



The linear and Non-linear Relationship between CEO Narcissism and Corporate Social Activity Considering the Moderating Role of Ownership of Institutional Investors

Younes Badavar Nahandi¹, Mina Farnoud Ahmadi²

Received: 2023/04/21

Accepted: 2023/06/05

Research Paper

Abstract

Moral characteristics, including narcissism, have a great impact on managers' actions. Studies show that it is possible that the severity of narcissism has different effects on the corporate social activity. Considering the role of institutional investors' perspectives regarding the company's decisions, some of studies have emphasized the impact of ownership of institutional investors on corporate social activity. The purpose of this study is to investigate the linear and non-linear relationship between CEO narcissism and corporate social activity with the moderating role of ownership of institutional investors. In the present research, 60 companies listed in Tehran Stock Exchange are investigated in a period of 7 years. To measure the narcissism of CEO, the results of two criteria (WHR ratio and signature area) have been used. To measure corporate social activity, a checklist including 44 options in six dimensions has been used. The results show that the CEO narcissism has a negative linear relationship with corporate social activity, and the ownership of institutional investors weakens this negative relationship. Also, there is a significant U-shaped nonlinear relationship between CEO narcissism and corporate social activity, and the ownership of institutional investors widens the curve and weakens the effect of narcissism on corporate social activity at different levels.

Keywords: CEO Narcissism, Corporate Social Activity, Ownership of Institutional Investors.

JEL Classification: M14, M41.

1 Associate Professor, Department of Accounting, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran (Corresponding Author) (Email: badavarnahandi@iaut.ac.ir)

2 Ph.D. student, Department of Accounting, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. (Email: minafarnoodahmadi@gmail.com)





بررسی ارتباط خطی و غیرخطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیلی مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی

یونس بادآور نهندی^۱، مینا فرنود احمدی^۲

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۱۵

چکیده

خصوصیات اخلاقی از جمله خودشیفتگی بر اقدامات مدیران تأثیر وافر دارد. براساس مطالعات مختلف، این احتمال وجود دارد که شدت خودشیفتگی آثار متفاوتی بر فعالیت اجتماعی شرکت داشته باشد. با توجه به نقش چشم‌اندازهای سرمایه‌گذاران نهادی در خصوص تصمیم‌های شرکت، در برخی از مطالعات به تأثیر سرمایه‌گذاران نهادی بر فعالیت اجتماعی شرکت تأکید شده است. هدف پژوهش حاضر، بررسی ارتباط خطی و غیرخطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت اجتماعی شرکت با توجه به نقش تعدیلی مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی می‌باشد. در پژوهش حاضر تعداد ۶۰ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۷ ساله بررسی شدند. برای سنجش خودشیفتگی مدیرعامل از براین دو معیار (نسبت WHR و مساحت امضا) استفاده شده است. برای سنجش فعالیت اجتماعی شرکت از چک‌لیستی شامل ۴۴ گزینه در شش بعد استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که خودشیفتگی مدیرعامل با فعالیت اجتماعی شرکت رابطه خطی منفی دارد 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.

کلید واژه‌ها: خودشیفتگی مدیرعامل، فعالیت اجتماعی شرکت، مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی.
طبقه‌بندی موضوعی: M14، M41 .

۱ دانشیار گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. (نویسنده مسئول) (Email: badavarnahandi@iaut.ac.ir)
۲ دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران (Email: minafarnoodahmadi@gmail.com)



مقدمه

از جمله خصوصیات بارز رفتاری که بر رفتار و اقدامات مدیران تأثیر بسزایی دارد، می‌توان به خودشیفتگی اشاره نمود (پترنکو و همکاران^۱، ۲۰۱۶). خودشیفتگی شامل خصوصیات چوَن خودبینی، خودنمایی و خودبرترینی است (رزنتال و پیتنسکی^۲، ۲۰۰۶) و افراد خودشیفته همواره در پی جلب توجه و تمجید دیگران هستند (کمپل و همکاران^۳، ۲۰۰۴). در گذشته مطالعات فراوانی با تأکید بر ابعاد مختلف خودشیفتگی انجام یافته که بیشتر آن‌ها بر جنبه منفی خودشیفتگی مدیرعاملان تأکید و اشاره کرده‌اند که شرکت‌هایی با مدیرعاملان خودشیفته، بیشتر در مواجهه با تخلفات قانونی قرار دارند؛ زیرا مدیران خودشیفته بر این باور هستند که توانمندی‌های بالقوه برای مواجهه با انواع خطرات دارند و بنابراین بیشتر درگیر اقدامات غیراخلاقی و غیرقانونی می‌شوند (ریجسنبیل و کاماندور^۴، ۲۰۱۳).

با افزایش دانش و دغدغه عمومی در خصوص عملکرد اجتماعی شرکت‌ها در سال‌های اخیر اطلاعات غیرمالی نظیر گزارشگری فعالیت‌های اجتماعی موردتوجه قرار گرفته (سرافراز و همکاران، ۱۴۰۱) و در نتیجه مطالعاتی در خصوص تأثیر خصوصیات شخصیتی (خودشیفتگی) بر عملکرد اجتماعی شرکت‌ها انجام گرفته است. برای نمونه پترنکو و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند که اقدامات مرتبط با فعالیت‌های اجتماعی شرکت بر رسانه‌ها و توجه عمومی تأثیر وافر دارد و این فرصتی بی‌نظیر برای مدیرعاملان خودشیفته محسوب می‌شود تا توجهی را که نیاز دارند، تأمین نمایند. بیشتر مطالعات در این حوزه مبتنی بر تئوری‌های غیرتجاری نظیر تئوری پلکان بالاتر است که اشاره دارد ویژگی‌های شخصیتی مدیران بر تصمیمات و اقداماتشان تأثیر بسزایی دارد (همبریج^۵، ۲۰۰۷)؛ بنابراین انجام فعالیت‌های مرتبط با فعالیت‌های اجتماعی به‌طور چشمگیری تحت تأثیر خصوصیات اخلاقی و رفتاری مدیران قرار دارد (پترنکو و همکاران، ۲۰۱۶). مطالعات نشان می‌دهد که هر چه میزان خودشیفتگی فرد بیشتر باشد تمایل وی برای جلب توجه و تأیید دیگران بیشتر خواهد بود، از این رو فرد خودشیفته بیشتر درگیر فعالیت‌های پرخطر می‌شود (همبریج، ۲۰۰۷). با توجه به بازارهای رقابتی کنونی شرکت‌ها و چالش‌های پیش روی آن‌ها (اشرفی و عباسی، ۱۴۰۱)، شرکت‌ها برای حفظ مزیت رقابتی خود به رویه‌های حاکمیت شرکتی و فعالیت‌های اجتماعی توجه ویژه‌ای مبذول می‌دارند (مجید و همکاران^۶، ۲۰۱۵)؛ زیرا شرکت‌ها در سایه حاکمیت شرکتی قادرند شفافیت، پاسخ‌گویی و اصول اخلاق حرفه‌ای را در مبادلات تقویت نمایند و اقدامات فرصت‌طلبانه مدیران را محدود سازند (مظاهری سیجانی و محمدی خوشنوی، ۱۳۹۹). از جمله مؤلفه‌های اساسی حاکمیت شرکتی می‌توان به مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی اشاره نمود و این موضوع را در نظر گرفت که سرمایه‌گذاران نهادی چشم‌اندازهای متفاوتی دارند، بنابراین تصمیم‌گیری آن‌ها در خصوص سازوکارهای نظارتی واحد تجاری، متفاوت خواهد بود (رهنمای رودپشتی و زندی، ۱۳۹۸). در ادبیات خودشیفتگی مطرح شده است که سطح پایین خودشیفتگی می‌تواند دارای پیامدهای مثبتی باشد، در حالی که با افزایش میزان خودشیفتگی آثار مخرب و سوء آن نمود بیشتری می‌یابد. بنابراین، در مطالعه حاضر علاوه بر بررسی رابطه خطی، رابطه غیرخطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت بررسی شده است. همچنین تأثیر مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی بر ارتباط خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در حالت خطی و غیرخطی،

1 Petrenko et al.

2 Rosenthal & Pittinsky.

3 Campbell et al.

4 Rijssenbilt, & Commandeur

5 Hambrick

6 Majeed et al.

تحلیل و بررسی شده است. در مطالعات گذشته به منظور سنجش خودشیفتگی مدیرعامل از مساحت امضا یا نسبت WHR تصویر مدیرعاملان به صورت مجزا استفاده شده است، ولی در مطالعه حاضر از برآیند دو معیار فوق برای سنجش خودشیفتگی مدیرعامل استفاده گردیده تا قابلیت اتکای نتایج حاصل، افزایش یابد؛ همچنین نقش تعدیل‌کننده مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی بر ارتباط خطی و غیرخطی بین خودشیفتگی مدیران و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها بررسی شده است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در علوم روان‌شناختی، خودشیفتگی یک ویژگی شخصیتی عنوان شده که در آن فرد تمایل به تأیید شدن از سوی دیگران دارد (ریجسنبلت و کاماندور، ۲۰۱۳). مدیران خودشیفته پیوسته در پی کسب شهرت و مقام بوده (راسکین و نوآک، ۱۹۹۱) و خود را دارای بهره هوشی بیشتر از دیگران می‌دانند (متیو و استی جینز، ۲۰۱۳) و پیوسته به دنبال کنترل و تسلط بر دیگران هستند (کمپل، ۲۰۰۹). افراد خودشیفته به مشاوره با افراد باتجربه، اعتقادی ندارند و نظرات فردی خود را برتر از دیگران می‌دانند (هام و همکاران، ۲۰۱۷). این دسته از افراد در زمینه‌های گوناگون امتیازات بیشتری برای خود نسبت به سطوح طبیعی در نظر می‌گیرند (چن و همکاران، ۲۰۱۵). افراد خودشیفته معتقدند که قوانین عمومی در مورد آن‌ها صادق نیست و علاقه‌مند به هنجارشکنی می‌باشند (نوربرگ، ۲۰۰۹). این اعتقاد احتمال ارتکاب فعالیت‌های غیراخلاقی و غیرقانونی نظیر گزارشگری مالی متقلبانه و تخلف را افزایش می‌دهد (چن، ۲۰۱۰). فعالیت‌های اجتماعی و گزارش اطلاعات مربوط، نقش مهمی در تداوم فعالیت واحدهای تجاری دارد (اسماعیل پور و همکاران، ۱۳۹۸) و موضوع بسیار حائز اهمیتی است (قدردان و همکاران، ۱۳۹۹). فعالیت‌های اجتماعی بیانگر این است که شرکت‌ها نسبت به گروه‌های مختلف ذی‌نفع در جامعه غیر از سهام‌داران خود را مسئول دانسته و وظایف خود را فراتر از الزامات قانونی ایفا نمایند (جانسون و همکاران، ۲۰۱۱). فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها شامل فعالیت‌های متنوعی در خصوص ذی‌نفعان مختلف است که به مدیران خودشیفته اختیار عمل بیشتری در خصوص اقدامات فعالیت‌های اجتماعی می‌دهد. فعالیت‌های اجتماعی شرکت یک الگوی مدیریتی نوین و اقدامی برای کاهش شکاف انتظاراتی ذی‌نفعان تلقی می‌شود (بشیری‌منش و همکاران، ۱۴۰۰) که شرکت را مجموعه‌ای از قراردادهای بین شرکت و گروه‌های مختلف ذی‌نفع معرفی می‌کند (رضایی پسته نوئی، ۱۳۹۹). فعالیت‌های اجتماعی، اقداماتی است که جهت نیل به اهداف اجتماعی صورت گرفته و به اهدافی فراتر از اهداف مالی اشاره دارد (هارجتو و چو، ۲۰۱۱). فعالیت‌های اجتماعی شرکت نشانگر دغدغه‌های محیطی و اجتماعی شرکت است و به‌صورت داوطلبانه توسط شرکت برای حفظ منافع ذی‌نفعان مختلف انجام می‌پذیرد (پرسلیمایر و همکاران، ۲۰۱۸). در واقع، واحد تجاری تلاش می‌کند تعادلی بین سودآوری شرکت و حفظ حقوق ذی‌نفعان مختلف ایجاد نماید. علی‌رغم تعاریف متفاوت موجود برای فعالیت‌های اجتماعی، همه آن‌ها اشاره می‌کنند که شرکت‌ها علاوه بر اهداف مالی و سودآوری باید رفاه عمومی و حقوق تمام افراد جامعه را نیز مدنظر قرار دهند (مران جوری و همکاران، ۱۳۹۳).

1 Raskin, & Novacek

2 Ham et al

3 Chen et al.

4 Norberg

5 Johnson et al.

6 Harjoto & Jo

7 Preslmayer et al.

خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی

با توجه به این که اقدامات مدیران متأثر از خصوصیات روان‌شناختی است، از میان خصوصیات شخصیتی مدیران بر خودشیفتگی بیشتر تأکید شده است (پترنکو و همکاران، ۲۰۱۶). اهمیت خودشیفتگی برای محققان، به دلیل طرز تفکر فرد از خود و محیط پیرامونش می‌باشد (اولسون و همکاران، ۲۰۱۴). در سال‌های پیشین، تحقیقات در حوزه خودشیفتگی بر جنبه‌های منفی تمرکز داشته است (براون و همکاران، ۲۰۱۰). اخیراً مطالعات نشان داده است که خودشیفتگی باعث توجه به مسائل اجتماعی و امور بشردوستانه نیز می‌شود تا از این طریق فرد خودشیفته نیازهای خویش را تأمین نموده و مورد توجه دیگران قرار گیرد (کمپبل، ۲۰۰۷). در مجموع مطالعات، رابطه خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها را تأیید نموده‌اند. مطالعه (پترنکو و همکاران، ۲۰۱۶) که مبتنی بر استراتژی پلکان بالاتر و تئوری نمایندگی انجام گرفته است، ارتباط بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها را نشان می‌دهد. مطالعات نشانگر رابطه مثبت بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها می‌باشد و علت این ارتباط مثبت، نیاز شخصی مدیرعامل برای جلب توجه رسانه‌ای و ارائه تصویری مطلوب از خویش است. نتایج برخی از مطالعات نیز نشانگر این است که علاقه وافر مدیران خودشیفته برای جلب توجه و ارائه عملکرد مطلوب موجب درگیری بیشتر این مدیران در مدیریت سود می‌شود (یاری درمشکانلو و همکاران، ۱۴۰۱). ریجسنبیل و کاماندور (۲۰۱۳) در مطالعات خود نشان دادند که شرکت‌هایی با مدیران خودشیفته، بیشتر درگیر گزارشگری متقلبانه می‌شوند و به منظور پوشش اقدامات نادرست خود، بیشتر درگیر فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها می‌شوند (اولسن و استکلبرگ، ۲۰۱۶). نتایج مطالعات نشان می‌دهد که عواملی وجود دارند که می‌توانند بر رابط خطی خودشیفتگی و فعالیت‌های اجتماعی مؤثر باشند، بنابراین تبیین ارتباط موجود به شکل خطی می‌تواند نگاهی ساده به موضوع باشد (الشماری و همکاران، ۲۰۲۲) و باعث شود که در سطحی از خودشیفتگی جهت ارتباط می‌تواند تغییر کند. با توجه به این که تمام مدیران دارای میزانی از خودشیفتگی هستند اما میزان این خودشیفتگی در مدیران متفاوت است، این تفاوت در میزان خودشیفتگی در رفتار و تصمیم‌های مدیران نمود می‌یابد (الشماری و همکاران، ۲۰۲۲). با توجه به این که خودشیفتگی دارای سطوح مختلفی می‌باشد، ممکن است بر اقدامات فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها تأثیر متفاوتی داشته باشد (گریجالوا و همکاران، ۲۰۱۵). از سویی دیگر مدیرعاملان گزینه‌های مختلفی به منظور جلب توجه عمومی در اختیار دارند و در صورتی که این گزینه موجود نباشند، وجود رابطه خطی بین خودشیفتگی مدیران و فعالیت‌های اجتماعی منطقی به نظر می‌رسد. چن و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعات خود نشان دادند که مدیران خودشیفته با میزان فراوان خودشیفتگی تمایل به اقدامات پرمخاطره و منحصر به فرد دارند و علاقه‌ای نشان نمی‌دهند که اقدامات مدیران قبلی و تجربیات آن‌ها را به کار گیرند و چون مدیران بسیار خودشیفته به اقدامات فعالیت‌های اجتماعی به عنوان یک اقدام عادی می‌نگرند که سایر مدیران نیز به این اقدامات مبادرت می‌ورزند، بنابراین تمایل و رغبت چندانی به این اقدامات نشان نمی‌دهند. در مطالعاتی عنوان شده است که اقدامات مرتبط با فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در درازمدت موجب بهبود عملکرد شرکت می‌شود، اما مدیران با خودشیفتگی بسیار، بیشتر به نتایج کوتاه‌مدت توجه دارند و به دنبال انجام فعالیت‌هایی برای جلب توجه و تمجید می‌باشند، بعد از سطح خاصی از خودشیفتگی این گونه اقدامات محدود می‌گردد (الشماری و همکاران، ۲۰۲۲). نتیجه برخی مطالعات حاکی از این است که با افزایش میزان خودشیفتگی مدیران، احتمال ارتکاب تخلفات و گزارش‌های متقلبانه و اقدامات غیراخلاقی و غیرقانونی بیشتر

می‌شود و این دسته از مدیران به منظور پوشش اقدامات متخلفانه خود به فعالیت‌های اجتماعی روی می‌آورند (اولسن و استکبرگ، ۲۰۱۶). یعنی این که در سطوح بالای خودشیفتگی، ارتباط بین خودشیفتگی و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها ممکن است دیگر به صورت خطی نباشد. از سویی دیگر مدیران گزینه‌های متعددی برای جلب تأیید و توجه دارند و در صورت نبود چنین گزینه‌هایی، رابطه خطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها معتبر و منطقی به نظر می‌رسد. تحقیقات پیشین رابطه مثبتی بین سطوح بالای خودشیفتگی و استراتژی‌های پرخطر نظیر تحصیل و ادغام را نشان می‌دهد (چن و همکاران، ۲۰۱۵). نتایج مطالعات پیشین نشان می‌دهد که در سطوح پایین و متوسط خودشیفتگی، مدیران ممکن است به فعالیت‌های کم‌خطر در حوزه تجاری و اجتماعی بپردازند. درحالی‌که در سطوح بالاتر خودشیفتگی، مدیران به فعالیت‌های برجسته و متفاوت تمایل دارند (گرسترن و همکاران^۱، ۲۰۱۳) تا توجه بیشتری را جلب نمایند. نتایج مطالعات چن و همکاران (۲۰۱۵) نشانگر این است که مدیرعاملان خودشیفته به دنبال روشی منحصربه‌فرد برای جلب توجه و تمجید می‌باشند. در واقع مدیران بسیار خودشیفته به دنبال اقدامات منحصربه‌فرد می‌باشند تا خود را از سایر هم‌پیشگان متمایز نشان دهند و اشاره می‌کنند که مدیران با سطح بالای خودشیفتگی کمتر درگیر فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها می‌شوند زیرا انجام این اقدامات موجب جلب توجه بیشتر نمی‌شود و در فعالیت‌های متهورانه و منحصربه‌فرد سرمایه‌گذاری می‌نمایند تا توجه بیشتری را به خود معطوف کنند. مطالعه‌ای که اخیراً کایند و همکاران^۲ (۲۰۲۳) در خصوص تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی در حالت خطی و غیرخطی توسط انجام دادند نشانگر این است که علی‌رغم نبود رابطه معنادار بین خودشیفتگی مدیران و گزارشگری اجتماعی در حالت خطی، در حالت غیرخطی رابطه معنادار U شکلی بین خودشیفتگی مدیرعامل و گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی موجود است (کایند و همکاران، ۲۰۲۳) و این شواهد موجب گسترش یافته‌های مرتبط با تأثیرات غیرخطی خودشیفتگی بر گزارشگری اجتماعی گشته است.

خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی و نقش مالکیت نهادی

سرمایه‌گذاران نهادی بخش اعظم سهام شرکت را به خود اختصاص می‌دهند و در زمینه‌های مالی و سرمایه‌گذاری دارای تجارب و تخصص حرفه‌ای مشهودی می‌باشند و این امر سبب می‌گردد که نقش برجسته‌ای در تصمیم‌های شرکت‌ها داشته باشند. سرمایه‌گذاران نهادی مبتنی بر نوع چشم‌اندازشان به دو گروه تفکیک می‌شوند: مالکیت نهادی با چشم‌انداز بلندمدت و کوتاه‌مدت (بوچانان و همکاران^۳، ۲۰۱۹). تفاوت اساسی این دو نوع سرمایه‌گذاران نهادی در این است که زمانی که سرمایه‌گذاران چشم‌انداز بلندمدت دارند تمام تلاش خود را جهت دستیابی شرکت به سودآوری در بازه زمانی بلندمدت معطوف می‌دارند و از قدرت خویش در شرکت برای ایجاد ارزش آتی شرکت استفاده می‌کنند (صراف و همکاران، ۱۴۰۱). در این حالت تصمیم‌هایی اتخاذ می‌گردد تا موجب افزایش سرمایه و سود شرکت در بلندمدت گردد و فعالیت‌های اجتماعی می‌تواند یکی از گزینه‌ها برای افزایش وجهه اجتماعی و سود شرکت باشد. از سویی دیگر، زمانی که سرمایه‌گذاران چشم‌انداز کوتاه‌مدت دارند، بیشتر بر کسب سودهای کوتاه‌مدت تأکید دارند و تمایل چندانی به اقدامات مرتبط با فعالیت‌های اجتماعی ندارند (رهنمای رودپشتی و زندی، ۱۳۹۸) و انجام آن را اتلاف منابع شرکت می‌دانند (حساس یگانه و همکاران، ۱۳۹۹).

1 Gerstner et al.

2 Kind et al.

3 Buchanan et al.

چو و همکاران^(۲۰۲۳)، در مطالعه خود به بررسی نقش تعدیلگر خصوصیات رفتاری مدیران بر ارتباط بین فعالیت‌های اجتماعی شرکت و قدرت مدیران در بازه زمانی ۲۰۱۸-۲۰۰۰ پرداختند. نتایج نشان داد که ارتباط منفی بین قدرت مدیران و فعالیت‌های اجتماعی وجود دارد و در مدیران با اعتمادبه‌نفس بالا، این رابطه منفی تشدید می‌گردد. **کایند و همکاران**^(۲۰۲۳)، در مطالعه‌ای تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را در بازه زمانی ۲۰۲۰-۲۰۱۶ در مورد ۲۶۶ سال- شرکت بررسی نمودند. نتایج نشان داد که رابطه منفی خطی معناداری بین خودشیفتگی مدیرعامل و گزارشگری محیطی و حاکمیتی موجود است؛ همچنین آزمون فرضیات برای حالت غیرخطی نشان داد که رابطه غیرخطی U شکلی بین خودشیفتگی مدیرعامل و گزارشگری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی موجود است.

الشماری و همکاران^(۲۰۲۲)، با بررسی نمونه‌ای شامل ۵۰۰ شرکت در بازه زمانی ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۳ نشان دادند که ارتباط موجود بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها خطی نیست. آن‌ها در مطالعه خود سطوح مختلف خودشیفتگی را در نظر گرفتند. نتایج مطالعه نشان داد، مدیرعاملان با سطح کم و متوسط خودشیفتگی، بیشتر درگیر اقدامات مرتبط با فعالیت‌های اجتماعی می‌شوند. درحالی‌که با افزایش سطح خودشیفتگی، تمایل مدیران به فعالیت‌های اجتماعی کمتر می‌شود زیرا از طریق اقدامات منحصربه‌فرد و متهورانه به دنبال جلب توجه بیشتری می‌باشند. در نتیجه رابطه خطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها به صورت نمودار U شکل معکوس مطرح می‌گردد.

هونگ و همکاران^(۲۰۲۲)، در مطالعه‌ای به تبیین تأثیر خودشیفتگی مدیران بر فعالیت‌ها و عدم فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در بازه زمانی ۲۰۱۲-۲۰۰۰ پرداختند و نشان دادند که خودشیفتگی مدیران تأثیر مثبت بر فعالیت‌ها و عدم فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها دارد.

الشماری و همکاران^(۲۰۱۹)، در مطالعه خود با بررسی ۱۳۴ شرکت طی دوره زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۳ نشان دادند که رابطه مثبتی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت وجود دارد.

ولته^(۲۰۱۹)، با بررسی ۸۴ شرکت نشان داد که رابطه‌ای دوسویه بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد و بیشتر بر ارزش‌ها و باورهای فردی، تحصیلات و تجارب مدیرعامل تأکید نمود.

تانگ و همکاران^(۲۰۱۸)، آثار متفاوت خودشیفتگی و تکبر مدیرعامل بر فعالیت‌های اجتماعی شرکت را بر روی ۱۵۰۰ شرکت سهامی عام از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۰ بررسی کردند و نشان دادند که رابطه مثبت بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها زمانی که سایر شرکت‌های فعال در صنعت مشابه کمتر (بیشتر) به این قبیل فعالیت‌ها می‌پردازند، تقویت (تضعیف) می‌شود.

الشماری و همکاران^(۲۰۱۷)، در مطالعه‌ای بر روی ۲۹۵ مدیرعامل، نشان دادند که تجارب قبلی مدیرعامل و هیئت‌مدیره در خصوص فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها به‌طور مثبت و چشمگیری با فعالیت‌های اجتماعی (کلی) شرکت‌ها و به‌طور منفی و جزئی با فعالیت‌های اجتماعی (داخلی) شرکت‌ها و به‌طور مثبت و جزئی با فعالیت‌های اجتماعی (بیرونی) شرکت‌ها در ارتباط است.

1 Chu et al.

2 Hong et al.

3 Velte

4 Tang et al.

پترنکو و همکاران (۲۰۱۶)، در مطالعه خود به بررسی نقش تعدیلگر خودشیفتگی مدیران در رابطه بین فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی پرداخته و اظهار نمودند که خودشیفتگی مدیران سبب افزایش فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها می‌گردد.

بنی‌مهد (۱۴۰۱)، در مطالعه خود تأثیر ویژگی‌های شخصیتی خودشیفتگی و بنیان‌های اخلاقی مدیران بر درک آن‌ها از مسئولیت‌های اجتماعی را بررسی کردند. مشاهدات مطالعه شامل ۲۴۰ مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره می‌باشد. نتایج مطالعه به تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر درک افراد نسبت به مسئولیت‌های اجتماعی تأکید دارد.

بهشت‌آیین (۱۴۰۱)، در مطالعه‌ای به بررسی رابطه خودشیفتگی و اجتناب از مالیات با در نظر گرفتن اندازه و جنسیت کمیته حسابرسی به عنوان متغیر تعدیلگر در ۱۲۰ شرکت پرداخت و نشان داد که خودشیفتگی مدیرعامل موجب افزایش اجتناب مالیاتی می‌گردد و در نتیجه اندازه کمیته حسابرسی ارتباط معکوسی با اجتناب مالیاتی دارد.

بزرگ‌اصل و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با بررسی ۹۰ شرکت، تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر ریسک تقلب در گزارشگری مالی با توجه به نقش تعدیلی کمیته حسابرسی را مطالعه کردند و نشان دادند که ارتباط مثبتی بین خودشیفتگی مدیرعامل و ریسک تقلب در گزارشگری مالی وجود دارد.

نمازی و همکاران (۱۳۹۶)، در مطالعه خود به بررسی ارتباط خودشیفتگی مدیران و استراتژی‌های شرکت پرداختند و نشان دادند خودشیفتگی مدیران و استراتژی تدافعی دارای رابطه منفی و خودشیفتگی مدیران و استراتژی متهورانه دارای ارتباط مثبت و معنادار است.

با توجه به مطالب فوق‌الذکر و اهمیت ویژگی‌های شخصیتی مدیران و به‌ویژه پیامدهای خودشیفتگی مدیران بر اقدامات و عملکرد آن‌ها، در مطالعه حاضر رابطه خطی خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها بررسی شده است. با توجه به این که سطوح پایین خودشیفتگی دارای پیامدهای مخرب چندانی نمی‌باشد و با افزایش میزان خودشیفتگی مدیران، آثار سوء ناشی از آن نمود بیشتری می‌یابد، بنابراین در این مطالعه علاوه بر بررسی ارتباط خطی، رابطه غیرخطی خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی نیز بررسی شده است. در مطالعات گذشته به منظور سنجش خودشیفتگی مدیران از مساحت امضا یا نسبت WHR به صورت منفرد و مجزا استفاده شده است، در حالی که در مطالعه حاضر از برابری دو معیار برای سنجش خودشیفتگی مدیران استفاده شده تا نتایج حاصل، قابلیت اتکای بیشتری داشته باشد. چشم‌اندازهای مختلف سرمایه‌گذاران نهادی بر تصمیم‌های راهبردی شرکت‌ها و اقدامات مدیران در خصوص فعالیت اجتماعی تأثیر وافر دارد. زمانی که سرمایه‌گذاران نهادی چشم‌انداز کوتاه‌مدت داشته باشند، تمایل چندانی به اقدامات فعالیت‌های اجتماعی ندارند زیرا این گونه اقدامات در درازمدت بر سودآوری شرکت تأثیر می‌گذارند؛ اما زمانی که سرمایه‌گذاران نهادی چشم‌انداز بلندمدتی داشته باشند، رغبت بیشتری به اقدامات فعالیت‌های اجتماعی دارند؛ زیرا از این طریق می‌توانند وجهه و اعتبار اجتماعی شرکت را افزایش داده و در درازمدت، سودآوری و ارزش شرکت را نیز افزایش دهند. بنابراین در پژوهش حاضر نقش تعدیل‌کننده مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی بر ارتباط خطی و غیرخطی خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی نیز بررسی شده است.

فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مطالب عنوان شده در مبانی نظری، فرضیه‌های پژوهش عبارتند از:

فرضیه اول: بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت ارتباط خطی وجود دارد.

فرضیه دوم: بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت ارتباط غیرخطی وجود دارد.

فرضیه سوم: مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی بر ارتباط خطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت تأثیر دارد.

فرضیه چهارم: مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی بر ارتباط غیرخطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت تأثیر دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف جزء تحقیقات کاربردی بوده و از لحاظ روش‌شناسی از نوع تحقیقات همبستگی می‌باشد. داده‌ها و اطلاعات مالی از سامانه سازمان بورس اوراق بهادار استخراج گردیده و اطلاعات خودشیفتگی، از طریق گزارش‌های تفسیری و گزارش فعالیت هیئت‌مدیره و تحلیل این اطلاعات با استفاده از نرم‌افزار ایمپج جی ۱ حاصل گردیده است. تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه‌ها در حالت خطی و غیرخطی از طریق الگوی رگرسیون چندمتغیره و داده‌های ترکیبی انجام پذیرفته است.

قلمرو مکانی پژوهش، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران و قلمرو زمانی آن سال‌های ۱۳۹۴ الی ۱۴۰۰ می‌باشد. نمونه مطالعه با در نظر گرفتن معیارهای زیر انتخاب شده‌اند:

- تمام اطلاعات مالی و غیرمالی مورد نیاز (به‌ویژه عکس پرسنلی تمام‌رخ مدیران) برای استخراج داده‌های مورد نیاز در دسترس باشد.

- بین سال‌های ۱۳۹۴ تا پایان ۱۴۰۰ در بورس اوراق بهادار فعال باشند. در پژوهش نیاز به محاسبه متغیرهای بازار سرمایه نظیر بازده و قیمت سهام وجود دارد و نیاز است که بیش از شش ماه توقف معاملاتی وجود نداشته و شرکت‌ها طی این مدت، دوره مالی خود را تغییر نداده باشند.

با توجه به محدودیت‌های فوق تعداد ۶۰ شرکت در دوره زمانی ۱۳۹۴ الی ۱۴۰۰ حائز شرایط بالا بوده و برای نمونه آماری انتخاب شدند. اطلاعات مورد نیاز شرکت‌های منتخب با مراجعه به صورت‌های مالی و گزارش فعالیت هیئت‌مدیره و گزارش تفسیری شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران گردآوری شده‌اند. در نهایت به منظور محاسبه متغیرها از نرم‌افزار اکسل و ایمپج جی استفاده شده است. آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز به کمک نرم‌افزار ایویوز انجام گرفته است.

فرضیه اول پژوهش به بررسی ارتباط خطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت می‌پردازد که برای آزمون آن از مدل (۱) استفاده شده است:

$$CSA_{i,t} = B0 + B1(NARCISSISM_{i,t}) + B2(FIRM\ AGE_{i,t}) + B3(FIRM\ SIZE_{i,t}) + B4(HHI_{i,t}) + B5(LEV_{i,t}) + B6(FP_{i,t}) + B7(QTOBIN_{i,t}) + \epsilon_{i,t}$$

مدل (۱)

فرضیه دوم پژوهش به بررسی ارتباط غیرخطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت می‌پردازد که برای آزمون آن از مدل (۲) استفاده شده است:

$$CSA_{i,t} = B0 + B1(NARCISSISM_{i,t}) + B2(NARCISSISM_{i,t})^2 + B3(FIRM\ AGE_{i,t}) + B4(FIRM\ SIZE_{i,t}) + B5(HHI_{i,t}) + B6(LEVERAGE_{i,t}) + B7(FP_{i,t}) + B8(QTOBIN_{i,t}) + \epsilon_{i,t}$$

مدل (۲)

فرضیه سوم پژوهش به بررسی تأثیر مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی بر ارتباط خطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت می‌پردازد و برای آزمون آن از مدل (۳) استفاده می‌شود:

$$CSA_{i,t} = B0 + B1(NARCISSISM_{i,t}) + B2(NARCISSISM_{i,t} * IO_{i,t}) + B3(FIRM\ AGE_{i,t}) + B4(FIRM\ SIZE_{i,t}) + B5(HHI_{i,t}) + B6(LEVERAGE_{i,t}) + B7(FP_{i,t}) + B8(QTOBIN_{i,t}) + \epsilon_{i,t}$$

مدل (۳)

فرضیه چهارم پژوهش به بررسی تأثیر مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی بر ارتباط غیرخطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و می‌پردازد و برای آزمون آن از مدل (۴) استفاده می‌شود:

$$CSA_{i,t} = B0 + B1(NARCISSISM_{i,t}) + B2(NARCISSISM_{i,t})^2 + B3(NARCISSISM_{i,t} * IO_{i,t}) + B4((NARCISSISM_{i,t})^2 * IO_{i,t}) + B5(FIRM\ AGE_{i,t}) + B6(FIRM\ SIZE_{i,t}) + B7(HHI_{i,t}) + B8(LEVERAGE_{i,t}) + B9(FP_{i,t}) + B10(QTOBIN_{i,t}) + \epsilon_{i,t}$$

مدل (۴)

متغیر وابسته:

$CSA_{i,t}$ فعالیت اجتماعی شرکت i در سال t ، برای سنجش فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها مبتنی بر مطالعه **مران جوری و همکاران (۱۳۹۳)** عمل شده است. به این منظور برای سنجش فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها از چک‌لیستی حاوی ۴۴ گزینه استفاده شده است که بر ۶ بعد تمرکز دارد. که این ابعاد به شرح زیر تشریح می‌گردد: ۱- بعد زیست محیطی؛ ۲- تولیدات و خدمات؛ ۳- بعد منابع انسانی؛ ۴- مشتری؛ ۵- مسئولیت‌های اجتماعی و ۶- انرژی. بعد زیست محیطی شامل کنترل میزان آلودگی، ممانعت از خسارات زیست محیطی، رعایت استانداردهای مرتبط با ISO و سایر موارد مرتبط است. بعد تولیدات و خدمات شامل توسعه تولیدات، سلامت تولیدات، کیفیت تولیدات و سایر موارد مرتبط است. بعد منابع انسانی نیز شامل اطلاعات مرتبط با تعداد نیروی انسانی شاغل در واحد تجاری، حقوق و مزایا، مزایای پایان خدمت و سایر موارد مرتبط است. بعد مشتری به میزان رضایت مشتری، رسیدگی و پاسخ‌گویی به نظرهای مشتری و سایر عوامل مرتبط در این حوزه اشاره دارد. بعد فعالیت‌های اجتماعی به میزان مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، شرکت در اقدامات خیرخواهانه، اقدامات فرهنگی و سیاسی اشاره دارد و بعد انرژی به بهره‌گیری بهینه از منابع انرژی و سایر عوامل مرتبط در این خصوص اشاره می‌کند. برای سنجش سطح افشای فعالیت‌های اجتماعی شرکت، زمانی که واحد تجاری موارد مربوط به هر یک از ابعاد شش‌گانه را افشا نموده باشد عدد یک و در صورت عدم افشا عدد صفر لحاظ می‌گردد. جهت محاسبه نمره افشای فعالیت‌های اجتماعی، مجموع موارد افشاشده محاسبه و بر کل موارد قابل افشا، تقسیم شده است. عدد حاصل، نشانگر نمره افشای فعالیت اجتماعی شرکت خواهد بود (**مران جوری و همکاران، ۱۳۹۳**).

متغیر مستقل:

$NARCISSISM_{i,t}$: خودشیفتگی مدیرعامل شرکت i در سال t ، به منظور سنجش خودشیفتگی مدیران در مطالعه حاضر، از براین دو معیار، نسبت عکس مدیرعامل و اندازه امضای مدیرعامل استفاده شده است (**نوربرگ، ۲۰۰۹**).

به منظور افزایش دقت شاخص اندازه‌گیری در این پژوهش از براین دو معیار ذکر شده برای سنجش خودشیفتگی مدیران استفاده شده است. بدین صورت که نتایج حاصل از معیار اول و دوم با یکدیگر جمع شده و به‌عنوان شاخص خودشیفتگی استفاده شده است.

معیار نخست (عکس مدیرعامل - معیار هورمون تستوسترون): پهنای صورت بر بلندای صورت مدیرعامل تقسیم می‌شود، که به‌صورت فاصله بین دو گیجگاه (پهنای صورت)، تقسیم بر فاصله بین ابرو تا لب بالایی (بلندای صورت) اندازه‌گیری می‌شود که تحت عنوان WHR شناخته می‌شود. تحقیقات انجام‌یافته نشان می‌دهد که WHR ارتباط مستقیمی با هورمون تستوسترون دارد (**ولته، ۲۰۱۹**). مطالعات اخیر همچنین به این موضوع اشاره کرده‌اند که میزان

هورمون تستوسترون با سطح خودشیفتگی در ارتباط می‌باشد و در مطالعات داخلی نیز از این معیار برای اندازه‌گیری خودشیفتگی مدیران استفاده شده است (نمازی و همکاران، ۱۳۹۶). نسبت WHR به کمک نرم‌افزار ایمیج جی اندازه‌گیری شده است.

معیار دوم (اندازه امضای مدیرعامل): اندازه امضای مدیرعامل، معیاری برای سنجش میزان خودشیفتگی مدیر است. روان‌شناسان معتقدند که نحوه امضای افراد می‌تواند برخی از ویژگی‌های شخصیتی افراد را آشکار سازد و افراد خودشیفته معمولاً امضای بزرگ‌تری نسبت به سایر افراد دارند (زوئینگنهاف و مارلو، ۱۹۷۷)؛ همچنین نتیجه برخی از مطالعات نشان می‌دهد که نتایج مشابهی از فرم پرسش‌نامه شخصیت خودشیفته و اندازه‌گیری مساحت امضا حاصل می‌گردد (هام و همکاران، ۲۰۱۷)؛ بنابراین به منظور سنجش امضای مدیران از نرم‌افزار ایمیج جی استفاده گردیده و امضای مدیران نیز از صورت‌های مالی واحد تجاری استخراج شده است. به این صورت که مساحت امضای مدیر توسط نرم‌افزار ایمیج جی اندازه‌گیری می‌شود. برای این که اطلاعات مربوط به امضای مدیران قابلیت مقایسه بیشتری داشته باشد، مساحت امضای مدیرعامل بر کل مساحت امضای هیئت‌مدیره و مدیران تقسیم شده و در نهایت درصد مساحت امضای مدیرعامل محاسبه شده است.

متغیر تعدیلگر:

$IO_{i,t}$: مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی شرکت i در سال t ، که برای سنجش آن از درصد سهام در اختیار سهام‌دار نهادی استفاده شده است.

متغیرهای کنترلی:

$FIRM\ AGE_{i,t}$: سن شرکت i در سال t و برای سنجش سن شرکت، تفاضل سال تأسیس و سال جاری محاسبه شده و در نهایت لگاریتم طبیعی این عدد منظور گردید.

$FIRM\ SIZE_{i,t}$: اندازه شرکت i در سال t و برای سنجش متغیر اندازه شرکت لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌ها در آخر دوره مالی در نظر گرفته شده است.

$HHI_{i,t}$: تمرکز صنعت شرکت i در سال t و به منظور سنجش تمرکز صنعت از شاخص هرفیندال-هیرشمن استفاده شده است. به منظور محاسبه این شاخص سهم بازار تمام واحدهای تجاری فعال در یک صنعت خاص را به توان دوم رسانده و در نهایت با هم جمع می‌کنیم. نزدیکی این معیار به عدد یک بیانگر انحصاری بودن یک صنعت است در حالی که با نزدیک شدن معیار فوق به عدد صفر نتیجه‌گیری می‌شود که صنعت بررسی شده، صنعتی رقابتی است (حسینی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲).

$LEV_{i,t}$: اهرم مالی شرکت i در سال t . اهرم مالی از طریق تقسیم کل بدهی‌ها به دارایی‌های شرکت حاصل می‌گردد.

$FP_{i,t}$: عملکرد مالی شرکت i در سال t . جهت سنجش عملکرد مالی واحد تجاری نرخ بازده دارایی‌ها لحاظ

گردید.

$QTOBIN_{i,t}$: فرصت رشد شرکت i در سال t . نسبت کیوتوبین برابر است با ارزش بازار شرکت تقسیم بر ارزش

دفتری شرکت و به صورت رابطه (۱) محاسبه می‌شود:

$$Q = \frac{MVS + BVD}{BVA}$$

رابطه (۱)

در رابطه (۱)، MVS نشانگر ارزش بازار سهام عادی، BVD نشانگر ارزش دفتری بدهی‌ها، BVA نشانگر ارزش دفتری دارایی‌ها می‌باشد (حسینی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲).

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی پژوهش حاضر در جدول (۱) ارائه شده است:

جدول (۱). آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد متغیر	تعداد	میانگین	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
خودشیفتگی مدیرعامل	NARCISSISIM	۴۲۰	۲/۲۷۴	۳/۴۰۳	۱/۴۸۱	۰/۳۱۰
فعالیت‌های اجتماعی	CSA	۴۲۰	۰/۶۱۸	۰/۹۳۱	۰/۱۵۹	۰/۱۹۹
مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی	IO	۴۲۰	۰/۷۲۸	۱/۰۰۰	۰/۴۲۸	۰/۱۲۳
سن شرکت	FIRM AGE	۴۲۰	۱/۴۵۲	۱/۸۳۸	۰/۴۷۷	۰/۲۷۴
اندازه شرکت	FIRM SIZE	۴۲۰	۷/۴۲۹	۹/۹۹۳	۴/۸۶۰	۱/۰۴۸
عملکرد مالی	FP	۴۲۰	۰/۱۵۱	۲/۹۴۶	-۰/۵۸۰	۰/۲۷۴
تمرکز صنعت	HHI	۴۲۰	۰/۳۸۳	۰/۸۷۲	۰/۲۳۱	۰/۱۶۵
اهرم مالی	LEV	۴۲۰	۰/۵۷۲	۲/۳۵۷	۰/۰۰۰۴	۰/۳۲۱
فرصت رشد	QTOBIN	۴۲۰	۲/۸۰۳	۳۲/۷۰۸	۰/۰۷۵	۳/۸۴۷
خودشیفتگی مدیرعامل	NARCISSISIM	۴۲۰	۲/۲۷۴	۳/۴۰۳	۱/۴۸۱	۰/۳۱۰
فعالیت‌های اجتماعی	CSA	۴۲۰	۰/۶۱۸	۰/۹۳۱	۰/۱۵۹	۰/۱۹۹
مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی	IO	۴۲۰	۰/۷۲۸	۱/۰۰۰	۰/۴۲۸	۰/۱۲۳
سن شرکت	FIRM AGE	۴۲۰	۱/۴۵۲	۱/۸۳۸	۰/۴۷۷	۰/۲۷۴
اندازه شرکت	FIRM SIZE	۴۲۰	۷/۴۲۹	۹/۹۹۳	۴/۸۶۰	۱/۰۴۸
عملکرد مالی	FP	۴۲۰	۰/۱۵۱	۲/۹۴۶	-۰/۵۸۰	۰/۲۷۴
تمرکز صنعت	HHI	۴۲۰	۰/۳۸۳	۰/۸۷۲	۰/۲۳۱	۰/۱۶۵
اهرم مالی	LEV	۴۲۰	۰/۵۷۲	۲/۳۵۷	۰/۰۰۰۴	۰/۳۲۱
فرصت رشد	QTOBIN	۴۲۰	۲/۸۰۳	۳۲/۷۰۸	۰/۰۷۵	۳/۸۴۷

آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش براساس مدل (۱) و در جدول (۲)، نشان می‌دهد که سطح معناداری محاسبه شده برای متغیر مستقل خودشیفتگی کمتر از سطح خطای ۵ درصد است؛ بنابراین بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها ارتباط منفی خطی معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد و فرضیه اول پژوهش رد نمی‌شود. معناداری کمتر از سطح خطای ۵ درصد برای متغیرهای اندازه شرکت، سن شرکت، اهرم مالی و فرصت رشد نشان می‌دهد که با افزایش اندازه شرکت، سن شرکت، اهرم مالی، فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها نیز افزایش یافته و با افزایش فرصت رشد، فعالیت‌های اجتماعی کاهش می‌یابد.

جدول (۲). نتایج آزمون فرضیه اول

$$CSA_{i,t} = B0 + B1(NARCISSISM_{i,t}) + B2(FIRM\ AGE_{i,t}) + B3(FIRM\ SIZE_{i,t}) + B4(HHI_{i,t}) + B5(LEVI,t) + B6(FPI,t) + B7(QTOBIN_{i,t}) + \epsilon_{i,t}$$

نماد متغیرها	ضریب	آماره تی	سطح معناداری
NARCISSISM	-۰/۱۱۰	-۹/۱۶۶	۰/۰۰۰
FIRM AGE	۰/۱۷۱	۱۱/۷۹۱	۰/۰۰۰
FIRM SIZE	۰/۰۱۸	۴/۴۸۷	۰/۰۰۰
FP	۰/۰۰۸	۰/۵۶۴	۰/۵۷۳
HHI	۰/۰,۳۲	۱/۳۷۱	۰/۱۷۱
LEV	۰/۰,۴۶	۳/۷۲۹	۰/۰۰۰
QTOBIN	-۰/۰۰۸	-۷/۷۷۱	۰/۰۰۰
آماره اف لیمر		۰/۸۴۵	
سطح معناداری		۰/۵۳۵	
آماره F		۱۸۹/۱۲۹	
سطح معناداری		۰/۰۰۰	
دوربین واتسون (DW)		۲/۱۷۹	
ضریب تعیین		۰/۸۷۶	
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۸۷۲	

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش نشان می‌دهد که ارتباط خطی منفی معناداری بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد و با توجه به مطالب عنوان شده در قسمت مبانی نظری انتظار داریم تا با افزایش سطح خودشیفتگی مدیرعامل جهت این رابطه تغییر یابد و پس از سطح خاصی از خودشیفتگی، ارتباط مثبت معناداری بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی وجود داشته باشد. مطابق با جدول (۳)، نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش مبتنی بر مدل (۲) نشان می‌دهد که سطح معناداری محاسبه شده برای متغیر مستقل توان دوم خودشیفتگی کمتر از سطح خطای ۵ درصد است؛ بنابراین بین فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها و خودشیفتگی مدیرعامل رابطه غیرخطی معنادار U شکلی وجود دارد که با نتایج فرضیه اول و مبانی نظری پژوهش، مطابقت دارد. مشتق مرتبه اول خودشیفتگی در مدل (۲) نشان می‌دهد که در $NARCISSISM_{i,t} = \frac{-B1}{2B2} = \left(-\left(\frac{0.136}{0.075}\right)\right) = 1.8$ شیب منحنی برابر با صفر است و پایین‌ترین سطح منحنی را نشان می‌دهد. معناداری کمتر از سطح خطای ۵ درصد برای متغیرهای اندازه شرکت، سن شرکت، اهرم مالی و فرصت رشد، نشان می‌دهد که با افزایش اندازه شرکت، سن شرکت، اهرم مالی، فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها نیز افزایش می‌یابد و با افزایش فرصت رشد، فعالیت‌های اجتماعی کاهش می‌یابد.

جدول (۳). نتایج آزمون فرضیه دوم

$$CSA_{i,t} = B0 + B1(NARCISSISM_{i,t}) + B2(NARCISSISM_{i,t})^2 + B3(FIRM\ AGE_{i,t}) + B4(FIRM\ SIZE_{i,t}) + B5(HHI_{i,t}) + B6(LEVERAGE_{i,t}) + B7(FP_{i,t}) + B8(QTOBIN_{i,t}) + \epsilon_{i,t}$$

نماد متغیرها	ضریب	آماره تی	سطح معناداری
NARCISSISM	-۰/۱۳۶	-۹/۲۷۶	۰/۰۰۰
NARCISSISM ²	۰/۰۷۵	۳/۰۲۳	۰/۰۰۲
FIRM AGE	۰/۱۶۷	۱۱/۶۲۲	۰/۰۰۰
FIRM SIZE	۰/۰۱۸	۴/۴۴۴	۰/۰۰۰

۰/۶۲۹	۰/۴۶۹	۰/۰۰۶	FP
۰/۰۸۹	۱/۷۰۲	۰/۰۴۰	HHI
۰/۰۰۰	۳/۸۴۵	۰/۰۴۷	LEV
۰/۰۰۰	-۷/۶۲۶	-۰/۰۰۸	QTOBIN
	۰/۸۲۳		آماره اف لیمر
	۰/۵۴۶		سطح معناداری
	۱۸۲/۳۱۹		آماره F
	۰/۰۰۰		سطح معناداری
	۲/۱۴۹		دوربین واتسون
	۰/۸۸۰		ضریب تعیین
	۰/۸۷۶		ضریب تعیین تعدیل شده

نتایج آزمون فرضیه پژوهش سوم پژوهش، مطابق با جدول (۴) نشان می‌دهد که با توجه به پایین بودن سطح معناداری آماره t از سطح خطای مورد پذیرش برای ضریب β_2 ، تأثیر مالکیت نهادی بر رابطه خطی فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها و خودشیفتگی مدیرعامل به لحاظ آماری معنادار می‌باشد؛ یعنی افزایش مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی، ارتباط منفی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی را تضعیف می‌کند. معناداری کمتر از سطح خطای ۵ درصد برای متغیرهای سن شرکت، اهرم مالی، فرصت رشد نشان می‌دهد که با افزایش سن شرکت و اهرم مالی، فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها افزایش و با افزایش فرصت رشد، فعالیت‌های اجتماعی کاهش می‌یابد.

جدول (۴). نتایج آزمون فرضیه سوم

$CSA_{i,t} = B_0 + B_1(NARCISSISM_{i,t}) + B_2(NARCISSISM_{i,t} * IO_{i,t}) + B_3(FIRM\ AGE_{i,t}) + B_4(FIRM\ SIZE_{i,t}) + B_5(HHI_{i,t}) + B_6(LEVERAGE_{i,t}) + B_7(FP_{i,t}) + B_8(QTOBIN_{i,t}) + \epsilon_{i,t}$			
نماد متغیرها	ضریب	آماره تی	سطح معناداری
NARCISSISM	- ۰/۱۸۵	- ۵/۷۶۴	۰/۰۰۰
NARCISSISM*IO	۰/۰۴۱	۳/۵۷۰	۰/۰۰۰
FIRM AGE	۰/۱۶۷	۵/۰۷۷	۰/۰۰۰
FIRM SIZE	۰/۰۱۸	۱/۹۳۰	۰/۰۵۴
FP	- ۰/۰۰۴	- ۰/۱۰۸	۰/۹۱۳
HHI	۰/۰۲۵	۰/۴۵۱	۰/۶۵۱
LEV	۰/۰۹۰	۲/۹۷۹	۰/۰۰۳
QTOBIN	- ۰/۰۱۱	- ۴/۶۲۰	۰/۰۰۰
آماره اف لیمر		۰/۶۰۸	
سطح معناداری		۰/۷۲۳	
آماره F		۸/۲۶۰	
سطح معناداری		۰/۰۰۰	
دوربین واتسون		۲/۲۰۶	
ضریب تعیین		۰/۸۵۴	
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۸۴۱	

نتایج آزمون فرضیه چهارم پژوهش مطابق با جدول (۵)، نشان می‌دهد که با توجه به پایین بودن سطح معناداری آماره t از سطح خطای موردپذیرش برای ضریب β_4 ، تأثیر مالکیت نهادی بر رابطه غیرخطی بین فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها و خودشیفتگی مدیرعامل به لحاظ آماری معنادار می‌باشد؛ بنابراین، مالکیت نهادی در سطوح پایین خودشیفتگی موجب تضعیف رابطه منفی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شده و نیز در سطوح بالای خودشیفتگی باعث تضعیف رابطه مثبت بین خودشیفتگی و فعالیت‌های اجتماعی می‌گردد. معناداری کمتر از سطح خطای ۵ درصد برای متغیرهای سن شرکت، اهرم مالی و فرصت رشد نشان می‌دهد که افزایش سن شرکت و اهرم مالی، فعالیت‌های اجتماعی شرکت افزایش و با افزایش فرصت رشد، فعالیت‌های اجتماعی کاهش می‌یابد.

جدول (۵). نتایج آزمون فرضیه چهارم

$CSA_{i,t} = B_0 + B_1(NARCISSISM_{i,t}) + B_2(NARCISSISM_{i,t})^2 + B_3(NARCISSISM_{i,t} * IO_{i,t}) + B_4((NARCISSISM_{i,t})^2 * IO_{i,t}) + B_5(FIRM\ AGE_{i,t}) + B_6(FIRM\ SIZE_{i,t}) + B_7(HHI_{i,t}) + B_8(LEVERAGE_{i,t}) + B_9(FP_{i,t}) + B_{10}(QTOBIN_{i,t}) + \epsilon_{i,t}$			
سطح معناداری	آماره t	ضریب	نماد متغیرها
۰/۰۰۰	-۴/۸۸۹	- ۰/۶۹۵	NARCISSISM
۰/۰۰۰	۳/۹۰۲	۰/۱۳۰	NARCISSISM ²
۰/۰۰۰	۳/۴۰۷	۰/۱۳۴	NARCISSISM*IO
۰/۰۱۴	-۲/۴۵۶	-۰/۰۴۲	NARCISSISM ² * IO
۰/۰۰۰	۱۰/۷۰۹	۰/۱۶۱	FIRM AGE
۰/۱۲۰	۱/۵۵۵	۰/۰۱۵	FIRM SIZE
۰/۶۹۷	-۰/۳۸۹	-۰/۰۰۶	FP
۰/۱۰۵	۱/۶۲۶	۰/۰۴۰	HHI
۰/۰۰۰	۴/۰۰۵	۰/۰۵۲	LEV
۰/۰۰۰	-۶/۹۶۰	-۰/۰۰۷	QTOBIN
	۰/۶۲۲		آماره اف لیمر
	۰/۷۱۳		سطح معناداری
	۱۴۴/۹۳۲		آماره F
	۰/۰۰۰		سطح معناداری
	۲/۱۸۱		دوربین واتسون
	۰/۸۷۱		ضریب تعیین
	۰/۸۶۵		ضریب تعیین تعدیل شده

بحث و نتیجه‌گیری

خودشیفتگی مدیرعامل آثار مثبت و منفی و آفری بر تصمیم‌ها و اقدامات وی دارد، همچنین خودشیفتگی مدیران سطوح مختلفی دارد و سطوح خودشیفتگی بر اقدامات مدیران تأثیرگذار می‌باشد. از سویی دیگر، مطالعات گذشته، ارتباط مالکیت نهادی و فعالیت‌های اجتماعی شرکت را تأیید نموده است. بنابراین هدف پژوهش حاضر، بررسی ارتباط خطی و غیرخطی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت با در نظر گرفتن نقش تعدیلی مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی بوده است. برای دستیابی به اهداف مطالعه حاضر تعداد ۶۰ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق

بهادار تهران در بازه زمانی ۷ ساله (۱۴۰۰-۱۳۹۴) بررسی شد. به منظور سنجش خودشیفتگی مدیرعامل از برابند دو معیار (نسبت WHR عکس مدیرعامل و نسبت مساحت امضای مدیرعامل) استفاده شده است تا نتایج حاصل قابل‌انکاتر باشد. برای اندازه‌گیری فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها از چک‌لیستی حاوی ۴۴ گزینه که شامل ۶ بعد است استفاده شده است. برای اندازه‌گیری مالکیت نهادی از درصد سهام در اختیار سهام‌دار نهادی استفاده شده است. مطابق با آنچه در پژوهش فوق بحث و بررسی گشت، در سال‌های گذشته مطالعات فراوانی به بررسی ارتباط خودشیفتگی و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها پرداخته‌اند و نتایج بیشتر این مطالعات رابطه منفی خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی اول پژوهش، نشان می‌دهد که رابطه خطی و منفی معناداری بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد؛ همچنین نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی دوم پژوهش نشان می‌دهد که بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها رابطه غیرخطی U شکلی وجود دارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که مالکیت نهادی تأثیر چشمگیری بر تعدیل رابطه بین ویژگی‌های اخلاقی مدیرعامل (خودشیفتگی) و فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها دارد. براساس شواهد موجود، فرضیه‌های فرعی اول و دوم مطالعه حاضر، تأثیر مالکیت نهادی در تعدیل رفتار مدیران خودشیفته در انجام اقدامات فعالیت‌های اجتماعی را در حالت خطی و غیرخطی آزمون می‌کند. نتایج پژوهش، نشانگر تأثیر مالکیت نهادی در تعدیل رفتار مدیران خودشیفته در جهت انجام فعالیت‌های اجتماعی در حالت خطی و غیرخطی می‌باشد؛ یعنی با افزایش مالکیت سهام‌داران نهادی، ارتباط منفی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی تضعیف می‌شود و در نتیجه، تأثیر مخرب خودشیفتگی مدیرعامل بر تصمیم‌های شرکت کمرنگ‌تر می‌شود. نتایج فرضیه اصلی اول پژوهش حاضر با نتایج مطالعات بزرگ‌اصل و همکاران (۱۴۰۰) و بهشت‌آیین (۱۴۰۱)، مطابقت دارد و یافته‌های مطالعات آن‌ها نیز ارتباط منفی خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت را تأیید کرده است. نتایج آزمون فرضیه اصلی اول پژوهش حاضر با نتایج مطالعات هونگ و همکاران (۲۰۲۲) که ارتباط مثبت بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی شرکت را نشان می‌دهد، مطابقت ندارد. نتیجه فرضیه اصلی دوم پژوهش با نتایج مطالعات ریجسنیل و همکاران (۲۰۱۳) و اولسون و همکاران (۲۰۱۶) و کایند و همکاران (۲۰۲۳)، سازگار است و با نتایج مطالعات گرتستر و همکاران (۲۰۱۳) و چن (۲۰۱۰) مطابقت ندارد. یافته‌های فرضیه اصلی اول پژوهش حاضر، نشان می‌دهد که مدیران خودشیفته، رغبت کمتری به اقدامات مرتبط با فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها دارند و این شرکت‌ها بیشتر درگیر رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران شده و منافع گروه‌های اجتماعی را مدنظر قرار نمی‌دهند. نتایج آزمون فرضیه اصلی دوم پژوهش نشان می‌دهد که در سطوح پایین خودشیفتگی، مدیران خودشیفته رغبت چندانی به اقدامات فعالیت‌های اجتماعی ندارند و روند ارتباط منفی ادامه دارد که فرضیه اول نیز مؤید این امر است، ولی بعد از سطح معینی، با تشدید خودشیفتگی مدیرعامل، تمایل وی برای اقدامات فعالیت‌های اجتماعی بیشتر می‌شود که این امر ممکن است با هدف نمایش تصویر مثبت و پوششی برای اقدامات فرصت‌طلبانه و غیرقانونی باشد؛ بنابراین، با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، به‌کارگیری مدیران خودشیفته در سطوح مختلف آن در یک سازمان موجب بی‌توجهی به تئوری ذی‌نفعان می‌گردد و فعالیت‌های اجتماعی دستاویز مقاصد فرصت‌طلبانه مدیران واقع می‌شود. همچنین نتایج نشان می‌دهد که هم در سطوح بالا و هم در سطوح پایین خودشیفتگی، افزایش مالکیت نهادی موجب تضعیف ارتباط بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیت‌های اجتماعی می‌شود و تأثیرپذیری فعالیت‌های اجتماعی شرکت، از ناهنجاری رفتاری خودشیفتگی مدیریت در سطوح بالا و پایین را کاهش می‌دهد. در حالت غیرخطی، افزایش مالکیت سرمایه‌گذاران نهادی، موجب پهن‌تر شدن و کاهش شیب منحنی می‌شود. در نتیجه، سهام‌داران نهادی می‌توانند از اعمال نفوذ خود بر مدیرعامل استفاده کرده و تصمیم‌ها و اقدامات وی

از جمله اقدامات فعالیت‌های اجتماعی را با توجه به چشم‌انداز و دیدگاه خود تحت‌تأثیر قرار دهند. با توجه به این که فعالیت‌های اجتماعی، رویداد ذاتاً مثبتی است، اتخاذ این رویه باید مبتنی بر رفتار عقلایی مدیرعامل باشد تا بتواند منافع گروه‌های مختلف ذی‌نفعان را در پی داشته باشد. حضور سهام‌داران نهادی موجب کاهش اثر انگیزه‌های نادرست مدیرعامل خودشیفته بر تصمیم‌ها و اقدامات شرکت و به تبع آن، بهبود تصمیم‌ها و اقدامات در راستای تأمین منافع عموم ذی‌نفعان می‌گردد. بر مبنای یافته‌های پژوهش به ذی‌نفعان پیشنهاد می‌شود تا در انتخاب مدیرعامل شرکت‌ها علاوه بر سایر ویژگی‌ها، خصوصیات و ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری را نیز مورد توجه قرار دهند تا با به‌کارگیری افراد غیرخودشیفته به عنوان مدیرعامل، موجبات گسترش سطح فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در جهت مقاصد خیرخواهانه و بشردوستانه فراهم گردیده و حقوق ذی‌نفعان مستقیم و غیرمستقیم حفظ گردد. با در نظر گرفتن نتایج مطالعه حاضر که نشان می‌دهد افزایش مالکیت نهادی، موجب کاهش آثار مخرب خودشیفتگی بر تصمیم‌های شرکت می‌شود، می‌توان از آگاهی تجاری و قدرت اعمال نفوذ سرمایه‌گذاران نهادی در جهت بهبود تصمیم‌ها و اقدامات شرکت بهره جست و ضمن افزایش منافع گروه‌های مختلف ذی‌نفع، موجبات افزایش ارزش شرکت در بازه زمانی بلندمدت را فراهم نمود. محدودیت پژوهش حاضر، آن است که عکس مدیرعامل که به منظور سنجش WHR مورد نیاز است، در گزارش‌های تفسیری و گزارش‌های مربوط به فعالیت هیئت‌مدیره بیشتر شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران موجود نبود و این امر موجب کاهش حجم نمونه گردید. با توجه به این که در صفحه نخست صورت‌های مالی فضای محدودی برای امضای مدیران و هیئت‌مدیره در نظر گرفته می‌شود، امکان تحلیل دقیق امضای مدیران میسر نمی‌گردد.

References

- Al-Shammari, M. A. I. (2017). CEO narcissism, prior experience, board prior experience, and corporate social responsibility (CSR): an integrated framework using upper echelons theory, stakeholder theory, and a decomposed measure of CSR (Doctoral dissertation).
- Al-Shammari, M., Rasheed, A. A., & Banerjee, S. N. (2022). Are all narcissistic CEOs socially responsible? An empirical investigation of an inverted U-shaped relationship between CEO narcissism and corporate social responsibility. *Group & Organization Management*, 47(3), 612-646.
- 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.
- Ashrafi, M., & Abbasi, E. (2022). Corporate Philanthropy Behaviour and Investment Efficiency. *Accounting and Auditing Research*, 14(55), 55-76. (In Persian)
- Banimahd, B. (2022). Managers' narcissism, moral foundation and corporate social responsibility perception: Presenting a model on the basis of structural equation, *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*. (In Persian)
- Bashirimanesh, N., Vaghfi, H., Shamsodini, K. (2022). The Effect of Narcissistic Managers on Internal and External Social Performance with a Moderating Role of Overconfidence. *Financial and Behavioral Researches in Accounting*, 2(1), 53-72. (In Persian)
- Behesht Aein, M. (2022). Investigating the relationship between CEO narcissism and tax avoidance by considering the moderating role of size and gender of the audit committee in Tehran Stock Exchange, *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 6(20), 282-303. (In Persian)
- Bozorgasl, M., Behshour, I., & Ahmadi Pak, F. (2021). Chief Executive Officer (CEO) Narcissism and Risk of Financial Reporting Fraud with Placing Emphasis on the Roles of Auditors and Audit Committees. *Journal of Accounting Knowledge*, 12(2), 139-155. (In Persian)

- Brown, T. A., Sautter, J. A., Littvay, L., Sautter, A. C., & Bearnes, B. (2010). Ethics and personality: Empathy and narcissism as moderators of ethical decision making in business students. *Journal of Education for Business*, 85(4), 203-208.
- Buchanan, B., Cao, C. X., & Chen, C. (2018). Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership. *Journal of Corporate Finance*, 52, 73-95.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of management Review*, 32(3), 946-967.
- Campbell, W. K., & Campbell, S. M. (2009). On the self-regulatory dynamics created by the peculiar benefits and costs of narcissism: A contextual reinforcement model and examination of leadership. *Self and Identity*, 8(2-3), 214-232.
- Campbell, W. K., Goodie, A. S., & Foster, J. D. (2004). Narcissism, confidence, and risk attitude. *Journal of behavioral decision making*, 17(4), 297-311.
- Chen, G., Crossland, C., & Luo, S. (2015). Making the same mistake all over again: CEO overconfidence and corporate resistance to corrective feedback. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1513-1535.
- Chen, S. (2010). The role of ethical leadership versus institutional constraints: A simulation study of financial misreporting by CEOs. *Journal of Business Ethics*, 93(1), 33-52.
- Chu, H. L., Liu, N. Y., & Chiu, S. C. (2023). CEO power and CSR: the moderating role of CEO characteristics. *China Accounting and Finance Review*, 25(1), 101-121.
- Esmailpour R, Rezaei Pitenoei Y, & Gholamrezapoor M.(2020). Corporate Social Responsibility and Internal Control Weakness: The Empirical Testing of Stakeholder and signaling Theories. *Journal of value & behavioral accounting*, 4 (8):318-338. (In Persian)
- Faccio, M., Marchica, M. T., & Mura, R. (2016). CEO gender, Corporate risk-taking, and the efficiency of capital allocation. *Journal of corporate finance*. 39,193-209
- Farman Ara, V. (2019). Examining the relationship between asymmetric information and managerial authority with financing and Investing in companies admitted to the Tehran Stock Exchange, *Financial Economics Quarterly*, 12(43), 209-232. (In Persian)
- Gerstner, W. C., König, A., Enders, A., & Hambrick, D. C. (2013). CEO narcissism, audience engagement, and organizational adoption of technological discontinuities. *Administrative science quarterly*, 58(2), 257-291.
- Ghadrdan, E., Moghadam, A., Soltanian, C., & Shahmoradi, S. (2020). Role of Corporate Social Responsibility with Emphasis on the Role of Intellectual Capital. *Accounting and Auditing Research*, 12(45), 71-88. (In Persian)
- Grijalva, E., Harms, P. D., Newman, D. A., Gaddis, B. H., & Fraley, R. C. (2015). Narcissism and leadership: A meta-analytic review of linear and nonlinear relationships. *Personnel Psychology*, 68(1), 1-47.
- Ham, C., Lang, M., Seybert, N., & Wang, S. (2017). CFO narcissism and financial reporting quality. *Journal of Accounting Research*, 55(5), 1089-1135.
- Hambrick, D. C. (2007). Upper echelons theory: An update. *Academy of management review*, 32(2), 334-343.
- Harjoto, M. A., & Jo, H. (2011). Corporate governance and CSR nexus. *Journal of business ethics*, 100, 45-67.
- Hassas Yeganeh, Y., Sohrabi, H., Ghavasi Kenari, M. (2021). The relationship between social responsibility reporting and corporate value, *Journal of Financial Accounting and Auditing Research*, 12(45), 1-20. (In Persian)
- Hassas Yeganeh, Y., & Barzgar, G. (2012). Identifying the Components and Indicators of Corporate Social Responsibility in Iran. *scds 2013*; 2 (1), 209-234. (In Persian)
- Hong, J. K., Lee, J. H., & Roh, T. (2022). The effects of CEO narcissism on corporate social responsibility and irresponsibility. *Managerial and Decision Economics*, 43(6), 1926-1940.
- Hosseini Rad, S.D., Rezaee, G., Mohsenifard, G., & Khajavi, S.(2014). The Impact of Product Market Competition on Earnings Management of the Companies Listed in Tehran Stock Exchange, *Asset Management and Financing*, 1(3), 119-134. (In Persian)

- Johnson, B. R., Connolly, E., & Carter, T. S. (2011). Corporate social responsibility: The role of Fortune 100 companies in domestic and international natural disasters. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(6), 352-369.
- 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*.
- Majeed, S., Aziz, T., & Saleem, S. (2015). The effect of corporate governance elements on corporate social responsibility (CSR) disclosure: An empirical evidence from listed companies at KSE Pakistan. *International Journal of Financial Studies*, 3(4), 530-556.
- Maranjory, M., Alikhani, R. (2014). Social Responsibility Disclosure and Corporate Governance. *Accounting and Auditing Reviews*, 21(3), 329-348. (In Persian)
- Mathieu, C., & St-Jean, É. (2013). Entrepreneurial personality: The role of narcissism. *Personality and Individual Differences*, 55(5), 527-531.
- Mazaheri Sichani, F., & Mohammadi Khoshoie, H. (2020). The Effect of Debt Maturity on Future Stock Price Crash Risk by considering Corporate Governance. *Accounting and Auditing Research*, 12(48), 95-106. (In Persian)
- Mojoodi, A., Darzian Azizi, A., Ghasemi, P. (2014). An Analysis the Impact of Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty (Pasargad Bank in Ahwaz). *Journal of Marketing Management*, 9(22), 99-116. (In Persian)
- Namazi, M., Dehghani Saad, A., & Ghoohostani, S. (2017). CEO Narcissism and Business Strategy, *Scientific Research Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 6(22), 37-52. (In Persian)
- Norberg, P. (2009). "I don't Care that People don't Like What I Do"—Business Codes Viewed as Invisible or Visible Restrictions. *Journal of Business Ethics*, 86, 211-225.
- Olsen, K. J., & Stekelberg, J. (2016). CEO narcissism and corporate tax sheltering. *The journal of the American taxation association*, 38(1), 1-22.
- Olsen, K. J., Dworkis, K. K., & Young, S. M. (2014). CEO narcissism and accounting: A picture of profits. *Journal of management accounting research*, 26(2), 243-267.
- O'Reilly III, C. A., Doerr, B., Caldwell, D. F., & Chatman, J. A. (2014). Narcissistic CEOs and executive compensation. *The leadership quarterly*, 25(2), 218-231.
- 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.
- Preslmayer, C., Kuttner, M., & Feldbauer-Durstmüller, B. (2018). Uncovering the research field of corporate social responsibility in family firms: a citation analysis. *Journal of Family Business Management*.
- Rahnamay Roodposhti F, zandi A. (2019). The Impact of Corporate Social Responsibility and Influential Institutional Ownership the Firm Valuel. *qjefp 2019; 7 (27)*, 133-159. (In Persian)
- Raskin, R., & Novacek, J. (1991). Narcissism and the use of fantasy. *Journal of clinical psychology*, 47(4), 490-499.
- Rezaee Pitenoe, Y., Gholamreza Poor, M., Amir Niya, N., & Kazemie, S. P. (2021). Business Strategy and Corporate social Responsibility disclosure, *Journal of accounting knowledge*, 12(2), 67-86. (In Persian)
- Rijsenbilt, A., & Commandeur, H. (2013). Narcissus enters the courtroom: CEO narcissism and fraud. *Journal of business ethics*, 117, 413-429.
- Rosenthal, S. A., & Pittinsky, T. L. (2006). Narcissistic leadership. *The leadership quarterly*, 17(6), 617-633.
- Sarfraz, M., Assadi, G. H., Baghoumian, R., & Asnaashari H. (2020). Social Responsibility and its Reporting in Pharmaceutical Companies: With Focus on Responsible Actions in Related to Coronavirus. *Journal of Value & Behavioral Accounting*; 7 (13), 361-398. (In Persian)
- Sarraf, F., Karimi, M., & Besharatpour, F. (2022). The Effect of Institutional Ownership Horizon on Social Responsibility and Stock Value of Companies Listed on the Tehran Stock Exchange, *Financial Economics and Development*, 16(1), 173-192. (In Persian)

- Tang, Y., Mack, D. Z., & Chen, G. (2018). The differential effects of CEO narcissism and hubris on corporate social responsibility. *Strategic Management Journal*, 39(5), 1370-1387.
- Velte, P. (2019). Do CEO incentives and characteristics influence corporate social responsibility (CSR) and vice versa? A literature review. *Social Responsibility Journal*, 16(8), 1293-1323.
- Wang, L., Li, H., & Mu, Y. (2022). Study of CEO Narcissism and Corporate R&D Investment. *Frontiers in Psychology*, 2550.
- Yari Darmeshkanloo, P., Ebrahimi Shaghaghi, M., & Eslami Mofid Abadi, H. (2022). The Effect of Chief Executive Officer (CEO's) Narcissism and Hubris on the Relationship between Corporate Stability and Financial Performance (Evidence from Tehran Stock Exchange). *Financial and Behavioral Researches in Accounting*, 2(3), 90-108. (In Persian)
- Zweigenhaft, R. L., & Marlowe, D. (1973). Signature size: studies in expressive movement. *Journal of consulting and clinical psychology*, 40(3), 469.