

Investigating the relationship between CEOs narcissism and the occurrence of ESG misconduct, considering the impact of managerial power and environmental uncertainty resulting from industry dynamics

Anahita Zandi^{1,✉}

1. Department of Accounting, ShQ.C., Islamic Azad University, Shahr-e-Qods, Iran.

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Received: 23 March 2025 Revised: 15 July 2025 Accepted: 26 July 2025 Keywords: CEO narcissism, CEO power, industry dynamics, irresponsible ESG JEL Classification: M14, M41	Purpose: This research examines how narcissistic CEOs behave towards irresponsible environmental, social and corporate governance (ESG) strategies and the impact of managerial power and business environment uncertainty on this behavior. Methodology: Using the limitations considered, 141 companies were selected as the research sample in the period of 2017-2023. The research method of the present study was applied and used a post-event approach (through past information). To test the hypotheses of the research, multivariate linear regression based on panel data was used using EViews12 software. Findings: The findings of this study indicate that CEOs with the personality trait of narcissism are less likely to take irresponsible actions in the field of environmental, social, and corporate governance (ESG) as a strategy to protect their personal interests. This tendency is reinforced when the CEO has more power in the organization. However, this tendency is limited when companies operate in an environment with environmental uncertainty caused by industry dynamics. Originality: This research addresses an important gap in existing literature and has several practical implications for various stakeholders. This research represents a significant innovation in this field by studying narcissism as a personality trait, which can determine how CEOs behave when considering irresponsible ESG actions.

Cite this paper: Zandi, A. (2025). Investigating the relationship between CEOs narcissism and the occurrence of ESG misconduct, considering the impact of managerial power and environmental uncertainty resulting from industry dynamics. *Journal of Accounting & Financial Transparency*, 3(2), 96–125. <https://doi.org/10.71965/AFT.2025.1202604> [In Persian]

✉ Corresponding Author.
Email Address: zandi_anna@iau.ir
© 2025 the author(s).
This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. The terms on which this article has been published allow the posting of the Accepted Manuscript in a repository by the author(s) or with their consent.

Introduction

In recent years, corporate stakeholders have increasingly faced the harmful consequences of unethical Environmental, Social and Governance (ESG) misconduct. These misconducts have had adverse effects on corporate reputation, abnormal stock returns, board decisions regarding CEO removal, market value, social trust and corporate image. Researchers have examined a wide range of factors to explain the factors influencing ESG-related decision-making. Existing literature indicates a close relationship between the personal characteristics of managers, especially CEOs, and corporate misconduct. These studies suggest that managers' personal interests may not always be aligned with the interests of the company, and in some cases, managers may seek to fulfill their own personal goals, such as earning illegitimate income through secret transactions, receiving large bonuses, enhancing personal reputation, or satisfying the need for admiration. Furthermore, the lack of credibility of corporate ESG disclosures has drawn attention from academic and social circles to ESG misconduct and board liability in such cases. This has led to calls for a better understanding of the issue and prevention of the harm caused by irresponsible social misconduct. Despite the widespread media coverage of ESG-related scandals, there is still insufficient understanding of the internal governance mechanisms associated with ESG misconduct, particularly those mechanisms related to CEO personality traits. This highlights the need to understand the determinants of ESG behaviors and examine the role of CEO personality traits in shaping corporate actions. Since organizations reflect the priorities and values of their executives, the personality and psychological characteristics of the CEO influence the company's strategic decisions, including those related to environmental, social, and corporate governance (ESG) issues. The

cognitive characteristics, personal values, and personal tendencies of CEOs are determined by their personality and may lead them to engage or not engage in socially irresponsible actions. Narcissistic CEOs are likely to implement corporate policies to achieve their personal ambitions, such as gaining acclaim and enhancing their image or reputation, even if this harms the company's financial performance and other strategic decisions. However, narcissism can be a "double-edged" trait that may lead to positive organizational outcomes, as narcissistic CEOs are often perceived as highly confident, extroverted, charismatic, optimistic, and very concerned with their image, vision, and reputation. Therefore, narcissistic CEOs are more likely to seek positive attention by avoiding irresponsible CSR practices to avoid criticism from the media, investors, competitors, and employees. Personality traits that lead to narcissism are not fixed, and several internal and external limiting factors can reinforce or constrain narcissistic behaviors and lead CEOs to engage or not engage in irresponsible ESG practices. CEO tenure and expertise, ownership concentration, and positional ambivalence are some of the internal factors that may influence the ego (narcissism) of narcissistic CEOs and increase or decrease their tendency to avoid irresponsible ESG practices. Industry dynamics, as a critical external factor, also play a significant role in a more comprehensive understanding of the relationship between CEO narcissism and ESG misconduct. Given the research gaps, this study attempts to answer several empirical questions. Are narcissistic CEOs more likely to mitigate ESG misconduct? Is CEO behavior toward irresponsible ESG actions contingent on CEO power? Is the effect of CEO narcissism on ESG misconduct contingent on industry-level environmental uncertainty?

Methodology

To achieve the objectives of the research, a sample of 141 company-year listed companies in Tehran Stock Exchange which were selected according to a systematic exclusion pattern was collected. To test the research hypotheses multivariate regression model was used. The dependent variable in the present study is ESG irresponsible practices. If the company's ESG disclosure score is below the median, it indicates irresponsible practices and is assigned to number one, otherwise the number is zero. The independent variable of the present study is the CEO's narcissism. Typically, in organizations, narcissistic executives give themselves more bonuses and thereby strengthen their position in the organization. The board of directors' cash bonus index will also be obtained by dividing the cash bonus approved in the general assembly meeting by the total salary and wages paid in the company's fiscal year. The moderating variables are CEO power and industry dynamics.

Results

The findings of this study indicate that CEOs with the personality trait of narcissism are less likely to take irresponsible actions in the field of environmental, social, and corporate governance (ESG) as a strategy to protect their personal interests. This tendency is reinforced when the CEO has more power in the organization. However, this tendency is limited when companies operate in an environment with environmental uncertainty caused by industry dynamics. The coefficient of CEO narcissism is statistically significant and negative (coefficient = -0.05, $p < 0.05$), which supports the first hypothesis of this study that CEO narcissism is an important factor in reducing business risk and avoiding irresponsible ESG actions. Therefore, the results indicate that narcissistic CEOs are less likely to engage in irresponsible ESG actions, as this is seen as a strategy to

enhance reputation and gain recognition from stakeholders and society. Based on Model 2 in this study, the results again confirm the negative and significant effect of CEO narcissism on irresponsible ESG actions (coefficient = -0.74, $p < 0.05$). However, the main finding supports Hypothesis 2, as the interaction coefficient between CEO narcissism and CEO power is also significant and negative (coefficient = -0.065, $p < 0.05$). This suggests that excessive CEO power, which is associated with more experience, higher ownership, and duality of position and expertise, strengthens the CEO's tendency to avoid ESG misconduct. Therefore, CEO power strengthens the negative relationship between CEO narcissism and irresponsible ESG actions, supporting Hypothesis 2. In Model 3, the results also confirm the moderating role of environmental uncertainty due to industry dynamics. Once again, evidence shows that CEO narcissism has a significant and negative effect on irresponsible environmental, social, and governance (ESG) practices (coefficient = -0.32, $p < 0.05$). The coefficient between CEO narcissism and industry dynamics is significant and positive (coefficient = 0.02, $p < 0.05$), indicating that environmental uncertainty moderates the negative relationship between CEO narcissism and ESG misconduct, supporting Hypothesis 3.

Conclusions

In this study, using data related to listed companies between 2017 and 2023, the relationship between CEO narcissism and irresponsible environmental, social, and corporate governance actions was first examined. The findings show that CEO narcissism is inversely related to irresponsible ESG actions, and narcissistic CEOs tend to reduce irresponsible ESG actions to enhance their image and gain positive credibility from stakeholders and society. This result is consistent with the findings of [Lee et al. \(2018\)](#) who emphasize the central role of the CEO in ESG decision-

making. In addition, research by [Burke \(2022\)](#) emphasizes the negative impact of irresponsible ESG actions on CEOs, which leads to the weakening of their organizational credibility. Contrary to the findings of [Lubit \(2002\)](#), who introduces narcissistic CEOs as reliable predictors of ESG misconduct, the present study shows that the tendency of this category of managers to perform such actions is reduced. This finding is consistent with the belief that narcissistic CEOs have high social skills (Judge et al., 2006) and are more likely to engage in responsible and ESG actions ([Petrenko et al., 2016](#); [Al-Shammari et al., 2019](#)). This is because irresponsible ESG actions by narcissistic CEOs may lead to negative media coverage and jeopardize the respect and admiration of stakeholders. The second finding of this study confirms the moderating role of CEO power and business environmental uncertainty on the relationship between CEO narcissism and adverse environmental, social, and governance (ESG) actions. Strengthening the narcissism of powerful CEOs, which acts as a deterrent to taking undesirable ESG actions, limits their willingness to pursue such actions. On the other hand, although environmental uncertainty due to industry dynamics can influence this negative relationship, it was not identified as a determining factor in how narcissistic CEOs approach ESG issues. The findings of this study also support the idea that CEO power amplifies the negative effect of CEO narcissism on undesirable ESG actions. Narcissistic CEOs are less likely to take irresponsible ESG actions in business environments with greater environmental uncertainty, such as volatile and volatile markets. This finding is consistent with the hypothesis put forward by [Cragun et al. \(2020\)](#) that other factors can enhance or weaken narcissistic behaviors. This result is also consistent with previous studies (e.g., Breuer et al., 2021) that emphasize the importance of CEO power in enhancing

organizational effectiveness and influencing decisions in favor of the CEO's personal interests. Furthermore, power is seen as a specific CEO characteristic that is necessary to limit irresponsible ESG actions, as these actions can damage the CEO's reputation and standing. These findings support the idea that CEOs work to enhance profitable business strategies and ensure stronger commitment to ESG principles ([Lee et al., 2018](#)). The complementary effect between CEO narcissism and power ensures that CEOs can maintain their personal status, reputation, and image by avoiding ESG misconduct. Environmental factors, especially industry dynamics, influence CEOs' attitudes toward adverse ESG practices. Industry dynamics can reduce a CEO's tendency to avoid these practices. The findings of this study show that the negative effect of CEO narcissism on ESG misconduct is weaker in companies operating in more dynamic industries. This result is consistent with the findings of ([Barnea & Rubin, 2010](#)).

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors thank all reviewers in this study.

Ethical Considerations

The authors avoided data fabrication, falsification, plagiarism, and misconduct.

Funding

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declare no conflict of interest.



بررسی ارتباط بین خودشیفتگی مدیران عامل و وقوع سوءرفتارهای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی با در نظر گرفتن تأثیر قدرت مدیریتی و عدم قطعیت محیطی ناشی از پویایی صنعت

آناهیتا زندی^۱✉

۱. گروه حسابداری، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر قدس، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۰۳ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۴/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۰۴ کلیدواژه‌ها: پویایی صنعت، خودشیفتگی مدیرعامل، زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی غیرمسئولانه، قدرت مدیرعامل طبقه‌بندی موضوعی: M14, M41	هدف: این پژوهش به بررسی چگونگی رفتار مدیران عامل خودشیفته در قبال استراتژی‌های غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی و تأثیر قدرت مدیریتی و عدم قطعیت محیط کسب و کار بر این رفتار می‌پردازد. روش‌شناسی: با استفاده از محدودیت‌های در نظر گرفته شده، تعداد ۱۴۱ شرکت در بازه زمانی ۱۳۹۶ - ۱۴۰۲، به عنوان نمونه پژوهش انتخاب گردید. روش تحقیق پژوهش حاضر کاربردی و با استفاده از رویکرد پس رویدادی (از طریق اطلاعات گذشته) بوده است. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از رگرسیون خطی چند متغیره مبتنی بر داده‌های تابلویی با استفاده از نرم افزار ایویوز نسخه ۱۲ بهره گرفته شده است. یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مدیران عامل با ویژگی شخصیتی خودشیفتگی، تمایل کمتری به انجام اقدامات غیرمسئولانه در حوزه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی به عنوان یک استراتژی برای حفظ منافع شخصی خود دارند. این گرایش، زمانی که مدیرعامل از قدرت بیشتری در سازمان برخوردار باشد، تقویت می‌شود. با این حال، در شرایطی که شرکت‌ها در محیطی با عدم قطعیت محیطی ناشی از پویایی صنعت فعالیت می‌کنند، این گرایش محدود می‌شود. دانش افزایی: این پژوهش به شکاف مهمی در ادبیات موجود پرداخته و پیامدهای کاربردی متعددی برای ذینفعان مختلف دارد. این پژوهش از این جهت که خودشیفتگی را به عنوان یک ویژگی شخصیتی مورد مطالعه قرار می‌دهد نوآوری قابل توجهی را در این حوزه رقم زده است زیرا می‌تواند نحوه رفتار مدیران عامل در هنگام بررسی اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی را تعیین کند.

استناد: زندی، آناهیتا (۱۴۰۴). بررسی ارتباط بین خودشیفتگی مدیران عامل و وقوع سوءرفتارهای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی با در نظر گرفتن تأثیر قدرت مدیریتی و عدم قطعیت محیطی ناشی از پویایی صنعت. *حسابداری و شفافیت مالی*، ۳(۲)، ۹۶-۱۲۵. <https://doi.org/10.71965/aft.2025.1202604>

✉ نویسنده مسئول.

پست الکترونیکی: zandi_anna@iaui.ir

© 2025 the author(s).

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. The terms on which this article has been published allow the posting of the Accepted Manuscript in a repository by the author(s) or with their consent.

