



The Effect of Narcissistic Managers on Internal and External Social Performance with a Moderating Role of Overconfidence

Nazanin bashirimanesh¹, Seyyed Hesam Vaghfi², Kobra Shamsodini³

Received: 2021/12/04
Accepted: 2022/02/04

Research

Abstract

The narcissistic managers try to be active and active in the field of social activities in order to gain fame and magnification, and in this way, they cover their weaknesses and gain more benefits. On the other hand, narcissistic managers are more likely to have overconfidence in their attitudes and abilities. According to this, the purpose of this study is to investigate the narcissism of managers and internal and external social performance with emphasis on overconfidence. For this purpose, a sample of 129 companies listed on the Tehran Stock Exchange during the years 2014 to 2021 are reviewed. Research hypotheses are tested using combined data and using multiple and Logit regression in Stata and Eviews software. Findings from the test of research hypotheses show that managers' narcissism has a positive and significant effect on managers' social performance in the internal and external field. Narcissistic managers participate in social activities in order to show off and attract the attention of internal and external stakeholders. The findings also show that overconfidence has a negative and significant effect on the relationship between managers' narcissism and internal and external social performance. Accordingly, managers' false self-confidence reduces the positive effect of managerial narcissism on social performance.

Keywords: Social Performance, Managers' Narcissism, Managers' Overconfidence

JEL Classification: G41, M41

1. Assistant Professor, Faculty of Management, Economic & Accounting, PNU University, Tehran, Iran (Corresponding Author) (Email: bashirimanesh@gmail.com)

2. Assistant Professor, Faculty of Management, Economic & Accounting, PNU University, Tehran, Iran (Email: vaghfi2016@gmail.com)

3. MSc. Student in Accounting, Economic & Accounting, PNU University, Shahr Rey, Iran (Email: bluesad98@yahoo.com)





تاثیر خودشیفتگی مدیران بر عملکرد اجتماعی داخلی و خارجی با تاکید بر بیش اطمینانی

نازنین بشیری منش^۱، سید حسام وقفی^۲، کبری شمس‌الدینی^۳

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۵

چکیده

مدیران خودشیفته برای شهرت طلبی و بزرگ‌نمایی خود تلاش می‌کنند تا در عرصه فعالیت‌های اجتماعی، حضور فعالی داشته و از این طریق ضعف‌های خود را پوشانده و منافع بیشتری کسب کنند. از سوی دیگر، احتمال می‌رود مدیران خودشیفته، اطمینان بیش از حد به نگرش‌ها و توانمندی‌های‌شان داشته باشند. بر این اساس، هدف این پژوهش، بررسی تاثیر خود شیفتگی مدیران، بر عملکرد اجتماعی داخلی و خارجی، با تاکید بر بیش اطمینانی است. به این منظور، نمونه ای متشکل از ۱۲۹ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸ بررسی شدند. فرضیه‌های پژوهش با استفاده از داده‌های ترکیبی و به‌کارگیری رگرسیون چندگانه و لاجیت در نرم افزارهای استتا و ایویوز آزمون شدند. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش بیان می‌کنند، خودشیفتگی مدیران بر عملکرد اجتماعی مدیران در حوزه داخلی و خارجی تاثیر مثبت و معناداری دارد. مدیران خودشیفته در جهت خود نمایی و جلب توجه ذی‌نفعان داخلی و خارجی در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌کنند. همچنین یافته‌ها نشان داد، بیش اطمینانی تاثیر منفی و معناداری بر رابطه خودشیفتگی مدیران و عملکرد اجتماعی داخلی و خارجی دارد. بر این اساس، اعتماد به نفس کاذب مدیران منجر به کاهش اثر مثبت ویژگی خودشیفتگی مدیر بر عملکرد اجتماعی می‌شود.

واژه‌های کلیدی: عملکرد اجتماعی، خودشیفتگی مدیران، بیش اطمینانی مدیران

طبقه بندی موضوعی: G41, M41

۱. استادیار گروه حسابداری، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
(Email: bashirimanesh@gmail.com)

۲. استادیار گروه حسابداری، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (Email: vaghfi2016@gmail.com)

۳. کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، عسلویه، ایران (Email: bluesad98@yahoo.com)



مقدمه

دنیای امروز، دنیای سازمانهاست و مدیر به عنوان قلب هر سازمان، عنوان می‌شود. ضعف عملکرد مدیر در شرکت با وجود امکانات، تکنولوژی و نیروی کار مطلوب باعث عملکرد بد مدیر و شکست شرکت در رسیدن به اهداف می‌گردد. رفتارهای مدیر که ناشی از ویژگی شخصیتی آنها است، در سیر تحول، پویایی و موفقیت سازمان نقش مهمی را دارد و از آنجا که شخصیت، جذبه و میزان کنترل مدیران سطح بالا بر نتایج شرکت تأثیرگذار است. در این میان، یکی از ویژگی‌های شخصیتی که در بین بعضی از مدیران بروز می‌کند، مسئله خودشیفتگی است. مدیران خودشیفته افرادی هستند که موفقیت شرکت را مدیون بلند همتی و تلاش‌های شخصی خود می‌دانند و مشارکت و نقش کارمندان را در کسب اهداف سازمان نادیده می‌گیرند. لذا در شرکتی که اینگونه مدیران بر آن حاکم هستند، نوعی دلسردی و سرخوردگی در میان کارکنان ایجاد می‌شود. عدم رشد دیگر مدیران و کارکنان، امکان سوءاستفاده از دیگران و رفتارهای غیراخلاقی، بی‌توجهی به واقعیات بیرونی، تهدیدات محیطی سازمان، تخریب اعتماد و روابط انسانی از جمله پیامدهای منفی خودشیفتگی هستند (وسنر^۱، ۲۰۰۷). مدیران خودشیفته در پی آن هستند که ضعف‌های خود را بپوشانند و با انتقادات به شدت برخورد می‌کنند. این خصلت آنان باعث می‌شود تا ابتکار و نوآوری در سازمان از بین برود. از طرفی مدیران خودشیفته در سازمان‌ها پاداش‌های بیش‌تری برای خود قائل هستند (اوریلی و همکاران^۲، ۲۰۱۴) و به میزان قابل توجهی، بیش از هم‌تایان خود درآمدزایی دارند. مدیران خودشیفته قادر به درک واقعیات و پدیده‌ها آن‌طور که باید نمی‌باشند و به همین دلیل نمی‌توانند برای آینده سازمان هدف و برنامه‌ی خاصی داشته باشند؛ پس نوعی سردرگمی در اهداف سازمان با وجود این مدیران پدید می‌آید. مجموعه‌ی این مشکلات به وجود آمده، ناشی از مدیریت فرد خودشیفته بر شرکت، منجر به افت عملکرد سازمان می‌شود (بارث و همکاران^۳، ۲۰۱۳). از آنجایی که افت عملکرد سازمان با خصوصیات روانی مدیران خودشیفته در تضاد است، آن مدیران برای پنهان کردن واقعیات شرکت به گزارشات غیرواقعیانه روی می‌آورند (منصورزار^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). از طرفی مدیران خودشیفته احتمال می‌رود دچار اعتماد به نفس کاذب شوند و اثر سایه‌ای ویژگی بیش اطمینانی را نیز داشته باشند. بیش اطمینانی پدیده‌ای است که در مردم عادی نیز وجود دارد؛ اما این پدیده بیش‌تر به مدیران مرتبط می‌شود، به این‌صورت که مدیران نسبت به سودها و جریان‌های نقدی واحد تجاری خود خوشبین‌اند و چشم‌انداز مثبتی از ریسک و بازده آتی شرکت دارند. آن‌ها احتمال و تأثیر رویدادهای مطلوب را بر جریان‌های نقدی شرکت بیش از واقع تخمین می‌زنند و احتمال و تأثیر رویدادهای منفی را کم‌تر از واقع ارزیابی می‌کنند (هیتون^۵، ۲۰۰۲). بیش اطمینانی در مدیران، احتمال به‌کارگیری رویکردهای محافظه کارانه را کاهش می‌دهد (احمد و دولمن^۶، ۲۰۱۳) و در نتیجه به دلیل نگرش خوش بینانه مدیران احتمال اشتباه در گزارش سود حسابداری از طریق مدیریت سود واقعی وجود دارد (حسیه و همکاران^۷، ۲۰۱۴).

-
1. Wesner
 2. O'Reilly et al.
 3. Barz et al.
 4. Mansourzare.
 5. Heaton
 6. Ahmed & Duellman.
 7. Hsieh et al.

در سال‌های اخیر، مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان یک دیدگاه غالب در دنیای تجارت مطرح شده است. بسیاری از شرکت‌ها، تعهدهایی را در این حوزه مطرح کرده، طرح‌های مربوط به آن را آغاز کرده و کمیته‌های مربوط را شکل داده‌اند و گزارش‌هایی را در این زمینه ارائه می‌کنند (کیم و همکاران^۱، ۲۰۱۴).

