، با کاهش ندادن منابع در زمانی که فروش کاهش می‌یابد، به سرمایه‌گذاری در منابع ادامه می‌دهند. این شرکت‌ها با حفظ موقعیت خود در بازار بر رشد تمرکز می‌کنند. از این رو، حفظ منابع هنگام کاهش فروش، چسبندگی هزینه را افزایش می‌دهد (رستوتی و همکاران، ۲۰۲۳).

عدم اطمینان محیطی، خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه

دو فرض درباره چسبندگی هزینه‌ها مطرح شده است. بر اساس فرض اول، چسبندگی هزینه‌ها، نتیجه تصمیم آگاهانه مدیران است و بر اساس فرض دیگر، چسبندگی هزینه‌ها ممکن است به این دلیل باشد که هزینه‌ها همزمان و به سرعت کاهش در فروش، کاهش نمی‌یابد (بولو و همکاران، ۱۳۹۱). ریشه این دو فرض را می‌توان از دو منظر مورد بررسی قرار داد. دیدگاه اول مربوط به تئوریهای نمایندگی (به خصوص تئوری (حکم فرمانی مدیریتی) است (چن و همکاران^۱، ۲۰۱۲؛ جنسن^۲، ۱۹۸۶؛ استولز^۳، ۱۹۹۰). بر اساس این تئوری، مدیریت تمایل به رشد شرکت، ماورای اندازه بهینه و نگهداری منابع بلااستفاده با هدف افزایش سودمندی فردی، از جمله شأن و مقام، قدرت و جایگاه، پاداش، حقوق و دستمزد و شهرت و اعتبار دارد (استولز، ۱۹۹۰؛ ماسولیس و همکاران^۴، ۲۰۰۷؛ هوپ و توماس^۵، ۲۰۰۸). بدین منظور، مدیران منابع مرتبط با فعالیتهای عملیاتی را به طور سنجیده تعدیل می‌کنند. زمانی که مدیران، کاهش فروش را موقتی پیش‌بینی کرده و انتظار بازگشت فروش به سطح قبلی را دارند، حذف منابع متناسب با کاهش فروش و تحصیل مجدد آن در آینده، به افزایش هزینه‌ها و در نتیجه کاهش سود در بلندمدت منجر می‌شود. در مقابل، با وجود آن که حفظ منابع اضافی در دوره‌های کاهش فروش، به تحمل هزینه‌های بیشتر و در نتیجه، کاهش سود دوره جاری منجر می‌شود، موجب کاهش هزینه‌ها و افزایش سود در بلندمدت می‌شود. علاوه بر این، اگر مدیران منابع مرتبط با فعالیتهای عملیاتی را متناسب با کاهش فروش، کاهش دهند، تحصیل و آماده سازی مجدد منابع در آینده، نیازمند زمان است. بنابراین؛ چنانچه منابع و در نتیجه هزینه‌ها متناسب با کاهش فروش کاهش یابد، شرکت فرصت‌های توسعه فروش را از دست می‌دهد؛ زیرا نمی‌تواند منابع لازم برای گسترش فروش را با سرعت کافی به منظور استفاده از فرصتها به خدمت بگیرد. به همین علت، مدیران ناگزیرند برای انتخاب یکی از گزینه‌های کاهش هزینه‌ها از طریق حذف منابع یا تحمل هزینه‌های بیشتر برای بهره‌برداری کامل از افزایش فروش آتی تصمیم‌گیری کنند و یکی از اساسی‌ترین علل چسبندگی هزینه‌ها، تصمیمات سنجیده مدیرانی است که می‌کوشند با توجه به پیش‌بینی فروش آتی، سود را در بلندمدت افزایش دهند (اندرسون و همکاران^۶، ۲۰۰۳؛ یاسوکاتا و کاجیوارا^۷، ۲۰۱۱). از سوی دیگر، خودشیفته‌ها نیازهای مفرط به تمجید و

¹ Chen et al

² Jensen

³ Stulz

⁴ Masulis et al

⁵ Hope & Thomas

⁶ Anderson et al

تشویق دارند (والاس و باومایستر^۸، ۲۰۰۲)، و از انتقاد شدن می‌ترسند (کرنیس و سان^۹، ۱۹۹۴؛ رودوال و مورف^{۱۰}، ۱۹۹۸). به عبارت دیگر، آنها تمایل دارند به منافع دیگران آسیب برسانند، اما دوست ندارند برای آن سرزنش شوند. بنابراین، نزدیک بینی باعث کاهش چسبندگی هزینه می‌شود برای مدیران عامل خودشیفته، معامله ای دارد، یعنی اگرچه کاهش بیش از حد هزینه ها به آنها کمک می کند تا عملکرد کوتاه مدت شرکت را افزایش دهند، اما زمانی که ذینفعان یا سرمایه گذاران بالقوه از هدف این رفتار آگاه باشند، مورد انتقاد قرار می گیرند. بنابراین، اگر مدیران عامل خودشیفته قصد دارند ضمن اجتناب از مسئولیت، به دنبال منافع خود باشند، باید در زمانی که احتمال شناسایی کم است، رفتار کاهش هزینه ها را 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 نزدیک بین و تخصیص منطقی (براساس هزینه های تعدیل پایین یا تقاضای آینده مورد انتظار) تفاوت قائل شوند. در نتیجه، زمانی که عدم اطمینان شرکت بالا باشد، احتمال کمتری وجود دارد که مدیریت هزینه ناکافی یک مدیر عامل خودشیفته شناسایی شود (جائه جین، ۲۰۲۴).

کرمی و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی به بررسی تاثیرپذیری چسبندگی هزینه از مدیریت سود واقعی و پاداش مدیرعامل در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از تحلیل رگرسیون با رویکرد داده های ترکیبی بررسی کرد. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین مدیریت سود واقعی و چسبندگی هزینه همبستگی وجود ندارد. بین سطح پاداش مدیرعامل و چسبندگی هزینه همبستگی مثبتی وجود دارد. بین پاداش مدیرعامل و مدیریت سود واقعی همبستگی وجود ندارد و در نهایت پاداش مدیرعامل همبستگی بر رابطه بین مدیریت سود واقعی و چسبندگی هزینه تاثیر مثبت دارد.

امامی و ستایش (۱۴۰۲) به بررسی تاثیر عدم اطمینان اقتصادی بر چسبندگی هزینه ها با تاکید بر نقش تعدیلی تمرکز مالکیت پرداختند. این پژوهش در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام شد و نتایج حاکی از آن بود که تمرکز مالکیت بر رابطه ی بین چسبندگی هزینه ها و عدم اطمینان اقتصادی تاثیر منفی و معناداری دارد. بدان جهت می توان اظهار کرد که افزایش عدم اطمینان اقتصادی موجب افزایش چسبندگی هزینه ها می شود. نتیجه به دست آمده در این پژوهش بر وجود رابطه ی قوی و مثبت بین عدم اطمینان متغیرهای کلان اقتصادی و چسبندگی هزینه ها دلالت دارد. و علاوه بر آن ، با افزایش نااطمینانی اقتصادی وجود تمرکز مالکیت موجب کاهش چسبندگی هزینه ها می گردد.