مقدمه

در سال‌های اخیر، ذینفعان شرکت‌ها به طور فزاینده‌ای با پیامدهای زیان‌بار ناشی از تخلفات غیراخلاقی در حوزه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی مواجه شده‌اند. این سوءرفتارها تأثیرات نامطلوبی بر شهرت شرکت‌ها، بازدهی غیرعادی سهام، تصمیمات هیئت مدیره در خصوص برکناری مدیران عامل، ارزش بازار، اعتماد اجتماعی و تصویر شرکت‌ها داشته است (برک^۱، ۲۰۲۲). پژوهشگران در تلاش برای تبیین عوامل موثر بر تصمیم‌گیری‌های مرتبط با زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی، به بررسی طیف گسترده‌ای از عوامل پرداخته‌اند. با این حال، تحقیقات اندکی به بررسی انگیزه‌های پشت پرده رفتارهای غیرمسئولانه در حوزه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی معطوف شده است. اگرچه تعامل با موضوع‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی شامل "انجام کارهای نیک" و "اجتناب از کارهای بد" است، پژوهشگران این حوزه بر تفاوت مفهومی بین رفتارهای مسئولانه و غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی تأکید دارند و معتقدند که این دو نوع رفتار، پویایی‌ها و پیامدهای سازمانی متفاوتی به همراه دارند (کولبل^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). ادبیات موجود بیانگر ارتباط تنگاتنگ ویژگی‌های شخصی مدیران، به ویژه مدیران عامل با سوءرفتارهای شرکتی است (گوپتا^۳ و همکاران، ۲۰۲۲). این پژوهش‌ها حاکی از آن هستند که منافع شخصی مدیران ممکن است همواره با منافع شرکت همسو نباشد و در برخی موارد، مدیران ممکن است به دنبال تحقق اهداف شخصی خود، مانند کسب درآمدهای نامشروع از طریق معاملات نهانی، دریافت پاداش‌های کلان، ارتقای شهرت شخصی یا ارضای نیاز به تحسین باشند. علاوه بر این، فقدان اعتبار افشاگری‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی شرکت‌ها، توجه محافل علمی و اجتماعی را به سوءرفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی و مسئولیت هیئت مدیره در این قبیل موارد جلب کرده است (نویل^۴ و همکاران، ۲۰۱۹). این امر منجر به درخواست‌هایی برای درک بهتر این مسئله و پیشگیری از خسارات ناشی از سوءرفتارهای اجتماعی غیرمسئولانه شده است (شهاب^۵ و همکاران، ۲۰۱۷). با وجود پوشش گسترده رسانه‌ای رسوایی‌های مرتبط با زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی، هنوز شناخت کافی در مورد مکانیسم‌های حاکمیت داخلی مرتبط با سوءرفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی وجود ندارد، به ویژه آن دسته از مکانیسم‌هایی که مرتبط با ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل است. این امر ضرورت درک عوامل تعیین‌کننده رفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی و بررسی نقش ویژگی‌های شخصیتی مدیرعامل در شکل‌دهی اقدامات شرکتی را برجسته می‌سازد. از آنجایی که سازمان‌ها بازتابی از اولویت‌ها و ارزش‌های مدیران اجرایی خود هستند، ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی مدیرعامل بر تصمیمات استراتژیک شرکت، از جمله تصمیمات مرتبط با مسایل زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی، تأثیرگذار است (هه^۶ و همکاران، ۲۰۲۲). ویژگی‌های شناختی، ارزش‌های شخصی و گرایش‌های شخصی مدیران عامل توسط شخصیت آن‌ها تعیین می‌شوند و ممکن است آن‌ها را به سمت مشارکت یا عدم مشارکت در اقدامات غیرمسئولانه

¹. Burke

². Kolbel

³. Gupta

⁴. Neville

⁵. Shahab

⁶. He

اجتماعی سوق دهند (دیبی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). مدیران عامل خودشیفته با احساس بزرگ‌نمایی، موفقیت و قدرت اغراق‌آمیز مشخص می‌شوند. آن‌ها متکبر، فاقد همدلی و دارای نیاز شدید به تحسین هستند. مطابق نظریه سطوح بالاتر، ویژگی‌های فردی مدیران عامل، از جمله خودشیفتگی، می‌تواند بر اقدامات زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی تأثیرگذار بوده و منجر به مشارکت شرکت‌ها در رفتارهای غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی شود که در نهایت به منافع ذینفعان آسیب می‌رساند. مدیران عامل خودشیفته احتمالاً به منظور دستیابی به بلندپروازی‌های شخصی خود، مانند کسب تحسین و تقویت تصویر یا شهرت خود، سیاست‌های شرکتی را اجرا کنند، حتی اگر این امر به عملکرد مالی و سایر تصمیمات استراتژیک شرکت آسیب برساند. با این حال، خودشیفتگی می‌تواند ویژگی "دولبه" باشد که ممکن است منجر به نتایج مثبت سازمانی شود، زیرا مدیران عامل خودشیفته اغلب به عنوان افراد با اعتماد به نفس بالا، برون‌گرا، کاریزماتیک، خوش‌بین و بسیار نگران تصویر، دید و شهرت خود شناخته می‌شوند (الشمری^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). بنابراین، مدیران عامل خودشیفته با هدف اجتناب از انتقاد رسانه‌ها، سرمایه‌گذاران، رقبا و کارکنان، تمایل بیشتری به دنبال جلب توجه مثبت از طریق پرهیز از اقدامات غیرمسئولانه مسئولیت اجتماعی شرکتی داشته باشند (عبدالرضایی و همکاران، ۱۴۰۱). این امر ممکن است ناشی از انگیزه حفظ تصویر و شهرت شخصی مدیرعامل باشد. در نتیجه، مدیران عامل خودشیفته تلاش کنند تا با اجتناب از جلب توجه منفی رسانه‌ها در رابطه با سوءرفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، بتوانند واکنش‌های بازار، نظرات منفی و دعاوی حقوقی را که می‌تواند بر تصویر، دیده شدن و شهرت آن‌ها تأثیر بگذارد، کاهش دهند (مرانجوری و علیخانی، ۱۳۹۹). با وجود تحقیقات گسترده پیرامون تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر عملکرد شرکت، پاداش عملکرد (پاداش پرداختی به مدیران)، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، افشای اطلاعات شرکت و تقلب (عبدالرضایی و همکاران، ۱۴۰۱؛ مارکز-ایلسکاس^۳ و همکاران، ۲۰۱۹)، بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر رفتارهای نامطلوب زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، کمتر مورد توجه قرار گرفته است، در حالی که پیامدهای این ویژگی شخصیتی مدیرعامل به موضوعی مهم و به‌روز در تحقیقات آکادمیک و عملی تبدیل شده است (روولی و کورنیس^۴، ۲۰۲۱). ویژگی‌های شخصیتی ناشی از خودشیفتگی ثابت نبوده و عوامل محدودکننده داخلی و خارجی متعددی می‌توانند رفتارهای ناشی از خودشیفتگی را تقویت یا محدود کنند و مدیران عامل را به سمت مشارکت یا عدم مشارکت در شیوه‌های غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، سوق دهند (بروئر^۵ و همکاران، ۲۰۲۲). دوره تصدی و تخصص مدیرعامل، تمرکز مالکیت و دوگانگی سمت برخی از عوامل داخلی هستند که ممکن است بر ایگو (خودشیفتگی) مدیران عامل خودشیفته تأثیر گذاشته و تمایل آن‌ها را برای اجتناب از اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، افزایش یا کاهش دهند (رافیک و نور^۶، ۲۰۲۴). پویایی صنعت نیز به عنوان عامل خارجی حیاتی، در درک جامع‌تر رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و سوءرفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، نقش بسزایی ایفا می‌کند (کیند^۷ و همکاران، ۲۰۲۳).

1. Dabbebi

2. Al-Shammari

3. Marquez-Illscas

4. Rovelli & Curnis

5. Breuer

6. Rafique & Noor

7. Kind

با توجه به وجود شکاف های تحقیقاتی مذکور، در این پژوهش تلاش شده است تا به چندین پرسش تجربی پاسخ داده شود. آیا مدیران عامل خودشیفته با احتمال بیشتری اقدام به کاهش رفتارهای نامطلوب زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی می کنند؟ آیا رفتار مدیرعامل در قبال اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی مشروط به قدرت مدیرعامل است؟ آیا تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر سوء رفتارهای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی مشروط به عدم قطعیت محیطی در سطح صنعت است؟ این مطالعه تلاش می کند تا به پرسش های تحقیقاتی پیشین پاسخ داده و یافته های جدیدی را ارائه دهد که به توضیح تعامل بین خودشیفتگی مدیرعامل و سوء رفتارهای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی کمک می کند. این پژوهش با بررسی نقش ویژگی های شخصیتی مدیرعامل، به ویژه خودشیفتگی، در شکل دهی رفتارهای شرکت در حوزه مسائل زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، به ادبیات موجود در این زمینه کمک می کند. این پژوهش به شکاف مهمی در ادبیات موجود پرداخته و پیامدهای کاربردی متعددی برای ذینفعان مختلف دارد. اول، این پژوهش از این جهت که خودشیفتگی را به عنوان یک ویژگی شخصیتی مورد مطالعه قرار می دهد نوآوری قابل توجهی را در این حوزه رقم زده است زیرا می تواند نحوه رفتار مدیران عامل در هنگام بررسی اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را تعیین کند. علاوه بر این، این پژوهش شواهد جدیدی را در راستای پژوهش گیلان^۱ و همکاران (۲۰۲۱) ارائه می دهد که پیشنهاد کردند تحقیقات بیشتری باید بر بررسی ارتباط بین ویژگی های رهبری (مانند خودشیفتگی و قدرت مدیرعامل) و مسائل زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی متمرکز شود. دوم، این پژوهش با بررسی تأثیر ویژگی های شخصیتی بر سوء رفتارهای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، به ادبیات موجود در زمینه سوء رفتارهای شرکتی نیز کمک می کند. در حقیقت ویژگی های روانشناختی مدیران عامل عوامل مهمی در بروز سوء رفتارهای شرکتی هستند. سوم، بررسی اثر تعدیل کننده محیط های نامطمئن به عنوان یک عامل در سطح صنعت بر رفتارهای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی است. این تحلیل به ویژه با توجه به توافق موجود در ادبیات مبنی بر اینکه عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی و در نتیجه سوء رفتارهای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تحت تأثیر تغییرات صنعتی قرار دارند، بسیار مهم است (اندریکات^۲ و همکاران، ۲۰۱۴).

از نظر ساختار، بخش دوم این پژوهش با مروری بر ادبیات و توسعه فرضیه های پژوهش ادامه می یابد. بخش سوم، داده ها و روش شناسی پژوهش را شرح می دهد. بخش چهارم نتایج تجربی و یافته های پژوهش را ارائه می دهد و به بحث و بررسی آن ها می پردازد. در نهایت، بخش پنجم به ارائه جمع بندی و ملاحظات نهایی اختصاص دارد.

مبانی نظری، توسعه فرضیه ها و پیشینه پژوهش

خودشیفتگی مدیرعامل و رفتارهای غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی

در سال های اخیر، زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی به عنوان مفهومی چند بعدی تعریف شده است که ترکیبی از معیارهای متنوع مرتبط با محیط زیست (مانند تغییرات آب و هوایی)، اجتماعی (مانند حقوق بشر) و حاکمیت شرکتی (مانند استراتژی ذینفعان) است. همه این موارد به عنوان عواملی در نظر گرفته می شوند که بر تصمیمات سرمایه گذاری

^۱. Gilla

^۲. Endrikat

ذینفعان تأثیر می‌گذارند (لوگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). در میان فهرست طولانی از نتایج مثبت مرتبط، ادبیات موجود بر این توافق دارد که تعامل با مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی منجر به ایجاد شهرت تجاری قوی و ارسال سیگنال‌های مثبت به بازار مالی از طریق به حداقل رساندن نوسانات قیمت سهام و کاهش عدم تقارن اطلاعات می‌شود (جیا^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). بر اساس این مفهوم، سوءرفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی می‌توانند به عنوان رفتارهای غیر اخلاقی زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تعریف شوند که توسط شرکت‌ها به نفع خود و به ضرر منافع ذینفعان انجام می‌شوند (گلبریت^۳، ۲۰۱۳). دستکاری اطلاعات، شرایط کاری نامناسب، فساد، رشوه‌خواری، تقلب و بلایای زیست‌محیطی تنها چند نمونه از افزایش سوءرفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی در سال‌های اخیر هستند که منجر به کاهش اعتماد به سازمان‌ها و مدیران شرکت‌ها شده است (راجرز^۴ و همکاران، ۲۰۱۵). این سوءرفتارها با استفاده از تحلیل‌های طبقه‌بندی مختلفی، از جمله: بی‌مسئولیتی اجتماعی شرکت‌ها (آنتونی و ماکلان^۵، ۲۰۱۶الف)، سوءرفتارهای شرکتی (کاربری^۶ و همکاران، ۲۰۱۸)، تخلفات شرکتی (رومانی^۷ و همکاران، ۲۰۱۳)، نگرانی‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی (آگوس هارجوتو و سالاس^۸، ۲۰۱۷)، مسئولیت اجتماعی شرکتی منفی (گارسیا-د لس سالومس و همکاران^۹، ۲۰۲۱) و رفتارهای غیر اخلاقی شرکتی (هابرسترو^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۷) مورد مطالعه قرار گرفته است. مطابق ادبیات موجود، شرکت‌هایی که درگیر رفتارهای غیرمسئولانه اجتماعی می‌شوند، با چالش‌هایی مانند کاهش جذابیت برای مصرف‌کنندگان، سرمایه‌گذاران و کارکنان مواجه می‌شوند و همچنین به اعتبار خود آسیب می‌رسانند. این امر منجر به ضررهای مالی، تهدید مزیت رقابتی بلندمدت در بازار و حتی بقای شرکت می‌شود (چيو و شارفمن^{۱۱}، ۲۰۱۸). این رفتارها همچنین ممکن است خشم اخلاقی ذینفعان را برانگیزد (آنتونی و ماکلان، ۲۰۱۶). پوشش رسانه‌ای رفتارهای غیرمسئولانه، ریسک مالی را برای شرکت‌های درگیر در "اقدامات غیرمسئولانه" افزایش می‌دهد (کولبل و همکاران، ۲۰۱۷). همچنین، این پوشش می‌تواند منجر به تحریم‌های مصرف‌کننده، ایجاد نگرش‌های منفی نسبت به سازمان، شکل‌گیری شایعات منفی و آسیب به عملکرد مالی شرکت‌ها شود (هه و همکاران، ۲۰۲۲). با این حال، در درون یک شرکت، چه کسی تصمیم نهایی را در خصوص مشارکت در اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی اتخاذ می‌کند؟ بر اساس نظریه سطوح بالاتر (لیندنمایر^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۲)، مدیرعامل نقش محوری را در فرآیند ارائه اطلاعات مالی دقیق ایفا می‌کند و تأثیر قابل توجهی بر شفافیت کسب‌وکار دارد (لی^{۱۳} و همکاران، ۲۰۱۸). مدیران عامل به عنوان رهبران سازمان، قدرتمندترین تصمیم‌گیرندگان در اکثر شرکت‌ها محسوب می‌شوند؛ بنابراین، نقش آن‌ها در مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است (لی و همکاران، ۲۰۱۸). بر این اساس، مطابق با نظریه سطوح بالاتر

