

Managers' Narcissism and Research and Development Expense

Sobhan Abdolrezaei

Department of Accounting, Broujerd Branch, Islamic Azad University, Broujerd, Iran

Mohammad Hassan Janani (corresponding author)

Department of Accounting, Broujerd Branch, Islamic Azad University, Broujerd, Iran

Mhjananie@gmail.com

Mahmoud Hematfar

Department of Accounting, Broujerd Branch, Islamic Azad University, Broujerd, Iran

Abstract:

Narcissism, which is considered as a personality structure, can affect managers' judgments and decisions regarding the possibility of various outcomes. Narcissism among managers plays a vital role in carrying out activities related to corporate social responsibility and research and development costs. Based on this, the aim of the current research is to relate managers' narcissism with research and development costs based on the moderating role of corporate social responsibility performance. In this research, two measures of managers' cash rewards and the size of managers' signatures have been used to measure managers' narcissism. In terms of purpose, the research is applied and correlational. In this regard, 132 companies were selected as sample member companies that were active in the Tehran Stock Exchange during 2019-2020. The research data was collected from the real financial statements of the companies through the Kodal website and compiled using Excel software. The hypothesis testing method is multivariate regression using Image J and Eviuse 12 software. The findings showed that managers' cash bonus and the size of managers' signatures have no significant relationship with research and development costs. The company's social responsibility performance has a positive and significant relationship with research and development costs. The performance of social responsibility of the company does not have a moderating role on the relationship between managers' cash rewards and the size of managers' signatures with research and development costs. The results of this research add to the development of the literature related to managers' narcissism and research and development costs. This research shows evidence that narcissism is not an influential characteristic for research and development costs, because the desire to be praised by shareholders makes managers pay less attention to research and development.

Keywords: managers' narcissism, corporate social responsibility performance, investment in research and development.

تاریخ دریافت مقاله:

۱۴۰۱/۰۷/۰۶

تاریخ پذیرش مقاله:

۱۴۰۱/۰۸/۳۰

خودشیفتگی مدیران و هزینه‌های تحقیق و توسعه

سبحان عبدالرضائی

گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.

محمد حسن جنائی (نویسنده مسئول)

گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

Mhjananie@gmail.com

محمود همت فر

گروه حسابداری، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.

چکیده:

خودشیفتگی که به‌عنوان یک ساختار شخصیتی مطرح است، می‌تواند قضاوت‌ها و تصمیم‌های مدیران از احتمال نتایج گوناگون را تحت تأثیر قرار دهد. خودشیفتگی در بین مدیران نقشی حیاتی در انجام فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت-پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه‌های تحقیق و توسعه دارد. بر این اساس هدف پژوهش حاضر ارتباط خودشیفتگی مدیران با هزینه‌های تحقیق و توسعه بر اساس نقش تعدیل‌کنندگی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت است. در این پژوهش از دو معیار پاداش نقدی مدیران و اندازه امضای مدیران برای سنجش خودشیفتگی مدیران استفاده شده است. پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نوع همبستگی است. در این راستا ۱۳۲ شرکت به‌عنوان شرکت‌های عضو نمونه انتخاب گردید که در طی سال‌های ۱۳۹۹-۱۳۸۹ در بورس اوراق بهادار تهران فعالیت داشته‌اند. داده‌های پژوهش از صورت‌های مالی واقعی شرکت‌ها از طریق سایت کدال جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار اکسل گردآوری شد. روش آزمون فرضیه‌ها رگرسیون چندمتغیره با استفاده از نرم‌افزارهای **Image J** و ایویوز ۱۲ می‌باشد. یافته‌ها نشان داد که پاداش نقدی مدیران و اندازه امضای مدیران با هزینه‌های تحقیق و توسعه ارتباط معناداری ندارد. عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت با هزینه‌های تحقیق و توسعه ارتباط مثبت و معناداری دارد. عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت نقش تعدیل‌کننده‌ای بر ارتباط پاداش نقدی مدیران و همچنین اندازه امضای مدیران با هزینه‌های تحقیق و توسعه ندارد. نتایج این پژوهش بر توسعه ادبیات مربوط خودشیفتگی مدیران و هزینه‌های تحقیق و توسعه می‌افزاید. این پژوهش شواهدی را نشان می‌دهد که برای هزینه‌های تحقیق و توسعه خودشیفتگی یک ویژگی تأثیرگذار نمی‌باشد، زیرا میل به تمجید و تحسین توسط سهام‌داران باعث می‌شود که مدیران کمتر به تحقیق و توسعه توجه کنند.

کلمات کلیدی: خودشیفتگی مدیران، عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت، هزینه‌های تحقیق و توسعه.

۱. مقدمه

خودشیفتگی^۱ به شخصیتی اشاره دارد که با عزت نفس بالا، نیاز به توجه، حس برتری شخصیتی، همدلی اجتماعی پایین و تمایل بیشتری برای استفاده از مهارت دیگران دارد (آجنورتی^۲ و همکاران، ۲۰۲۱). خودشیفتگی ساختار شخصیتی است که حجم عظیمی از مطالعات تجربی از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی، شخصیت و بالینی را به خود اختصاص داده است. مفهوم خودشیفتگی اشاره به نیاز افراد برای شهرت، تحسین و بزرگ جلوه‌دادن خود در نظر دیگران دارد. به نظر می‌رسد بسیاری از افراد حرفه‌ای به‌ویژه کسانی که در پست‌های مدیریتی مشغول فعالیت هستند، رفتارهای ناشی از خودشیفتگی را از خود بروز می‌دهند، اما پژوهش‌های علمی ناکافی در مورد شیوع چنین رفتاری در میان مدیران وجود ندارد و ممکن است با مشکلاتی همراه باشد (سلیمانی‌امیری و همکاران، ۱۴۰۱). تصمیم‌های پیچیده استراتژیک شرکت‌ها عمدتاً نتیجه عوامل رفتاری مدیران است (آرنا^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). خودشیفتگی مدیر که پدیده‌ای جذاب است، بر گزینه‌های راهبردی شرکت تأثیر می‌گذارد و چندین مطالعه اثرات آن را بر تصمیم‌های شرکت‌ها و نتایج سازمانی بررسی کرده‌اند. شرکت‌هایی که توسط مدیران خودشیفته هدایت می‌شوند به دستاوردهای گسترده، تحقیق و توسعه، نوآوری شرکت و عملکرد پایداری دست نمی‌یابند (چو^۴ و همکاران، ۲۰۱۹). رابطه بین شخصیت روان‌شناسی مدیران و تحقیق و توسعه ناشناخته مانده است (کاپالو^۵ و همکاران، ۲۰۱۷). این مسئله نشان می‌دهد که پژوهش‌ها در سطوح بالا باید متغیرهای درگیر را شناسایی کند تا جهت این رابطه بهتر توضیح داده شود. پژوهش‌های قبلی در مورد تأثیرهای خودشیفتگی مدیر بر نتایج در سطح شرکت در سطوح مختلف با چالش‌هایی روبه‌رو بود. این پژوهش‌ها بیشتر بر یافتن شواهد تجربی از رابطه مستقیم متمرکز می‌شوند، بنابراین نمی‌توانند مکانیسم‌های قابل قبولی بین خودشیفتگی مدیر و نتایج سازمانی را نظریه‌پردازی نمایند. بدون