حسین و یونس^{۱۱} (۲۰۲۰)، در پژوهشی به بررسی رفتارهای چسبندگی هزینه های شرکت قبل ، در طول و پس از دوره بحران مالی پرداختند. نتایج پژوهش نشان می دهد که هزینه های کل قبل از بحران مالی چسبنده و در طول و پس از بحران مالی ضد چسبندگی بوده است. علاوه بر این ، هزینه کالاهای فروخته شده از چسبنده (قبل و حین بحران مالی) به ضد چسبنده (پس از بحران مالی) تغییر کرده است. علاوه بر این ، هزینه حقوق و مزایا از چسبنده (قبل از بحران مالی) به ضد چسبنده (در طول بحران مالی) و هزینه های تأمین مالی از چسبنده (قبل از بحران مالی) به ضد چسبنده (پس از بحران

⁷ Yasukata & Kajiwara

⁸ Wallace & Baumeister

⁹ Kernis & Sun

¹⁰ Rhodewalt & Morf

¹¹ Hassanein & Younis

مالی) تغییر کرده است. بااین حال، هیچ تغییری در رفتار فروش، هزینه‌های عمومی و اداری قبل و بعد از بحران مالی وجود ندارد.

جین و یو^{۱۲} (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی تأثیر عدم قطعیت سیاست اقتصادی کل بر چسبندگی هزینه پرداختند. این پژوهش در ایالات متحده انجام شد و نتایج حاکی از آن بود که چسبندگی هزینه با عدم قطعیت سیاست اقتصادی کل در ایالات متحده پس از کنترل رابطه مثبت بین چسبندگی هزینه و سال‌های انتخابات کاهش می‌یابد.

رستوتی و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی اثر عدم اطمینان محیطی بر چسبندگی هزینه تحت سطوح مختلف توانایی مدیریتی پرداختند. این پژوهش در بورس چین و نمونه‌گیری از شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار چین انجام شد و نتایج حاکی از آن بود که شرکت‌هایی که توسط مدیران کمتر توانا رهبری می‌شوند، چسبندگی هزینه را نشان می‌دهند. مدیران دارای توانایی کمتر نمی‌توانند منابع را به طور کارآمد مدیریت کنند و به احتمال زیاد منابع را حفظ می‌کنند، چرا تعدیلات منابع پرهزینه است. علاوه بر این، تأثیر عدم قطعیت محیطی بر چسبندگی هزینه در شرکت‌هایی که توسط مدیران دارای توانایی کمتر رهبری می‌شوند قوی‌تر است. مدیرانی که توانایی کمتری دارند، وقتی فروش کاهش می‌یابد، تمایل دارند منابع را حفظ کنند.

تانگ و همکاران^{۱۳} (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی رابطه بین چسبندگی هزینه و ریسک سقوط قیمت سهام پرداختند. این پژوهش در بورس چین و نمونه‌گیری از شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار چین انجام شد و نتایج حاکی از آن بود که چسبندگی هزینه و ریسک سقوط قیمت سهام با هم ارتباط مثبتی دارند و در شرکتهایی که ریسک مالی بالایی دارند و حاکمیت شرکتی و راهبری ضعیف‌تری دارند این ارتباط بیشتر است.

جائ جین (۲۰۲۴) به بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل 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 شرکت‌های دولتی ایالات متحده بررسی کرد و متوجه شد که مدیران عامل خودشیفته درجه پایین‌تری از چسبندگی هزینه را نشان می‌دهند. علاوه بر این، دریافت که تأثیر منفی خودشیفتگی مدیرعامل بر چسبندگی هزینه‌ها تحت عملکرد ضعیف گذشته و زمانی که عدم اطمینان شرکت بالا است، تقویت می‌شود.

۴. فرضیه‌های پژوهش

بر اساس مطالب مطرح شده و روابط مورد انتظار بین متغیرهای پژوهش فرضیه‌های پژوهش حاضر به صورت زیر تدوین گردید:

فرضیه اول: خودشیفتگی مدیرعامل بر چسبندگی هزینه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تأثیر منفی و معناداری دارد.

فرضیه دوم: عدم اطمینان محیطی بر رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تأثیر منفی و معناداری دارد.

¹² Jin & Wu

¹³ Tang

۵. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر پایه روش مطالعات کتابخانه‌ای انجام شده و اطلاعات لازم از طریق کتب، نشریات، مقالات و مجلات جمع‌آوری گردیده است. از آنجا که موضوع تحقیق مرتبط با شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد، نمونه آماری نیز از میان این شرکت‌ها انتخاب شده است به گونه‌ای که کلیه صنایع فعال در بورس در نمونه نمایندگی شوند. بنابراین، نتایج حاصل از پژوهش قابلیت تعمیم به کل جامعه آماری (شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس تهران) را دارا می‌باشد. در این تحقیق، برای جمع‌آوری داده‌ها از نرم‌افزار «ره‌آورد نوین» استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۲ است؛ از میان این شرکت‌ها، تنها شرکت‌هایی که طی دوره پژوهش فعالیت مستمر داشته و وقفه معاملاتی آن‌ها بیش از شش ماه نبوده، در نظر گرفته شده‌اند.

۶. مدل و متغیرهای پژوهش

با توجه به فرضیه‌های پژوهش الگوهای مرتبط با هر فرضیه تدوین می‌شود:

با توجه به فرضیه‌های پژوهش، مدل مورد نیاز جهت آزمون فرضیه‌ها به صورت زیر تدوین گردید. اما نکته‌ای که باید بدان توجه داشت این است که در این پژوهش، برای اثبات وجود چسبندگی هزینه از رابطه (۱) که توسط اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) ارائه شده و پژوهشگران دیگر همچون بالاکریشن و جورکا (۲۰۰۸)؛ نمازی و دوانی (۱۳۸۹) و کردستانی و مرتضوی (۱۳۹۱) نیز آن را در پژوهش‌های خود به کار گرفته‌اند، می‌توان چگونگی رفتار هزینه‌ها نسبت به تغییرات سطح فروش را در دوره‌های افزایش و کاهش درآمد فروش به طور جداگانه ارزیابی نمود.

از آنجایی که جامعه مورد مطالعه، شرکت‌های مختلف در انواع صنایع و در اندازه‌های متفاوت در بورس اوراق بهادار تهران را شامل می‌شود؛ بنابراین، استفاده از این مدل بر شاخص‌های نسبتی و لگاریتمی بنا شده است که این امر سبب می‌شود قابلیت مقایسه متغیرها در میان شرکت‌ها افزایش یابد و تفسیر ضرایب برآورد شده همسان گردد.

چون ارزش متغیر مصنوعی کاهش فروش^{۱۴} در زمان افزایش درآمد فروش صفر است، بنابراین ضریب تأثیر β_1 درصد افزایش در هزینه‌های اداری، عمومی و فروش را در نتیجه یک درصدی افزایش در درآمد فروش نشان می‌دهد. همچنین از آنجا که ضریب متغیر مصنوعی کاهش فروش در هنگام کاهش درآمد فروش، برابر یک است؛ بنابراین مجموع ضرایب β_1 و β_2 بیانگر درصد کاهش در هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در نتیجه یک درصدی کاهش در درآمد فروش است. اگر هزینه‌های اداری، عمومی و فروش چسبنده باشند، باید درصد افزایش در هزینه‌ها در دوره افزایش درآمد بیشتر از درصد کاهش هزینه‌ها در دوره‌های کاهش درآمد باشد. به عبارت دیگر باید $\beta_1 > 0$ و $\beta_2 < 0$ باشد.

