



خود شیفتگی مدیران، انتخاب سبک‌های رهبری در حسابداری

سعید فرخ^۱
آزیتا جهانشاد^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۲۸

چکیده

مطالعات نشان داده است که خودشیفتگی مدیران می‌تواند بر انتخاب سبک‌های رهبری در مقولات حسابداری (از جمله مدیریت سود، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کیفیت گزارشگری مالی و...) اثرگذار باشد؛ پژوهش حاضر در نظر دارد تا به ارزیابی روابط بین خود شیفتگی مدیران، انتخاب سبک‌های رهبری در حسابداری بپردازد. جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل مدیران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس می‌باشند. به دلیل این که دسترسی به تمامی اعضای جامعه‌ی آماری امکان‌پذیر نبود بنابراین از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده گردید. از این رو پرسشنامه‌ها بین مدیران توزیع گردیده و جمعا ۱۵۰ پرسشنامه تکمیل شده گردآوری شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از معادلات ساختاری و به کمک نرم‌افزار لیزرل صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان داد که خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری تحول‌گرا در حسابداری-در مقایسه با عمل‌گرا- تأثیر بیشتری داشته است. علاوه بر این، خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری عمل‌گرا و سبک رهبری تحول‌گرا در تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مدیریت سود و کیفیت گزارشگری مالی تأثیرگذار است.

واژه‌های کلیدی: خودشیفتگی، سبک رهبری، مسئولیت اجتماعی، مدیریت سود، کیفیت گزارشگری مالی، استراتژی تجاری.

۱- گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Aq.saeedfarokh@gmail.com

۲- گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. نویسنده مسئول. az_jahanshad@yahoo.com



۱- مقدمه

در آغاز قرن بیستم، چنین اعتقادی در میان صاحب‌نظران وجود داشت که نیازی نیست رهبران برای مناصب رهبری تحت آموزش و تربیت قرار بگیرند بلکه از همان ابتدای امر، رهبر متولد می‌شوند و نیز چنین تصور می‌شد که افراد مورد نظر دارای خصوصیات ذاتی هستند که از آن‌ها رهبرانی موفق می‌سازد. خصوصیت رهبر یک ویژگی فیزیکی یا شخصیتی است که می‌توان از آن جهت ایجاد تمایز میان رهبران و پیروان استفاده کرد. چنین بیان شده است که افراد، دارای الگوهای رهبری هستند که بر شناخت آن‌ها در مورد یک رهبر مؤثر یا غیرمؤثر تأثیر می‌گذارد. در واقع الگوی رهبری نمایشی از خصوصیات و رفتارهایی است که مختص رهبران می‌باشد. محققان ثابت کردند زمانی که افراد دارای خصوصیات از قبیل هوشمندی، مردانگی و تسلط باشند به عنوان رهبر شناخته خواهند شد (کریتنر و کینیکی ترجمه فرهنگی و صفرزاده، ۱۳۸۶؛ به نقل از معایر حقیقی و همکاران، ۱۳۸۹).

گرچه یک فرد خودشیفته معمولاً به عنوان فردی متکبر، خودخواه، پرخاشگر در نظر گرفته می‌شود (کمپبل و فاستر^۱، ۲۰۱۱؛ پینکوسولوکوویتسکی^۲، ۲۰۱۰) و مشتاقانه به دنبال توجه دیگران است (الیسون و همکاران^۳، ۲۰۱۱؛ سیدمن^۴، ۲۰۱۳)، اما این ویژگی را می‌توان به عنوان بخشی سالم و طبیعی از شخصیت و رشد ذهنی اشخاص در نظر گرفت (بندر^۵، ۲۰۱۲). شواهد اخیر نشان داده‌اند که با توجه به شخصیت برونگرا و تمایلات رفتاری خودافزاینده، خودشیفتگان احتمالاً از میان جمعیت متمایز شده (مهدی زاده، ۲۰۱۰؛ ناتان دیوال و همکاران^۶، ۲۰۱۱) و به عنوان رهبر ظاهر می‌شوند (گریجالوا و همکاران^۷، ۲۰۱۵؛ نویکا و همکاران^۸، ۲۰۱۱؛ لیونگ^۹ و همکاران، ۲۰۲۱).

واژه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به پیدایش جنبشی اشاره دارد که به دنبال وارد کردن عوامل محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکت‌ها، استراتژی تجاری و حسابداری است و هدف از آن، تلاش در جهت ارتقای عملکرد و زیست محیطی در کنار ابعاد اقتصادی می‌باشد (حساس یگانه، ۱۳۹۹). در خصوص رابطه‌ی بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها نیز شواهدی وجود دارد؛ 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 (فروغی و

¹Campbell and Foster

²Pincus and Lukowitsky

³Ellison et al

⁴Seidman

⁵Bender

⁶Nathan DeWall et al

⁷Grijalva et al

⁸Neuvicka et al

⁹Leung

همكاران ، ۱۳۸۷). پاگانو و ولپين (۲۰۰۵) بيان مى‌كنند كه مديران شركت‌ها ممكن است از فعاليت‌هاى مرتبط با مسئوليت پذيرى اجتماعى به عنوان ابزاري براى جلب رضایت سهامداران استفاده نمايند (پاگانو و ولپين، ۲۰۰۵). همچنين خودشيفتگى در مقايسه با ديگر خصوصيات شخصى، مديران را در جهت انجام اقداماتى سوق مى‌دهد كه از عرف سرباز زده و در پى توجه و ستايش ديگران هستند و اين اقدامات در نهايت عملکرد سازمان را تحت تاثير قرار خواهد داد (قلی پور و همكاران، ۱۳۸۷). خودشيفتگى در بين مديران مى‌تواند اثراتى را بر نتايج سازمانى داشته باشد و اين ويژگى از طريق تاثير بر انتخاب مديران در زمينه‌هاى چون انتخاب استراتژى، ساختار و نيز كارمندیابى اعمال مى‌شود (چترجى و همبريك، ۲۰۰۷) و با توجه به آنكه تنها استراتژى است كه مى‌تواند مانند يك نقشه راهنما، شركت‌ها را در محيط‌هاى پر نوسان و حساس در مسير درست هدايت نمايد و متضمن ادامه مسير به وسيله شركت باشد (مجيبي و ميلانى، ۱۳۸۹).

با بررسى ادبيات موضوعى پژوهش مى‌توان دريافت كه درباره‌ى موضوع خودشيفتگى مديران و در مورد نقش و اثرگذاري آن بر انتخاب سبك‌هاى رهبرى در حسابدارى در ايران تاكنون پژوهشى انجام نشده است و يا اگر پژوهشى صورت گرفته تنها تاثير خودشيفتگى مديران را بر يك يا دو بعد/متغير مورد ارزيابى قرار داده‌اند كه مى‌توان به خلاهاى موجود تئوريكى در اين زمينه پى برد. به عبارت بهتر در اين باره با كمبود منابع و اطلاعات مواجهه بوده كه اين امر، لزوم تحقيقات بيشتري در اين خصوص را روشن مى‌سازد. بنا بر اين با اجرائى اين پژوهش، مى‌توان به غنى‌سازى ادبيات موجود كمك نمود.

با توجه به مطالب بيان شده و از آن جايى كه ويژگى‌هاى شخصيتى مديران، زمينه‌ساز رفتارهاى آنان است و برخى از عوامل رفتارى دخيل در شخصيت مديران (همانند خودشيفتگى) باعث اثرگذاري بر نوع و سبك رهبرى آنان خواهد شد، لذا شناسايى اين عوامل و اثرات آنها مى‌تواند در بهبود فرايند سبك رهبرى مديران مؤثر باشد. پس پژوهش حاضر در پى ارزيابى رابطه بين خودشيفتگى مديران و اثرات آن بر سبك‌هاى رهبرى در حسابدارى است. اين پژوهش داراي دانش‌افزاى و نوآورى است، نتايج اين پژوهش، زواياى مختلف اين رابطه را روشن خواهد ساخت؛ بنا بر اين نتايج حاصله مى‌تواند توسط مديران و مسئولان سازمان‌ها و شركت‌ها، روان‌شناسان صنعتى و پژوهشگران و دانشگهيان مورد استفاده قرار گيرد.