¹. Lueg

². Jia

³. Galbreath

⁴. Rodgers

⁵. Antonetti & Maklan

⁶. Carberry

⁷. Romani

⁸. Harjoto & Salas

⁹. García-de los Salmones

¹⁰. Haberstroh

¹¹. Chiu & Sharfman

¹². Lin- denmeier

¹³. Li

هامبریک و میسون^۱ در سال ۱۹۸۴، انتخاب‌های استراتژیک (مانند استراتژی‌های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی) و نتایج تصمیم‌گیری‌ها در سطح شرکت را می‌توان با در نظر گرفتن ویژگی‌های شخصی و تجربیات مدیران ارشد پیش‌بینی کرد. ادبیات موجود به طور گسترده به بررسی چگونگی تأثیر ویژگی‌های قابل مشاهده مدیران عامل بر استراتژی‌های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی پرداخته است. این ویژگی‌ها شامل سن، سوابق تحصیلی، دوگانگی سمت، غرور بیش از حد (ژانگ^۲ و همکاران، ۲۰۲۰)، جنسیت، دوره تصدی سمت، اعتماد به نفس، و ارتباطات سیاسی (لیم و چانگ^۳، ۲۰۲۱) است. جریان دیگری از ادبیات نیز به مطالعه ویژگی‌های شناختی مدیران عامل که در شخصیت آن‌ها منعکس می‌شود و می‌تواند آن‌ها را به سمت مشارکت یا عدم مشارکت در اقدامات مسئولیت اجتماعی تشویق یا دلسرد کند، پرداخته است (وان اسکاتر و روگلیو^۴، ۲۰۱۸). بر اساس نظریه ذینفعان، مدیران عاملی که به اقدامات مسئولانه اجتماعی می‌پردازند و برای آنها اهمیت دارد، هم به نفع ذینفعان و هم به نفع سهامداران عمل می‌کنند و به طور ذاتی نگران نتایج سودمند جمعی هستند. با این حال، مدیرانی که بیشتر خودمحور هستند، تمایل کمتری به مشارکت در این نوع فعالیت‌ها دارند (بون^۵ و همکاران، ۲۰۲۰). خودشیفتگی دارای جنبه‌های شناختی و انگیزشی است (بون و همکاران، ۲۰۲۰). از نظر شناختی، افراد خودشیفته معمولاً دارای احساس بزرگ‌منشی افراطی و خیالاتی از موفقیت نامحدود، قدرت، هوش، زیبایی و عشق ایده‌آل هستند. از نظر انگیزشی، آن‌ها متکبر بوده، عزت نفس شکننده‌ای دارند، نیاز مفرط به تحسین دارند و اغلب با افراد برجسته یا دارای رتبه بالا معاشرت می‌کنند. این افراد فاقد همدلی بوده و درک احساسات، تجربیات ذهنی و خواسته‌های دیگران برای آن‌ها دشوار است (انجمن روانپزشکی آمریکا، ۲۰۱۳). علاوه بر این، مدیران عامل با اعتماد به نفس بیش از حد، به دلیل اعتماد به نفس افراطی و باور به توانایی‌های خود، بیشتر احتمال دارد که در فعالیت‌های غیرمسئولانه شرکت کنند. آن‌ها به طور کلی اطمینان دارند که می‌توانند عواقب منفی اقدامات خود را کنترل کنند (تانگ^۶ و همکاران، ۲۰۱۵). با این حال، علی‌رغم تمام این جنبه‌های به ظاهر منفی، خودشیفتگی می‌تواند یک ویژگی "دوگانه" و "بسیار مفید" باشد. افراد خودشیفته اغلب به عنوان افرادی با اعتماد به نفس بالا، برون‌گرا، کاریزماتیک، خوش‌بین و دارای مهارت‌های اجتماعی قوی شناخته می‌شوند، که این ویژگی‌ها آن‌ها را به رهبران ایده‌آل تبدیل می‌کند (جاج^۷ و همکاران، ۲۰۰۶). بر اساس نظریه خودشیفتگی سازنده، تمام این ویژگی‌ها ممکن است به پیامدهای منفی کمتری، مانند سوء رفتارهای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، منجر شوند. این ویژگی‌ها، مدیران عامل خودشیفته را از سایر مدیران عامل متمایز می‌کند. این افراد تمایل دارند درگیر رفتارهای پرریسکی شوند که توجه دیگران را به خود جلب می‌کند، صرف‌نظر از اینکه این رفتارها ممکن است منجر به پیروزی‌های بزرگ یا شکست‌های سنگین شوند (بوخولتز^۸ و همکاران، ۲۰۱۸). نیاز شدید مدیران عامل خودشیفته به دیده شدن و تحسین، آن‌ها را به مشارکت در فعالیت‌های غیرمسئولانه سوق می‌دهد، حتی اگر این فعالیت‌ها بر عملکرد مالی شرکت تأثیر منفی بگذارند (پترنکو^۹ و همکاران، ۲۰۱۶). همچنین، این مدیران بیشتر درگیر فعالیت‌های

¹. Hambrick & Mason

². Zhang

³. Lim & Chung

⁴. Van Scotter & Roglio

⁵. Boone

⁶. Tang

⁷. Judge

⁸. Buchholz

⁹. Petrenko

مسئولیت اجتماعی خارجی نسبت به فعالیت‌های داخلی هستند، که نشان‌دهنده تمایل آن‌ها به کسب شهرت و دیده شدن است (الشمري و همکاران، ۲۰۱۹). رفتارهای غیرمسئولانه مدیران عامل می‌تواند منجر به توجه منفی رسانه‌ها شود، زیرا این نوع سوءرفتارها می‌تواند به عنوان نشانه‌ای از ضعف در فرآیندهای حاکمیت شرکتی و نظارت ضعیف هیئت مدیره تلقی شود (وان اسکاتر و روگلیو، ۲۰۱۸). بنابراین، فرضیه زیر بر اساس انگیزه‌های شخصی و تلاش مدیران عامل خودشیفته برای تقویت خودباوری و کسب تحسین از سوی دیگران استوار است. انتظار می‌رود که مدیران عامل خودشیفته تمایل داشته باشند از اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی اجتناب کنند تا بتوانند شهرت و جایگاه خود را در میان ذینفعان و جامعه تقویت کنند.

فرضیه ۱. بین خودشیفتگی مدیرعامل و اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی رابطه معکوس وجود دارد.

نقش تعدیل‌کننده قدرت مدیرعامل

ویژگی‌های شخصیتی ناشی از خودشیفتگی در طول زمان ثابت نمی‌مانند (اشتون و لی^۱، ۲۰۱۶). در حالی که سن فرد به عنوان یکی از عوامل محدودکننده خودشیفتگی شناخته شده است، عوامل داخلی دیگر (مانند قدرت) و عوامل خارجی (مانند نیروهای صنعت) نیز می‌توانند رفتارهای ناشی از خودشیفتگی را تقویت یا محدود کنند (کراگن^۲ و همکاران، ۲۰۲۰) و در نتیجه، احتمال مشارکت یا عدم مشارکت مدیران عامل در اقدامات مسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را افزایش یا کاهش دهند (بروئر و همکاران، ۲۰۲۲). تئوری نمایندگی (جنسن و مک‌کلینگ^۳، ۱۹۷۶) بیان می‌کند که مدیران عامل در راستای منافع شخصی خود با تعقیب اهدافی غیر از اهداف سهامداران عمل می‌کنند. در حالی که سهامداران تلاش می‌کنند ارزش سهام خود را افزایش دهند، مدیران عامل ممکن است احساس کنند که باید به تقویت شهرت خود بپردازند (بروئر و همکاران، ۲۰۲۲). مدیران عاملی که بیشتر به دنبال دستیابی به اهداف شخصی خود هستند تا اهداف شرکت، تمایل بیشتری به افزایش سریع سرمایه‌گذاری‌ها برای کسب این مزایا دارند (جنسن، ۱۹۸۶). قدرت مدیرعامل در این موارد نقش کلیدی دارد ((بروئر و همکاران، ۲۰۲۲). مدیران عامل قدرتمند ممکن است از موقعیت خود سوءاستفاده کرده و به دنبال کسب مزایای شخصی به قیمت منافع سهامداران باشند، که این امر منجر به تشدید تضاد نمایندگی می‌شود. مطالعات پیشین قدرت مدیرعامل را به عنوان توانایی وی در تحمیل اراده خود بر سازمان، علی‌رغم مخالفت هیئت مدیره و سایر اعضای تیم، تفسیر کردند (شیخ^۴، ۲۰۲۲). دوره تصدی طولانی، تمرکز مالکیت و دوجانگی سمت از جمله عواملی هستند که به مدیران عامل در کسب قدرت کمک می‌کنند (الشمري و همکاران، ۲۰۱۹؛ آپال^۵، ۲۰۲۰). مطابق ادبیات رهبری استراتژیک، قدرت برای تقویت اثربخشی سازمانی ضروری است و به مدیران عامل امکان می‌دهد تا کنترل تبادل دانش را در اختیار داشته باشند و از نفوذ هیئت مدیره اجتناب کنند. بر اساس نظریه سطوح بالاتر، ویژگی‌های خاص رهبری می‌توانند بر تصمیمات استراتژیک و نتایج سازمانی تأثیرگذار باشند. همان‌طور که بروئر و همکاران در سال ۲۰۲۲ بیان کردند، هنگام مقایسه شرکتی که مدیرعامل

¹. Ashton & Lee

². Cragun

³. Jensen & Meckling

⁴. Sheik

⁵. Uppal

تصمیم گیرنده نهایی است با شرکتی که تصمیم گیری ها به صورت جمعی توسط تیم اجرایی اتخاذ می شود، بدیهی است که در حالت اول، مدیران عامل امکان پیگیری موثرتر بلند پروازی های شخصی خود را خواهند داشت و توانایی آن ها در افزایش نفوذ خود در تصمیم گیری های کلیدی برای ارتقای جایگاه و اعتبار شخصی آن ها بیشتر خواهد بود (سah و استیگلitz^۱، ۱۹۸۶). مدیران عاملی که از چنین نفوذی برخوردارند، از طیف وسیعی از ابزارها برای تقویت وجهه خود بهره مند خواهند شد. مدیران اجرایی آگاه به اهمیت پایداری، تمایل بیشتری به افزایش سرمایه گذاری های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی نشان خواهند داد تا خود را با شرکت هایی که به محیط زیست اهمیت می دهند مرتبط سازند و در نتیجه، اعتبار و جایگاه خود را ارتقا بخشند (بارنیا و روبین^۲، ۲۰۱۰). اگرچه ادبیات موجود به بررسی فرضیه های متعددی در مورد نقش تعدیل کننده قدرت مدیران عامل بر نتایج شرکت پرداخته است، اما مطالعات اندکی به بررسی رابطه بین این نقش و مسائل زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی پرداختند (گالگو-آلورز و پوچتا^۳، ۲۰۲۲). برخی مطالعات نشان دادند که قدرت مدیرعامل بر رابطه بین مسئولیت زیست محیطی و عملکرد مالی تأثیر تعدیل کنندگی ندارد، زیرا در حضور قدرت مدیرعامل، فعالیت های اجتماعی و زیست محیطی شرکت ها با انگیزه هایی مانند کسب مزایای تجاری و ایجاد ارزش صورت می گیرند (لی^۴، ۲۰۲۱). با این حال، برخی مطالعات نشان می دهند که قدرت مدیرعامل اثر تعدیل کننده مثبتی بر ارتباط بین افشای اطلاعات زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی و ارزش تجاری دارد. این امر به دلیل آن است که سهامداران معتقدند شرکت هایی که توسط مدیران عامل قدرتمند اداره می شوند و اقدام به افشای اطلاعات زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی می کنند، تعهد قوی تری نسبت به اجرای اقدامات زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی دارند (لی و همکاران، ۲۰۱۸). علاوه بر این، شهاب و همکاران (۲۰۲۱) دریافتند که شرکت هایی با مدیران عامل قدرتمند احتمال بیشتری دارد که عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی خود را از طریق جداسازی اقدامات از نتایج، مدیریت کنند. جاوید^۵ و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند که قدرت مدیرعامل رابطه مثبتی با ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت ها و نوآوری دارد و این رابطه ناشی از نیاز مدیران عامل قدرتمند به حفظ جایگاه خود است. با توجه به یافته های پژوهش های پیشین، فرضیه زیر ارائه شده است: با توجه به تقویت حس خودشیفتگی در مدیران عامل قدرتمند، انتظار می رود این دسته از مدیران تمایل بیشتری به پیگیری اقدامات مسئولانه در حوزه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی داشته باشند.