¹ Narcissism

² Agnihotri

³ Arena

⁴ Cho

⁵ Capalbo

شک، اعلام مسئولیت اجتماعی شرکت و سایر فعالیت‌های رشته حسابداری همچنان از رفتارهای اخلاقی مبهم رنج می‌برند. مدیران عامل خودشیفته تمایل دارند که در تیم‌های مدیریت ارشد خود خودشیفتگی بیشتری داشته باشند تیم مدیریت ارشدی که با خودشیفتگی مشخص شود می‌تواند از جنبه‌های مثبت خودشیفتگی بهره ببرند و درعین حال از دام‌های آن اجتناب کنند به‌ویژه زمانی که سرعت تصمیم‌گیری استراتژیک کندتر است و یکپارچگی رفتاری بالاتر است (باچراچ^۶ و همکاران، ۲۰۲۲). محققان بیان می‌کنند که مدیران عامل باید کارآمدترین راهبردهای حل کار را با تمرکز بر ویژگی‌های بالقوه، اعتماد بین‌فردی و درون‌فردی خود برای تشویق توسعه مطالعات جدید، ایده‌های جدید و تحقیق و توسعه انتخاب کنند که بر عملکرد کار تأثیر می‌گذارد (وود^۷، ۲۰۰۱). محققان به وجود رابطه مثبت و معنادار بین رضایت و اعتماد با سرپرست از یک سو و رفتار نوآورانه از سوی دیگر معتقدند (تان و تان^۸، ۲۰۰۰). از این‌رو، رفتارهای اخلاقی مدیران عامل مرتبط با هزینه‌های تحقیق و توسعه، رفتاری بود که بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر می‌گذارد (یو^۹ و همکاران، ۲۰۰۶). مدیران عامل در حال اجرای سیاست‌های هزینه‌های ناکارآمد هستند که منجر به خریدهای باکیفیت پایین‌تر و افزایش ریسک می‌شود. با این حال، آن‌ها همچنین بیشتر روی نوآوری هزینه‌های می‌کنند و به موفقیت بیشتری در نوآوری دست می‌یابند (بانرجی و هیتوشی^{۱۰}، ۲۰۱۸). در واقع، مدیران عامل باید برای بهبود عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت در تلاش برای ایجاد شهرت خوب نزد سهام‌داران و همچنین سرمایه‌گذاران، عملکرد خوبی داشته باشند. مدیران همیشه سعی می‌کنند نیازهای ذینفعان مختلف را برآورده کنند زیرا این تقاضا باعث می‌شود شرکت‌ها به نوآوری مشغول شوند. تقاضا اجازه می‌دهد تا نقش انگیزشی گروه سهام‌داران، تأمین‌کنندگان یا حتی کارمندان را یکپارچه کند (گالود و نیاردو^{۱۱}، ۲۰۱۲).

⁶ Bachrach

⁷ Wood

⁸ Tan & Tan

⁹ Yew

¹⁰ Banerjee & Hitoshi

¹¹ Gallaud & Nayaradou

مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با ویژگی‌های شخصی و جامعه‌شناختی مدیران ارشد مثل؛ استثنا در ویژگی‌های برتر، ارشدی، جنسیت، و مهارت‌های شناختی ارتباط دارد (هانگ^{۱۲}، ۲۰۱۳). نهاده‌سازی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در کشورهای نوظهور از طریق عوامل داخلی (رویکرد انجام تجارت یا فرهنگ‌سازی)، و حتی شاید از طریق عوامل خارجی (وضعیت بازار، مقررات دولت و آگاهی مصرف‌کننده)، از پیش تعیین نشده است، این شرایط، پیچیدگی بالایی تقویت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در کشورهای در حال توسعه را اثبات می‌کند (پوپکوا^{۱۳} و همکاران، ۲۰۲۱). همکاری با تأمین‌کنندگان و رقبای سازمان تأثیر معناداری بر رشد سودآوری شرکت دارد درحالی‌که همکاری با دانشگاه‌ها و نهادهای تحقیقاتی تأثیر مثبتی بر روی سودآوری و فروش‌های نوآورانه دارد (کاسیمان^{۱۴} و همکاران، ۲۰۱۸). همکاری شبکه‌های توسعه و تحقیقات می‌تواند شکاف بین مناطق دانش‌محور و مناطقی که به دنبال برتری هستند را کاهش دهد (دینونی^{۱۵} و همکاران، ۲۰۱۸).

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تحقیق و توسعه نقش حیاتی در نوآوری شرکت‌ها ایفا می‌کند و نشان‌دهنده یک معیار مهم برای افزایش ذخیره دانش در شرکت‌ها می‌باشد که باعث نوآوری و رشد شرکت‌ها می‌شود (فان و وانگ^{۱۶}، ۲۰۱۹). تصمیم‌گیری‌های استراتژیک شرکت‌ها از سوگیری‌های شناختی و ویژگی‌های شخصیتی مدیران ناشی می‌شود. خودشیفتگی مدیرعامل، شخصیت روان‌شناختی اجرایی، اگر به فعالیت‌های سطح سازمان مرتبط نباشد، نمی‌تواند مستقیماً نتایج در سطح شرکت را افزایش دهد. به‌عنوان مثال محققان حاکمیت شرکتی را به‌عنوان پیوند میانجی بین خودشیفتگی مدیرعامل و نتایج سازمانی پیشنهاد می‌کنند (چاترچی و هامبریک^{۱۷}، ۲۰۰۷). همچنین پژوهش‌های حسابداری نشان

¹² Huang

¹³ Popkova

¹⁴ Cassiman

¹⁵ Denoni

¹⁶ Fan & Wang

¹⁷ Chatterjee & Hambrick

می‌دهد که تمایلات خودشیفتگی مدیرعامل احتمالاً معیارهای عملکرد حسابداری را از طریق مشارکت در فعالیت‌های واقعی، مانند افزایش تولید و فروش، افزایش می‌دهد (اوریلی^{۱۸} و همکاران، ۲۰۱۴) مدیران عامل خودشیفته ترجیح می‌دهند که عملکرد کوتاه‌مدت شرکت را از طریق کاهش هزینه‌های تحقیق و توسعه افزایش دهند تا به شهرت بیشتری دست یابند و مورد تحسین سرمایه‌گذاران قرار گیرند (آجنورتی و همکاران، ۲۰۲۱). پژوهش‌های نظری و تجربی در مورد ارتباط بین شخصیت روان‌شناختی مدیران، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت وجود ندارد (کیم و تاپا^{۱۹}، ۲۰۱۸). خودشیفتگی مدیرعامل می‌تواند ابتکارهای مسئولیت اجتماعی شرکت را با قاطعیت و سازگاری گسترش دهد. مسئولیت اجتماعی شامل پروژه‌های تعامل بلندمدت است و بنابراین منافع فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در طی یک فرایند طولانی ظاهر می‌شود (اورتیزه^{۲۰} و همکاران، ۲۰۱۶).

پیری‌شهابی و بنی‌مهد (۱۴۰۰) به بررسی خودشیفتگی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداختند. نتیجه حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان می‌دهد که خودشیفتگی مدیرعامل دارای اثری مستقیم بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت می‌باشد. با توجه به یافته‌ها می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که مدیران خودشیفته تمایل زیادی به مشارکت در اقدامات اجتماعی و زیست محیطی و افشای این اقدامات دارند و به‌همین دلیل میزان اقدامات انجام‌شده در حوزه مسئولیت اجتماعی و افشای این اقدامات توسط مدیران خودشیفته بیشتر از سایر مدیران است.

مران‌جوری و علی‌خانی (۱۳۹۹) به بررسی نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت‌های اجتماعی پرداختند. نتایج این پژوهش بیانگر این مطلب است که بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت اجتماعی رابطه منفی معنادار وجود دارد. همچنین خودشیفتگی مدیران بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت اجتماعی اثر مثبت دارد.

¹⁸ Oreilly

¹⁹ Kim & Thapa

²⁰ Ortizde

خواجوی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج حاصل از فرضیه‌های پژوهش حاکی از آن است که رابطه‌ای 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 مالی تأیید شد.

هاشمی تیله‌نویی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر کارایی سرمایه‌گذاری در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان داد که، معیارهای نسبت تعداد کارکنان به کل دارایی، نسبت تحقیق و توسعه به فروش و نسبت مالیات به کل دارایی‌ها تاثیر مثبت و معناداری بر کارایی سرمایه‌گذاری شرکت دارند. افزون بر این، نتایج نشان داد معیارهای نسبت دارایی‌های ثابت به کل دارایی‌ها و شاخص راهبری شرکتی تاثیر معناداری بر کارایی سرمایه‌گذاری ندارد.

هانگ^{۲۱} و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی مقررات محیطی و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه در شرکت‌های چینی پرداختند. نتایج آن‌ها نشان‌دهنده تاثیر مقررات محیط زیستی بر سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه است و افزایش قابل توجهی را در سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه شرکت‌ها پس از تصویب مقررات زیست‌محیطی گزارش شده است.

یوک و لی^{۲۲} (۲۰۲۰) به بررسی خودشیفتگی مدیران و ارزش شرکت: نقش واسطه‌ای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در محیط کره جنوب پرداختند. نتایج نشان داد که خودشیفتگی مدیر، ابتکار عمل مسئولیت اجتماعی شرکت را گسترش می‌دهد و مسئولیت اجتماعی شرکت، ارزش شرکت را

²¹ Huang

²² Yook & Lee

در بازار سرمایه افزایش می‌دهد. با این حال، نتایج شواهدی ارائه نمی‌دهد که مسئولیت اجتماعی شرکت، ناشی از ارتباط بین خودشیفتگی مدیر و نتایج مطلوب سازمانی است.

