

تأثیر خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها

ستاره سمیع

کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه پیام نور همدان، همدان، ایران.
setareh.samie@gmail.com

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها است. به همین منظور، داده‌های مربوط به شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای دوره زمانی ده ساله بین سال‌های ۱۳۹۳ الی ۱۴۰۲ برای ۱۰۰ شرکت استخراج و با استفاده از نرم‌افزار آماری ایویوز ۸ استفاده گردید. پژوهش حاضر از بعد هدف، از نوع توصیفی و تحلیلی؛ از بعد فرآیند نوع پژوهش، کمی؛ از بعد منطق، یک پژوهش استقرایی و از بعد نتیجه پژوهش، یک پژوهش کاربردی است. خصوصیات شخصیتی افراد (مانند مغز و هورمون‌ها) حاکی از آن است که رفتار افراد به منشأها و خصوصیات شخصیتی آنان بستگی دارد. ویژگی‌های شخصیتی افراد، زمینه‌ساز رفتارهای آنان است. رهبری سازمانی یکی از موضوع‌هایی است که به نحوی گسترده در روانشناسی سازمانی مورد بحث قرار گرفته است. لذا پس از تجزیه و تحلیل‌های آماری، نتایج حاصل از فرضیه‌های پژوهش حاکی از آن است که خودشیفتگی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارد.

واژه‌های کلیدی: مالی رفتاری، خودشیفتگی مدیران، رفتار نامتقارن هزینه‌ها، چسبندگی هزینه‌ها

مقدمه

مفهوم هزینه و مدیریت آن از موضوعات بسیار مهم جهت کسب سود است. درک رفتار هزینه‌ها در یک کسب و کار، بسیار ضروری است. یافته‌های پژوهش‌های اخیر درباره رفتار هزینه‌ها نشان داده است که برخلاف تصور، در بسیاری از موارد، هزینه‌ها متناسب با تغییرات فروش تغییر نمی‌کنند. به عبارت دیگر، هزینه‌ها به تناسب افزایش فروش افزایش می‌یابند اما به تناسب کاهش فروش کاهش نمی‌یابند. این رفتار نامتناسب هزینه‌ها رفتار نامتقارن یا چسبندگی هزینه‌ها نامیده می‌شود. دو نظریه درباره رفتار نامتقارن هزینه‌ها مطرح شده است. بر اساس نظریه اول، رفتار نامتقارن هزینه‌ها نتیجه تصمیم آگاهانه مدیران است و بر اساس نظریه دوم، ماهیت هزینه‌ها در کسب و کار به گونه‌ای است که همزمان و به سرعت کاهش در فروش، کاهش نمی‌یابند و ربطی به مدیریت ندارند. دیدگاه‌های متفاوتی در خصوص شدت عدم تقارن رفتار هزینه‌ها مطرح شده است که از آن جمله می‌توان تمایل مدیریت به حفظ ظرفیت منابع در دوره‌های کاهش درآمد به دلیل عدم تمایل به تحمل هزینه‌های تعدیل منابع و تجهیز مجدد منابع را بیان کرد (هارتلیب و لوی، ۲۰۱۷).

بر اساس نظریه نمایندگی، سهامداران در رابطه با رفتار نامتقارن هزینه‌ها، دو پیش‌بینی را در نظر می‌گیرند. از یک سو، انگیزه‌های قدرت‌طلبانه در حفظ هزینه‌ها در وضعیت موجود، موجب افزایش رفتار نامتقارن هزینه‌ها می‌شود و از سوی

دیگر، انگیزه‌های مدیران برای تحقق سود هدف در کاهش هزینه‌های فروش و اداری مازاد، موجب کاهش رفتار نامتقارن هزینه‌ها خواهد شد (دیرنک و همکاران، ۲۰۱۲). تمرکز بیش از حد سهامداران بر عملکرد و سود جاری، ممکن است انگیزه‌هایی را برای خوش‌بینی مدیریت در ارائه سود حسابداری جهت نیل به اهداف کوتاه‌مدت، فراهم آورد. خودشیفتگی، ساختاری شخصیتی است که حجم عظیمی از مطالعات تجربی را از دیدگاه روانشناسی اجتماعی، شخصیت و بالینی به خود اختصاص داده است (بشارت، ۱۳۹۰). مفهوم خودشیفتگی اشاره به نیاز افراد برای شهرت، تحسین و بزرگ جلوه دادن خود در نظر دیگران دارد (پینکوس، ۲۰۰۹). در سازمان‌ها مدیران اجرایی خودشیفته پاداش‌های بیشتری برای خود قائل می‌شوند و از این طریق موقعیت خود را در سازمان مستحکم می‌کنند (اوریلی، ۲۰۱۴). گرایش به احساس خود بزرگی در میان افراد خودشیفته سبب می‌شود مدیریت حرفه‌ای آسیب‌پذیر گردد. لذا شناسایی ویژگی‌های رفتاری مدیران و کنترل آن‌ها جهت نیل به اهداف سازمانی حائز اهمیت است (شیری، ۱۳۹۴). خودشیفتگی مفهومی است که در حال حاضر به‌طور گسترده در ارتباط با توصیه رفتارهای سازمانی به‌ویژه رفتارهای انحرافی در میان مدیران ارشد و سیاستمداران مورد استفاده قرار می‌گیرد. در ایران به نظر می‌رسد بسیاری از افراد حرفه‌ای به‌ویژه کسانی که در پست‌های مدیریتی هستند، رفتارهای ناشی از خودشیفتگی را از خود نشان می‌دهند، اما مطالعات علمی کافی در مورد شیوع چنین رفتاری در میان مدیران ایران وجود ندارد و ممکن است با مشکلاتی نیز همراه باشد (آغاز، ۲۰۱۴). خودشیفتگی در مدیران می‌تواند اثراتی را بر بازدهی سازمانی داشته باشد. بنابراین، در مقایسه با سایر صفات شخصیتی، خودشیفتگی، مدیران را در جهت انجام اقداماتی وادار می‌کند که خارج از عرف است و به دنبال جلب توجه و ستایش هستند و این اقدامات نهایتاً عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار خواهد داد (چترجی و همبریک، ۲۰۰۷).