از سوی دیگر، توسعه پایدار در اقتصاد هر کشوری مستلزم ارائه اطلاعات شفاف و مربوط برای تصمیم‌گیرندگان اقتصادی می‌باشد. نقش اصلی گزارشگری مالی، انتقال اثر بخش اطلاعات به سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان به منظور تصمیم‌گیری مناسب و آگاهانه می‌باشد. مدیران می‌توانند از آگاهی خود درباره فعالیت‌های تجاری شرکت، برای بهبود شفافیت اطلاعاتی صورت‌های مالی و افزایش اثربخشی اطلاعاتی به عنوان ابزاری برای انتقال اطلاعات به سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان، استفاده کنند. از آنجایی که جامعه بستر فعالیت اقتصادی و تجاری بوده و همه گروه‌های ذی‌نفع و صاحب‌نقش در فضای کسب و کار به عنوان عضوی از جامعه شناخته می‌شوند، عملکرد اجتماعی شرکت در ارزیابی شرکت و نحوه تخصیص منابع تاثیرگذارتر از گذشته است. اگر شرکتی عملکرد اجتماعی ضعیف داشته باشد، ذی‌نفعان ممکن است دسترسی شرکت به منابع را محدود کنند و بدین ترتیب مشروعیت اجتماعی شرکت تحت تأثیر قرار گیرد. شرکت باید منابعی به مسئولیت اجتماعی تخصیص دهد تا عملکرد اجتماعی قویتری داشته باشد و بتواند مشروعیت اجتماعی خود را حفظ نماید (شهسواری و سلمانی^۲، ۲۰۱۸). این پژوهش سعی دارد به منظور غنای ادبیات حوزه خودشیفتگی مدیران، تاثیر این ویژگی شخصیتی را بر عملکرد اجتماعی در بازار سرمایه ایران بررسی نماید. در ادامه، مبانی نظری و پیشینه پژوهش به همراه فرضیه‌ها ارائه می‌شود، در بخش بعدی، روش شناسی پژوهش و نحوه سنجش متغیرها بیان می‌شود و در نهایت، آزمون فرضیه‌ها به همراه نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهش ارائه می‌گردد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

خود شیفتگی مدیران و مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به مشارکت داوطلبانه شرکت برای توسعه پاینده فراسوی الزامات قانونی اشاره دارد و یک روش برای کاهش شکاف بین شرکت‌ها و انتظارات ذینفعان در قالب گزارشگری و افشاء اطلاعات اضافی با رویکرد پایداری به شمار می‌رود. شرکت‌ها، واکنش‌های مختلفی در جهت پاسخگویی به تقاضاهای جدید دارند؛ به گونه‌ای که برخی شرکت‌ها فرهنگ خود را تغییر داده و در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به عنوان هسته اصلی فعالیت‌های تجاری‌شان پذیرفته‌اند (مولینا^۳، ۲۰۱۴).

مبانی بر تئوری مشروعیت، سازمان‌ها تا زمانی می‌توانند به حیات خود ادامه دهند که جامعه آنها را مشروع بدانند؛ به عبارتی دیگر، قرارداد اجتماعی مابین شرکت‌ها و جامعه به عنوان مجموعه‌ای از افراد وجود دارد که به سازمان اختیار استفاده از منابع طبیعی و نیروی کار را ارائه می‌کند. سازمان‌ها از این منابع استفاده کرده و خدماتی را به جامعه عرضه می‌کنند. سازمان‌ها برای ادامه حیات و فعالیت خود باید جامعه را متقاعد سازند که منافع اجتماعی آنها بیشتر از هزینه‌های اجتماعی آنها برای جامعه می‌باشد (ماتیوس^۴، ۱۹۹۷). این تئوری به نظریه قراردادهای اجتماعی تاکید دارد و چون انتظارات عمومی تغییر کرده، براساس این تئوری، سازمانها باید به پیامدهای انسانی-

1. Kim et al.
2. Shahsavari & Salmani
3. Molina
4. Mathews

محیطی واجتماعی فعالیتشان توجه کنند و دیگر به طور سنتی، حداکثر کردن سود معیار مطلوب عملکرد شرکت در نظر گرفته نمی‌شود. مبتنی بر تئوری مشروعیت، تصمیم‌گیری‌های سازمان در ابعاد، اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی مد نظر قرار می‌گیرد و شرکت‌ها لازم است برای تحقق مفهوم توسعه پایدار به افشای اطلاعات در سه حوزه بپردازند.

طبق اظهارات فریمن^۱ (۱۹۸۴) نظریه ذی نفعان، تولید ارزش را به عنوان محرک اصلی هر شرکت شناسایی می‌کند؛ اما این مفهوم نیز مطرح است که این ارزش باید میان ذی نفعان تقسیم شود. ذی نفعان یک شرکت فقط شامل سهامداران و مدیران نیست؛ بلکه تمامی فعالان اجتماعی را که به نوعی از روند عملیاتی شرکت سود می‌برند، در بر می‌گیرد؛ بنابراین، با به کارگیری مسئولیت اجتماعی می‌توان این انتظار را برآورده ساخت و سود ذی نفعان را به حداکثر رساند. در نهایت می‌توان این گونه برداشت کرد که جنبه مثبت این ارتباط مربوط به نظریه ذی نفعان است. بر اساس این دیدگاه، فعالیتهای مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پاداش مدیران را افزایش می‌دهد (مولایی ظلّه و همکاران^۲، ۲۰۲۰).

خودشیفتگی یک ساختار شخصیتی است که دارای علائمی چون نفوذ خواسته‌های شخصی، پاسخ‌خواهی از دیگران و تعصب پردازش شناختی است (فاستر و همکاران، ۲۰۱۱) خودشیفتگی که به طور گسترده به عنوان یک اختلال شخصیت مورد مطالعه قرار گرفته است، در بین مدیران دارای نشانه‌هایی چون قدرت طلبی، خودنمایی، برتری جویی، غرور، استثمارطلبی، محق بودن و خودکفایی است (راسکین و تری^۳، ۱۹۸۸ و کمبل و کمبل^۴، ۲۰۰۹). در بیشتر حالات، مدیران خودشیفته در پی دستیابی به دستاوردهای بزرگ در شرکت هستند. آنان به سمت و سوی اجرای اقدامات جسورانه راهبردی عملیاتی و انجام کسب و کارهای مخاطره‌آمیز سوق پیدا می‌کنند؛ به طوری که این تصمیم‌ها منتهی به سود یا زیان فراوان در پایان سال مالی خواهد شد.

چاترجی و همبریک (۲۰۰۷)، اولسن، استکلبرگ^۵ (۲۰۱۶)، اولسن و همکاران (۲۰۱۴) و خواجوی و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند؛ خودشیفتگی در بین مدیران می‌تواند اثراتی را بر پیامدهای سازمانی از طریق تأثیر بر انتخاب مدیران در زمینه‌هایی چون استراتژی، ساختار و کارمندیابی داشته باشد. طبیعتاً خودشیفتگی در مقایسه با دیگر خصوصیات شخصی، مدیران را به انجام اقداماتی سوق می‌دهد که از عرف سرباز زده در پی توجه و ستایش دیگران برونند و این اقدامات در نهایت، عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

افراد خودشیفته در اهمیت خود اغراق می‌کنند و این مسئله باعث می‌شود تا آنان در مورد دستاوردها و توانمندی‌های خود غلو کنند. آن‌ها تمایل به انجام اقدام‌های بزرگ و نمایان کردن آن را دارند. همچنین، آن‌ها به گونه مداوم تقاضای تحسین شدن دارند؛ با توجه به حس محق بودن، آن‌ها به دیگران، با دیده حقارت می‌نگرند و تکبر را به نمایش می‌گذارند و استثمارگونه از دیگران برای رسیدن به اهداف خود استفاده می‌کنند (فرینو^۶، ۲۰۱۴). با توجه به اینکه خودشیفتگی یک متغیر شخصیتی مرتبط با میل به موفقیت نامحدود و قدرت است، بسیاری از مدیران

1. Freeman
2. Mollaei Zoleh
3. Raskin, & Terry.
4. Campbell & Campbell.
5. Olsen & Stekelberg.
6. Frino

خودشیفته به دنبال کسب موفقیت‌های مدیریتی اقدام به مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی در محیط داخلی و خارجی می‌کنند تا نیاز خود به قدرت و شهرت را ارضا کنند.

بیش اطمینانی مدیران و مسئولیت اجتماعی

اگر شخص باورها و اقدامات خود را با دلایل مربوطه تأیید کند و به صورت هدفمند و با استدلال عمل کند، وی منطقی قلمداد می‌شود. اگر انسان، احساسات شخصی و هنجارهای اخلاقی را در تصمیم‌های خود درگیر کند، منطقی بودن شخص مورد تردید قرار می‌گیرد و اصطلاحاً، شکل غیر منطقی به خود می‌گیرد. در نهایت، منطقی بودن، همان انتخاب بهینه است (رشید و همکاران، ۲۰۱۲). یکی از این رفتارهای غیر منطقی، اطمینان بیش از حد است. مدیران بیش اطمینان خود را از آنچه در واقعیت هستند، باهوش‌تر می‌پندارند و بر این باورند که اطلاعات بهتری در اختیار دارند^۱ برای مثال، هنگام تصمیم‌گیری به منظور سرمایه‌گذاری در شرکتی خاص، اغلب انتظار زیان را نادیده می‌گیرند و اگر شرکت عملکرد ضعیفی داشته باشد، احساس تعجب یا نارضایتی می‌کنند (پمپیان^۱، ۲۰۰۶). یکی از ریشه‌های وقوع بیش اطمینانی و اصلاح نشدن آن در نتیجه یادگیری، پدیده فرافکنی است. پس از تجربه شکست‌ها، فرد عامل آن را به دیگران نسبت می‌دهد تا کماکان با اعتماد به نفس راهش را ادامه دهد که همین موضوع به بیش اطمینانی دامن می‌زند (هیرشلیفر^۲، ۲۰۰۱). علت وجودی بیش اطمینانی آرامشی است که افراد از آن به دست می‌آورند. حتی پدیده فرافکنی نیز این است که فرد خود را تبرئه می‌کند تا از عذاب وجدان یا احساس ضرر به علل درونی خلاصی یابد. در عین حال، افراد موفقیت‌ها را به خود نسبت می‌دهند که این تمایل، بیش اطمینانی را افزایش می‌دهد. ضمناً افراد به دنبال اثبات خود به دیگران نیز هستند تا تحسین آن‌ها را نسبت به خود جلب کنند؛ بنابراین، گاهی در مورد موفقیت‌های قبلی خود در صحبت با دیگران اغراق می‌کنند و این خود از نظر درونی بر آنها اثر گذاشته موجب تشدید پدیده بیش اطمینانی می‌شود؛ به عبارت دیگر، در بیان اغراق آمیز موفقیت‌ها، خود فرد بیش از دیگران، تحت تاثیر سخنان خود قرار می‌گیرد (سعیدی و فرهانیان، ۱۳۹۰).

