

Managers Narcissism, Leadership Styles Choices and Decision Making in Accounting¹

Saeed Farokh², Azita Jahanshad³

Received: 2022/09/26

Accepted: 2023/05/23

Research Paper

Abstract

Studies have shown that managers' narcissism can affect the choice of leadership styles and decision-making styles in accounting (including earnings management, social responsibility, quality of financial reporting, etc.); Since no study has been done to evaluate the impact of managers' narcissism on leadership and decision-making styles in accounting, present study intends to examine this issue; Therefore, the present study evaluates the relationships between managers' narcissism, selection of leadership styles and decision making 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 SMART PLS 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 and decision making styles (intuitive ,dependent ,rational,immediate,avoidant) in determining companies business strategy, social responsibility , profit management and financial reporting quality.

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

JEL Classification: M40, M41, M49.

1. DOI: 10.22051/JERA.2023.41869.3051

2. Ph.D. Student, Department of Accounting, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Aq.saeedfarokh@gmail.com).

3. Associate Professor, Department of Accounting, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author). (Az_jahanshad@yahoo.com).



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

خود شیفتگی مدیران، انتخاب سبک های رهبری و تصمیم گیری در حسابداری¹

سعید فرخ²، آرزیتا جهانشاد³

تاریخ دریافت: 1401/07/02

تاریخ پذیرش: 1402/03/02

مقاله پژوهشی

چکیده

مطالعات نشان داده است که خودشیفتگی مدیران می تواند بر انتخاب سبک های رهبری و تصمیم گیری در مقولات حسابداری (از جمله مدیریت سود، مسئولیت پذیری اجتماعی و...) اثرگذار باشد؛ پژوهش حاضر در نظر دارد تا به ارزیابی روابط بین خود شیفتگی مدیران، انتخاب سبک های رهبری و تصمیم گیری در حسابداری بپردازد.

جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران شرکت های پذیرفته شده در بورس می باشند. به دلیل این که دسترسی به تمامی اعضای جامعه آماری امکان پذیر نبود بنابراین از روش نمونه گیری استفاده گردید. از این رو پرسشنامه ها بین مدیران توزیع گردیده و جمعا 150 پرسشنامه تکمیل شده گردآوری شد. تحلیل داده ها با استفاده از معادلات ساختاری و به کمک نرم افزار اسمارت پی ال اس صورت گرفته است.

یافته های پژوهش نشان داد که خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری تحول گرا در حسابداری در مقایسه با عمل گرا تاثیر بیشتری داشته است. همچنین مشاهده گردید که خودشیفتگی مدیران بر سبک تصمیم گیری اجتنابی در مقایسه با سایر انواع سبک های تصمیم گیری تاثیر بیشتری داشته است. علاوه بر این، خودشیفتگی مدیران بر سبک های رهبری و سبک های تصمیم گیری در تعیین استراتژی تجاری شرکت ها، مسئولیت پذیری اجتماعی، مدیریت سود و کیفیت گزارشگری مالی تأثیرگذار است.

واژه های کلیدی: خودشیفتگی، سبک رهبری، سبک تصمیم گیری، مسئولیت اجتماعی، مدیریت سود، استراتژی تجاری، کیفیت گزارشگری مالی

طبقه بندی موضوعی: M49, M41, M40 .

10.22051/jera.2021.31891.2698 :DOI .1

2. دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (Aq.saeedfarokh@gmail.com)

3. دانشیار، گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). (Az_jahanshad@yahoo.com)

https://jera.alzahra.ac.ir

مقدمه

تصمیم گیری از اجزای جدایی ناپذیر زندگی افراد به شمار می آید و در تمامی مراحل زندگی به نحوی جلوه گر بوده و جزء اصلی و رکن اساسی است. کارپنتر و همکاران (2004) نشان داده ویژگی های فردی اشخاص در قضاوت و تصمیم گیری های آنها اهمیت به سزایی دارد. یکی از ویژگی های فردی که می تواند بر فرآیند قضاوت و تصمیم گیری اشخاص اثرگذار باشد خود شیفتگی است. مشخصه های خود شیفتگی عبارتند از حس قدرت طلبی، برتری طلبی، نیاز به مورد احترام قرار گرفتن و محق بودن. به نظر می آید این مشخصه ها می تواند با تأثیر بر فرآیند تصمیم گیری و قضاوت اشخاص خود شیفته، موجب شود اتخاذ تصمیمات آنها بر اساس احساساتی باشد که تمایل دارند تجربه نمایند. چنانچه افراد خود شیفته پیش بینی کنند نتیجه تصمیم گیری و اقدام به عملی می تواند موجب تجربه کردن حس قدرت و برتری برای آنها باشد ممکن است بدون توجه به عواقب و پیامدهای آن برای دیگران، تصمیم به انجام آن بگیرند (منصور زارع و همکاران، 1399).

در آغاز قرن بیستم، چنین اعتقادی در میان صاحب نظران وجود داشت که نیازی نیست رهبران برای مناصب رهبری تحت آموزش و تربیت قرار بگیرند بلکه از همان ابتدای امر، رهبر متولد می شوند و نیز چنین تصور می شد که افراد مورد نظر دارای خصوصیات ذاتی هستند که از آن ها رهبرانی موفق می سازد. خصوصیت رهبر یک ویژگی فیزیکی یا شخصیتی است که می توان از آن جهت ایجاد تمایز میان رهبران و پیروان استفاده کرد. چنین بیان شده است که افراد، دارای الگوهای رهبری هستند که بر شناخت آن ها در مورد یک رهبر مؤثر یا غیر مؤثر تأثیر می گذارد. در واقع الگوی رهبری نمایشی از خصوصیات و رفتارهایی است که مختص رهبران می باشد. محققان ثابت کردند زمانی که افراد دارای خصوصیتی از قبیل هوشمندی، مردانگی و تسلط باشند به عنوان رهبر شناخته خواهند شد (کرپنتر و کینیکی ترجمه فرهنگی و صفرزاده، 1386؛ به نقل از معایر حقیقی و همکاران؛ 1389).

گرچه یک فرد خود شیفته معمولاً به عنوان فردی متکبر، خودخواه، پرخاشگر در نظر گرفته می شود (کمپبل و فاستر^۱، 2011؛ پینکوس و لوکوویتسکی^۲، 2010) و مشتاقانه به دنبال توجه

1. Campbell and Foster
2. Pincus and Lukowitsky

دیگران است (الیسون و همکاران^۱، 2011؛ سیدمن^۲، 2013)، اما این ویژگی را می‌توان به عنوان بخشی سالم و طبیعی از شخصیت و رشد ذهنی اشخاص در نظر گرفت (بندر^۳، 2012). شواهد اخیر نشان داده‌اند که با توجه به شخصیت برون‌گرا و تمایلات رفتاری خودافزاینده، خودشیفتگان احتمالاً از میان جمعیت متمایز شده (مهدی زاده، 2010؛ ناتان دیوال و همکاران^۴، 2011) و به عنوان رهبر ظاهر می‌شوند (گریجالوا و همکاران^۵، 2015؛ نوبیکا و همکاران^۶، 2011؛ لیونگ^۷ و همکاران، 2021).

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، 1399).

نتایج مطالعه برخی محققان نشان دهنده اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک‌های تصمیم‌گیری آنان بوده است. سبک تصمیم‌گیری افراد بیانگر الگوی عادت‌ی است که آنها در هنگام تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌دهند. به عبارت دیگر سبک تصمیم‌گیری هر فرد رویکرد شخصیتی او در درک و واکنش به وظیفه تصمیم‌گیری خود است (تانهولم، 2004). در نتیجه علاوه بر عوامل سازمانی و محیطی اثرگذار بر سبک تصمیم‌گیری مدیران، تفاوت ویژگی‌های شخصیتی نیز باعث می‌شود که مدیران نسبت به موقعیت‌های تصمیم‌گیری به نحو متفاوت رفتار کنند و در نتیجه سبک تصمیم‌گیری آنها با یکدیگر متفاوت باشد (همان). در خصوص رابطه بین خودشیفتگی مدیران و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها نیز شواهدی وجود دارد؛ تئوری‌های مطرح در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها که شامل: 1. تئوری مشروعیت؛ 2. تئوری گروه‌های ذینفع؛ و 3. تئوری اقتصاد سیاسی است؛ همگی بیانگر این مطلب هستند که مدیران به دلایل مختلفی همچون کسب مشروعیت سازمانی