اما زمانی که بخواهیم متغیرهای جدیدی همچون خودشیفتگی مدیرعامل را برای آزمون عوامل مؤثر بر میزان چسبندگی هزینه بسنجیم، لازم است با جایگزین کردن ضریب β_2 در رابطه (۲) با ضرایب $\beta_2 = Y_1 + Y_2 \times HHI$ و سپس جایگزین نمودن ضرایب $Y_K = \beta_K + 2$ (K=2,3)، روابط (۲) و (۳) را مورد آزمون قرار دهیم. بنابراین هنگامی که مدل‌ها بسط داده و β_2 جایگزین شد، مثبت و معنادار بودن ضریب β_1 درصد افزایش در هزینه‌های اداری، عمومی و فروش را در نتیجه یک درصدی افزایش در درآمد فروش نشان می‌دهد، منفی و معنادار بودن ضریب β_2 بیانگر

¹⁴. Decrease-dummy

چسبندگی هزینه است و منفی بودن ضریب β_3 نشان از افزایش شدت چسبندگی هزینه‌هاست و مثبت بودن ضریب β_3 نشان از کاهش شدت چسبندگی هزینه‌ها می‌باشد.

رابطه (۱):

$$\log (SG\&A_{i,t} / SG\&A_{i,t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_2 dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \varepsilon_{i,t}$$

فرضیه اصلی اول: با توجه به اینکه در تمامی پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص اثبات وجود چسبندگی هزینه از رابطه (۱) به طور مکرر استفاده شده و فقط متغیرهای جدیدی برای آزمون عوامل مختلف بر میزان چسبندگی هزینه، به رابطه فوق اضافه گردیده است؛ لذا در این پژوهش سعی شده، با اضافه کردن متغیر شهرت شرکت به رابطه (۱)، رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه را با فرض وجود عوامل اقتصادی، مورد آزمون قرار گیرد. بدین گونه که مثبت شدن ضریب برآوردی متغیر نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در خودشیفتگی مدیرعامل (β_3)، باعث کاهش چسبندگی و منفی شدن آن‌ها، باعث افزایش چسبندگی می‌شود.

رابطه (۲):

$$\log (SG\&A_{i,t} / SG\&A_{i,t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_2 dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_3 CEO_{i,t} \times dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_4 Employee\ Intensity_{i,t} \times dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_5 Asset-Inten_{i,t} \times dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_6 CEO_{i,t} + \beta_7 Employee\ Intensity_{i,t} + \beta_8 Asset-Inten_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

فرضیه اصلی دوم: با توجه به اینکه در تمامی پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص اثبات وجود چسبندگی هزینه از رابطه (۱) به طور مکرر استفاده شده و فقط متغیرهای جدیدی برای آزمون عوامل مختلف بر میزان چسبندگی هزینه، به رابطه فوق اضافه گردیده است؛ لذا در این پژوهش سعی شده، با اضافه کردن متغیر شهرت شرکت به رابطه (۱)، رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه را با فرض وجود عوامل اقتصادی، مورد آزمون قرار گیرد. بدین گونه که مثبت شدن ضریب برآوردی متغیر نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در شهرت شرکت (β_3)، باعث کاهش چسبندگی و منفی شدن آن‌ها، باعث افزایش چسبندگی می‌شود. از طرفی، ضریب متغیر (β_4) به عنوان تعدیل گر اگر مثبت و معنادار باشد نشان‌دهنده این است، عدم اطمینان محیطی موجب تعدیل رابطه‌ی بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه شرکت می‌گردد و با توجه به این که علامت آن مثبت باشد موجب افزایش شدت رابطه‌ی مستقیم این دو متغیر می‌گردد و در صورتی که منفی باشد عکس آن اتفاق می‌افتد.

رابطه (۳):

$$\log (SG\&A_{i,t} / SG\&A_{i,t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_2 dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_3 CEO_{i,t} \times dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_4 EU_{i,t} \times dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_5 CEO_{i,t} \times EU_{i,t} \times dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_6 Employee\ Intensity_{i,t} \times dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_7 Asset-Inten_{i,t} \times dec_dummy \times \log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1}) + \beta_8 Employee\ Intensity_{i,t} + \beta_9 Asset-Inten_{i,t} + \beta_{10} CEO_{i,t} + \beta_{11} EU_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

که در آن:

$\log (SG\&A_{i,t} / SG\&A_{i,t-1})$ = نرخ رشد هزینه‌های اداری، عمومی و فروش

$\log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1})$ = نرخ رشد فروش

dec_dummy = متغیر مصنوعی کاهش فروش

$\text{CEO}_{i,t} \times \text{dec_dummy} \times \log (\text{Sales}_{i,t} / \text{Sales}_{i,t-1})$ = نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در خودشیفتگی مدیرعامل

$\text{EU}_{i,t} \times \text{dec_dummy} \times \log (\text{Sales}_{i,t} / \text{Sales}_{i,t-1})$ = نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در عدم اطمینان محیطی

$\text{CEO}_{i,t} \times \text{EU}_{i,t} \times \text{dec_dummy} \times \log (\text{Sales}_{i,t} / \text{Sales}_{i,t-1})$ = نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در حاصلضرب عدم اطمینان محیطی و خودشیفتگی مدیرعامل

$\text{Employee Intensity} \times \text{dec_dummy} \times \log (\text{Sales}_{i,t} / \text{Sales}_{i,t-1})$ = نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در شدت کارکنان

$\text{Asset-Inten} \times \text{dec_dummy} \times \log (\text{Sales}_{i,t} / \text{Sales}_{i,t-1})$ = نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در شدت دارایی

$\text{EU}_{i,t}$ = عدم اطمینان محیطی

$\text{CEO}_{i,t}$ = خودشیفتگی مدیرعامل

$\text{Employee Intensity}$ = شدت کارکنان

Asset-Inten = شدت دارایی

متغیرهای پژوهش:

متغیرها

متغیر وابسته (چسبندگی هزینه)

متغیر وابسته این پژوهش، چسبندگی هزینه است. به منظور اندازه گیری چسبندگی هزینه از مدل اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) استفاده خواهد شد. برای اندازه گیری چسبندگی هزینه، ابتدا باید با استفاده از رابطه (۱) هریک از متغیرهای مدل چسبندگی هزینه محاسبه گردد:

رابطه (۱):

$$\log (\text{SG\&A}_{i,t} / \text{SG\&A}_{i,t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log (\text{Sales}_{i,t} / \text{Sales}_{i,t-1}) + \beta_2 \text{dec_dummy} \times \log (\text{Sales}_{i,t} / \text{Sales}_{i,t-1}) + \varepsilon_{i,t}$$

در رابطه فوق:

۱- نرخ رشد هزینه

جهت اندازه گیری تغییرات هزینه های اداری، عمومی و فروش از لگاریتم طبیعی نرخ رشد هزینه ها استفاده می شود که به شرح زیر است (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳):

$$\log (\text{SG\&A}_{i,t} / \text{SG\&A}_{i,t-1})$$

$\text{SG\&A}_{i,t}$ = هزینه های اداری، عمومی و فروش شرکت i در دوره t را نشان می دهد.