۲- مباني نظري و توسعه فرضيه‌ها

برخى پژوهشگران معتقدند كه خودشيفتگى مديران همواره منجر به نتايج منفي براى شركت‌ها نمى‌شود. خودشيفتگى مى‌تواند يك سازوكار انگيزشى به شمار آيد، زيرا شامل باور به توانايى‌هاى برتر خود و نياز به تايد قوى و مداوم از سوى ديگران است. مديران خودشيفته به رقابت سوق داده شده و معمولاً هر اقدام ممكنى را براى پيروزي انجام مى‌دهند (لوچنر و همكاران^۱، ۲۰۱۱؛ شيانگوتيان^۲، ۲۰۲۰). مديران خودشيفته

^۱Luchner et al

^۲ Xiang and Tian

به اطلاعات مالی که مستقیماً مسئول آن هستند، اطمینان زیادی دارند (چترجی و همبریک،^۱ ۲۰۰۷). خودشیفتگی آنها را به سمت دستیابی به نتایج عالی سوق می‌دهد. بنابراین، ممکن است استانداردهای بالاتری برای کنترل‌های داخلی داشته باشند، ریسک مالی و عملیاتی کمتری داشته و در نتیجه جریان نقدی غیرضروری را کاهش دهند. در این مورد، خودشیفتگی مدیران می‌تواند منجر به ارائه اطلاعات با کیفیت مطلوب گردد (ژیانگ و سانگ،^۲ ۲۰۲۱). مدیران خودشیفته به دلیل تمایل به ابراز و توجه، ممکن است نیازها و علایق خود را بر نیازها و علایق سازمانی غلبه کرده و رفتارهای بسیار خودخواهانه انجام دهند (روزنتال و پیتینسکی،^۳ ۲۰۱۵). آنها ممکن است نه تنها از طریق تأثیر آنها بر کیفیت اطلاعات مالی شرکت، بر حق الزحمه حسابرسی تأثیر بگذارند، بلکه ممکن است سعی کنند با ارائه اطلاعات مالی شرکت با کیفیت بالا، متمایز بودن و موقعیت اجتماعی خود را نشان دهند (ژیانگ و سانگ، ۲۰۲۱).

مسئولیت اجتماعی در ارتباط با مشتریان شامل فعالیتهایی است که یک شرکت انجام می‌دهد تا رضایت مشتریان را تأمین کند (حسینی ۱۳۹۵). مسئولیت سازمان‌ها را می‌توان به چهار بعد مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اجتماعی و مسئولیت اخلاقی تفکیک کرد (رحیمیان ۱۳۹۶).

به لحاظ نظری، مدیران خودشیفته با شاخصه‌های رفتاری نظیر خودخواهی، تمایل به استثمار دیگران، بی‌توجهی به دیگران و پاداش طلبی افراطی، به گزارشگری مالی متقلبانه اقدام می‌کنند. با این حال، بین خودشیفتگی مدیران بر اساس نسبت پاداش مدیران بر حقوق و دستمزد کارکنان با دو مورد از معیارهای کیفیت گزارشگری مالی - شامل مدیریت سود و کیفیت سود - رابطه معناداری مشاهده شد؛ به این ترتیب که خودشیفتگی مدیران موجب افزایش مدیریت سود و کاهش کیفیت سود می‌شود (بذرافشان و همکاران، ۱۳۹۷). یک مدیر خودشیفته تمایل به مدیریت سود شرکت‌ها برای دستیابی به رضایت خود دارد که این امر دیدگاه جدیدی به نظریه نمایندگی می‌بخشد. برای سهامداران، تعداد تصاویر مدیرعامل در گزارش سالانه ممکن است علامت هشدار اولیه مدیریت سود باشد (ماریا کونتسا و اشلی هوی هوی تانگ ۲۰۲۰). پس بر اساس مبانی نظری مطرح شده در پژوهش حاضر انتظار می‌رود خودشیفتگی در بین مدیران در بروز پدیده مدیریت سود و عملکرد مالی شرکت تأثیرگذار باشد.

مدیران خودشیفته ضعف‌ها و نواقص خود را به صورت حُسن می‌بینند و می‌خواهند به کمک منطق‌سازی و تحریف، خود را با شخصیت قوی و بی‌نقص نشان دهند. با توجه به مبانی نظری گفته شده در ارتباط با ویژگی‌های شخصیتی مدیران خودشیفته انتظار می‌رود، آنها بیشتر قادر باشند تا از قدرت و عدم تقارن اطلاعات به منظور مداخله در گزارشگری مالی نادرست استفاده کنند و خود را فردی موفق جلوه داده و مورد تحسین

¹ Chatterjee and Hambrick

² Xiang, Song

³ Rosenthal and Pittinsky

دیگران واقع شوند و این موضوع باعث کاهش شفافیت گزارشگری مالی می‌گردد (مارکز^۱ و همکاران، ۲۰۱۸؛ هام و همکاران، ۲۰۱۷؛ نقل از طاهری و همکاران، ۱۳۹۹).

نتایج برخی مطالعات حاکی از اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک‌های رهبری آنان می‌باشد؛ تاکنون طبقه‌بندی‌های مختلف از سبک‌های رهبری توسط محققان انجام گرفته است ولی در یک طبقه‌بندی نوین که بر اساس نحوه عملکرد انجام شده است. رهبران به دو گروه مبادله‌ای و تحول‌آفرین (دامبر و کریستفر^۲، ۲۰۰۱) تقسیم می‌شوند. تحقیقات نشان داده است که ویژگی‌های رفتاری رهبری تحولی، پیروان خود را به سوی عملکرد بیش از انتظار هدایت می‌کند (هومفرز و اینستین^۳، ۲۰۰۳). رهبری تحول‌آفرین نمایانگر فرآیندی است که منتهی به تغییر و تحول در افراد می‌شود و با ارزش‌ها، ویژگی‌های اخلاقی، اهداف بلندمدت، ارزیابی محرک‌های تأثیرگذار بر کارکنان، ارضای نیازها و شیوه رفتار با آنها مرتبط است. رهبری تحول‌آفرین برای عینیت یافتن نیازمند چهار عامل مشتمل بر توجه به افراد، ترغیب به تفکر، انگیزش الهام بخش و نفوذ ایده‌آل است (بنجامین و فلاین^۴، ۲۰۰۶). سبک رهبری مبادله‌ای (تبادلی) و سبک رهبری تحول‌آفرین رموزی را در مورد اثربخشی رهبری افشا می‌کنند (باس^۵، ۱۹۸۵؛ بارنز^۶، ۱۹۷۸). این رهبران بر مدیریت کلی سازمان و عملکرد آن تمرکز کرده و زیردستان خود را از هر دو طریق پاداش و مجازات‌ها ترغیب می‌نمایند؛ برنز در سال ۱۹۷۸ رهبران تبادلی را به عنوان افرادی معرفی کرد که با استفاده از پاداش دادن به پیروان، به نوعی مبادله با پیروان پرداخته و موجب عملکرد بهتر آنان خواهند شد. رهبری تبادلی شامل مبادله محرک‌ها و پاداش‌ها توسط رهبر به منظور جلب حمایت از جانب پیروان است. هدف چنین رهبری توافق در مورد مجموعه‌ای از اعمال است که اهداف جداگانه و فوری رهبر و پیروان را برآورده سازد. برخلاف رهبری عمل‌گرا، رهبری تحول‌آفرین فراتر از ارضای نیازهای فوری است.

از نظر باس (۱۹۸۵) رفتارهای مرتبط با رهبری تبادلی نیز از پاداش اقتضایی، مدیریت بر مبنای انتظار (فعال)، مدیریت بر مبنای انتظار (منفعل)، رهبری عدم مداخله‌گر (بی‌بندوبار) دسته‌بندی می‌شوند. رهبرانی که از سبک پاداش اقتضایی استفاده می‌کنند به مبادله منابع می‌پردازند. مدیریت انتظار فعال نظارت بر انحرافات افراد از نقش‌ها و استانداردها و تصحیح آن‌ها بر عهده دارند، سبک مدیریت انتظار منفعل، عدم دخالت در امور از طرف رهبران است، مگر زمانی که استانداردها رعایت نشده باشند و در نهایت رهبری عدم مداخله‌گر برای رهبرانی که به عدم پذیرش مسئولیت و عدم تمایل به تصمیم‌گیری گرایش دارند کاربرد دارد. با توجه به مطالب بیان شده و با توجه به آنکه برخی از عوامل رفتاری دخیل در شخصیت مدیران (همانند خودشیفتگی)

¹ Marquez et al

² Dumber & Keristefer

³ Humphreys & Einstein

⁴ Benjamin & Flynn

⁵ Bass

⁶ Burns

باعث اثرگذاری بر نوع و سبک رهبری خواهد شد، لذا شناسایی این عوامل و اثرات آنها می‌تواند در بهبود فرآیند رهبری مدیران مؤثر باشد. پس پژوهش حاضر در پی ارزیابی رابطه بین خودشیفتگی مدیران و اثرات آن بر سبک‌های رهبری در حسابداری است.