فرضیه ۲. قدرت مدیرعامل، رابطه منفی بین خودشیفتگی مدیرعامل و اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی را تقویت می کند.

نقش تعدیل کنندگی محیط نامطمئن

نظریه نهادی برای توضیح عوامل خارجی موثر بر تمایل مدیران عامل به اتخاذ رویکردهای پایدار، بیان می کند که مجموعه ای از نیروهای تاریخی، فرهنگی، اجتماعی، صنعتی و زیست محیطی بر فرآیند تصمیم گیری در سازمان ها تأثیرگذار هستند. این نیروها برای بقا و کسب مشروعیت شرکت ها در محیط کسب و کار ضروری هستند (بیورکمن^۶ و

¹. Sah & Stiglitz

². Barnea & Rubin

³. Gallego-A'lvarez & Pucheta

⁴. Lee

⁵. Javeed

⁶. Björkman

همکاران، ۲۰۰۷). شرکت‌ها برای کسب مشروعیت در چشم سرمایه‌گذاران و ذینفعان، به فشارهای محیطی پاسخ می‌دهند و رویه‌های تجاری شناخته شده و پذیرفته شده در جامعه را اتخاذ می‌کنند (آرتس^۱ و همکاران، ۲۰۰۶). به عنوان مثال، عوامل فرهنگی بر اقدامات سازمانی، از جمله اقدامات زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی و اجرای کدهای اخلاقی، استانداردها و سیاست‌های مدیریت زیست‌محیطی، تأثیرگذار هستند و باعث می‌شوند تا شرکت‌ها در کشورها و صنایع مختلف، اولویت‌های متفاوتی را برای مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی در نظر بگیرند. بر اساس نظریه نهادی، سازمان‌ها باید اقدامات زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی خود را با توجه به ویژگی‌های صنعت و محیط کسب‌وکار خود تطبیق دهند (کرس و گهمن^۲، ۲۰۲۲). به عنوان یکی از مرتبط‌ترین عوامل نهادی، ادبیات موجود نشان می‌دهد که محیط صنعت تأثیر قابل توجهی بر عملکرد زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی دارد. تأثیر صنعت بر زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را می‌توان با این واقعیت توضیح داد که برخی صنایع نسبت به سایر صنایع "آلاینده‌تر" هستند و شرکت‌هایی که در صنایعی فعالیت می‌کنند که حساسیت بیشتری نسبت به مسائل زیست‌محیطی دارند، نسبت به شرکت‌هایی که در صنایعی با نظارت و انتقاد کمتر از سوی ذینفعان فعالیت می‌کنند، توجه بیشتری به اقدامات پایداری معطوف می‌نمایند (چو و پتن^۳، ۲۰۰۷). به عنوان یکی از عوامل سطح صنعت، پویایی، به همراه ظرفیت محیط در فراهم سازی منابع مورد نیاز یک سازمان و پیچیدگی، یکی از مهم‌ترین جنبه‌های محیطی است که بر طراحی استراتژی رقابتی تأثیر می‌گذارد (لارانتا^۴ و همکاران، ۲۰۱۴). پویایی صنعت به تغییرات غیرقابل پیش‌بینی اشاره دارد که باعث ایجاد عدم قطعیت و بی‌ثباتی در رویه‌های مدیریتی می‌شود (داتا^۵ و همکاران، ۲۰۰۵). در محیط پویا، منافع ذینفعان به طور معمول مبهم است (چیو و شارفمن^۶، ۲۰۱۸) و اجزای فناوری و بازار در حال تغییر هستند که منجر به بی‌ثباتی و عدم دقت در محیط کسب‌وکار می‌شود. صنایع پویاتر به سمت تنوع گسترده حرکت می‌کنند که این امر پیچیدگی آن‌ها را افزایش می‌دهد و دستیابی به چشم‌اندازهای توسعه را برای مدیران دشوارتر می‌کند (نی^۷ و همکاران، ۲۰۲۲). مدیران عامل در صنایع پویا با چالش‌های درک و ارزیابی گزینه‌های تصمیم‌گیری متنوع و غیرمنتظره مواجه هستند (چاندلر^۸ و همکاران، ۲۰۰۵). علاوه بر این، مدیران عامل در این محیط‌ها نیاز به انجام همزمان فعالیت‌های شناختی بیشتری دارند، که عملکرد شناختی را تضعیف می‌کند و به صورت ناتوانی در انجام موثر پردازش‌های شناختی پیچیده بروز می‌یابد. این امر منجر به کاهش استفاده از اطلاعات موجود، کاهش تمرکز و افزایش حساسیت و حواس پرتی (لاوی^۹، ۲۰۰۵) می‌شود. این شرایط تصمیم‌گیری چالش برانگیز با افزایش دشواری تشخیص ناسازگاری‌های داخلی نیز تشدید می‌شود. در نتیجه، ترجیحات فعلی مدیرعامل ممکن است با ترجیحات قبلی وی متفاوت باشد و بنابراین، توجه بیشتری باید به هنگام تصمیم‌گیری صورت پذیرد. به طور خلاصه، پویایی محیطی منجر به فرآیند تصمیم‌گیری استراتژیک ناپایدارتر می‌شود (مافیت^۹ و همکاران، ۲۰۲۳). در حالی که شرکت‌های فعال در صنایع پایدار بیشتر به تکنیک‌های معمول مانند تحقیق و توسعه متکی هستند، شرکت‌های فعال

1. Aerts

2. Crace & Gehman

3. Cho & Patten

4. Larran`eta

5. Database

6. Chiu & Sharfman

7. Chandler

8. Lavie

9. Moffitt

در محیط‌های پویا با چالش پردازش اطلاعات مواجه هستند و نمی‌توانند برای اتخاذ تصمیمات منطقی تنها به تجربه خود متکی باشند (روتنبرگ و زیگلیدوپولوس^۱، ۲۰۰۷). برای بقا و سازگاری با محیط کسب و کار نامطمئن و فرآیندهای تصمیم‌گیری پیچیده‌تر، این محیط‌ها نیازمند نظارت مستمر، نوآوری و چابکی هستند، که مستلزم همکاری و اشتراک‌گذاری دانش بین مدیران است (ژیرو و ویتینگتون^۲، ۲۰۱۷). ویژگی‌های خودشیفتگی تحت تأثیر زمینه‌های روانشناختی ضعیف، یعنی موقعیت‌هایی با درجه بالایی از عدم قطعیت در رابطه بین اهداف و ابزارهای دستیابی به آن‌ها، قرار دارند، مانند صنایع بسیار پویا. عدم قطعیت‌های خارجی موجود در صنایع پویا می‌تواند بر نگرش مدیران عامل تأثیر گذاشته و اهداف خودشیفتگی مانند جاه‌طلبی و جلب توجه را تشدید یا تعدیل کند. بنابراین، ممکن است مدیران عامل خودشیفته در صنایع پویا و نامطمئن با چالش‌های بیشتری مواجه شوند، محتاط‌تر عمل کنند و تمایل کمتری به اتخاذ اقدامات زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی داشته باشند، زیرا تأثیر این اقدامات بر تصویر، دیده شدن و شهرت آن‌ها کمتر قابل پیش‌بینی است. از سوی دیگر، در محیط‌های پویا، بازار نیازمند مدیران اجرایی پیشرو و منعطف‌تر است تا بتوانند در این شرایط دوام آورند، که ممکن است مدیران عامل خودشیفته را از مشارکت در اقدامات نامطلوب زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی بازدارد. با توجه به موارد فوق، فشارهای ناشی از پویایی صنعت، بر رفتار و فرآیندهای تصمیم‌گیری مدیرعامل در رابطه با اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی تأثیرگذار است و فرضیه زیر را مطرح می‌شود:

فرضیه ۳. پویایی صنعت، رابطه منفی بین خودشیفتگی مدیرعامل و اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی را تعدیل می‌کند.

اسماعیلی کیا و فتحی نیا (۱۴۰۴) تأثیر عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و راهبری بر عملکردهای مالی و غیرمالی شرکت: نقش تعدیل‌کنندگی ویژگی‌های ساختاری مدیریت را مورد بررسی قرار دادند. چهار فرضیه پژوهش با استفاده از اطلاعات ۱۶۶ شرکت پذیرفته شده در شرکت بورس اوراق بهادار تهران، در دوره زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۱ (شامل ۱۶۶۰ مشاهده شرکت - سال) و به‌کارگیری رگرسیون چندمتغیره آزمون و تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان دادند عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و راهبری بر عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی تأثیر مثبت و معناداری دارد. ثبات و استحکام مدیریت و توانایی مدیریت، تأثیر مثبت عملکرد زیست محیطی و اجتماعی و راهبری بر عملکرد مالی را تقویت می‌کنند؛ اما استقلال هیئت‌مدیره و تنوع اعضای هیئت‌مدیره بر این تأثیر نقش تعدیل‌کنندگی ندارند. ثبات و استحکام مدیریت، استقلال هیئت‌مدیره، تنوع اعضای هیئت‌مدیره و توانایی مدیریت، تأثیر مثبت عملکرد زیست محیطی و اجتماعی و راهبری بر عملکرد غیرمالی را تقویت می‌کنند.

رضوی و همکاران (۱۴۰۳) به بررسی رابطه عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی با رفتار احساسی سرمایه‌گذاران با وجود عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند. در همین راستا نمونه‌ای مشتمل بر ۱۳۰۰ سال-شرکت از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی دوره زمانی ۱۳۹۲-۱۴۰۱ انتخاب و آزمون شد. نتایج نشان داد که افزایش عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی منجر به افزایش احساسات سرمایه‌گذاران می‌شود.

^۱. Rothenberg & Zyglidopoulos

^۲. Girod & Whittington

همچنین، عدم تقارن اطلاعاتی، ارتباط مثبت بین عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی و احساسات سرمایه‌گذاران را کاهش می‌دهد. با بررسی هر یک از ابعاد نشان داده شد که ابعاد زیست محیطی و اجتماعی از مهمترین ابعاد عملکرد زیست محیطی اجتماعی و حاکمیتی به شمار می‌رود که می‌تواند احساسات سرمایه‌گذاران را افزایش دهد. به علاوه، عدم تقارن اطلاعاتی تأثیر مثبت مسایل زیست محیطی و اجتماعی بر احساسات سرمایه‌گذاران را کاهش می‌دهد. در نهایت در آزمون‌های حساسیت نشان داده شد که در زمان کمتر بودن احساسات سرمایه‌گذاران، عملکرد زیست محیطی و اجتماعی و حاکمیتی منجر به بیشتر شدن احساسات سرمایه‌گذار می‌شود. اما در زمان بیشتر بودن احساسات سرمایه‌گذاران، عملکرد زیست محیطی و اجتماعی و حاکمیتی بر احساسات سرمایه‌گذار تأثیری ندارد.

بادآور نهندی و احمدی (۱۴۰۲) به بررسی ارتباط خطی و غیرخطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیلی مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی پرداختند. در پژوهش آنها تعداد ۶۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۷ ساله مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که خودشیفتگی مدیرعامل با فعالیت اجتماعی شرکت دارای رابطه خطی منفی می‌باشد و مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی موجب تضعیف این ارتباط منفی می‌شود. همچنین بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت اجتماعی شرکت رابطه غیرخطی معنادار U شکلی وجود دارد و مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی موجب پهن‌تر شدن منحنی شده و تأثیر خودشیفتگی بر فعالیت اجتماعی شرکت را در سطوح مختلف تضعیف می‌نماید.

طاهری و محمدی (۱۴۰۱) به بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیران عامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیل‌کننده حسابرسی داخلی پرداختند. برای نیل به هدف پژوهش، از اطلاعات مالی ۱۶۳ شرکت پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۱-۱۳۹۹ و برای آزمون فرضیه‌ها از روش رگرسیون چندگانه و داده‌های ترکیبی استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که خودشیفتگی مدیرعامل، تأثیر مثبت و معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارد. همچنین، مشخص شد که اندازه و تجربه واحد حسابرسی داخلی به‌عنوان اهم ویژگی‌های حسابرسی داخلی رابطه مثبت بین خودشیفتگی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تقویت می‌کنند. همچنین، مشخص شد که اندازه و تجربه واحد حسابرسی داخلی به‌عنوان اهم ویژگی‌های حسابرسی داخلی رابطه مثبت بین خودشیفتگی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تقویت می‌کنند.

روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه شرکت‌هایی می‌باشند که در بازه زمانی ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۲ در بورس اوراق بهادار تهران حضور داشته‌اند. نمونه آماری این تحقیق آن دسته از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار هستند که از طریق غربالگری و با توجه به محدودیت‌های زیر انتخاب می‌شوند:

۱. نمونه تغییر سال مالی نداشته باشد به عبارتی پایان سال مالی آنها ۲۹ اسفند ماه باشد. اگر شرکت‌ها تغییر سال مالی داشته باشند داده‌ها در بازه زمانی مشخصی برای انجام تحقیق قرار نمی‌گیرند.
۲. قبل از سال ۱۳۹۶ در بورس پذیرفته شده و تا پایان دوره پژوهش در بورس فعال باشند. اگر در دوره زمانی در بورس نباشد از اطلاعات آنها جهت انجام تحلیل داده‌ها استفاده نمی‌شود.

۳. اطلاعات مورد نیاز شرکت ها برای مطالعات و محاسبات تحقیق، در طول دوره در دسترس باشد.

۴. شرکت های واسطه گری مالی (سرمایه گذاری، هلدینگ، لیزینگ و بانک ها) از نمونه آماری حذف گردیدند. به دلیل تفاوت فعالیت ها و صورتهای مالی حذف می گردند.

از میان جامعه آماری تنها ۱۴۱ شرکت در ۷ سال تمام معیارهای مذکور را احراز کرده اند و لذا از آنها به عنوان نمونه در پژوهش حاضر استفاده شده است.

