



بررسی نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران

دکتر شکراله خواجوی^۱

استاد حسابداری، دانشگاه شیراز، ایران

علی اصغر دهقانی سعدي^۲

کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه شیراز، ایران

منوچهر روستا^۳

دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۵ اردیبهشت ۱۳۹۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۴ مهر ۱۳۹۵)

امروز ثابت شده است تحقق موفقیت تجاری سازمان‌ها از طریق احترام به ارزش‌های اخلاقی، مردم، جامعه و محیط‌زیست امکان‌پذیر است. از سویی، خودشیفتگی که به‌عنوان یک ساختار شخصیتی مطرح است، می‌تواند قضاوت‌ها و تصمیم‌های مدیران از احتمال نتایج گوناگون را تحت تأثیر قرار دهد. طبق مطالعات اخیر مشاهده شده است که خودشیفتگی در بین مدیران نقشی حیاتی در انجام فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارد. در این راستا، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تجربی نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی ۵۴ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران برای بازه زمانی ۱۳۸۲-۱۳۹۳ است. لذا پس از تجزیه و تحلیل‌های آماری صورت گرفته با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری (تحلیل مسیر)، 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. افزون‌براین، نقش تعدیلی خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی تأیید شد.

واژه‌های کلیدی: مالی رفتاری، خودشیفتگی مدیران، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، عملکرد مالی.

¹ shkhajavi@rose.shirazu.ac.ir

² ira.dehghani@gmail.com

³ manucheher.roosta@yahoo.com

مقدمه

دنیای امروز، دنیای سازمان‌ها است و مدیریت به‌عنوان قلب تپنده هر سازمان شناخته می‌شود. ضعف عملکردی مدیریت در سازمان با وجود منابع، فناوری و نیروی انسانی مطلوب موجب سوء عملکرد و شکست سازمان در نیل به اهدافش خواهد شد. لیکن، پرورش و انتخاب مدیران کارآمد از مهم‌ترین دغدغه سازمان‌های پیشرو در عصر حاضر است [۷]. در این راستا، مشاهده می‌شود رفتارهای مدیران که برگرفته از خصوصیات شخصیتی آنان است بر نتایج سازمان تأثیرگذار است [۱۲] و در این بین، تأثیر شخصیت بر رفتار مدیر از یک سو و تأثیر رفتار مدیر بر عملکرد و گزارش‌های سازمان از سویی دیگر، اهمیت این موضوع را آشکار می‌سازد که ویژگی‌های شخصیتی مدیران باید مورد مطالعه قرار گیرد.

طبق پژوهش‌های پیشین در بررسی خصوصیات شخصیتی افراد (مانند مغز و هورمون‌ها) نتایج حاکی از آن است که رفتار افراد، به منشأها و خصوصیات شخصیتی آنان بستگی دارد و ویژگی‌های شخصیتی، زمینه‌ساز بروز برخی از رفتارها است [۱۲]. لذا، یکی از این عوامل شناسایی شده، پدیده خودشیفتگی در بین مدیران است. خودشیفتگی در مقایسه با دیگر خصوصیات شخصیتی، مدیران را در جهت انجام اقداماتی سوق می‌دهد که از عرف سرباز زده و در پی توجه و ستایش دیگران هستند و این اقدامات در نهایت عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار خواهد داد [۹]. افراد خودشیفته نیز در اهمیت خود اغراق کرده و این مسئله باعث می‌شود که این افراد در مورد دستاوردها و توانمندی‌های خود اغراق می‌کنند. آنان تمایل به انجام اقدامات بزرگ و نمایان کردن فعالیت‌های خود دارند و بر عملکرد سازمان نیز تأثیرگذارند [۲۶]. از سویی دیگر، پژوهشگرانی معتقدند که استقرار مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی و اجرای بهینه آن می‌تواند بر عملکرد سازمان تأثیر مثبتی داشته باشد [۴۲، ۴۴ و ۱۵].

فرومن (۱۹۹۷) بیان می‌کند مسئولیت‌پذیری اجتماعی شامل اقداماتی است که شرکت انجام می‌دهد تا به واسطه‌ی آن، سطح رفاه ذی‌نفع اجتماعی خود را به صورت محسوس متاثر سازد. هم‌چنین، مولر (۲۰۱۰) بیان می‌کند مسئولیت‌پذیری اجتماعی به مشارکت داوطلبانه شرکت‌ها 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 [۴]. لذا، یک بخش اصلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها شامل انگیزه‌های آماده‌سازی واحدهای تجاری برای پاسخ به مشروعیت انتظارات ذی‌نفعان جهت افزایش ارزش شرکت است [۴۵]. به این ترتیب، با توجه به مطالب یاد شده مرتبط با خودشیفتگی مدیران و تأثیر آن بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی آنان، هدف اصلی پژوهش حاضر پاسخ به این پرسش‌های اساسی است: آیا بروز خودشیفتگی در بین مدیران منجر به افزایش سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی خواهد شد؟ آیا مدیران خودشیفته در راستای نمایش عملکرد مالی مطلوب، سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود را تغییر خواهند داد؟ بنابراین، با توجه به اهمیت به‌کارگیری مسئولیت‌پذیری اجتماعی در عصر حاضر و هم‌چنین، تأثیر فاکتورهای رفتاری مدیران (از جمله خودشیفتگی) بر پیاده‌سازی آن، بررسی رابطه آن‌ها با یکدیگر می‌تواند کمک شایانی جهت پیاده‌سازی مطلوب‌تر مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌ها و عملکرد مالی مطلوب نماید. در ادامه، ابتدا به مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های مرتبط اشاره خواهد شد. سپس، به بیان روش پژوهش، شامل فرضیه‌ها و متغیرهای پژوهش، جامعه و نمونه آماری پرداخته شده و در نهایت، اقدام به آزمون فرضیه‌های پژوهش، ارائه نتایج و هم‌چنین، پیشنهادهای لازم می‌شود.

مبانی نظری

خودشیفتگی و عملکرد مالی

مدیران، عامل کلیدی در جهت ارتقای عملکرد هر سازمان به شمار می‌آیند و تصمیماتی که آنان اتخاذ می‌کنند، در شکست یا موفقیت سازمانشان تأثیرگذار است [۹]. لذا، رفتارهای مدیران که بر گرفته از خصوصیات شخصیتی آنان است در محیط سازمانی بر سیر تحول، پویایی و شکوفایی سازمان نقش بسزایی را دارد [۱۲] و از آنجایی که نوع شخصیت، جاذبه و میزان کنترل مدیران ارشد بر نتایج سازمان تأثیرگذار است [۲۵]؛ بنابراین، مدیران ارشد می‌توانند بر رفتارها و خروجی‌های سازمان تأثیرگذار باشند و تأثیر قابل‌توجهی بر تلاش‌ها و نتایج سازمان داشته باشند [۲۴]. در این بین، یکی از ویژگی‌های شخصیتی که در بین برخی از مدیران بروز می‌کند، پدیده خودشیفتگی است. خودشیفتگی که به‌طور گسترده به‌عنوان یک اختلال شخصیت مورد مطالعه قرار گرفته است، در بین مدیران دارای نشانه‌هایی چون: قدرت‌طلبی، خودنمایی، برتری‌جویی، غرور، استثمارطلبی، محق بودن و خودکفایی به خود است [۴۰ و ۱۶].

در بیش‌تر حالات مدیران خودشیفته در پی دستیابی به دستاوردهای بزرگ در شرکت هستند. آنان، به سمت و سوی اجرای اقدامات جسورانه استراتژیکی عملیاتی و انجام کسب و کارهای مخاطره‌آمیز سوق پیدا کرده [۱۷، ۳۶ و ۳۵]، به نحوی که این تصمیم‌ها منتهی به سود یا زیان فراوان در پایان سال مالی خواهد شد [۱۷]. از این جهت، مدیران یاد شده در پی کسب بهترین عملکرد، بیش‌ترین احتمال برای انجام فعالیت‌های متقلبانه را دارند [۴۱]. اندازه‌گیری عملکرد مالی که به‌عنوان بازتاب تصمیم‌های مدیران شناخته می‌شود، مکانیزمی است برای دیده شدن و مورد تحسین قرار گرفتن؛ لذا این امر به تنهایی می‌تواند یکی از عوامل بروز خودشیفتگی در بین مدیران برای به رسمیت شناخته شدن و عزت و بزرگی مدیران باشد [۱۴، ۴۱ و ۳۶]. زیرا، بر این باورند که فردی خاص و بی‌همتا بوده و با حسادت ورزیدن به دیگران و داشتن نگرش متکبرانه سعی در به نمایش گذاشتن توانایی‌های خود به سهامداران را دارند. از این رو، ویژگی‌های شخصیتی مدیران، می‌تواند بر عملکرد مالی سازمان تأثیرگذار باشد [۲۲ و ۲۱].

مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی

منظور از مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به‌گونه‌ای است که منافع کلیه ذی‌نفعان شامل سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس شود. به‌سخنی دیگر، سازمان باید همواره خود را جزیی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به‌گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم شرکت، تلاش کند [۸]. مسئولیت‌پذیری اجتماعی نشان‌دهنده مقداری است که شرکت به‌گونه‌ای فعال به خواسته‌های یک دسته از ذی‌نفعان از جمله سهامداران، کارکنان، تأمین‌کنندگان، مشتریان و جامعه، پاسخ می‌دهد [۲۸]. کوک و همکاران (۲۰۰۱) معتقدند مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی عبارت است از: تعهد شرکت به استفاده از منابع در راه منفعت‌رسانی به جامعه و بهبود رفاه در جامعه از محل عایدات شرکت. مک‌ویلیامز و سیگل (۲۰۰۱) مسئولیت‌پذیری اجتماعی را شامل اقداماتی برای بهبود رفاه جامعه، فراتر از منافع شرکت و الزامات قانونی می‌دانند [۳۳].

کاتلر (۲۰۰۶) در تشریح فلسفه جدید گرایش بازاریابی کلی‌نگر معتقد است که این فلسفه دارای چهار جزء اساسی بازاریابی رابطه‌مند، بازاریابی یکپارچه، بازاریابی داخلی و بازاریابی مسئولیت اجتماعی است؛ که در این بین بازاریابی مسئولیت اجتماعی عبارت است از درک و شناسایی نگرانی‌های جامعه و زمینه‌های اجتماعی، قانونی، زیست‌محیطی و اخلاقی برنامه‌ها و فعالیت‌های بازاریابی است [۳۰]. بسن و همکاران^۱ (۲۰۰۶)، بیان داشتند که شرکت‌های با عملکرد اجتماعی بالا، ریسک پایین‌تر و عملکرد اجتماعی مناسبی خواهند داشت و در نتیجه این امر موجب کاهش هزینه سرمایه آنان خواهد شد. هم‌چنین، می‌توان بیان داشت شرکت‌هایی که عملکرد اجتماعی بالایی دارند تمایل بیش‌تری به افشای عمومی فعالیت‌های اجتماعی خود دارند. سطح بالای شفافیت در اطلاعات باعث کاهش عدم‌تقارن اطلاعاتی بین شرکت و سرمایه‌گذاران می‌شود و این امر خود باعث کاهش ریسک خواهد شد [۴۳]. چنگ و همکاران (۲۰۱۵) نیز بر این باورند که عملکرد جاری شرکت رابطه مثبت و معناداری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها دارد و یک همبستگی مثبت بین افشاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی جاری و متعاقب آن عملکرد مالی مشاهده می‌شود [۱۹].

خودشیفتگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی

تئوری‌های مطرح در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها که شامل: ۱. تئوری مشروعیت؛ ۲. تئوری گروه‌های ذی‌نفع؛ و ۳. تئوری اقتصاد سیاسی است؛ همگی بیانگر این مطلب هستند که مدیران به دلایل مختلفی هم‌چون کسب مشروعیت سازمانی یا فشار گروه‌های ذی‌نفع، مایل به افشای اطلاعات اجتماعی سازمان هستند [۸]. پاگانو و ولپین (۲۰۰۵) بیان می‌کنند که مدیران شرکت‌ها ممکن است از فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای جلب رضایت سهامداران استفاده نمایند [۳۸].

طبق پژوهش گروه آراس.ام (۲۰۰۷) در بین بیش از ۲۰۰ شرکت بزرگ اروپایی به این نتیجه رسیدند که از بین عوامل مهم شناسایی شده مرتبط و وابسته به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، «اعتبار و شهرت مدیریت» از اهمیت نسبتاً بالایی برخوردار است [۶]. هم‌چنین، مشاهده می‌شود که مدیران خودشیفته در پی بزرگ‌نمایی اقدامات مرتبط با استراتژی شرکت به‌دنبال ستایش (تحسین) اجتماعی هستند [۱۸]. پژوهش‌های اخیر، حداقل دو دلیل را برای ایفای مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران بیان می‌کنند که با خودشیفتگی آنان در ارتباط است: الف. مسئولیت‌پذیری اجتماعی به وجود آورنده ارزش در جهت پیشبرد برخی از رفتارهای خوب اجتماعی و فرصتی برای به‌نمایش گذاشتن (در نظر گرفتن) اصول اساسی اخلاق در رفتار اجتماعی است؛ و ب. مسئولیت‌پذیری اجتماعی دربرگیرنده مجموعه‌ای از ارزش حساس مخاطبان در مدح، توجه رسانه‌ای و ستایش است [۳۹]. از این‌رو، پترنکو و همکاران (۲۰۱۶) بیان می‌کنند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به‌طور قابل‌توجهی از خودشیفتگی مدیران تأثیرپذیر است.

پیشینه پژوهش

نتایج پژوهش کورمیر و مگنان^۲ (۲۰۰۷) حاکی از آن شد که افشای اطلاعات اجتماعی و افشای اطلاعات زیست‌محیطی در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بازار سرمایه جایگزین یکدیگر هستند نه مکمل

¹ Bassen et al.

² Cormier et al.

یکدیگر [۲۰]. سرواس و تامایو (۲۰۱۳) بیان داشتند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارزش شرکت، در شرکت‌هایی که میزان آگاهی مشتریان و یا آگاهی عموم مردم از طریق تبلیغاتی که شرکت انجام می‌دهد بیش‌تر باشد، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و برای شرکت‌هایی که آگاهی مشتریان و یا عموم مردم پایین است این رابطه منفی است [۴۴]. وو و شن (۲۰۱۳) با بررسی مسئولیت‌پذیری اجتماعی ۱۶۳ بانک در ۲۲ کشور به این نتیجه رسیدند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت بانکداری رابطه مثبت و معناداری با معیارهای عملکرد مالی چون: بازده دارایی‌ها، بازده حقوق صاحبان سهام، درآمد حاصل از بهره و سایر درآمدهای مالی دارد [۴۷].

گراهام و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای تحت عنوان «نگرش‌های مدیران و فعالیت‌های شرکتی» به این نکته اشاره داشتند که ویژگی‌های شخصیتی مدیران (ریسک‌گریزی و خوش‌بینی) با شیوه‌های گزارشگری مالی و سایر سیاست‌های مالی و غیرمالی آنان همراه است [۲۷]. جیا و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان «مردانگی، تستوسترون و گزارشگری مالی نادرست» با بررسی ۱۵۰۰ شرکت S&P در بازه زمانی ۲۰۱۰-۱۹۹۶ به این نتیجه رسیدند که با افزایش هورمون تستوسترون مدیران، میزان اعتماد به نفس در بین آنان بیشتر شده و این امر به نوبه خود منجر به افزایش گزارشگری مالی نادرست خواهد شد. زیرا، مدیران دارای اعتماد به نفس بالا در پی جلب توجه و تشویق از سوی سایر افراد در بیشتر موارد به ارائه گزارش‌های مالی مطابق با میل خود از طریق فعالیت‌های متقابلانه برمی‌آیند [۲۹]. اولسن و همکاران (۲۰۱۴) نیز در مطالعه‌ای تحت عنوان «خودشیفتگی مدیران و حسابداری» با بررسی ۱۱۱۸ مشاهده برای بازه زمانی ۲۰۰۹-۲۰۰۰ به این نتیجه رسیدند که خودشیفتگی در بین مدیران رابطه مستقیم و معناداری با سود هر سهم و قیمت سهام به‌عنوان دو عامل کلیدی عملکرد مالی دارد. زیرا، مدیران خودشیفته برای نمایش عملکرد مالی مطلوب بیشتر در پی افزایش گزارش سود هر سهم از طریق دست‌کاری فعالیت‌های واقعی و عملیاتی نسبت به دست‌کاری اقلام تعهدی هستند [۳۶]. واتسون (۲۰۱۵) معتقد بود، نبود (فقدان) مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌ها رابطه مثبت و معناداری با اجتناب از پرداخت مالیات در شرکت‌ها با سود کم جاری یا آتی همراه است اما این اثر با افزایش سودهای جاری و آتی کاهش خواهد یافت [۴۶].

اولسن و استکلبرگ (۲۰۱۶) نیز با بررسی رابطه بین خودشیفتگی مدیران و ایجاد سپر مالیاتی برای شرکت با استفاده از ۶۷۸ مشاهده به این نتیجه رسیدند که رابطه‌ای مستقیم و معناداری بین خودشیفتگی مدیران و سپر مالیاتی وجود دارد [۳۵]. هم‌چنین، پترنکو و همکاران (۲۰۱۶) با بررسی نقش تعدیلی خودشیفتگی مدیران در رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی بیان داشتند که در وهله اول خودشیفتگی مدیران باعث افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها شده و در وهله دوم، خودشیفتگی مدیران باعث تعدیل معنادار رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی خواهد شد [۳۹]. در داخل کشور نیز، خواجوی و همکاران (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای با بررسی ۱۱۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند که در حدود ۱۶٪ از تغییرات مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها به‌طور معکوس تحت تأثیر متغیرهای اندازه شرکت، منابع مالی و مدیریت سود است. از این‌رو، تعهدات سازمانی با مدیریت سود و عملکرد مالی رابطه منفی و معناداری داشته و از سویی دیگر، عملکرد مالی با مدیریت سود رابطه مثبت و با مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، رابطه منفی و معناداری دارد [۵]. حاجیها و سرافراز (۱۳۹۳)، با بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری

اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام نشان دادند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معکوس و معناداری با هزینه حقوق صاحبان سهام دارد. بنابراین مدیران با افزایش افشاگری در زمینه عملکرد اجتماعی، باعث کاهش در نرخ بازده مورد انتظار سرمایه‌گذاران (هزینه حقوق صاحبان سهام) شده و هزینه‌های تأمین مالی کمتری برای شرکت به ارمغان می‌آورند. به عبارت دیگر، اطلاعات مسئولیت‌پذیری شرکت برای سرمایه‌گذاران محتوای اطلاعاتی دارد [۳].

بادآورن‌هندی و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند که پس از کنترل اندازه شرکت، اهرم مالی و ریسک سیستماتیک، بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد [۱]. جلیلی و قیصری (۱۳۹۳) با بررسی ۹۵۲ سال-شرکت برای بازه زمانی ۱۳۹۰-۱۳۸۴ به این نتیجه رسیدند که مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها و کیفیت سود رابطه مثبت و معناداری وجود دارد [۲]. نادری خورشیدی و سلگی (۱۳۹۴) در مطالعه خود چنین بیان کردند که عوامل درون‌سازمانی، قابلیت سودآوری و قابلیت عملیاتی و عوامل ساختار صنعت شامل سطح رقابت، نوع صنعت و سودآوری صنعت رابطه معناداری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارند [۱۱]. هم‌چنین، نتایج پژوهش وحیدی‌الیزایی و فخاری (۱۳۹۴) نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنادار بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و معیارهای عملکرد مالی چون بازده دارایی‌ها، بازده حقوق صاحبان سهام، سودهرسه‌م، نسبت کیوتوبین و نسبت سودخالص به فروش وجود دارد [۱۳].

با توجه به مطالب یاد شده (شامل مبانی نظری و پیشینه‌های پژوهش)، افزون بر تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی در عملکرد مالی شرکت‌ها، می‌توان نگرش مدیران را همانند پژوهش‌های اولسن و همکاران (۲۰۱۴) و پترنکو و همکاران (۲۰۱۶) در عملکرد مالی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی دخیل دانست. به این ترتیب، ویژگی‌های شخصیتی مدیر می‌تواند به عنوان یکی از عوامل مهم در فرآیند مسئولیت‌پذیری اجتماعی مؤثر باشد که یکی از این ویژگی‌های شخصیتی، خودشیفتگی مدیران است که تأثیر آن به عنوان یک سویه رفتاری بر جنبه‌های مختلف عملکرد سازمان در پژوهش‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است.

فرضیه‌ها و روش پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

این دیدگاه وجود دارد که مدیران خودشیفته، اغلب علاقه‌مند به انجام فعالیت‌های جسورانه جهت نمایش عملکرد مالی مطلوب و مورد توجه قرار گرفتن از سوی ذی‌نفعان هستند [۲۶]. لذا، این فرض وجود دارد که بروز این نوع رفتار شخصیتی در بین آنان منجر به افزایش سطح مسئولیت‌پذیری اجتماعی خواهد شد. مطابق با این استدلال و بر اساس مبانی نظری و پژوهش‌های قبلی ذکر شده، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر ارائه شده‌اند:

فرضیه اول: خودشیفتگی مدیران تأثیر معناداری بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد.

فرضیه دوم: مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأثیر معناداری بر عملکرد مالی شرکت‌ها دارد.

فرضیه سوم: خودشیفتگی مدیران تأثیر معناداری بر عملکرد مالی شرکت‌ها دارد.

فرضیه چهارم: خودشیفتگی مدیران در تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و عملکرد مالی نقش تعدیل‌کنندگی را دارد.

روش و نمونه آماری پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی است و از روش پس‌رویدادی یا شبه تجربی استفاده می‌کند. در ابتدا، به اندازه‌گیری شاخص عملکرد مالی با توجه به ورودی‌ها و خروجی‌های مدل با استفاده از نرم‌افزار DEA Frontier (تحلیل پوششی داده‌ها) پرداخته شد. سپس، برای آزمون وجود رابطه بین فرضیه‌های پژوهش و تأیید نقش تعدیل‌کنندگی خودشیفتگی مدیران، از تکنیک معادلات ساختاری (روش تحلیل مسیر) بهره گرفته شد.

جامعه آماری مورد آزمون پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران برای بازه زمانی ۱۳۸۲ الی ۱۳۹۳ است، اما شرایط زیر برای انتخاب نمونه آماری مد نظر قرار گرفته است: ۱. شرکت‌های نمونه جزء بانک‌ها و مؤسسات مالی (شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی، شرکت‌های هلدینگ و لیزینگ‌ها) نباشند؛ زیرا افشای اطلاعات مالی و ساختارهای راهبردی شرکتی در آن‌ها به دلیل ماهیت غیرتولیدی بودن متفاوت است؛ ۲. پایان سال مالی شرکت‌ها به دلیل افزایش قابلیت مقایسه و خنثی‌سازی شرایط حاکم بر ارزش شرکت‌ها در پایان سال شمسی، منتهی به پایان اسفند ماه باشد؛ و ۳. اطلاعات مالی و غیرمالی مورد نیاز (به‌ویژه عکس پرسنلی تمام رخ مدیران) به منظور استخراج داده‌های مورد نیاز در دسترس باشد. سرانجام، با توجه به بررسی‌های انجام شده، تعداد ۵۴ شرکت در دوره زمانی ۱۳۸۲ الی ۱۳۹۳ (۶۴۸ سال-شرکت) حائز شرایط بالا بوده و برای نمونه آماری انتخاب شدند. اطلاعات مورد نیاز شرکت‌های منتخب با مراجعه به صورت‌های مالی و یادداشت‌های توضیحی همراه صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران گردآوری شده‌اند. در نهایت آزمون‌های آماری داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزارهای Eviews، Image J نسخه ۸ و SPSS نسخه ۲۲ انجام شد.

متغیرهای پژوهش

متغیرهای وابسته

متغیرهای وابسته پژوهش حاضر شامل مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی (CSR) و عملکرد مالی (Finance Perform) است که به این شرح محاسبه شده‌اند: الف. شاخص مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از شش بُعد حاکمیت شرکتی، جامعه، کارکنان، سهامداران، محیط‌زیست و مشتریان مشابه با پژوهش‌های القول و همکاران (۲۰۱۱)، مورالیت و همکاران (۲۰۱۲) و لانیس و ریچاردسون (۲۰۱۵) استفاده شده است. این ابعاد، منعکس‌کننده توجه شرکت به ذی‌نفعان کلیدی‌اند که تأثیر شایان توجهی بر راهبرد شرکت دارند [۲۳، ۳۴ و ۳۱].

جدول ۱: ابعاد پاسخ‌گویی اجتماعی شرکت‌ها

ابعاد	شاخص	معیار اندازه‌گیری
حاکمیت شرکتی	سهامداران عمده و میزان توجه به سایر سهامداران	درصد مالکیت نهادی، درصد اعضای موظف و درصد سهام شناور آزاد
مشتریان	فعالیت‌های بازاریابی، کیفیت و نوآوری محصول	لگاریتم طبیعی مخارج تحقیق و توسعه و پژوهش‌های میدانی

ابعاد	شاخص	معیار اندازه‌گیری
کارکنان	مزایا، کیفیت زندگی کاری، سلامت و ایمنی محل کار	نسبت حقوق و دستمزد کارکنان به تعداد آن‌ها
محیط زیست	دارایی‌های فیزیکی و انتشار آلودگی	نسبت دارایی‌های ثابت مشهود به کل دارایی‌ها
سهامداران	افزایش ثروت سهامداران	لگاریتم طبیعی سود هر سهم
جامعه	حمایت‌های اجتماعی-اقتصادی	لگاریتم طبیعی مالیات و کمک‌های خیرخواهانه

ب. عملکرد مالی: یکی از مشکلاتی که در استفاده نسبت‌های مالی برای ارزیابی وضعیت مالی شرکت‌ها وجود دارد این است که هر مجموعه نسبت‌های مالی یک بُعد ویژه را ارزیابی می‌کند [۱۰]. بنابراین مشکل اخیر باعث یک سردرگمی برای استفاده کننده از صورت‌های مالی می‌شود، و در تصمیم نهایی نسبت به شرکت مورد بررسی اش دچار مشکل می‌شود. تحلیل پوششی داده‌ها این مشکل را برطرف می‌کند، در حقیقت این تکنیک با استفاده از تعدادی از ارقام و نسبت‌های مالی به عنوان ورودی و خروجی، آن‌ها را به یک معیار واحد به نام کارایی تبدیل می‌کند که در نتیجه دید بهتر و واضح تری را به استفاده کننده می‌دهد. در تحلیل پوششی داده‌ها، شرکت‌هایی که نمره‌های کارایی آن‌ها برابر با یک است، شرکت‌هایی هستند که از منابع خود (به عنوان ورودی) حداکثر استفاده (به عنوان خروجی) را داشته‌اند. در پژوهش حاضر از مدل پوششی BCC ورودی محور استفاده شده است. از این‌رو، طبق جدول شماره ۲ نحوه محاسبه نمره کارایی مالی با توجه ورودی‌ها و خروجی‌های مدل به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۲: متغیرهای ورودی و خروجی

متغیرهای ورودی	متغیرهای خروجی
بهای تمام‌شده کالای فروش رفته	نسبت گردش دارایی‌ها
دارایی‌های جاری	بازده حقوق صاحبان سهام
دارایی‌های ثابت	حاشیه سود خالص

متغیر مستقل (تعدیل کننده)

برای اندازه‌گیری خودشیفتگی مدیران (NARCISS) مشابه با پژوهش‌های اولسن و همکاران (۲۰۱۴) و اولسن و استکلبرگ (۲۰۱۶) از دو معیار عکس مدیران و شاخص پاداش نقدی مدیران استفاده می‌شود. در رابطه با معیار اندازه‌گیری عکس مدیران لازم به توضیح است که در پژوهش‌های یاد شده از اندازه عکس مدیران که در صورت‌های مالی ارائه خواهد شد، در قالب امتیازدهی ویژه‌ای استفاده شده است، اما به لحاظ آن‌که در ایران عکس مدیران در صورت‌های مالی ارائه نمی‌شود از معیاری جایگزین مطابق با پژوهش‌های ونگ و همکاران (۲۰۱۱) و جیا و همکاران (۲۰۱۴) از میزان شاخص هورمون تستوسترون مدیرعامل به شرح شکل شماره ۲ استفاده شده است:

معیار اول (شاخص هورمون تستوسترون): نسبت پهنای صورت تقسیم بر بلندای صورت مدیرعامل شرکت، که به صورت فاصله بین دو گیجگاه (پهنای صورت)، تقسیم بر فاصله بین ابرو تا لب بالایی (بلندای صورت) اندازه‌گیری می‌شود. نسبت این اندازه‌گیری پهنای صورت به بلندای صورت به عنوان WHR بیان می‌شود. مطالعات نشان می‌دهند که WHR یک دلیل اصلی برای رفتارهای مربوط به تستوسترون در مردان است [۲۹].

معیار دوم (شاخص پاداش مدیران): به‌طور معمول، در سازمان‌ها مدیران اجرایی خودشیفته پاداش‌های بیش‌تری برای خود قائل شده و از این طریق موقعیت خود را در سازمان مستحکم می‌کنند [۳۷]. شاخص پاداش نقدی مدیران نیز از تقسیم پاداش نقدی مصوب در جلسه مجمع عمومی بر کل حقوق و دستمزد پرداختی سال مالی شرکت به دست خواهد آمد.

شکل ۱: نحوه اندازه‌گیری شاخص هورمون تستوسترون (اقتباس از جیا و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۲۴۱)



یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

جدول شماره ۳ آمار توصیفی برای همه‌ی متغیرهای پژوهش طبق محدودیت زمانی یاد شده در بخش فرضیه‌های پژوهش را نشان می‌دهد. همان‌گونه که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، میانگین شاخص هورمون تستوسترون در حدود ۱/۸۹ است، که این عدد با مقایسه نسبت‌های بیشینه و کمینه مربوط به خود، بیانگر احتمال بروز رفتارهای مرتبط با خودشیفتگی در بین نیمی از مقامات ارشد مالی یا سازمانی شرکت‌های نمونه است. در این راستا، با توجه به میانگین شاخص پاداش نقدی مدیران می‌توان بیان کرد که میزان پاداش پرداختی به مدیران در حدود ۱۲ درصد از کل حقوق و دستمزد پرداختی سال مالی شرکت‌ها است. همچنین، ملاحظه می‌شود میانگین شاخص عملکرد مالی ۴۲ درصد است که این امر بازگو کننده آن است که شرکت‌های نمونه از لحاظ کارایی در وضعیت چندان مناسبی برخوردار نیستند.

جدول ۳: آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشینه	کمینه
لگاریتم مخارج تحقیق و توسعه	۱/۴۰۱	۰/۰۰۰	۱/۵۹۹	۴/۸۳۶	۰/۰۰۰
درصد مالکیت نهادی	۰/۴۶۳	۰/۳۳۹	۱/۰۳۶	۰/۹۸۶	۰/۱۰۴

متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	بیشینه	کمینه
درصد اعضای موظف	۰/۳۸۷	۰/۴۰۰	۰/۱۶۱	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰
درصد سهام شناور آزاد	۰/۱۹۳	۰/۲۰۰	۰/۱۱۳	۰/۵۵۰	۰/۰۵۰
لگاریتم مالیات پرداختی	۴/۳۰۹	۴/۳۲۳	۰/۸۱۱	۶/۶۴۱	۲/۱۳۹
نسبت دارایی‌های ثابت به مجموع دارایی‌ها	۰/۲۴۴	۰/۱۹۳	۰/۲۱۹	۰/۸۰۴	۰/۱۹۲
نسبت حقوق و دستمزد به تعداد کارکنان	۲/۶۸۱	۱/۴۹۵	۲/۴۷۲	۲۷/۶۷۶	۱/۰۷۰
سود هر سهم	۹۰۷/۲۵	۶۳۶/۲۵	۱۰۴۸/۴۲	۹۱۴۴/۶۷	-۳۸۹۱/۴۸
شاخص هورمون تستوسترون	۱/۸۹۳	۱/۸۰۰	۰/۵۱۴	۲/۹۶۸	۱/۰۲۴
شاخص پاداش مدیران	۰/۱۲۲	۰/۰۹۹	۰/۱۰۵	۰/۳۵۰	۰/۰۰۰
شاخص عملکرد مالی	۰/۴۱۸	۰/۲۹۸	۰/۳۷۹	۱/۰۰۰	۰/۰۰۱

پایایی متغیرهای پژوهش

قبل از برآورد مدل باید ایستایی متغیرهای مورد استفاده در مدل مورد بررسی قرار گیرد. لذا، پایایی به این معنا است که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان و کواریانس متغیرهای پژوهش بین سال‌های مختلف ثابت بوده است. بنابراین، مطابق با جدول شماره ۵ در کلیه متغیرهای مستقل، وابسته و تعدیلی سطح معناداری در آزمون ریشه واحد لوین، لین و چو (کوچکتر از ۰/۰۵) مشاهده می‌شود و نشان‌دهنده این است که متغیرها پایا هستند.

جدول ۴: بررسی پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	آزمون لوین، لین و چو		متغیرها	آزمون لوین، لین و چو	
	آماره آزمون	سطح معناداری		آماره آزمون	سطح معناداری
لگاریتم مخارج تحقیق و توسعه	-۱۱/۹۰۸	۰/۰۰۰	نسبت حقوق و دستمزد به تعداد کارکنان	-۵/۹۸۱	۰/۰۰۰
درصد مالکیت نهادی	-۱۴/۳۳۷	۰/۰۰۰	لگاریتم سود هر سهم	-۲/۴۱۲	۰/۰۰۷

آزمون لوین، لین و چو		متغیرها	آزمون لوین، لین و چو		متغیرها
سطح معناداری	آماره آزمون		سطح معناداری	آماره آزمون	
۰/۰۰۰	-۲۸/۴۰۶	شاخص هورمون تستوسترون	۰/۰۰۰	-۷/۳۴۶۹	درصد اعضای موظف
۰/۰۰۰	-۱۰/۷۳۸	شاخص پاداش مدیران	۰/۰۰۰	-۲۲/۱۱۱	درصد سهام شناور آزاد
۰/۰۰۰	-۴/۳۴۴	شاخص عملکرد مالی	۰/۰۰۰	-۴/۰۲۱	لگاریتم مالیات پرداختی
			۰/۰۰۰	-۷/۵۸۶	نسبت دارایی‌های ثابت به مجموع دارایی‌ها

آمار استنباطی

همبستگی بین متغیرها (اعتبار تشخیصی)

جدول شماره ۵ نشان‌دهنده همبستگی بین متغیرهای پژوهش با در نظر گرفتن معیار فروئل و لارکر (۱۹۸۱) است. هم‌چنین، با مشاهده جدول شماره ۵، مقدار R^2 متغیرهای وابسته پژوهش به ترتیب برابر با ۰/۱۶۳ و ۰/۲۲۹ است و با توجه به این مقدار، متغیر مستقل پژوهش (خودشیفتگی) می‌تواند ۱۶/۳ و ۲۱/۹ درصد از تغییرات متغیرهای وابسته را پیش‌بینی کند. از سویی، طبق جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود که، شاخص قابلیت اعتبار مرکب (CR) سازه‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش، نشان‌دهنده اعتبار ترکیبی مناسب این متغیرها را نشان می‌دهد. هم‌چنین، شاخص واریانس استخراج شده (AVE) نیز، بیانگر اعتبار مناسب ابزارهای اندازه‌گیری است.

جدول ۵: همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیر	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	مسئولیت‌پذیری اجتماعی*	عملکرد مالی	خودشیفتگی مدیران	CR	AVE	R^2
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۷۷۰				۰/۷۷۳	۰/۵۹۳	۰/۱۶۳
مسئولیت‌پذیری اجتماعی*	۰/۴۹۸	۰/۸۷۲			۰/۷۶۸	۰/۷۶۱	
عملکرد مالی	۰/۴۱۹	۰/۳۸۶	۱/۰۰۰		۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۲۲۹

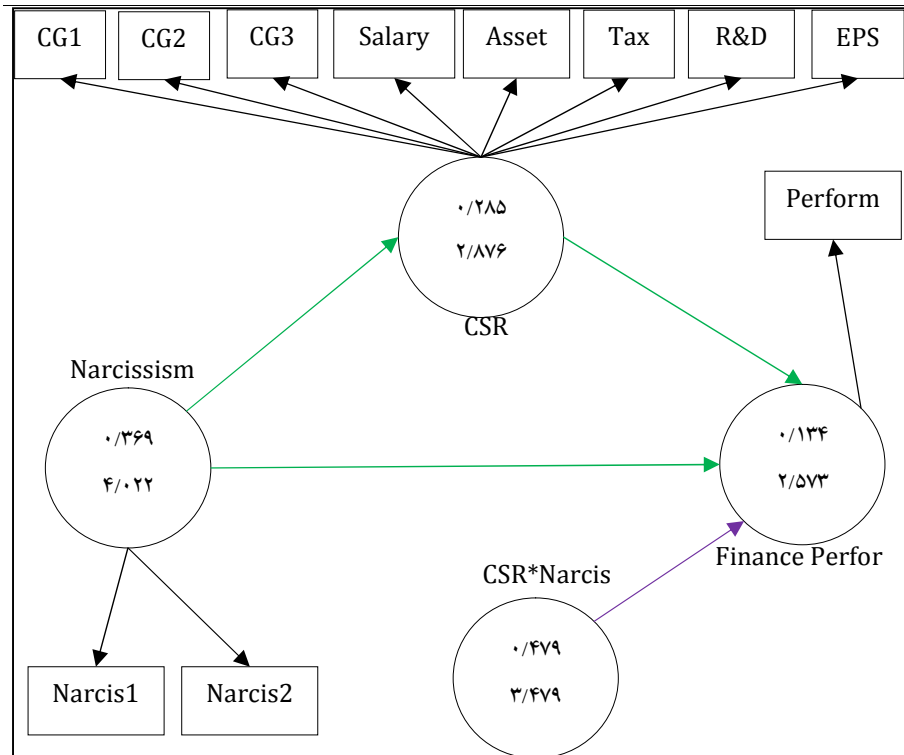
متغیر	مسئولیت پذیر اجتماعی	مسئولیت پذیر خودشیفتگی	عملکرد مالی	خودشیفتگی مدیران	CR	AVE	R ²
خودشیفتگی مدیران	۰/۳۶۹	۰/۷۳۸	۰/۳۱۹	۰/۷۰۷	۱/۸۴۵	۰/۵۰۱	

آزمون فرضیه‌های پژوهش

با توجه به شکل شماره ۲ و جدول شماره ۶، آماره t برای هر چهار مسیر (رابطه خودشیفتگی مدیران با مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی با عملکرد مالی، خودشیفتگی با عملکرد مالی و نقش تعدیلی خودشیفتگی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی)، به ترتیب، ۴/۰۲۲، ۲/۸۷۶، ۲/۵۷۳ و ۳/۴۷۹ است. این آماره‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد کلیه ضرایب رگرسیونی مسیرها مطابق جدول شماره ۶ معنادار است اما مشاهده می‌شود که ضرایب رگرسیونی مسیرهای ۲ و ۳ نسبت به سایر ضرایب ضعیف‌تر و مسیر ۴ قوی‌تر است. سرانجام، با توجه به نتایج هر چهار مسیر می‌توان بیان کرد که متغیر خودشیفتگی مدیران علاوه بر اینکه با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه مثبت و معناداری دارد، مشاهده می‌شود که با ورود خودشیفتگی مدیران در رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر، ضریب مسیر افزایش می‌یابد. هم‌چنین، با افزایش خودشیفتگی در بین مدیران مشاهده می‌شود که شاخص عملکرد مالی شرکت‌ها با شیب کم روبه افزایش است. افزون‌براین، براساس شاخص اندازه تأثیر یا f^2 کوهن می‌توان چنین بیان کرد که متغیر نهفته مستقل (تعدیل‌کننده) پژوهش، در حدود ۱۶ درصد تأثیر قابل توجهی بر روی متغیر وابسته پژوهش دارد. هم‌چنین، براساس آماره CVC و CVR که به ترتیب بیانگر شاخص بررسی اعتبار حشو (افزونگی) و شاخص بررسی اعتبار اشتراک (روایی متقاطع) است، با نمایش اعداد مثبت، نشانگر کیفیت مناسب الگوی ساختاری است.

جدول ۶: خلاصه نتایج آزمون فرضیه اصلی پژوهش

مسیر	ضرایب رگرسیون مسیر	آماره t	سطح معناداری	متغیر	CVR	CVC
مسیر ۱	۰/۳۶۹	۴/۰۲۲	۰/۰۰۰	NARCISS	۰/۰۳۱	۰/۰۳۱
مسیر ۲	۰/۲۸۵	۲/۸۷۶	۰/۰۰۵	CSR	۰/۰۵۰	۰/۰۵۰
مسیر ۳	۰/۱۳۴	۲/۵۷۳	۰/۰۱۳	FINANCPER	۰/۱۸۰	۰/۲۰۲
مسیر ۴	۰/۴۷۹	۳/۴۷۹	۰/۰۰۰	CSR*NARCISS	۰/۲۱۶	۰/۲۱۶
f^2 کوهن			۰/۱۵۸			



شکل ۲: مدل ساختاری (تحلیل مسیر)

پیشنهادهای

امروزه، با تحول و پیشرفت‌هایی که در زمینه روش‌های تحقیق مالی رفتاری صورت گرفته است، به مرور زمان مشاهده می‌شود که بر تعداد پژوهش‌های انجام‌شده در رابطه با اثر سویه‌های مختلف رفتاری بر جنبه‌های تصمیم‌گیری افراد افزوده شده است. براین اساس، در این پژوهش به بررسی اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شد. از این رو، نتایج حاصل از آزمون‌های آماری فرضیه اصلی پژوهش به همراه فرضیه‌های فرعی نشان‌دهنده آن است که با افزایش سطح خودشیفتگی در بین مدیران، گرایش آنان به مسئولیت‌پذیری اجتماعی به‌دلایلی چون: تأیید، تصدیق و تشویق از سوی ذی‌نفعان و همچنین حفظ و ارتقای جایگاه خویش، بیش‌تر خواهد کرد. از سویی، مدیران خودشیفته به دلیل آن که درصد نمایش خود به‌عنوان فردی با قابلیت، شایسته و مورد اعتماد به هیأت مدیره، سهامداران، اعتباردهندگان هستند، لذا سعی بر این دارند تا در کوتاه‌مدت عملکرد مالی شرکت را با استفاده از ترفندهای مختلف (مانند مدیریت سود) مطلوب جلوه دهند. در این راستا، نتایج بسیاری از پژوهش‌های مرتبط با تأثیر خودشیفتگی مدیران بر عملکرد سازمان نشان‌دهنده این است که خودشیفتگی مدیران به مرور زمان

بلندمدت) منجر به خودشیفتگی سازمان شده و این موضوع می‌تواند مشکلات عدیده‌ای را برای سازمان ایجاد کند [۳۲].

هم‌چنین، با مشاهده نقش تعدیل‌کنندگی مدیران خودشیفته در رابطه مثبت بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی، چنین می‌توان نتیجه گرفت که این دسته از مدیران در جهت کسب منافع مادی و معنوی (مانند افزایش پاداش و ارتقای سطح شهرت در جامعه) هزینه‌هایی را در راستای نمایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود (مانند هزینه تحقیق و توسعه) متحمل شرکت نمایند تا در کوتاه‌مدت به نظر رسد سازمان در عملکرد مالی مطلوب به سر می‌برد. از این‌رو، مطابق با مبانی نظری و پیشینه‌های مرتبط، نتایج آماری آزمون فرضیه‌های پژوهش به‌طور مستقیم و غیرمستقیم همسو با نتایج پژوهش‌های پاگانو و ولپین (۲۰۰۵)، گراهام و همکاران (۲۰۱۳)، جیا و همکاران (۲۰۱۴)، اولسن و همکاران (۲۰۱۴)، چنگ و همکاران (۲۰۱۵) و پترنکو و همکاران (۲۰۱۶) است.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر مبنی بر این‌که خودشیفتگی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد مالی تأثیرگذار است، کنترل خودشیفتگی مدیران ضروری به نظر می‌رسد. به این ترتیب، پیشنهاد می‌شود سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان حقیقی و حقوقی به هنگام تصمیم‌گیری در رابطه با شرکت‌های مورد نظرشان، با توجه به نوع دیدگاه خود (ریسک‌پذیر یا ریسک‌گریز) به اندازه‌گیری عملکردهای مالی کوتاه‌مدت و بلندمدت شرکت بپردازند تا بتوانند تصمیم‌گیری مناسب نمایند. سرانجام، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شوند که در پژوهش‌های آتی خود در این زمینه، موضوعات زیر را به مورد بررسی قرار دهند: الف. بررسی بلندمدت محتوای اطلاعاتی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها از منظر سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه؛ ب. بررسی تأثیر سایر سویه‌های رفتاری از جمله کوتاه‌نگری، بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها.

فهرست منابع

۱. بادآور نهندی، یونس، برادران حسن‌زاده، رسول و ژیلا جلالی‌فر، (۱۳۹۳)، "بررسی ارتباط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، **مدیریت بهره‌وری**، ۷ (۲۸)، ۱۳۹-۱۶۴.
۲. جلیلی، صابر و فرزاد قیصری، (۱۳۹۳)، "بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، **دانش حسابرسی**، (۵۷)، ۱۷۲-۱۴۷.
۳. حاجیه‌ها، زهره و بهمن سرافراز، (۱۳۹۳)، "بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها و هزینه حقوق صاحبان سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، **پژوهش‌های تجربی حسابداری**، ۴ (۱۴)، ۱۰۵-۱۲۳.
۴. حساس، یحیی و قدرت الله برزگر، (۱۳۹۳)، "مبانی نظری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و پارادایم تحقیقاتی آن در حرفه حسابداری"، **حسابداری مدیریت**، ۲۲، ۱۳۳-۱۰۹.

۵. خواجهی، شکرالله، بایزیدی، انور و سعید جبارزاده‌کنگرلویی، (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، **پیشرفت‌های حسابداری**، ۳ (۱)، ۵۴-۲۹.
۶. رویایی، رمضانعلی و حسین مهردوست، (۱۳۸۸)، "بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی (بررسی موردی: مدیران تک پست سازمان صدا و سازمان)"، **پژوهش‌نامه علوم اجتماعی**، ۳ (۳)، ۴۳-۵۹.
۷. شیر، اردشیر، خلدشرفی، صبریه، دهقانی‌سلطانی، مهدی و علی یاسینی، (۱۳۹۴)، "بررسی ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتارهای منافقانه با نقش میانجی رفتار ماکیاولی‌گری مدیران در سازمان‌های دولتی شهر کرمانشاه"، **مدیریت سازمان‌های دولتی**، ۳ (۱۱)، ۱۰۷-۱۲۸.
۸. فروغی، داریوش، میرشمس شهشهانی، مرتضی و سمیه پورحسین، (۱۳۸۷)، "نگرش مدیران درباره افشای اطلاعات حسابداری اجتماعی: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، **حسابداری و حسابرسی**، ۵۲، ۷۰-۵۲.
۹. قلی‌پور، آریین، خنیفر، حسین و سمیرا فاخری‌کوزه‌کنان، (۱۳۸۷)، "اثرات خودشیفتگی مدیران بر آشفته‌گی سازمان‌ها"، **فرهنگ مدیریت**، ۱۸، ۹۳-۷۹.
۱۰. محمدی، علی، (۱۳۸۶)، "کاربرد تکنیک‌های برنامه‌ریزی ریاضی برای تجزیه‌وتحلیل صورت‌های مالی شرکت‌های داروسازی"، **پیشرفت‌های حسابداری**، ۵۰، ۱۳۵-۱۱۷.
۱۱. نادری‌خورشیدی، علیرضا و محمد سلگی، (۱۳۹۴)، "بررسی تأثیر قابلیت‌های سازمان و ساختار صنعت بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، **مدیریت بازرگانی**، ۷ (۱)، ۲۰۹-۲۲۹.
۱۲. نوین‌نام، غلام‌عباس، شکرکن، مهناز و حسین مهرابی‌زاده‌هنرمند، (۱۳۸۰)، "بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی و سبک‌های رهبری مدیران"، **علوم تربیتی و روانشناسی**، ۳ (۳-۴)، ۱۰۶-۸۷.
۱۳. وحیدی‌الیزایی، ابراهیم و ماندانا فخاری، (۱۳۹۴)، "تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی بر عملکرد مالی شرکت"، **تحقیقات حسابداری و حسابرسی**، انجمن حسابداری ایران، (۲۷)، ۸۲-۹۹.

14. Amernic, J. H. and R. J. Craig, (2010), "Accounting as a Facilitator of Extreme Narcissism", **Journal of Business Ethics**, 96, 79-93.
15. Bedi, H. S. (2009), "Financial Performance and Social Responsibility: Indian Scenario", Working Paper: <http://ssrn.com/abstract=1496291>.
16. Campbell, W. K. and S. M. Campbell, (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, 214-232.

17. 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.
18. Chatterjee A. and D. C. Hambrick, (2011), "Executive personality, capability cues, and risk taking: how Narcissistic CEOs react to their successes and stumbles", **Administrative Science Quarterly**, 56, 202-237.
19. Cheng, S., Lin, K. Z., and W. Wong, (2015), "Corporate social responsibility reporting and firm performance: evidence from China", **Journal of Management and Governance**, 4, 1-21.
20. Cormier, Denis., and M. Magnan, (2007), "Analysis, the Revisited Contribution of Environmental Reporting to investors' Valuation of a Firm Earnings: An International Perspective", **Ecological Economics**, 62 (3-4), 613-626.
21. Davidson, R. H. Dey, A. and A. Smith, (2015), "Executives "Off-The-Job" Behavior, Corporate Culture, and Financial Reporting Risk", **Journal of Financial Economics**, 117(1), 5-28.
22. Dikolli, S. S., Mayew, W. J. and T. D. Steffen, (2012), "Honoring One's Word: CEO Integrity and Accruals Quality", Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract>.
23. El Ghouli, S., Guedhami, O., Kwok, C. C. and Mishra, D. R., (2011), "Does Corporate Social Responsibility Affect the Cost of Capital?", **Journal of Banking and Finance**, 35 (9), 2388-2406.
24. Finkelstein S., Hambrick D. C., (1996), **Strategic Leadership: Top Executives and their Effects on Organizations**, West: St. Paul, MN.
25. Flynn FJ, Staw B. M., (2004), "Lend Me Your Wallets: The Effect of Charismatic Leadership on External Support for an Organization", **Strategic Management Journal**, 25, 309-330.
26. Frino, A.; Lim, M. Y., Mollica, V. and R. Palumbo, (2015), "CEO Narcissism and Earnings Management", Working Paper, <http://ssrn.com/abstract=2539555>.
27. Graham, J. R., Harvey, C. R. and M. Puri, (2013), "Managerial Attitudes and Corporate Actions", **Journal of Financial Economics**, 109 (1), 103-121.
28. Hillman, A. J. and Keim, G. D., (2001), "Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's The Bottom Line?", **Strategic Management Journal**, 22(2), 125-139.
29. Jia, Y., van Lent, L. and Y. Zeng, (2014). Masculinity, Testosterone, and Financial Misreporting, **Journal of Accounting Research**, 52(5), 1195-1246.
30. Kotler, Philip. Lane, Keller Kevin. Ang, Swee Hoon. Leong, Siew Meng and Tan, Chin Tiong (2006). **Marketing Management**, 4^{ed}, New York, Prentice Hall.
31. Lanis, R. and G. Richardson. (2015). Is Corporate Social Responsibility Performance Associated with Tax Avoidance?, **Journal of Business Ethics**, 127 (2), 439-457.
32. Lubit, R. (2002). The Long-Term Organizational Impact of Destructively Narcissistic Managers, **Academy of Management Executive**, 16 (1), 127-138.
33. McWilliams, A., and D. Siegel. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective, **Academy of Management**, 26 (1), 117- 127.

34. Moura-Leite, R. C., Padgett, R. C. and Galan, J. I. (2012). Is Social Responsibility Driven by Industry or Firm-Specific Factors?, **Management Decision**, 50 (7): 1200-1221.
35. Olsen, K. J. and J. M. Stekelberg. (2016). CEO Narcissism and Corporate Tax Sheltering, **Journal of the American Taxation Association**, 38 (1), 1-22.
36. Olsen, K. J.; K. K. Dworkis; and S. M. Young. (2014). CEO Narcissism and Accounting: A Picture of Profits, **Journal of Management Accounting Research**, 26: 243-267.
37. O'Reilly, C. A.; Doerr, B.; Caldwell, D. F.; and J. A. Chatman. (2014). Narcissistic CEOs and Executive Compensation, **The Leadership Quarterly**, 25(2), 218-231.
38. Pagano, M., and P. Volpin (2005). Managers, Workers, and Corporate Control, **The Journal of Finance**, 60, 841-868.
39. Petrenko, O. V.; Aime, F.; Ridge, J.; and A. Hill. (2016). Corporate Social Responsibility or CEO Narcissism? CSR Motivations and Organizational Performance, **Strategic Management Journal**, 37 (2), 262-279.
40. Raskin, R. and H. Terry. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity, **Journal of Personality and Social Psychology**, 54, 890-902.
41. Rijsenbilt, A. and H. Commandeur. (2013). Narcissus Enters the Courtroom: CEO Narcissism and Fraud, **Journal of Business Ethics**, 117 (2), 413-429.
42. Ryan, L. V. (2005). Corporate Governance and Business Ethics in North America: The State of the Art, **Business and Society**, 44, 40-73.
43. Serafeim, G.; Ioannou, I.; and B. Cheng. (2011). Corporate Social Responsibility and Access to Finance, **Strategic Management Journal**, 35 (1), 1-23.
44. Servaes, H. and A. Tamayo. (2013). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Averseness, **Management Science**, 59 (5), 1045-1061.
45. Turker, D. (2009). Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study, **Journal of Business Ethics**, 85(4), 411-427.
46. Watson, L. (2015). Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Earnings Performance, **The Journal of the American Taxation Association**, 37 (2), 1-21.
47. Wu, M., and C. Shen. (2013). Corporate Social Responsibility in The Banking Industry: Motives and financial Performance. **Journal of Banking and Finance**, 37, 3529-3547.



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

Shokrollah Khajavi (PhD)¹©

Professor of Accounting, Shiraz University, Iran

Ali Asghar Dehghani Saadi²

M. A. in Accounting, Shiraz University, Iran

Manucher Roosta³

Ph.D student in Accounting, Allameh Tabatbaei University, Iran

(Received: 4 May 2016; Accepted: 5 October 2016)

Nowadays it is proved that organizations' success would be achieved through respect to the ethical value, people, society, and environment. On the other hand, narcissism which is considered as a personality structure could affect the managers' judgement and decision making of various probability. According to the recent studies, narcissism plays a vital role on doing the corporate social responsibilities activities among the managers. In this regard, the main goal of this research is to empirical study of the moderating role of managers' narcissism on the relationship between social responsibilities and financial performance of 54 listed companies of Tehran Stock Exchange during 2004 to 2015. Thus, by using structural equation modeling (path analysis) as statistical analysis, results showed that there is a significant and positive relationship between managers' narcissism, social responsibilities and financial performance. Moreover, the results suggested a significant and positive relationship between social responsibilities and financial performance. Besides, the moderating role of managers' narcissism in explaining the relationship between social responsibilities and financial performance was confirmed.

Keywords: Behavior Finance, CEO Narcissism, Corporate Social Responsibility, Financial Performance.

¹ shkhajavi@rose.shirazu.ac.ir ©(Corresponding Author)

² ira.dehghani@gmail.com

³ manuchehr.roosta@yahoo.com