ایزی^{۲۳} و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی هوش هیجانی مدیریتی، تحقیق و توسعه و عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد که مدیران ارشد اجرایی شرکت‌های تونسی با یک معامله روبه‌رو هستند که آیا باید با تحقیقات بیشتر و توسعه سرمایه‌گذاری، قابلیت خود برای تحقق عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان را ارتقا دهند یا خیر. از این‌رو، مدیران سازمان باید با تمرکز بر استراتژی گوناگونی، مشکل اعتماد کردن در بین سازمان‌ها که ناشی از مواردی نظیر گره‌های به وجود آمده از تضاد منافع و رابطه رقابتی هستند را مرتفع کنند.

کیم^{۲۴} و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی تاثیر خودشیفتگی مدیر عامل بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پرداختند. نتایج نشان داد عدم اطمینان محیطی بالاتر با سطح پایین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رابطه دارند. همچنین خودشیفتگی مدیر عامل بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تاثیر مثبت دارد.

پترنکو^{۲۵} و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی نقش تعدیلی خودشیفتگی مدیران در رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی پرداختند. نتایج نشان داد که خودشیفتگی مدیران باعث افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها می‌شود. همچنین خودشیفتگی مدیران رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی را تعدیل می‌کند.

به‌طور معمول، در سازمان‌ها، مدیران اجرایی خودشیفته پاداش بیشتری برای خود قائل شده و از این طریق موقعیت خود را در سازمان مستحکم می‌کنند (اوریلی، ۲۰۱۴). از طرف دیگر، به لحاظ تجربی، در ادبیات روانشناسی ارتباط بین خودشیفتگی و اندازه امضاء، سابقه طولانی دارد، اندازه امضای افراد، نشان‌دهنده میزان غرور و خوشیفتگی آن‌ها است. در تحقیقاتی که مربوط به ارتباط بین اندازه امضاء و خودشیفتگی انجام شده است دریافتند که افرادی که امضاهای بزرگ-

²³ Ezzi

²⁴ Kim

²⁵ Petrenko

تری دارند، نسبت به دیگران احساس برتری می‌کنند (رزاک و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به آنچه در بالا گفته شد، شناخت از خودشیفتگی مدیران می‌تواند به خوانندگان این مقاله کمک کند تا درک بهتری از روابط میان خودشیفتگی مدیران و هزینه‌های تحقیق و توسعه داشته باشند، از این رو پرسش اصلی این است که چه رابطه‌ای بین خودشیفتگی مدیران و هزینه‌های تحقیق و توسعه با نقش تعدیل‌کنندگی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود دارد؟ هدف این پژوهش در درجه اول بسط مبانی نظری مطالعات اخلاقی در رشته حسابداری است. از این رو انتظار می‌رود این مقاله بتواند دستاورد علمی لازم را برای تحقیقات مالی رفتاری در حوزه تصمیم‌گیری‌های اخلاقی برای سرمایه‌گذاران، مدیران، پژوهشگران و سیاست‌گذاران در حوزه حسابداری را فراهم آورد. در این پژوهش به تبعیت از اولسن و همکاران (۲۰۱۴)، اولسن و استکلبرگ (۲۰۱۶)، سلیمانی امیری و همکاران (۲۰۱۴) از دو معیار امضای مدیران و شاخص پاداش نقدی مدیران جهت خودشیفتگی مدیران استفاده شده است. بنابراین با توجه به مبانی مطرح شده، فرضیه‌های این پژوهش به شرح زیر طراحی شده است:

فرضیه ۱: معیار پاداش نقدی مدیران با هزینه‌های تحقیق و توسعه ارتباط دارد.

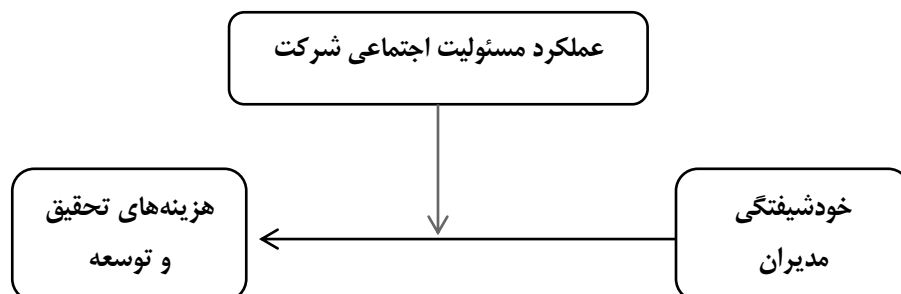
فرضیه ۲: عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت با هزینه‌های تحقیق و توسعه ارتباط دارد.

فرضیه ۳: عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تعدیل‌کننده ارتباط پاداش نقدی مدیران با هزینه‌های تحقیق و توسعه است.

فرضیه ۴: معیار امضای مدیران با هزینه‌های تحقیق و توسعه ارتباط دارد.

فرضیه ۵: عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت تعدیل‌کننده ارتباط اندازه امضای مدیران با هزینه‌های تحقیق و توسعه است.

بر اساس فرضیه‌های پژوهش مدل مفهومی پژوهش به شرح زیر است:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۳. روش پژوهش

این پژوهش برحسب هدف یا نتیجه پژوهش، کاربردی است و روش پژوهش با توجه به موضوع آن از نوع پژوهش‌های توصیفی - همبستگی است و همچنین پژوهش حاضر بر حسب نوع داده‌ها، پژوهش کمی و آرشیوی بوده است و برای دستیابی به اطلاعات مورد نیاز، برای پردازش فرضیه‌های پژوهش از صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران استفاده شد. همچنین داده‌های تحقیق از سایت کدال جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار اکسل گردآوری شد. روش آزمون فرضیه‌ها رگرسیون چندمتغیره و در مطالعه حاضر با استفاده از نرم‌افزارهای Image J و Eviews نسخه ۱۲ انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های می‌باشد که طی بازه زمانی ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۹ در بورس اوراق بهادار تهران قرار دارند. برای انتخاب نمونه مواردی از قبیل: در دسترس بودن اطلاعات مالی به منظور استخراج داده‌های موردنیاز، پذیرش آن‌ها قبل از سال ۱۳۹۰، عدم حضور در صنعت مالی، سرمایه‌گذاری، بیمه‌ای، معامله شدن سهام در تمام دوره‌های پژوهش در نظر گرفته شده است. در این راستا ۱۳۲ شرکت به‌عنوان شرکت‌های عضو نمونه انتخاب گردید.

متغیرهای پژوهش و نحوه اندازه‌گیری آن‌ها به شرح ذیل می‌باشد:

جدول ۱. نحوه محاسبه متغیرهای پژوهش

نوع متغیر	نام متغیر	نحوه محاسبه
متغیر وابسته	هزینه‌های تحقیق و توسعه	تعریف نظری: سرمایه‌گذاری در تحقیقات و توسعه معیاری می‌باشد که درجه پیروی شرکت از فعالیت‌های نوآورانه و همچنین میزان ریسک‌پذیری مدیران را نشان می‌دهد (هاسو ^{۲۶} و همکاران، ۲۰۱۴؛ گینستی ^{۲۷} و همکاران، ۲۰۲۱). تعریف عملیاتی: نسبت هزینه‌های تحقیق و توسعه به مجموع فروش (ایزی و همکاران، ۲۰۲۰) و (کونو و ایتو، ۲۰۱۸).
متغیر مستقل	پاداش نقدی مدیران	تعریف نظری: به‌طور معمول در سازمان‌ها مدیران اجرایی خودشیفته پاداش‌های بیش‌تری برای خود قائل شده و از این طریق موقعیت خود را در سازمان مستحکم می‌کنند (اوریلی و همکاران، ۲۰۱۴). تعریف عملیاتی: شاخص پاداش نقدی مدیران از تقسیم پاداش نقدی مصوب در جلسه مجمع عمومی بر کل حقوق و دستمزد پرداختی سال مالی شرکت به دست خواهد آمد (کونو و همکاران، ۲۰۱۸) و (خواجوی و همکاران، ۱۳۹۷)
متغیر مستقل	اندازه امضای مدیران	تعریف نظری: اندازه امضای مدیران از صفحه اول صورت-های مالی که در آن اعضای هیئت مدیره با امضای خود صورت‌های مالی را تایید می‌کنند، استخراج شدند. در اطراف هر امضاء مستطیلی کشیده شد تا در هر طرف نقطه انتهایی امضا مشخص شود (رزاک و همکاران، ۲۰۲۰: هام و همکاران، ۲۰۱۷).