اعتماد به نفس بیش از حد می‌تواند منجر به افزایش ریسک‌پذیری شود؛ از این رو، مدیران منطقی نسبت به مدیران دارای اعتماد به نفس از حد که قدرت ریسک کمتری دارند، بیشتر در فعالیتهای مسئولیت اجتماعی شرکت که به عنوان سپری در برابر ریسک‌های بالقوه آینده شرکت‌شان عمل می‌نماید، درگیر خواهند شد (جروایس^۳ و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین از آنجا که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند به عنوان ابزار مصون‌سازی برای کاهش اثرات منفی زیان‌بار بر روی ارزش شرکت عمل نماید و به این دلیل که مدیران دارای اعتماد به نفس بیش از حد، شرایط و جو شرکت خود را بی‌خطرتر و امن‌تر از آن چیزی که واقعاً هست درک می‌نمایند، این امر ممکن است سبب شود مدیران دارای اعتماد به نفس بیش از حد، مصون‌سازی کمتری را برای فعالیت‌های شرکت خود انجام دهند و با دست‌کم گرفتن خطرات موجود بر سر راه شرکت‌ها توسط این مدیران، به طبع، اقدامات مصون‌سازی نظیر مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی کمتری را نسبت به مدیران منطقی تقبل خواهند کرد (اکبری و همکاران، ۱۳۹۵).

در ادامه به برخی پژوهش‌های تجربی داخلی و خارجی که در این حوزه صورت گرفته است اشاره می‌شود:

1. Pompian
2. Hirshleifer
3. Gervais

صالحی (۲۰۲۱) تأثیر سوگیری‌های رفتاری مدیران بر حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی بررسی نمود. نتایج نشان داد، بیش اطمینانی مدیران، منجر به کاهش انگیزه مشارکت در فعالیتهای اجتماعی و خودشیفتگی مدیران، منجر به افزایش میزان فعالیتهای اجتماعی می‌شود. همچنین نشان داد، مکانیزم‌های راهبری شرکت نقش مناسبی در تعدیل اثر بیش اطمینانی مدیران بر ایفای مسئولیت اجتماعی دارد.

آن و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیران بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکت دریافتند که مدیران خودشیفته برای شهرت طلبی و مورد تأیید قرار گرفتن توسط ذی‌نفعان، میزان مشارکت و افشای فعالیتهای اجتماعی را افزایش می‌دهند. همچنین یافته‌ها نشان داد، حضور مدیران مستقل در هیات مدیره، تأثیر مثبتی بر رابطه خودشیفتگی مدیر و مسئولیت اجتماعی دارد. مدیران خودشیفته برای کسب شهرت بیشتر در میان مدیران سایر شرکتها از ابزار مشارکت در فعالیتهای اجتماعی استفاده می‌کنند.

مروان^۲ و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی پرداختند و در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مدیران عامل خودشیفته احتمالاً تأکید بیشتری بر فعالیتهای اجتماعی بیرونی نسبت به فعالیتهای اجتماعی داخلی دارند. آنها متوجه شدند که یک رابطه مثبت کلی بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیتهای اجتماعی وجود دارد. علاوه بر این، نتایج نشان داد که بین خودشیفتگی مدیرعامل و فعالیتهای اجتماعی داخلی منفی است اما قابل توجه نیست.

چن و همکاران^۳ (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیران بر مسئولیت اجتماعی پرداختند. یافته‌ها نشان داد، خودشیفتگی با میزان مسئولیت اجتماعی خارجی رابطه مثبت و با مسئولیت اجتماعی داخلی رابطه منفی دارد. همچنین، یافته‌ها نشان داد که مالکیت خانوادگی رابطه منفی بین خودشیفتگی و مسئولیت اجتماعی داخلی را تضعیف می‌کند؛ اما قدرت مدیرعامل، منجر به قوت یافتن رابطه مثبت خودشیفتگی و مسئولیت اجتماعی خارجی و قوت یافتن رابطه منفی بین خودشیفتگی و مسئولیت اجتماعی داخلی می‌گردد.

ارناوان و دانیل^۴ (۲۰۱۹). تأثیر خودشیفتگی مدیران بر افشای مسئولیت اجتماعی را تحلیل نمودند. یافته‌ها نشان داد خودشیفتگی مدیران بر سطح افشای مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ لذا مدیران خودشیفته برای ارائه تصویر مثبتی از عملکرد و کسب شهرت بیشتر سعی می‌کنند عملکرد اجتماعی خود را بالاتر نشان دهند.

کیم و همکاران^۵ (۲۰۱۸) در پژوهشی، نقش تعدیل‌کننده خودشیفتگی مدیرعامل را بر ارتباط بین اجتناب از عدم اطمینان و مسئولیت اجتماعی شرکت مورد بررسی قرار دادند. آنها برای اندازه‌گیری خودشیفتگی مدیران از چهار شاخص استفاده کردند: الف) برجستگی عکس مدیرعامل در گزارش‌های سالانه، ب) شهرت مدیرعامل در مجلات، ج) حقوق و مزایای نقدی مدیرعامل که تقسیم بر حقوق و مزایای دومین مدیر اجرایی رده بالای شرکت می‌شود و د) حقوق و مزایای غیرنقدی مدیرعامل که بر حقوق و مزایای دومین مدیر اجرایی رده بالای شرکت تقسیم می‌شود.

-
1. Ahn et al.
 2. Marwan
 3. Chen et al.
 4. Ernawan & Daniel
 5. Kim et al.

یافته‌ها نشان می‌دهد شرکت‌هایی که در جوامع دارای اجتناب از عدم اطمینان بالا فعالیت می‌نمایند، مشارکت کمتری در مسئولیت اجتماعی داشته و خودشیفتگی مدیرعامل این رابطه را به‌طور مثبت تعدیل می‌کند.

مرانجوری و علی خانی (۱۳۹۹)، بررسی تأثیر نقش تعدیل‌کنندگی خود شیفتگی مدیران بر رابطه بین نبود اطمینان محیطی و افشای مسئولیت اجتماعی، نتایج این پژوهش بیانگر این مطلب است که بین نبود اطمینان محیطی و افشای مسئولیت اجتماعی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین خود شیفتگی مدیران بر رابطه نبود اطمینان محیطی و افشای مسئولیت اجتماعی اثر مثبتی دارد.

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

مشایخ و همکاران (۱۳۹۹)، به بررسی رابطه بین خود شیفتگی مدیران بر افشای اختیاری شرکتها پرداختند. پس از تجزیه و تحلیل های اماری، نتایج حاصل از فرضیه های پژوهش حاکی از آن است که خود شیفتگی مدیران بر افشای اختیاری اطلاعات شرکتها تأثیر منفی و معناداری دارد. در این پژوهش از دو شاخص نسبت پاداش مدیران بر کل حقوق و دستمزد پرداختنی و اندازه امضای مدیران برای سنجش خود شیفتگی مدیران استفاده شد.

خواجوی و همکاران (۱۳۹۷)؛ بررسی نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران، در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته می‌شوند. در بورس اوراق بهادار تهران، نتایج حاصل از فرضیه های پژوهش حاکی از آن است که رابطه ای مستقیم و معنادار بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی وجود دارد. همچنین، نتایج حاکی از وجود رابطه مستقیم و معنادار بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی است. افزون بر این، نقش تعدیلی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت دارد.

داداش آغچه کند و جهانگیرنیا (۱۳۹۷) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتها و بیش اعتمادی مدیران در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان‌دهنده آن است که بین بیش‌اعتمادی مدیران و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

نمازی و همکاران (۱۳۹۶)، با استفاده از دو معیار عکس مدیران و شاخص پاداش نقدی آن‌ها برای سنجش خودشیفتگی بیان کردند که خودشیفتگی با هر سه نوع استراتژی تدافعی، تحلیل‌گرایانه و تهاجمی رابطه معناداری دارد که این رابطه در مورد استراتژی‌های تدافعی و تحلیل‌گرایانه منفی و در مورد استراتژی تهاجمی مثبت و معنادار است؛ در نتیجه، با افزایش خودشیفتگی در بین مدیران، انتظار بر این است که تمایل آنان به انتخاب استراتژی‌های تهاجمی و جسورانه افزایش یابد.