1. Ellison et al
2. Seidman
3. Bender
4. Nathan DeWall et al
5. Grijalva et al
6. Nevetica et al
7. Leung

یا فشار گروه های ذینفع، مایل به افشای اطلاعات اجتماعی سازمان هستند (فروغی و همکاران، 1387). پاگانو و ولپین (2005) بیان می کنند که مدیران شرکت ها ممکن است از فعالیت های مرتبط با مسئولیت پذیری اجتماعی به عنوان ابزاری برای جلب رضایت سهامداران استفاده نمایند (پاگانو و ولپین، 2005). هم چنین خودشیفتگی در مقایسه با دیگر خصوصیات شخصی، مدیران را در جهت انجام اقداماتی سوق می دهد 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 (قلی پور و همکاران، 1387). خودشیفتگی در بین مدیران می تواند اثراتی را بر نتایج سازمانی داشته باشد، و این ویژگی از طریق تأثیر بر انتخاب مدیران در زمینه هایی چون انتخاب استراتژی، ساختار و نیز کارمندیابی اعمال می شود (چترجی و همبریک، 2007) و با توجه به آنکه تنها استراتژی است که می تواند مانند یک نقشه راهنما، شرکت ها را در محیط های پر نوسان و حساس در مسیر درست هدایت نماید و متضمن ادامه مسیر به وسیله شرکت باشد (مجیبی و میلانی، 1389).

با بررسی ادبیات موضوعی پژوهش می توان دریافت که درباره موضوع خودشیفتگی مدیران و در مورد نقش و اثرگذاری آن بر انتخاب سبک های رهبری و تصمیم گیری در حسابداری در ایران تا کنون پژوهشی انجام نشده است و یا اگر پژوهشی صورت گرفته تنها تاثیر خودشیفتگی مدیران را بر یک یا دو بعد/متغیر مورد ارزیابی قرار داده اند که با مطالعه ادبیات موضوعی، می توان به خلاهای موجود تنوریکی در این زمینه پی برد. به عبارت بهتر در این باره با کمبود منابع و اطلاعات مواجه بوده که این امر، لزوم تحقیقات بیشتر در این خصوص را روشن می سازد. بنابراین با اجرای این پژوهش، می توان به غنی سازی ادبیات موجود کمک نمود.

مطابق مطالب بیان شده و از آن جایی که ویژگی های شخصیتی مدیران، زمینه ساز رفتارهای آنان است و با توجه به آنکه برخی از عوامل رفتاری دخیل در شخصیت مدیران (همانند خودشیفتگی) باعث اثرگذاری بر نوع و سبک رهبری و هم چنین سبب جهت دهی به تصمیم گیری آنان خواهد شد، لذا شناسایی این عوامل و اثرات آنها می تواند در بهبود فرآیند تصمیم گیری مدیران مؤثر باشد. پس پژوهش حاضر در پی ارزیابی رابطه بین خودشیفتگی مدیران و اثرات آن بر سبک های تصمیم گیری و رهبری در حسابداری است. این پژوهش دارای دانش افزایی و نوآوری است، نتایج این پژوهش، زوایای مختلف این رابطه را روشن خواهد ساخت؛

بنابراین نتایج حاصله می‌تواند توسط مدیران و مسئولان سازمان‌ها و شرکت‌ها، روان‌شناسان صنعتی و پژوهشگران و دانشگاهیان مورد استفاده قرار گیرد.

مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

برخی پژوهشگران معتقدند که خودشیفتگی مدیران همواره منجر به نتایج منفی برای شرکت‌ها نمی‌شود. خودشیفتگی می‌تواند یک سازوکار انگیزشی به شمار آید، زیرا شامل باور به توانایی‌های برتر خود و نیاز به تأیید قوی و مداوم از سوی دیگران است. مدیران خودشیفته به رقابت سوق داده شده و معمولاً هر اقدام ممکن را برای پیروزی انجام می‌دهند (لوچنر و همکاران^۱، 2011؛ شیانگ و تیان^۲، 2020). مدیران خودشیفته به اطلاعات مالی که مستقیماً مسئول آن هستند، اطمینان زیادی دارند (چترجی و همبریک^۳، 2007). 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 رایج اطلاعات با کیفیت مطلوب گردد (ژیانگ و سانگ^۴، 2021). 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^۵، 2015). 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، 2021).

مسئولیت اجتماعی در ارتباط با مشتریان شامل فعالیت‌هایی است که یک شرکت انجام می‌دهد تا رضایت مشتریان را تأمین کند. (حسینی 1395) مسئولیت سازمان‌ها را می‌توان به چهار بعد مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اجتماعی و مسئولیت اخلاقی تفکیک کرد (رحیمیان 1396).

1. Luchner et al
2. Xiang and Tian
3. Chatterjee and Hambrick
4. Xiang, Song
5. Rosenthal and Pittinsky

مدیران خودشیفته اغلب فرآیندهای تصمیم گیری را تحت سلطه خود قرار می دهند و به مشاوره با دیگران تمایلی نشان نمی دهند (هام و همکاران؛ 2017). مسئولیت اجتماعی در ارتباط با مشتریان شامل فعالیت عایی است که یک شرکت انجام می دهد تا رضایت مشتریان را تامین کند. (حسینی 1395) مسئولیت سازمان ها را می توان به چهار بعد مسئولیت اقتصادی، مسئولیت قانونی، مسئولیت اجتماعی و مسئولیت اخلاقی تفکیک کرد (رحیمیان 1396).

هم چنین نتایج تحقیقات پیشین مویید آن است که مدیران خودشیفته، بیشتر از سایر مدیران تمایل دارند با تمرکز شخصی و خود کفایی، برجسته و شناخته شوند. بیشتر اقدامات آنان برای خودشان است، حتی اگر به زیان دیگران باشد. علاوه بر این، آنها تمایل به استثمار دیگران داشته و اعتقاد دارند که قوانین بر آنان اعمال نمی شود. در نتیجه آنها بیشتر به نقض قوانین یا هنجارهای اجتماعی در راستای منافع خویش، تمایل دارند. از سایر ویژگی منفی مدیران خودشیفته، غیر منطقی بودن و انعطاف ناپذیری آنهاست، بنابراین چنین افرادی بر اساس خواست خود تصمیم می گیرند، نه بر اساس منطق و عقلانیت. به همین دلیل، اگر موقعیت خود را در شرکت در خطر ببینند، از گزارشگری مالی جانبدارانه و همراه با سوگیری تعمدی و تصمیم قبلی، ابایی نداشته و در فرآیند تصمیم گیری مالی مداخله می کنند تا برخی منافع خاص را عاید خود سازند. این گونه مدیران برای خودنمایی، تحسین شدن و حفظ اقتدارشان، ابایی ندارند که از قضاوت های شخصی برای گزارشگری مالی استفاده کرده و در ساختار مالکیت تغییر ایجاد کنند، حتی اگر این تغییرات در گزارشگری مالی به گمراهی افراد ذینفع درباره عملکرد بنگاه اقتصادی منجر شود (هام و همکاران، 2017).

به لحاظ نظری، مدیران خودشیفته با شاخصه های رفتاری نظیر خودخواهی، تمایل به استثمار دیگران، بی توجهی به دیگران و پاداش طلبی افراطی، به گزارشگری مالی متقلبانانه اقدام می کنند. 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 می شود. (بذرافشان و همکاران، 1397). یک مدیر خودشیفتگی تمایل به مدیریت سود شرکت ها برای دستیابی به رضایت خود دارد، که این امر دیدگاه جدیدی به نظریه نمایندگی می بخشد. برای سهامداران، تعداد تصاویر مدیر عامل

در گزارش سالانه ممکن است علامت هشدار اولیه مدیریت سود باشد (ماریا کونتسا و اشلی هوی هوی تانگ 2020). 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 تاثیرگذار 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 بی‌نقص‌شان 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 دیگران واقع شوند و این موضوع باعث کاهش شفافیت گزارشگری مالی می‌گردد (مارکز¹ و همکاران، 2018؛ هام و همکاران، 2017؛ نقل از طاهری و همکاران، 1399).

نتایج برخی مطالعات حاکی از اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک‌های رهبری آنان می‌باشد؛ تا کنون 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 کریستفر²، 2001) تقسیم می‌شوند. تحقیقات نشان داده است که ویژگی‌های رفتاری رهبری تحولی، پیروان خود را به سوی عملکرد بیش از انتظار هدایت می‌کند (هومفرز و اینستین³، 2003). 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 الهام‌بخش و نفوذ ایده‌آل است (بنجامین و فلاین⁴، 2006). سبک رهبری مبادله‌ای (تبادلی) و سبک رهبری تحول‌آفرین رموزی را در مورد اثربخشی رهبری افشا می‌کنند (باس⁵، 1985؛ بارنز⁶، 1978). این رهبران بر مدیریت کلی سازمان و عملکرد آن تمرکز کرده و زیردستان خود را از هر دو طریق

1. Marquez et al
2. Dumber & Keristefer
3. Humphreys & Einstein
4. Benjamin & Flynn
5. Bass
6. Burns

پاداش و مجازات ها ترغیب می نمایند؛ برنز در سال 1978 رهبران تبدالی 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 تبدالی شامل مبادله محرک ها و پاداش ها توسط رهبر به منظور جلب حمایت از جانب پیروان است. هدف چنین رهبری توافق در مورد مجموعه ای از اعمال است که اهداف جداگانه و فوری رهبر و پیروان را برآورده سازد. برخلاف رهبری تبدالی، رهبری تحول آفرین فراتر از ارضای نیازهای فوری است.

از نظر باس (1985) رفتارهای مرتبط با رهبری تبدالی نیز از پاداش اقتضایی، مدیریت بر مبنای انتظار (فعال)، مدیریت بر مبنای انتظار (منفعل)، رهبری عدم مداخله گر (بی بندوبار) دسته بندی می شوند. رهبرانی که از سبک پاداش اقتضایی استفاده می کنند به مبادله منابع می پردازند. مدیریت انتظار فعال نظارت بر انحرافات افراد از نقش ها و استانداردها و تصحیح آن ها 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 مداخله گر برای رهبرانی که به عدم پذیرش مسئولیت و عدم تمایل به تصمیم گیری گرایش دارند کاربرد دارد.

در ادامه به نتایج برخی از مهم ترین پژوهش های صورت گرفته در این زمینه اشاره می گردد: آگنیهورتری و باتاچاریا (2021) در پژوهش خود، ارتباط بین خودشیفتگی مدیر عامل و کوتاه بینی مدیریت را بررسی کردند. این مطالعه بیشتر به بررسی اثر واسطه ای اساسی بازارگرایی در این پیوند می پردازد. آنان با استفاده از داده های نمونه ای از 210 شرکت هندی از سال 2009 تا 2016 نشان دادند که خودشیفتگی مدیر عامل تأثیر مثبتی بر کوتاه بینی مدیریت دارد.

گارسامکا^۲ و همکاران (2021) به بررسی این موضوع پرداختند که آیا مدیران عامل خودشیفته، اجتناب از مالیات بیشتری دارند؟ آنان در مطالعه خود، نقش تعدیل کننده کمیته های حسابرسی داخلی را نیز در نظر گرفتند. در این مقاله؛ علاوه بر تأثیر تمایلات خودشیفتگی مدیر عامل (مدیر عامل) در مورد اجتناب از مالیات شرکت ها، تأثیر تعدیل کننده 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 1303 مشاهدات سالانه

1. Agnihotria, Bhattacharya

2. García-Meca

از دوره 2008-2017، 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.

جودا¹ و همکاران (2017) 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 بازگو کننده 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.

ملکی و همکاران (1400) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین سطوح مختلف خودشیفتگی و سبک تصمیم‌گیری آنها در بین مدیران میان رده دانشگاه علوم پزشکی مشهد پرداختند. مطالعه آنان در سال 1397 بر روی جامعه آماری شامل کلیه مدیران میانی شاغل در بخش‌های مختلف (معاونت‌ها، دانشکده‌ها، بیمارستان‌ها) صورت گرفت که تعداد مدیران واجد شرایط 70 نفر بود. نتایج نشان داد که بین سطوح خودشیفتگی و سبک تصمیم‌گیری آمرانه، رابطه قوی وجود دارد. یک مدل رگرسیون خطی هم‌زمان بین سطوح خودشیفتگی و سبک تصمیم‌گیری آمرانه برآزش گشت. که مشاهده شد ارتباط معنی‌دار قوی بین سبک مدیریت آمرانه و سطوح برتری جویی، تکبر، خودکارایی و محق بودن وجود دارد.

در پژوهش پیری شهابی و بنی‌مهد (1400) به بررسی تاثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت پرداخته شد. نتیجه حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان

داد که خودشیفتگی مدیرعامل دارای اثری مستقیم بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت می باشد.

پژوهش بزرگ اصل و همکاران (1400) به دنبال بررسی تاثیر خودشیفتگی مدیرعامل بر ریسک تقلب در گزارشگری مالی و نقش تعدیل گر حسابرسان و کمیته حسابرسی در رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و ریسک تقلب در گزارشگری مالی بود. یافته های پژوهش آنان نشان داد که رابطه مثبت و معنادار بین خودشیفتگی مدیرعامل و ریسک تقلب در گزارشگری مالی وجود دارد؛ همچنین یافته ها حاکی از اثر تعدیل کننده تلاش حسابرسان، تخصص حسابرسان و رئیس کمیته حسابرس در رابطه بین خودشیفتگی مدیرعامل و ریسک تقلب در گزارشگری مالی است.

هدف پژوهش طالبیان و محمدی زاده (1400)، بررسی تاثیر تیپ های شخصیتی (مدل پنج عاملی شخصیت) بر سبک مدیریتی مدیران با توجه به نقش واسطه ای خودشیفتگی در دوره متوسطه پایه های اول و دوم شهرستان خان میرزا بود. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها رگرسیون ساده و ضریب همبستگی پیرسون نشان داد از بین ویژگی های شخصیتی برون گرایی، روان رنجوری، توافق پذیری و وظیفه شناسی بر خودشیفتگی موثر است و خودشیفتگی تنها با سبک رهبری تحول گرا در رابطه معنادار می باشد. همچنین اثرات مستقیم ویژگی های شخصیتی بر سبک رهبری با ضریب رگرسیونی ساده نشان داد تمامی ۵ ویژگی شخصیتی برون گرایی، گشودگی، روان رنجوری، توافق پذیری و وظیفه شناسی بر رهبری تحول گراموثر بوده در صورتی که تنها ویژگی برونگرایی، گشودگی و وظیفه شناسی بر رهبری عملگرا موثر است. همچنین نتایج آزمون سوبل جهت تعیین میانجی گری خودشیفتگی نشان داد این متغیر نقش میانجی گر بین ویژگی های شخصیتی و سبک های رهبری ایفا نمی کند.

نتایج حاصل از پژوهش زرگر نصرالهی و همکاران (1399) نشان داد که خودشیفتگی مدیران بر مدیریت سود تعهدی تاثیر مستقیم دارد. حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود تعهدی تاثیر معکوس دارد. ولی، حاکمیت شرکتی بر ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و مدیریت سود تعهدی تاثیر ندارد. خودشیفتگی مدیران باعث می شود تا مدیران اهداف خود را در اولویت قرار داده و برای رسیدن به هدفشان اقدام به دستکاری سود کنند و مدیریت سود تعهدی افزایش می یابد. 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.

هدف از پژوهش شیری و همکاران (1394) مطالعه و بررسی ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتارهای منافقانه با نقش میانجی رفتارهای ماکیاولی گری مدیران در سازمان‌های دولتی شهر کرمانشاه بوده است. حجم جامعه‌ی مورد مطالعه 4588 نفر بودند که 355 نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی ساده و فرمول کوکران به عنوان نمونه‌ی آماری انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی صوری آن مورد تأیید اساتید و نخبگان قرار گرفت. برای پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. پژوهش آنان بر اساس هدف پژوهش کاربردی و همچنین بر اساس چگونگی به دست آوردن داده‌های مورد نیاز، از نوع پژوهش‌های توصیفی و همبستگی بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه از آزمون‌های همبستگی و مدل معادلات ساختاری، موجود در بسته‌های نرم‌افزاری اس پی اس اس و لیزرل استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که خودشیفتگی مدیران بر رفتارهای ماکیاولی گری دارای اثر مستقیم و معنا داری برابر با 0.74 است و همچنین خودشیفتگی نیز دارای اثر مستقیم معناداری برابر با 0.87 بر رفتار منافقانه می‌باشد. رفتار ماکیاولی گری نیز بر رفتار منافقانه دارای اثر مستقیم و معنا داری برابر با 0/66 است؛ پس میانجی بودن رفتار ماکیاولی گری در ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتار منافقانه مدیران نیز تأیید می‌شود.

روش شناسی پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

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

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

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

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

فرضیه دوم: بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری در حسابداری رابطه وجود دارد.

1. بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری عمل‌گرا در حسابداری رابطه وجود دارد.

2. بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری تحول‌گرا در حسابداری رابطه وجود دارد.

متغیرهای حسابداری در 4 زمینه زیر مورد بررسی قرار گرفت :

تعیین استراتژی های تجاری های شرکت، مسئولیت پذیری اجتماعی، مدیریت سود و کیفیت گزارشگری مالی

فرضیه سوم: بین خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک های تصمیم گیری (عقلانی، آنی، شهودی، وابستگی، اجتنابی) رابطه وجود دارد.

1. بین خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک تصمیم گیری عقلایی رابطه وجود دارد.
 2. بین خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک تصمیم گیری شهودی رابطه وجود دارد.
 3. بین خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک تصمیم گیری وابستگی رابطه وجود دارد.
 4. بین خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک تصمیم گیری آنی رابطه وجود دارد.
 5. بین خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک تصمیم گیری اجتنابی رابطه وجود دارد.
- فرضیه چهارم:** بین خودشیفتگی مدیران و انتخاب سبک تصمیم گیری در حسابداری رابطه وجود دارد.

1. بین خودشیفتگی مدیران و سبک تصمیم گیری عقلایی در حسابداری رابطه وجود دارد.
 2. بین خودشیفتگی مدیران و سبک تصمیم گیری شهودی در حسابداری رابطه وجود دارد.
 3. بین خودشیفتگی مدیران و سبک تصمیم گیری وابستگی در حسابداری رابطه وجود دارد.
 4. بین خودشیفتگی مدیران و سبک تصمیم گیری آنی در حسابداری رابطه وجود دارد.
 5. بین خودشیفتگی مدیران و سبک تصمیم گیری اجتنابی در حسابداری رابطه وجود دارد.
- متغیرهای حسابداری در 4 زمینه زیر مورد بررسی قرار گرفت :

تعیین استراتژی های تجاری های شرکت، مسئولیت پذیری اجتماعی، مدیریت سود و کیفیت گزارشگری مالی.

جامعه آماری و نمونه

جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس می باشند. به دلیل این که دسترسی به تمامی اعضای جامعه آماری امکان پذیر نبود بنابراین از روش نمونه گیری در دسترس استفاده شد؛ بدین ترتیب که برای مدیران مالی شرکت های بورسی که اطلاعات ارتباطی آن ها (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 156 نفر از این افراد حاضر به همکاری شدند که پرسشنامه‌ها بین این افراد توزیع گردیده و جمعا 150 پرسشنامه تکمیل شده، گردآوری شد.

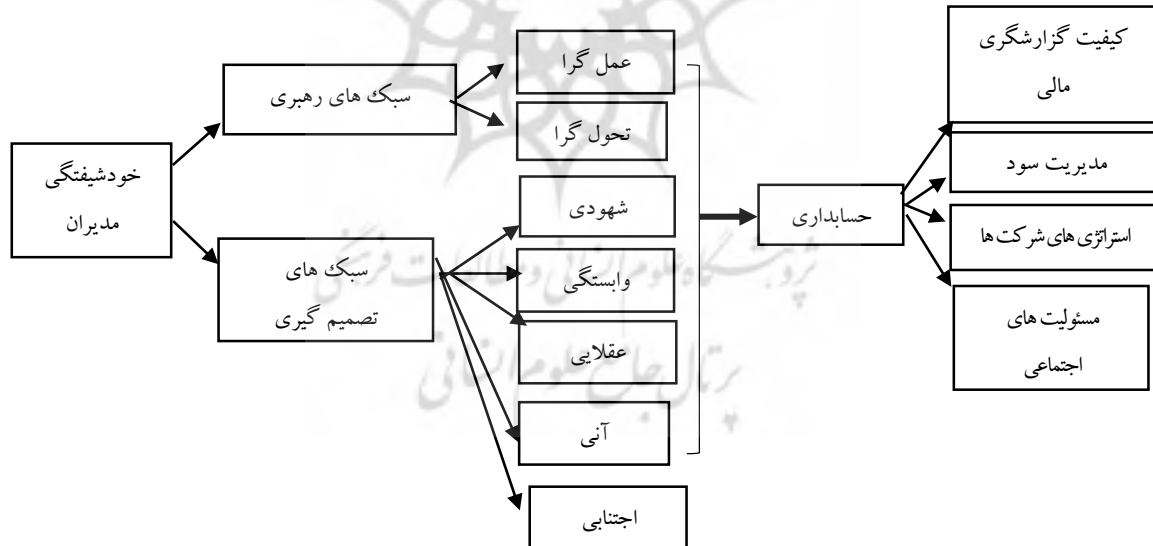
جدول 1. آمار توصیفی سابقه اشتغال

سابقه اشتغال	فراوانی	درصد فراوانی
کمتر از 5 سال	2	1٪
بین 5 تا 10 سال	38	25٪
بین 10 تا 15 سال	39	26٪
بیشتر از 15 سال	71	48٪
جمع کل	150	100٪

در این پژوهش برای جمع‌آوری و بررسی مبانی نظری حوزه تحقیق از منابع کتابخانه‌ای و همچنین مقالات منتشر شده در سایت‌های معتبر علمی همچون ساینس دایرکت و گوگل اسکولار استفاده گردیده و همچنین برای گردآوری داده‌های این تحقیق از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است.

مدل و متغیرهای پژوهش

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



شکل 1. مدل مفهومی پژوهش

متغیرهای این پژوهش از طریق پرسشنامه های استاندارد گردآوری می شوند. در جدول زیر خلاصه ای از ابزارهای پژوهش جهت سنجش متغیرها ارائه گردیده است:

جدول 2. خلاصه متغیرهای پژوهش

متغیرها	سوالات استفاده شده از مطالعات قبلی	مولفه ها
خوشیفتگی مدیران	از پرسشنامه شخصیت خودشیفته راسکین و تری (NPI 40)	قدرت و اختیار، خودبسندگی، تقدم، خودنمایی، انتفاع، غرور و خودبینی، ملقب کردن
سبک های رهبری	پرسشنامه چند عاملی رهبری MLQ	نفوذ آرمانی، ترغیب ذهنی، ملاحظات فردی، انگیزش الهام بخش
سبک های تصمیم گیری	از پرسشنامه اسکات و بروس (1995)	سبک های عقلایی، سبک های شهودی، سبک های وابستگی، سبک های آبی، سبک های اجتنابی
مسئولیت پذیری اجتماعی	از پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان کارول (۱۹۹۱)	تعهدات اقتصادی، تعهدات قانونی، تعهدات اخلاقی، تعهدات اجتماعی
استراتژی شرکتها	از پرسشنامه هایکینز (2008)	خریداران، عرضه کنندگان، کالاهای جایگزین، تازه واردان، رقبا
مدیریت سود	از پرسشنامه جمشیدی (1393)	تک مولفه ای
کیفیت گزارشگری مالی	از پرسشنامه استاندارد برگرفته از پژوهش (نبوی نژاد، 1394)	تک مولفه ای

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

در جدول زیر برخی شاخص های متغیرهای پژوهش ارائه گردیده اند:

جدول 3. شاخص های مرکزی، پراکندگی و توزیع عوامل

شاخص	مرکزی	پراکندگی		شکل توزیع	
		انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشدگی
خوشیفتگی مدیران	3/5555	0/7777	0/999	0/444	1/444
سبک رهبری	3/5555	1/1111	0/777	-0/444	4/333
سبک تصمیم گیری	3/555	0/7777	0/222	0/44	2/222
مسئولیت پذیری اجتماعی	3/5555	3/33333	0/777	-0/111	7/111
مدیریت سود	3/555	1/11111	0/999	-0/444	4/222
استراتژی شرکت	3/444	9/99999	0/111	-0/777	2/555
کیفیت گزارشگری مالی	3/555	1/11111	0/777	-0/333	3/333

در جدول بالا برخی از مفاهیم آمار توصیفی متغیرها شامل میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی ارائه شده است. مقدار چولگی مشاهده شده برای متغیرهای مورد مطالعه در بازه (2، -2) قرار دارد. یعنی از لحاظ کجی متغیرهای پژوهش نرمال بوده و توزیع آن متقارن است. مقدار کشیدگی متغیرها نیز در بازه (2، -2) قرار دارد. این نشان می‌دهد توزیع متغیرها از کشیدگی نرمال برخوردار است.

مدل معادلات ساختاری

2. پایایی ابزارهای اندازه‌گیری

1. مقادیر بارهای عاملی متغیرهای مشاهده شده: طبق گفته محققان در صورتی مدل اندازه‌گیری انعکاسی، مدلی همگن خواهد بود که قدر مطلق بار عاملی هر یک از متغیرهای مشاهده شده متناظر با آن متغیر پنهان آن مدل دارای مقدار حداقل 0/7 باشد. برای این منظور مقادیر بارهای عاملی مورد بررسی قرار گرفت. برخی پیشنهاد حذف متغیر مشاهده شده انعکاسی را از مدل اندازه‌گیری که زیر 0/4 باشند، دادند، آن هم در صورتی که با حذف آن پایایی مرکب مدل اندازه‌گیری انعکاسی مربوطه افزایش یابد (هیر و همکاران، 2017).

2. معناداری بارهای عاملی: نتایج بررسی معناداری بارهای عاملی (بیرونی) در جدول آمده است. چنانچه مقدار بدست آمده بالای حداقل آماره در سطح مورد اطمینان در نظر گرفته شده باشد، آن رابطه یا فرضیه تایید می‌شود. در سطح معناداری 90 درصد، 95 درصد و 99 درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره $t_{64/1}$ ، $t_{96/1}$ و $t_{2/58}$ مقایسه می‌شود.

جدول 4. نتایج بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری

متغیر	گویه‌ها	بار عاملی	انحراف استاندارد	آماره t	سطح معناداری
خودشیفتگی مدیران	Q1	0/700	0/056	576/12	0/000
	Q2	0/831	0/042	19/637	0/000
	Q3	0/873	0/022	39/759	0/000
	Q4	0/867	0/024	36/658	0/000
	Q5	0/852	0/031	27/126	0/000
	Q6	0/650	0/079	8/201	0/000
	Q7	0/811	0/048	17/022	0/000

سطح معناداری	آماره t	انحراف استاندارد	بار عاملی	گویه‌ها	متغیر
0/000	14/290	0/057	0/811	Q8	
0/000	23/622	0/035	0/827	Q9	
0/000	27/414	0/031	0/855	Q10	
0/000	22/897	0/036	0/816	Q11	
0/000	13/473	0/055	0/736	Q12	
0/000	25/092	0/032	0/793	Q13	
0/000	10/404	0/064	0/662	Q14	
0/000	16/826	0/046	0/777	Q15	
0/000	22/167	0/036	0/803	Q16	
0/000	12/927	0/055	0/712	Q17	
0/000	13/193	0/053	0/697	Q18	
0/000	10/586	0/055	0/585	Q19	
0/000	11/789	0/049	0/582	Q20	
0/000	14/018	0/042	0/587	Q21	
0/000	10/993	0/051	0/559	Q22	
0/000	6/210	0/091	0/567	Q23	
0/000	8/750	0/066	0/581	Q24	
0/000	11/856	0/054	0/635	Q25	
0/000	12/424	0/051	0/637	Q26	
0/000	15/725	0/041	0/649	Q27	
0/000	18/476	0/037	0/678	Q28	
0/000	10/897	0/053	0/578	Q29	
0/000	14/709	0/045	0/666	Q30	
0/000	15/938	0/041	0/658	Q32	
0/000	13/034	0/052	0/673	Q32	
0/000	17/652	0/040	0/700	Q33	
0/000	15/683	0/046	0/726	Q34	
0/000	15/418	0/045	0/690	Q35	
0/000	12/305	0/055	0/681	Q36	
0/000	13/536	0/052	0/705	Q37	
0/000	10/660	0/059	0/634	Q38	
0/000	19/872	0/038	0/757	Q39	
0/000	12/562	0/052	0/652	Q40	

همان طور که نتایج جدول بالا نشان می‌دهد، مقادیر بار عاملی تمام گویه‌ها بیشتر از 0/4 است و بنابراین مدل اندازه‌گیری، مدلی همگن است و مقادیر بار عاملی، مقادیر قابل قبولی هستند. هم چنین نتایج بررسی معناداری مقادیر آماره t در جدول مذکور نشان داد که مقادیر آماره t برای همه گویه‌ها بیشتر از 2/58 گزارش شد. این بدان معناست که ارتباط بین گویه‌ها با متغیر مکنون مربوط به خود در سطح اطمینان 99 درصد پذیرفته می‌شود.

2. روایی ابزارهای اندازه‌گیری

1) روایی همگرا: منظور از شاخص روایی همگرا سنجش میزان تبیین متغیر پنهان توسط متغیرهای مشاهده‌پذیر آن است (بارکلی و همکاران، 1995).¹ برای شاخص متوسط واریانس استخراج شده² حداقل مقدار 0/5 مقدار قابل قبولی است که این مقدار نشان دهنده این است که متغیرهای مشاهده‌پذیر حداقل 50 درصد واریانس متغیر پنهان خود را تبیین می‌کند.

جدول 5. میانگین واریانس استخراج شده

مغیر	واریانس استخراجی
خودشیفتگی مدیران	0/656
سبک رهبری	0/551
سبک تصمیم‌گیری	0/640
مسئولیت‌پذیری اجتماعی	0/555
مدیریت سود	0/565
استراتژی شرکت	0/653
کیفیت گزارش‌گری مالی	0/568

همانطور که در جدول 3 ملاحظه می‌شود، نتایج بررسی مقادیر واریانس استخراج شده متغیرهای پنهان پژوهش نشان داد که همه متغیرها مقادیری بیش از 0/5 به خود اختصاص دادند. بر این اساس می‌توان گفت: روایی همگرایی ابزارهای اندازه‌گیری با استفاده از شاخص میانگین واریانس استخراج شده، تأیید شد.

2) روایی تشخیصی یا واگرا: روایی تشخیصی یا واگرا توانایی یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی را در میزان افتراق مشاهده‌پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده‌پذیرهای موجود در مدل

1. Barclay et al

2. Average Variance Extracted (AVE)

را می‌سنجد. روایی تشخیصی در واقع مکمل روایی همگرا است که نشان دهنده تمایز نشانگرهای یک متغیر پنهان از سایر نشانگرهای دیگر در همان مدل ساختاری است. آزمون فورنل - لارکر: طبق این معیار یک متغیر پنهان در مقایسه با سایر متغیرهای پنهان، باید پراکندگی بیشتری را در بین مشاهده پذیرهای خود داشته باشد، تا بتوان گفت متغیر پنهان مدنظر روایی تشخیصی بالایی دارد. بر این اساس جذر میانگین استخراج شده هر متغیر پنهان باید بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر پنهان با متغیرهای پنهان دیگر باشد (فورنل و لارکر، 1981).

جدول 6. آزمون فورنل - لارکر و میانگین واریانس استخراج شده

کیفیت گزارش گری مالی	استراتژی شرکت	مدیریت سود	مسئولیت پذیری اجتماعی	سبک تصمیم گیری	سبک رهبری	خودشیفتگی مدیران	
						0/810	خودشیفتگی مدیران
					0/742	0/714	سبک رهبری
				0/800	0/668	0/710	سبک تصمیم گیری
			0/745	0/702	0/713	0/679	مسئولیت پذیری اجتماعی
		0/752	0/671	0/668	0/717	0/714	مدیریت سود
	0/874	0/763	0/632	0/765	0/713	0/671	استراتژی شرکت
0/762	0/763	0/653	0/765	0/765	0/762	0/653	کیفیت گزارش گری مالی

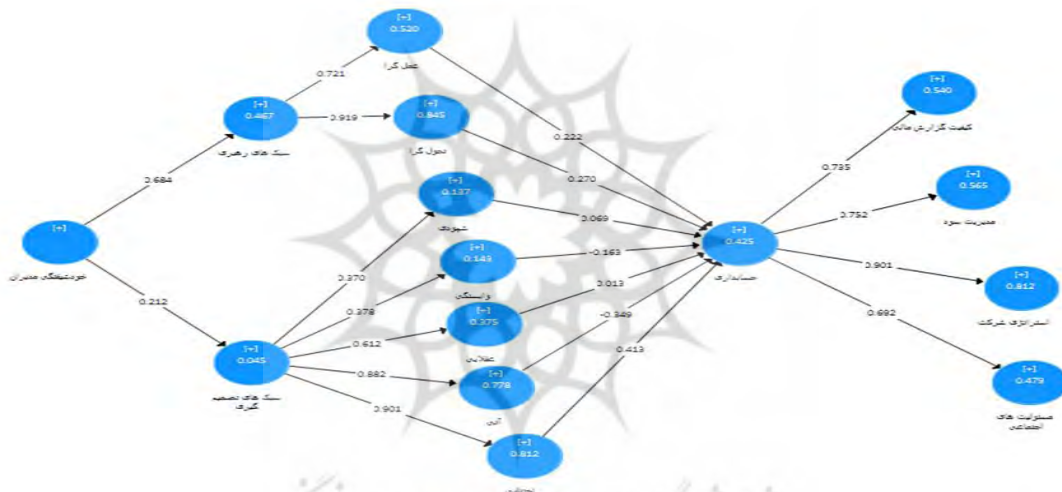
بر این اساس نتایج بدست آمده از جدول 4-16، جذر میانگین استخراج شده هر متغیر پنهان، بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر پنهان با متغیرهای پنهان دیگر است. بر این اساس روایی واگرا مدل اندازه گیری با استفاده از آزمون فورنل - لارکر تأیید شد.

نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول بخش اندازه گیری متغیرهای درونزا و برونزا نشان داد که تمام سازه ها 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 داده ها تأیید گردیده یا خیر. 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 پیش بینی شده، قوی می‌باشند. در اینجا پارامترهای تخمینی باید معنی دار باشند. یعنی قدرمطلق سطح معناداری باید بیشتر از $1/96$ باشد. مجذور همبستگی چندگانه (R^2) مقدار واریانس هر متغیر نهفته درونی (وابسته) که به وسیله متغیرهای نهفته بیرونی (مستقل) تبیین می‌شود را نشان می‌دهد. هر چه مقدار ضریب تعیین بیشتر باشد، قدرت بالای تبیین واریانس را بیان می‌کند.

نمودار 2. نمودار ضرایب مسیر مدل ساختاری

نمودار 2 با عنوان نمودار ضرایب مسیر، به بررسی ضریب مسیر متغیرها و میزان تأثیر هر یک از



متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته می‌پردازد. مقدار ضریب مسیر در بازه -1 و 1 قرار دارد. هر چه این مقدار بصورت مثبت بیشتر باشد، نشان دهنده تأثیرگذاری بیشتر متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. همان گونه که مشاهده می‌شود ضریب مسیر تأثیر خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری عمل‌گرا در حسابداری برابر با $2/666$ و در سبک رهبری تحول‌گرا برابر با $2/968$ بوده است؛ پس می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری تحول‌گرا در حسابداری در مقایسه با عمل‌گرا تأثیر بیشتری داشته است. هم چنین مشاهده می‌شود ضریب مسیر تأثیر خودشیفتگی مدیران بر سبک تصمیم‌گیری شهودی برابر با $0/718$ ، سبک تصمیم‌گیری وابستگی برابر با $2/525$ ، سبک تصمیم‌گیری عقلایی

برابر با 0/185، سبک تصمیم گیری آنی برابر با 3/874 و در سبک تصمیم گیری اجتنابی برابر با 4/101 بوده است؛ پس می توان چنین نتیجه گیری کرد که خودشیفتگی مدیران بر سبک تصمیم گیری اجتنابی در مقایسه با سایر انواع سبک های تصمیم گیری تاثیر بیشتری داشته است.

3. نتایج آزمون فرضیه ها

نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها در جداول زیر ارائه گردیده است:

جدول 7. آزمون ضریب مسیر

نتیجه	سطح معناداری	آماره t	ضریب مسیر	فرضیه ها	
تأیید	0/009	2/487	231	خودشیفتگی مدیران ⇨ انتخاب سبک رهبری	1
تأیید	0/017	2/897	378	خودشیفتگی مدیران ⇨ سبک رهبری ⇨ تعیین استراتژی تجاری شرکت ها	2
تأیید	0/007	2/706	0/159	خودشیفتگی مدیران ⇨ سبک رهبری ⇨ مسئولیت پذیری اجتماعی	3
تأیید	0/011	2/557	0/171	خودشیفتگی مدیران ⇨ سبک رهبری ⇨ مدیریت سود	4
تأیید	0/000	4/332	0/340	خودشیفتگی مدیران ⇨ سبک رهبری ⇨ کیفیت گزارشگری مالی	5
تأیید	0/016	2/653	341	خودشیفتگی مدیران ⇨ انتخاب سبک تصمیم گیری	6
تأیید	0/011	2/413	0/131	خودشیفتگی مدیران ⇨ سبک تصمیم گیری ⇨ تعیین استراتژی تجاری شرکت ها	7
تأیید	0/016	2/428	0/120	خودشیفتگی مدیران ⇨ سبک تصمیم گیری ⇨ مسئولیت پذیری اجتماعی	8
تأیید	0/000	5/204	0/383	خودشیفتگی مدیران ⇨ سبک تصمیم گیری ⇨ مدیریت سود	9
تأیید	0/000	9/141	0/583	خودشیفتگی مدیران ⇨ سبک تصمیم گیری ⇨ کیفیت گزارشگری مالی	10

همان گونه که مشاهده می شود سطح معنی داری برای هر رابطه بین خودشیفتگی مدیران و سبک رهبری برابر با 0/009 بوده که کمتر از 5٪ است؛ بنابراین فرضیه اول پژوهش مورد تایید قرار می گیرد. در خصوص اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری در تعیین استراتژی

تجاری شرکت‌ها نیز مشاهده می‌شود که این رابطه معنی‌دار بوده است. برای فرضیه اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری در مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز این رابطه تایید می‌شود. در خصوص متغیرهای کیفیت گزارشگری مالی و مدیریت سود نیز همین رابطه برقرار است.

با توجه به سطح معنی‌داری اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر انتخاب سبک تصمیم‌گیری که برابر با 0/0016 به دست آمده است نیز می‌توان چنین استنباط نمود که خودشیفتگی مدیران بر انتخاب سبک تصمیم‌گیری اثرگذار بوده است؛ پس این فرضیه نیز تایید می‌گردد. این اثرگذاری در خصوص متغیرهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت، مدیریت سود، تعیین استراتژی تجاری شرکت‌ها و کیفیت گزارشگری مالی نیز تایید می‌گردد.

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 0/378 و قوی‌تر از مابقی روابط می‌باشد؛ در خصوص تاثیرگذاری خودشیفتگی مدیران بر انتخاب سبک‌های تصمیم‌گیری نیز مشاهده می‌شود که ضریب مسیر خودشیفتگی مدیران بر سبک تصمیم‌گیری در کیفیت گزارشگری مالی قوی‌تر از دیگر روابط است.

برازش کلی مدل معادلات ساختاری

مدلهایی که با رویکرد واریانس محور از طریق نرم افزارهای واریانس محور مانند اسمارت پی ال اس مورد بررسی قرار می‌گیرند فاقد شاخصی کلی برای نگاه به مدل به صورت یکجا هستند. یعنی شاخصی برای سنجش کل مدل شبیه به رویکرد کواریانس محور وجود ندارد. اما در تحقیقات مختلف در این حوزه پیشنهاد شد که از شاخصی به نام شاخص نکویی برازش (GOF) توسط تننهاوس و همکاران (2005) پیشنهاد شد که می‌توان به جای شاخص‌های برازشی که در رویکردهای کواریانس محور وجود دارد، استفاده نمود. تایید برازش کلی مدل معادلات ساختاری در قالب جدول زیر ارائه شده است:

جدول 8. نتایج برازش مدل کلی

شاخص نکویی برازش	مقادیر اشتراکی	مقادیر اشتراکی	ضریب تعیین	ضریب تعیین	متغیر
0/405	0/560	0/656	0/723		خودشیفتگی مدیران
		0/551			سبک رهبری
		0/640			سبک تصمیم گیری
		0/563		0/653	مسئولیت پذیری اجتماعی
		0/542		0/532	مدیریت سود
		0/555		0/677	استراتژی شرکت
		0/565		0/772	کیفیت گزارش گری مالی
0/071	ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده استاندارد شده (SRMR)				

با توجه به مقدار بدست آمده برای شاخص نکویی برازش به میزان 0/405 بوده که بیشتر از مقدار پیشنهادی متوسط و ترلس و همکاران (2009) یعنی 0/25 که نشان می دهد، برازش کلی مدل متوسط می باشد و لذا برازش کلی مدل تأیید می شود. مقدار مطلوب برای این شاخص حداکثر 0/08 است. نتایج بدست آمده از این شاخص نشان داد که مقدار آن برابر با 0/071 گزارش شد که مقداری مطلوب است و بنابراین برازش مناسب مدل کلی تأیید می شود.

بحث و نتیجه گیری

با توجه به اینکه افراد خودشیفته در سازمان ها به دلیل عدم تعادل در ویژگی شخصیتی با پیامدهای رفتاری گوناگونی که ایجاد می کند، مشکلات فراوانی برای خود، سازمان و جامعه ایجاد نموده و آن چنان تنش و درگیری ایجاد می نماید که ادامه رابطه با مشکل مواجه می شود. تصمیمات مدیران سازمان و تفکرات آن ها نقشی سرنوشت ساز در پیشبرد اهداف سازمانی دارد. لذا شناسایی ویژگی های شخصیتی مدیران به ویژه خودشیفتگی که تصمیمات آن ها را متاثر می سازد و می تواند دلیل عدم شایستگی و بی کفایتی های مدیریتی در سطوح مختلف مدیریت و رهبری سازمان باشد، حایز اهمیت می باشد.

آزمون فرضیه های این پژوهش همانند تحقیقات انجام شده توسط محققین از بنجامین فلاین (2006)، هومفرز و اینستین (2003)، کمپیل و فاستر (2011) نشان دهنده اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک رهبری آنان می باشد؛ مدیران خودشیفته، اغلب طرح ها و برنامه

های بزرگی را در سر می‌پرورانند 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 امیدوار کننده و الهام بخش آنها منحصر به فرد باشد و صرفاً آنان هستند که تاکنون برنامه‌های مدونی برای سازمان‌ارایه کرده‌اند. آنها می‌توانند بقیه 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 شیوه رهبری آنان اثرگذار است.

هم چنین تحلیل‌های بیشتر نشان داد که خودشیفتگی مدیران بر سبک تصمیم‌گیری آنان همانند نتایج محققینی همچون کارپنتر و همکاران (2004)، منصور زارع و همکاران (1399) و ملکی و همکاران (1400) موثر است؛ این امر بدان دلیل است که مدیران خودشیفته اغلب فرآیندهای تصمیم‌گیری را تحت سلطه خود قرار می‌دهند و به مشاوره با دیگران تمایلی نشان نمی‌دهند. یعنی در تصمیم‌گیری‌ها اغلب از تشخیص‌های فردی خود کمک می‌گیرند.

علاوه بر این، شواهد حاصله نشان‌دهنده اثرگذاری ویژگی خودشیفتگی مدیران بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت همانند پژوهش مرتبط با پیری شهابی و بنی مهد (1400) 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.

این پژوهش همانند تحقیقاتی که ژیانگ و سانگ (2021)، مارکز و همکاران (2018) و جود و همکاران (2017) انجام داده اند، نشان داد که خود شیفتگی مدیران می تواند بر کیفیت گزارش گری مالی شرکت ها اثرگذار باشد؛ در این رابطه چنین استدلال می شود که خصوصیت های شخصیتی مدیران خود شیفته، آنان را به انجام اقدام هایی بر خلاف عرف سوق می دهد و باعث می شود در پی توجه و ستایش دیگران باشند و این اقدام ها در نهایت، عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار خواهد داد. از این رو، تعصبات شخصی و توهم های مثبت مدیران خود شیفته، بر عرضه اطلاعات مالی به بورس اوراق بهادار تأثیر می گذارد. این مدیران، به نادیده گرفتن بازخوردهای منفی محرمانه از عقل خویش تمایل دارند و به طور طبیعی، اطلاعات را در زمان ارتباط با سهام داران در خصوص عملکرد شرکت نادیده می گیرند. افزون بر این، مدیران خود شیفته، ممکن است آگاهانه، اطلاعات ارسالی برای متقاعد کردن سرمایه گذاران را که پروژه های در حال اجرا و با آینده امیدوار کننده ای دارند، تحریف کنند. بروز این پدیده در بین مدیران، باعث خواهد شد که کیفیت گزارش گری مالی شرکت ها تحت تأثیر قرار گیرد. سایر نتایج پژوهش انجام شده نشان داد خود شیفتگی مدیران می تواند بر مدیریت سود در شرکت ها نیز اثرگذار باشد که همسو با پژوهش های بذرافشان و همکاران (1397) و ماریا کونتسا و اشلی هوی هوی تانگ (2020) می باشد؛ در این رابطه چنین استدلال می شود که خود شیفتگی مدیران بر لحن خوش بینانه گزارشگری مالی تأثیر مثبت و معناداری دارد. به عبارتی مدیران خود شیفته به گزارش های مالی تنظیم یافته با لحن خوش بینانه، به چشم فرصتی برای فرونشاندن اشتباهی سیری ناپذیر خود برای ارتقاء شخصی خودشان نگاه می کنند. هم چنین مدیریت سود موجب افزایش اثر مثبت خود شیفتگی مدیران بر لحن خوش بینانه گزارشگری می شود. خصوصیات شخصیتی مدیران خود شیفتگی در مقایسه با دیگر مدیران، آنان را در جهت انجام اقداماتی سوق می دهد 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 توهم های مثبت مدیران خود شیفته 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 می گیرند. افزون بر این، مدیران خود شیفته ممکن است آگاهانه اطلاعات ارسالی جهت متقاعد کردن سرمایه گذاران، که پروژه های در حال انجام، آینده امیدوار کننده ای 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 مسأله باعث افزایش خوش بینی سرمایه‌گذاران از درآمدهای دائمی شرکت شده و در کوتاه مدت 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 قرار گیرند 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 برحق و توانمندند و اقدامات شان 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. حسابداران خودشیفته تمایل دارند همواره مورد تشویق مدیرعامل 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 پرستش قرار دهد. مطابق با این فرضیه‌ها، انگیزه مدیریت سود منافع شخصی است و منافع شخصی که مد نظر تحقیقات اثباتی است منافع مادی و پاداش‌هایی است که توسط افراد دریافت می‌شود. اما همان‌طور که در این پژوهش ملاحظه می‌فرمایید، ویژگی‌های فردی و شخصیتی اشخاص در تصمیم‌گیری برای اقدام به مدیریت سود تأثیرگذار است و 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 امعان نظر به نتایج حاصله، 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 مولفه‌های 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 می توان 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. هم چنین یک رهبر تحول گرا می بایستی تلاش کرده تا علائق کارکنانش را ارتقاء و توسعه بخشد، آگاهی و پذیرش برای ماموریت و مقصد گروه را ایجاد کند و کارکنان را به دیدن فراسوی منافع خویش برای منافع گروه برانگیزاند. هم چنین توصیه می شود تا مدیران تحول گرا به صورت مداوم به دنبال ایجاد تغییرات مثبت در سازمان بوده و اعضا را برای انواع نوآوری و خلاقیت تشویق نمایند.

نظر به اثرگذاری خودشیفتگی مدیران بر سبک های رهبری عمل گرا و تحول گرا در تعیین استراتژی تجاری شرکت ها، مسئولیت پذیری اجتماعی، مدیریت سود و کیفیت گزارشگری مالی، پیشنهاد می شود شرکت ها با تدوین قوانین و مقرراتی باعث ایجاد محدودیت هایی در اختیارات مدیران شوند و همچنین با استفاده از این قوانین مدیران مجاب به استفاده از سبک های رهبری عمل گرا و تحول گرا برای انتخاب استراتژی های تجاری شرکت به طور همزمان با توجه به شرایط باشند تا از این طریق اثرات مثبتی در مقوله های حسابداری صورت گیرد زیرا رهبران می توانند انگیزش، تلاش و انتخاب استراتژی مورد نظر خود را با استفاده از رهبری تحول گرا و رهبری عمل گرا بهبود بخشند.

کنترل خودشیفتگی مدیران ضروری به نظر می رسد زیرا این مدیران برای نمایش عملکرد مالی مطلوب در کوتاه مدت به ذی نفعان، بیش تر به سمت وسوی فعالیت های مرتبط با مدیریت سود سوق پیدا می کنند؛ پیشنهاد می شود در سازمان ها با پیاده سازی راهکارهای روانشناسی موجود و ایجاد فرهنگ انتقاد پذیری (به عنوان یکی از راه حل های 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.

همچنین توصیه می شود که حتی الامکان سیستم هایی برای نظارت بر کار و تصمیم گیری های مدیران و الزام آنان به مشاوره با سایرین، طراحی و اجرا شود تا از بروز رفتارهای خودشیفتگی آنان جلوگیری شود.

بطور کلی پیشنهاد می گردد بورس به مدیرانی اعتماد کند که بیشتر از سبک تصمیم گیری عقلانی استفاده می کنند و دلیل آن هم این است که مدیرانی که از این سبک تصمیم گیری

استفاده می‌کنند تمایل به شناسایی تمام راهکارهای ممکن دارند و نتایج هر راهکار از تمامی جنبه‌های مختلف در نظر می‌گیرند و در نهایت راهکار بهینه و مطلوب را انتخاب می‌کنند که این امر منجر به انتخاب استراتژی بهتر و کیفیت گزارشگری مطلوب تر در شرکت‌ها می‌شود و به مدیران شرکت‌ها توصیه می‌شود تا در هنگام اتخاذ تصمیمات مربوط به شرکت به تأثیرات ویژگی‌های شخصیتی خود بر تصمیم‌های مذکور توجه داشته و سعی کنند با پرهیز از جنبه‌های منفی این ویژگی‌ها، بهترین تصمیم‌های ممکن را در حوزه‌های مختلف برای شرکت اتخاذ کنند تا منجر به ضرر به سهامداران نگردد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی پژوهشگران به بررسی سبک‌های رهبری و تصمیم‌گیری در حسابداری مبتنی بر الگوهای اخلاقی همچون الگوی ترویج وظیفه‌گرایی، الگوی سودگرایی، الگوی قراردادی و الگوی خطر اخلاقی بپردازند و همچنین می‌توانند از سایر سبک‌های رهبری همچون تبادلی و تبدیلی و سایر سبک‌های تصمیم‌گیری همچون سبک امری، سبک تحلیلی، سبک مفهومی و سبک رفتاری و سایر متغیرهای حسابداری استفاده کنند و یا با تکیه بر تئوری‌های مالی و رفتاری موضوع حاضر توسط پژوهشگران بررسی شود.

منابع

- بزرگ اصل، موسی و بهشور، اسحاق و احمدی پاک، فرشته. (1400). خود شیفتگی مدیرعامل و ریسک تقلب در گزارشگری مالی با تاکید بر نقش حسابرسان و کمیته حسابرسی. دانش حسابداری، 12(2): 139-155.
- حساس یگانه، یحیی؛ سهرابی، غواصی (1399) ارتباط گزارشگری مسئولیت اجتماعی با ارزش شرکت، فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، 12(45): 1-20.
- حسینی، سسید علی. حقیقت (1395) رابطه بین حاکمیت شرکتی و تعهد به ایفای مسئولیت های اجتماعی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران - پژوهش حسابداری، 6(4): 3-1-128.
- رمضان احمدی، محمد؛ آهنگری، حاجب (1399) بررسی تاثیر متغیرهای کلان اقتصادی و رقابت بازار محصول بر کیفیت سود: رویکرد معادلات ساختاری. فصلنامه پژوهش های تجربی حسابداری، 00(3): 555-000.
- رحیمیان، نظام الدین کاظم پور. (1395) مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها مفاهیم، ابعاد، نظریه ها و مروری بر مدل های آن- پژوهش حسابداری 8(4): 152-175.
- شیری، اردشیر؛ خلد شرفی، صبریه؛ دهقانی، مهدی و یاسینی، علی. (1394). بررسی ارتباط بین خود شیفتگی مدیران و رفتارهای منافقانه با نقش میانجی رفتار ماکیاولی گری مدیران در سازمان های دولتی شهر کرمانشاه. فصلنامه علمی مدیریت سازمان های دولتی، 3(11): 107-128.
- طاهری عابد؛ علی نژاد سارو کلاتی، فغانی ماکرانی (1399) تاثیر خود شیفتگی مدیران بر شفافیت گزارشگری مالی، فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، 12(48): 93-71.
- منصورزاع، مینو؛ بنی مهد، بهمن؛ و کیلی فرد، حمیدرضا و رهنمای رودپشتی، فریدون. (1399). نقش خود شیفتگی در تمایل به مدیریت سود. پژوهش های تجربی حسابداری، 38(1): 1-24.

References

- 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) : 779-782.
- A.L. Pincus, M.R. Lukowitsky. (2010). Pathological narcissism and narcissistic personality disorder, Annu. Rev. Clin. Psychol; 6 (2): 421-446.
- Agnihotria, A; Bhattacharya, S. (2021). CEO narcissism and myopic management, Industrial Marketing Management, 7(3): 145-158.
- 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): 113-137.

- Bozorgasl, M; Behshour, I; & Ahmadi Pak, F. (2021). Chief executive officer (CEO) narcissism and risk of financial reporting fraud with placing emphasis on the roles of auditors and audit committees. *Journal of Knowledge Accounting*, 12(2): 139-155. (In Persian).
- 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): 57-62.
- 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): 749-778.
- D.S. Bender. (2012). Mirror, mirror on the wall: reflecting on narcissism, *J. Clin. Psychol*; 68 (2012):877-885.
- 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): 1-47.
- G. Seidman. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: how personality influences social media use and motivations, *Pers. Individ. Differ*; 54 (12):402-407.
- Hasas Yeganeh, Y; Sohrabi, H; & Qavasi, M. (2020). The relationship between social responsibility reporting and company value. *Financial accounting and auditing research*, 12(45): 1-20. (In Persian).
- Heshmat, N; Baradaran Hassanzadeh, R; & Mottaghi, A. (2021). A Financial, Governance and Social Responsibility Evaluation Comprehensive Model (FGCSM) based on Six Approaches and New Perspective of Performance Evaluation. *Empirical Research in Accounting*, 11(2), 1-26.
- Hosseini, S. A; & Haghighat, S. (2016). The Relationship between Corporate Governance and Community Engagement in Listed Companies of Tehran Stock Exchange. *Journal of accounting and social interests*, 6(4): 103-128. (In Persian).
- 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): 33-52.
- Kazempour, M; & Rahimian, N. (2018). Corporate social responsibility: Concepts, Dimensions, Theories and Review of models. *Journal of Accounting and Social Interests*, 8(4), 143-165. (In Persian).
- 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):11-33.
- 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):1-19.

- Mansourzare, M; Banimahd, B; Vakilifard, H; & Rahnamaye Roodposhti, F. (2020). Narcissism and Tendency to Earnings Management. *Empirical Research in Accounting*, 10(4), 1-24. (In Persian).
- N.B. Ellison, C. Steinfield, C. Lampe. (2011). Connection strategies: social capital implications of Facebook-enabled communication practices, *New Media Soc*; 13 (7): 873-892.
- 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): 211-225.
- Olsen, K. J; &Stekelberg, J. (2016), "CEO Narcissism and Corporate Tax Sheltering", *The Journal of the American Taxation Association*, 38(1): 1-22.
- Ramezan Ahmadi, M; Ahangari, A; & Hajeb, H. R. (2020). Effects of Macroeconomic Variables and Product Market Competition on Earnings Quality Using Structural Equation Model. *Empirical Research in Accounting*, 10(3), 235-260. (In Persian).
- Rijsenbilt, A; &Commandeur, H. (2013), "Narcissus Enters the Courtroom: CEO Narcissism and Fraud", *Journal of Business Ethics*, 117 (2): 413-429.
- S.A. Rosenthal, T.L. Pittinsky. (2006). Narcissism Leadership [J], *Leadership Quarterly*, 17 (6):617-633.
- Shiri, A; Khold Sharafi, S; Dehghani, M; & Yasini, A. (2015). Examining the relationship between managers' narcissism and hypocrisy behaviors with the moderator role of managers' Machiavellian behavior in governmental organizations of Kermanshah City. *Quarterly Journal of Public Organizations Management*, 3(3), 107-128. (In Persian)
- Taheri, A. R; Alinezhad, S. M; & Faghani, M. K. (2021). The Impact of CEOs's Narcissism on Financial Reporting Transparency 12 (48):71-93. (In Persian).
- Xiang, R; Song, C.(2021). CFO narcissism and audit fees: Evidence from listed companies in China, *China Journal of Accounting Research*, 14(3):257-274.
- Zyglidopoulos, S. C; Fleming, P. J; & Rothenberg, S. (2009), "Rationalization, Overcompensation and the Escalation of Corruption in Organizations", *Journal of Business Ethics*, 84 (1): 65-73.

COPYRIGHTS



This is an open access article under the CC BY-NC-ND 4.0 license.