در ادامه به نتایج برخی از مهمترین پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه اشاره می‌گردد: آگنیهورتری و باتاچاریا^۱ (۲۰۲۱) در پژوهش خود، ارتباط بین خودشیفتگی مدیرعامل و کوتاه‌بینی مدیریت را بررسی کردند. این مطالعه بیشتر به بررسی اثر واسطه‌ای اساسی بازارگرایی در این پیوند می‌پردازد. آنان با استفاده از داده‌های نمونه‌ای از ۲۱۰ شرکت هندی از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۶ نشان دادند که خودشیفتگی مدیرعامل تأثیر مثبتی بر کوتاه‌بینی مدیریت دارد.

گاریامکا^۲ و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی این موضوع پرداختند که آیا مدیران عامل خودشیفته، اجتناب از مالیات بیشتری دارند؟ آنان در مطالعه‌ی خود، نقش تعدیل‌کننده کمیته‌های حسابرسی داخلی را نیز در نظر گرفتند. در این مقاله؛ علاوه بر تأثیر تمایلات خودشیفتگی مدیرعامل (مدیرعامل) در مورد اجتناب از مالیات شرکت‌ها، تأثیر تعدیل‌کننده دو ویژگی کمیته حسابرسی، اندازه و جنسیت، در رابطه بین خودشیفتگی و اجتناب از مالیات مورد بررسی قرار گرفت. آنان با استفاده از یک نمونه تجزیه و تحلیل اسپانیایی متشکل از ۱۳۰۳ مشاهدات سالانه از دوره ۲۰۰۸-۲۰۱۷، نشان دادند که خودشیفتگی مدیرعامل با اجتناب از مالیات رابطه مثبت دارد. خودشیفتگی یک ویژگی شخصیتی محسوب می‌شود که باعث می‌شود مدیران عامل اجرایی استراتژی‌های اجتناب از مالیات را اجرا کنند. با این حال، این رفتار اختیاری توسط برخی از ویژگی‌های کمیته حسابرسی محدود شده است. به طور خاص، شرکت‌هایی که کمیته‌های حسابرسی بزرگتری دارند به کنترل عواقب خودشیفتگی مدیرعامل در اجتناب از مالیات کمک می‌کنند. علاوه بر این، کمیته‌های مختلف حسابرسی جنسیتی نسبت به اجتناب مالیاتی شرکت حساسیت بیشتری نشان می‌دهند و آنها عملکردهای مالیاتی تهاجمی را که توسط مدیران عامل خودشیفته تبلیغ می‌شود، کاهش می‌دهند. بنابراین، اثربخشی کمیته حسابرسی در نظارت بر تصمیمات مدیریتی مربوط به اجتناب از مالیات بسیار مهم است.

جود^۳ و همکاران (۲۰۱۷) شواهدی را بدست آوردند که نشان داد خودشیفتگی مدیران منجر به کاهش کیفیت گزارشگری مالی خواهد شد و این امر به نوبه خود باعث افزایش حق الزحمه حسابرسان مستقل می‌گردد؛ همچنین شواهد بازگوکننده این امر شد که خودشیفتگی در بین مدیران عامل احتمال استعفای حسابرسان را افزایش می‌دهد. این محققان در پژوهش خود از برجستگی عکس مدیرعامل، شهرت مدیرعامل و همچنین حقوق و مزایای نقدی و غیرنقدی مدیرعامل برای سنجش خودشیفتگی بهره بردند.

¹Agnihotria, Bhattacharya

²García-Meca

³Judd

در پژوهش پیری شهابی و بنی مهد (۱۴۰۰) به بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداخته شد. نتیجه حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داد که خودشیفتگی مدیرعامل دارای اثری مستقیم بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت می‌باشد.

پژوهش بزرگ اصل و همکاران (۱۴۰۰) به دنبال بررسی تأثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر ریسک تقلب در گزارشگری مالی و نقش تعدیل‌گر حسابرسان و کمیته حسابرسی در رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و ریسک تقلب در گزارشگری مالی بود. یافته‌های پژوهش آنان نشان داد که رابطه مثبت و معنادار بین خودشیفتگی مدیرعامل و ریسک تقلب در گزارشگری مالی وجود دارد؛ همچنین یافته‌ها حاکی از اثر تعدیل‌کننده تلاش حسابرسان، تخصص حسابرسان و رئیس کمیته حسابرسی در رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و ریسک تقلب در گزارشگری مالی است.

هدف پژوهش طالبیان و محمدی زاده (۱۴۰۰)، بررسی تأثیر تیپ‌های شخصیتی (مدل پنج عاملی شخصیت) بر سبک مدیریتی مدیران با توجه به نقش واسطه‌ای خودشیفتگی در دوره متوسطه پایه‌های اول و دوم شهرستان خان میرزا بود. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها رگرسیون ساده و ضریب همبستگی پیرسون نشان داد از بین ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرایی، روان‌رنجوری، توافق‌پذیری و وظیفه‌شناسی بر خودشیفتگی مؤثر است و خودشیفتگی تنها با سبک رهبری تحول‌گرا در رابطه معنادار می‌باشد. همچنین اثرات مستقیم ویژگی‌های شخصیتی بر سبک رهبری با ضریب رگرسیونی ساده نشان داد تمامی ۵ ویژگی شخصیتی برون‌گرایی، گشودگی، روان‌رنجوری، توافق‌پذیری و وظیفه‌شناسی بر رهبری تحول‌گرا مؤثر بوده در صورتی که تنها ویژگی برون‌گرایی، گشودگی و وظیفه‌شناسی بر رهبری عملگرا مؤثر است. همچنین نتایج آزمون سوبل جهت تعیین میانجی‌گری خودشیفتگی نشان داد این متغیر نقش میانجی‌گر بین ویژگی‌های شخصیتی و سبک‌های رهبری ایفا نمی‌کند.

نتایج حاصل از پژوهش زرگر نصرالهی و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد که خودشیفتگی مدیران بر مدیریت سود تعهدی تأثیر مستقیم دارد. حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود تعهدی تأثیر معکوس دارد. ولی، حاکمیت شرکتی بر ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و مدیریت سود تعهدی تأثیر ندارد. خودشیفتگی مدیران باعث می‌شود تا مدیران اهداف خود را در اولویت قرار داده و برای رسیدن به هدفشان اقدام به دستکاری سود کنند و مدیریت سود تعهدی افزایش می‌یابد. حاکمیت شرکتی قوی در شرکت منجر به محدود شدن دستکاری سود توسط مدیران می‌شد. در شرکت‌هایی که حاکمیت شرکتی قوی دارند خودشیفتگی مدیران بر مدیریت سود تعهدی تأثیر نخواهد داشت.

علی نژاد و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تأثیر خودشیفتگی مدیران عامل بر شفافیت گزارشگری مالی به این نتیجه دست یافتند که که خودشیفتگی مدیران عامل اثر منفی بر شفافیت گزارشگری مالی ندارد. همچنین بین دیگر ویژگی رفتاری مدیران یعنی متغیر اطمینان بیش از حد و شفافیت گزارشگری مالی رابطه منفی و معناداری مشاهده گردیده است.