$\text{SG\&A}_{i,t-1}$ = هزینه های اداری، عمومی و فروش شرکت i در دوره $t-1$ را نشان می دهد.

۲- نرخ رشد فروش

جهت اندازه گیری تغییرات درآمد فروش که همزمان با تغییرات هزینه های اداری، عمومی و فروش رخ می دهد، از لگاریتم طبیعی نرخ رشد فروش شرکت استفاده خواهد شد به شرح زیر محاسبه می شود، که در فصل دوم به تفسیر در مورد تأثیر آن بر چسبندگی هزینه توضیح داده شده است (نمازی و دوانی پور، ۱۳۸۹):

$$\log (Sales_{i,t} / Sales_{i,t-1})$$

$Sales_{i,t}$ = خالص فروش شرکت i در دوره t را نشان می دهد.

$Sales_{i,t-1}$ = خالص فروش شرکت i در دوره $t-1$ را نشان می دهد.

۳- متغیر مصنوعی کاهش فروش^{۱۵}

این متغیر به عنوان متغیر مجازی در نظر گرفته می شود و مقدار خود را با توجه به تغییرات درآمد فروش اتخاذ می نماید؛ بدین ترتیب در صورتی که درآمد فروش در سال t نسبت به فروش همان شرکت در سال $t-1$ است کاهش داشته باشد، برابر یک و در غیر این صورت صفر می شود (ونیریس و همکاران^{۱۶}، ۲۰۱۵).

متغیر مستقل: خودشیفتگی مدیرعامل

جهت اندازه گیری خودشیفتگی مدیرعامل از شاخص پاداش نقدی استفاده میشود. در سازمانها، معمولاً مدیران خود شیفته پاداشهای بیشتری برای خود قائل هستند و از این طرق موقعیت خود را در سازمان مستحکم میکنند. شاخص پاداش نقدی مدیرعامل از تقسیم پاداش نقدی مصوب در جلسه مجمع عمومی بر کل حقوق و دستمزد پرداختی سال مالی شرکت به دست می آید. به مقادیر بیشتر از میانه برای کل سال شرکت ها عدد ۴ داده می شود و به مقادیر کمتر از میانه عدد صفر (جعفری و همکاران، ۱۴۰۱).

به عبارت دیگر، برای ارزیابی سطح خودشیفتگی مدیرعامل، از یک معیار دو وضعیتی استفاده کرده است:

• مقدار ۴

به شرکت هایی اختصاص می یابد که داده های مربوط به خودشیفتگی مدیرعامل آنها از میانگین کل شرکت ها بیشتر باشد.

• مقدار ۰

به شرکت هایی اختصاص می یابد که داده های مربوط به خودشیفتگی مدیرعامل آنها از میانگین کل شرکت ها کمتر باشد.

متغیر تعدیل گر: عدم اطمینان محیطی

عدم اطمینان محیطی یک متغیر توضیحی است. عدم اطمینان محیطی از نظر پویایی مشخص شده است. پویایی به بی ثباتی محیطی اشاره دارد که پیش بینی تغییرات را دشوار می کند و بر نوساناتی که یک واحد تجاری با آن مواجه است تأثیر می گذارد. به طور معمول، نوسانات فروش و درآمد صنعت برای پویایی پروکسی استفاده می شود، زیرا، هر چه نوسان فروش بیشتر باشد، محیط فعالیت شرکت با عدم اطمینان بیشتری همراه است (برگ و لاولس، ۱۹۸۸؛ رئیس زاده و رمضانی، ۱۳۹۷؛ عنایت پورشیاده و همکاران، ۱۳۹۹). علاوه بر این، از داده های درآمد عملیاتی شرکت در ۵ سال

¹⁵ Decrease-dummy

¹⁶ Venieris et al

گذشته برای محاسبه انحراف معیار درآمد فروش غیرعادی در ۵ سال گذشته برای نوسان فروش استفاده می‌شود. روش مزبور به شرح رابطه‌ی (۱) است:

در رابطه‌ی (۱):

$$EU = \frac{\sigma \text{ Sales}}{\mu \text{ Sales}}$$

EU: بیانگر ضریب تغییرات فروش است و شاخص متغیر عدم اطمینان محیطی؛

$\sigma \text{ Sales}$: بیانگر انحراف معیار فروش‌های شرکت طی یک دوره شش ساله (از سال $t-5$ تا t) و

$\mu \text{ Sales}$: بیانگر میانگین فروش‌های شرکت طی یک دوره شش ساله (از سال $t-5$ تا t)

متغیرهای کنترلی پژوهش

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته توسط اندرسون و همکاران (۲۰۰۳)، بانکر و همکاران (۲۰۱۱) و کاستا و حبیب (۲۰۲۱) تنوع و میزان رفتار چسبندگی هزینه‌ها از جمله ویژگی خاص شرکت‌ها هستند، که با توجه به کثرت کارکنان و دارایی‌ها، در شرکت‌ها متفاوت است و بر چسبندگی هزینه تأثیر می‌گذارد. از این رو در این پژوهش به عنوان متغیر کنترلی وارد مدل پژوهش می‌شود و به صورت زیر محاسبه می‌شود:

شدت اشتغال^{۱۷}: این متغیر با استفاده از نسبت مجموع تعداد کارکنان به درآمد فروش اندازه‌گیری می‌شود (محمودآبادی و همکاران، ۱۳۹۶).

شدت دارایی^{۱۸}: این متغیر با استفاده از لگاریتم طبیعی کل دارایی به درآمد فروش اندازه‌گیری می‌شود (محمودآبادی و همکاران، ۱۳۹۶).

۷. یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

به منظور تجزیه و تحلیل اولیه داده‌ها، آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول شماره ۱ ارائه شده است. جدول شماره ۱ نشان‌دهنده میانگین، حداکثر، حداقل و انحراف معیار است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود متغیر وابسته پژوهش، چسبندگی هزینه است که میانگین رشد هزینه‌های عمومی، اداری و فروش در شرکت‌های مورد بررسی ۰,۰۵٪ و میانگین رشد فروش سالانه ۰,۲۸۸٪ می‌باشد. متغیر مستقل، خودشیفتگی مدیرعامل است که بر اساس نسبت پاداش نقدی مدیرعامل به کل حقوق و دستمزد شرکت و به صورت دو وضعیتی (۰ و ۴) کدگذاری شده است. میانگین این متغیر ۲,۱۵ است؛ حدود ۵۳٪ از شرکت‌ها دارای سطح بالای خودشیفتگی (۴) و مابقی سطح پایین (۰) بوده‌اند. میانه برابر صفر و انحراف معیار ۲,۳۰ نشان‌دهنده پراکندگی نسبتاً بالای داده‌ها حول میانگین است. متغیر تعدیل‌کننده، عدم اطمینان محیطی است که با ضریب تغییرات فروش اندازه‌گیری شده و میانگین آن ۰,۴۹۶ با انحراف معیار ۰,۱۹۹ است. مقادیر حداقل و حداکثر به ترتیب ۰,۰۲ و ۱,۳۰ نشان‌دهنده تفاوت سطح ناپایداری محیطی بین شرکت‌هاست و نقش مهمی در تبیین اثر خودشیفتگی مدیرعامل بر چسبندگی هزینه دارد. متغیرهای کنترلی شامل درصد تعداد کارکنان (۰,۰۰۰۲) و شدت دارایی‌ها (۱۹٪ برابر با فروش) می‌باشند..