26 Hsu

27 Ginesti

<p>تعریف عملیاتی: به کمک نرم‌افزار Imaje J مساحت امضا اندازه‌گیری و وارد نرم‌افزار Excel شد. مساحت‌ها چارک-بندی شدند و بر حسب سه گروه کوچک (چارک اول)، متوسط (چارک دوم و سوم) و بزرگ (چارک چهارم) کدی تعیین گردید. برای اندازه امضای کوچک کد ۱ و امضای متوسط کد ۲ و امضای بزرگ کد ۳ لحاظ شد. برای هر سال مالی، تعداد اعضای امضاکننده در هر چارک در کد مربوط به چارک ضرب شده، سپس این اعداد با هم جمع شدند. بدین ترتیب برای هر سال مالی امتیاز مربوط به امضای اعضای هیئت مدیره محاسبه و بر تعداد اعضای دارای همان سال تقسیم شد و عدد حاصل به‌عنوان اندازه امضا هیئت مدیره در آن سال مدنظر قرار گرفت (مشایخ و همکاران، ۱۳۹۹).</p>		
<p>تعریف نظری: تارکر^{۲۸} (۲۰۰۹)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت را به‌عنوان رفتارهای شرکت با هدف ایجاد اثرات مثبت بر رفتار ذینفعان تعریف کرده است که فراتر از منافع اقتصادی آن است. زو و تن^{۲۹} (۲۰۰۸)، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را به‌عنوان فرایند ایجاد ثروت، ارتقاء مزیت رقابتی شرکت و حداکثر کردن ارزش ثروت و منافع ایجاد شده برای جامعه بیان کرده‌اند. تعریف عملیاتی: برای اندازه‌گیری آن طبق جدول (۲) از چک‌لیست افشای مسئولیت اجتماعی شرکت در ایران استفاده می‌شود (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۲). این چک‌لیست مشتمل بر ۱۷ مؤلفه و ۶۰ نوع اطلاعات مرتبط با افشای</p>	<p>عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت</p>	<p>متغیر تعدیل‌کننده</p>

28 Turker

29 Zhu & Tan

مسئولیت اجتماعی است. اگر یک‌قلم از افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها انجام شده باشد، برای آن مقدار مربوطه در غیر این صورت صفر در نظر گرفته می‌شود. بر این اساس، تعداد اقلام افشاشده به کل اقلام قابل افشا در گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت‌های بیانگر درصد افشای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای تعیین سطح آن در هر شرکت است.		
از لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌های پایان دوره برای سنجش اندازه شرکت استفاده می‌شود.	اندازه شرکت	متغیر کنترلی
رشد فروش از محاسبه تفاوت بین فروش سال جاری و فروش سال قبل تقسیم بر فروش سال قبل به دست می‌آید.	رشد فروش	
اهرم مالی شرکت برابر است تقسیم بدهی‌ها بر کل دارایی‌های شرکت در پایان دوره مالی	اهرم مالی	
این نسبت از طریق محاسبه تقسیم جریانات نقدی تقسیم بر مجموع دارایی‌ها به دست می‌آید	نسبت جریانات نقدی	
این نسبت از تقسیم مجموع وجوه نقد و سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت تقسیم بر دارایی‌ها به دست می‌آید.	نگهداشت وجه نقد	

جدول ۲. چک‌لیست افشای اطلاعات مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

شرح/عنوان	ابعاد مؤلفه‌ها
۱. بعد اقتصادی (CSR – ECO) ۲. بعد اجتماعی (CSR – SOC) ۳. بعد محیطی (CSR – ENV)	ابعاد
۱-۱. عملکرد اقتصادی ۱-۲. حضور در بازار و منطقه	مؤلفه‌های بعد اقتصادی

<p>۱-۳. سایر فعالیت‌های اقتصادی ۱-۴. سرمایه‌گذاری‌های مسئولانه ۱-۵. مالیات</p>	
<p>۲-۱. کار و کارکنان، اشتغال و رویه‌های کار ۲-۲. حقوق بشر ۲-۳. زنجیره تأمین، مشتریان و مصرف‌کنندگان محصولات ۲-۴. مشارکت و توسعه جامعه ۲-۵. اخلاق کسب‌وکار/ رویه‌های عملیاتی منصفانه ۲-۶. فساد، رشوه‌خواری و پول‌شویی ۲-۷. رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات مرتبط با بعد اجتماعی</p>	<p>مؤلفه‌های بعد اجتماعی</p>
<p>۳-۱. مواد اولیه و انرژی ۳-۲. تنوع گونه‌های زیستی و منابع طبیعی ۳-۳. انتشارات گازها فاضلاب‌ها و ضایعات ۳-۴. محصولات و خدمات و اثرهای زیست‌محیطی آن ۳-۵. رعایت قوانین و مقررات مربوط زیست‌محیطی</p>	<p>مؤلفه‌های بعد محیطی</p>

(منبع: حساس یگانه و برزگر، فصلنامه توسعه اجتماعی - فرهنگی)

در جدول (۳) آمار توصیفی داده‌های مربوط به متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۳. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	رشد فروش	اندازه شرکت	نگهداشت وجه	اهرم مالی	اندازه امضای مدیران
میانگین	۰/۳۲۰۳۵۹	۱۴/۵۰۰۴۱	۰/۰۷۷۰۷۳	۰/۵۳۱۴۲۲	۱/۹۵۶۳۴۷
میانه	۰/۲۳۰۵۰۸	۱۴/۳۲۲۶۹	۰/۰۴۲۲۸۱	۰/۵۴۳۸۶۷	۲/۰۰۰۰۰۰
بیشترین	۷/۸۱۵۵۴۲	۲۰/۷۶۸۶۹	۰/۷۲۷۴۱۷	۰/۹۹۶۷۱۵	۳/۰۰۰۰۰۰
کمترین	- ۰/۹۳۱۰۴۸	۱۰/۳۵۲۱۱	۰/۰۰۰۲۲۵	۰/۰۱۲۷۳۳	۱/۰۰۰۰۰۰
انحراف معیار	۰/۵۳۶۲۹۶	۱/۵۵۶۲۴۷	۰/۰۹۳۱۶۹	۰/۱۹۴۵۱۴	۰/۴۵۰۶۳۲
چولگی	۴/۷۵۱۴۵۷	۰/۷۸۹۶۷۳	۲/۴۳۹۶۵۸	- ۰/۲۹۰۱۶۸	۰/۲۵۶۸۳۶
کشیدگی	۵۱/۷۹۴۵۳	۴/۲۳۸۸۲۹	۱۰/۲۲۵۶۳	۲/۵۴۹۶۹۶	۳/۷۶۹۰۵۳
مشاهدات	۱۳۲۰	۱۳۲۰	۱۳۲۰	۱۳۲۰	۱۳۲۰
	پاداش نقدی مدیران	نسبت جریانات نقدی	عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت	هزینه‌های تحقیق و توسعه	-
میانگین	۰/۴۳۶۶۳۶	۰/۱۲۶۰۴۴	۰/۱۳۷۷۶۵	۰/۰۰۰۶۷۰	-
میانه	۰/۱۶۱۷۳۶	۰/۱۰۷۰۱۴	۰/۱۵۰۰۰۰	۰	-
بیشترین	۲۵/۵۲۵۷۰	۰/۷۲۶۶۵۴	۰/۳۰۰۰۰۰	۰/۰۸۷۳۳۱	-
کمترین	۰	-۰/۳۱۱۰۴۵	۰/۰۰۰۰۰۰	۰	-
انحراف معیار	۱/۳۹۰۷۹۳	۰/۱۴۳۴۷۴	۰/۰۷۴۳۱۷	۰/۰۰۴۲۲۱	-
چولگی	۱۰/۹۰۶۲۳	-۰/۲۸۷۴۱۳	۰/۱۴۱۲۲۹	۱۰/۹۰۶۲۳	-
کشیدگی	۱/۵۶۹۲۵۳	۱۱/۲۸۰۹۶	۲/۱۵۲۱۰۷	۱/۵۶۹۲۵۳	-
مشاهدات	۱۳۲۰	۱۳۲۰	۱۳۲۰	۱۳۲۰	-

بررسی مانایی متغیرها: مانایی متغیرها در این پژوهش بر اساس آزمون دیکی - فولر در قالب جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۴. آزمون مانایی متغیرهای پژوهش