هدف از پژوهش شیری و همکاران (۱۳۹۴) مطالعه و بررسی ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتارهای منافقانه با نقش میانجی رفتارهای ماکیاولیگری مدیران در سازمان‌های دولتی شهر کرمانشاه بوده است. حجم جامعه‌ی مورد مطالعه ۴۵۸۸ نفر بودند که ۳۵۵ نفر به عنوان نمونه‌ی آماری انتخاب شدند. نتایج حاکی از آن است که خودشیفتگی مدیران بر رفتارهای ماکیاولیگری دارای اثر مستقیم و معناداری برابر با ۰/۷۴ است و همچنین خودشیفتگی نیز دارای اثر مستقیم معناداری برابر با ۰/۸۷ بر رفتار منافقانه میب‌اشد. رفتار ماکیاولیگری نیز بر رفتار منافقانه دارای اثر مستقیم و معناداری برابر با ۰/۶۶ است؛ پس میانجی بودن رفتار ماکیاولیگری در ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتار منافقانه مدیران نیز تأیید می‌شود.

۳- فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مطالب بیان شده در بخش مبانی نظری، فرضیه‌های تدوین شده این پژوهش عبارت‌انداز:

فرضیه اول: بین خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک‌های رهبری رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

◀ بین خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک رهبری عمل‌گرا رابطه وجود دارد.

◀ بین خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک رهبری تحول‌گرا رابطه وجود دارد.

فرضیه دوم: بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری در تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

◀ بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری عمل‌گرا در تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها رابطه وجود دارد.

◀ بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری تحول‌گرا در تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها رابطه وجود دارد.

فرضیه سوم: بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری در مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

◀ بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری عمل‌گرا در مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه وجود دارد.

◀ بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری تحول‌گرا در مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری در مدیریت سود رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

◀ بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری عمل‌گرا در مدیریت سود رابطه وجود دارد.

◀ بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری تحول‌گرا در مدیریت سود رابطه وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری در کیفیت گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

◀ بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری عمل‌گرا در کیفیت گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.

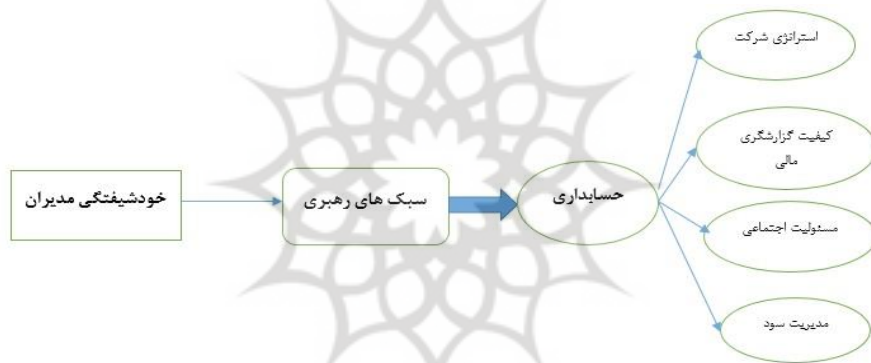
◀ بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری تحول‌گرا در کیفیت گزارشگری مالی رابطه وجود دارد.

۳-۱- جامعه‌ی آماری و نمونه

جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل مدیران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس می‌باشند. به دلیل این که دسترسی به تمامی اعضای جامعه‌ی آماری امکانپذیر نبود بنابراین از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد؛ بدین ترتیب که برای مدیران شرکت‌های بورسی که اطلاعات ارتباطی آن‌ها (همانند آدرس ایمیل، شماره همراه و یا شماره دفتر کار) موجود بود پیام ارسال شده و از آنان خواسته شد تا در تکمیل پرسشنامه‌ها یاری رسانند؛ نهایتاً تعداد ۱۵۶ نفر از این افراد حاضر به همکاری شدند که پرسشنامه‌ها بین این افراد توزیع گردیده و جمعا ۱۵۰ پرسشنامه تکمیل شده، گردآوری شد.

۳-۲- مدل و متغیرهای پژوهش

با توجه به فرضیه‌های تدوین شده، مدل این پژوهش را می‌توان به صورت زیر ترسیم نمود:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

منبع: یافته‌های پژوهشگر

متغیرهای این پژوهش از طریق پرسشنامه‌های استاندارد گردآوری می‌شوند. در جدول زیر خلاصه‌ای از ابزارهای پژوهش جهت سنجش متغیرها ارائه گردیده است:

جدول ۱: خلاصه متغیرهای پژوهش

متغیرها	سؤالات استفاده شده از مطالعات قبلی	مؤلفه‌ها
خوشیفتگی مدیران	از پرسشنامه شخصیت خودشیفته راسکین و تری (NPI ۴۰)	قدرت و اختیار، خودبستگی، تقدم، خودنمایی، انتفاع، غرور و خودبینی، ملقب کردن
سبک‌های رهبری	پرسشنامه چند عاملی رهبری MLQ	نفوذ آرمانی، ترغیب ذهنی، ملاحظات فردی، انگیزش الهام بخش
مسئولیت پذیری اجتماعی	از پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان کارول (۱۹۹۱)	تعهدات اقتصادی، تعهدات قانونی، تعهدات اخلاقی، تعهدات اجتماعی
استراتژی شرکت‌ها	از پرسشنامه هاپکینز (۲۰۰۸)	خریداران، عرضه کنندگان، کالاهای جایگزین، تازه‌واردان، رقبا
مدیریت سود	از پرسشنامه جمشیدی (۱۳۹۳)	تک مؤلفه‌ای
کیفیت گزارشگری مالی	از پرسشنامه استاندارد برگرفته از پژوهش (نبوی نژاد، ۱۳۹۴)	تک مؤلفه‌ای

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- یافته‌های توصیفی

در جدول ۲ برخی شاخص‌های متغیرهای پژوهش ارائه گردیده‌اند:

جدول ۲: شاخص‌های مرکزی، پراکندگی و توزیع عوامل

شاخص	مرکزی	پراکندگی		شکل توزیع	
		انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشدگی
خودشیفتگی مدیران	۳/۱۹۷۵	۰/۴۳۴۷	۰/۱۸۹	۰/۷۷۴	۱/۵۹۴
سبک رهبری	۳/۱۰۷۵	۰/۵۳۵۴۱	۰/۲۸۷	-۰/۷۹۴	۴/۴۰۳
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۳/۱۷۷۵	۰/۴۶۵۳۳	۰/۲۱۷	-۰/۳۳۱	۷/۱۶۱
مدیریت سود	۳/۱۴۵	۰/۴۵۷۷۱	۰/۲۰۹	-۰/۰۹۴	۴/۵۹۲
استراتژی شرکت	۳/۲۳۴	۰/۴۶۷۸۹	۰/۲۱۱	-۰/۰۸۷	۲/۱۵۵
کیفیت گزارشگری مالی	۳/۱۶۵	۰/۴۴۳۲۱	۰/۱۸۷	-۰/۱۲۳	۳/۳۲۳

منبع: یافته‌های پژوهشگر

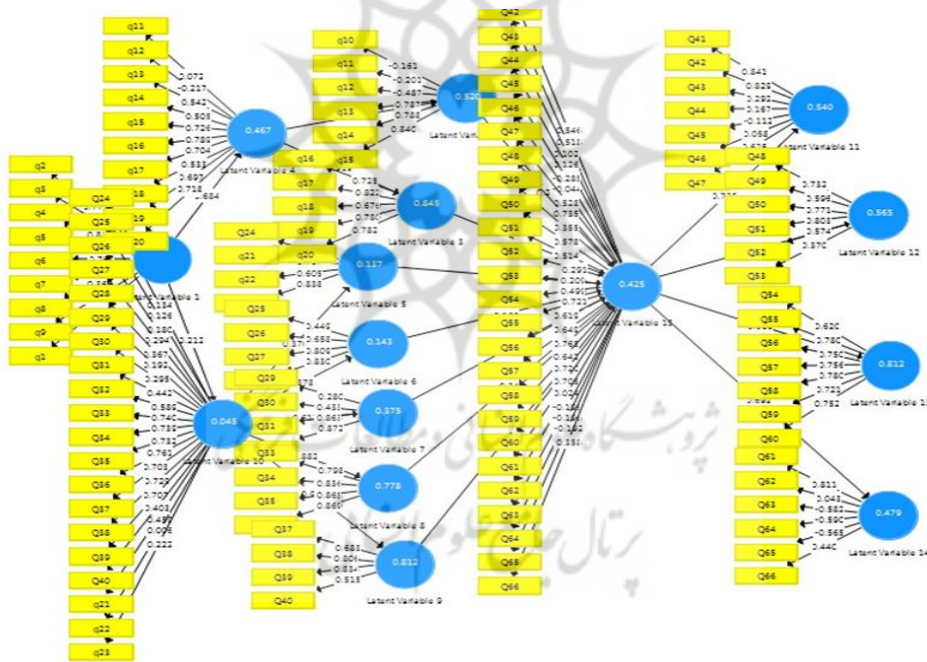
در جدول ۲ برخى از مفاهيم آمار توصيفى متغيرها شامل ميانگين، انحراف معيار، چولگى و كشيدهگى ارائه شده است. مقدار چولگى مشاهده شده براى متغيرهاى مورد مطالعه در بازه (۲، -۲) قرار دارد. يعنى از لحاظ كجى متغيرهاى پژوهش نرمال بوده و توزيع آن متقارن است. مقدار كشيدهگى متغيرها نيز در بازه (۲، -۲) قرار دارد. اين نشان مى دهد توزيع متغيرها از كشيدهگى نرمال برخوردار است.