فرضیه‌های پژوهش

در خصوص دستیابی به اهداف پژوهش و براساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش که پیش از این از نظر گذشت، فرضیه پژوهش حاضر به شرح زیر طراحی و تدوین شده است:

فرضیه اول: بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: بیش اطمینانی بر رابطه بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه سوم: بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی داخلی رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه چهارم: بیش اطمینانی بر رابطه بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی داخلی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه پنجم: بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی خارجی رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه ششم: بیش اطمینانی بر رابطه بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی خارجی تأثیر معناداری دارد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، پژوهشی کاربردی محسوب می‌شود و با توجه به این‌که از اطلاعات تاریخی در آزمون فرضیه‌ها (همبستگی ارتباط بین متغیرها) استفاده شده است، با در نظر گرفتن ماهیت و روشی که در این مطالعه استفاده می‌شود، نوعی تحقیق توصیفی- همبستگی از نوع علی (پس رویدادی) به شمار می‌رود. جامعه آماری این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۸-۱۳۹۲ است. علت انتخاب جامعه آماری امکان دسترسی به داده‌های موجود در صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار است. با توجه به تفاوت شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و موسسات مالی، بیمه و هلدینگ از نظر افشای اطلاعات از جامعه آماری پژوهش حذف شدند. نمونه پژوهش بر مبنای شرایط زیر مشخص شد: ۱. به منظور قابل مقایسه بودن اطلاعات، پایان سال مالی شرکت‌ها منتهی به ۲۹ اسفند باشد. ۲. در دوره زمانی ۱۳۹۸-۱۳۹۲ تغییر دوره مالی نداده باشند. ۳. سهام آن‌ها در بازار وقفه معاملاتی نداشته باشد. ۴. اطلاعات مربوط به متغیرهای انتخاب شده در این تحقیق در دسترس باشد. در نتیجه اعمال شرایط ۱۲۹ شرکت از جامعه آماری جهت انجام آزمون‌ها انتخاب شدند و تعداد مشاهدات ۹۰۳ سال-شرکت می‌باشد.

جدول ۱- نحوه انتخاب نمونه آماری

۵۴۱	جامعه آماری در سال ۱۳۹۸
(۱۱۷)	کسر می‌شود: شرکت‌های لغو پذیرش شده
(۵۹)	کسر می‌شود: شرکت‌های دارای توقف معاملاتی سهام
(۷۴)	کسر می‌شود: شرکت‌هایی که سال مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفند نیست
(۲۳)	کسر می‌شود: شرکت‌هایی که بعد از بازه زمانی پژوهش وارد بورس شده‌اند
(۳۷)	کسر می‌شود: عدم دسترسی به داده‌ها
(۱۰۲)	کسر می‌شود: شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و بیمه‌ها
۱۲۹	نمونه نهایی پژوهش

در این تحقیق مطابق با پژوهش مروان الشمری^(۲۰۲۰) و پژوهش خواجوی و همکاران^(۱۳۹۶) جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل‌های رگرسیونی به شرح زیر استفاده می‌شود. با توجه به اینکه در فرضیه‌های پژوهش متغیر وابسته مدل‌ها (عملکرد اجتماعی) متغیرهای کمی پیوسته بوده؛ لذا در برازش مدل‌ها از رویکرد رگرسیون چندمتغیره خطی

استفاده شده است. برای آزمون فرضیه اول و دوم پژوهش از مدل (۱) استفاده می‌شود. در این مدل متغیر وابسته، کل سطح افشای مسئولیت اجتماعی می‌باشد.

$$CSR - s_{it} = \beta_0 + \beta_1 manager\ nu_{it} + \beta_2 investment_{i,t} + \beta_3 manager\ nu_{i,t} * investment_{i,t} + \beta_4 CEO\ stock_{i,t} + \beta_5 CEO\ tenure_{i,t} + \beta_6 INST_{i,t} + \beta_7 Women_{i,t} + \beta_8 ROA_{i,t} + \beta_9 SIZE_{i,t} + \beta_{10} CASH_{i,t} + \beta_{11} age_{i,t} + \beta_{12} lev_{i,t} + \beta_{13} ceo\ power_{i,t} + \varepsilon$$

مدل (۱)

برای آزمون فرضیه سوم و چهارم پژوهش از مدل (۲) استفاده می‌شود. در این مدل متغیر وابسته، عملکرد اجتماعی داخلی می‌باشد.

$$internal - crs_{it} = \beta_0 + \beta_1 manager\ nu_{it} + \beta_2 investment_{i,t} + \beta_3 manager\ nu_{i,t} * investment_{i,t} + \beta_4 CEO\ stock_{i,t} + \beta_5 CEO\ tenure_{i,t} + \beta_6 INST_{i,t} + \beta_7 Women_{i,t} + \beta_8 ROA_{i,t} + \beta_9 SIZE_{i,t} + \beta_{10} CASH_{i,t} + \beta_{11} age_{i,t} + \beta_{12} lev_{i,t} + \beta_{13} ceo\ power_{i,t} + \varepsilon$$

مدل (۲)

برای آزمون فرضیه پنجم و ششم پژوهش از مدل (۳) استفاده می‌شود. در این مدل متغیر وابسته، عملکرد اجتماعی خارجی می‌باشد.

$$external - crs_{it} = \beta_0 + \beta_1 manager\ nu_{it} + \beta_2 investment_{i,t} + \beta_3 manager\ nu_{i,t} * investment_{i,t} + \beta_4 CEO\ stock_{i,t} + \beta_5 CEO\ tenure_{i,t} + \beta_6 INST_{i,t} + \beta_7 Women_{i,t} + \beta_8 ROA_{i,t} + \beta_9 SIZE_{i,t} + \beta_{10} CASH_{i,t} + \beta_{11} age_{i,t} + \beta_{12} lev_{i,t} + \beta_{13} ceo\ power_{i,t} + \varepsilon$$

مدل (۳)

متغیر وابسته پژوهش

مسئولیت اجتماعی (CSR) مبتنی بر پژوهش (صبوحی و محمدزاده، ۱۳۹۷) شامل چهار بُعد، میزان افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (EMPD)، میزان افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (COMD)، افشای اطلاعات مربوط به تولید (PROD)، افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست (ENVD) می‌باشد. در این تحقیق برای ارزیابی متغیر از تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است. تجزیه و تحلیل محتوا در مورد طبقه بندی از جملات در متن یادداشت‌های پیوست صورت‌های مالی دسته بندی می‌شوند.

ارزش کلی افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از جمع ارزش جزئی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به دست می‌آید و از رابطه‌ی زیر قابل محاسبه است:

$$CSR = EMPD + COMD + PROD + ENVD$$

اگر موارد افشا به صورت کمی و جزئیات آن به صورت اعداد، شرح مفصلی از فعالیت و در صورت امکان تصاویر، نمودارها، جداول ذکر شده باشد، نمره افشا ۳ اختصاص داده خواهد شد. در صورتی که اطلاعات به صورت غیر کمی و

توضیحات به صورت شرح بند باشد، نمره افشا ۲، و در صورتی که موارد افشاء به صورت کیفی و توضیحات به صورت جمله یا پاراگراف باشد، نمره افشا ۱ و در صورتی که موردی افشاء نشود، نمره افشا صفر خواهد بود.

جدول (۲). شاخص‌های اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی مدیران

نمره افشا	معیار سنجش متغیر	متغیر
EMPD=ΣA/6	(۱) سلامت محیط کارکنان؛ (۲) آموزش کارکنان؛ (۳) مزایای کارکنان؛ (۴) مشخصات کارکنان؛ (۵) مالکیت سهم کارکنان؛ (۶) ایمنی و بهداشت کارکنان ایزو ۱۸۰۰۰	افشای اطلاعات مربوط به روابط کارکنان (داخلی)
COMD=ΣB/4	(۱) هدایای نقدی؛ (۲) حامیان مالی برای فعالیت ورزشی؛ (۳) حامیان غرور ملی؛ (۴) پروژه‌های عمومی	افشای اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی (خارجی)
PROD=ΣC/4	(۱) ایمنی محصول؛ (۲) کیفیت محصول ایزو ۹۰۰۰؛ (۳) توسعه محصول؛ (۴) خدمات پس از فروش	افشای اطلاعات مربوط به تولید (داخلی)
ENVD=ΣD/4	(۱) کنترل آلودگی هوا؛ (۲) برنامه پیشگیری و جبران خسارت؛ (۳) حفاظت و استفاده از محصولات ناشی از بازیافت؛ (۴) جایزه در زمینه محیط زیست ایزو ۱۴۰۰	افشای اطلاعات مربوط به محیط زیست (خارجی)

متغیر مستقل

خود شیفتگی مدیران: این متغیر منطبق با تحقیقات (مروان^۱ و همکاران، ۲۰۲۰) با شاخص پاداش مدیران به شرح زیر اندازه‌گیری می‌شود. شاخص پاداش نقدی مدیران از تقسیم پاداش نقدی مصوب در جلسه مجمع عمومی بر کل حقوق و دستمزد پرداختی سال مالی شرکت می‌آید.