متغیر	نماد	مرتبۀ تفاضل	سطح- معناداری	آمارۀ آزمون	مانا / نامانا
نسبت جریانات نقدی	CASH FLOW RATION	بدون تفاضل	۰/۰۰۰۰	- ۱۳/۴۸۱۹۴	مانا
نگهداشت سرمایه	CASH HOLING	بدون تفاضل	۰/۰۰۰۰	- ۱۵/۹۸۶۹۴	مانا
اهرم مالی	LEV	بدون تفاضل	۰/۰۰۰۰	- ۱۳/۵۵۵۲۴	مانا
رشد فروش	GRW	بدون تفاضل	۰/۰۰۰۰	- ۳۷/۶۳۱۴۴	مانا
اندازه شرکت	SIZE	بدون تفاضل	۰/۰۰۰۰	- ۸/۱۰۹۵۵۰	مانا
پاداش نقدی مدیران	Bouns	بدون تفاضل	۰/۰۰۰۰	- ۸/۴۶۹۴۳۰	مانا
اندازه امضای مدیران	Signature Size	بدون تفاضل	۰/۰۰۰۰	- ۷/۵۴۷۹۳۰	مانا
هزینه‌های تحقیق و توسعه	R&D	بدون تفاضل	۰/۰۰۰۰	- ۱۴/۷۰۲۰۸	مانا
عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت	CSR	بدون تفاضل	۰/۰۰۰۰	- ۷/۷۵۰۲۵۱	مانا

مدل اول:

$$R\&D = \beta_0 + \beta_1 Bouns + \beta_2 CSR + \beta_3 NAR * CSR + \beta_4 SIZE + \beta_5 LEV + \beta_6 GRW + \beta_7 CASH\ FLOE\ RATION + \beta_8 CASH\ HOLING + \varepsilon$$

مدل دوم:

$$R\&D = \beta_0 + \beta_1 \text{Signature Size} + \beta_2 \text{CSR} + \beta_3 \text{NAR} * \text{CSR} + \beta_4 \text{SIZE} + \beta_5 \text{LEV} + \beta_6 \text{GRW} + \beta_7 \text{CASH FLOE RATION} + \beta_8 \text{CASH HOLING} + \varepsilon$$

β_0 : مقدار ثابت مدل ها، $\beta_1 \dots \beta_8$: ضرایب متغیرهای مدل ها

نتایج آزمون مدل های پژوهش: نتایج حاصل از برآورد مدل پژوهش به شرح جدول (۵) می باشد.

جدول ۵. نتایج آماری آزمون مدل پژوهش

متغیرها	ضرایب	انحراف معیار	آماره t	سطح احتمال ۳۰	نتیجه
ضریب ثابت	- ۰/۵۶۵۶۲۷	۰/۱۶۲۵۹۶	۳/۴۷۸۷۱۶	۰/۰۰۷۰	-
پاداش نقدی مدیران	۰/۴۷۲۵۷۸	۰/۶۳۵۵۸۹	۰/۷۴۳۵۲۸	۰/۴۷۶۱	مثبت
عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت	۰/۰۶۶۱۹۴	۰/۰۱۰۷۵۴	۶/۱۵۵۲۷۳	* ۰/۰۰۰۲	مثبت و معنادار
خودشیفتگی مدیران* عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت	۰/۷۱۸۸۵۴	۴/۳۹۴۳۱۳	۰/۱۶۳۵۸۷	۰/۸۷۳۷	مثبت
اندازه شرکت	۰/۰۳۲۲۴۲	۰/۰۴۵۳۶۵	۰/۷۱۰۷۱۹	۰/۴۹۵۳	مثبت
اهرم مالی	۰/۶۱۶۷۸	۰/۰۲۱۷۷۲	۲/۸۳۲۹۳۴	* ۰/۰۱۹۶	مثبت و معنادار
نسبت جریان نقدی	۰/۰۳۳۵۲۸	۰/۰۱۶۷۳۲	۲/۰۰۳۸۱۸	۰/۰۷۶۱	مثبت و معنادار
رشد فروش	۰/۰۰۳۶۱۶	۰/۰۰۷۰۲۸	۰/۳۷۲۲۷۵	۰/۷۱۸۳	مثبت
نگهداشت وجه نقد	- ۰/۰۸۱۴۷۲	۰/۰۲۴۳۹۲	۳/۳۴۰۱۷۴	* ۰/۰۰۸۷	منفی و معنادار

*: سطح احتمال در سطح خطای ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد ۳۰

۰/۷۶۶۲۶۷	ضریب تعیین
۰/۷۳۸۰۶۹	ضریب تعیین تعدیل شده
۲۷/۱۷۳۷۴ (۰/۰۰۰۰۰۰)	F آماره (سطح احتمال)

جدول ۶. سایر آماره‌ها

نتیجه	احتمال	مقدار آماره	آزمون
عرض از مبدأ در تمام مقاطع برابر نمی‌باشد (داده‌های پانلی)	۰/۰۰۰۰	۱۸/۵۹۹۴۱۵	لیمر
ناهمسانی واریانس بین خطاها وجود ندارد	۰/۸۸۲۸	۰/۵۳۱۶۷۵	همسانی واریانس‌ها
روش اثرات تصادفی مناسب است	۰/۹۵۸۸	۴/۳۴۳۸۰۷	آزمون هاسمن
خودهمبستگی وجود ندارد	-	۱/۵۱۹۱۶۸	دوربین واتسون

در بررسی معنی‌دار بودن کل مدل‌ها با توجه به جدول (۵) که مقدار احتمال آماره F از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد با اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار بودن کل مدل تأیید می‌شود. ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده مدل برابر با ۰/۷۶۶۲۶۷ و ۰/۷۳۸۰۶۹ می‌باشد که گویای آن است حدود ۷۴ درصد متغیر وابسته هزینه‌های تحقیق و توسعه توسط متغیرهای مستقل و کنترل مدل تبیین می‌گردد. در این تحقیق برای بررسی وجود هم‌خطی بین متغیرهای مدل از آماره عامل تورم واریانس استفاده شد که نتایج نشان می‌دهد بین متغیرها هم‌خطی وجود ندارد و با توجه به جدول (۶) به‌منظور بررسی ناهمسانی واریانس، بعد از انجام آزمون، می‌توان بیان کرد در مدل ناهمسانی واریانس بین خطاها وجود ندارد به عبارتی مدل‌ها از مشکل ناهمسانی واریانس رنج نمی‌برند. آماره دوربین - واتسون در مدل برابر با (۱/۵۱۹۱۶۸) می‌باشد که با احتمال زیاد فرض وجود خودهمبستگی را رد می‌کند. در ادامه تعیین روش به‌کارگیری داده‌های پانل بررسی می‌گردد، با

بررسی نتایج به دست آمده از مدل می توان بیان کرد نتایج آزمون لیمر نشان دهنده انتخاب داده های پانل می باشد اما نتایج آزمون هاسمن در مدل نشان دهنده پذیرش اثرات تصادفی می باشد.

با توجه به جدول (۵) آماره t متغیر پاداش نقدی مدیران برابر با $۰/۷۴۳۵۲۸$ می باشد، همچنین سطح معناداری آن نیز $۰/۴۷۶۱$ است که می توان نتیجه گرفت سطح معناداری این متغیر بیشتر از خطای ۵ درصد (سطح اطمینان ۹۵ درصد) می باشد؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت که پاداش نقدی مدیران با هزینه های تحقیق و توسعه ارتباط معناداری از نظر آماری ندارد. با توجه به جدول (۵) آماره t متغیر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت برابر با $۶/۱۵۵۲۷۳$ می باشد، همچنین سطح معناداری آن نیز $۰/۰۰۰۲$ است که می توان نتیجه گرفت سطح معناداری این متغیر کمتر از خطای ۵ درصد (سطح اطمینان ۹۵ درصد) می باشد؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت با هزینه های تحقیق و توسعه ارتباط معناداری از نظر آماری دارد. همچنین ضریب این متغیر برابر با $۰/۰۶۶۱۹۴$ می باشد که نشان دهنده ارتباط مثبت می باشد؛ بنابراین فرضیه دوم تأیید می گردد. با توجه به جدول (۵) آماره t متغیر پاداش نقدی مدیران * عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت برابر با $۰/۱۶۳۵۸۷$ می باشد، همچنین سطح معناداری آن نیز $۰/۸۷۳۷$ است که می توان نتیجه گرفت سطح معناداری این متغیر بیشتر از خطای ۵ درصد (سطح اطمینان ۹۵ درصد) می باشد؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت از نظر آماری تعدیل کننده ارتباط پاداش نقدی مدیران با هزینه های تحقیق و توسعه نمی باشد. همچنین از متغیرهای کنترلی اهرم مالی، نسبت جریانهای نقدی، با هزینه های تحقیق و توسعه ارتباط مثبت و معناداری دارند و متغیرهای اندازه شرکت و رشد فروش ارتباط مثبتی دارد اما متغیرهای نگهداشت وجه نقد با هزینه های تحقیق و توسعه ارتباط منفی و معناداری دارند.

جدول ۷. نتایج آماری آزمون مدل دوم پژوهش

متغیرها	ضرایب	انحراف معیار	آماره t	سطح احتمال	نتیجه
ضریب ثابت	-۰/۲۷۶۴۳۱	۰/۱۸۲۹۳۶	۱/۶۵۳۲۶۹	۰/۰۰۰۰	-
اندازه امضای مدیران	-۰/۹۷۵۴۳۶	۱/۹۷۵۳۷۱	۳/۳۸۶۰۲۱	۰/۵۳۱۰	مثبت
عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت	۰/۲۵۸۰۶۲	۰/۰۵۰۵۸۱	۵/۱۰۱۹۷۲	۰/۰۰۰۱	مثبت و معنادار
اندازه امضای مدیران* عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت	۰/۰۰۱۸۰۲	۰/۰۰۸۴۵۷	۰/۲۱۳۱۲۶	۰/۸۳۶۰	مثبت
اندازه شرکت	۰/۰۱۳۰۲۵	۰/۰۰۰۵۱۴	۲۵/۳۲۶۲۰	۰/۰۰۰۰	مثبت و معنادار
اهرم مالی	۰/۱۶۳۴۷۵	۰/۰۱۱۷۷۶	۱۳/۸۸۲۱۵	۰/۳۴۲۱	مثبت
نسبت جریان نقدی	۰/۰۲۹۵۵۸۴	۰/۰۱۵۷۷۴	۱/۸۷۵۵۳۸	۰/۰۹۳۵	مثبت
رشد فروش	۰/۰۱۱۹۱۶	۰/۰۰۲۴۸۹	۴/۷۸۶۶۷۱	۰/۰۰۰۱	مثبت و معنادار
نگهداشت وجه نقد	۰/۰۰۳۰۴۴	۰/۰۳۱۹۵۰	۰/۰۹۵۲۶۳	۰/۹۲۶۲	مثبت
ضریب تعیین	۰/۷۷۳۲۷۵				
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۷۴۵۹۲۱				
F آماره (سطح احتمال)	۲۸/۲۶۹۷۶ (۰/۰۰۰۰۰۰)				

جدول ۸. سایر آماره‌ها

آزمون	مقدار آماره	احتمال	نتیجه
لیمر	۱۸/۵۸۳۵۵۰	۰/۰۰۰۰	عرض از مبدأ در تمام مقاطع برابر نمی‌باشد (داده‌های پانلی)
همسانی واریانس‌ها	۰/۶۶۸۳۰۶	۰/۷۶۹۶	ناهمسانی واریانس بین خطاها وجود ندارد
آزمون هاسمن	۵/۴۶۰۰۱۶	۰/۹۰۶۹	روش اثرات تصادفی مناسب است
دوربین واتسون	۱/۵۲۸۸۹۶	-	خودهمبستگی وجود ندارد

در بررسی معنی‌دار بودن مدل با توجه به جدول (۷) که مقدار احتمال آماره F از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد با اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار بودن کل مدل تأیید می‌شود. ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل‌شده مدل برابر با ۰/۷۷۳۲۷۵ و ۰/۷۴۵۹۲۱ می‌باشد که گویای آن است حدود ۷۴ درصد متغیر وابسته هزینه‌های تحقیق و توسعه توسط متغیرهای مستقل و کنترل مدل تبیین می‌گردد. در این تحقیق برای بررسی وجود هم‌خطی بین متغیرهای مدل از آماره عامل تورم واریانس استفاده شد که نتایج نشان می‌دهد بین متغیرها هم‌خطی وجود ندارد و با توجه به جدول (۸) به‌منظور بررسی ناهمسانی واریانس، بعد از انجام آزمون، می‌توان بیان کرد در مدل ناهمسانی واریانس بین خطاها وجود ندارد به‌عبارتی مدل‌ها از مشکل ناهمسانی واریانس رنج نمی‌برند. آماره دوربین - واتسون در مدل برابر با (۱/۵۲۸۸۹۶) می‌باشد که با احتمال زیاد فرض وجود خودهمبستگی را رد می‌کند. در ادامه تعیین روش به‌کارگیری داده‌های پانل بررسی می‌گردد، با بررسی نتایج به‌دست‌آمده از مدل می‌توان بیان کرد نتایج آزمون لیمر نشان‌دهنده انتخاب داده‌های پانل می‌باشد اما نتایج آزمون هاسمن در مدل نشان‌دهنده پذیرش اثرات تصادفی می‌باشد. با توجه به جدول (۷) آماره t متغیر اندازه امضای مدیران برابر با ۰/۳۸۶۰۲۱ می‌باشد، همچنین سطح معناداری آن نیز ۰/۵۳۱۰ است که می‌توان نتیجه گرفت سطح معناداری این متغیر بیشتر از خطای ۵ درصد (سطح اطمینان ۹۵ درصد) می‌باشد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اندازه امضای مدیران با هزینه‌های تحقیق و

توسعه ارتباط معناداری از نظر آماری ندارد. با توجه به جدول (۷) آماره t متغیر اندازه امضای مدیران مدیران * عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت برابر با $۰/۲۱۳۱۲۶$ می باشد، همچنین سطح معناداری آن نیز $۰/۸۳۶۰$ است که می توان نتیجه گرفت سطح معناداری این متغیر بیشتر از خطای ۵ درصد (سطح اطمینان ۹۵ درصد) می باشد؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت از نظر آماری تعدیل کننده ارتباط اندازه امضای مدیران با هزینه های تحقیق و توسعه نمی باشد. همچنین از متغیرهای کنترلی اندازه شرکت، رشد فروش، با هزینه های تحقیق و توسعه ارتباط مثبت و معناداری دارند و متغیرهای نگهداشت وجه نقد، اهرم مالی و نسبت جریان نقدی با هزینه های تحقیق و توسعه ارتباط معناداری ندارند.

۵. بحث

این مطالعه نقش مسئولیت اجتماعی شرکت را به عنوان یک متغیر تعدیلی بین تمایلات خودشیفتگی مدیران بر هزینه های تحقیق و توسعه بررسی کرد. همچنین پژوهش حاضر از طریق تلاش خود برای ادغام شخصیت روان شناختی مدیران در سطح فردی و عملکرد شرکت در سطح سازمانی به ادبیات خودشیفتگی کمک می کند. در این پژوهش از دو معیار پاداش نقدی مدیران و اندازه امضای مدیران برای سنجش خودشیفتگی مدیران استفاده شده است. طبق فرضیه اول پاداش نقدی مدیران با هزینه های تحقیق و توسعه ارتباط معناداری ندارد و نتایج فرضیه دوم نشان داد که عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت با هزینه های تحقیق و توسعه ارتباط مثبت و معناداری دارد. بر اساس فرضیه سوم عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت نقش تعدیل کننده ای بر ارتباط پاداش نقدی مدیران با هزینه های تحقیق و توسعه ندارد. بر اساس فرضیه چهارم اندازه امضای مدیران ارتباطی با هزینه های تحقیق و توسعه ندارد و فرضیه پنجم نشان داد که عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت نقش تعدیل کننده ای بر ارتباط اندازه امضای مدیران با هزینه های تحقیق و توسعه ندارد. با بررسی تحقیقات موجود، سوابق و پیامدهای مسئولیت اجتماعی شرکت با تمرکز بر شخصیت روان شناختی رهبران از دیدگاه رده های بالا را بررسی کرده اند، مطالعات بسیار کمی در مورد این که چگونه