۲-۴- مدل معادلات ساختارى

نتايج برازش كلى مدل معادلات ساختارى در قالب جدول زير ارايه شده است:

۴-۲-۱- پايابى ابزارهاى اندازه گيرى

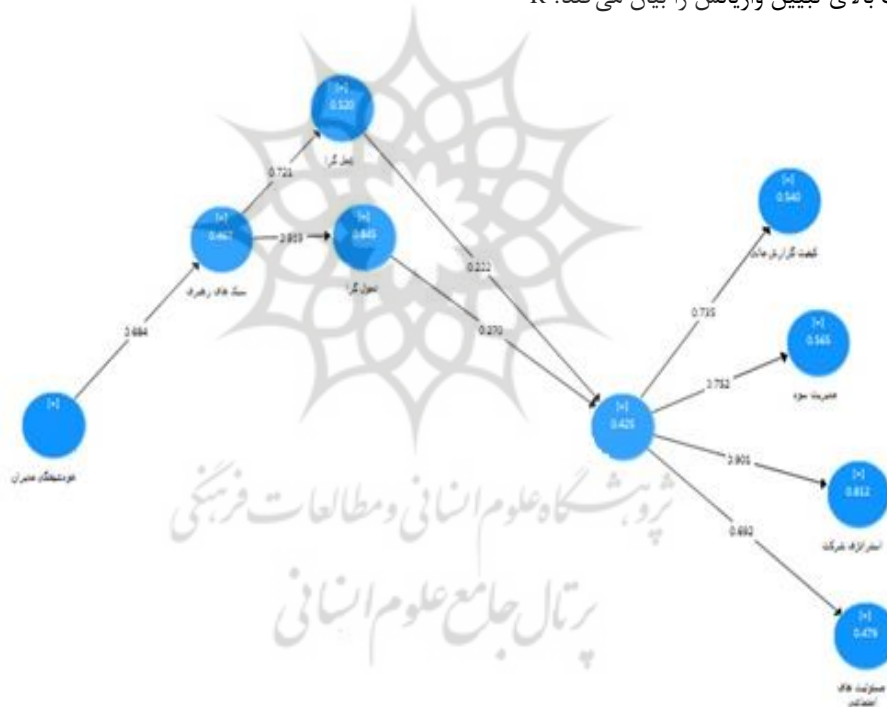
مقادير بارهاى عاملى مدل اندازه گيرى (تحليل عاملى تأييدى) ضرايب استاندارد در قالب نمودار ۲ ارائه گرديده اند :



نمودار ۲: مقادير بارهاى عاملى مدل اندازه گيرى (تحليل عاملى تأييدى) ضرايب استاندارد

منبع: يافته هاى پژوهشگر

نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول بخش اندازه‌گیری متغیرهای درونزا و برونزا نشان داد که تمام سازه‌ها از روایی و پایایی لازم برخوردارند، لذا در این قسمت، ساختار کلی مدل مفهومی پژوهش مورد آزمون قرار می‌گیرد، تا مشخص شود که آیا روابط تئوریک که بین متغیرها در مرحله تدوین چارچوب مفهومی مدنظر محقق بوده است، به وسیله داده‌ها تأیید گردیده یا نه. در رابطه با این موضوع سه مسئله مدنظر قرار می‌گیرد: علائم (مثبت و منفی) پارامترهای مربوط به مسیرهای ارتباطی بین متغیرهای نهفته نشان می‌دهند که آیا پارامترهای محاسبه شده جهت روابط فرضی را مورد تأیید قرار داده‌اند. مقدار پارامترهای برآورد شده؛ نشان می‌دهد که تا چه حد روابط پیش‌بینی شده، قوی می‌باشند. در اینجا پارامترهای تخمینی باید معنی‌دار باشند. یعنی قدرمطلق t -value باید بیشتر از $1/96$ باشد. مجذور همبستگی چندگانه (R^2) واریانس هر متغیر نهفته درونی (وابسته) که به وسیله متغیرهای نهفته بیرونی (مستقل) تبیین می‌شود را نشان می‌دهد. هرچه بیشتر باشد، قدرت بالای تبیین واریانس را بیان می‌کند. R^2 .



نمودار ۳: نمودار ضرایب مسیر مدل ساختاری

منبع: یافته‌های پژوهشگر

نمودار ۳ با عنوان نمودار ضرایب مسیر، به بررسی ضریب مسیر متغیرها و میزان تأثیر هریک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته می‌پردازد. مقدار ضریب مسیر در بازه ۱- و ۱ قرار دارد. هر چه این مقدار بصورت مثبت بیشتر باشد، نشان‌دهنده تأثیرگذاری بیشتر متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. همانگونه که مشاهده می‌شود ضریب مسیر تأثیر خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری عمل‌گرا در حسابداری برابر با ۲/۶۶۶ و در سبک رهبری تحول‌گرا برابر با ۲/۹۶۸ بوده است؛ پس می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری تحول‌گرا در حسابداری- در مقایسه با عمل‌گرا- تأثیر بیشتری داشته است. علاوه بر این، خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری عمل‌گرا و سبک رهبری تحول‌گرا در تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مدیریت سود و کیفیت گزارشگری مالی تأثیرگذار است.

۴-۲-۲- برازش کلی مدل معادلات ساختاری

نتایج برازش کلی مدل معادلات ساختاری در قالب جدول ۳ ارائه شده است:

جدول ۳: نتایج برازش مدل کلی

GOF	مقادیر اشتراکی	مقادیر اشتراکی	ضریب تعیین	ضریب تعیین	متغیر
۰/۴۰۵	۰/۵۶۰	۰/۶۵۶	۰/۷۲۳		خودشیفتگی مدیران
		۰/۵۵۱			سبک رهبری
		۰/۵۶۳		۰/۶۵۳	مسئولیت‌پذیری اجتماعی
		۰/۵۴۲		۰/۵۳۲	مدیریت سود
		۰/۵۵۵		۰/۶۷۷	استراتژی شرکت
		۰/۵۶۵		۰/۷۷۲	کیفیت گزارش‌گری مالی
۰/۰۷۱	ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده استاندارد شده (SRMR)				

منبع: یافته‌های پژوهشگر

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان ۰/۴۰۵ بوده که بیشتر از مقدار پیشنهادی متوسط ونزلس و همکاران (۲۰۰۹) یعنی ۰/۲۵ که نشان می‌دهد، برازش کلی مدل متوسط می‌باشد و لذا برازش کلی مدل تأیید می‌شود. مقدار مطلوب برای این شاخص حداکثر ۰/۰۸ است. نتایج بدست آمده از این شاخص نشان داد که مقدار آن برابر با ۰/۰۷۱ گزارش شد که مقداری مطلوب است و بنابراین برازش مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.