متغیر تعدیلگر پژوهش

بیش اطمینانی مدیران: اطمینان بیش از حد مدیریت براساس سرمایه‌گذاری‌های بیشتر از رشد فروش سنجیده می‌شود. در این روش، برای شناختن اطمینان بیش از حد مدیریت از میزان سرمایه‌گذاری بیش از حد انجام می‌گیرد استفاده می‌شود. روش شناسایی سرمایه‌گذاری بیش از حد به شرح زیر است (شراند و زچمن، ۲۰۱۲)

$$Investment_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Sale - Growth_{i,t-1} + \epsilon_{i,t}$$

که در آن:

- $Investment_{i,t}$: مخارج سرمایه‌ای (وجوه نقد پرداختی) جهت تحصیل یا ساخت دارایی‌های ثابت، نامشهود و سایر دارایی‌ها است.

- $Sale - Growth_{i,t-1}$: رشد فروش دوره گذشته شرکت نسبت به سال ماقبل آن.

اگر سرمایه‌گذاری‌های آتی بیشتر از رشد فروش شرکت باشد (مقدار باقی‌مانده‌های مدل فوق، مثبت باشد)، به این معنی است که سرمایه‌گذاری بیش از نیاز انجام می‌شود و اگر منفی باشد بیان‌کننده سرمایه‌گذاری کمتر از حد است. از این رو اگر مقدار باقی‌مانده هر شرکت، بزرگتر از میانه باقی‌مانده‌ها در آن سال باشد، بیان‌کننده وجود

1. Marwan et al.

2. Schrand, & Zechman

اطمینان بیش از حد در مدیریت است و به این متغیر مقدار یک اختصاص داده می‌شود و در غیر این صورت مقدار صفر اختصاص داده می‌شود.

متغیرهای کنترلی

بر مبنای تئوری مشروعیت، تصمیم‌گیری‌های درون سازمانی نظیر سطح افشای اطلاعات و توجه به رویکردهای بلندمدت نظیر فعالیت‌های نوآورانه متأثر از ویژگی‌های شرکت و راهبری شرکتی می‌باشد. شرکت‌های صنعتی بزرگ با ویژگی‌هایی مطلوب از نظر قابلیت سودآوری، اندازه شرکت و اهرم مالی، بیشتر مورد توجه عموم قرار گرفته و در نتیجه تقاضا برای ارائه اطلاعات و بهبود شفافیت و همچنین رفتارهای نوآورانه بیشتر می‌باشد. همچنین انتظار می‌رود در شرکت‌هایی که مکانیزم‌های راهبری شرکتی خوبی داشته و پراکندگی مالکیت بیشتر است، در برابر تقاضای ذینفعان افشای بیشتر اطلاعات را مورد توجه قرار داده و توجه بیشتری به کسب مزیت رقابتی داشته باشند. بر این اساس، برحسب پژوهش **آن و همکاران (۲۰۲۰)** و **مروان و همکاران (۲۰۲۰)** متغیرهای زیر برای کنترل روابط متغیرهای مستقل و وابسته انتخاب گردید:

- بازده دارایی (ROA): سود قبل از مالیات تقسیم بر کل دارایی
- اهرم مالی (LEV): نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها
- اندازه شرکت (SIZE): لگاریتم طبیعی ارزش بازار سهام شرکت
- نسبت نقدینگی (CASH): پول نقد و معادل‌های نقدی بر بدهی‌های جاری شرکت
- استقلال هیات مدیره (Independence): درصد مدیران غیرموظف در هیئت مدیره
- درصد مالکیت نهادی (Owner): درصد سهام در اختیار بانک‌ها، موسسات مالی، بیمه‌ها و موسسات سرمایه‌گذاری
- درصد مالکیت مدیران (ManagOwn): درصد سهام در اختیار مدیران شرکت
- دوره تصدی مدیرعامل (Tenure): تعداد سال‌های کسب سمت مدیرعامل در هیأت مدیره شرکت
- نسبت مشارکت زنان (Women): نسبت تعداد مدیران زن به کل مدیران شرکت
- قدرت مدیرعامل (CEOPower): اگر مدیرعامل همزمان رئیس هیأت مدیره باشد، عدد ۱ و در غیر این صورت صفر

یافته‌های پژوهش

برای اینکه تا حدودی اطلاعات نهفته در داده‌ها مختصر و محسوس شود و کلیاتی درباره ویژگی نمونه‌های مورد بررسی به دست آید، اقدام به تهیه و تنظیم آمار توصیفی می‌شود. این اطلاعات شامل: شاخص‌های مرکزی و پراکندگی از قبیل میانگین، میانه، انحراف معیار، حداقل و حداکثر، دامنه تغییرات می‌باشد. نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد مقدار میانگین برای متغیر اهرم مالی برابر با (۰/۵۷) می‌باشد؛ این بدان معناست که در شرکت‌های عضو نمونه، به طور میانگین ۵۷ درصد از کل دارایی‌ها از تامین مالی از طریق بدهی‌ها تشکیل یافته است. به‌طورکلی، پارامترهای پراکندگی، معیاری برای تعیین میزان پراکندگی از یکدیگر یا میزان پراکندگی آن‌ها نسبت به میانگین است. از مهم‌ترین پارامترهای پراکندگی، انحراف معیار است. مقدار این پارامتر برای دوره تصدی مدیرعامل برابر با ۱/۶۱۱ و برای نسبت مشارکت زنان برابر است با ۰/۰۵۱ می‌باشد که نشان می‌دهد این دو متغیر به ترتیب دارای بیشترین و کمترین انحراف معیار هستند. کمینه و بیشینه نیز کمترین و بیشترین را در هر متغیر نشان می‌دهد.

به‌عنوان مثال بزرگترین مقدار اهرم مالی ۱/۱۳۲ است. همانطور که در جدول ۱ قابل مشاهده است، جمع کل شرکت سال‌های مورد بررسی برابر با ۹۰۳ می‌باشد که از بین آنها تعداد ۳۳۴ شرکت سال یعنی ۳۷ درصد شرکت‌ها بیش اطمینانی داشته‌اند و تعداد ۵۶۹ شرکت سال یعنی ۶۳ درصد شرکت‌ها بیش اطمینانی نداشته‌اند. همچنین تعداد ۲۶۵ شرکت سال یعنی ۲۹/۳۵ درصد شرکت‌ها دوگانگی مدیرعامل داشته‌اند و تعداد ۶۳۸ شرکت سال یعنی ۷۰/۶۵ درصد شرکت‌ها دوگانگی مدیرعامل نداشته‌اند.

جدول (۳). آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
خودشیفتگی	Managernu	۹۰۳	۰/۰۶۳۶	۰/۰۹۳	۰	۰/۴۹۶
مسئولیت پذیری اجتماعی	CSR	۹۰۳	۰/۴۵۷	۰/۱۴۴	۰/۰۸۳	۰/۷۳
مسئولیت اجتماعی داخلی	InternalCSR	۹۰۳	۰/۶۱	۰/۱۴۹	۰/۱۶۶	۰/۸۳
مسئولیت اجتماعی خارجی	ExternalCSR	۹۰۳	۰/۳۰	۰/۱۶۳	۰	۰/۷
درصد سهام مدیران	ManagOwn	۹۰۳	۰/۵۴۹	۰/۳۰۸	۰	۰/۹۱
دوره تصدی مدیرعامل	Tenure	۹۰۳	۲/۳۵۶	۱/۶۱۱	۱	۷
استقلال هیئت مدیره	BIND	۹۰۳	۰/۶۴۳	۰/۱۷۹	۰/۲	۱
نسبت مشارکت زنان	Women	۹۰۳	۰/۰۱۴	۰/۰۵۱	۰	۰/۲
بازده دارایی‌ها	ROA	۹۰۳	۰/۱۲۱	۰/۱۳۸	- ۰/۲۸۹	۰/۵۴۷
اندازه شرکت	size	۹۰۳	۱۴/۵۲۸	۱/۴۷۴	۱۱/۱۲۶	۲۰/۲۰۲
نسبت نقدینگی	cash	۹۰۳	۰/۰۷	۰/۰۸۶	۰/۰۰۲	۰/۴۳۴
عمر شرکت	Age	۹۰۳	۳/۶۰۸	۰/۳۶۲	۲/۵۶۴	۴/۲۱۹
اهرم مالی	Lev	۹۰۳	۰/۵۷	۰/۲۱	۰/۰۶	۱/۱۳۲

متغیرهای کیفی پژوهش

نام	نماد	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
بیش اطمینانی	Investment	۰	۵۶۹	۶۳
دوگانگی مدیرعامل	CEOPower	۰	۶۳۸	۷۰/۶۵
		۱	۲۶۵	۲۹/۳۵

آزمون فرضیه اول و دوم پژوهش

برای بررسی تاثیر خودشیفتگی بر عملکرد اجتماعی با نقش بیش اطمینانی مدیران از مدل (۱) استفاده شد. یافته‌های برازش مدل برای سطح کلی عملکرد اجتماعی شرکت‌های پژوهش در جدول ۷، ارائه شده است. ضریب تعیین برابر با ۶۴ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته‌اند ۶۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد برابر با ۵۰/۸۳ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد می‌باشد از این رو می‌توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. آزمون هم خطی نشان می‌دهد عامل تورم واریانس در متغیرهای مدل وجود ندارد.

جدول (۴). تاثیر خودشیفتگی بر عملکرد اجتماعی با نقش بیش اطمینانی مدیران

$$CSR - s_{it} = \beta_0 + \beta_1 manager\ nu_{it} + \beta_2 investment_{it} + \beta_3 manager\ nu_{it} * investment_{it} + \beta_4 CEO\ stock_{it} + \beta_5 CEO\ tenure_{it} + \beta_6 INST_{it} + \beta_7 Women_{it} + \beta_8 ROA_{it} + \beta_9 SIZE_{it} + \beta_{10} CASH_{it} + \beta_{11} age_{it} + \beta_{12} lev_{it} + \beta_{13} ceo\ power_{it} + \varepsilon$$

متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره z	سطح معناداری	هم خطی
خودشیفتگی	Managernu	۰/۱۰۹	۰/۰۲۷۶	۳/۹۷	۰/۰۰۰	۱/۰۱
بیش اطمینانی	Investment	-۰/۴۸۷	۰/۰۲۴۱	-۲/۰۲	۰/۰۴۳	۱/۲۸
خودشیفتگی * بیش اطمینانی	Managernu * Investment	-۰/۱۲۴	۰/۰۴۶۳	-۲/۶۹	۰/۰۰۷	۱/۲۹
درصد سهام مدیران	ManagOwn	-۰/۰۲۳	۰/۰۱۶۶	-۱/۴۱	۰/۱۵۸	۱/۰۴
دوره تصدی مدیرعامل	Tenure	-۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۲۳	-۰/۱۹	۰/۸۵۲	۱/۰۹
استقلال هیئت مدیره	BIND	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۶۳	۰/۰۹	۰/۹۲۴	۱/۰۶
نسبت مشارکت زنان	Women	۰/۱۰۵۳	۰/۰۵۶۹	۱/۸۵	۰/۰۶۴	۱/۰۴
بازده دارایی‌ها	ROA	-۰/۰۴۷۴	۰/۰۳۹۱	-۱/۲۱	۰/۲۲۵	۲/۳۲
اندازه شرکت	size	۰/۰۰۷۲	۰/۰۰۳۶	۱/۹۶	۰/۰۵۰	۱/۳۵
نسبت نقدینگی	cash	-۰/۰۶۴۲	۰/۰۴۳۷	-۱/۴۷	۰/۱۴۲	۱/۲۶
عمر شرکت	Age	-۰/۰۱۲۱	۰/۰۲۱۲	-۰/۵۷	۰/۵۶۹	۱/۰۵
اهرم مالی	Lev	-۰/۰۲۳۲	۰/۰۲۵۰	-۰/۹۳	۰/۳۵۳	۱/۸
دوگانگی مدیرعامل	CEOPower	-۰/۰۱۷۷	۰/۰۰۶۵	-۲/۷۲	۰/۰۰۶	۱/۰۹
عرض از مبدا		۰/۳۸۹۴	۰/۱۰۸۷	۳/۵۸	۰/۰۰۰	---
سایر آماره‌های اطلاعاتی						
آماره والد	۵۰/۸۳					
سطح معنی داری والد	۰/۰۰۰۰					
ضریب تعیین	٪ ۶۴					

نتایج جدول (۴) نشان می‌دهد که متغیر خودشیفتگی مدیران دارای سطح معنی داری کمتر از ۵ درصد و ضریب آن عددی مثبت است؛ بنابراین بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی در سطح کلی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و فرضیه اول در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. همچنین متغیر تعدیگر پژوهش (خودشیفتگی * بیش اطمینانی) دارای سطح معنی داری کمتر از ۵ درصد و ضریب منفی است؛ بنابراین، بیش اطمینانی بر رابطه بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر منفی و معناداری دارد و فرضیه دوم در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. براین اساس، اعتماد به نفس کاذب مدیران، منجر به کاهش اثر مثبت ویژگی خودشیفتگی مدیر بر عملکرد اجتماعی می‌شود.

آزمون فرضیه سوم و چهارم

برای بررسی تاثیر خودشیفتگی بر عملکرد اجتماعی داخلی با نقش بیش اطمینانی مدیران از مدل (۲) استفاده شد. یافته‌های برازش مدل برای سطح کلی عملکرد اجتماعی شرکتهای پژوهش در جدول ۸، ارائه شده است. ضریب

تعیین برابر با ۴۷ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته‌اند ۴۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد برابر با ۴۰/۴۴ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد می‌باشد؛ از این رو، می‌توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. آزمون هم خطی نشان می‌دهد عامل تورم واریانس در متغیرهای مدل وجود ندارد.

جدول (۵). تأثیر خودشیفتگی بر عملکرد اجتماعی داخلی با نقش بیش اطمینانی مدیران

$$internal - crs_{it} = \beta_0 + \beta_1 manager\ nu_{it} + \beta_2 investment_{it} + \beta_3 manager\ nu_{it} * investment_{it} + \beta_4 CEO\ stock_{i,t} + \beta_5 CEO\ tenure_{i,t} + \beta_6 INST_{i,t} + \beta_7 Women_{i,t} + \beta_8 ROA_{i,t} + \beta_9 SIZE_{i,t} + \beta_{10} CASH_{i,t} + \beta_{11} age_{i,t} + \beta_{12} lev_{i,t} + \beta_{13} ceo\ power_{i,t} + \varepsilon$$

متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره z	سطح معناداری	هم خطی
خودشیفتگی	Managernu	۰/۰۰۳۳	۰/۰۰۰۹	۳/۳۴	۰/۰۰۱	۱/۰۱
بیش اطمینانی	Investment	-۰/۰۰۴۸	۰/۰۰۲۹	-۱/۶۶	۰/۰۹۶	۱/۲۸
خودشیفتگی * بیش اطمینانی	Managernu * Investment	-۰/۰۰۴۹۵	۰/۰۲۳۲	-۲/۱۴	۰/۰۳۳	۱/۲۹
درصد سهام مدیران	ManagOwn	-۰/۰۰۷۵	۰/۰۰۹	-۰/۸۴	۰/۳۹۹	۱/۰۴
دوره تصدی مدیرعامل	Tenure	۰/۰۰۱۷	۰/۰۰۱۲	۱/۴	۰/۱۶۲	۱/۰۹
استقلال هیئت مدیره	BIND	۱/۰۱۹۶	۰/۰۱۰۵	۱/۸۷	۰/۰۶۲	۱/۰۶
نسبت مشارکت زنان	Women	۰/۰۰۸۷	۰/۰۳۵	۰/۲۵	۰/۸۰۳	۱/۰۴
بازده دارایی‌ها	ROA	-۰/۰۰۸۴	۰/۰۱۸۲	-۰/۴۶	۰/۶۴۳	۲/۳۲
اندازه شرکت	size	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	-۰/۵	۰/۶۱۷	۱/۳۵
نسبت نقدینگی	cash	۰/۰۲۶۷	۰/۰۱۶	۱/۶۷	۱/۰۹۶	۱/۲۶
عمر شرکت	Age	۰/۰۲۰۳	۰/۰۰۹۷	۲/۰۹	۰/۰۳۶	۱/۰۵
اهرم مالی	Lev	۰/۰۲۶۸۹	۰/۰۱۱۵	۲/۳۳	۰/۰۲	۱/۸
دوگانگی مدیرعامل	CEOPower	-۰/۰۰۷۱	۰/۰۰۴۷	-۱/۵۲	۰/۱۲۸	۱/۰۹
عرض از مبدا		۰/۵۸۵۱	۰/۰۴۵۹	۱۵/۷۵	۰/۰۰۰	---
سایر آماره‌های اطلاعاتی						
آماره والد	۴۰/۴۴					
سطح معنی‌داری والد	۰/۰۰۰۱					
ضریب تعیین	٪۴۷					

نتایج جدول (۵) نشان می‌دهد که متغیر خودشیفتگی مدیران دارای سطح معنی‌داری کمتر از ۵ درصد و ضریب آن عددی مثبت است؛ بنابراین، خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی داخلی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و فرضیه سوم در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. متغیر تعدیگر مدل (خودشیفتگی * بیش اطمینانی) دارای سطح معنی‌داری کمتر از ۵ درصد و ضریب آن عددی منفی است؛ بنابراین، بیش اطمینانی بر رابطه بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی داخلی تأثیر معکوس و معناداری دارد و فرضیه چهارم در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. این نشان می‌دهد نگرش‌های خوشبینانه مدیران و اتکای بیش از حد به خود، اثر خودشیفتگی مدیران بر عملکرد اجتماعی مدیران در حوزه منابع انسانی و فرایندهای تولیدی را کاهش می‌دهد.

آزمون فرضیه پنجم و ششم

برای بررسی تاثیر خودشیفتگی بر عملکرد اجتماعی خارجی با نقش بیش اطمینانی مدیران از مدل (۳) استفاده شد. یافته‌های برازش مدل برای سطح کلی عملکرد اجتماعی شرکتهای پژوهش در جدول ۹، ارائه شده است. ضریب تعیین برابر با ۵۵ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و کنترلی موجود در مدل توانسته‌اند ۵۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. آماره والد برابر با ۱۲۵/۱۷ و سطح معناداری آن کمتر از ۵ درصد می‌باشد؛ از این رو، می‌توان گفت که مدل برازش شده از اعتبار کافی برخوردار است. آزمون هم خطی نشان می‌دهد عامل تورم واریانس در متغیرهای مدل وجود ندارد.

جدول (۶). تاثیر خودشیفتگی بر عملکرد اجتماعی داخلی با نقش بیش اطمینانی مدیران

$external - crs_{it} = \beta_0 + \beta_1 manager\ nu_{it} + \beta_2 investment_{it} + \beta_3 manager\ nu_{it} * investment_{it} + \beta_4 CEO\ stock_{it} + \beta_5 CEO\ tenure_{it} + \beta_6 INST_{it} + \beta_7 Women_{it} + \beta_8 ROA_{it} + \beta_9 SIZE_{it} + \beta_{10} CASH_{it} + \beta_{11} age_{it} + \beta_{12} lev_{it} + \beta_{13} ceo\ power_{it} + \varepsilon$						
متغیر	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره z	سطح معناداری	هم خطی
خودشیفتگی	Managernu	۰/۰۰۳۸	۰/۰۰۰۷	۵/۳۸	۰/۰۰۰	۱/۰۱
بیش اطمینانی	Investment	-۰/۰۲۷۲	۰/۰۰۷۴	-۳/۶۳	۰/۰۰۰	۱/۲۸
خودشیفتگی * بیش اطمینانی	Managernu * Investment	-۰/۱۰۵۰	-۰/۰۲۳۳	-۴/۵۰	۰/۰۰۰	۱/۲۹
درصد سهام مدیران	ManagOwn	-۰/۰۴۶۲	۰/۰۱۷۵	-۲/۶۴	۰/۰۰۸	۱/۰۴
دوره تصدی مدیرعامل	Tenure	-۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۳۲	-۰/۰۲	۰/۹۸۶	۱/۰۹
استقلال هیئت مدیره	BIND	۰/۰۲۵۱	۰/۰۲۲۳	۱/۱۳	۰/۲۶۰	۱/۰۶
نسبت مشارکت زنان	Women	۰/۰۴۸۱	۰/۰۸۶۱	۰/۵۶	۰/۵۷۷	۱/۰۴
بازده دارایی‌ها	ROA	۰/۰۱۲۱	۰/۰۳۹	۰/۳۱	۰/۷۵۵	۲/۳۲
اندازه شرکت	size	۰/۰۱۱۲	۰/۰۰۳۷	۳/۰۳	۰/۰۰۲	۱/۳۵
نسبت نقدینگی	cash	-۰/۰۴۹	۰/۰۵۰۷	-۰/۹۷	۰/۳۳۴	۱/۲۶
عمر شرکت	Age	۰/۰۱۵	۰/۰۲۳	۰/۶۵	۰/۵۱۵	۱/۰۵
اهرم مالی	Lev	۰/۰۲۳۵	۰/۰۲۴۲	۰/۹۷	۰/۳۳۲	۱/۸
دوگانگی مدیرعامل	CEOPower	-۰/۰۲۱۷	۰/۰۰۷۵	-۲/۸۹	۰/۰۰۴	۱/۰۹
عرض از مبدا		۰/۸۲۶	۰/۰۹۲۵	۰/۸۹	۰/۳۷۲	---
سایر آماره‌های اطلاعاتی						
آماره والد	۱۲۵/۱۷					
سطح معنی‌داری والد	۰/۰۰۰۰					
ضریب تعیین	٪۵۵					

نتایج جدول (۶)، نشان می‌دهد که متغیر خودشیفتگی مدیران دارای سطح معنی‌داری کمتر از ۵ درصد و ضریب آن عددی مثبت است؛ بنابراین بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی خارجی، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و فرضیه پنجم در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. متغیر تعدیلگر

پژوهش (خودشیفتگی * بیش اطمینانی) دارای سطح معنی داری کمتر از ۵ درصد و ضریب منفی است؛ بنابراین، بیش اطمینانی بر رابطه بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی خارجی تأثیر معکوس و معناداری دارد و فرضیه ششم در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد پذیرش قرار می‌گیرد. براین اساس، نگرش‌های خوشبینانه مدیران و اتکای بیش‌ازحد به خود، اثر خودشیفتگی مدیران بر عملکرد اجتماعی مدیران در حوزه محیط زیست و مشارکت‌های اجتماعی را کاهش می‌دهد.

بحث و نتیجه گیری

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، رویه‌های روشن و شفاف کسب و کار است؛ یعنی روش‌هایی که مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی و احترام به کارکنان، جامعه و محیط زیست است. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به این منظور برنامه‌ریزی می‌شود که برای جامعه به طور کلی و برای سهام‌داران حامل ارزش پایدار باشد. امروزه وظایفی چون برنامه‌ریزی سازماندهی و کنترل، تنها وظایف مدیران نیست؛ بلکه پاسخگویی به نیازهای جامعه و خاص شهروندان و مشتریان داخلی و خارجی سازمان‌های آن‌ها از زمره‌ی وظایف با اهمیت آنان محسوب می‌شود. در این پژوهش، تأثیر ویژگی شخصیتی خودشیفتگی بر میزان افشای عملکرد اجتماعی مورد قرار گرفت.

یافته‌ها نشان داد، بین خودشیفتگی مدیران با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. براین اساس، در شرکت‌هایی که خودشیفتگی مدیران بیشتر باشد؛ مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی هم بیشتر است. چون مدیران خودشیفته به دنبال جلب توجه و خودنمایی هستند؛ آنان نیاز شدیدی به تصدیق دیگران از برتری خود دارند و اگر چه خودشان خود را تحسین می‌کنند، مشتاق تحسین دیگران به اشکال گوناگون از جمله تصدیق، کف زدن و ستایش هستند. مدیرانی با خودشیفتگی بالا، ممکن است در جهت خودنمایی و جلب توجه اقداماتی مانند مشارکت در فعالیتهای اجتماعی انجام دهند. همچنین با توجه به نتایج به دست آمده، مشخص شد که بین خودشیفتگی مدیران با عملکرد اجتماعی شرکت‌ها در ابعاد داخلی و خارجی، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. مدیران خودشیفته در پی کسب موفقیت‌های بزرگ در شرکت می‌باشند؛ لذا آنان به طرف اجرای فعالیتهای اجتماعی در حوزه کارکنان، فرایندهای تولید، محیط زیست و مشارکت‌های اجتماعی با اهداف شهرت طلبی و ابراز توانایی‌های خود، به سهام‌داران و سایر ذینفعان روی می‌آورند. از این رو، ویژگی شخصیتی خودشیفتگی مدیران بر عملکرد اجتماعی داخلی و خارجی تأثیر مثبتی داشته است. نتایج این فرضیه موافق یا یافته‌های آن و همکاران (۲۰۲۱)؛ مروان و همکاران (۲۰۲۰)؛ مرانجوری و علی‌خانی (۱۳۹۹) و خواجه‌ی و همکاران (۱۳۹۸) می‌باشد. با توجه به نتایج بدست آمده از پژوهش مبنی بر رابطه مثبت بین خود شیفتگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به تحلیلگران و فعالان بورس اوراق بهادار پیشنهاد می‌شود که در بررسی میزان افشای اطلاعات شرکتها دقت کنند؛ زیرا افزایش سطح افشای عملکرد اجتماعی مدیر می‌تواند ناشی از شهرت طلبی و احساس برتر بینی باشد و این عملکرد و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی بلند مدت نمی‌باشد. همچنین با توجه به اینکه مدیران خودشیفته در جهت کسب منافع مادی و معنوی (مانند افزایش پاداش و ارتقای سطح شهرت در جامعه) هزینه‌هایی را در راستای نمایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود بر شرکت تحمیل می‌نمایند؛ لذا به حساب‌رسان شرکت‌های بورسی توصیه می‌شود با بررسی سطح پاداش مدیران شرکت، احتمال وجود خودشیفتگی در مدیران و رفتارهای منفعت طلبانه را مدنظر قرار دهند.

از سوی دیگر احتمال می‌رود مدیران خودشیفته، اطمینان بیش از حد به نگرش‌ها و توانمندی‌های‌شان داشته باشند. اطمینان بیش از حد به عملکرد خود منجر به خودداری از مشارکت در فعالیتهای اجتماعی می‌شود. در بررسی اثر تعدیلگری بیش اطمینانی مدیران، یافته‌های پژوهش نیز نشان داد که نگرش‌های خوشبینانه مدیران و اتکای بیش از حد به خود، اثر ویژگی خودشیفتگی مدیران بر عملکرد اجتماعی مدیران در حوزه‌های داخلی و خارجی را کاهش می‌دهد؛ زیرا مدیرانی بیش اعتماد با تکیه کردن بیش از حد به عملکرد خود و نادیده گرفتن تاثیر ایجاد امکانات رفاهی بر همکاری و مشارکت و ایجاد انگیزه در کارکنان برای بهبود عملکرد شرکت و نیز، نادیده گرفتن مشروعیت جامعه برای بهبود فعالیت شرکت، میزان مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی را کاهش می‌دهند.