¹⁷ Employee Intensity

¹⁸ Asst-Inten

جدول ۱- آمار توصیفی

نام متغیر	میانگین	میان	انحراف معیار	حداکثر	حداقل
متغیر وابسته: چسبندگی هزینه					
رشد هزینه‌های اداری و عمومی و فروش	-۰/۰۰۵	۰/۰۲۷	۰/۳۸۸	۱/۶۳۳	-۲/۹۰۱
رشد فروش	۰/۲۸۸	۰/۲۹۵	۰/۳۸۰	۲/۹۵۳	-۲/۳۹۸
تغییرات فرضی فروش	۰/۱۷۷	۰/۰۰۰	۰/۳۸۲	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰
متغیر مستقل					
خودشیفتگی مدیرعامل	۲/۱۵۰	۰/۰۰۰	۲/۳۰۰	۴/۰۰۰	۰/۰۰۰
متغیر تعدیل گر					
عدم اطمینان محیطی	۰/۴۹۶	۰/۴۹۴	۰/۱۹۹	۱/۳۰۹	۰/۰۲۲
متغیرهای اقتصادی					
شدت اشتغال	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۳۴	۰/۰۰۰۱
شدت دارایی	۰/۱۹۹	۰/۲۱۹	۰/۶۰۷	۳/۲۳۶	-۲/۰۵۱

برآورد الگوها

در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از داده‌های ترکیبی استفاده و مدل مناسب با آزمون F لیمر تعیین شد که نتایج نشان داد مدل تلفیقی مناسب‌تر است. پس از انتخاب مدل، مفروضات شامل همسانی واریانس (با آزمون بروش-پاگان-گادفری)، نرمال بودن باقی‌مانده‌ها و استقلال خطا (با آزمون دوربین-واتسون) بررسی شد. در مواردی که فرض همسانی واریانس رد شد، از روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته (GLS) برای جلوگیری از نتایج نادرست بهره گرفته شد. نرمال بودن داده‌ها با توجه به حجم نمونه بزرگ قابل قبول فرض شد (۹۲۰ سال-شرکت) و استقلال خطا نیز تایید گردید. بدین ترتیب مدل تحلیل به صورت جامع و دقیق برآورد شده است.

جدول ۲- آزمون لیمر و مفروضات مدل

فرضیات	آزمون چاو	مدل	آزمون هاسمن	مدل	آزمون همسانی واریانس
فرضیه اول	۰/۰۰۰۰	تابلویی	۰/۰۰۰۰	ثابت	عدم همسانی
فرضیه دوم	۰/۰۰۰۰	تابلویی	۰/۰۰۰۰	ثابت	عدم همسانی

نتایج حاصل از آزمون فرضیه

فرضیه اول: بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه رابطه معناداری دارد.

جدول ۳- نتیجه حاصل از آزمون فرضیه اول

متغیرها	ضرایب رگرسیون	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
ضریب ثابت	۰/۰۳۹	۰/۰۱۱	۳/۵۴۴	۰/۰۰۰۰
نرخ رشد فروش	۰/۱۳۲	۰/۰۴۱	۳/۱۹۱	۰/۰۰۱۱
نسبت تغییرات فروش در متغیر	-۰/۱۰۳	۰/۰۳۶	-۲/۸۲۵	۰/۰۰۷۴

متغیرها	ضرایب رگرسیون	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
مصنوعی کاهش فروش				
نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در خودشیفتگی مدیرعامل	-۰/۰۲۸	۰/۰۰۹	-۳/۰۴۰	۰/۰۰۳۲
نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در شدت کارکنان	-۰/۹۷۲	۰/۴۳۷	-۲/۲۲۲	۰/۰۲۰۱
نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در شدت دارایی	۰/۰۵۹	۰/۰۳۷	۱/۵۷۶	۰/۰۷۸۱
خودشیفتگی مدیرعامل	۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	۲/۴۵۰	۰/۰۱۸۳
شدت کارکنان	-۰/۰۵۷	۰/۰۹۲	-۰/۶۲۳	۰/۵۲۱۰
شدت دارایی	-۰/۰۰۴	۰/۰۰۷	-۰/۵۸۹	۰/۵۴۵۲
آماره F (احتمال)	۸۹/۶۴ (۰/۰۰۰۰)			۰/۵۷۴ ضریب تعیین
دوربین-واتسون	۱/۹۶		ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۴۵۵

ابتدا قبل از بررسی نتایج مربوط به فرضیه اول باید به بررسی پدیده چسبندگی هزینه پردازیم. با بررسی ضریب نرخ رشد فروش در خصوص هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، نتیجه می‌گیریم که ضریب حاصل برابر ۰/۱۳۲ درصد و معنادار است. این بدین معناست که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در هنگام افزایش فروش، ۱۳ درصد افزایش می‌یابند. همچنین، با توجه به ضریب نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش که علامت آن منفی و معنادار (۰/۱۰۳-) است، می‌توان نتیجه گرفت که وجود چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش رخ داده است و این موضوع بیانگر این واقعیت است که در دوره کاهش فروش، کاهش هزینه‌ها فقط $۰/۰۲۹ = (۰/۱۰۳ - ۰/۱۳۲)$ خواهد بود. پس کاهش هزینه‌ها کمتر از افزایش آن‌هاست. از این رو وجود چسبندگی هزینه تأیید می‌شود. در گام بعدی، با عنایت به فرضیه اول، نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در خودشیفتگی مدیرعامل را مورد توجه قرار می‌دهیم؛ با توجه به ضریب تأثیر که منفی و معنادار است (۰/۰۲۸-)، این منفی بودن ضریب نشان می‌دهد در شرکت‌هایی که مدیرعامل خودشیفته‌تری دارند، در دوره‌های کاهش فروش، شدت چسبندگی بیشتر می‌شود. پس این مدیران کمتر حاضر به کاهش هزینه‌ها هستند، شاید به دلیل محافظت از موقعیت خود یا اجتناب از کاهش کارکنان و اختلال در ساختار قدرتشان است. از بین متغیرهای اقتصادی که بر چسبندگی هزینه تأثیر می‌گذارند، نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در شدت اشتغال به جهت اینکه سطح خطای آن‌ها کمتر از ۵ درصد است، نشان

می‌دهد که شرکت‌هایی با نسبت کارکنان بالا نسبت به فروش، چسبندگی هزینه بیشتری دارند. اما شرکت‌هایی با دارایی‌های بالا بر شدت چسبندگی اثر معنادار ندارند.

فرضیه اول تأیید می‌شود. خودشیفتگی مدیرعامل به‌طور معناداری بر رفتار چسبندگی هزینه‌ها اثر دارد و این تأثیر به شکل افزایش شدت چسبندگی هزینه‌ها نمود یافته است.

فرضیه دوم: عدم اطمینان محیطی بر رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه تأثیر معناداری دارد.

جدول ۴- نتیجه حاصل از آزمون فرضیه دوم

متغیرهای توضیحی	ضرایب رگرسیون	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری
ضریب ثابت	۰/۰۲۳	۰/۰۰۶	۳/۳۳۹	۰/۰۰۰۰
نرخ رشد فروش	۰/۱۴۳	۰/۰۴۵	۳/۱۷۳	۰/۰۰۱۹
نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش	-۰/۱۳۰	۰/۰۳۸	-۳/۴۱۰	۰/۰۰۰۰
نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در خودشیفتگی مدیرعامل	-۰/۰۴۰	۰/۰۱۱	-۳/۷۳۰	۰/۰۰۰۰
نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در عدم اطمینان محیطی	۰/۰۲۴	۰/۰۰۷	۳/۴۵۸	۰/۰۰۰۰
نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در حاصلضرب خودشیفتگی مدیرعامل و عدم اطمینان محیطی	-۰/۳۱۶	۰/۰۹۴	-۳/۳۵۷	۰/۰۰۰۰
نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در شدت کارکنان	۰/۷۴۳	۰/۲۲۱	۳/۳۵۲	۰/۰۰۰۰
نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در شدت دارایی	۰/۰۵۱	۰/۰۳۵	۱/۴۵۳	۰/۰۸۴۱
خودشیفتگی مدیرعامل	۰/۰۱۲	۰/۰۰۴	۳/۰۸۰	۰/۰۰۲۹
عدم اطمینان محیطی	۰/۱۵۲	۰/۰۳۶	۴/۱۲۵	۰/۰۰۰۰
شدت کارکنان	-۰/۰۶۲	۰/۰۹۹	-۰/۶۳۰	۰/۵۰۱۲
شدت دارایی	-۰/۰۱۰	۰/۰۱۸	-۰/۵۴۶	۰/۶۲۲۱
آماره F (احتمال)	۹۱/۳۳ (۰/۰۰۰۰)			ضریب تعیین ۰/۴۷۳
دوربین-واتسون	۲/۱۰			ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۴۶۸

ابتدا به بررسی پدیده چسبندگی هزینه می‌پردازیم. با بررسی ضریب β_1 در خصوص هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، نتیجه می‌گیریم که ضریب حاصل برابر $0/143$ درصد و معنادار است. این بدین معناست که در شرایط افزایش فروش، هزینه‌ها به طور میانگین 14 درصد افزایش می‌یابند. همچنین، با توجه به ضریب β_2 که علامت آن منفی و معنادار ($-0/130$) است، می‌توان نتیجه گرفت که وجود چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش رخ داده است و این موضوع بیانگر این واقعیت است که با افزایش یک درصدی درآمد فروش، های اداری، عمومی و فروش $0/13$ درصد افزایش می‌یابد، اما با کاهش یک درصدی درآمد فروش، هزینه‌های فوق $0/14$ ($0/143 - 0/130 = 0/14$) درصد کاهش می‌یابد. پس چسبندگی هزینه در شرکت های مورد بررسی رخ داده است.

حال به بررسی تأثیر سایر متغیرهای توضیحی بر چسبندگی هزینه می‌پردازیم. همان گونه که مشاهده می‌شود ضریب برآوردی متغیر نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در خودشیفتگی مدیرعامل، منفی و معنادار شده است ($-0/04$)، این ضریب بیانگر این موضوع است که خودشیفتگی مدیرعامل در دوره کاهش فروش، شدت چسبندگی هزینه را افزایش می‌دهد. در واقع مدیران خودشیفته در شرایط کاهش فروش، کمتر تمایل به کاهش هزینه دارند. در گام بعدی، ضریب متغیر عدم اطمینان محیطی مدیریت مثبت و معنادار است ($0/024$)، این مثبت بودن ضریب β_4 نشان دهنده این است که در شرایط کاهش فروش، اگر عدم اطمینان محیطی بیشتر باشد، شدت چسبندگی هزینه کاهش می‌یابد. پس در محیط های پرتلاطم، شرکت ها برای بقا، انعطاف پذیرتر بوده و هزینه ها را بیشتر کاهش می دهند. از سوی دیگر، ضریب نسبت تغییرات فروش در متغیر مصنوعی کاهش فروش در حاصلضرب خودشیفتگی مدیرعامل و عدم اطمینان محیطی منفی و معنادار است ($-0/316$)، که نشان دهنده این است، در محیط های با عدم اطمینان بالا، اثر منفی خودشیفتگی بر چسبندگی افزایش می‌یابد. به بیانی بهتر خودشیفتگی در محیط های پرریسک، باعث شدت بیشتر چسبندگی هزینه ها می شود. بنابراین، فرضیه اصلی دوم تأیید می شود. عدم اطمینان محیطی به عنوان تعدیل گر، رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه را تقویت می کند. به عبارت دیگر، در شرایط پرنوسان محیطی، تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر چسبندگی هزینه ها بیشتر می شود.

۸. نتیجه گیری

هدف این پژوهش بررسی نقش تعدیل گر عدم اطمینان محیطی بر رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. داده های ۱۱۵ شرکت طی سال های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۲ مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که خودشیفتگی مدیرعامل به طور معناداری موجب افزایش شدت چسبندگی هزینه ها در شرکت های مورد بررسی می شود. این یافته بیانگر آن است که مدیران دارای ویژگی های خودشیفتگی، تمایل بیشتری به تثبیت یا حتی افزایش سطح هزینه ها در شرایط کاهش فروش دارند، و از کاهش هزینه ها اجتناب می کنند. به عبارتی، این مدیران به منظور حفظ تصویر ذهنی مطلوب از خود در نزد سرمایه گذاران و بازار، از واکنش سریع به تغییرات منفی در سطح فعالیت خودداری کرده و رفتارهای غیرمنطقی در قبال ساختار هزینه از خود نشان می دهند. این نتیجه با دیدگاه های نظری مربوط به «نظریه رفتار هزینه ها» و «نظریه های شخصیتی در مدیریت مالی» همسو است. بر اساس تئوری هزینه های چسبنده، مدیران در برابر کاهش هزینه ها مقاومت می کنند، زیرا ممکن است این کاهش ها پیامدهایی برای وجهه حرفه ای آن ها به همراه داشته باشد (اندرسون و همکاران، ۲۰۰۳). زمانی که مدیرعامل دارای ویژگی خودشیفتگی است، این مقاومت تشدید می شود، زیرا چنین مدیرانی اغلب تمایل دارند خود را به عنوان