خودشیفتگی مدیرعامل بر هزینه‌های تحقیق و توسعه از طریق ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیر می‌گذارد، گزارش شده است. با این حال می‌توان بیان نمود که نتایج این پژوهش با پژوهش‌های هانگ و همکاران (۲۰۲۱)، یوک ولی (۲۰۲۰)، ایزی و همکاران (۲۰۲۰)، کیم و همکاران (۲۰۱۸)، پترنکو و همکاران (۲۰۱۶)، پیرشهابی و بنی‌مهد (۱۴۰۰)، مران‌جوری و علی‌خانی (۱۳۹۹)، خواجه‌جوی و همکاران (۱۳۹۷) و هاشمی تیله‌نوئی و همکاران (۱۳۹۷) مطابقت دارد. یوک و لی (۲۰۲۰) نشان دادند که خودشیفتگی مدیر، ابتکار عمل مسئولیت اجتماعی شرکت را گسترش می‌دهد و مسئولیت اجتماعی شرکت، ارزش شرکت را در بازار سرمایه افزایش می‌دهد (یوک و لی، ۲۰۲۰). هاشمی تیله‌نوئی و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند که معیارهای نسبت تعداد کارکنان به کل دارایی، نسبت تحقیق و توسعه به فروش و نسبت مالیات به کل دارایی‌ها تأثیر مثبت و معناداری بر کارایی سرمایه‌گذاری شرکت دارند. نتیجه مطالعه خواجه‌جوی و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد که رابطه‌ای مستقیم بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌باشد و همچنین، نقش تعدیلی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی تأیید شد. مدیران خودشیفته در جهت کسب منافع مادی و معنوی (مانند افزایش پاداش و ارتقای شهرت در جامعه) هزینه‌های را در راستای مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود در شرکت انجام دهد تا در کوتاه‌مدت به نظر برسد که باعث افزایش ارزش شرکت شود و می‌توان نتیجه گرفت که کنترل خودشیفتگی مدیران ضروری به نظر می‌رسد و پیشنهاد می‌شود که سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان حقیقی و حقوقی به هنگام تصمیم‌گیری به این مورد توجه داشته باشند (خواجه‌جوی و رحمانی، ۱۳۹۹). این مطالعه از معیارهای غیرمستقیم برای خودشیفتگی مدیران استفاده می‌کند که نمونه را محدود می‌کند. تحقیقات آینده می‌تواند اندازه‌گیری مستقیم‌تری از خودشیفتگی مانند پرسشنامه شخصیت خودشیفته را در نظر بگیرد. این مطالعه بر روی خودشیفتگی، یکی از ابعاد مهم شخصیت روان‌شناختی مدیران متمرکز بود، تحقیقات آتی می‌تواند ابعاد دیگری از سوگیری‌های روان‌شناختی مدیران مانند تمایلات غرورآفرینانه و نظارت متمرکز را در نظر بگیرد. از آنجایی که هیئت‌مدیره بر

تصمیم مدیرعامل تأثیر می‌گذارد پیشنهاد می‌شود ویژگی‌های شخصیتی هیئت‌مدیره نیز به‌عنوان تعدیل‌کننده مورد بررسی قرار گیرد.

۶. نتیجه‌گیری

پژوهشگران اخیراً تحقیقاتی را در مورد تأثیر شخصیت مدیران بر آینده شرکت را که به‌مثابه یک جعبه سیاه می‌باشد آغاز کرده‌اند. تجزیه و تحلیل تأثیر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مدیران بر تصمیم‌های استراتژیک شرکت مانند هزینه‌های تحقیق و توسعه مورد توجه بسیاری از پژوهشگران می‌باشد. این پژوهش با بررسی ارتباط خودشیفتگی مدیران و هزینه‌های تحقیق و توسعه به ادبیات نظری خودشیفتگی کمک می‌کند، در حالی که بعضی از مطالعات فقط منعکس‌کننده تأثیر مستقیم خودشیفتگی است. در این پژوهش با بررسی نقش تعدیل‌کنندگی مسئولیت اجتماعی شرکت به این موضوع پرداخته شده است. مدیران خودشیفته به‌دنبال قدرت بیشتری نسبت به دیگران هستند و احتمال بیشتری وجود دارد که به سطوح بالای سازمانی برسند. حفظ نگرش مثبت و متواضعانه همواره مهمتر از توانایی و هوش افراد می‌باشد و این نگرش به‌خصوص در سازمان بسیار مهم و اساسی است. چرا که چنین افرادی با الهام بخشیدن به همکاران خود به درخشیدن آن‌ها در زندگی شخصی و حرفه‌ای کمک می‌کنند. آن‌ها تمایل به انجام اقدامات بزرگ و نمایان کردن آن‌ها را دارند. نتایج نشان می‌دهد که مدیران عامل خودشیفته سرمایه‌گذاری مورد انتظار را در تحقیق و توسعه انجام نمی‌دهند در نتیجه تحقیق و توسعه شرکت به ارزش مورد انتظار خود نمی‌رسد. بنابراین این مطالعه شواهدی را ارائه می‌کند که برای هزینه‌های تحقیق و توسعه خودشیفتگی یک ویژگی تأثیرگذار نمی‌باشد برخلاف پژوهش‌های دیگر که خودشیفتگی را یک ویژگی منفی برای هزینه‌های تحقیق و توسعه می‌دانند. زیرا میل به تمجید و تحسین توسط سهام‌داران باعث می‌شود که مدیران عامل خودشیفته به دلیل دیدگاه کوتاه‌مدت به افزایش مصنوعی درآمدهای جاری اعتقاد دارند و به تحقیق و توسعه توجه نمایند. مدیران خودشیفته در گسترش مسئولیت اجتماعی شرکت نقش مهم و مؤثری دارند. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت بر دنیای تجارت و در مطالعات

مدیریت تسلط دارد. فعالیت‌های مدیریتی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی منجر به فعالیت‌های عملیاتی متفاوتی برای شرکت‌ها به منظور دستیابی به اهدافشان می‌شود. مدیران عامل که هزینه‌های ناکارآمد دارند باعث می‌شود خریدهای با کیفیت پایین‌تر و افزایش ریسک انجام دهند. هزینه‌های شرکت بر تحقیق و توسعه برای تبدیل فناوری‌های بدیع به فرآیندها، محصولات و خدمات سازمانی مهم و حیاتی است. هزینه‌های تحقیق و توسعه نقش کلیدی در هر شرکت ایفا می‌کنند زیرا بر قابلیت‌ها و استراتژی‌ها تأثیر می‌گذارد. در واقع، مدیران عامل باید برای بهبود مسئولیت اجتماعی شرکت در تلاش برای ایجاد شهرت خوب نزد سهامداران و همچنین سرمایه‌گذاران، عملکرد خوبی داشته باشند. مدیران باید همیشه سعی کنند نیازهای ذینفعان مختلف را برآورده کنند زیرا این تقاضا باعث می‌شود شرکت‌ها به نوآوری مشغول شوند. نقش مثبت عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در شکل‌دادن به فعالیت‌های تحقیق و توسعه کمک می‌کند و پیامدهای آن می‌تواند برای اقدامات نظارتی به‌عنوان تعیین‌کننده عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای سیاست‌گذاران مفید باشد. شرکت‌های که مسئولیت اجتماعی را مهم قلمداد می‌کنند نسبت به انتظارات ذی‌نفعان حساسیت نشان می‌دهند و از رویه‌های پراکنده و ناپایدار به سمت استراتژی‌های پایدار و بلندمدت حرکت می‌کنند و توجه بیشتری به اجرای خدمات حرفه‌ای و هوشمند باتکیه بر تحقیق و توسعه را دارند. اگرچه این مطالعه در ایران انجام شده است، اما یافته‌ها می‌تواند به بازارهای توسعه‌یافته تعمیم داده شود به این دلیل که فراتحلیل خودشیفتگی هیچ تفاوت بین کشوری و یا فرهنگی را در رابطه با خودشیفتگی و نتایج آن آشکار نمی‌کند. با توجه به این‌که بازارهای نوظهور از خلاهای نظارتی رنج می‌برند برخلاف بازارهای توسعه‌یافته که از حقوق سرمایه‌گذاران محافظت می‌شود تأثیر خودشیفتگی مدیران می‌تواند حتی در بازارهای توسعه‌یافته قوی‌تر باشد. معمولاً مدیران خودشیفته به‌خاطر ویژگی‌های مثبت خود مانند اعتماد به نفس بالا، متقاعدکننده بودن و کاریزما بودن و نمایش مهارت‌های خود در طول مصاحبه هیئت‌مدیره را تحت تأثیر قرار می‌دهند. از این‌رو مدیران خودشیفته باید ارشاد شوند تا از جنبه‌های مثبت ویژگی‌هایشان نیز استفاده کنند و از فعالیت‌های

خودمحمور پرهیز نمایند. حضور مؤثر اعضای هیئت‌مدیره تأثیر نامطلوب خودشیفتگی مدیران عامل را کاهش می‌دهد.

