

## تأثیر خود رأیی مدیریت بر رفتار نامتقارن هزینه‌ها

زینب مهتری<sup>۱</sup>، محمد محمدیان<sup>۲</sup>\*

۱- دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه شیراز

۲- دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه شیراز

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۱/۱۰ ، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۴/۱۵

### چکیده:

هدف این پژوهش بررسی تأثیر خود رأیی مدیریت بر رفتار نامتقارن هزینه‌های عمومی، اداری و فروش در کنار متغیرهای حاکمیت شرکتی، اقتصادی و نمایندگی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. تعداد ۱۲۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره‌ی زمانی ۱۰ ساله از سال ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۲ مورد بررسی قرار گرفته‌اند. جهت آزمون فرضیه‌ها از داده‌های پنل و مدل رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان دهنده وجود رفتار نامتقارن هزینه‌های عمومی، اداری و فروش است و شدت چسبندگی این هزینه‌ها با خود رأیی مدیریت، افزایش می‌یابد. همچنین نتایج حاصل از بررسی شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، پس از کنترل هر یک از متغیرهای نمایندگی، اقتصادی و حاکمیت شرکتی معنادار نیست.

**واژگان کلیدی:** خود رأیی مدیریت، چسبندگی هزینه‌ها، مسئله نمایندگی، متغیرهای اقتصادی، مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی.

### ۱- مقدمه

تصمیم‌گیری هسته اصلی مدیریت است که در تمامی وظایف مدیریت تبلور می‌یابد. حسابداری مدیریت از مهم‌ترین ابزارهای ارائه اطلاعات لازم به مدیران برای تصمیم‌گیری است. از این رو، تهیه و عرضه اطلاعات قابل فهم



\* نویسنده مسئول

1-Zmehtari.shirazu@gmail.com

2-Mohammadian.shirazu@gmail.com



و اعتماد، مربوط و به موقع می تواند مدیریت را در اتخاذ تصمیم به موقع و مناسب یاری کند. به عبارت دیگر، تأکید اساسی حسابداری مدیریت بر عرضه اطلاعات مفید و به موقع برای برنامه ریزی و کنترل توسط مدیران است [۳]. یکی از مفروضات اولیه حسابداری مدیریت بیانگر آن است که تغییرات هزینه‌ها رابطه‌ای متناسب با افزایش و کاهش سطح فعالیت دارد. اما به تازگی این فرض با مطرح شدن بحث چسبندگی هزینه‌ها توسط اندرسون<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۳) مورد بحث قرار گرفته است. به این معنا که میزان افزایش در هزینه‌ها با افزایش در سطح فعالیت بیشتر از میزان کاهش در هزینه‌ها در ازای همان میزان کاهش در سطح فعالیت است [۱۲]. هزینه‌های عمومی، اداری و فروش رابطه معنی‌داری با سطح عملیات واحد تجاری دارند. به طور متوسط، نسبت هزینه‌های عمومی، اداری و فروش به کل دارایی‌ها ۲۷٪ می‌باشد، در حالی که نسبت هزینه‌های تحقیق و توسعه به کل دارایی‌ها ۳٪ است [۱۵]. با توجه به اهمیت هزینه‌های عمومی، اداری و فروش، دست‌اندرکاران حرفه‌ای، کنترل این هزینه‌ها را ترجیح می‌دهند.

در پژوهش‌های پیشین، عمدتاً به بیان چسبندگی هزینه‌ها با فاکتورهای اقتصادی از قبیل شدت دارایی‌ها و عدم اطمینان تقاضای آتی اشاره شده و تأثیر محرک‌های مدیریتی بر رفتار هزینه نادیده گرفته شده است. اگر چه اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) پنداشتند که بخشی از عدم تقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ممکن است منتج از هزینه‌های نمایندگی باشد ولی شواهد تجربی مناسبی برای حدس خود نیافتند. در این پژوهش به بررسی تأثیر خود رأیی مدیریت بر رفتار نامتقارن هزینه‌های عمومی، اداری و فروش در کنار متغیرهای اقتصادی، نمایندگی و حاکمیت شرکتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است.

## ۲- مبانی نظری پژوهش

رفتار هزینه به این معنی است که هزینه‌ها چگونه نسبت به تغییراتی که در سطح فعالیت رخ می‌دهد، واکنش نشان می‌دهند. در گذشته، فرض می‌شد که هزینه‌ها، به صورت خطی و در تناسب با تغییرات در سطح فعالیت تغییر کنند؛ اما بر اساس فرضیه‌های جدید، هزینه‌ها به طور متفاوت (غیر خطی) نسبت به تغییرات صعودی و نزولی سطح فعالیت واکنش نشان می‌دهند. این ویژگی باعث شده که از آن‌ها تحت عنوان هزینه‌های چسبنده یاد شود [۱۲]. 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 [۳]. ریشه این دو فرض را می‌توان از دو منظر مورد بررسی قرار داد. دیدگاه اول مربوط به تئوری‌های نمایندگی (به خصوص تئوری حکمفرمانی<sup>۱</sup> مدیریتی) است [۲۲، ۳۰ و ۱۸]. 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



1-Anderson



دارد [۲۷، ۳۰ و ۲۱]. 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 [۱۲].

دیدگاه دوم، مربوط به تئوری‌های روانشناسی (به خصوص تئوری خود رأیی مدیریت) است [۱۸]. بر اساس این تئوری، مدیران توانایی‌ها و شایستگی‌های موجود را بیش از اندازه برآورد می‌کنند و بیش از حد درباره پتانسیل فعالیت‌های شرکت خوش‌بین هستند.

این موضوع به خاطر خطای ذهنی<sup>۲</sup> آن‌ها است؛ یعنی، مدیر بر این تفکر است که آگاهی بیشتری نسبت به بقیه دارد یا عقاید او بر مبنای مهارت‌های بیشتری که نسبت به بقیه دارد ارزیابی شده است. مدیران خود رأی، ریسک را نسبت به آنچه که واقعاً وجود دارد در نظر نمی‌گیرند و از این رو، با دقت تمامی احتمالات و عدم اطمینان‌های موجود را ارزیابی نمی‌کنند.

تصمیم‌های مدیران برای حذف یا نگهداری منابع مربوط به هزینه‌های عمومی، اداری و فروش، زمانی که فروش کاهش می‌یابد، بستگی به انتظارات مدیران در رابطه با تداوم کاهش تقاضا در کوتاه مدت و جایگزینی این منابع در زمان برگشت تقاضا در آینده دارد [۱۲].

به نظر می‌رسد انتظارات مدیران درباره تداوم روند کاهش تقاضا از طریق اعتماد بیش از حد و کمتر از حد، بر رفتار نامتقارن هزینه‌های عمومی، اداری و فروش تاثیر دارد. اگر افراد توانایی‌ها و مهارت‌های خود را نسبت به دیگران بیش از حد برآورد کنند گفته می‌شود اعتماد اغراق آمیز<sup>۱</sup> دارند [۲۴ و ۱۱]. در مقابل وقتی افراد برآورد بیش از حد نسبت به توانایی‌های خود بدون مقایسه با توانایی‌های دیگران دارند به آن اعتماد نادرست<sup>۲</sup> گفته می‌شود [۲۹]. در حالت اعتماد اغراق آمیز، مدیران خود رأی درباره برگشت تقاضا، دیدگاه کاملاً مثبتی دارند؛ بنابراین آن‌ها برآورد بیش از حدی از برگشت فروش در آینده نزدیک خواهند داشت که باعث ایجاد انگیزه در مدیران جهت نگهداری مازاد هزینه‌های عمومی، اداری و فروش هنگام کاهش فروش خواهد شد که منجر به چسبندگی بیشتر هزینه‌ها می‌شود. در حالت اعتماد نادرست، مدیران خود رأی، برآورد نادرستی از صحت ارزیابی‌شان از تقاضای آتی دارند که احتمال نگهداری مازاد منابع مربوط به هزینه‌های عمومی، اداری و فروش را افزایش داده و منجر به افزایش چسبندگی هزینه‌ها می‌شود [۱۷].

### ۳- پیشینه پژوهش

تعدادی از پژوهش‌های قبلی انجام شده در این زمینه به شرح ذیل است:



- 1-Empire Building
- 2-Mental error



## ۳-۱- پیشینه خارجی

اندرسون و همکاران (۲۰۰۳) در پژوهشی به بررسی رفتار هزینه های توزیع، فروش، اداری و عمومی در بین ۷۶۲۹ شرکت آمریکایی در طول بیست سال پرداختند. یافته های پژوهش مذکور نشان داد که به طور میانگین، با افزایش یک درصدی در فروش، هزینه های اداری و عمومی، توزیع، فروش ۵۵٪ افزایش می یابد، در حالی که با کاهش یک درصدی در فروش، کاهش ۳۵٪ در هزینه ها پدید می آید [۱۲].

سایرامانین و ویدن میر<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) وجود رفتاری چسبنده در بهای تمام شده ی کالای فروش رفته را آزمون و تأیید کردند. آن ها همچنین تأثیر شرایط مختلف اقتصادی همچون نرخ تولید ناخالص ملی و ویژگی های متفاوت شرکت ها مانند جمع دارایی ها و تعداد کارکنان شرکت را بر شدت چسبندگی هزینه ها آزمون نمودند. یافته های آن ها نشان می دهد در دوره های رشد اقتصادی، شدت چسبندگی بیش تر است و در دوره هایی که در دوره قبل از آن کاهش درآمد رخ داده است، شدت چسبندگی کاهش می یابد. همچنین با افزایش نسبت جمع دارایی ها به فروش و با افزایش تعداد کارکنان شرکت ها، شدت چسبندگی هزینه ها افزایش می یابد [۳۱].

مدیروس و کاستا<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) چسبندگی هزینه های اداری، عمومی، فروش را بر روی ۱۹۸ شرکت برزیلی مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آن ها بیانگر وجود رفتاری چسبنده برای هزینه های اداری، عمومی و فروش بود [۲۸].

کالجا<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) چسبندگی هزینه های عملیاتی را با استفاده از داده های ۴ کشور آمریکا، انگلیس، فرانسه و آلمان آزمون کرد. نتایج پژوهش وی نشان داد، با افزایش ۱٪ در فروش، هزینه های عملیاتی ۹۷٪ افزایش می یابد و با کاهش ۱٪ در فروش، هزینه های عملیاتی ۹۱٪ کاهش می یابد و شدت چسبندگی هزینه ها در فرانسه و آلمان بیش تر از شدت چسبندگی در آمریکا و انگلیس است [۱۶].

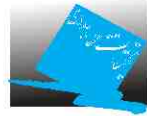
اندرسون و لانن<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) نیز به شواهدی مبنی بر تفاوت شدت چسبندگی هزینه ها در میان صنایع مختلف و تفاوت شدت چسبندگی برای برخی از اجزای هزینه های عملیاتی از هزینه های بازاریابی، تحقیق و توسعه و حقوق و دستمزد دست یافتند [۱۳].

بالاکریشنان و گروکا<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) در پژوهشی تفاوت شدت چسبندگی هزینه ها در میان بخش های مختلف سازمان را آزمون کردند و به این نتیجه رسیدند که شدت چسبندگی هزینه ها برای بخش های مرکزی و اصلی شرکت بیشتر است [۱۴].

مال مندی پر و تاته<sup>۵</sup> (۲۰۰۸) در پژوهشی به بررسی اطمینان بیش از حد مدیر عامل شرکت و واکنش بازار پرداختند. یافته های پژوهش نشان می دهد که برای پیش بینی بازده آتی، زمانی که منابع مالی کافی در داخل شرکت وجود دارد مدیریت بیش از اندازه معمول، سرمایه گذاری خواهد کرد [۲۶].



- 1-Better than average
- 2-Miscalibration
- 3-Subramanian and Weidenmier



بنکر و همکاران (۲۰۱۱) در زمینه ایجاد ارزش در بلندمدت به وسیله مخارج اداری، عمومی و فروش پژوهشی را انجام دادند و نتایج آن نشان داد شرکت‌هایی که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش کمی دارند، در آینده ایجاد ارزش می‌کنند و چسبندگی هزینه‌های اداری، عمومی و فروش می‌تواند به عنوان یکی از فاکتورهای مفید نمایندگی در موضوعات اقتصادی باشد. آن‌ها همچنین دریافتند در زمانی که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش منجر به ارزش آفرینی بالقوه کمتری می‌شوند، چسبندگی هزینه‌ها، درجه کمتری دارند تا زمانی که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ارزش آفرینی بالقوه بیشتری ایجاد می‌کنند. در هر حال، مسئله نمایندگی در جایی که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ارزش آفرینی کمتری ایجاد می‌کند، مفیدتر است تا جایی که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش ارزش آفرینی بیشتری ایجاد می‌کنند [۱۵].

چن و همکاران (۲۰۱۲) با بررسی داده‌های اداری و مالی ۱۵۰۰ سال-شرکت موجود در شاخص استاندارد اند پورز<sup>۱</sup> در دوره زمانی ۲۰۰۵-۱۹۹۶ به این نتیجه رسیدند که افزایش هزینه‌های اداری، عمومی و فروش از قبیل هزینه‌های سربار تحقق یافته در بخش اداره شرکت‌ها در زمانی که فروش (تقاضا) بالا می‌رود، دارای شیب بیشتری نسبت به کاهش این هزینه‌ها در زمانی که فروش (تقاضا) کاهش می‌یابد، است. همچنین آن‌ها رفتار نامتقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در سطوح بهینه را مورد بررسی قرار دادند که نتیجه آن نشان‌دهنده عدم تقارن بیشتر هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در صورت تحمیل فاکتورهای اقتصادی است که این هم بر رابطه مثبت تئوری نمایندگی و درجه عدم تقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش دلالت دارد؛ بدین ترتیب که هر چه ساختار تجربی این محرک قوی‌تر باشد، عدم تقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش بیشتر و هزینه‌های اداری، عمومی و فروش بیشتری در سطوح مطلوب شرکت به وجود می‌آید. همچنین آن‌ها به این نتیجه رسیدند زمانی که سیستم اداره شرکت آشفته است، رابطه مثبتی بین مسئله نمایندگی و عدم تقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش وجود دارد و به نظر می‌رسد تاثیر حاکمیت شرکتی قوی بر مسئله نمایندگی موجب تعدیل و کاهش عدم تقارن هزینه‌های اداری، عمومی و فروش شود [۱۸].

کاما و ویس<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «آیا اهداف سود و انگیزه‌های مدیریتی، چسبندگی هزینه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟» به این نتیجه رسیدند زمانی که مدیران انگیزه‌هایی برای اجتناب از زیان، کاهش سود و یا برآورده ساختن پیش‌بینی‌های سود تحلیل‌گران مالی دارند، تعدیلات رو به پایین منابع مجازی را برای کاهش فروش در پیش می‌گیرند [۲۳].

دشماخ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۳) به این نتیجه رسیدند که مدیران دارای اطمینان بیش از حد به دلیل این که تأمین مالی خارجی به منظور سرمایه‌گذاری در شرکت را پر هزینه می‌دانند، در صورت نیاز به سرمایه‌گذاری



- 1-Medeiros and Costa
- 2-Calleja
- 3-Lanen
- 4-Balakrishnan and Gruca
- 5-Malmendier and Tate
- 6-Standard and Poor's (S & P)



بیش‌تر در آینده، سود نقدی کم‌تری تقسیم می‌کنند. همچنین آن‌ها به این نتیجه رسیدند که در شرکت‌های دارای فرصت رشد کم‌تر و وجوه نقد کم‌تر، این رابطه منفی شدیدتر است [۲۰].

چن و همکاران (۲۰۱۳) به بررسی خود رأیی مدیریت و چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش پرداختند. آن‌ها معتقد بودند که مدیران خود رأی، برآوردی بیش از واقع از تقاضا دارند و در نتیجه احتمال کمی نسبت به کاهش هزینه‌های عمومی، اداری و فروش هنگام کاهش فروش را پیش‌بینی کردند. در نهایت نتایج این پژوهش بیانگر نقش قابل ملاحظه خود رأیی مدیریت (اختیار مدیران) در مدیریت هزینه‌ها می‌باشد [۱۷].

چن و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی رفتار نامتقارن هزینه‌های عمومی، اداری و فروش و حاکمیت شرکتی با تاکید بر قوانین ضد تصاحب پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن است که مدیران در زمانی که عملکرد شرکت مطلوب است (به عنوان مثال هنگام افزایش فروش) تنها بعد از دوره گذر از قانون ضد تصاحب، تمایل دارند تا هزینه‌های عمومی، اداری و فروش بیشتری را صرف کنند؛ اما هنگامی که عملکرد شرکت ضعیف است (به عنوان مثال، هنگام کاهش تقاضا)، کاهش هزینه‌های عمومی اداری و فروش، کمتر است [۱۹].

### ۳-۲- پیشینه داخلی

خوش طینت و نادای قمی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان چارچوب رابطه رفتار اطمینان بیش از حد سرمایه گذاران با بازده سهام، رابطه رفتار اطمینان بیش از حد سرمایه گذاران با بازده سهام را در ۱۱۹ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۸۷ بررسی کردند. نتایج پژوهش شواهد ضعیفی در مورد وجود ویژگی رفتاری اطمینان بیش از حد در بین مشارکت‌کنندگان بازار اوراق بهادار ایران ارائه داده است [۵].

ایران‌زاده و محمدزاده مقدم (۱۳۸۹) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که هزینه‌های فروش، اداری و عمومی به طور میانگین به ازای افزایش ۱٪ در فروش، ۴۳٪ افزایش می‌یابند. در حالی که با کاهش ۱٪ در درآمد فروش، هزینه‌های عمومی، اداری و فروش ۳۲٪ کاهش می‌یابند. این رفتار هزینه‌ای چسبنده در تضاد با مدل سنتی است که فرض می‌کند که هزینه‌ها رفتاری متقارن با افزایش و کاهش فعالیت دارند [۲].

نمازی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان تحلیل بنیادی رفتار چسبنده هزینه‌ها و بهای تمام شده با تاکید بر دامنه تغییرات در بورس اوراق بهادار تهران به بررسی رفتار چسبنده هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، بهای تمام شده و مجموع بهای تمام شده و هزینه‌های اداری، عمومی و فروش طی دوره زمانی ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۸ پرداختند و به این نتیجه رسیدند که هزینه‌های اداری، عمومی و فروش، بهای تمام شده و مجموع بهای تمام شده و هزینه‌های اداری، عمومی و فروش دارای رفتار چسبنده هستند. همچنین هزینه‌های اداری، عمومی و فروش تنها برای تغییرات بیش از ۳۰٪ در درآمد فروش، بهای تمام شده برای



- 1-Kama and Weiss
- 2-Deshmukh
- 3-Antitakeover Laws





تغییرات کمتر از ۱۰٪ و بیش از ۳۰٪ دارای رفتار چسبنده هستند [۱۰].

کردستانی و مرتضوی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان شناسایی عوامل تعیین کننده چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها به این نتیجه رسیدند که چسبندگی هزینه‌های فروش، عمومی و اداری در دوره بعد از کاهش فروش وارونه می‌شود و کاهش فروش در دو دوره متوالی، موجب کاهش چسبندگی بهای تمام شده کالای فروش رفته و هزینه‌های فروش، عمومی و اداری در دوره دوم می‌شود و هر چه میزان دارایی‌ها بیشتر باشد، چسبندگی بهای تمام شده کالای فروش رفته و هزینه‌های فروش، عمومی و اداری بیشتر می‌شود. اما شواهدی از تاثیر طول دوره مطالعه، رشد اقتصادی و تعداد کارکنان بر چسبندگی هزینه‌ها بدست نیاوردند [۷].

بولو و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین دیدگاه مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها در بورس اوراق بهادار تهران، در مورد چسبندگی هزینه‌ها، نظریه تصمیم‌گیری آگاهانه با استفاده از پیش‌بینی مدیریت از وضعیت فروش در آینده را مورد آزمون قرار دادند. نتایج پژوهش که بر اساس اطلاعات شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، برای دوره پنج ساله از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸ است، نشان می‌دهد زمانی که مدیران به فروش در آینده خوش بین هستند، شدت چسبندگی هزینه‌ها افزایش می‌یابد [۳].

بهار مقدم و کاوسی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان بررسی عدم تقارن زمانی سود ناشی از محافظه‌کاری و چسبندگی هزینه‌ها، طی یک دوره ۱۰ ساله از ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ به این نتیجه رسیدند که هر دو پدیده محافظه‌کاری و چسبندگی هزینه‌ها، به طور همزمان وجود دارد. همچنین اگر هنگام برآورد محافظه‌کاری مشروط، اثر چسبندگی هزینه‌ها نادیده گرفته شود، میزان محافظه‌کاری اندازه‌گیری شده بیش از مقدار واقعی آن برآورد خواهد شد [۴].

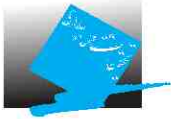
حاجی زاده و نیک‌کار (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان تئوری چسبندگی هزینه‌ها و تأثیرات آن بر مفاهیم حسابداری به این نتیجه رسیدند که رفتار چسبندگی هزینه‌ها بر مدل استاندارد هزینه، حجم فعالیت و سود تأثیرگذار است [۶].

نجاتی و هاشمی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان تأثیر چسبندگی هزینه‌ها بر محافظه‌کاری مشروط به این نتیجه رسیدند که بخشی از الگوی عدم تقارن زمانی سود ناشی از چسبندگی هزینه‌ها می‌باشد [۹].

## ۳- جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در پژوهش حاضر اقدام به نمونه‌گیری نشده، ولی به منظور رعایت تجانس شرکت‌های برگزیده، اقدام به محدود کردن جامعه آماری بر اساس معیارهای سه‌گانه زیر شده است:

۱- با توجه به نیاز اطلاعات مالی دو سال قبل از دوره پژوهش، شرکت‌ها باید در طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۲ در بورس فعالیت داشته و گزارش‌های مالی و سایر اطلاعات مورد نیاز در این پژوهش را در طی این سال‌ها به



بورس ارائه داده باشند.

۲- پایان سال مالی آن‌ها ۲۹ اسفند هر سال باشد.

۳- جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری و واسطه‌گری مالی نباشند.

بر اساس معیارهای فوق نمونه‌ی آماری پژوهش ۱۲۵ شرکت را در بر می‌گیرد. کلیه‌ی اطلاعات مورد نیاز جهت انجام این پژوهش از بانک‌های اطلاعاتی بورس اوررق بهادار تهران، نرم افزار ره‌آورد نوین و نشریه‌های بورس جمع‌آوری شد.

### ۵- فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌های زیر تدوین شده است:

**فرضیه ۱:** بزرگی نسبی افزایش در هزینه‌های عمومی، اداری و فروش هنگام افزایش درآمد، بیش از بزرگی نسبی کاهش در هزینه‌های عمومی، اداری و فروش هنگام کاهش درآمد است.

**فرضیه ۲:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۳:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیرهای نمایندگی، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۳-۱:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیر جریان نقد آزاد، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۳-۲:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیر دوره تصدی مدیر عامل، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۳-۳:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیر افق مدیر عامل، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۳-۴:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیر درصد پاداش پرداختی به مدیر عامل، افزایش می‌یابد.

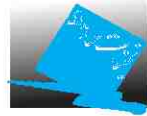
**فرضیه ۴:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیرهای اقتصادی، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۴-۱:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیر شدت دارایی‌ها، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۴-۲:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیر روند کاهشی درآمد طی دو سال قبل، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۴-۳:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل





متغیر عملکرد سهام (بازده)، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۵:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیرهای حاکمیت شرکتی، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۵-۱:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیر اندازه هیات مدیره، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۵-۲:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیر درصد مدیران غیرمؤلف، افزایش می‌یابد.

**فرضیه ۵-۳:** شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت، بعد از کنترل متغیر درصد مالکیت نهادی، افزایش می‌یابد.

## ۶- روش پژوهش و تجزیه و تحلیل داده‌ها

این پژوهش از نوع پژوهش‌های شبه تجربی در حوزه پژوهش‌های اثباتی حسابداری است و مبتنی بر رویکرد پس رویدادی می‌باشد. به بیان دیگر این روش برای انجام پژوهش‌هایی به کار می‌رود که پژوهشگر در جست و جوی علت یا علل روابط مشخصی است که در گذشته رخ داده و تمام شده است. بنابراین، این نوع طرح پژوهش از روایی بیرونی بالایی، برخوردار است [۸]. در این پژوهش از روش مطالعه گروه‌های منتخب (پانل) استفاده شده است. تحلیل‌های تجربی این روش نسبت به استفاده صرف از داده‌های طولی یا مقطعی غنی‌تر است [۹]. برای طبقه‌بندی، خلاصه نمودن و ارائه اطلاعات در قالب نمودارها و جداول و نیز تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزارهای Excel و Eviews 6 استفاده شده است.

## ۷- نحوه محاسبه متغیرهای پژوهش

### ۷-۱- متغیر وابسته

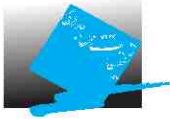
متغیر وابسته در این پژوهش، تغییرات در هزینه‌های عمومی، اداری و فروش ( $\Delta \text{LnSGA}$ ) است.

### ۷-۲- متغیرهای مستقل

در این پژوهش از دو متغیر مستقل جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. متغیر مستقل اول جهت آزمون چسبندگی هزینه‌ها شاخص تغییرات فروش ( $\Delta \text{LnSGA}$ ) است.

متغیر مستقل دوم این پژوهش، شاخص خود رأیی مدیریت (MO) است که برای محاسبه آن از معیار سرمایه‌گذاری بیش از حد در دارایی‌ها به پیروی از مال‌مندی‌یر و تاته (۲۰۰۵ و ۲۰۰۸) استفاده می‌شود [۲۵ و ۲۶]:

سرمایه‌گذاری بیش از حد در دارایی‌ها از باقیمانده‌های مدل رگرسیونی رشد دارایی‌ها بر رشد فروش بر



مبنای سال-شرکت و طبق مدل ذیل محاسبه می‌شود:

مدل ۱

$$SG_{it} = \beta_0 + \beta_1 * AG_{it} + \varepsilon_{it}$$

در مدل فوق:

$SG_{it}$ : رشد فروش در پایان دوره مالی  $t$  برای شرکت  $i$ ؛

$AG_{it}$ : رشد دارایی‌ها در پایان دوره مالی  $t$  برای شرکت  $i$ ؛

$\varepsilon_{it}$ : باقیمانده‌های رگرسیونی در پایان دوره مالی  $t$  برای شرکت  $i$  که مقدار مثبت این باقیمانده‌ها بیانگر سرمایه‌گذاری بیش از حد در دارایی‌ها (خود رأیی مدیریت) و مقدار منفی این باقیمانده‌ها بیانگر سرمایه‌گذاری کمتر از حد در دارایی‌ها (اطمینان کمتر از حد مدیریت) است. نحوه محاسبه رشد فروش و رشد دارایی‌ها به شرح ذیل است:

$$SG_{it} = (S_{it} - S_{it-1}) / S_{it-1} \quad \text{رابطه ۱:}$$

$$AG_{it} = (TA_{it} - TA_{it-1}) / TA_{it-1} \quad \text{رابطه ۲:}$$

در رابطه‌های فوق:

$S_{it}$ : میزان فروش در پایان دوره مالی  $t$  برای شرکت  $i$ ؛

$S_{it-1}$ : میزان فروش در پایان دوره مالی  $t-1$  برای شرکت  $i$ ؛

$TA_{it}$ : میزان کل دارایی‌ها در پایان دوره مالی  $t$  برای شرکت  $i$ ؛

$TA_{it-1}$ : میزان کل دارایی‌ها در پایان دوره مالی  $t-1$  برای شرکت  $i$ .

### ۷-۳-۷- متغیرهای کنترلی

بر اساس مبنای نظری و پیشینه پژوهش، متغیرهای کنترلی به سه بخش متغیرهای اقتصادی، متغیرهای نمایندگی و متغیرهای حاکمیت شرکتی به شرح زیر طبقه بندی شده‌اند:

#### ۷-۳-۱- متغیرهای اقتصادی

در این پژوهش به منظور سنجش متغیرهای اقتصادی ایجادکننده چسبندگی هزینه‌ها به پیروی از چن و همکاران (۲۰۱۲) از ۳ شاخص به شرح ذیل استفاده شده است:

۱- شدت دارایی‌ها: نحوه محاسبه این متغیر به صورت زیر است:

\*

- 1-Managerial Overconfidence (MO)
- 2-Over Investment (Over-Invest)



رابطه ۳:

$$AI_{it} = TA_{it} / TS_{it}$$

$AI_{it}$ : شدت دارایی‌های شرکت در پایان سال

$TA_{it}$ : کل دارایی‌های شرکت در پایان سال

$TS_{it}$ : کل درآمد فروش شرکت در پایان سال

**۲- کاهش درآمدی پیاپی:** این متغیر یک متغیر مجازی است و در صورتی که درآمد فروش در سال  $t-1$  کمتر از درآمد فروش در سال  $t-2$  باشد مقدار آن در سال  $t$  برابر با ۱ و در غیر این صورت برابر ۰ است.

**۳- عملکرد سهام:** این متغیر از طریق بازده سهام شرکت در هر سال و در تاریخ قبل از مجمع بدست می‌آید.

### ۲-۳-۷- متغیرهای نمایندگی

در این پژوهش به منظور سنجش مسئله نمایندگی به پیروی از چن و همکاران (۲۰۱۲) از ۴ شاخص به شرح ذیل استفاده شده است [۱۸]:

**۱- جریان نقد آزاد:** نحوه محاسبه این متغیر به صورت زیر است:

رابطه شماره ۴:

$$FCF_{it} = (CFO_{it} - Dividend_{it}) / TA_{it}$$

$FCF_{it}$ : جریان نقد آزاد شرکت در پایان سال  $t$

$CFO_{it}$ : جریان وجه نقد ناشی از فعالیت‌های عملیاتی شرکت در پایان سال  $t$

$Dividend_{it}$ : کل سود تقسیمی شرکت  $t$  در پایان سال  $t$

$TA_{it}$ : کل دارایی‌های شرکت  $t$  در پایان سال  $t$

**۲- دوره تصدی مدیر عامل:** این متغیر از طریق مجموع سال‌های حضور مدیر عامل در پست مدیریت شرکت در پایان هر سال بدست می‌آید.

**۳- افق مدیر عامل:** این متغیر یک متغیر مجازی است که مقدار آن در سالی که مدیر عامل عوض می‌شود یا پیش‌بینی می‌شود جایگزین شود، برابر ۱ و در غیر این صورت برابر ۰ است.

**۴- درصد پاداش پرداختی به مدیر عامل:** این متغیر از طریق تقسیم پاداش مدیر عامل بر کل سود تقسیمی شرکت در هر سال بدست می‌آید.

### ۲-۳-۷- متغیرهای حاکمیت شرکتی

در این پژوهش از شاخص‌های ذیل به عنوان مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی استفاده شده است:



1-Asset Intensity (AI)

2-Successive Revenue Decreases (SRD)

3-Stock Performance (SP)



۱- اندازه هیئت مدیره<sup>۵</sup>: این متغیر از طریق مجموع اعضای هیئت مدیره در هر سال قابل محاسبه است.

۲- درصد مدیران غیرموظف<sup>۶</sup>: این متغیر از طریق تقسیم تعداد اعضای غیرموظف هیئت مدیره بر مجموع اعضای هیئت مدیره در هر سال بدست می‌آید.

۳- درصد مالکیت نهادی<sup>۷</sup>: مالکیت سهام یک شرکت به وسیله موسسات مالی، صندوق‌های بازنشستگی و شرکت‌های سرمایه گذاری است که معمولاً تعداد زیادی از سهام یک شرکت را به صورت بلوکی می‌خرند و نفوذ زیادی بر شرکت خواهند داشت. برای محاسبه درصد مالکیت نهادی در هر شرکت، تعداد سهام مالکیت نهادی بر کل تعداد سهام عادی شرکت، در پایان دوره تقسیم می‌شود.

### ۸- مدل آزمون فرضیه‌های پژوهش

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل رگرسیون چند متغیره ذیل استفاده می‌شود:

$$\Delta \text{LnSGA}_{it} = \beta_0 + \beta_1 * \Delta \text{LnSales}_{it} + \beta_2 * \Delta \text{LnSales}_{it} * \text{DecrDum}_{it} + \beta_3 * \Delta \text{LnSales}_{it} * \text{DecrDum}_{it} * \text{MO}_{it} + \sum_{c=4}^{13} \beta_c * \Delta \text{LnSales}_{it} * \text{DecrDum}_{it} * \text{Controls}_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در این مدل:

SGA: هزینه‌های اداری، عمومی و فروش شرکت  $t$  در سال

$\Delta \text{LnSGA}$ : تغییرات هزینه‌های اداری، عمومی و فروش شرکت  $t$  در سال  $t$  نسبت به سال  $t-1$

Sales: میزان فروش شرکت  $t$  در سال

$\Delta \text{LnSales}$ : تغییرات فروش شرکت  $t$  در سال  $t$  نسبت به سال  $t-1$

Decrdum<sub>it</sub>: متغیر مجازی که مقدار آن در هر سال برابر ۱ است در صورتی که درآمد فروش در آن سال نسبت به سال قبل کاهش یافته باشد و در غیر این صورت مقدار آن برابر ۰ فرض می‌شود.

MO: شاخص خود رأیی مدیریت است که از باقیمانده مدل شماره یک به محاسبه می‌شود.

controls<sub>it</sub>: متغیرهای کنترلی مربوط به متغیرهای نمایندگی، عوامل اقتصادی و عوامل حاکمیت شرکتی هستند.

$\varepsilon_{it}$ : باقی مانده‌های رگرسیونی شرکت  $t$  در سال  $t$ .



- 1-Free Cash Flow (FCF)
- 2-CEO Tenure (CEOT)
- 3-CEO Horizon (CEOH)
- 4-CEO Bonus (CEOB)
- 5-Board Size (BS)
- 6-Independent Board (IB)
- 7-Institutional Ownership (IO)



## ۹- یافته‌های پژوهش

### ۹-۱- آمار توصیفی

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

با مقایسه ضریب تغییرات (حاصل تقسیم انحراف معیار بر میانگین) متغیرهای اصلی پژوهش، این نتیجه حاصل می‌شود که متغیر تغییرات هزینه‌های اداری، عمومی و فروش نسبت به متغیر تغییرات فروش و خود رأیی مدیریت دارای ضریب تغییرات و پراکندگی بسیار زیاد (۲۱/۸۸ در مقابل ۲/۳۸ و ۳/۵۳) و در نتیجه ثبات و پایداری بسیار کمی در طی دوره پژوهش وجود داشته است. این موضوع نشان می‌دهد که شرکت‌های مورد بررسی از نظر تغییرات هزینه‌های اداری، عمومی و فروش در طی دوره پژوهش با هم تفاوت نسبتاً قابل ملاحظه‌ای داشته‌اند و این در حالی است که شرکت‌های مذکور از نظر تغییرات فروش نسبتاً مشابه بوده‌اند. از این رو، تغییرات هزینه‌های اداری، عمومی و فروش باید علاوه بر خود رأیی مدیریت و تغییرات فروش، تحت تأثیر عوامل دیگری نیز باشد. بنابراین در این پژوهش از متغیرهای کنترلی متعددی استفاده شده است.

### جدول ۱- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	نسبت تغییرات هزینه‌های عملیاتی	نسبت تغییرات فروش	اعتدال بیش از حد مدیران	رشد فروش	رشد دارایی‌ها	درصد مالکیت نهادی	درصد مدیران غیر مؤلف	اندازه هیات مدیره
متغیرها	LNSGA	LNSALES	MO	SG	AG	IO	IB	BS
میانگین	۰.۰۲۳۹	۰.۰۵۲۶	۰.۱۰۷۹	۰.۲۰۶۱	۰.۱۹۵۱	۰.۳۵۲۴	۰.۵۱۷۹	۰.۳۲۱۱
میانه	۰.۰۵۱۵	۰.۰۶۲۵	-	۰.۱۵۲۱	۰.۱۱۵۹	۰.۲۲۰۸	۰.۰۶	۵
حاکمیت	۲.۸۴۲۲	۶.۰۷۵	۸.۰۴۲۲	۱.۸۷۲۵	۸.۲۲۷۶	۱.۰۴۸۹	۰.۸۵۷۱	۷
مستقیم	-۲.۷۷۵۹	-۱.۲۹	-	-۰.۹۴۸۷	-۰.۸۴۱۷	-	-	۵
انحراف استاندارد	۰.۷۴۱۴	۰.۱۲۷۴	۰.۳۸۱۴	۰.۵۸۳۵	۰.۴۲۲۵	۰.۳۸۸۴	۰.۱۱۶۹	۰.۷۱۵۹
ضریب تغییرات	۲۱.۸۸۲۶	۲.۳۸۵۷	۳.۵۳۳۶	۲.۸۴۱۴	۲.۲۱۶۹	۰.۸۱۸۲	۰.۳۲۷۹	۰.۱۲۴۵
متغیرها	متغیر مجازی کاهش درآمد	جریان نقد آزاد	دوره تعدی مدیر عامل	متغیر مجازی افق مدیر عامل	درصد پاداش مدیر عامل	ثبات دارایی‌ها	متغیر مجازی روند کاهش درآمد	نارده سهام
متغیرها	DECARDUM	FCF	CEOT	CEOH	CEOB	AI	SRD	SP
میانگین	۰.۰۲۳۷	۰.۰۰۵۱	۲.۲۸۷	۰.۲۲	۰.۰۲۲۷۴	۱.۷۹۸۶	۰.۲۲۶	۰.۰۹۹۷
میانه	-	۰.۰۱۳۷	۲	-	-	۱.۲۹۷۰	-	۰.۰۹۴۵
حاکمیت	۱	۰.۵۱۷۱	۴	۱	۰.۶۴۵۱۲	۱۵.۷۱۹۶	۱	۳.۱۹۵۷
مستقیم	-	-۱.۳۸۰۶	۱	-	-	۰.۰۲۰۹۸	-	-۳.۴۵۲۱
انحراف استاندارد	۰.۴۲۵۵	۰.۱۲۷۸	۱.۰۵۴۴	۰.۴۶۶۷	۰.۰۸۲۴	۱.۹۲۸۷	۰.۴۱۸۴	۰.۶۹۱۵
ضریب تغییرات	۱.۷۹۵۲	۲۵.۲۵۳۸	۰.۴۶۱۰	۱.۴۵۸۵	۳.۶۲۳۱	۱.۰۷۲۳	۱.۸۵۱۵	۶.۹۲۳۷
نعداد مشاهده‌ها								۱۲۵

### ۹-۲- آمار استنباطی

قبل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، به انتخاب الگوی مناسب برای مدل رگرسیونی پرداخته شده است. ابتدا با استفاده از آزمون چاو به انتخاب مدل داده‌های تلفیقی در برابر مدل داده‌های تصادفی پرداخته شده

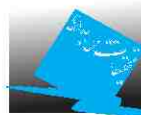
است. نتیجه این آزمون در جدول ۲ ارائه شده است. در تمامی مدل‌های آزمون فرضیه‌ها، مقدار معناداری آماره چاو کمتر از سطح معنی‌داری ۵٪ بوده، بنابراین برای آزمون فرضیه‌ها استفاده از روش داده‌های پانل مناسب است. از سوی دیگر، به منظور انتخاب از میان روش اثرات ثابت و تصادفی، از آزمون هاسمن استفاده شده است. با توجه به اینکه معناداری آزمون هاسمن برای تمامی مدل‌های آزمون فرضیه‌ها، کمتر از سطح معناداری ۵٪ بوده است، بنابراین از روش اثرات ثابت استفاده شده است. مقدار معناداری آماره  $F$  نشان دهنده معنادار بودن مدل‌های آزمون فرضیه‌ها است. مقادیر مربوط به ضریب تعیین نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل حداکثر ۱۳ درصد متغیر وابسته را توضیح داده‌اند. مقدار آماره دوربین و واتسون نیز نشان دهنده عدم وجود همبستگی پیاپی میان متغیرها می‌باشد.

### جدول ۲- آزمون‌های آماری

دوربین و اتسون	معناداری آماره F	مقدار آماره F	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	معناداری آزمون هاسمن	معناداری آزمون چاو	آماره‌ها / فرضیه‌ها
2.68	0.0000	15.41	11%	12%	0.0351	0.0000	فرضیه اصلی 1
2.67	0.0000	14.49	12%	12%	0.0000	0.0000	فرضیه اصلی 2
2.67	0.0000	13.16	11%	12%	0.0000	0.0000	فرضیه فرعی 1-3
2.67	0.0000	13.18	11%	12%	0.0000	0.0000	فرضیه فرعی 2-3
2.67	0.0000	13.16	11%	12%	0.0000	0.0000	فرضیه فرعی 3-3
2.66	0.0000	13.53	12%	13%	0.0000	0.0000	فرضیه فرعی 4-3
2.66	0.0000	10.62	11%	13%	0.0000	0.0000	فرضیه اصلی 3
2.66	0.0000	13.49	12%	13%	0.0000	0.0000	فرضیه فرعی 1-4
2.67	0.0000	13.42	12%	13%	0.0000	0.0000	فرضیه فرعی 2-4
2.56	0.0242	2.81	0%	1%	0.0000	0.0000	فرضیه فرعی 3-4
2.66	0.0000	11.75	12%	13%	0.0000	0.0000	فرضیه اصلی 4
2.67	0.0000	13.19	11%	12%	0.0000	0.0000	فرضیه فرعی 1-5
2.67	0.0000	13.22	11%	12%	0.0000	0.0000	فرضیه فرعی 2-5
2.67	0.0000	13.41	12%	13%	0.0000	0.0000	فرضیه فرعی 3-5
2.66	0.0000	11.40	12%	13%	0.0000	0.0000	فرضیه اصلی 5

در جدول شماره ۳، نتایج آزمون فرضیه‌های اصلی پژوهش ارائه شده است. در فرضیه ۱ وجود یا عدم وجود رفتار نامتقارن هزینه‌های عمومی، اداری و فروش آزمون شد. با توجه به مدل آزمون فرضیه‌ها،  $\beta$  درصد افزایش در هزینه‌های عمومی، اداری و فروش را در نتیجه ۱٪ افزایش در درآمد فروش نشان می‌دهد. هنگامی که درآمد کاهش می‌یابد ضریب  $\beta_1 + \beta_2$  بیانگر درصد کاهش در هزینه‌های عمومی، اداری و فروش



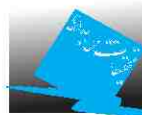


در نتیجه ۱٪ کاهش در درآمد فروش است. به عبارت دیگر، باید  $\beta_1 > 0$  و  $\beta_2 < 0$  باشد. همانطور که در جدول شماره ۳ نشان داده شده است، با توجه به منفی و معنادار بودن ضرایب  $\beta$  نتایج آزمون فرضیه ۱ حاکی از وجود چسبندگی هزینه‌ها است، بنابراین فرضیه ۱ پذیرفته می‌شود.

منفی بودن ضرایب  $\beta$  نشان‌دهنده افزایش شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت است. در جدول شماره ۳ مقدار  $\beta_2$  برای فرضیه ۲ منفی و معنادار می‌باشد بنابراین افزایش خود رأیی مدیریت موجب افزایش شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش شده و فرضیه ۲ پذیرفته می‌شود. در آزمون فرضیه ۳، ۴ و ۵ تاثیر چهار متغیر نمایندگی، سه متغیر اقتصادی و سه متغیر حاکمیت شرکتی بر شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به معنادار نبودن ضرایب  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8, \beta_9, \beta_{10}, \beta_{11}, \beta_{12}, \beta_{13}$  و  $\beta_{14}$  نیز معنادار نیست در نتیجه فرضیه پنجم هم پذیرفته نمی‌شود.

### جدول ۳- آزمون فرضیه‌های اصلی پژوهش

فرضیه اصلی ۵	فرضیه اصلی ۴	فرضیه اصلی ۳	فرضیه اصلی ۲	فرضیه اصلی ۱	فرضیه اصلی آماره‌ها
0.2275	0.1781	0.2447	0.2482	0.2708	ضریب $\beta_1$
0.0323	0.0421	0.0475	0.0395	0.0485	معناداری $\beta_1$
-1.1945	-0.6236	-0.1156	-0.7333	-0.9917	ضریب $\beta_2$
0.0293	0.0413	0.0435	0.0430	0.0193	معناداری $\beta_2$
-0.6274	-0.2802	-0.7776	-0.7386		ضریب $\beta_3$
0.0581	0.4340	0.0177	0.0181		معناداری $\beta_3$
		0.1914			ضریب $\beta_4$
		0.9494			معناداری $\beta_4$
		-0.1241			ضریب $\beta_5$
		0.6947			معناداری $\beta_5$
		-0.1419			ضریب $\beta_6$
		0.8177			معناداری $\beta_6$
		-3.5250			ضریب $\beta_7$
		0.0579			معناداری $\beta_7$
	-0.1250				ضریب $\beta_8$
	0.0641				معناداری $\beta_8$
	-1.3410				ضریب $\beta_9$
	0.0553				معناداری $\beta_9$
	-0.0083				ضریب $\beta_{10}$
	0.9940				معناداری $\beta_{10}$
0.1610					ضریب $\beta_{11}$
0.7131					معناداری $\beta_{11}$
-1.6149					ضریب $\beta_{12}$
0.3903					معناداری $\beta_{12}$
2.3889					ضریب $\beta_{13}$
0.1304					معناداری $\beta_{13}$



## ۱۰- بحث و نتیجه گیری

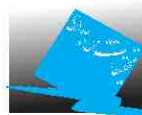
هدف نهایی هر واحد تجاری، حداکثر کردن سود و به دنبال آن، افزایش حقوق صاحبان سهام است. سعی مدیریت هر واحد انتفاعی، کسب بیشترین سود و کارایی با استفاده از کمترین منابع است و از ساده ترین روش های کاهش مصرف منابع، کنترل هزینه ها است. اما این امر، مستلزم آگاهی کامل از چگونگی رفتار هزینه ها و عوامل تأثیرگذار بر رفتار هزینه ها است. از مواردی که باید در تجزیه و تحلیل رفتار هزینه ها مورد توجه قرار داد، پدیده چسبندگی هزینه است [۳]. بر این اساس، هدف از انجام این پژوهش، بررسی رفتار چسبنده هزینه ها و تأثیر خود رأیی مدیریت بر رفتار نامتقارن هزینه های عمومی، اداری و فروش با در نظر گرفتن متغیرهای اقتصادی و نمایندگی و همچنین مکانیزم های حاکمیت شرکتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود.

یافته های پژوهش حاکی از وجود رفتار نامتقارن هزینه های عمومی، اداری و فروش و همچنین افزایش شدت چسبندگی هزینه های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت است که با نتایج مطالعه چن و همکاران (۲۰۱۳) با موضوع بررسی خود رأیی مدیریت و چسبندگی هزینه های عمومی، اداری و فروش، مطابقت دارد. این یافته می تواند حاکی از دید بلند مدت مدیران نسبت به هزینه ها باشد. علاوه بر این، تأثیر چهار متغیر نمایندگی شامل جریان نقد آزاد، دوره تصدی مدیر عامل، افق مدیر عامل و درصد پاداش پرداختی به مدیر عامل؛ سه متغیر اقتصادی شامل شدت دارایی ها، کاهش درآمد پیاپی و عملکرد سهام و همچنین سه متغیر حاکمیت شرکتی شامل اندازه هیئت مدیره، درصد مدیران غیرموظف و درصد مالکیت نهادی، بر شدت چسبندگی هزینه های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت مورد بررسی قرار گرفت که با توجه به معنادار نبودن نتایج، تأثیر متغیرهای فوق بر شدت چسبندگی هزینه های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت مشخص نشد. دلیل عدم تأثیر متغیرهای کنترلی، می تواند ناشی از شرایط سیاسی بورس اوراق بهادار و همچنین افزایش قانونی هزینه های دستمزد باشد.

## ۱۱- پیشنهادهای ناشی از یافته های پژوهش

۱- با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می شود مدیران شرکت های تولیدی در امر برنامه ریزی و بودجه بندی فعالیت های شرکت برای پیش بینی هزینه های آتی، ارتباط هزینه ها با درآمدها و تأثیر تغییرات درآمدی بر میزان هزینه ها را مد نظر قرار دهند و بدین وسیله بودجه جامع تری را ارائه نمایند.

۲- با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می شود حسابرسان و موسسات حسابرسی که حسابرسی شرکت ها به ویژه بخش تولیدی را بر عهده دارند، میزان هزینه های ارائه شده در صورت های مالی شرکت را با توجه به ارتباط این هزینه ها با درآمد فروش و پیش بینی میزان این هزینه ها با میزان درآمد فروش، حسابرسی کنند تا بدین وسیله موارد اشتباه یا سوء استفاده احتمالی در ارائه هزینه ها را کشف کنند.



## ۱۰- بحث و نتیجه‌گیری

هدف نهایی هر واحد تجاری، حداکثر کردن سود و به دنبال آن، افزایش حقوق صاحبان سهام است. سعی مدیریت هر واحد انتفاعی، کسب بیشترین سود و کارایی با استفاده از کمترین منابع است و از ساده‌ترین روش‌های کاهش مصرف منابع، کنترل هزینه‌ها است. اما این امر، مستلزم آگاهی کامل از چگونگی رفتار هزینه‌ها و عوامل تأثیرگذار بر رفتار هزینه‌ها است. از مواردی که باید در تجزیه و تحلیل رفتار هزینه‌ها مورد توجه قرار داد، پدیده چسبندگی هزینه است [۳]. بر این اساس، هدف از انجام این پژوهش، بررسی رفتار چسبنده هزینه‌ها و تأثیر خود رأیی مدیریت بر رفتار نامتقارن هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با در نظر گرفتن متغیرهای اقتصادی و نمایندگی و همچنین مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود.

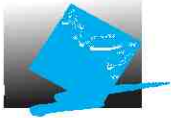
یافته‌های پژوهش حاکی از وجود رفتار نامتقارن هزینه‌های عمومی، اداری و فروش و همچنین افزایش شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت است که با نتایج مطالعه چن و همکاران (۲۰۱۳) با موضوع بررسی خود رأیی مدیریت و چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش، مطابقت دارد. این یافته می‌تواند حاکی از دید بلند مدت مدیران نسبت به هزینه‌ها باشد. علاوه بر این، تأثیر چهار متغیر نمایندگی شامل جریان نقد آزاد، دوره تصدی مدیر عامل، افق مدیر عامل و درصد پاداش پرداختی به مدیر عامل؛ سه متغیر اقتصادی شامل شدت دارایی‌ها، کاهش درآمد پیاپی و عملکرد سهام و همچنین سه متغیر حاکمیت شرکتی شامل اندازه هیئت مدیره، درصد مدیران غیرموظف و درصد مالکیت نهادی، بر شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت مورد بررسی قرار گرفت که با توجه به معنادار نبودن نتایج، تأثیر متغیرهای فوق بر شدت چسبندگی هزینه‌های عمومی، اداری و فروش با خود رأیی مدیریت مشخص نشد. دلیل عدم تأثیر متغیرهای کنترلی، می‌تواند ناشی از شرایط سیاسی بورس اوراق بهادار و همچنین افزایش قانونی هزینه‌های دستمزد باشد.

## ۱۱- پیشنهادهای ناشی از یافته‌های پژوهش

۱- با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت‌های تولیدی در امر برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی فعالیت‌های شرکت برای پیش‌بینی هزینه‌های آتی، ارتباط هزینه‌ها با درآمدها و تأثیر تغییرات درآمدی بر میزان هزینه‌ها را مد نظر قرار دهند و بدین وسیله بودجه جامع‌تری را ارائه نمایند.

۲- با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود حساب‌رسان و موسسات حسابرسی که حسابرسی شرکت‌ها به ویژه بخش تولیدی را بر عهده دارند، میزان هزینه‌های ارائه شده در صورت‌های مالی شرکت را با توجه به ارتباط این هزینه‌ها با درآمد فروش و پیش‌بینی میزان این هزینه‌ها با میزان درآمد فروش، حسابرسی کنند تا بدین وسیله موارد اشتباه یا سوء استفاده احتمالی در ارائه هزینه‌ها را کشف کنند.





## ۱۲- پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

- ۱- بررسی رفتار نامتقارن هزینه‌ها با کنترل هزینه‌های سیاسی و افزایش قانونی هزینه‌های دستمزد
- ۲- بررسی تأثیر خصوصیات شخصیتی و فردی مدیران بر پدیده چسبندگی هزینه‌ها
- ۳- بررسی تأثیر تورم بر چسبندگی هزینه‌ها
- ۴- بررسی موضوع این پژوهش با در نظر گرفتن مجموع بهای تمام شده و هزینه‌های عمومی، اداری و فروش

## منابع

- ۱- ابریشمی، حمید [مترجم]. (۱۳۸۵). *مبانی اقتصاد سنجی*، جلد دوم، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۲- ایران‌زاده، سلیمان و حسن محمدزاده مقدم. (۱۳۸۹). "مدیریت هزینه: شواهدی از رفتار چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های ایرانی"، *پژوهش‌های مدیریت*، شماره ۸۴، صص ۱۳۳-۱۲۳.
- ۳- بولو، قاسم، معزز، الهه، خان حسینی، داود و محمد نیکونسبتی. (۱۳۹۱). "بررسی رابطه بین دیدگاه مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها در بورس اوراق بهادار تهران"، *فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه*، دوره ۱۷، شماره ۳، صص ۹۵-۷۹.
- ۴- بهار مقدم، مهدی و محسن کاووسی. (۱۳۹۲). "بررسی عدم تقارن زمانی سود ناشی از محافظه‌کاری و چسبندگی هزینه‌ها"، *دانش حسابداری*، شماره ۱۵، صص ۷۷-۵۵.
- ۵- خوش طینت، محسن و ولی اله نادری قمی. (۱۳۸۸). "چارچوب رابطه رفتار اطمینان بیش از حد سرمایه‌گذاران با بازده سهام"، *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، شماره ۲۵، صص ۸۶-۵۳.
- ۶- حاجی زاده، سعید و جواد نیک کار. (۱۳۹۳). *تئوری چسبندگی هزینه‌ها و تأثیرات آن بر حسابداری، دانش و پژوهش حسابداری*، سال دهم، شماره ۳۹، صص ۱-۱۶.
- ۷- کردستانی، غلامرضا و سید مرتضی مرتضوی. (۱۳۹۱). "شناسایی عوامل تعیین‌کننده چسبندگی هزینه‌های شرکت‌ها"، *پژوهش‌های حسابداری مالی*، شماره ۳، صص ۳۲-۱۳.
- ۸- نمازی، محمد [مترجم]. (۱۳۷۹). *پژوهش‌های تجربی در حسابداری: دیدگاه روش‌شناختی*، چاپ اول، انتشارات دانشگاه شیراز.
- ۹- نجاتی، علی و سید عباس هاشمی. (۱۳۹۴). تأثیر چسبندگی هزینه‌ها بر محافظه‌کاری شرطی، *تحقیقات حسابداری و حسابرسی*، انجمن حسابداری ایران، سال هفتم، شماره ۲۷، صص ۲۰-۲۳.
- ۱۰- نمازی، محمد، غفاری، محمد جواد و مرضیه فریدونی. (۱۳۹۱). "تحلیل بنیادی رفتار چسبندگی هزینه‌ها و بهای تمام شده با تأکید بر دامنه تغییرات در بورس اوراق بهادار تهران"، *پیشرفت‌های حسابداری*، دوره ۴، شماره ۲، صص ۱۷۷-۱۵۱.



- 11-Alicke, M. D. (1985). "Global self-evaluation as determined by the desirability and Controllability of trait adjectives". **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol. 49, pp. 1621-1630.
- 12-Anderson, M. C., Banker, R. D. and S. N. Janakiraman. (2003). "Are selling, general, and administrative costs sticky?" **Journal of Accounting Research**, Vol. 41, No. 1, pp. 47-63.
- 13-Anderson, S. and W. Lanen. (2007). "Understanding cost management: what can we learn from the evidence on sticky costs?" Working Paper, Rice University, University of Michigan.
- 14-Balakrishnan, R. and T. Gruca. (2008). "Cost stickiness and core competency: a note". Working Paper, the University of Iowa.
- 15-Banker, R., Huang, R. and R. Natarajan. (2011). "Equity incentives and long-term value created by SG&A expenditure". **Contemporary Accounting Research**, Vol. 28, No. 3, pp. 794-830.
- 16-Calleja, K., Steliaros, M. and D. A. Thomas. (2006). "Note on cost stickiness: some international comparisons". **Management Accounting Research**, Vol. 17, No. 2, pp. 127-140.
- 17-Chen, C. X., Gores, T. and J. Nasev. (2013). "Managerial overconfidence and cost stickiness". Available at: <http://ssrn.com/abstract=2208622>.
- 18-Chen, C. X., Lu, H., and T. Sougiannis. (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
- 19-Chen, Sh., Ni, S. X. and D. Wu. (2014). "Corporate governance and the asymmetrical behavior of selling, general and administrative costs: further evidence from state antitakeover laws". Available at SSRN: <http://ssrn.com>.
- 20-Deshmukh, S., Goel, A. and K. Howe. (2013). "CEO overconfidence and dividend policy". **Journal of Finance Intermediation**, Vol. 22, No. 3, pp. 440-463.
- 21-Hope, O. and W. B. Thomas. (2008). "Managerial empire building and firm



disclosures". **Journal of Accounting Research**, Vol. 46, No. 3, pp. 591–626.

22-Jensen, M. C. (1986). "Agency costs of free cash flow, corporate finance and takeovers". **American Economic Review**, Vol. 76, No. 2, pp. 323-329.

23-Kama, I. and D. Weiss. (2013). "Do earnings targets and managerial incentives affect sticky costs?" **Journal of Accounting Research**, Vol. 51, No. 1, pp. 201-224.

24-Larwood, L. and W. Whittaker. (1977). "Managerial myopia: Self-serving biases in organizational planning". **Journal of Applied Psychology**, No. 62, pp. 194-198.

25-Malmendier, U. and G. Tate. (2005). "CEO overconfidence and corporate investment". **Journal of Finance**, Vol. 60, pp. 2661-2700.

26-Malmendier, U. and G. Tate. (2008). "Who makes acquisitions? CEO overconfidence and the market's reaction". **Journal of Financial Economics**, Vol. 89, pp. 20-43.

27-Masulis, R. W., Wang, C. and F. Xie. (2007). "Corporate governance and acquirer returns". **The Journal of Finance**, Vol. 62, No. 4, pp. 1851–1889.

28-Medeiros. O. R. and P. S. Costa. (2004). "Cost stickiness in brazilian firms". Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=632365>.

29-Moore, P. G. (1977). "The Manager's Struggles with Uncertainty". **Journal of the Royal Statistical Society**, No. 140, pp. 129-165.

30-Stulz, R. (1990). "Managerial Discretion and Optimal Financing Policies". **Journal of Financial Economics**, Vol. 26, PP. 3-27.

31-Subramanian C. and M. Weidenmier. (2003). "Additional evidence on the sticky behaviour of costs". Working Paper, Texas Christian University.