از آنجا که مدیران عامل کلیدی در جهت ارتقای عملکرد سازمان‌ها به شمار می‌آیند، تصمیماتی که آن‌ها اتخاذ می‌کنند، در شکست یا موفقیت سازمان‌هایشان تأثیرگذار است. مدیران خودشیفته دارای سیستم‌های ارزشی و سبک‌های مدیریتی بزرگنما بوده و با تحسین شدن برانگیخته می‌شوند. چنین مدیرانی گاه روی تصمیمات غلط خود اصرار ورزیده و زمان و هزینه زیادی را صرف آن می‌نمایند که برای سازمان مشکل آفرین می‌شود و از آنجا که پیشرفت و عملکرد بهینه سازمان‌ها نقش مهمی در توسعه ملی ایفا می‌کند (قلی‌پور، ۱۳۸۷)، لذا در عصر رقابتی امروز، شناسایی میزان خودشیفتگی مدیران برای رفتار هزینه‌ها و پیشگیری از آشفتگی سازمان‌ها و کنترل آن جهت نیل به اهداف سازمانی حائز اهمیت است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

امروزه مدیریت واحدهای تجاری نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش بهره‌وری و بازدهی آن‌ها دارد. پیچیدگی فزاینده جوامع، پیشرفت علم و تکنولوژی و به تبع آن‌ها، افزایش نیازها و گسترش سازمان‌ها و شرکت‌ها، ایجاب می‌کند که از مدیران کارآمد در اداره امور سازمان‌ها استفاده شود. بسیاری از صاحب‌نظران تصمیم‌گیری را جوهره مدیریت دانسته‌اند و موفقیت و شکست سازمان‌ها را در گرو تصمیمات مدیران آن‌ها قلمداد کرده‌اند (دفت، ۱۹۸۹). پر واضح است که اخذ تصمیمات مناسب از سوی مدیران، تابعی از عوامل رفتاری و شخصیتی آن‌ها است. یکی از این عوامل وجود پدیده خودشیفتگی در مدیران است.

رفتار نامتقارن هزینه‌ها یکی از پدیده‌هایی است که از تضاد منافع بین مدیران و مالکان نشات می‌گیرد. قابلیت مقایسه صورت‌های مالی با تعیین سطح هماهنگی بین رویه‌های حسابداری شرکت‌های مختلف، موجب شفافیت محیط اطلاعاتی می‌شود و امکان ارزیابی صحیح عملکرد و تخصیص بهینه منابع را فراهم می‌آورد (شهبازی و بادآورنهندي، ۱۴۰۲).

بر اساس تئوری‌های مدیریت هزینه، موضوع رفتار هزینه به مطالعه اقلام عمده هزینه‌ها، تغییرات آنها در طول زمان و شناسایی عوامل و محرک‌های ایجاد تغییر در هزینه‌ها و قابلیت پیش‌بینی و کنترل آن‌ها می‌پردازد. کسب آگاهی از رفتار

هزینه‌ها برای برنامه‌ریزی و مدیریت سودآوری و حفظ پایداری واحد تجاری در عرصه رقابت از اهمیت زیادی برخوردار است. دیدگاه سنتی مدیریت هزینه معتقد است که در حالت کلی هزینه‌ها تابعی از حجم فعالیت و درآمد شرکت هستند. دیدگاه سنتی رفتار هزینه بیان می‌کند که رابطه‌ای مستقیم میان محرک هزینه و هزینه وجود دارد (گریسون و همکاران، ۲۰۱۵).

بر اساس نظریه نمایندگی، سهامداران در رابطه با رفتار نامتقارن هزینه‌ها، دو پیش‌بینی را در نظر می‌گیرند. از یک سو، انگیزه‌های قدرت‌طلبانه در حفظ هزینه‌ها در وضعیت موجود، موجب افزایش رفتار نامتقارن هزینه‌ها می‌شود و از سوی دیگر، انگیزه‌های مدیریت سود مدیران برای تحقق سود هدف در کاهش هزینه‌های فروش و اداری مازاد، موجب کاهش رفتار نامتقارن هزینه‌ها خواهد شد (دیرنک و همکاران، ۲۰۱۲). تمرکز بیش از حد سهامداران بر عملکرد و سود جاری، ممکن است انگیزه‌هایی را برای خودشیفتگی مدیران در ارائه سود حسابداری جهت نیل به اهداف کوتاه‌مدت، فراهم آورد. با انجام پژوهش‌های بیشتر، دیدگاه سنتی اصلاح شده و منجر به این دیدگاه شد که هزینه‌ها به وسیله منابع ایجاد می‌شوند و وجود چنین منابعی برای انجام چندین فعالیت، لازم و ضروری هستند (کوپر و کاپلان، ۱۹۸۸). همچنین، این فرض پذیرفته شده بود که یک رابطه مکانیکی میان فعالیت‌ها و هزینه‌ها وجود دارد و به دنبال بررسی نقش مدیران در رفتار هزینه‌ها نبودند. مطالعات جدید رفتار هزینه‌ها نشان می‌دهند که در بسیاری از موارد، رابطه حجم فعالیت یا حجم درآمد با میزان هزینه‌ها یک رابطه متقارن نیست و حالت نامتقارن دارد که شدت این عدم تقارن در میان شرکت‌های مختلف متفاوت است و این موضوع با تئوری چرخ دنده‌ای درآمد و هزینه در ارتباط می‌باشد. رفتار نامتقارن هزینه، پدیده‌ای را توصیف می‌کند که نشان می‌دهد مدیران، هنگام افزایش منابع در زمان افزایش فروش، به سرعت واکنش نشان می‌دهند اما هنگام کاهش تقاضا، مایل به کاهش ظرفیت بلا استفاده نیستند. بررسی رفتار هزینه‌ها و ریشه‌یابی آن به عنوان یک حوزه مهم در حسابداری در سال‌های اخیر پدیدار شده است. در دیدگاه مدرن، تصمیمات مدیران به عنوان یک محرک بنیادی در رفتار هزینه‌ها در نظر گرفته می‌شود (بنکر و همکاران، ۲۰۱۳).

بوزویتینا و همکاران (۲۰۲۱)، به بررسی رابطه بین بیش اعتمادی مدیران، خودشیفتگی مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد خودشیفتگی مدیران و اعتماد بیش از حد مدیران بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر مثبت و معنادار دارد.

سوشا و دژئی (۲۰۲۰)، به بررسی خودشیفتگی مدیران و نوآوری پرداختند. ادبیات قبلی در مورد نوآوری سازمانی عمدتاً بر تاثیر محدودیت‌های بیرونی مدیران یا تجارب شخصی آنها از دیدگاه تئوری نمایندگی و تئوری برند متمرکز است، اما تاثیر ویژگی‌های روان‌شناختی مدیرعامل که توسط ناخودآگاه خود او بر تصمیمات نوآوری سازمانی شکل می‌گیرد نادیده می‌گیرد. ویژگی‌های خودشیفتگی مدیرعامل تاثیر قوی‌تری بر سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه شرکت در شرکت‌های خصوصی نسبت به شرکت‌های دولتی دارد.

بویل و همکاران (۲۰۱۹)، به بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیران و ریسک‌پذیری در بانک‌های آمریکا پرداختند. در این مطالعه، پژوهشگران بررسی می‌کنند که چگونه خودشیفتگی مدیرعامل، در ترکیب با شیوه‌های حاکمیت شرکتی، بر ریسک‌پذیری سازمانی تاثیر می‌گذارد و چگونه این به نوبه خود بر انعطاف‌پذیری سازمان‌ها در برابر شرایط محیطی تاثیر می‌گذارد. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد که خودشیفتگی مدیرعامل بر ریسک‌پذیری بانک‌ها تاثیر مثبت داشته است. مارکز و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیران و افشای اطلاعات پرداختند. نتایج تجربی نشان می‌دهد که مدیران خودشیفته تمایل بیشتری دارند تا افشای بیشتری ارائه دهند تا چهره بزرگ خود را بیشتر تقویت کنند اما این تمایل با افزایش سن مدیرعامل کاهش می‌یابد.

هام و همکاران (۲۰۱۸)، در بررسی رابطه بین اندازه امضا و خودشیفتگی و گزارشگری مالی متقلبانه، دریافتند که افراد با امضاهای بزرگ‌تر، خودشیفته‌ترند و بیشتر از دیگران تمایل دارند با زیرپا گذاشتن حقوق سایر افراد، پاداش و مزایای بیشتری عایدشان شود.

احمدی و همکاران (۱۴۰۳)، به بررسی نقش تعاملی قدرت هیئت‌مدیره بر رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و عملکرد مالی شرکت در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که بین خودشیفتگی مدیران و عملکرد مالی (معیار بازده دارایی و ارزش بازار شرکت) رابطه منفی و معناداری وجود دارد که این نتایج موید تئوری مالی-رفتاری می باشد بدین معنی که معمولاً مدیران دارای خودشیفتگی بالا، به طور سیستماتیک بازده آتی ناشی از پروژه های سرمایه گذاری را بیش از حد تخمین زده و اثر رویدادهای مطلوب بر جریان های نقدی شرکت را بیش از حد و احتمال و اثر رویدادهای نامطلوب بر جریان های نقدی شرکت را کمتر از حد تخمین می زند لذا معمولاً مدیران با اطمینان بیش از حد، دارای مخارج سرمایه ای بالاتری بوده و عملکرد مالی ضعیف تری دارند و نتایج این پژوهش نیز موید این موضوع می باشد که خودشیفتگی مدیران باعث کاهش عملکرد مالی شرکت ها می شود.

مشایخ و همکاران (۱۴۰۲)، به بررسی تاثیر خودشیفتگی مدیران بر بازده سهام پرداختند. پس از تجزیه و تحلیل های آماری، نتایج حاصل از فرضیه های پژوهش حاکی از آن است که خودشیفتگی مدیران بر بازده سهام تاثیر مثبت و معنادار دارد. این امر نشان می دهد که رفتار مدیران خودشیفته منجر به ارائه صورت های مطلوب به مالکان و سهامداران جهت افزایش پاداش و همچنین کسب رضایت مندی بیشتر است.

قدرتی زوارم و همکاران (۱۴۰۰)، به بررسی سطح هورمون تستوسترون مدیرعامل و گزارشگری مالی متقلبانه پرداختند. نمونه‌ای متشکل از ۸۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ انتخاب گردیده است و با بهره‌گیری از الگوی رگرسیون لجستیک مورد آزمون قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که میزان بالای هورمون تستوسترون مدیرعامل، باعث افزایش گزارشگری مالی متقلبانه در شرکت می شود.

مشایخ و همکاران (۱۳۹۹)، به تأثیر خودشیفتگی مدیران بر افشای اختیاری اطلاعات شرکت‌ها پرداختند. بر اساس نتایج پژوهش؛ مدیران خودشیفته، ممکن است آگاهانه، اطلاعات ارسالی برای متقاعد کردن سرمایه‌گذاران را که پروژه‌های در حال اجرا و با آینده امیدوارکننده‌ای دارند، تحریف کنند. بروز این پدیده در بین مدیران، باعث خواهد شد که با استفاده از روش‌های مختلف، تلاش کنند تا افشای اطلاعات اختیاری به سرمایه‌گذاران و سایر سهام‌داران را کاهش دهند.

طاهری عابد و همکاران (۱۳۹۹)، به بررسی تاثیر خودشیفتگی مدیران عامل بر شفافیت گزارشگری مالی پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که خودشیفتگی مدیران عامل اثر منفی بر شفافیت گزارشگری مالی دارد، اما این تاثیر معنادار نشده است. همچنین بین دیگر ویژگی رفتاری مدیران یعنی متغیر اطمینان بیش از حد و شفافیت گزارشگری مالی رابطه منفی و معناداری مشاهده گردیده است.

فرضیه‌های پژوهش

در این پژوهش به تبعیت از اولسن و همکاران (۲۰۱۴)، اولسن و استکلبرگ (۲۰۱۶)، و اسکات و همکاران (۲۰۱۷)، از دو معیار امضای مدیران و شاخص پاداش نقدی مدیران استفاده شده است. به طور معمول، در سازمان‌ها، مدیران اجرایی خودشیفته پاداش های بیشتری برای خود قائل شده و از این طریق موقعیت خود را در سازمان مستحکم می‌کنند (آریلی، ۲۰۱۴)، بنابراین از شاخص پاداش نقدی مدیران برای سنجش خودشیفتگی مدیران استفاده شده است.

از طرفی دیگر، به لحاظ تجربی، در ادبیات روان شناسی ارتباط بین خودشیفتگی و اندازه امضا، سابقه طولانی‌ای دارد (زیگنهافت، ۱۹۷۷). اندازه امضای افراد، نشان دهنده میزان غرور و خودشیفتگی آنهاست تا جایی که مشخص می کند که

امضا می تواند نشانه ای از ویژگی های ناپسند در انسان یا نشانه ای از خوی تسلط و استثمارگری فرد باشد. در نخستین تحقیقات مربوط به ارتباط بین اندازه امضا و خودشیفتگی، محققانی همچون زیگنهالف (۱۹۷۷)، بیان کردند، افرادی که امضاها بزرگ تری دارند، دارای خودپنداری و حس درک بیشتری از خویشتن و سایر نگرش های فکری افراد خودشیفته، هستند. اسنایدر و فرامکین (۱۹۷۷)، دریافتند افرادی که امضاها بزرگ تری دارند، نسبت به دیگران احساس برتری می-کنند.

- بنابراین با توجه به اهداف پژوهش، فرضیه ها به صورت زیر ارائه می گردند:
- ✓ معیار پاداش نقدی مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه ها تأثیر معناداری دارد.
 - ✓ معیار امضای مدیران بر رفتار نامتقارن هزینه ها تأثیر معناداری دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر طبقه بندی بر مبنای هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش و ماهیت از نوع تحقیق همبستگی و علی پس از وقوع است. در این پژوهش برای مطالعه مبانی نظری و بررسی پیشینه، از روش کتابخانه ای با بهره گیری از کتب و مقالات تخصصی فارسی و لاتین و پایان نامه ها استفاده می شود و برای پذیرش یا عدم پذیرش فرضیه های پژوهش با بکارگیری روش های آماری مناسب، از استدلال استقرایی در تعمیم نتایج استفاده می گردد. از آنجایی که اطلاعات مربوط به متغیرهای این پژوهش شامل بسیاری از اقلام حسابداری مندرج در صورت های مالی حسابرسی شده شرکت ها می باشد، داده های مورد نیاز از صورت های مالی موجود در سایت های مدیریت پژوهش، توسعه و مطالعات اسلامی وابسته به سازمان بورس و اوراق بهادار و شبکه کدال، سیستم های جامع اطلاع رسانی ناشران، مرکز پردازش اطلاعات مالی ایران و لوح های فشرده سازمان بورس و اوراق بهادار به صورت دستی استخراج می شود.

جامعه آماری مورد آزمون پژوهش شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران برای بازه زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۴۰۲ است، اما شرایط زیر برای انتخاب نمونه آماری مد نظر قرار گرفته است: ۱. شرکت های نمونه جزء بانک-ها، شرکت های سرمایه گذاری، واسطه گری مالی، شرکت های هلدینگ و لیزینگ ها و بیمه ها نباشند؛ زیرا افشای اطلاعات مالی و ساختارهای راهبردی شرکتی در آن ها به دلیل ماهیت غیرتولیدی بودن متفاوت است؛ ۲. پایان سال مالی شرکت ها به دلیل افزایش قابلیت مقایسه و خنثی سازی شرایط حاکم بر ارزش شرکت ها در پایان سال شمسی، منتهی به پایان اسفند ماه باشد؛ ۳. شرکت هایی که طی دوره پژوهش به بورس وارد نشده باشند؛ ۴. شرکت هایی که در دوره زمانی پژوهش از بورس حذف نشده باشند (توقف نماد)؛ و ۴. شرکت هایی که اطلاعات آن ها در دوره زمانی پژوهش در دسترس بوده است. سرانجام، با توجه به بررسی های انجام شده، تعداد ۱۰۰ شرکت در دوره زمانی ۱۳۹۳ الی ۱۴۰۲ (۱۰۰۰ سال - شرکت) حائز شرایط فوق بوده و برای نمونه آماری انتخاب شدند. اطلاعات مورد نیاز شرکت های منتخب با مراجعه به صورت های مالی و یادداشت های توضیحی همراه صورت های مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران گردآوری شده اند. در نهایت آزمون های آماری داده ها، با استفاده از نرم افزارهای ایویوز نسخه ۸ و ایمپج L انجام شد.

مدل ها و اندازه گیری متغیرهای پژوهش

در این پژوهش برای آزمون پژوهش از مدل های رگرسیونی زیر استفاده شده است. مدل های اصلی پژوهش جهت آزمون فرضیه ها به صورت زیر محاسبه می گردد:

$$\text{Cost behavior} = \beta_0 + \beta_1 \frac{\text{Bouns}}{\text{Salary}} + \beta_2 \text{Size} + \beta_3 \text{Age} + \beta_4 \text{ROA} + \beta_5 \text{Loss} + \beta_6 \text{Audit} + \beta_7 \text{Lev} + \beta_8 \text{Growth} + \beta_9 \text{CFO}$$

مدل (۱)

$$\text{Cost behavior} = \beta_0 + \beta_1 \text{SignatureSize} + \beta_2 \text{Size} + \beta_3 \text{Age} + \beta_4 \text{ROA} + \beta_5 \text{Loss} + \beta_6 \text{Audit} + \beta_7 \text{Lev} + \beta_8 \text{Growth} + \beta_9 \text{CFO}$$

مدل (۲)

Cost behavior در پژوهش حاضر رفتار نامتقارن هزینه‌ها به عنوان متغیر وابسته پژوهش به حساب می‌آید. زمانی که میزان کاهش هزینه‌ها به هنگام کاهش فروش، کمتر از میزان افزایش هزینه‌ها به هنگام همان میزان افزایش فروش باشد، به این رفتار هزینه‌ها، چسبندگی هزینه‌ها گفته می‌شود (کردستانی و مرتضوی، ۱۳۹۱).

$$\log\left(\frac{SG\&A_{it}}{SG\&A_{it-1}}\right) = \beta_0 + \beta_1 \log\left(\frac{\text{sales}_{it}}{\text{sales}_{it-1}}\right) + \beta_2 \text{DecDummy} \cdot \log\left(\frac{\text{sales}_{it}}{\text{sales}_{it-1}}\right) + \text{Uit}$$

SG&A مجموع هزینه‌های عمومی، اداری و فروش

SALES فروش

DecDummy اگر فروش سال جاری نسبت به سال قبل کاهش یافته باشد برابر با یک و در غیر این صورت برابر با صفر. **SignatureSize** اندازه امضای مدیران است. اندازه امضاها از صفحه اول صورت‌های مالی که در آن اعضای هیئت‌مدیره با امضای خود صورت‌های مالی را تأیید می‌کنند، استخراج شدند. در اطراف هر امضا مستطیلی کشیده شد تا در هر طرف نقطه انتهایی امضا مشخص شود (زیگنهالف، ۱۹۷۷ و هام، ۲۰۱۴). سپس به کمک نرم‌افزار ایمج J مساحت امضا اندازه‌گیری و وارد نرم‌افزار اکسل شد. مساحت‌ها چارک بندی شدند و برحسب سه گروه کوچک (چارک اول)، متوسط (چارک دوم و سوم) و بزرگ (چارک چهارم) کدی تعیین گردید. برای اندازه امضای کوچک کد ۱ (یک) امضای متوسط کد ۲ (دو) و امضای بزرگ کد ۳ (سه) لحاظ شد. برای هر سال مالی، تعداد اعضای امضاکننده در هر چارک در کد مربوط به چارک ضرب شده، سپس این اعداد با هم جمع شدند. بدین ترتیب برای هر سال مالی امتیاز مربوط به امضای اعضای هیئت‌مدیره محاسبه و بر تعداد اعضای دارای امضای همان سال تقسیم شد و عدد حاصل به عنوان اندازه امضا هیئت‌مدیره در آن سال مدنظر قرار گرفت.