تصمیم‌گیری موفق و قدرتمند نشان دهند و کاهش هزینه‌ها را نشانه‌ای از ضعف یا عقب‌نشینی تلقی می‌کنند. مطالعات پیشین نیز این یافته را تأیید می‌کنند. برای مثال، پژوهش هام و همکاران^{۱۹} (۲۰۱۷) نشان داد که مدیران خودشیفته به دلیل اعتماد به نفس بیش‌ازحد، تمایل به حفظ یا افزایش سطح منابع تحت کنترل خود دارند و از تعدیل ساختار هزینه‌ای در مواجهه با شرایط نامطلوب خودداری می‌کنند. همچنین چن و چن (۲۰۱۸) دریافتند که خودشیفتگی و اعتماد به نفس کاذب مدیران تأثیر معناداری بر کاهش انعطاف‌پذیری هزینه‌ها دارند. از طرفی دیگر، پژوهش هربر و همکاران^{۲۰} (۲۰۱۴) به این نتیجه رسید که ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی مدیران، به‌ویژه تمایلات خودبزرگ‌بینانه، نقش مهمی در تصمیمات هزینه‌ای و استراتژیک شرکت ایفا می‌کند. در پژوهش‌های داخلی نیز نتایجی مشابه به‌دست آمده است. رضایی و همکاران (۱۳۹۸) نیز به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های شخصیتی مدیران از جمله خودشیفتگی نقش مهمی در شدت چسبندگی هزینه‌ها دارد. همچنین احمدی (۱۳۹۷) در پژوهش خود رابطه مثبت و معنادار بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های صنعتی ایران گزارش کرده است. کریمی و جعفری (۱۳۹۹) نیز بر نقش صفات روانشناختی مدیران در تصمیمات مالی تأکید داشته‌اند. همچنین اکبرزاده و زارع (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای بر شرکت‌های بورسی ایران نشان دادند که خودشیفتگی مدیرعامل با افزایش سطح هزینه‌های اداری و عمومی در دوره‌های کاهش فروش همراه است. در ادامه شاه‌حسینی و نظری (۱۴۰۱) بیان کردند که خودشیفتگی موجب تصمیم‌گیری‌های هزینه‌ای ریسک‌پذیرتر و کمتر منطقی می‌شود، به‌ویژه در شرکت‌هایی که مکانیزم‌های نظارتی ضعیف‌تری دارند. در مجموع، این نتایج نشان می‌دهد که ویژگی‌های روان‌شناختی مدیران، از جمله خودشیفتگی، نقش معناداری در شکل‌گیری رفتارهای اقتصادی شرکت‌ها دارد و لزوم توجه به این عوامل در فرآیند انتصاب مدیران ارشد و طراحی ساختارهای کنترلی را بیش‌ازپیش برجسته می‌سازد.

یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه دوم نشان داد که متغیر عدم اطمینان محیطی به‌عنوان یک عامل تعدیل‌گر، شدت رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و چسبندگی هزینه‌ها را افزایش می‌دهد. این نتیجه بیانگر آن است که در شرایطی که فضای اقتصادی و تجاری کشور دچار نوسان، ابهام یا عدم ثبات است، تأثیر ویژگی‌های شخصیتی مدیران، از جمله خودشیفتگی، در تصمیمات هزینه‌ای سازمان برجسته‌تر و پررنگ‌تر می‌شود. در واقع، عدم اطمینان محیطی، سطح ریسک اداره شرکت را افزایش می‌دهد و مدیران خودشیفته در چنین فضایی، تمایل بیشتری به حفظ کنترل، قدرت و منابع سازمانی دارند و از کاهش هزینه‌ها - حتی در زمان کاهش درآمد یا فروش - خودداری می‌کنند. این امر سبب می‌شود رفتار چسبنده هزینه‌ها در چنین شرایطی تشدید شود. این یافته با ادبیات نظری مرتبط با اثرات روان‌شناختی در شرایط عدم اطمینان، هم‌راستا است. به‌عنوان مثال، گروی^{۲۱} (۲۰۱۳) مطرح می‌کند که مدیران در محیط‌های پرریسک، بیش از پیش متأثر از ویژگی‌های فردی خود عمل می‌کنند و نقش صفات شخصیتی در تصمیمات افزایش می‌یابد. همچنین برومیلی و همکاران^{۲۲} (۲۰۱۵) اشاره می‌کنند که مدیران خودشیفته در مواجهه با عدم قطعیت تمایل به اتخاذ تصمیمات محافظه‌کارانه ظاهری اما پرریسک واقعی دارند، از جمله حفظ منابع انسانی و ساختارهای هزینه‌ای به‌منظور

¹⁹ Ham et al

²⁰ Hribar et al

²¹ Greve

²² Bromiley et al

نمایش کنترل و ثبات می باشد. مطالعات تانگ و همکاران^{۲۳} (۲۰۱۵) و بویل و همکاران^{۲۴} (۲۰۱۹) نیز تأیید می کنند که در شرایطی که اطمینان محیطی کاهش می یابد، ویژگی های شخصیتی چون خودشیفتگی در مدیران، اثرگذاری بیشتری بر رفتارهای استراتژیک و مالی شرکت دارد. در این فضا، کنترل گری و حفظ وجهه شخصی موجب تصمیم گیری های کمتر منعطف می شود. در پژوهش های داخلی نیز نتایج مشابه مشاهده شده است. به طور خاص، صفری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی نشان دادند که در صنایع با نوسان بالا، مدیران خودشیفته تمایل بیشتری به حفظ سطح هزینه ها دارند تا اقتدار مدیریتی خود را به نمایش بگذارند. همچنین جمالی و احمدی (۱۳۹۸) نشان دادند که عدم اطمینان محیطی یکی از عوامل مهم تشدیدکننده در رفتارهای مدیریتی غیرعقلانی از جمله چسبندگی هزینه ها است. در مجموع، نتایج این فرضیه نشان می دهد که برای تحلیل دقیق تر تصمیمات مالی شرکت ها، نمی توان تنها به متغیرهای اقتصادی اکتفا کرد، بلکه باید تعامل میان صفات شخصیتی مدیران و شرایط محیطی را نیز مورد توجه قرار داد. این یافته می تواند برای نهادهای نظارتی، تحلیل گران بازار و سرمایه گذاران در ارزیابی پایداری مالی شرکت ها بسیار مفید باشد.

بر اساس نتایج این پژوهش به شرکت ها پیشنهاد می شود در فرآیند جذب و انتخاب مدیران، ویژگی های شخصیتی آن ها را با دقت بیشتری ارزیابی کنند تا از گزینش مدیرانی با ویژگی های خودشیفتگی کنترل نشده جلوگیری شود. بر اساس نتایج این پژوهش به هیئت مدیره ها پیشنهاد می شود آموزش های مدیریتی و روانشناختی باید با تمرکز بر مدیریت استرس و تصمیم گیری در شرایط عدم قطعیت طراحی شود تا مدیران در مواجهه با نوسانات محیطی عملکرد بهینه تری داشته باشند.

بر اساس نتایج این پژوهش به مدیران پیشنهاد می شود با تدوین سیاست های انعطاف پذیر هزینه ای که بتوانند در شرایط نامطمئن محیطی پاسخگو باشند، تا به کاهش چسبندگی هزینه ها کمک کند.

۹. منابع و مآخذ

بازرگانی، م.؛ محمودی، و.؛ رضائی، ف. (۱۴۰۱). تأثیر رشد شرکت و تنگنای مالی بر تغییر حسابرِس؛ با توجه به نقش تعدیل کننده اظهارنظر حسابرِس در خصوص تداوم فعالیت در شرکت های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران. اولین کنفرانس ملی تحقیقات کاربردی در علوم مدیریت و حسابداری نوین.

بهمنی، ع. (۱۴۰۱). نقش حاکمیت شرکتی بر روابط بین اعتماد سرمایه گذار و تصمیمات سرمایه گذاری شرکت های بورسی؛ چهاردهمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری.

زارع، غ.ح.، و مرتضوی، ف. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر محدودیت تأمین مالی و حاکمیت شرکتی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و ارتباطات سیاسی با اجتناب مالیاتی. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی زند شیراز. محمدی، ن.؛ شیری، ی. (۱۴۰۲). تأثیر مکانیزم های حاکمیت شرکتی بر رابطه چسبندگی انتظارات مدیران و مدیریت

سود؛ هشتمین همایش ملی پژوهش های نوین در علوم انسانی، اقتصاد و حسابداری ایران.

AbbasZadeh R (2017) An Empirical study: The effect of audit fees and risk on the quality of financial reporting. Revista QUID (Special Issue), 2888-2893.

Aqmar, M. Z., & Musnadi, said. (2021). Pengaruh Investor Confidence yang Dimoderasi oleh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Keputusan Investasi Pada Perusahaan. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, 6(2), 256-276.

²³ Tang et al

²⁴ Buyl et al

- Altman, E. Hotchkiss, W. Wang, (2019). *Corporate Financial Distress, Restructuring, and Bankruptcy: Analyze Leveraged Finance, Distressed Debt, and Bankruptcy*, John Wiley & Sons, 2019.
- Biddle, G.C., Hilary, G. and Verdi, R.S., (2009). How does financial reporting quality relate to investment efficiency? *Journal of Accounting and Economics*, 48(2).112-131.
- Berle, A. & Means, G. (1932). *The Modern Corporation and Private Property*.(2nd edn Harcourt, Brace and World, New York 1967). ISBN 0-88738-887-6.
- Claessens, S. & Fan, J.P. (2002). Corporate Governance in Asia: as Survey. *International Review of Finance* 3(2): 71-103.
- De Bond, W.F.M., & Thaler, R. (1985). Does the Market Overreact?. *The Journal of Finance*, 40 (3), 793- 805.
- Gerged, A.M., Alhaddad, L.M. and Al-Hajri, M.O., (2020). Is earnings management associated with corporate environmental disclosure? *Accounting Research Journal*, 33(1).167-185.
- Goodhart, E. Avgouleas, A (2015) critical evaluation of bail-in as a bank recapitalization mechanism, *The New International Financial System: Analyzing the Cumulative Impact of Regulatory Reform*. 267–305.
- Gomariz, M.F.C. and Ballesta, J.P.S., (2014). Financial reporting quality, debt maturity and investment efficiency. *Journal of Banking & Finance*, Vol. 40, pp.494-506.
- Ellili, N.O.D., (2022). Impact of ESG disclosure and financial reporting quality on investment efficiency. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*. <https://doi.org/10.1108/CG-06-2021-0209>.
- Frijns, B., Koellen, E., Lehnert, T. (2008), On The Determinant of Portfolio Choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 66: 373-386.
- Jensen, M. C & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, Oktober, 3(4). 305-360.
- Hammond, Paul; Opoku, Mustapha Osman; Kwakwa, Paul Adjei (2022) : Relationship among corporate reporting, corporate governance, going concern and investor confidence: Evidence from listed banks in sub Saharan Africa, *Cogent Business & Management*, ISSN 2331-1975, Taylor & Francis, Abingdon, 9(1), 1-17,
- Husnan, S., (1991). “Pasar Modal di Indonesia: Makin Efisienkah?”. *Management dan Usahawan Indonesia*
- Hasan, A., Aly, D. & Hussainey, K. (2022), Corporate governance and financial reporting quality: a comparative study, *Corporate Governance*, 22(6). 1308-1326
- Karasek, R. & Bryant, P. (2012). Signaling theory: past, present and future. *Academy of Strategic Management Journal*, 11(1), 91-99.
- Lev B (2018) The deteriorating usefulness of financial report information and how to reverse it. *Accounting & Business Research*, 48(5), 465-493.
- Manurung, D. T., & Hardika, A. L. (2015). Analysis of factors that influence financial statement fraud in the perspective fraud diamond: Empirical study on banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange year 2012 to 2014. Retrieved from
- Mahrani, M. and Soewarno, N. (2018), The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable", *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1). 41-60.
- Mbobu M E and Ekpo N E (2016) Operationalizing the Qualitative Characteristics of Financial Reporting. *International Journal of Finance and Accounting*, 5(4), 184-192
- Navarro, M.C.A. & Urquiza, F.B. 2010. Board of directors’ characteristics and forward-looking information disclosure strategies. http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaeaca/cd/71a.pdf

- Rosmawati (2022). Impact in the Academic Environment on Online Learning and Student Achievement During the Covid-19 Pandemic. INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS AND SOCIAL SCIENCE (IJEMBIS), 2(3), 564-578.
- Shahid MS, Abbas M. (2019). Does corporate governance play any role in investor confidence, corporate investment decisions relationship? Evidence from Pakistan and India. J. Econ. Bus. ;105:105839.
- Shefrin, H. (2007). Behavioral Corporate Finance. Journal of Applied Corporate Finance, Vol 14.3.
- Pattnaik, D., & Hassan, M. K., & Kumar, S., & Paul, J, (2020). Trade credit research before and after the global financial crisis of 2008 – A bibliometric overview, Research in International Business and Finance, Elsevier,. 54(C).1-24.
- Wu, et al., (2020), The nexus of financial development and economic growth across major Asian economies: evidence from bootstrap ARDL testing and machine learning approach, J. Comput. Appl. Math. 372 112660
- Xiaolu, L., Jieji, L., & Jian, T. (2016). Study of the influence of corporate governance level on investors' confidence. Canadian Social Science, 12(5), 8-16

Examining the Moderating Role of Environmental Uncertainty on the Relationship between CEO Narcissism and Cost Stickiness

Nematollah Aalipour¹
Samira Honarbakhsh^{*2}

Abstract

The aim of this study is to investigate the effect of CEO narcissism on cost stickiness behavior, considering the moderating role of environmental uncertainty, in companies listed on the Tehran Stock Exchange during the years 2017 to 2024. Accordingly, a sample of 115 companies was selected through systematic elimination sampling, and their financial and non-financial data were analyzed using panel data methods. CEO narcissism was measured based on behavioral indicators derived from publicly available information (such as the ratio of CEO compensation to board members' compensation, the frequency of CEO name mentions in reports, etc.). Cost stickiness was measured using the adjusted model of Anderson et al. (2003). To test the hypotheses, multiple linear regression was applied through statistical software. The results of hypothesis testing showed that CEO narcissism has a significant positive relationship with cost stickiness. Furthermore, the findings indicate that environmental uncertainty plays a moderating role in this relationship, such that in unstable environmental conditions, the effect of CEO narcissism on cost stickiness is intensified. These findings, while expanding the behavioral finance literature, have practical implications for corporate governance bodies, investors, and financial policymakers. Understanding managers' personality traits can be used as a tool for analyzing financial behaviors and improving supervisory mechanisms.

Keywords

Environmental Uncertainty, CEO Narcissism, Cost Stickiness

1. Department of accounting, Zarrin Dasht Branch, Islamic Azad University, Zarrin Dasht, Iran.

2. Department of accounting, Zarrin Dasht Branch, Islamic Azad University, Zarrin Dasht, Iran.
(*Corresponding Author: samirahonar@gmail.com).