منابع:

- ایوانی، فرزاد؛ خیراللهی، فرشید؛ عبدی، حدیث؛ کاسپور، سعیده. (۱۴۰۰). بررسی نقش ساختار مالکیت بر رابطه بین بیش اطمینانی مدیران و مخارج تحقیق و توسعه با لحاظ شرایط محدودیت مالی. مدیریت دارایی و تامین مالی، ۴(۳۵)، ۹۷-۱۲۰.
- بشیری منش، نازنین؛ وقفی، سیدحسام؛ شمس‌الدینی، کبری. (۱۴۰۱). تأثیر خودشیفتگی مدیران بر عملکرد اجتماعی داخلی و خارجی با تأکید بر بیش اطمینانی. پژوهش‌های مالی و رفتاری در حسابداری، ۲(۱)، ۷۲-۵۳.
- پیری‌شهابی، آزاده؛ بنی‌مهد، بهمن. (۱۴۰۰). خودشیفتگی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، چهارمین همایش ملی توسعه علوم فناوری‌های نوین در مدیریت، حسابداری و کامپیوتر، ۲۲-۱.
- حساس‌یگانه، یحیی؛ برزگر، رحیم. (۱۳۹۲). ارائه مؤلفه‌ها و شاخص‌های بعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود در ایران. فصلنامه توسعه اجتماعی - فرهنگی، ۲(۱)، ۲۳۴-۲۰۹.
- خواجه‌جوی، شکرالله؛ رحمانی، محسن. (۱۳۹۷). بررسی اثر خودشیفتگی مدیران بر خطر سقوط قیمت سهام: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران. دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، ۱۱(۳۷)، ۱۵-۱.
- خواجه‌جوی، شکرالله؛ دهقانی سعدی، علی اصغر؛ روستا، منوچهر. (۱۳۹۷). بررسی نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. تحقیقات حسابداری و حسابرسی، ۳۹، ۷۴-۵۷.
- خواجه‌جوی، شکرالله؛ دهقانی سعدی، علی‌اصغر؛ روستا، منوچهر. (۱۳۹۷). بررسی نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت‌های

پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۹، ۵۷-۷۴.

خوشکار، فرزین؛ سرشار، سارا. (۱۴۰۱). نقش ویژگی‌های روانشناختی مدیران بر رابطه بین مالکیت شرکت‌های خانوادگی و سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه. فصلنامه چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۵(۵۶)، ۳۱-۴۳.

سلیمانی امیری، غلامرضا؛ حسن‌زاده کوچو، محمود؛ حبیب‌زاده، ملیحه. (۱۴۰۱). تأثیر خودشیفتگی مدیران بر حق‌الزحمه حسابرسی. پژوهش‌های تجربی حسابداری، ۱۲(۴۴)، ۶۴-۴۷.

صادق‌پور، فرشته؛ حسینی مقدم، محمدرضا؛ سعیدی، هادی. (۱۴۰۱). اثر تعاملی هزینه‌های تحقیق و توسعه بر رابطه بین عملکرد زیست‌محیطی و عملکرد مالی شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پیشرفت‌های مالی و سرمایه‌گذاری، ۳(۷)، ۱-۲۲.

مران‌جوری، مهدی؛ علی‌خانی، رضیه. (۱۳۹۹). نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران بر رابطه بین عدم اطمینان محیطی و افشای مسئولیت‌های اجتماعی، فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۹(۳۵)، ۲۷۲-۲۶۳.

مشایخ، شهناز؛ حبیب‌زاده، ملیحه؛ حسن‌زاده کوچو، محمود. (۱۳۹۹). تأثیر خودشیفتگی مدیران بر افشای اختیاری اطلاعات شرکت‌ها. پژوهش‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۷(۴)، ۶۴۹-۶۷۱.

هاشمی تیله‌نوئی، مصطفی؛ نیک‌کار، جواد؛ ملک‌خدایی، الهه. (۱۳۹۷). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر کارایی سرمایه‌گذاری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و حسابرسی پویا.

Agnihotri A, Bhattacharya S. (2021). CEO narcissism and myopic management: Industrial Marketing Management; 97:145-158.

Arena C, Michelon G, Trojanowski G. (2018). Big egos can be green: A study of CEO hubris and environmental innovation: British Journal of Management; 29: 316-336.

Bachrach D, Yong kim K, Patel P, Harms P. (2022). Birds of a feather? Firm sales growth and narcissism in the upper echelons at the CEO-TMT interface: The Leadership Quarterly; 33(4):1-54.

- Banerjee R, Hitoshi M. (2018). The impact of liquidity regulation on banks: *Journal of Financial Intermediation*; 35:30-40.
- Capalbo F, Frino A, Lim M, Mollica A, Palumbo R. (2017). The impact of CEO narcissism on earnings management: *Abacus*; 54: 210–226.
- Cassiman B, Veugelers R, Arts S. (2018). Mind the gap: Capturing value from basic research through combining mobile inventors and partnerships: *Research Policy*; 47(9): 1811–1824.
- Chatterjee A, Hambrick D. (2007). It's all about me: Narcissistic chief executive officers and their effects on company strategy and performance: *Administrative Science Quarterly*; 52: 351–386.
- Cho K, Cho S, Lee J. (2019). Managerial attributes, consumer proximity, and corporate environmental performance: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*; 26: 159–169.
- DeNoni I, Orsi L, Belussi F. (2018). The role of collaborative networks in supporting the innovation performances of lagging-behind European regions: *Research Policy*; 47(1): 1–13.
- Ezzi F, Jarboui A, Zouari-Hadiji R. (2020). Exploring the relationship between managerial emotional intelligence, R&D and CSR performance: A mediated moderation analysis: *The Journal of High technology management research*; 31 :1-15.
- Fan S, Wang C. (2019). Firm age, ultimate ownership, and R&D investments: *International Review of Economics and Finance*; 76:1245-1264.
- Gallaud D, Nayaradou M. (2012). Open innovation and co-operation: which choice of means of protection for innovation? *Journal of Innovation Economics & Management*; (2) :167-190.
- Huang S. (2013). The impact of CEO characteristics on corporate sustainable development: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*; 20(4):234–244.
- Huang J, Zhao J, Cao J. (2021). Environmental regulation and corporate R&D investment-evidence from a quasi-natural experiment: *International Review of Economics and Finance*; 72:154-174.
- Kim M, Thapa B. (2018). Relationship of ethical leadership, corporate social responsibility and organizational performance: *Journal of Sustainability*; 10(2):1-16.
- Kim, B., Lee, S., & Kang, K. H. (2018). The moderating role of CEO narcissism on the relationship between uncertainty avoidance and CSR. *Tourism Management*, 67, 203-213.
- Konno Y, Itoh Y. (2018). Empirical analysis of R&D in the Japanese construction industry based on the structure conduct performance model: *Cogent Business & Management*; 5: 1-15.

- Oreilly C, Doerr B, Caldwell D, Chatman J. (2014). Narcissistic CEOs and executive compensation: *The Leadership Quarterly*; 25 (2): 218–231.
- Ortizde N, Mandojana D, Bansal P. (2016). The long-term benefits of organizational resilience through sustainable business practices: *Strategic Management*; 37 (8): 1615-1631.
- 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.
- Popkova E, Delo P, Bruno S. (2021). Corporate Social Responsibility Amid Social Distancing During the COVID-19 Crisis: BRICS vs. OECD Countries: *Research in International Business and Finance*; 55:112-128.
- Razak L, Badollahi I. (2020). The Role of CEO Narcissism in Creating Firm Value. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*; 5(11):221-225.
- Tan H, Tan C. (2000). Toward the differentiation of trust in supervisor and trust in organization: *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*; 126(2): 241–260.
- Wood, I. (2001). Remote purchase environments: the influence of return policy leniency on two-stage decision processes: *Journal of Marketing Research*; 38(2):157-169.
- Yew K, Mira T, Chee M. (2006). Size, leverage, concentration and R&D investment in generating growth opportunities: *The Journal of Business*; 79(2):851-876.
- Yook K-H, Lee S-Y. (2020). Chief executive officer narcissism and firm value: The mediating role of corporate social responsibility in the South Korean context: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*; 27(4),1809-1718.
- Zhang L, Liang B, Bi D, Zhou Y, Yu X. (2021). Relationships Among CEO Narcissism, Debt Financing and Firm Innovation Performance: Emotion Recognition Using Advanced Artificial Intelligence: *Front psychol*;