$\frac{\text{Bouns}}{\text{Salary}}$: نسبت پاداش مدیران بر حقوق و دستمزد کارکنان است.

Size اندازه شرکت را نشان می‌دهد که بر اساس لگاریتم متوسط دارایی‌ها محاسبه می‌شود. **Age** سن شرکت است که سال ورود شرکت به بورس مبنای قرار داده شده است. **ROA** بازده دارایی‌ها که از حاصل تقسیم تغییرات سود خالص بر میانگین دارایی‌های سال قبل به دست می‌آید. **Loss** اگر شرکت در سال مدنظر زیان ده باشد، عدد ۱ (یک) و در غیر این صورت صفر در نظر گرفته می‌شود. **Audit** اگر شرکت توسط سازمان و مؤسسه‌های رتبه الف حسابرسی شود عدد ۱ (یک) و در غیر این صورت صفر در نظر گرفته می‌شود. **Lev** نسبت کل بدهی به حقوق صاحبان سهام است. **Growth** رشد فروش از طریق مقایسه رشد فروش سال جاری سال ماقبل به نسبت سال قبل محاسبه می‌گردد. **CFO** جریان نقدی است که از نسبت جریان نقدی حاصل از صورت جریان وجوه نقد به کل دارایی‌ها حاصل می‌گردد.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

آماره‌های توصیفی پژوهش در نگاره (۱) ارائه شده‌اند. میانگین اندازه امضای مدیران ۱/۶۲۴ است که نشان دهنده آن است که حدود امضای مدیران تقریباً در سطح متوسط قرار دارد. میانگین نسبت پاداش مدیران بر حقوق و دستمزد حدود ۰/۰۱۷ است که این امر بازگو کننده آن است که میزان پاداش نقدی مشخص شده برای مدیران در طی یک سال مالی در حدود ۱/۷ درصد از کل حقوق و دستمزد پرداختی شرکت به تمامی کارکنان است. همچنین میانگین رفتار نامتقارن هزینه‌ها

۰/۰۸۸ است. از سوی دیگر مشاهده می‌شود که میانگین نسبت اهرم مالی بیش از ۰/۷۲۹ است که این امر بازگو کننده این امر است که حدود ۷۲/۹٪ از دارایی‌های شرکت از طریق بدهی‌ها تأمین می‌شوند؛ همچنین ملاحظه می‌شود که میانگین بازده دارایی‌های شرکت‌های نمونه در حدود ۰/۱۵۳ است؛ این بازدهی پایین، احتمال دارد به دلیل تاثیر خودشیفتگی مدیران باشد.

مقدار میانگین متغیر کنترلی اندازه شرکت ۱۴/۶۲۵، سن شرکت ۳/۴۵۷، زیان دهی ۰/۱۶۸، رشد فروش ۰/۳۱۵ و جریانات نقدی ۰/۱۵۳ می‌باشد.

جدول (۱): آمار توصیفی

آماره / متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشینه	کمینه
نسبت پاداش مدیران	۰/۰۱۷	۰/۰۴۵	۰/۰۸۶	۰/۰۹۳	۰/۰۰۰
اندازه امضای مدیران	۱/۶۲۴	۱/۰۰۰	۰/۵۰۱	۳/۰۰۰	۱/۰۰۰
رفتار نامتقارن هزینه‌ها	۰/۰۸۸	۰/۰۷۵	۰/۱۶۵	۱/۴۸۵	-۱/۴۱۸
اندازه شرکت	۱۴/۶۲۵	۱۲/۴۴۱	۱/۸۶۹	۱۹/۸۸۵	۱۰/۶۸۹
سن شرکت	۳/۴۵۷	۳/۶۵۹	۱/۴۲۵	۴/۹۸۶	۲/۰۲۴
بازده دارایی‌ها	۰/۱۵۳	۰/۱۴۵	۰/۱۲۷	۰/۷۲۴	-۰/۳۸۹
زیان‌دهی	۰/۱۶۸	۱/۰۰۰	۰/۱۹۳	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰
حسابرس شرکت	۰/۴۱۵	۰/۰۰۰	۰/۲۵۷	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰
اهرم مالی	۰/۷۲۹	۰/۵۸۹	۰/۴۹۹	۰/۹۶۶	۰/۱۶۷
رشد فروش	۰/۳۱۵	۰/۲۵۷	۰/۴۶۷	۱/۲۵۴	-۰/۳۸۸
جریانات نقدی	۰/۱۵۳	۰/۱۰۸	۰/۱۴۴	۰/۵۲۴	-۰/۲۱۴

بررسی پایایی (ایستایی) متغیرهای پژوهش

قبل از برآورد الگو باید ایستایی متغیرهای مورد استفاده در الگو مورد بررسی قرار گیرد اگر متغیرهای مورد استفاده در برآورد مدل، ناپایا باشند، ممکن است هیچ رابطه منطقی بین متغیرهای مستقل و وابسته وجود نداشته باشند. همچنین ناپایایی متغیرها موجب افزایش کاذب در ضریب تعیین می‌شوند؛ بنابراین، در صورتی که متغیری پایا نیست، باید با تفاضل-گیری‌های متوالی آن را پایا کرد تا از وقوع رگرسیون کاذب جلوگیری شود (خواجوی و همکاران، ۱۳۹۵). مطابق با نگاره شماره (۲) در کلیه متغیرهای مستقل، وابسته و کنترلی سطح معناداری در آزمون ریشه لوین، لیپین و چو (کوچکتر از ۰/۰۵) مشاهده می‌شود و نشان دهنده این است که متغیرها پایا هستند.

جدول (۲): بررسی پایایی (ایستایی) متغیرهای پژوهش

متغیرها	آزمون لوین، لین و چو	
	آماره آزمون	سطح معناداری
نسبت پاداش مدیران	۱۹/۰۴۶	۰/۰۰۰
اندازه امضای مدیران	۲۷/۶۹۷	۰/۰۰۰
رفتار نامتقارن هزینه‌ها	۲۶/۸۴۷	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	۲۰/۶۰۰	۰/۰۰۰
سن شرکت	۱۸/۸۷۴	۰/۰۰۰
بازده دارایی‌ها	۲۱/۱۶۶	۰/۰۰۰
زیان‌دهی	۲۰/۸۹۴	۰/۰۰۰

۰/۰۰۰	۱۹/۸۴۲	حسابرس شرکت
۰/۰۰۰	۱۹/۷۱۰	اهرم مالی
۰/۰۰۰	۲۲/۴۹۳	رشد فروش
۰/۰۰۰	۲۰/۸۹۹	جریانان نقدی

آزمون فرضیه‌های پژوهش

آزمون فرضیه اول

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول به شرح جدول (۳) ارائه می‌شود:

جدول (۳): نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش

$\text{Cost behavior} = \beta_0 + \beta_1 \frac{\text{Bouns}}{\text{Salary}} + \beta_2 \text{Size} + \beta_3 \text{Age} + \beta_4 \text{ROA} + \beta_5 \text{Loss} + \beta_6 \text{Audit} + \beta_7 \text{Lev} + \beta_8 \text{Growth} + \beta_9 \text{CFO}$ مدل (۱)					
نام متغیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره t	سطح معنی‌داری	آماره VIF
نسبت پاداش مدیران	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰۷	۵/۸۷۳	۰/۰۰۰	۱/۲۵۰
اندازه شرکت	۰/۰۲۲	۰/۰۰۶	۳/۴۹۷	۰/۰۰۰	۲/۱۷۲
سن شرکت	-۰/۰۲۹	۰/۰۱۲	-۲/۳۹۲	۰/۰۱۷	۲/۱۲۵
بازده دارایی‌ها	۰/۰۲۱	۰/۰۰۶	۳/۰۹۷	۰/۰۰۲	۲/۳۱۵
زیان‌دهی	۰/۳۱۵	۰/۰۷۸	۴/۰۴۲	۰/۰۰۰	۱/۸۳۲
حسابرس شرکت	-۰/۰۲۳	۰/۰۰۵	-۴/۱۲۱	۰/۰۰۰	۱/۵۸۸
اهرم مالی	۰/۰۰۸	۰/۰۰۲	۳/۶۲۰	۰/۰۰۰	۲/۲۱۵
رشد فروش	۱/۱۵۷	۰/۱۴۷	۷/۸۵۹	۰/۰۰۰	۲/۱۵۰
جریانان نقدی	۰/۳۹۶	۰/۱۲۴	۳/۱۷۹	۰/۰۰۱	۱/۸۲۰
مقدار ثابت	-۰/۵۵۶	۰/۱۰۳	-۵/۳۵۲	۰/۰۰۰	-
ضریب تعیین	آماره F	آماره دوربین واتسون	آماره F لیمر	آماره هاسمن	آماره ناهمسانی واریانس
۰/۶۵۳	۱۴/۵۸۶ (۰/۰۰۰)	۱/۹۸۲	۳/۲۵۵ (۰/۰۰۰)	۲۳/۶۸۵ (۰/۰۹۹)	۲/۷۵۸ (۰/۸۵۹)

با عنایت به محاسبات حاصل از آزمون اف لیمر، سطح معنی‌داری به‌دست آمده بیانگر این است که مقاطع بررسی شده همگن نبوده و وجود تفاوت‌های فردی احراز شده است. به عبارتی برای الگوی فرضیه اول پژوهش استفاده از روش داده‌های تابلویی مناسب است؛ همچنین با توجه به نتایج حاصل شده از آزمون هاسمن در خصوص سطح معنی‌داری، تفاوت در ضرایب سیستماتیک است؛ بنابراین استفاده از روش مدل اثرات تصادفی بر روش ثابت ارجح است. آماره ناهمسانی واریانس و سطح معنی‌داری محاسبه شده نشان از ثابت بودن واریانس پسماندها است. همچنین آماره VIF گزارش شده نشان از عدم وجود همخطی در تخمین رگرسیون مدل پژوهش است. سطح معنی‌داری برای هر کدام از متغیرها و در عین حال برای الگوی جامع در آستانه اطمینان ۹۵ درصد محاسبه شده است. ضریب تعیین محاسبه شده نشان می‌دهد توضیح دهنده‌گی تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی در حدود ۶۵/۳ است. عدم وجود خودهمبستگی و استقلال باقیمانده‌های اجزای خطا که از طریق آماره دوربین واتسون محاسبه شده (۱/۹۸۲) بین ۲/۵ - ۱/۵ است؛ در نتیجه تأیید می‌شود.

سطح معنی داری گزارش شده در نگاره (۳) از طریق آماره آزمون برای متغیر نسبت پاداش مدیران بر حقوق و دستمزد از سطح خطای قابل قبول ۵ درصد کمتر است؛ بنابراین تأثیر معنی داری بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأیید می‌شود و منتهی به پذیرش فرضیه اول پژوهش می‌شود. اما هر چه نسبت پاداش مدیران بر حقوق و دستمزد کارکنان افزایش یابد، سطح رفتار نامتقارن هزینه‌ها افزایش می‌یابد. متغیرهای کنترلی اندازه شرکت، بازده دارایی‌ها، زیان دهی، اهرم مالی، رشد فروش و جریان‌های نقدی ارتباطی مثبت و معنی دار با رفتار نامتقارن هزینه‌ها دارند؛ ولی سن شرکت و حسابرس شرکت ارتباطی معکوس و معنی دار با رفتار نامتقارن هزینه‌ها دارند.

آزمون فرضیه دوم

نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم به شرح جدول (۴) ارائه می‌شود:

جدول (۴): نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش

$Cost\ behavior = \beta_0 + \beta_1 SignatureSize + \beta_2 Size + \beta_3 Age + \beta_4 ROA + \beta_5 Loss + \beta_6 Audit + \beta_7 Lev + \beta_8 Growth + \beta_9 CFO$ مدل (۲)					
نام متغیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره t	سطح معنی داری	آماره VIF
اندازه امضای مدیران	۰/۰۸۱	۰/۰۲۵	۳/۲۳۷	۰/۰۰۱	۱/۱۲۰
اندازه شرکت	۱/۳۳۸	۰/۱۵۹	۸/۴۰۸	۰/۰۰۰	۱/۱۹۲
سن شرکت	-۰/۰۴۵	۰/۰۲۱	-۲/۱۵۷	۰/۰۳۱	۰/۱۱۲
بازده دارایی‌ها	۰/۱۰۱	۰/۰۲۹	۳/۴۲۸	۰/۰۰۰	۱/۱۷۸
زیان دهی	۰/۴۱۸	۰/۱۴۴	۲/۸۸۶	۰/۰۰۴	۰/۱۱۹
حسابرس شرکت	-۰/۲۵۸	۰/۰۶۰	-۴/۳۰۳	۰/۰۰۰	۲/۳۶۴
اهرم مالی	-۱/۷۷۰	۰/۵۰۹	-۳/۴۷۲	۰/۰۰۰	۲/۰۴۳
رشد فروش	۰/۰۲۲	۰/۰۰۷	۲/۸۳۵	۰/۰۰۴	۳/۷۷۵
جریان‌های نقدی	۲/۷۲۷	۰/۶۸۸	۳/۹۶۳	۰/۰۰۰	۱/۲۱۶
مقدار ثابت	۰/۰۱۵	۰/۰۰۵	۲/۵۶۰	۰/۰۱۰	-
ضریب تعیین	آماره F	آماره دوربین واتسون	آماره F لیمر	آماره هاسمن	آماره ناهمسانی واریانس
۰/۵۹۵	۱۴/۶۵۲ (۰/۰۰۰)	۱/۹۸۱	۲/۹۸۲ (۰/۰۰۰)	۱۳/۴۵۷ (۰/۰۷۷)	۲/۸۵۴ (۰/۱۵۷)

با عنایت به محاسبات حاصل از آزمون اف لیمر، سطح معنی داری به دست آمده بیانگر این است که مقاطع بررسی شده همگن نبوده و وجود تفاوت‌های فردی احراز شده است. به عبارتی برای الگوی فرضیه دوم پژوهش استفاده از روش داده‌های تابلویی مناسب است؛ همچنین با توجه به نتایج حاصل شده از آزمون هاسمن در خصوص سطح معنی داری، تفاوت در ضرایب سیستماتیک است؛ بنابراین استفاده از روش مدل اثرات تصادفی بر روش ثابت ارجح است. آماره ناهمسانی واریانس و سطح معنی داری محاسبه شده نشان از ثابت بودن واریانس پسماندها است. همچنین آماره VIF گزارش شده نشان از عدم وجود همخطی در تخمین رگرسیون مدل پژوهش است. سطح معنی داری برای هر کدام از متغیرها و در عین حال برای الگوی جامع در آستانه اطمینان ۹۵ درصد محاسبه شده است. ضریب تعیین محاسبه شده نشان می‌دهد توضیح دهنده‌گی تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی در حدود ۵۹/۵ است. عدم وجود خودهمبستگی و

استقلال باقیمانده‌های اجزای خطا که از طریق آماره دوربین واتسون محاسبه شده (۱/۹۸۱) بین ۲/۵ - ۱/۵ است؛ در نتیجه تأیید می‌شود.

سطح معنی‌داری گزارش شده در نگاره (۴) از طریق آماره آزمون برای متغیر اندازه امضای مدیران از سطح خطای قابل قبول ۵ درصد کمتر است؛ بنابراین تأثیر معنی‌داری بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها تأیید می‌شود و منتهی به پذیرش فرضیه دوم پژوهش می‌شود. هر چه اندازه امضای مدیران بزرگتر باشد میزان خودشیفتگی مدیران افزایش یابد رفتار نامتقارن هزینه‌ها افزایش می‌یابد. متغیرهای کنترلی اندازه شرکت، بازده دارایی‌ها، زیان‌دهی، رشد فروش و جریان نقدی ارتباطی مثبت و معنی‌دار با رفتار نامتقارن هزینه‌ها دارند؛ ولی سن شرکت، اهرم مالی و حسابرسان شرکت ارتباطی معکوس و معنی‌دار با رفتار نامتقارن هزینه‌ها دارند.

نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش مطالعه و بررسی ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتار نامتقارن هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۲ است. در این پژوهش از دو معیار نسبت پاداش مدیران بر حقوق و دستمزد و اندازه امضای مدیران برای سنجش خودشیفتگی مدیران استفاده گردیده است. با توجه به نتایج بدست‌آمده دو معیار نسبت پاداش مدیران بر حقوق و دستمزد و اندازه امضای مدیران تأثیر معناداری بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها دارند به طوری که در فرضیه‌های پژوهش، نسبت پاداش مدیران بر حقوق و دستمزد و اندازه امضای مدیران تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها دارد که در نتیجه با استدلال‌های مرتبط با این پژوهش همخوانی دارد. از این‌رو، مطابق با مبانی نظری و پیشینه‌های مرتبط، نتایج فرضیه‌های پژوهش همسو با نتایج پژوهش هئونگ (۲۰۲۴)، است.

در راستای نتایج حاصل شده، به سرمایه‌گذاران بالفعل و بالقوه بازار سرمایه پیشنهاد می‌شود در تصمیمات سرمایه‌گذاری به رفتار نامتقارن هزینه‌ها به عنوان عاملی برای کاهش ثروت مالکان توجه داشته باشند و در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری نمایند که صورت‌های مالی آنها از قابلیت مقایسه بیشتری برخوردار باشد. به علاوه، به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود با افزایش کیفیت مدیران، ریسک سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران را کاهش دهند و شرایط تخصیص بهینه منابع برای آنها را فراهم بیاورند.

همچنین مدیران می‌توانند عوامل ایجاد رفتار نامتقارن برای هزینه‌های شرکت را شناسایی و تا میزان قابل توجهی کنترل کنند. آن‌ها می‌توانند از طریق انعقاد قراردادهای مناسب برای مخارج شرکت و استخدام کارکنان (به عنوان مثال انعقاد قراردادهای کوتاه مدت)، میزان تعدیلات لازم برای کاهش سطح دارایی‌های خود در دوره های کاهش تقاضا و سطح فروش را کمتر کنند و شدت رفتار نامتقارن هزینه‌ها را کاهش دهند.

بر مبنای یافته‌های پژوهش، به پژوهشگران در جهت ارتقای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود؛ تأثیر سایر سویه‌های رفتاری از جمله بیش‌اعتمادی مدیران، خوش‌بینی مدیران و کوتاه‌بینی بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها به طور مقایسه‌ای با خودشیفتگی مدیران بررسی نمایند. همچنین تأثیر خودشیفتگی مدیران بر کیفیت خدمات حسابرسان تحلیل کنند.

منابع

✓ بشارت، محمدعلی، خدابخش، محمدرضا، فراهانی، حجت‌الله، رضازاده، سیدمحمدرضا، (۱۳۹۰)، نقش واسطه‌ای خودشیفتگی در رابطه بین همدلی و کیفیت روابط بین شخصی، فصلنامه روانشناسی کاربردی، دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۲-۷.

- ✓ خواجوی، شکرالله؛ دهقانی سعدی، علی اصغر، ورامی شیرازی، فرزاد، (۱۳۹۵)، تأثیر خودشیفتگی مدیران بر مدیریت سود و عملکرد مالی، مجله پیشرفت‌های حسابداری دانشگاه شیراز، دوره ۸، شماره ۲، صص ۱۲۳-۱۴۹.
- ✓ خواجوی، شکراله و رحمانی، محسن، (۱۳۹۷)، بررسی اثر خودشیفتگی مدیران بر خطر سقوط قیمت سهام: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه علمی پژوهشی دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، ۱۱(۳۷)، ۱-۱۵.
- ✓ شیرینی، اردشیر، خلدشرفی، صبریه، دهقانی سلطانی، مهدی، یاسینی، علی، (۱۳۹۴)، بررسی ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتارهای منافقانه با نقش میانجی رفتار ماکیاوولی‌گری مدیران در سازمان‌های دولتی شهر کرمانشاه، مدیریت سازمان‌های دولتی، دوره ۳، شماره ۱۱، صص ۱۰۷-۱۲۸.
- ✓ قلی‌پور، آرین، خنیفر، حسین، فاخری کوزه‌کنان، سمیرا، (۱۳۸۷)، اثرات خودشیفتگی مدیران بر آشفتگی سازمان‌ها، فرهنگ مدیریت، دوره ۶، شماره ۱۸، صص ۷۹-۹۳.
- ✓ مشایخ، شهناز، حبیب زاده، ملیحه، حسن‌زاده کوچو، محمود، (۱۳۹۹)، تأثیر خودشیفتگی مدیران بر افشای اختیاری اطلاعات شرکت‌ها، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۷، شماره ۴، صص ۶۴۹-۶۷۱.
- ✓ نمازی، محمد، دهقانی سعدی، قوهستانی، سمانه، (۱۳۹۶)، خودشیفتگی مدیران و استراتژی تجاری شرکت‌ها، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۶، شماره ۲۲، صص ۳۷-۵۲.
- ✓ نوین‌نام، غلام عباس، شکرکن، مهناز، مهرابی زاده هنرمند، حسین، (۱۳۸۰)، بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی و سبک‌های رهبری مدیران، علوم تربیتی و روانشناسی، دوره ۸، شماره ۳-۴، صص ۸۷-۱۰۶.
- ✓ Aghaz, A., Atashgah, M.S.S. & Zoghipour, M. (2014). Narcissism and Counterproductive Workplace Behaviors among Iranian managers and Nonmanagerial Employees. *Asian Journal of Business Ethics*, 3(2), 155-169.
- Banker, R., Byzalov, D., & Plehn-Dujowich, J. (2014). Demand Uncertainty and Cost Behavior. *The Accounting Review*, 89(3), PP. 839-865.
- ✓ -Chatterjee, A. and D.C. Hambrick. (2007). It's All about Me: Narcissistic Chief Executive Officers and Their Effects on Company Strategy and Performance, *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 351-386.
- Cooper, R. and Kaplan, R. S. (1988). Measure Costs Right: Make the Right Decisions. *Harvard Business Review*, 66 (5), PP. 96-103.
- ✓ Craig, R., and J. Amernic. (2011). Detecting linguistic traces of destructive narcissism at-a-distance in a CEO's letter to shareholders. *Journal of Business Ethics*, 101(4), 563-575.
- ✓ Ham, C., Seybert, N., Wang, S. (2018). Narcissism is a bad sign: CEO signature size, investment, and performance. *Review of Accounting Studies*. 23(2), 234-264.
- ✓ Hambrick, D. C. (2007). Upper echelons theory: An update. *The Academy of Management Review*, 32(2), 334-343.
- Hartlieb, S. & Loy, T. R. (2017). Evidence on the Trade-Off between Cost Stickiness and Income Smoothing. Working Paper, University of Bamberg and University of Bayreuth.
- Hartlieb, S. & Loy, T. R. (2019). "Evidence on the Trade-Off between Cost Stickiness and Income Smoothing". Management Accounting Section (MAS) Meeting, Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2814309>.
- ✓ Marquez J, Conley A, Karayanidis F, Lagopoulos J, Parsons M. (2018). Anodal direct current stimulation in the healthy aged effects determined by the hemisphere stimulated. *Rest Neurol Neurosci*; 33(4), 509-519.
- mashayekh, Sh.; Habibzade, M.; Hasanzade Kucho, M.; (2021). The Effect of CEO Narcissism on Voluntary Disclosure. *Accounting and Auditing Review*; 27(4), 649-671.
- ✓ Olsen, K. J.; K. K. Dworkis; and S.M. Young. (2014). CEO Narcissism and Accounting: a picture of profits, *Journal of Management Accounting Research*, 26(11), 243-267.

- ✓ Olsen, K. J. and J. M. Stekelberg. (2016). CEO Narcissism and Corporate Tax Sheltering, *Journal of the American Taxation Association*, 38(1), 1-22.
- ✓ O'Reilly, C. A.; Doerr, B.; Caldwell, D. F.; and J. A. Chatman. (2014). Narcissistic CEOs and Executive Compensation, *The Leadership Quarterly*, 25(2), 218-231.
- ✓ Pincus, A.L., Ansell, E.B., Pimentel, C.A., Cain, N.M., Wright, A.G.C. & Levy, K.N. (2009). Initial Construction and Validation of the Pathological Narcissism Inventory. *Psychological assessment*, 21(3), 365-379.
- ✓ Scott Judd J.; Olsen Kari Joseph and Stekelberg, (2017), How Do Auditors Respond to CEO Narcissism? Evidence from External Audit Fees, *Accounting Horizons*, 31(4), 33-52
- ✓ Zweigenhaft, R.L. (1977). The empirical study of signature size. *Social Behavior and Personality*, 5(1), 177-185.