۴-۲-۳- نتایج آزمون فرضیه‌ها

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها در جداول ۴ ارائه گردیده است:

جدول ۴: آزمون ضریب مسیر

نتیجه	P Values	آماره t	ضریب مسیر	فرضیه‌ها	
تأیید	۰/۰۰۹	۲/۴۸۷	۰/۲۳۱	خودشیفتگی مدیران < انتخاب سبک رهبری	1
تأیید	۰/۰۱۷	۲/۸۹۷	۰/۳۷۸	خودشیفتگی مدیران < سبک رهبری < تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها	2
تأیید	۰/۰۰۷	۲/۷۰۶	۰/۱۵۹	خودشیفتگی مدیران < سبک رهبری < مسئولیت پذیری اجتماعی	3
تأیید	۰/۰۱۱	۲/۵۵۷	۰/۱۷۱	خودشیفتگی مدیران < سبک رهبری < مدیریت سود	4
تأیید	۰/۰۰۰	۴/۳۳۲	۰/۳۴۰	خودشیفتگی مدیران < سبک رهبری < کیفیت گزارشگری مالی	5

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همانگونه که مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری برای هر رابطه‌ی بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری برابر با ۰/۰۰۹ بوده که کمتر از ۵٪ است؛ بنابراین فرضیه اول پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. در خصوص اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری در تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کیفیت گزارشگری مالی و مدیریت سود نیز رابطه برقرار است. علاوه بر این با توجه به ضریب مسیر روابط بین متغیرهای فوق می‌توان چنین استنباط نمود که اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک‌های رهبری در تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها دارای ضریب مسیر ۰/۳۷۸ و قوی‌تر از مابقی روابط می‌باشد.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اینکه افراد خودشیفته در سازمان‌ها به دلیل عدم تعادل در ویژگی شخصیتی با پیامدهای رفتاری گوناگونی که ایجاد می‌کند، مشکلات فراوانی برای خود، سازمان و جامعه ایجاد نموده و آنچنان تنش و درگیری ایجاد می‌نماید که ادامه رابطه با مشکل مواجه می‌شود. شناسایی ویژگی‌های شخصیتی مدیران به ویژه خودشیفتگی که تصمیمات آن‌ها را متأثر می‌سازد و می‌تواند دلیل عدم شایستگی و بی‌کفایتی‌های مدیریتی در سطوح مختلف مدیریت و رهبری سازمان باشد، حائز اهمیت می‌باشد. آزمون فرضیه‌های این پژوهش نشان‌دهنده اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری آنان می‌باشد؛ مدیران خودشیفته، اغلب طرح‌ها و برنامه‌های بزرگی را در سر می‌پروراند و خیالاتی در سر دارند و در معرض خودبینی، پیش‌بینی ناپذیری و در موارد حادث‌تر بدگمانی قرار می‌گیرند. بعضاً این تکبر و خودبینی باعث می‌شود

که آنها دچار توهم شوند و احساس کنند برنامه‌های آنان و روش‌های مدیریتی‌شان افزایش می‌یابد. آنها معتقدند کلمات و عبارات می‌تواند ورای کوه‌ها حرکت کند و سخنان امیدوارکننده و الهام‌بخش آنها منحصر به فرد باشد و صرفاً آنان هستند که تاکنون برنامه‌های مدونی برای سازمان ارائه کرده‌اند. آنها می‌توانند بقیه‌ی سازمان‌ها و شرکت‌های دنیا را با الگوهای خود راهنمایی کنند و به سر منزل مقصود برسانند و این توهم آن قدر شدت پیدا می‌کند که فکر می‌کنند نیروهای خارق‌العاده‌ی آنان را کمک و در چرخه‌ی سازمانی هدایت می‌کند. این نوع طرز تفکر بر انتخاب سبک رهبری و شیوه‌ی رهبری آنان اثرگذار است.

علاوه بر این، شواهد حاصله نشان‌دهنده اثرگذاری ویژگی خودشیفتگی مدیران بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت نیز بوده است؛ در این رابطه، سه دلیل عمده را می‌توان مطرح کرد: اول اینکه به نظر می‌رسد توجه به مسئولیت اجتماعی برای پیشبرد برخی از جنبه‌های خوب اجتماعی مناسب است و فرصتی برای نشان دادن خود در مسیر اصول اساسی اخلاقی و رفتارهای اجتماعی قابل قبول است؛ دوم اینکه مسئولیت اجتماعی شرکت نظر مخاطبان حساس را که به نکته‌های مثبت درج شده در رسانه‌ها توجه می‌کنند را به خود جلب می‌کند. در نهایت اینکه، مسئولیت اجتماعی شرکت، انواع شیوه‌های متنوع برای تغییر وضع موجود را مهیا می‌سازد؛ بدین ترتیب، مدیران اجرایی این فرصت را می‌یابند که خود را نشان دهند و در برابر مخاطبان، خود را پاسخگو جلوه دهند. در نتیجه، با توجه به مطالب ارائه‌شده، می‌توان دریافت که خودشیفتگی مدیران اثر قابل توجهی بر سطح افشای اطلاعات مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت دارد.

نتایج این پژوهش نشان داد که خودشیفتگی مدیران می‌تواند بر کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها اثرگذار باشد؛ در این رابطه چنین استدلال می‌شود که خصوصیت‌های شخصیتی مدیران خودشیفته، آنان را به انجام اقدام‌هایی بر خلاف عرف سوق می‌دهد و باعث می‌شود در پی توجه و ستایش دیگران باشند و این اقدام‌ها در نهایت، عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار خواهد داد. از این رو، تعصبات شخصی و توهم‌های مثبت مدیران خودشیفته، بر عرضه اطلاعات مالی به بورس اوراق بهادار تأثیر می‌گذارد. این مدیران، به نادیده‌گرفتن بازخوردهای منفی محرمانه از عقل خویش تمایل دارند و به‌طور طبیعی، اطلاعات را در زمان ارتباط با سهامداران در خصوص عملکرد شرکت نادیده می‌گیرند. افزون بر این، مدیران خودشیفته، ممکن است آگاهانه، اطلاعات ارسالی برای متقاعدکردن سرمایه‌گذاران را که پروژه‌های در حال اجرا و با آینده امیدوارکننده‌ای دارند، تحریف کنند. بروز این پدیده در بین مدیران، باعث خواهد شد که کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها تحت تأثیر قرار گیرد.

همچنین سایر نتایج این پژوهش نشان داد که خودشیفتگی مدیران می‌تواند بر مدیریت سود در شرکت‌ها نیز اثرگذار باشد؛ در این رابطه چنین استدلال می‌شود که خودشیفتگی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد. به عبارتی مدیران خودشیفته به گزارش‌های مالی تنظیم یافته با لحن خوش‌بینانه، به چشم فرصتی برای فرونشاندن اشتباه‌ی سیری‌ناپذیر خود برای ارتقاء شخصی خودشان نگاه می‌کنند. همچنین مدیریت سود موجب افزایش اثر مثبت خودشیفتگی مدیران بر لحن خوش‌بینانه گزارشگری

می‌شود. خصوصیات شخصیتی مدیران خودشیفتگی در مقایسه با دیگر مدیران، آنان 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. لذا، تعصبات شخصی و توهم‌های مثبت مدیران خودشیفته بر عرضه اطلاعات مالی به بورس اوراق بهادار تأثیر گذاشته و از این رو، این مدیران تمایل به نادیده گرفتن بازخوردهای منفی محرمانه از عقل خویش دارند و اطلاعات را در زمان ارتباط با سهامداران در مورد عملکرد شرکت به طور طبیعی نادیده می‌گیرند. افزون بر این، مدیران خودشیفته ممکن است آگاهانه اطلاعات ارسالی جهت متقاعد کردن سرمایه‌گذاران، که پروژه‌های در حال انجام، آینده امیدوارکننده‌ای دارند، تحریف کنند. به این ترتیب، بروز این پدیده در بین مدیران باعث خواهد شد تا با استفاده از روش‌هایی مانند مدیریت سود، درآمدهای شرکت را به نوعی بالاتر از میزان واقعی گزارش کنند و این مسئله باعث افزایش خوشبینی سرمایه‌گذاران از درآمدهای دائمی شرکت شده و در کوتاه‌مدت منجر به افزایش قیمت سهام می‌شود.