مدل های آزمون فرضیه های پژوهش

با توجه به پژوهش های (وانگ^۱ و همکاران، ۲۰۲۳، مارتینز-فررو و گارسیا-مکا^۲، ۲۰۲۰؛ بورک، ۲۰۲۲)، مدل های رگرسیون پژوهش حاضر به شرح زیر می باشد:

$$ESG_{it} = \beta_1 CEO_Narc_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Leverage_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 Own_Conc_{it} + \beta_6 BIND_{it} + \mu_{it}$$

رابطه ۱

$$ESG_{it} = \beta_1 CEO_Narc_{it} + \beta_2 CEO_Power_{it} + \beta_3 CEO_Narc * CEO_Power_{it} + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Leverage_{it} + \beta_6 ROA_{it} + \beta_7 Own_Conc_{it} + \beta_8 BIND_{it} + \mu_{it}$$

رابطه ۲

$$ESG_{it} = \beta_1 CEO_Narc_{it} + \beta_2 Dynamism_{it} + \beta_3 CEO_Narc * Dynamism_{it} + \beta_4 Size_{it} + \beta_5 Leverage_{it} + \beta_6 ROA_{it} + \beta_7 Own_Conc_{it} + \beta_8 BIND_{it} + \mu_{it}$$

رابطه ۳

متغیرهای پژوهش و نحوه اندازه گیری آنها

متغیر وابسته: عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی شرکتی

گزارش دهی امتیاز محیطی، اجتماعی، حاکمیتی و مشارکت شرکت در شیوه های پایداری تا حد زیادی ترویج شده است، اما افشای این شیوه ها هنوز در کشورها و شرکت های مختلف یکسان نیست. بنابراین، در این پژوهش شرکت هایی که در شیوه های محیطی، اجتماعی، حاکمیتی شرکت دارند، براساس امتیازات محیطی، اجتماعی، حاکمیتی تعیین شده در گزارشات سالانه شرکت های بورس اوراق بهادار تهران در سایت کدال شناسایی می شود.

Env: امتیاز افشای محیطی بر اساس محیط زیست است.

SOC: امتیاز افشای اجتماعی بر اساس مزیت های اجتماعی است.

Gov: امتیاز افشای حاکمیت بر اساس حاکمیت شرکتی است.

ESG: افشای محیطی، اجتماعی و حاکمیت: امتیاز ترکیبی از افشای شرکت بر اساس حاکمیت شرکتی، اجتماعی و محیط زیست است. این امتیازها بر اساس شاخص های مالی و غیرمالی متعدد جمع آوری شده از افشای شرکت ها در گزارشات سالانه تعیین می شوند.

شاخص زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی که نام آن از ترکیب سه حرف اول کلمات محیط زیست (Environment) و دغدغه های اجتماعی (Social) و حاکمیت شرکتی (Governance) ساخته شده، جنبه هایی از فعالیت شرکت ها و

¹. Wang

². Martínez-Ferrero & García-Meca

کسب و کارها را می‌سنجد و امتیاز ترکیبی از افشای شرکت بر اساس حاکمیت، اجتماعی و محیط زیست است که در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. امتیازات زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی

شاخص های بعد زیست محیطی	شاخص های بعد اجتماعی	شاخص های بعد حاکمیتی
۱. آلاینده‌گی و آلودگی، ضایعات	۱. سلامت و امنیت و بهره‌وری	۱. رعایت حقوق سهامداران
۲. انرژی، بهره‌وری، آب	۲. حقوق نیروی کار	۲. کمیته‌ها
۳. تنوع زیستی	۳. ادراک اجتماعی ذینفعان	۳. مدیریت ریسک
۴. تغییر آب و هوا	۴. سلامت تولید	۴. جبران عملکرد
۵. ارزیابی زیست محیطی	۵. عدم تبعیض و شمول اجتماعی	۵. اخلاق و اصول رفتاری
۶. مسائل خدمات و زنجیره تأمین	۶. مسائل اجتماعی مشتریان و زنجیره تأمین	۶. شفاف سازی راهبری
۷. آموزش محیطی	۷. رعایت اصول حقوق بشر	۷. انطباق با قوانین
۸. سیستم مدیریت محیطی	۸. توسعه اجتماعی و بشر دوستی	۸. ترکیب هیئت مدیره
۹. شفاف سازی محیطی	۹. سرمایه گذاری مسئولیت اجتماعی	۹. مدیریت ریسک سرمایه گذاری
	۱۰. حفظ نام تجاری و رفتار ضد رقابتی	
	۱۱. یادگیری و آموزش اجتماعی	
	۱۲. شفاف سازی اجتماعی	

اعمال غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی

طبق پژوهش (بوسلا^۱ و همکاران، ۲۰۱۸)، در صورتی که امتیاز افشای شرکت در حوزه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی طبق جدول ۱، پایین تر از میانه باشد نشان دهنده اعمال غیرمسئولانه و عدد یک تعلق می‌گیرد و در غیر این صورت عدد صفر است.

متغیر مستقل: خودشیفتگی مدیر عامل

به طور معمول، در سازمان‌ها مدیران اجرایی خودشیفته پاداش‌های بیشتری برای خود قائل شده و از این طریق موقعیت خود را در سازمان مستحکم می‌کنند. شاخص پاداش نقدی هیأت مدیره نیز از تقسیم پاداش نقدی مصوب در جلسه مجمع عمومی بر کل حقوق و دستمزد پرداختی سال مالی شرکت به دست خواهد آمد (نمازی و همکاران، ۱۳۹۶).

متغیرهای تعدیل کننده:

الف) قدرت مدیر عامل: شاخص‌های نشان دهنده قدرت مدیرعامل عبارت است از:

(۱) تجربه مدیرعامل: با استفاده از تعداد سال‌های تصدی وی در سمت مدیرعاملی در شرکت اندازه‌گیری شده است، اگر مدت زمان تصدی مدیرعامل بیشتر از میانه مدت زمان تصدی مدیرعامل‌های آن صنعت باشد یک در غیر این صورت صفر است.

^۱. Bouslah

(۲) مالکیت مدیرعامل: به عنوان درصد سهام متعلق به مدیرعامل شرکت محاسبه شده است، اگر مدیرعامل شرکت بیش از ۱۰ درصد از سهام شرکت را دارا باشد ۱ و در غیر این صورت ۰ است.

(۳) دوگانگی سمت مدیرعامل: با استفاده از یک متغیر ساختگی نشان داده شده است که در صورت همزمانی سمت مدیرعاملی و ریاست هیئت مدیره شرکت برابر با ۱ و در غیر این صورت برابر با ۰ است.

(۴) تخصص مدیرعامل: اگر مدیرعامل دارای مدرک کارشناسی ارشد به بالا در رشته های مالی از قبیل حسابداری، مدیریت و اقتصاد باشد عدد یک و در غیر این صورت عدد صفر است.

با توجه به مطالب فوق، قدرت مدیرعامل را مجموع چهار متغیر مجازی که دارای مقدار صفر و یک هستند، برای هر شرکت در سال موردنظر تعیین میکند. بنابراین، قدرت مدیرعامل برای هر شرکت در هر سال عددی بین ۱ تا ۴ خواهد بود. در شرکتی که مجموع عوامل ۰ باشد، قدرت مدیرعامل بسیار کم و در شرکتی که مجموع عوامل ۴ باشد، قدرت مدیرعامل بسیار زیاد خواهد بود.

ب) پویایی صنعت

در این پژوهش، پویایی صنعت به عنوان دومین عامل تعدیل کننده مورد بررسی قرار می گیرد. پویایی، به معنای تغییرات غیرقابل پیش بینی و سریع در هر بخش فعالیت اقتصادی، تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله عدم قطعیت قرار دارد. با استناد به پژوهش های پیشین (چن^۱ و همکاران، ۲۰۱۷)، از معیار پیشنهادی توسط کیتس و هیت^۲ ۱۹۸۸ استفاده شده است. بر اساس این رویکرد، شاخص پویایی صنعت، پویایی با استفاده از نوسانات فروش خالص در صنعت اصلی شرکت طی یک دوره پنج ساله اندازه گیری می شود.

متغیرهای کنترلی:

اندازه شرکت (SIZE): برابر است با لگاریتم طبیعی ارزش کل دارایی های شرکت در پایان سال مالی.

اهرم مالی (LEV): برابر است با نسبت کل بدهی ها دفتری به ارزش کل دارایی های شرکت در پایان سال مالی.

استقلال هیئت مدیره (BIND): برابر است با نسبت کل مدیران غیرموظف به کل اعضای هیئت مدیره شرکت در پایان سال مالی.

تمرکز مالکیت (CON): برابر است با سهام تحت تملک بزرگ ترین سهام دار شرکت به کل سهام شرکت در پایان سال مالی.

بازده دارایی ها (ROA): برابر است با نسبت سود خالص به دارایی کل دارایی های شرکت در پایان سال مالی.

پس از تعیین تکنیک تحلیل، مشخصات رگرسیونی زیر برای بررسی موارد زیر توسعه داده می شود:

(۱) در رابطه ۱ (معادله ۱)، تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر کاهش اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، به منظور آزمون فرضیه اول انجام می شود؛ و (۲) در رابطه های ۲ و ۳ (معادله های ۲ و ۳ به ترتیب)، بررسی عوامل زمینه ای (قدرت مدیرعامل و عدم قطعیت صنعت) که بر این رابطه تأثیر می گذارند، به منظور آزمون فرضیه های دوم و سوم انجام می شود.

¹. Chen

². Keats & Hitt

یافته‌های پژوهش

به منظور بررسی مشخصات عمومی متغیرها و تجزیه و تحلیل دقیق آن‌ها، آشنایی با آمار توصیفی مربوط به متغیرها لازم است. با توجه به آماره توصیفی، می‌توان شاخص‌ها را به شاخص‌های مرکزی و پراکندگی و سایر شاخص‌ها تقسیم نمود، که شاخص‌های مرکزی عبارت از شاخص میانگین و میانه، شاخص‌های پراکندگی عبارت از شاخص انحراف معیار. جدول ۲، آمار توصیفی داده‌های مربوط به متغیرهای مورد استفاده در پژوهش را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده در بخش آمار توصیفی نشان می‌دهند که برای مثال میانگین عملکرد زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی شرکت‌ها ۱۱/۳۸ می‌باشد. میانه یکی دیگر از شاخص‌های مرکزی است که وضعیت جامعه را نشان می‌دهد. انحراف معیار یکی از مهمترین پارامترهای پراکندگی است و معیاری برای میزان پراکندگی مشاهدات از میانگین است؛ با توجه به جدول ۲، این مقدار برای متغیر قدرت مدیرعامل ۰/۸۵ است.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	میانگین	میانه	پیشینه	کمینه	انحراف معیار
عملکرد زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی	۱۱/۳۸	۱۱/۰۰	۱۶/۰۰	۷/۰۰	۱/۶۱
خودشیفتگی مدیرعامل	۰/۱۲	۰/۰۹	۰/۳۴	۰/۰۰	۰/۱۲
قدرت مدیرعامل	۱/۲۹	۱/۰۰	۱/۰۰	۰/۰۰	۰/۸۵
لگاریتم پویایی صنعت	۷/۴۲	۷/۴۵	۹/۳۰	۴/۳۳	۱/۵۴
اندازه شرکت	۱۴/۶۴	۱۴/۴۲	۲۰/۷۶	۱۰/۵۳	۱/۵۴
اهرم مالی	۰/۵۴	۰/۵۴	۰/۹۸	۰/۰۱۲	۰/۲۰
استقلال هیئت مدیره	۰/۵۷	۰/۶۰	۱/۰۰	۰/۲۰	۰/۱۸
تمرکز مالکیت	۰/۴۸	۰/۵۰	۰/۹۵	۰/۰۰	۰/۲۱
بازده دارایی‌ها	۰/۱۷	۰/۱۴	۰/۸۵	-۰/۲۵	۰/۲۲
نام متغیر		برابر است با صفر		برابر است با یک	
اعمال غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی		۸۱۷			۱۷۰

منبع: یافته‌های پژوهش

تحلیل‌های رگرسیون چندمتغیره

برای تخمین بهترین مدل با استفاده از یکی از روش‌های اثرات مشترک، اثرات ثابت و اثرات تصادفی، از آزمون اف لیمر و در صورت لزوم از آزمون هاسمن استفاده می‌شود. در این پژوهش در ابتدا برای انتخاب بین روش داده‌های ترکیبی و روش داده‌های تابلویی از آزمون F لیمر استفاده شده است و با توجه به نتایج دو آزمون انجام شده (اف لیمر و هاسمن) در هر دو آزمون احتمال بدست آمده کمتر از ۵ درصد بوده و بنابراین باید در مدل رگرسیونی مربوطه از داده‌های پنل و روش اثرات ثابت استفاده شود.

همانطور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود، برای بررسی درستی مدل، از معیارهای ضریب تعیین (R^2) و دوربین و اتسون (D-W) و برای بررسی معنی داری مدل نیز از آماره F استفاده می‌شود. همان طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب تعیین در دو سطح، بدین معنی است که قدرت توضیح دهنده و برازش مدل در

سطح خوبی قرار دارد. آماره دوربین - واتسون در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ نشان دهنده عدم وجود خود همبستگی از مرتبه اول می باشد، در نتیجه خودهمبستگی از مرتبه اول در جزء خطای مدل وجود ندارد. در نهایت مقدار احتمال آماره F به ترتیب برابر با ۰/۰۰ می باشد. جدول ۳ ضرایب برآورد شده رگرسیون های معادله ی (۱) را نشان می دهد. جدول ۳ نتایج مدل ۱ را نشان می دهد که فرضیه ۱ را مورد آزمون قرار می دهد، یعنی بررسی می کند که آیا مدیران عامل خودشیفته بیشتر مستعد مشارکت در اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی هستند یا خیر. ضریب خودشیفتگی مدیرعامل از نظر آماری معنی دار و منفی است (ضریب = -۰/۰۵، $p < ۰/۰۵$)، که از فرضیه ما مبنی بر اینکه خودشیفتگی مدیرعامل، عامل مهمی در کاهش ریسک کسب و کار و دوری از اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی است، پشتیبانی می کند. بنابراین، نتایج نشان می دهد که مدیران عامل خودشیفته تمایل کمتری به انجام اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی دارند، زیرا این امر به عنوان استراتژی جهت تقویت شهرت و کسب شناخت از سوی ذینفعان و جامعه تلقی می شود.