با توجه به نتایج پژوهش مبنی بر تاثیر منفی بیش اعتمادی بر رابطه بین خود شیفتگی و مسئولیت‌پذیری، سازمان‌های قانونگذار (چون سازمان بورس و اوراق بهادار و سازمان حسابرسی) برای پیشگیری از مخاطرات ناشی از بیش اعتمادی مدیران و کمک به رعایت مسئولیت‌های اجتماعی، تدابیری اتخاذ نماید که شرکت‌ها موظف به رعایت موازین اجتماعی و افشای آن باشند و مشارکت‌های اجتماعی توسط شرکت‌ها جدی‌تر پیگیری شود. همچنین پیشنهاد می‌شود که ارتقای فرهنگ سازمانی و روحیه انتقادپذیری توسط هیئت مدیره شرکتها مورد توجه قرار گیرد تا تاثیر سوبیه‌های رفتاری مدیران بر رویکردهای تصمیم‌گیری کاهش یابد.

به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود، به بررسی رابطه سایر رفتارهای سوگیرانه مدیران نظیر کوتاه بینی بر مسئولیت اجتماعی شرکت بپردازند و همچنین محتوای اطلاعاتی افشای مسئولیت اجتماعی از منظر سرمایه گذاران در کوتاه مدت و بلند مدت را تحلیل کنند.

References

- Aflatooni, A. (2016). The Effect of Earnings Management on the Performance of Accounting Earnings-Based on Valuation Models. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 13(50), 185-203. (In Persian).
- Ahmed, A. S., & Duellman, S. (2013). Managerial Overconfidence and Accounting Conservatism. *Journal of Accounting Research*. 51(1), 1-30.
- Akbari, M., Ghasemi Shams, M., Hooshmand, F. (2016). Investigating the Impact of Managers' Overconfidence on Social Responsibility (Case Study of Tehran Stock Exchange Listed Companies). *Transformation Management Journal*, 8(15), 107-130 (In Persian).
- Ahn, J. S., Assaf, A. G., Josiassen, A., Baker, M. A., Lee, S., Kock, F., & Tsionas, M. G. (2020). Narcissistic CEOs and Corporate Social Responsibility: Does the Role of an Outside Board of Directors Matter? *International Journal of Hospitality Management*, 85, [102350].
- Bani-Mahd, Bahman, Mehdi Arabi and Shiva Hassanpour, (2016), *Experimental research and methodology in accounting*, Tehran, Termeh Publications. (In Persian).
- Barth, M. E., Konchitchki, Y., & Landsman, W. R. (2013). Cost of capital and earnings transparency. *Journal of accounting and Economics*, 55(2-3), 206-224.
- Campbell, W.K. and 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), 214-232.
- Chatterjee, A. and D.C. Hambrick. (2007). It's All about Me: Narcissistic Chief Executive Officers and Their Effects on Company Strategy and Performance, *Administrative Science Quarterly*, 52, 351-386.
- Chen, J., Zhang, Z. & Jia, M. (2021). How CEO narcissism affects corporate social responsibility choice?. *Asia Pacific Journal of Management*, 38(3), 897-924
- Dadash Aghcheh Kand, Samira and Jahangirnia, Hossein. (2019). Overconfidence of Managers and Social Responsibility, 2nd International Conference on New Developments in Management, Economics and Accounting, Tehran. (In Persian).

- Ernawan, K. and Daniel, D.R. (2019). The Influence of CEO Narcissism on Corporate Social Responsibility Disclosure. *Journal Akuntansi*, 23(2), 253-268.
- Foster, J. D.; Reidy, D. E.; Misra, T. A. and J. S. Goff. (2011). Narcissism and Stock Market Investing: Correlates and Consequences of Cocksure Investing. *Personality and Individual Differences*, 50(6), 816-821.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing Inc. Cambridge University Press. pp. 276.
- Frino, A.; Lim, M. Y.; Mollica, V.; and R. Palumbo. (2015). CEO Narcissism and Earnings Management. *working paper*: <https://papers.ssrn.com>
- Gholipor, A., Khanifar, H., Fakheri Koozeh kanan, S. (2009). Effects of manager's narcissism on organizational disturbance. *Organizational Culture Management*, 6(18), 79-93 (In Persian).
- Gervais, S.; Heaton, J., & Odean, T. (2011). Overconfidence, compensation contracts and capital budgeting. *The Journal of Finance*, 66(5), 1735-1777.
- Ghafourian Shagardi A., Jahanshahi R., Ghafourian Shagardi M. s. Nagavi M. J. (1398). Investigating the effect of company growth opportunity on the relationship between CEO mistrust and abnormal returns in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 3(20), 1-14 (In Persian).
- Ham, C., Lang, M., Seybert, N., & Wang, S. (2017). CFO narcissism and financial reporting quality. *Journal of Accounting Research*, 55(5), 1089-1135.
- Heaton, J. (2002), "Managerial Optimism and Corporate Finance", *Financial Management*, 31(2), 33-45.
- Hirshleifer, D. (2001) "Investor Psychology and Asset Pricing". *Journal of Finance*, 56(4), 1533-1597.
- Hsieh, Tien-Shih and Bedard, Jean C. and Zehms, Karla M., (2014). CEO Overconfidence and Earnings Management. *Journal of Business Finance and Accounting*, Forthcoming, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2495957>
- Khajavi, S., Dehghani Sa'di, A., Gerami Shirazi, F. (2017). CEO narcissism impacts on earnings management and financial performance. *Journal of Accounting Advances*, 8(2), 123-149 (In Persian).
- Kim, Bora., Lee, Seok., Kyung, Ho Kang. (2018). The moderating role of CEO narcissism on the relationship between uncertainty avoidance and CSR. *Tourism Management*. (67), 203-213
- Kim, Y. Haidan, L. Siqui, L. (2014). Corporate social responsibility and stock price crash risk. *Journal of Banking & Finance*, 43, 1-13
- Khajavi, S., Dehghani Saadi, A., Roosta, M. (2018). Investigation the Moderating Role of CEO Narcissism on Explaining the Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance of Listed Companies of Tehran Stock Exchange. *Accounting and Auditing Research*, 10(39), 57-74 (In Persian).
- Jafari, B., Alikhani, M., Marjori, M., & Pourali, M. R. (2022). 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 (In Persian).
- Marwan Al-Shammari, Abdul Rasheed, Hussam A. Al-Shammari (2020). CEO narcissism and corporate social responsibility: does CEO narcissism affect CSR focus? *Journal of business research*, 104, 160-117
- Mathews, M.R. (1997), Twenty-five years of social and environmental accounting research: Is there a silver jubilee to celebrate?, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 10 (4), 481-531
- Mollaei Zoleh, Ali, Noorullahzadeh, Nowruz, Jafari, Seyedeh Mahboubeh, Darabi, Roya. (2020). Investigating the relationship between corporate social responsibility and managers' rewards with bold tax reporting. *Financial Economics*, 14 (52), 101-128 (In Persian).
- Molina, M. (2010) "The Corporate Role in a Changing Society: A Model of Sensemaking and of Firm Characterization", *PHD Thesis, Business School, Universitat Ramon Llull*
- Mashayekh, S., Habibzade, M., Hasanzadeh Kuchou, M. (2021). The effect of manager's narcissism on voluntary disclosure of company information. *Accounting and Auditing Review*, 27(4), 617-649 (In Persian).

- Mansourzare, M., Banimahd, B., Vakilifard, H., Rahnamaye roodposhti, F. (2020). Narcissism and Tendency to Earnings Management. *Empirical Research in Accounting*, 10(4), 1-24 (In Persian).
- Namazi, M., Dehghani Saad, A., Ghoohestani, S. (2017). CEO Narcissism and Business Strategy. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 6(22), 37-52 (In Persian).
- 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.
- Pompian, M. M. (2011). *Behavioral finance and wealth management: how to build investment strategies that account for investor biases*. John Wiley & Sons.
- Rashid, W. E., Nordin, M. S., Omar, A., & Ismail, I. (2012). Work/family conflict: The link between self-esteem and satisfaction outcomes. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 65(3), 564-569.
- rashidi baqhi, M. (2019). The role of audit quality and the quality of accounting information in changing the information asymmetry pricing. *Financial Accounting Knowledge*, 6(3), 167-187. (In Persian).
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890-902.
- Shahsavari, M., Salmani, R. (2018). Evaluate the Economic Consequences of the Social Responsibility of Firms (With Emphasis on Investment Efficiency). *Journal of Investment Knowledge*, 7(27), 225-240 (In Persian).
- Salhi, Bassem. (2021). The Relationship between CEO Psychological Biases, Corporate Governance and Corporate Social Responsibility. *Journal of Risk and Financial Management* 14, 317.
- Saboochi, N., & Mohamadzadeh, A. (2018). Investigating the relationship between social performance, ownership structure and corporate governance. *Financial Accounting Knowledge*, 5(1), 127-151 (In Persian).
- Schrand, C. M., & Zechman, S. L. (2012). Executive overconfidence and the slippery slope to financial misreporting. *Journal of accounting and Economics*, 53(1-2), 311-329.
- Saeedi, Ali; Farhanian, Seyed Mohammad Javad (2011). *Fundamentals of Behavioral Economics and Finance*, second edition. Tehran. Burs Publications (In Persian).
- Taheri Abed, Reza, Ali Nejad Saro Kalaei, Mehdi, Faghani Makrani, Khosrow. (2020). The effect of CEO narcissism on financial reporting transparency. *Financial Accounting and Auditing Research*, 12 (48), 71-94 (In Persian).
- Wesner, B. S. (2007). Responding to the workplace Narcissist. Accepted by the Faculty of Indiana University, in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts. 1-59.