به نظر می‌رسد علاوه بر دلایل مادی مثل پاداش به عنوان عامل مؤثر در رفتار مدیریت سود، دلیل دیگری که می‌تواند موجب تمایل بیشتر افراد به مدیریت سود شود میزان خودشیفتگی آنان است. افراد خودشیفته به دلیل آن که به دنبال اثبات برتری خود نسبت به دیگران هستند و اینکه تمایل دارند که همواره از سوی دیگران مورد احترام و تمجید قرارگیرند ممکن است اقداماتی را در سازمان‌ها انجام دهند که مغایر با اصول اخلاقی و در نهایت نیز به زیان سازمان باشد. آنها تصور می‌کنند همواره بر حق و توانمندند و اقداماتشان نیز صحیح است و لذا برای اثبات توانایی و قدرت خود و مستحکم نمودن جایگاه خود در سازمان از انجام هر کاری، حتی تحریف صورت‌های مالی، ابا ندارند. مدیران خودشیفته تمایل دارند همواره مورد تشویق قرار گیرند و موقعیت خود را مستحکم و پله‌های ترقی را در سازمان طی نمایند. نتایج این پژوهش می‌تواند فرضیه‌های تحقیقات اثباتی حسابداری در مورد انگیزه‌های مدیریت سود را مورد پرسش قرار دهد. مطابق با این فرضیه‌ها، انگیزه مدیریت سود منافع شخصی است و منافع شخصی که مدنظر تحقیقات اثباتی است منافع مادی و پاداش‌هایی است که توسط افراد دریافت می‌شود. علاوه بر مسائل مالی که می‌تواند انگیزه‌ای برای مدیریت سود ایجاد نماید باشد ارضای حس برتری طلبی و کسب قدرت و نیاز به مورد احترام و تمجید قرار گرفتن از سوی دیگران می‌تواند برای افراد خودشیفته انگیزه قوی در اقدام به مدیریت سود ایجاد کند.

با توجه به نتایج حاصله، موارد و نکات زیر پیشنهاد می‌گردد: با توجه به اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر انتخاب سبک رهبری عمل‌گرا و تحول‌گرا، پیشنهاد می‌شود تا مدیران در جهت تقویت مهارت‌های مدیریتی خود تا حد ممکن بکوشند زیرا این مهارت‌ها می‌تواند سبب بهبود عملکرد مدیران در زمینه حل مسائل و مشکلات سازمان گردد. همچنین توصیه می‌شود که برای انتخاب و پرورش مدیران تحول‌آفرین و کارآمد به مؤلفه‌های نفوذ آرمانی، ترغیب ذهنی، انگیزش الهام‌بخش و ملاحظات فردی آنان توجه لازم مبذول شود. در این راستا مدیر باید آینده مطلوب را تصور و به وضوح بیان کند که چگونه می‌توان به آن رسید و الگویی برای دنبال کردن آن فراهم آورد، استانداردهایی در سطح بالا تعیین کرده و اطمینان و اراده مستحکمی به نمایش

بگذارد. همچنین یک رهبر تحول‌گرا می‌بایستی تلاش کرده تا علائق کارکنانش را ارتقاء و توسعه بخشد، آگاهی و پذیرش برای مأموریت و مقصد گروه را ایجاد کند و کارکنان را به دیدن فراسوی منافع خویش برای منافع گروه برانگیزاند. همچنین توصیه می‌شود تا مدیران تحول‌گرا به صورت مداوم به دنبال ایجاد تغییرات مثبت در سازمان بوده و اعضا را برای انواع نوآوری و خلاقیت تشویق نمایند.

با توجه به اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک‌های رهبری عمل‌گرا و تحول‌گرا در تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مدیریت سود و کیفیت گزارشگری مالی، پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها با تدوین قوانین و مقرراتی باعث ایجاد محدودیت‌هایی در اختیارات مدیران شوند و همچنین با استفاده از این قوانین مدیران مجاب به استفاده از سبک‌های رهبری عمل‌گرا و تحول‌گرا برای انتخاب استراتژی‌های تجاری شرکت به طور همزمان با توجه به شرایط باشند تا از این طریق اثرات مثبتی در مقوله‌های حسابداری صورت گیرد زیرا رهبران می‌توانند انگیزش، تلاش و انتخاب استراتژی مورد نظر خود را با استفاده از رهبری تحول‌گرا و رهبری عمل‌گرا بهبود بخشند.

کنترل خودشیفتگی مدیران ضروری به نظر می‌رسد زیرا این مدیران برای نمایش عملکرد مالی مطلوب در کوتاه‌مدت به ذینفعان، بیش‌تر به سمت‌وسوی فعالیت‌های مرتبط با مدیریت سود سوق پیدا می‌کنند؛ پیشنهاد می‌شود در سازمان‌ها با پیاده‌سازی راهکارهای روانشناسی موجود و ایجاد فرهنگ انتقادپذیری (به عنوان یکی از راه‌حل‌های کاهش خودشیفتگی) از این سویه رفتاری جلوگیری شود. به این ترتیب، برای انتخاب، انتصاب و ارتقای مدیران و رهبران سازمان باید استقرار نظام متمرکز گزینش و شفافیت در فرآیند صورت گیرد.

فهرست منابع

- ۱) بزرگ اصل، موسی، اسحاق بهشور و فرشته احمدی پاک، (۱۴۰۰)، "خودشیفتگی مدیرعامل و ریسک تقلب در گزارشگری مالی با تأکید بر نقش حسابرسان و کمیته حسابرسی"، دانش حسابداری، شماره ۴۵، صص ۱۳۹-۱۵۵
- ۲) پیری شهبابی، آزاده و بهمن بنی مهد، (۱۴۰۰)، "خودشیفتگی مدیرعامل و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت"، چهارمین همایش ملی توسعه علوم فناوری‌های نوین در مدیریت، حسابداری و کامپیوتر، تهران.
- ۳) حساس یگانه، یحیی و غواصی سهرابی، (۱۳۹۹)، "ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت"، فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، سال دوازدهم، شماره ۴۵، صص ۱-۲۰
- ۴) حسینی، سید علی حقیقت، (۱۳۹۵)، "رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پژوهش حسابداری، شماره ۲۳، صص ۱۳۱-۱۰۶

- (۵) حشمت، نساء و متقی برادران حسن زاده، (۱۴۰۰)، "تدوین الگوی جامع ارزیابی مالی، راهبری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر اساس رویکردهای شش گانه و دیدگاه نوین ارزیابی عملکرد"، فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری، شماره ۴۰، صص ۱-۲۶
- (۶) رمضان احمدی، محمد و حاجب آهنگری، (۱۳۹۹)، "بررسی تأثیر متغیرهای کلان اقتصادی و رقابت بازار محصول بر کیفیت سود: رویکرد معادلات ساختاری"، فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری، دوره ۱۰، شماره ۳، صص ۲۳۵-۲۶۰.
- (۷) رحیمیان، نظام‌الدین کاظم پور، (۱۳۹۵)، "مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها مفاهیم، ابعاد، نظریه‌ها و مروری بر مدل‌های آن"، پژوهش حسابداری، ۸(۴)، صص ۱۵۲-۱۷۵.
- (۸) زرگر نصرالهی، هایده، احمد محمدی و شهلا عباس زاده، (۱۳۹۹)، "ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و مدیریت سود تعهدی با تأکید بر نقش تعدیل‌کنندگی حاکمیت شرکتی"، پنجمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، اهواز
- (۹) شیرینی، اردشیر، صبریه خلد شرفی، مهدی دهقانی و علی یاسینی، (۱۳۹۴)، "بررسی ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتارهای منافقانه با نقش میانجی رفتار ماکیاولی‌گری مدیران در سازمان‌های دولتی شهر کرمانشاه"، فصلنامه علمی مدیریت سازمان‌های دولتی، ۳(۱۱) ف صص ۱۰۷-۱۲۸.
- (۱۰) صالحی، اله کرم، جواد عچراوی و عبدالکریم فرهانیان، (۱۴۰۰)، "تأثیر خودشیفتگی مدیران بر سرعت تعدیل نگهداشت وجه نقد با تأکید بر نقش توانمندی مدیران در بورس اوراق بهادار تهران"، مطالعات اخلاق و رفتار در حسابداری و حسابرسی، ۱(۱)، صص ۱۱۳-۱۴۰.
- (۱۱) طالبیان، محمدحسن و سمانه محمدی زاده، (۱۴۰۰)، "بررسی تأثیر تیپ‌های شخصیتی (مدل پنج‌عاملی شخصیت) بر سبک مدیریتی مدیران با توجه به نقش واسطه‌ای خودشیفتگی در دوره متوسطه پایه اول و دوم شهرستان خان میرزا"، یازدهمین همایش ملی علمی پژوهشی روانشناسی و علوم تربیتی، شیروان.
- (۱۲) طاهری، عابد، علی نژاد ساروکلانی، فغانی ماکرانی، (۱۳۹۹)، "تأثیر خودشیفتگی مدیران بر شفافیت گزارشگری مالی"، فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، سال دوازدهم، شماره ۴۸، صص ۷۱-۹۳
- (۱۳) فیضی، طاهره، مهدی خیراندیش و سلیمه لطیفی جلیسه، (۱۳۹۸)، "پیشایندها و پیامدهای فردی، سازمانی و مدیریتی خودشیفتگی مدیران: کاربرد تحلیل اسنادی و آنتروپی‌شانون"، مطالعات رفتار سازمانی، ۸(۲)، ۱۷۱-۱۸۸.
- (۱۴) منصورزاد، مینو، بهمن بنی‌مهد، حمیدرضا وکیلی فرد و فریدون رهنمای رودپشتی، (۱۳۹۹)، "نقش خودشیفتگی در تمایل به مدیریت سود"، پژوهش‌های تجربی حسابداری، شماره ۳۸، صص ۱-۲۴.
- 15) A.F. Luchner, J.M. Houston, C. Walker, M.A. Houston.(2011), "Exploring the Relationship between Two Forms of Narcissism and Competitiveness[J]", Personality and Individual Differences, 51 (6), PP. 779-782.