جدول ۳. تخمین نهایی مدل رگرسیونی اول پژوهش

متغیرها	ضریب	آماره تی	معناداری
ضریب ثابت	۰/۴۷۰	۱۴/۹۱۰	۰/۰۰۰۰
خودشیفتگی مدیر عامل	-۰/۰۵۰	-۲/۵۴۰	۰/۰۱۱
اندازه شرکت	-۰/۰۴۰	-۲/۱۱۰	۰/۰۳۴۶
اهرم مالی	۰/۱۱۰	۱/۰۰۴	۰/۳۱۵
استقلال هیئت مدیره	-۰/۰۵۴	-۲/۴۶۰	۰/۰۱۴۰
تمرکز مالکیت	-۰/۲۰۰	-۱/۹۶۰	۰/۰۴۹
بازده دارایی ها	-۰/۲۰۰	-۷/۲۱۰	۰/۰۰۰
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۴۹۰		
آماره F		۱۸/۰۵۰	
سطح معناداری		۰/۰۰۰	
دوربین - واتسون		۱/۷۰۰	

منبع: یافته های پژوهش

جدول ۴ و ۵ نتایج مدل های ۲ و ۳ را نشان می دهد که به ترتیب فرضیه های ۲ و ۳ را مورد آزمون قرار می دهند، یعنی اینکه آیا گرایش اولیه مدیران عامل خودشیفته به اجتناب از اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تحت تأثیر قدرت خاص مدیرعامل و عدم قطعیت محیطی به عنوان عاملی در سطح صنعت قرار دارد یا خیر. در مدل ۲، نتایج مجدداً تأثیر منفی و معنادار خودشیفتگی مدیرعامل بر اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، را تأیید می کند (ضریب = -۰/۷۴، $p < ۰/۰۵$). با این حال، یافته اصلی از فرضیه ۲ پشتیبانی می کند، زیرا ضریب تعامل بین خودشیفتگی مدیرعامل و قدرت مدیرعامل نیز معنی دار و منفی است (ضریب = -۰/۰۶۵، $p < ۰/۰۵$). این نشان می دهد که قدرت بیش از حد مدیرعامل، که با تجربه بیشتر، مالکیت بالاتر و دوگانگی سمت و تخصص

مرتبط است، تمایل مدیرعامل به اجتناب از سوءرفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را تقویت می‌کند. بنابراین، قدرت مدیرعامل رابطه منفی بین خودشیفتگی مدیرعامل و اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را تقویت می‌کند و از فرضیه ۲ پشتیبانی می‌کند.

جدول ۴. تخمین نهایی مدل رگرسیونی دوم پژوهش

نام متغیر	ضرایب برآوردی	آماره t	سطح معناداری
ضریب ثابت	۰/۷۷۲	۲/۷۰۰	۰/۰۰۸
خودشیفتگی مدیر عامل	-۰/۷۴۰	-۲/۹۸۰	۰/۰۰۳
قدرت مدیرعامل	۲۸/۲۷	۰/۵۶۰	۰/۵۷۲
خودشیفتگی مدیر عامل*قدرت مدیرعامل	-۰/۰۶۵	-۱۱/۷۷۰	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	-۰/۱۰۰	-۲/۱۶۰	۰/۰۴۶
اهرم مالی	-۰/۰۶۰	-۰/۸۸۰	۰/۳۷۱
استقلال هیئت مدیره	-۰/۳۹۰	-۳۰/۰۴۰	۰/۰۰۰
تمرکز مالکیت	۰/۴۷۰	۱۳/۳۸۰	۰/۰۰۰
بازده دارایی‌ها	-۰/۰۰۶	-۲/۹۹۰	۰/۰۰۲
دوربین - واتسون	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	سطح معناداری
۲/۸۰۰	۰/۴۷۰	۱۷/۰۲۲	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

در مدل ۳ نتایج نقش تعدیل‌کنندگی عدم قطعیت محیطی ناشی از پویایی صنعت را تأیید می‌کند. شواهد نشان می‌دهند که خودشیفتگی مدیرعامل تأثیر منفی و معناداری بر اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی دارد (ضریب = -۰/۳۲، $p < ۰/۰۵$). ضریب بین خودشیفتگی مدیرعامل و پویایی صنعت معنادار و مثبت است (ضریب = ۰/۰۲، $p < ۰/۰۵$)، که نشان می‌دهد عدم قطعیت محیطی رابطه منفی بین خودشیفتگی مدیرعامل و سوءرفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را محدود می‌کند و از فرضیه ۳ پشتیبانی می‌کند. با توجه به ضرایب به دست آمده، نتایج نشان می‌دهد که تأثیر منفی خودشیفتگی مدیرعامل بر اعمال غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی در محیط‌های با عدم قطعیت ضعیف‌تر است. بر اساس یافته‌های فوق و پشتیبانی از فرضیه ۳، عدم قطعیت محیطی مرتبط با پویایی صنعت، رابطه منفی بین خودشیفتگی مدیرعامل و اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را محدود می‌کند. فشارهای صنعت بر رفتار مدیرعامل و فرآیندهای تصمیم‌گیری مربوط به اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تأثیرگذار هستند. این نتیجه با فشارهای صنعت مرتبط است که به طور قابل توجهی بر رفتار مدیرعامل و فرآیندهای تصمیم‌گیری در خصوص اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی تأثیر می‌گذارد. این یافته با نظریه نهادی و ایزومورفیسم تقلیدی، که در تحقیقات پیشین

(به عنوان مثال، آرتس و همکاران، ۲۰۰۶؛ فردریک^۱، ۲۰۰۶؛ بویرال^۲، ۲۰۰۷) به اثبات رسیده است، همسو است. این نظریه ها بیان می کنند که رفتار مدیرعامل در زمینه تخلفات زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی مشروط به عوامل محیطی، به ویژه پویایی صنعت است. مطالعه حاضر با نشان دادن اینکه تأثیر منفی مدیران عامل خودشیفته بر سوء رفتارهای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی در شرکت هایی که در صنایع پویاتر فعالیت می کنند، کاهش می یابد، این درک را گسترش می دهد. بر خلاف دیدگاه های غالب که نشان می دهد مدیران عامل در بخش های بحث برانگیز صنایع بیشتر مستعد مشارکت در اقدامات غیر اخلاقی هستند، همانطور که توسط **بارنیا و روبین (۲۰۱۰)** پیشنهاد شده است، پژوهش حاضر این فرضیه را به چالش می کشد. شواهد نشان می دهد که فعالیت در چنین بخش هایی تأثیر معناداری بر رفتار مدیرعامل در زمینه مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی ندارد. این تفاوت با ادبیات پیشین بر ضرورت اتخاذ دیدگاهی دقیق تر در مورد پیامدهای اخلاقی فعالیت در صنایع خاص تأکید می کند.

جدول ۵. تخمین نهایی مدل رگرسیونی سوم پژوهش

نام متغیر	ضرایب برآوردی	آماره t	سطح معناداری
ضریب ثابت	۱/۶۱۰	۴/۹۹۰	۰/۰۰۰
خودشیفتگی مدیر عامل	-۰/۳۲۰	-۷/۱۶۰	۰/۰۰۰
عدم قطعیت محیطی	-۰/۱۱۰	-۱/۰۰۴	۰/۳۱۵
خودشیفتگی مدیر عامل * عدم قطعیت محیطی	۰/۰۲۰	۲/۰۴۰	۰/۰۴۲
اندازه شرکت	-۰/۰۵۰	-۳/۵۵۰	۰/۰۰۰
اهرم مالی	-۰/۲۸۱	-۸/۷۸۱	۰/۰۰۰
استقلال هیئت مدیره	-۰/۷۱۴	-۶/۹۳۲	۰/۰۰۱
تمرکز مالکیت	۰/۱۰۲	۴/۰۷۱	۰/۰۳۵
دوربین - واتسون	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F سطح معناداری
۱/۸۰۰	۰/۶۹۰	۰/۶۷۰	۵۳/۰۲۲ ۰/۰۰۰

منبع: یافته های پژوهش

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش، با استفاده از داده های مربوط به شرکت های بورسی در بازه زمانی ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۲، ابتدا به بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی پرداخته شده است. یافته ها نشان می دهد که خودشیفتگی مدیرعامل با اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی رابطه معکوس دارد و مدیران عامل خودشیفته تمایل دارند برای ارتقای وجهه خود و کسب اعتبار مثبت از ذینفعان و جامعه، اقدامات غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را کاهش دهند. این نتیجه با یافته های **لی و همکاران**

^۱. Frederick^۲. Boiral

(۲۰۱۸) همسو است که بر نقش محوری مدیرعامل در تصمیم‌گیری‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تأکید می‌کند. علاوه بر این، پژوهش بورک (۲۰۲۲) بر تأثیر منفی اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی بر مدیران عامل تأکید دارد که به تضعیف اعتبار سازمانی آن‌ها منجر می‌شود. برخلاف یافته‌های لوبیت^۱ (۲۰۰۲) که مدیران عامل خودشیفته را به عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های قابل‌اعتماد سوءرفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی معرفی می‌کند، مطالعه حاضر نشان می‌دهد که تمایل این دسته از مدیران به انجام چنین اقداماتی کاهش یافته است. این یافته با این باور همخوانی دارد که مدیران عامل خودشیفته از مهارت‌های اجتماعی بالایی برخوردار هستند (جاج و همکاران، ۲۰۰۶) و احتمال بیشتری دارد که در اقدامات مسئولانه و زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی مشارکت کنند (پترنکو و همکاران، ۲۰۱۶؛ الشامری و همکاران، ۲۰۱۹). دلیل این امر آن است که اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی توسط مدیران عامل خودشیفته ممکن است منجر به پوشش رسانه‌ای منفی شود و احترام و تحسین ذینفعان را به خطر بیندازد. دومین یافته این پژوهش، نقش تعدیل‌کنندگی قدرت مدیرعامل و عدم قطعیت محیطی کسب‌وکار را بر رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و اقدامات نامطلوب زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی تأیید می‌کند. تقویت خودشیفتگی مدیران عامل قدرتمند، که به عنوان عاملی بازدارنده برای انجام اقدامات نامطلوب زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی عمل می‌کند، تمایل آن‌ها به دنبال کردن این قبیل اقدامات را محدود می‌کند. از سوی دیگر، اگرچه عدم قطعیت محیطی ناشی از پویایی صنعت می‌تواند بر این رابطه منفی تأثیرگذار باشد، اما این عامل به عنوان عاملی تعیین‌کننده در نحوه برخورد مدیران عامل خودشیفته با مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی شناسایی نشد. یافته‌های این پژوهش همچنین از این ایده پشتیبانی می‌کند که قدرت مدیرعامل، اثر منفی خودشیفتگی مدیرعامل بر اقدامات نامطلوب زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را تقویت می‌کند. مدیران عامل خودشیفته در محیط‌های کسب‌وکار با عدم قطعیت محیطی بیشتر، مانند بازارهای ناپایدار و متغیر، تمایل کمتری به انجام اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی دارند. این یافته با فرضیه مطرح شده توسط کراگن و همکاران (۲۰۲۰) مبنی بر وجود عوامل دیگری که می‌توانند رفتارهای ناشی از خودشیفتگی را تقویت یا تضعیف کنند، همسو است. این نتیجه همچنین با مطالعات پیشین (به عنوان مثال، بروئر و همکاران، ۲۰۲۱) مطابقت دارد که بر اهمیت قدرت مدیرعامل در افزایش اثربخشی سازمانی و تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری‌ها به نفع منافع شخصی مدیرعامل تأکید می‌کنند. علاوه بر این، قدرت به عنوان یکی از ویژگی خاص مدیرعامل تلقی می‌شود که برای محدود کردن اقدامات غیرمسئولانه زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی ضروری است، زیرا این اقدامات می‌توانند به اعتبار و جایگاه مدیرعامل آسیب وارد کنند. این یافته‌ها از این ایده پشتیبانی می‌کنند که مدیران عامل در جهت تقویت استراتژی‌های سودمند کسب‌وکار و تضمین تعهد قوی‌تر به اصول زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تلاش می‌کنند (لی و همکاران، ۲۰۱۸). اثر مکمل بین خودشیفتگی مدیرعامل و قدرت وی تضمین می‌کند که با اجتناب از سوءرفتارهای زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، مدیران عامل می‌توانند جایگاه، اعتبار و تصویر شخصی خود را حفظ کنند. مطابق

^۱. Lubit

با نظریه نهادی و ایزومورفیسم تقلیدی که در مطالعات متعدد مورد بررسی قرار گرفته است (به عنوان مثال، آرتس و همکاران، ۲۰۰۶؛ فردریک، ۲۰۰۶؛ بویرال، ۲۰۰۷)، نگرش مدیران عامل نسبت به اقدامات نامطلوب زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تحت تأثیر عوامل محیطی، به ویژه پویایی صنعت قرار دارد. پویایی صنعت می تواند تمایل مدیرعامل به اجتناب از این اقدامات را کاهش دهد. یافته های این پژوهش نشان می دهد که اثر منفی خودشیفتگی مدیرعامل بر سوء رفتار زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی در شرکت هایی که در صنایع پویاتر فعالیت می کنند، ضعیف تر است. این نتیجه با یافته های (بارنیا و روبین، ۲۰۱۰)، مطابقت دارد. علیرغم دستاوردها و پیامدهای قابل توجه این پژوهش، پیشنهادات و محدودیت هایی وجود دارد که در تحقیقات آتی باید مورد توجه قرار گیرد. از دیدگاه روش شناختی، تحقیقات آینده می بایست از معیارهای جایگزین برای سنجش خودشیفتگی مدیرعامل، مانند پرسشنامه شخصیت خودشیفتگی که در حوزه روانپزشکی مورد استفاده قرار می گیرد (راسکین و هال^۱، ۱۹۷۹)، استفاده کنند. همچنین تحقیقات آینده می توانند از معیارهای جایگزین برای سنجش اقدامات نامطلوب زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، مانند استفاده از داده های حاصل از نظرسنجی ها، استفاده کنند. تمرکز این پژوهش بر بررسی رفتار مدیران عامل خودشیفته در قبال استراتژی های غیرمسئولانه زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی و چگونگی تأثیرگذاری قدرت مدیریتی و عدم قطعیت محیطی بر این رفتارها بوده است. با این حال، مطالعات آتی می بایست به بررسی سایر عوامل احتمالی موثر بر تصمیم گیری های مدیران عامل خودشیفته و قدرت مدیریتی، از جمله سابقه مدیریت مدیرعامل و ترکیب تیم مدیریت ارشد، نیز بپردازند. علاوه بر این، باید به بررسی مسائل مرتبط با تقویت حاکمیت شرکتی، مانند استقلال هیئت مدیره و مالکیت نهادی، پرداخته شود. مطالعات آتی می توانند به شناسایی سایر عوامل تعدیل کننده یا تقویت کننده رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و سوء رفتار زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی بپردازند. اگرچه در این پژوهش نقش تعدیل کنندگی قدرت مدیرعامل و عدم قطعیت محیطی در تقویت یا تضعیف تعهد اخلاقی مدیران خودشیفته نسبت به مسائل زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی مورد بررسی قرار گرفت، اما برای درک عمیق تر مکانیزم های موثر بر وقوع اقدامات نامطلوب زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی و پیامدهای آن، نیاز به تحقیقات بیشتری است. همچنین شناخت عمیق تر از سایر متغیرهای سازمانی و نهادی موثر که می توانند در پیشگیری از سوء رفتار زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی نقش داشته باشند، از اهمیت بالایی برخوردار است. یکی دیگر از محدودیت های این پژوهش مربوط به نمونه مورد استفاده است. در این پژوهش، تنها اطلاعات مربوط به سال های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۲ مورد بررسی قرار گرفت، زیرا این آخرین اطلاعات در دسترس در آن زمان بود. در مطالعات آتی، تا حد امکان باید تلاش شود تا نتایج این پژوهش با افزایش دوره زمانی تحلیل و تعداد شرکت های مورد بررسی به روزرسانی شوند. علاوه بر این، در این پژوهش به بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر استراتژی های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی در بستر کشور ایران تمرکز شد. این رویکرد به دلیل عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی خاص حاکم بر کشور ما، می تواند بینش های ارزشمندی را ارائه دهد و مکمل مطالعات بین المللی گسترده تر

^۱. Raskin & Hall

در این زمینه باشد. با این حال، انجام تحقیقات آتی در کشورهای اسلامی دیگر و سایر مناطق می‌تواند بسیار مفید باشد. گسترش نمونه تحلیل به کشورهای دیگر امکان مقایسه زمینه‌های نهادی مختلف را فراتر از تحلیل عوامل سطح صنعت در این پژوهش فراهم می‌کند و امکان بررسی تأثیر فشارهای خارجی در سطح کشور، مانند تولید ناخالص داخلی، نرخ تورم و نرخ بهره را بر رابطه مورد بررسی در این پژوهش فراهم می‌سازد. همچنین لازم به ذکر است که مدل‌های رگرسیونی پیشنهادی ممکن است به دلیل عدم کنترل برخی متغیرها دچار کمبودهایی باشند. به منظور جلوگیری از تعریف نادرست مدل تحقیق، باید متغیرهای کنترل دیگری نیز در برآوردهای رگرسیون لحاظ شوند. به منظور تقویت نتایج این پژوهش، توصیه می‌شود که تحقیقات آتی با افزودن متغیرهای کنترل اضافی که بر رابطه مورد بررسی تأثیرگذارند و همچنین با اعمال آزمون‌های روایی برای متغیرهای توضیحی اصلی (سوء رفتار زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی و خودشیفتگی مدیرعامل) صورت پذیرد.

فهرست منابع

- اسماعیلی کیا، غریبه، و فتحی نیا، حسنا (۱۴۰۴). بررسی تأثیر عملکرد زیست‌محیطی، اجتماعی و راهبری بر عملکردهای مالی و غیرمالی شرکت: نقش تعدیل‌کنندگی ویژگی‌های ساختاری مدیریت. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۳۲(۱)، ۱-۲۹. doi: 10.22059/acctgrev.2024.380998.1008999
- بادآور نهندي، و فرنود احمدي (۱۴۰۲). بررسی ارتباط خطی و غیرخطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیلی مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی. *پژوهش‌های مالی و رفتاری در حسابداری*، ۳(۱)، ۱۷-۳۶. doi: 10.30486/fbra.2023.1984413.1191
- رضوی، مرضیه، حاجیان نژاد، امین، و امیری، هادی (۱۴۰۳). رابطه عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی (ESG) با رفتار احساسی سرمایه‌گذاران با وجود عدم تقارن اطلاعاتی. *مجله دانش حسابداری*. (پذیرفته شده برای انتشار) doi: 10.22103/jak.2024.23751.4078
- طاهری، ماندانا، و محمدی، مهران (۱۴۰۱). بررسی رابطه خودشیفتگی مدیران عامل و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیل‌کننده حسابرسی داخلی. (*پژوهش‌های حسابرسی*) *پژوهشهای حسابرسی حرفه‌ای*، ۹۰(۹)، ۷۲-۹۰. doi: 10.22034/jpar.2022.1971452.1119
- عبدالرضائی، سبجان، جنائی، محمدحسن، و همت فر، محمود (۲۰۲۳). خودشیفتگی مدیران و ارزش شرکت: نقش تعدیل‌کنندگی مسئولیت اجتماعی شرکت. *تعالی منابع انسانی*، ۳(۴)، ۷۸-۹۴. <https://sanad.iau.ir/Journal/ehr/Article/927055>
- مران جوری، و مهدی علی‌خانی، رضیه (۲۰۲۰). نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت‌های اجتماعی. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۹(۳۵)، ۲۶۳-۲۷۲. https://www.jmaak.ir/article_16701.html

نمازی، محمد، دهقانی‌سعدی، علی‌اصغر، و قوهستانی، سمانه (۱۳۹۶). خودشیفتگی مدیران و استراتژی تجاری شرکت‌ها. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۶(۲۲)، ۳۷-۵۲.

https://www.jmaak.ir/article_10800.html?lang=fa

Abdolrezaei, S., Janani, M. H., Hematfar, M. (2023). Managers' narcissism and firm value: The moderating role of corporate social responsibility. *Human Resources Excellence*, 3(4), 94-78. <https://sanad.iau.ir/Journal/ehr/Article/927055> [In Persian]

Aerts, W., Cormier, D., & Magnan, M. (2006). Intra-industry imitation in corporate environmental reporting: An international perspective. *Journal of Accounting and public Policy*, 25(3), 299-331. doi: 10.1016/j.jaccpubpol.2006.03.004

Agus Harjoto, M., & Salas, J. (2017). Strategic and institutional sustainability: Corporate social responsibility, brand value, and Interbrand listing. *Journal of Product & Brand Management*, 26(6), 545-558. doi: 10.1108/JPBM-07-2016-1277

Al-Shammari, M., Rasheed, A., & Al-Shammari, H. A. (2019). CEO narcissism and corporate social responsibility: does CEO narcissism affect CSR focus?. *Journal of Business Research*, 104, 106-117. doi: 10.1016/j.jbusres.2019.07.005

American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM-5*. American psychiatric association.

Antonetti, P., & Maklan, S. (2016). An extended model of moral outrage at corporate social irresponsibility. *Journal of Business Ethics*, 135, 429-444. doi: 10.1007/s10551-014-2487-y

Antonetti, P., & Maklan, S. (2016). Social identification and corporate irresponsibility: a model of stakeholder punitive intentions. *British journal of management*, 27(3), 583-605. doi: 10.1111/1467-8551.12168

Ashton, M. C., & Lee, K. (2016). Age trends in HEXACO-PI-R self-reports. *Journal of Research in Personality*, 64, 102-111. doi: 10.1016/j.jrp.2016.08.008

Badavar Nahandi, Y., & Farnoud Ahmadi, M. (2023). The linear and non-linear relationship between CEO narcissism and corporate social activity considering the moderating role of ownership of institutional investors. *Financial and Behavioral Researches in Accounting*, 1(3), 17-36. doi: 10.30486/fbra.2023.1984413.1191

Barnea, A., & Rubin, A. (2010). Corporate social responsibility as a conflict between shareholders. *Journal of business ethics*, 97, 71-86. doi: 10.1007/s10551-010-0496-z

Björkman, I., Fey, C. F., & Park, H. J. (2007). Institutional theory and MNC subsidiary HRM practices: Evidence from a three-country study. *Journal of international Business Studies*, 38, 430-446. doi: 10.1057/palgrave.jibs.8400267

Boiral, O. (2007). Corporate greening through ISO 14001: a rational myth?. *organization science*, 18(1), 127-146. doi: 10.1287/orsc.1060.0224

Boone, C., Buyl, T., Declerck, C. H., & Sajko, M. (2022). A neuroscience-based model of why and when CEO social values affect investments in corporate social responsibility. *The Leadership Quarterly*, 33(3), 101386. doi: 10.1016/j.leaqua.2020.101386

Bouslah, K., Liñares-Zegarra, J., M'Zali, B., & Scholtens, B. (2018). CEO risk-taking incentives and socially irresponsible activities. *The British Accounting Review*, 50(1), 76-92. doi: 10.1016/j.bar.2017.05.004

Breuer, W., Hass, M., & Rosenbach, D. J. (2022). The impact of CEO power and institutional discretion on CSR investment. *Review of Financial Economics*, 40(1), 20-43. doi: 10.1002/rfe.1131

Buchholz, F., Lopatta, K., & Maas, K. (2020). The deliberate engagement of narcissistic CEOs in earnings management. *Journal of Business Ethics*, 167, 663-686. doi: 10.1007/s10551-019-04176-x

- Burke, J. J. (2022). Do boards take environmental, social, and governance issues seriously? Evidence from media coverage and CEO dismissals. *Journal of Business Ethics*, 1-25. doi: [10.1007/s10551-020-04715-x](https://doi.org/10.1007/s10551-020-04715-x)
- Carberry, E. J., Engelen, P. J., & Van Essen, M. (2018). Which firms get punished for unethical behavior? Explaining variation in stock market reactions to corporate misconduct. *Business ethics quarterly*, 28(2), 119-151. doi: [10.1017/beq.2017.46](https://doi.org/10.1017/beq.2017.46)
- Chandler, G. N., Honig, B., & Wiklund, J. (2005). Antecedents, moderators, and performance consequences of membership change in new venture teams. *Journal of Business Venturing*, 20(5), 705-725. doi: [10.1016/j.jbusvent.2004.09.001](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.09.001)
- Chen, H., Zeng, S., Lin, H., & Ma, H. (2017). Munificence, dynamism, and complexity: How industry context drives corporate sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 26(2), 125-141. doi: [10.1002/bse.1902](https://doi.org/10.1002/bse.1902)
- Chiu, S. C., & Sharfman, M. (2018). Corporate social irresponsibility and executive succession: An empirical examination. *Journal of Business Ethics*, 149, 707-723. doi: [10.1007/s10551-016-3089-7](https://doi.org/10.1007/s10551-016-3089-7)
- Cho, C. H., & Patten, D. M. (2007). The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A research note. *Accounting, organizations and society*, 32(7-8), 639-647. doi: [10.1016/j.aos.2006.09.009](https://doi.org/10.1016/j.aos.2006.09.009)
- Crace, L., & Gehman, J. (2023). What really explains ESG performance? Disentangling the asymmetrical drivers of the triple bottom line. *Organization & Environment*, 36(1), 150-178. doi: [10.1177/10860266221079408](https://doi.org/10.1177/10860266221079408).
- Cragun, O. R., Olsen, K. J., & Wright, P. M. (2020). Making CEO narcissism research great: A review and meta-analysis of CEO narcissism. *Journal of Management*, 46(6), 908-936. doi: [10.1177/0149206319892678](https://doi.org/10.1177/0149206319892678)
- Dabbebi, A., Lassoued, N., & Khanchel, I. (2022). Peering through the smokescreen: ESG disclosure and CEO personality. *Managerial and Decision Economics*, 43(7), 3147-3164. doi: [10.1002/mde.3587](https://doi.org/10.1002/mde.3587)
- Datta, D. K., Guthrie, J. P., & Wright, P. M. (2005). Human resource management and labor productivity: does industry matter?. *Academy of management Journal*, 48(1), 135-145. doi: [10.5465/amj.2005.15993158](https://doi.org/10.5465/amj.2005.15993158)
- Dess, G. G., & Beard, D. W. (1984). Dimensions of organizational task environments. *Administrative science quarterly*, 52-73. doi: [10.2307/2393080](https://doi.org/10.2307/2393080)
- Endrikat, J., Guenther, E., & Hoppe, H. (2014). Making sense of conflicting empirical findings: A meta-analytic review of the relationship between corporate environmental and financial performance. *European Management Journal*, 32(5), 735-751. doi: [10.1016/j.emj.2013.12.004](https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.12.004)
- Esmailikia, G. & Fathinia, H. (2025). Investigating the Impact of environmental, social, and governance performance on financial and non-financial performance of companies: The moderating role of structural management characteristics. *Accounting and Auditing Review*, 32(1), 1-29. doi: [10.22059/acctgrev.2024.380998.1008999](https://doi.org/10.22059/acctgrev.2024.380998.1008999) [In Persian]
- Frederick, W. C. (2006). *Corporation, be good!: the story of corporate social responsibility*. Dog Ear Publishing. https://books.google.com/books/about/Corporation_be_Good.html?id=Ct_cmD93PUC
- Galbreath, J. (2013). ESG in focus: The Australian evidence. *Journal of business ethics*, 118, 529-541. doi: [10.1007/s10551-012-1607-9](https://doi.org/10.1007/s10551-012-1607-9)
- Gallego-Álvarez, I., & Pucheta-Martínez, M. C. (2022). Board competences and CSR reporting: the moderating role of CEO power. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 25(2), 282-301. doi: [10.6018/rcsar.431221](https://doi.org/10.6018/rcsar.431221)
- García-de los Salmones, M. D., Herrero, A., & Martínez, P. (2021). Determinants of electronic word-of-mouth on social networking sites about negative news on CSR. *Journal of Business Ethics*, 171(3), 583-597. doi: [10.1007/s10551-020-04466-9](https://doi.org/10.1007/s10551-020-04466-9)

- Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L. T. (2021). Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101889. doi: [10.1016/j.jcorpfin.2021.101889](https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.101889)
- Girod, S. J., & Whittington, R. (2017). Reconfiguration, restructuring and firm performance: Dynamic capabilities and environmental dynamism. *Strategic management journal*, 38(5), 1121-1133. doi: [10.1002/smj.2543](https://doi.org/10.1002/smj.2543)
- Gupta, S., Montenov, L., Nguyen, T., Lozano-Rojas, F., Schmutte, I., Simon, K., ... & Wing, C. (2023). Effects of social distancing policy on labor market outcomes. *Contemporary economic policy*, 41(1), 166-193. doi: [10.1111/coep.12582](https://doi.org/10.1111/coep.12582)
- Haberstroh, K., Orth, U. R., Hoffmann, S., & Brunk, B. (2017). Consumer response to unethical corporate behavior: A re-examination and extension of the moral decoupling model. *Journal of Business Ethics*, 140, 161-173. doi: [10.1007/s10551-015-2661-x](https://doi.org/10.1007/s10551-015-2661-x)
- He, F., Du, H., & Yu, B. (2022). Corporate ESG performance and manager misconduct: Evidence from China. *International Review of Financial Analysis*, 82, 102201. doi: [10.1016/j.irfa.2022.102201](https://doi.org/10.1016/j.irfa.2022.102201)
- Javeed, S. A., Latief, R., Jiang, T., San Ong, T., & Tang, Y. (2021). How environmental regulations and corporate social responsibility affect the firm innovation with the moderating role of Chief executive officer (CEO) power and ownership concentration?. *Journal of Cleaner Production*, 308, 127212. doi: [10.1016/j.jclepro.2021.127212](https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127212)
- Jensen, M. C. (1986). Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *The American Economic Review*, 76(2), 323-329. <https://www.jstor.org/stable/1818789>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. doi: [10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Jia, Y., Gao, X., & Julian, S. (2020). Do firms use corporate social responsibility to insure against stock price risk? Evidence from a natural experiment. *Strategic Management Journal*, 41(2), 290-307. doi: [10.1002/smj.3107](https://doi.org/10.1002/smj.3107)
- Judge, T. A., LePine, J. A., & Rich, B. L. (2006). Loving yourself abundantly: relationship of the narcissistic personality to self-and other perceptions of workplace deviance, leadership, and task and contextual performance. *Journal of Applied Psychology*, 91(4), 762. doi: [10.1037/0021-9010.91.4.762](https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.4.762)
- Keats, B. W., & Hitt, M. A. (1988). A causal model of linkages among environmental dimensions, macro organizational characteristics, and performance. *Academy of management journal*, 31(3), 570-598. doi: [10.5465/256460](https://doi.org/10.5465/256460)
- Kind, F. L., Zeppenfeld, J., & Lueg, R. (2023). The impact of chief executive officer narcissism on environmental, social, and governance reporting. *Business Strategy and the Environment*, 32(7), 4448-4466. doi: [10.1002/bse.3375](https://doi.org/10.1002/bse.3375)
- Kölbel, J. F., Busch, T., & Jancso, L. M. (2017). How media coverage of corporate social irresponsibility increases financial risk. *Strategic Management Journal*, 38(11), 2266-2284. doi: [10.1002/smj.2647](https://doi.org/10.1002/smj.2647)
- Larrañeta, B., Zahra, S. A., & Galán González, J. L. (2014). Strategic repertoire variety and new venture growth: The moderating effects of origin and industry dynamism. *Strategic Management Journal*, 35(5), 761-772. doi: [10.1002/smj.2103](https://doi.org/10.1002/smj.2103)
- Lavie, N. (2005). Distracted and confused?: Selective attention under load. *Trends in cognitive sciences*, 9(2), 75-82. doi: [10.1016/j.tics.2004.12.004](https://doi.org/10.1016/j.tics.2004.12.004)
- Lee, S. P. (2021). Environmental responsibility, CEO power and financial performance in the energy sector. *Review of Managerial Science*, 15(8), 2407-2426. doi: [10.1007/s11846-020-00430-z](https://doi.org/10.1007/s11846-020-00430-z)

- Li, G., Huang, Y., Peng, L., You, J., & Meng, A. (2024). Agricultural carbon reduction in China: The synergy effect of trade and technology on sustainable development. *Environmental Research*, 252, 119025. doi: [10.1016/j.envres.2024.119025](https://doi.org/10.1016/j.envres.2024.119025)
- Li, Y., Gong, M., Zhang, X. Y., & Koh, L. (2018). The impact of environmental, social, and governance disclosure on firm value: The role of CEO power. *The British accounting review*, 50(1), 60-75. doi: [10.1016/j.bar.2017.09.007](https://doi.org/10.1016/j.bar.2017.09.007)
- Lim, M. H., & Chung, J. Y. (2021). The effects of female chief executive officers on corporate social responsibility. *Managerial and Decision Economics*, 42(5), 1235-1247. doi: [10.1002/mde.3304](https://doi.org/10.1002/mde.3304)
- Lindenmeier, J., Schleer, C., & Pricl, D. (2012). Consumer outrage: Emotional reactions to unethical corporate behavior. *Journal of Business Research*, 65(9), 1364-1373. doi: [10.1016/j.jbusres.2011.09.022](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.09.022)
- Lubit, R. (2002). The long-term organizational impact of destructively narcissistic managers. *Academy of management perspectives*, 16(1), 127-138. doi: [10.5465/AME.2002.6640218](https://doi.org/10.5465/AME.2002.6640218)
- Lueg, K., Krastev, B., & Lueg, R. (2019). Bidirectional effects between organizational sustainability disclosure and risk. *Journal of Cleaner Production*, 229, 268-277. doi: [10.1016/j.jclepro.2019.04.379](https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.379)
- Maranjory, M., & Alikhani, R. (2020). The moderating role of manager's narcissism on the relationship between environmental uncertainty and CSR. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 9(35), 263-272. https://www.jmaak.ir/article_16701.html
- March, J. G. (1982). Theories of choice and making decisions. *Society*, 20(1), 29-39. doi: [10.1007/BF02694989](https://doi.org/10.1007/BF02694989)
- Marquez-Illescas, G., Zebedee, A. A., & Zhou, L. (2019). Hear me write: does CEO narcissism affect disclosure?. *Journal of business ethics*, 159, 401-417. doi: [10.1007/s10551-018-3796-3](https://doi.org/10.1007/s10551-018-3796-3)
- Martínez-Ferrero, J., & García-Meca, E. (2020). Internal corporate governance strength as a mechanism for achieving sustainable development goals. *Sustainable Development*, 28(5), 1189-1198. doi: [10.1002/sd.2068](https://doi.org/10.1002/sd.2068)
- Moffitt, J. S., Patin, J. C. A., & Watson, L. (2024). Corporate environmental, social, and governance (ESG) performance and the internal control environment. *Accounting Horizons*, 38(3), 103-124. doi: [10.2308/HORIZONS-2020-172](https://doi.org/10.2308/HORIZONS-2020-172)
- Namazi, M., Dehghani Saad, A., & Ghoohestani, S. (2017). CEO Narcissism and Business Strategy. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 6(22), 37-52. https://www.jmaak.ir/article_10800.html?lang=en [In Persian]
- Neville, F., Byron, K., Post, C., & Ward, A. (2019). Board independence and corporate misconduct: A cross-national meta-analysis. *Journal of Management*, 45(6), 2538-2569. doi: [1177/0149206318801999](https://doi.org/10.1177/0149206318801999)
- Nie, X., Yu, M., Zhai, Y., & Lin, H. (2022). Explorative and exploitative innovation: A perspective on CEO humility, narcissism, and market dynamism. *Journal of Business Research*, 147, 71-81. doi: [10.1016/j.jbusres.2022.03.061](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.061)
- Petrenko, O. V., Aime, F., Ridge, J., & Hill, A. (2016). Corporate social responsibility or CEO narcissism? CSR motivations and organizational performance. *Strategic management journal*, 37(2), 262-279. doi: [10.1002/smj.2348](https://doi.org/10.1002/smj.2348)
- Rafique, A., & Noor, A. (2024). ESG Disclosure and Firm Performance: A Personality Perspective of CEO Narcissism?. *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 17(1). doi: [10.34091/AJSS.17.1.06](https://doi.org/10.34091/AJSS.17.1.06)
- Raskin, R. N., & Hall, C. S. (1979). A narcissistic personality inventory. *Psychological reports*, 45(2), 590-590. doi: [10.2466/pr0.1979.45.2.590](https://doi.org/10.2466/pr0.1979.45.2.590)
- Razavi, M., Hajiannejad, A. & Amiri, H. (2024). The relationship between environmental, social and governance (ESG) performance and emotional behavior of investors in the presence of information

- asymmetry. *Journal of Accounting Knowledge*, (In Press). doi: [10.22103/jak.2024.23751.4078](https://doi.org/10.22103/jak.2024.23751.4078) [In Persian]
- Rodgers, W., Söderbom, A., & Guiral, A. (2015). Corporate social responsibility enhanced control systems reducing the likelihood of fraud. *Journal of Business Ethics*, 131, 871-882. doi: [10.1007/s10551-014-2152-5](https://doi.org/10.1007/s10551-014-2152-5)
- Romani, S., Grappi, S., & Bagozzi, R. P. (2013). My anger is your gain, my contempt your loss: Explaining consumer responses to corporate wrongdoing. *Psychology & Marketing*, 30(12), 1029-1042. doi: [10.1002/mar.20664](https://doi.org/10.1002/mar.20664)
- Rothenberg, S., & Zyglidopoulos, S. C. (2007). Determinants of environmental innovation adoption in the printing industry: the importance of task environment. *Business Strategy and the Environment*, 16(1), 39-49. doi: [10.1002/bse.441](https://doi.org/10.1002/bse.441)
- Rovelli, P., & Curnis, C. (2021). The perks of narcissism: Behaving like a star speeds up career advancement to the CEO position. *The Leadership Quarterly*, 32(3), 101489. doi: [10.1016/j.leaqua.2020.101489](https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2020.101489)
- Sah, R. K., & Stiglitz, J. E. (1984). The architecture of economic systems: Hierarchies and polyarchies. *National Bureau of Economic Research*, 76(4), 716-727. doi: [10.3386/w1334](https://doi.org/10.3386/w1334)
- Shahab, Y., Gull, A. A., Ahsan, T., & Mushtaq, R. (2022). CEO power and corporate social responsibility decoupling. *Applied Economics Letters*, 29(21), 1965-1969. doi: [10.1080/13504851.2021.1966368](https://doi.org/10.1080/13504851.2021.1966368)
- Sheikh, S. (2022). CEO power and the likelihood of paying dividends: Effect of profitability and cash flow volatility. *Journal of Corporate Finance*, 73, 102186. doi: [10.1016/j.jcorpfin.2022.102186](https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2022.102186)
- Taheri, M., & Mohammadi, M. (2022). Investigating the relationship between CEO narcissism and social responsibility: The moderating role of internal audit. *Professional Auditing Research*, 3(9), 72-90. doi: [10.22034/jpar.2022.1971452.1119](https://doi.org/10.22034/jpar.2022.1971452.1119) [In Persian]
- Tang, Y., Qian, C., Chen, G., & Shen, R. (2015). How CEO hubris affects corporate social (ir) responsibility. *Strategic Management Journal*, 36(9), 1338-1357. doi: [10.1002/smj.2286](https://doi.org/10.1002/smj.2286)
- Uppal, N. (2020). CEO narcissism, CEO duality, TMT agreeableness and firm performance: An empirical investigation in auto industry in India. *European Business Review*, 32(4), 573-590. doi: [10.1108/EBR-06-2019-0121](https://doi.org/10.1108/EBR-06-2019-0121)
- Van Scotter, J. R., & Roglio, K. D. D. (2020). CEO bright and dark personality: Effects on ethical misconduct. *Journal of Business Ethics*, 164, 451-475. doi: [10.1007/s10551-018-4061-5](https://doi.org/10.1007/s10551-018-4061-5)
- Wang, K., Chen, X., & Wang, C. (2023). The impact of sustainable development planning in resource-based cities on corporate ESG—Evidence from China. *Energy Economics*, 127, 107087. doi: [10.1016/j.eneco.2023.107087](https://doi.org/10.1016/j.eneco.2023.107087)
- Zhang, L., Ren, S., Chen, X., Li, D., & Yin, D. (2020). CEO hubris and firm pollution: State and market contingencies in a transitional economy. *Journal of Business Ethics*, 161, 459-478. doi: [10.1007/s10551-018-3987-y](https://doi.org/10.1007/s10551-018-3987-y)