- 16) A.L. Pincus, M.R. Lukowitsky. (2010), "Pathological Narcissism and Narcissistic Personality Disorder", *Annu. Rev. Clin. Psychol.*, 6 (2), PP. 421-446.
- 17) Agnihotria, A., Bhattacharya, S. (2021), "CEO Narcissism and Myopic Management", *Industrial Marketing Management*, 7(3), PP. 145-158.
- 18) Aktas, N., De Bodt, E., Bollaert, H., & Roll, R. (2016), "CEO Narcissism and the Takeover Process: from Private Initiation to Deal Completion", *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 51(1), PP. 113-137.
- 19) Buchholz, F., & Lopatta, K. (2014), "The Strategic Engagement Narcissistic of CEOs in Earnings Management", <http://ssrn.com>.
- 20) C. Nathan DeWall, L.E. Buffardi, I. Bonser, W. Keith Campbell. (2011), "Narcissism and Implicit Attention Seeking: Evidence from Linguistic Analyses of Social Networking and Online Presentation", *Pers. Individ. Differ.*, 51 (16), PP. 57-62.
- 21) Carpenter, M. A., Geletkanycz, M. A., & Sanders, W. G. (2004), "Upper Echelons Research Revisited: Antecedents Elements, and Consequences of top Management Team Composition", *Journal of Management*, 30 (6), PP. 749-778.
- 22) Chatterjee, D.C. Hambrick. (2007), "It's All about Me: Narcissistic Chief Executive Officers and Their Effects on Company Strategy and Performance[J]", *Administrative Science Quarterly*, 52.
- 23) D.S. Bender. (2012), "Mirror, Mirror on the Wall: Reflecting on Narcissism, J", *Clin. Psychol.*, 68, PP. 877-885.
- 24) E. Grijalva, P.D. Harms, D.A. Newman, B.H. Gaddis, R.C. Fraley. (2015), "Narcissism and Leadership: a Meta-analytic Review of Linear and Nonlinear Relationships Person", *Psychol.*, 68 (15), PP. 1-47.
- 25) G. Seidman. (2013), "Self-presentation and Belonging on Facebook: How Personality Influences Social Media Use and Motivations", *Pers. Individ. Differ.*, 54 (12), PP. 402-407.
- 26) Ham, Ch., Lang, M., Seybert, N., Wang, S. (2017), "CFO Narcissism and Financial Reporting Quality", Available at <https://ssrn.com/abstract=2581157>
- 27) Judd, J. S., Olsen, K. J., & Stekelberg, J. (2017), "How Do Auditors Respond to CEO Narcissism? Evidence from External Audit Fees", *Accounting Horizons*, 31(4), PP. 33-52.
- 28) Leung, Y., Franken, I., Thurik, R., Driessen, M., iKamei, K., Torrès, O., Verheul, I. (2021), "Narcissism and Entrepreneurship: Evidence from Six Datasets", *Journal of Business Venturing Insights*, 15(6), PP. 11-33.
- 29) Lin, F., Lin, S.H., Fang, W. (2020), "How CEO Narcissism Affects Earnings Management Behaviors", *The North American Journal of Economics and Finance*, 20(5), PP. 1-19.
- 30) Marquez-Illescas, G., Zebedee, A. A., & Zhou, L. (2018), "Hear Me Write: Does CEO Narcissism Affect Disclosure?", *Journal of Business Ethics*, PP. 1-17.
- 31) N.B. Ellison, C. Steinfield, C. Lampe. (2011), "Connection Strategies: Social Capital Implications of Facebook-enabled Communication Practices", *New Media Soc.*, 13 (7), PP. 873-892.
- 32) Norberg, P. (2009), "I Don't Care that People Don't Like What I Do—Business Codes Viewed as Invisible or Visible Restrictions", *Journal of Business Ethics*, 86 (2), PP. 211-225.
- 33) Olsen, K. J., & Stekelberg, J. (2016), "CEO Narcissism and Corporate Tax Sheltering", *The Journal of the American Taxation Association*, 38(1), PP. 1-22.
- 34) 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, PP. 243-267.
- 35) R. Xiang, Q. Tian. (2020), "CFO Narcissism and Financial Restatement—Empirical Evidence from Chinese Listed Companies [J]", *Finance Research*, 4.

- 36) Rijssenbilt, A., & Commandeur, H. (2013), "Narcissus Enters the Courtroom: CEO Narcissism and Fraud", *Journal of Business Ethics*, 117 (2), PP. 413-429.
- 37) S.A. Rosenthal, T.L. Pittinsky. (2006), "Narcissism Leadership [J]", *Leadership Quarterly*, 17 (6) , PP. 617-633.
- 38) W.K. Campbell, J.D. Foster. (2011), "The Narcissistic Self: Background, an Extended Agency Model, and Ongoing Controversies", C. Sedikides, S.J. Spencer (Eds.), *The Self*, PP. 115-138.
- 39) Xiang, R., Song, C. (2021), "CFO Narcissism and Audit Fees: Evidence from Lsted Companies in China", *China Journal of Accounting Research*, 14(3), PP. 257-274.
- 40) Zyglidopoulos, S. C., Fleming, P. J., & Rothenberg, S. (2009), "Rationalization, Overcompensation and the Escalation of Corruption in Organizations", *Journal of Business Ethics*, 84 (1), PP. 65-73.



Abstract

Managers Narcissism, Leadership Styles Choices in Accounting

Saeed Farokh¹
Azita Jahanshad²

Received: 18 / October / 2022 Accepted: 19 / December / 2022

Abstract

Some studies have shown that managers' narcissism can affect the choice of leadership styles in accounting (including management, social responsibility, financial reporting quality, etc.). Since no study has been done to evaluate the impact of managers' narcissism on leadership styles in accounting, present study intends to examine this issue; therefore, the present study evaluates the relationships between managers' narcissism, selection of leadership styles in accounting. The statistical population of this study includes managers of companies in Tehran Stock Exchange. Because access to all members of the statistical community was not possible, the available sampling method was used. Therefore, the questionnaires were distributed among individuals and a total of 150 completed questionnaires were collected. Data analysis was performed using structural equations and with the help of LISREL software.

The findings of the research showed that managers' narcissism had a greater impact on the transformational leadership style in accounting than the practical one. In addition, managers narcissism affect on practical leadership style and transformational leadership style in determining companies business strategy, social responsibility, profit management and financial reporting quality.

Keywords: Narcissism, Leadership Styles, Social Responsibility, Earnings Management, Financial Reporting Quality, Business Strategy.

¹.Department of Accounting,, Central Tehran branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Email: Aq.saeedfarokh@gmail.com

².Department of Accounting, Central Tehran branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, Corresponding

Author Email: Az_jahanshad@yahoo.com



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی