



فصلنامه علمی پژوهشی
دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت
سال هشتم / شماره ۳۲ / زمستان ۱۳۹۸

تبیین رابطه هوش هیجانی با انواع شیوه های مدیریت سود با تأکید بر خود شیفتگی مدیران

سمانه شاهد حسین

دانشجوی دکتری حسابداری، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران.
samaneh_shahed@yahoo.com

محمدحامد خانمحمدی

استادیار گروه حسابداری، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران (نویسنده مسئول).
dr.khanmohammadi@yahoo.com

طاهره محمودیان دستنایی

استادیار گروه روانشناسی، واحد بهشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بهشهر، ایران.
mahmodian.mina@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۱۲ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۶/۰۴

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، تبیین رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود با در نظر گرفتن عامل خود شیفتگی مدیران است. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از بعد روش توصیفی همبستگی است. هوش هیجانی به عنوان متغیر مستقل و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) به عنوان متغیر وابسته می باشد. همچنین خودشیفتگی به عنوان متغیر تعدیل گر در نظر گرفته شده است. جامعه آماری شامل حداقل یکی از اعضای هیات مدیره یا مدیر مالی شرکت های عضو بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۳۹۶ و شامل ۱۱۲ شرکت می باشد. برای سنجش مدیریت سود تعهدی از مدل تعدیل شده جونز، مدیریت سود واقعی از مدل سه بخشی روی چاوداری (۲۰۰۶) و برای سنجش مدیریت سود سناریو از پرسشنامه برگرفته از پژوهش کلیمن و هنینگ (۲۰۰۰) استفاده گردید. ابزار مورد استفاده برای هوش هیجانی پرسشنامه ۳۳ سوالی شرینگ بوده است. همچنین برای سنجش خودشیفتگی از دو روش (سنجش پنهان صورت و پرسشنامه استاندارد خود شیفتگی NPL 16) استفاده گردید. برای تحلیل نتایج از مدل ساختاری با نرم افزار کوواریانس محور Smart PIS استفاده شد. نتایج نشان داد که رابطه بین هوش هیجانی با مدیریت سود (واقعی و تعهدی) با در نظر گرفتن عامل خودشیفتگی دارای ضریب معناداری است، اما این رابطه با مدیریت سود مبتنی بر سناریو معنادار نبوده است. با توجه به نتایج استخراج شده این گونه برآورد می شود هوش هیجانی به عنوان یک عامل تاثیر گذار بر مدیریت سود است به شرطی که عامل خودشیفتگی از ویژگی های مدیر نباشد.

واژه های کلیدی: مدیریت سود (تعهدی، واقعی، سناریو)، هوش هیجانی، خودشیفتگی.

۱- مقدمه

های موجود در سایر پژوهش ها و شناخت بهتر عوامل تاثیر گذار بر مدیریت سود است.

در ادامه ساختار مقاله به این ترتیب خواهد بود، ابتدا مبانی نظری پژوهش تعریف شده است. بخش بعد به پیشینه تجربی و طرح فرضیه های پژوهش اختصاص دارد، در ادامه روش شناسی شامل متغیرها و مدل های تحقیق ارائه می شود، در بخش پایانی نیز پس از بیان نتایج پژوهش، نتیجه گیری و پیشنهادها خواهد آمد.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

۱-۲- مدیریت سود

محققان شیوه های اندازه گیری مدیریت سود را به سه طبقه ی گسترده تقسیم کرده اند: اندازه گیری مدیریت سود بر اساس سناریو، مدیریت سود واقعی (برای مثال تحت تأثیر قراردادن جریان های نقدی) و مدیریت ارقام تعهدی به واسطه ی تغییرات دربرآورد و رویه های حسابداری. همچنین آن ها بیان داشتند که مخارج مدیریت سود برای این روش ها متفاوت است به طوری که برای شرکت مدیریت سود واقعی پرهزینه تر در نظر گرفته شده است. اما نتایج تحقیقات گراهام و همکاران^۳ (۲۰۰۵) بیان می دارد که مدیران خواهان مدیریت سود واقعی هستند تا مدیریت ارقام تعهدی. در مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی، مدیران با استفاده از دستکاری ارقام تعهدی مبلغ سود را به دلخواه تغییر می دهند. در این روش مدیریت بدون اینکه یک فعالیت تجاری انجام داده باشد و فقط از طریق تغییر در روش یا برآورد و تأثیر بر ارقام تعهدی، مبالغ سود را تغییر می دهد. (گراهام و همکاران، ۲۰۰۵ به نقل از منصور زارع، ۱۳۹۶) ارقام تعهدی به دو قسمت اختیاری و غیراختیاری تقسیم می شوند. آن دسته از ارقام تعهدی که تحت کنترل مدیریت می باشند، ارقام تعهدی اختیاری نام دارند و دستکاری آنها توسط مدیران می تواند به سادگی صورت پذیرد و آن بخش از ارقام تعهدی که تغییرات آنها در اختیار مدیر نیست و در چرخ عادی عملیات واحد تجاری تغییر می نماید ارقام تعهدی غیراختیاری نامیده می شود.

مدیریت سود می تواند با تغییر واقعی فعالیت های اقتصادی صورت گیرد که در این صورت به نام مدیریت سود واقعی خواهد بود. در این نوع از مدیریت سود، مدیران فعالیت های اقتصادی را به صورت واقعی برای رسیدن به سطح سودی که مورد نظرشان است دستکاری می نمایند و این امر موجب می شود که این نوع از مدیریت سود با ورود و خروج نقد همراه گردد و به این ترتیب مسلماً برای شرکت ها هزینه اقتصادی واقعی خواهد داشت. روی چاوداری^۴ (۲۰۰۶) مدیریت سود

مدیریت سود همواره به عنوان یکی از حوزه های قابل بحث از نظر آکادمیک و نیز کاربردی در ادبیات حسابداری مطرح بوده و کنکاش در مورد آن از جنبه های مختلف صورت گرفته است. اما بعد رفتاری آن موضوعی است که کمتر مورد توجه قرار گرفته و این در حالی است که مدیریت سود حاصل مجموعه فرآیندی است که طبیعتاً مسائل روانشناختی نیز در بروز آن دخالت دارد.

مدیریت سود یکی از ابعاد مهم کیفیت گزارش گری مالی و موضوع اصلی در میان تمامی سهامداران شرکت می باشد. از آنجا که میزان سود یکی از معیارهای مهم ارزیابی عملکرد محسوب می شود، بنابراین هر گونه دخالتی که سبب شود صحت گزارش ها خدشه دار گردد، می تواند بر نحوه تصمیم گیری کاربران گزارش های مالی تأثیر گذار باشد (اینومت، کیمورا و یامگوییچ، ۲۰۱۵). جونز^۲ (۱۹۹۱) تعریف جامعی در خصوص مدیریت سود ارائه نموده است. به عقیده وی مدیریت سود زمانی اتفاق می افتد که مدیران با استفاده از قضاوت (تشخیص) در گزارشگری مالی و ساختار مبادلات جهت گمراه نمودن بعضی از ذینفعان (شامل سهامداران، اعتباردهندگان، کارکنان، دولت، سرمایه گذاران و ...) درباره عملکرد اقتصادی شرکت با تحت تأثیر قراردادن نتایج قراردادی که به ارقام حسابداری گزارش شده وابسته است، در گزارشگری مالی تغییر ایجاد می کنند.

طبق پژوهش های انجام شده عوامل زیادی بر مدیریت سود اثر گذار است، تمرکز بیشتر تحقیقات بر بازار سرمایه و عوامل اقتصادی بوده است و کمتر پژوهشی به ویژگی های شخصی افرادی که مدیریت سود می کنند پرداخته است.

هدف این پژوهش سه بعدی است: اول، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) و دوم، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) با در نظر گرفتن خود شیفتگی پهنای صورت و سوم، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) با در نظر گرفتن عامل خود شیفتگی با روش پرسشنامه استاندارد می باشد. در این پژوهش هوش هیجانی به عنوان متغیر مستقل و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) به عنوان متغیر وابسته می باشد. همچنین خودشیفتگی به عنوان متغیر تعدیل گر در نظر گرفته شد. عوامل شخصیتی و هیجانی مدیران می تواند بر فرایند عملکرد آنها اثر گذار باشد، اما تا کنون پژوهشی که به نقش ابعاد هوش هیجانی با واسطه گری ویژگی شخصیتی خود شیفتگی بپردازد انجام نشده است و هدف از انجام این پژوهش پر کردن خلاء

زیادی است که ارتباط بین خودشیفتگی و مقوله رهبری مشخص شده است. آغاز این نظر در مورد ارتباط بین این دو مربوط به کارهای فروید می باشد (شولتز، ۱۳۹۵).

کتس دوریز و میلر^۵ (۱۹۸۷) معتقدند افراد با شخصیت خودشیفتگی اغلب در موقعیت های مدیریتی رده بالا هستند، در حقیقت انتظار می رود این افراد با نیازی که به قدرت، پرستیز و زرق و برق دارند به دنبال کسب موقعیت های رهبری و مدیریتی باشند. بسیاری معتقدند مشابهت های زیادی بین ویژگی های افراد خودشیفته و ویژگی های معمول رهبران وجود دارد. اما رسوایی های سال های اخیر به خصوص در امریکا موجب شده توجه محققین در راستای یافتن دلایل مالی و اجتماعی تخلفات و ورشکستگی، به یک سری از ویژگی های فردی مدیران شرکت ها، از جمله خودشیفتگی جلب گردد. یک رویکرد برای بررسی اختلاف بین این دو جنبه خودشیفتگی یا به اصطلاح جنبه مثبت و منفی آن این است که هوگان و کیسر (۲۰۰۵) مطرح می کنند که افرادی که میزان خودشیفتگی آنها بالا باشد در ابتدا اشخاصی با اعتماد به نفس بالا و محبوب به نظر می رسند اما با گذشت زمان این ویژگی ها تبدیل به حس محق بودن و همچنین عدم توانایی در درس گرفتن از اشتباهات می شود. این موضوع با دیدگاه مک کویی^۶ (۲۰۰۴) نیز همخوانی دارد که مطابق با نظر وی وقتی حس بزرگ نمایی بر خودشیفته سازنده (یعنی کسی که به دلیل ریسک پذیری و محبوبیت بین طرفدارانش، شخص موفق است) غلبه می کند به راحتی می تواند تبدیل به خودشیفته غیرسازنده شود. تشخیص خودشیفتگی در رهبران مشکل است زیرا روی مثبت خودشیفتگی در ابتدا وجود دارد و در تعاملات اولیه خودش را نشان می دهد و سپس بعد از آن است که روی منفی و غیرسازنده و مخرب آن نمود پیدا می کند.

۳- فرضیه های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه مطرح شده، در این پژوهش سه فرضیه زیر مطرح و آزمون می گردد:

فرضیه اول: بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) رابطه وجود دارد.

فرضیه دوم: بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) با در نظر گرفتن عامل خود شیفتگی پهنای صورت رابطه وجود دارد.

فرضیه سوم: بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) با در نظر گرفتن عامل خود شیفتگی باروش پرسشنامه رابطه وجود دارد.

واقعی را عملیاتی از ناحیه مدیریت می داند که از عملیات عادی تجاری انحراف دارد و با هدف دستیابی به آستانه خاصی از اعداد حسابداری صورت می پذیرد. وی همچنین مطرح می نماید که اگر چه این انحرافات در عملیات شرکت در رسیدن به اهداف گزارشگری مالی به مدیر کمک می کند، لیکن ارزش شرکت را افزایش نمی دهد. سیادت و موسوی (۱۳۸۴) در پژوهشی به این نتایج دست یافتند که بین ویژگی های شخصیتی مدیران و جو سازمانی رابطه وجود دارد، در پژوهش دیگری قلی پور و همکاران به بررسی ویژگی شخصیتی مدیران به خصوص خودشیفتگی و اثر آن بر فرایند تصمیم گیری پرداخته شد. رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت پذیری مدیران (خواجوی و همکاران ۱۳۹۰)، تورش رفتاری و انگیزه های رفتاری (کریمی و رهنما رود پستی، ۱۳۹۴) از دیگر پژوهش های انجام شده در حوزه مالی رفتاری است.

۲-۲- هوش هیجانی

هوش هیجانی به عنوان یکی از ویژگی های فردی می تواند نقش دوگانه ای در سازمان ها داشته باشد. افراد با هوش هیجانی بالاتر با بهره گیری از این مهارت خود می توانند زمینه های پیشرفت سازمان مهیا کنند ولی از طرف دیگر ممکن است از این توانایی خود در جهت منتفع شدن خود استفاده نمایند (گلمن، ۲۰۰۲). داف و همکاران (۲۰۱۲) و کوک و همکاران (۲۰۱۱) معتقدند هوش هیجانی بالا برای حسابداران ضروری است، زیرا آنها به دلیل ماهیت شغلی خود بطور روزانه با افراد مختلف سروکار دارند بنابراین برخورداری از این مهارت می تواند به آن ها در کنترل کردن استرس و هیجانات خود و دیگران کمک نماید، مدیرمالی با هوش هیجانی بالا می تواند با برقراری روابط مناسب با مدیرعامل و تأثیر گذاشتن بر احساسات او از فشارهایی که مدیران عامل به آنها برای مدیریت کردن سود وارد می کنند جلوگیری نماید و بدون درگیری شدید با مدیرعامل در مقابل فشارهای وی مقاومت نماید. در شرایطی که مدیرمالی در قبال مدیریت کردن سود پاداش دریافت نماید مدیرمالی با هوش هیجانی بالاتر با آگاهی از این موضوع که مدیریت سود در نهایت برای سازمان مضر می باشد و در نهایت موجودیت سازمان را به خطر می اندازد به دلیل توانمندی که در کنترل احساسات خود دارد می تواند علاقه و تمایل خود به دریافت پاداش را کنترل نمایند (مرسینو، ۱۳۹۲).

۲-۳- خودشیفتگی

منطبق با بسیاری از دیدگاههای روانشناسی (بک، ۲۰۰۰، یانگ ۲۰۰۳ و آلیس ۲۰۰۱) بین هیجان، شخصیت و رفتار ارتباط متقابل وجود دارد در واقع در حوزه روانشناسی مدت

۴- روش شناسی پژوهش

هدف این تحقیق رابطه هوش هیجانی با انواع شیوه های مدیریت سود با تأکید بر عامل خود شیفتگی مدیران است. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از بعد روش توصیفی همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه مدیران شرکت های عضو بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۳۹۶ می باشد. تعداد کل شرکت ها ۵۴۰ شرکت می باشد. در نهایت از ۱۱۲ شرکت به عنوان نمونه بعد از غربالگری انتخاب و مدیران آن شرکت ها مورد بررسی قرار گرفت.

برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز و سنجش متغیرهای تحقیق، از دو پرسشنامه بسته پاسخ استفاده شد. پرسشنامه هوش هیجانی و خودشیفتگی دارای طیف نمره گذاری ۵ درجه ای لیکرت بوده است. در واقع گردآوری اطلاعات برای متغیرهای هوش هیجانی از طریق پرسشنامه استاندارد و متغیر خود شیفتگی از طریق پرسشنامه استاندارد و محاسبات پهنای صورت بوده است. همچنین، کمی کردن متغیر مدیریت سود واقعی و تعهدی از طریق داده های صورت های مالی بر اساس مدل روی چاوداری و مدل جونز و همچنین طراحی سناریو صورت پذیرفت.

۴-۱- مدل ها و متغیرهای مورد بررسی پژوهش

متغیر وابسته: مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو)

۴-۱-۱- مدیریت سود تعهدی (مدل تعدیل شده ی جونز)

مدل جونز توسط دجو، اسمون و سوئینی (۱۹۹۵) با اضافه شدن یک متغیر اصلاح و به صورت زیر ارائه شد:

$$TACC_t = \beta_0 + \beta_1 \frac{1}{TA_{t-1}} + \beta_2 (\Delta REV_t - \Delta REC_t) + \beta_3 PPE_t + \beta_8 EARN_{i,t} + \varepsilon$$

ΔREC_t نشان دهنده ی تغییرات حساب ها و اسناد دریافتی سال جاری نسبت به سال قبل می باشد. با کسر نمودن تغییرات حساب های دریافتی از تغییرات درآمد فروش ($\Delta REV_t - \Delta REC_t$) متغیر جدید حاصل شده معادل تغییرات در درآمدهای فروش نقدی است.

دجو و همکاران (۱۹۹۵) بیان کردند که جونز در مدل خود فرض کرده است که کل درآمدها (REV_t) غیر اختیاری هستند. زیرا، بخش غیر اختیاری اقلام تعهدی را با تغییرات درآمدها و دارایی ثابت ($\Delta REV_t + PPE_t$) نشان داده است. در حالی که بخش زیادی از درآمدهای غیرنقدی اختیاری می

باشند. لذا، از عبارت ($\Delta REV_t - \Delta REC_t$) به جای ΔREV_t استفاده کردند تا بخش غیر اختیاری اقلام تعهدی به شکل دقیق تری محاسبه شود. با این کار، مقادیر خطای مدل به صورت بهتری اقلام تعهدی اختیاری را نشان خواهد داد (بنی مهد، عربی و حسن پور، ۱۳۹۵).

۴-۱-۲- مدیریت سود واقعی

این نوع از مدیریت سود با استفاده از دستکاری فعالیت های واقعی انجام می شود. به همین دلیل به آن مدیریت سود واقعی گفته می شود. دستکاری فعالیت های واقعی، انحراف از روش های عملیات عادی بوده و یکی از انگیزه های مدیران از انجام آن گمراه کردن گروه های ذینفع است. به صورتی که باور کنند اهداف گزارشگری مالی از طریق فعالیت های عادی محقق شده است. مدیریت سود واقعی نخستین بار توسط روی چاوداری (۲۰۰۶) مطرح شد.

او برای عملیاتی کردن مدیریت سود واقعی مدلی سه بخشی معرفی نمود.

مدل اول:

$$CFO_t = \beta_0 + \beta_1 Sales_t + \beta_2 \Delta Sales_t + \varepsilon$$

CFO_t : جریان نقد عملیاتی

$Sales_t$: جمع درآمد فروش

$\Delta Sales_t$: تغییرات درآمد فروش سال جاری نسبت به سال قبل می باشد.

ε : مقادیر خطای

مدل دوم:

$$CGS_t = \beta_0 + \beta_1 Sales_t + \beta_2 \Delta Sales_t + \beta_3 \Delta Sales_{t-1} + \varepsilon$$

بهای تمام شده کلای فروش رفته CGS_t :

: تغییرات درآمد فروش سال قبل نسبت به دو $\Delta Sales_{t-1}$ سال قبل می باشد.

مدل سوم:

$$DISE_t = \beta_0 + \beta_1 Sales_t + \varepsilon$$

$DISE_t$: جمع هزینه های توزیع و فروش و عمومی (عملیاتی) می باشد.

مبانی نظری مدل

روی چاوداری معتقد بود که مدیریت از سه طریق کلی اقدام به دستکاری فعالیت های واقعی می نماید. این سه بخش شامل موارد زیر است:

(۱) فعالیت های واقعی برای تغییر در درآمد فروش، مانند افزایش فروش از طریق اعطای تخفیف نقدی عمده؛

(۲) فعالیت های واقعی برای تغییر در بهای تمام شده کالای فروش رفته، مانند افزایش موجودی های پایان سال از طریق افزایش تولید و کاهش هزینه های دستمزد کارکنان از طریق کاهش ساعات یا نرخ اضافه کاری

(۳) فعالیت های واقعی برای تغییر در هزینه های عملیاتی (توزیع، فروش و عمومی)، مانند افزایش (کاهش) هزینه های تبلیغات و یا هزینه های آموزش کارکنان معیار سنجش مدیریت سود واقعی: اندازه نهایی میزان اعمال مدیریت سود واقعی از طریق مقادیر خطای هر یک از مدل های یاد شده محاسبه می شود. مقادیر خطا می توانند مثبت و یا منفی باشند (بنی مهد، عربی و حسن پور، ۱۳۹۵).

۱-۳-۴- مدیریت سود سناریو

سناریو مطرح شده در این پژوهش، برگرفته از پژوهش کلیکمن و هنینگ (۲۰۰۰) است. البته با توجه به شرایط بومی، در آن تغییراتی صورت گرفته و کوتاه تر نیز شده اند تا پاسخگویی به آن راحت تر باشد. در این پرسشنامه وضعیت شرکت به شرح زیر بیان شده است:

شما مدیر مالی شرکت سهامی عام تولیدی هستید. مخارج تعمیرات تجهیزات این شرکت که از نظر مبلغ بسیار سنگین هستند و ماهیت تکراری دارند تا به حال همیشه به عنوان هزینه های عملیاتی در حساب های شرکت ثبت می شدند. رکود اقتصادی موجب کاهش قابل ملاحظه در سود شرکت به نسبت مبلغ پیش بینی شده گردیده و این نگرانی را به وجود آورده که عدم تحقق سود پیش بینی شده، موجب کاهش ارزش سهام شرکت شود و در نتیجه قیمت سهام آن کاهش یابد، این مسئله شرکت را در آینده دچار مشکلات زیادی خواهد نمود. در این سناریو، اگر مدیر مالی موردی را که همواره هزینه عملیاتی بوده به حساب دارایی ببرد، بیانگر اقدام به مدیریت سود است.

متغیر مستقل هوش هیجانی

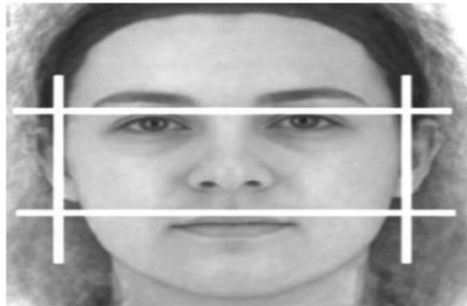
برای سنجش هوش هیجانی از پرسشنامه استاندارد هوش هیجانی شرینگ استفاده گردید. این پرسشنامه ۳۳ سوال دارد که بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه ای می باشد و پاسخ دهندگان احساسات و نحوه تفکر خود را با انتخاب یکی از گزینه ها نشان می دهند. نحوه امتیازدهی به گونه ای است که امتیاز بیشتر بیانگر هوش هیجانی بیشتر پاسخ دهنده است. حداقل نمره در این آزمون ۳۳ و حداکثر ۱۶۵ می باشد و نمره بالاتر به معنای هوش هیجانی بیشتر می باشد. این پرسشنامه ۵ بعد هوش هیجانی (خودآگاهی، خودکنترلی، خود انگیزی، هوشیاری اجتماعی و مهارت اجتماعی) را اندازه گیری می کند.

متغیر تعدیل گر خودشیفتگی

کا، کوان و سدیکید^۷ (۲۰۱۲) خود شیفتگی را به عنوان حس تفاوت های فردی نسبتا پایدار تعریف کرده اند که شامل بزرگ نمایی، عشق به خود، غرور، و برجسته کردن خود است. خود شیفتگی نشان دهنده عشق افراطی به خود است. و یک ویژگی غیر قابل انعطاف و ثابت است که شامل اغراق، خودبزرگ بینی، و میل به تحسین واقع شدن است (انجمن روانپزشکی امریکا، ۲۰۰۰، ۷۱۷). بر اساس تعریف انجمن روانپزشکی آمریکا افراد خود شیفته با سایرین همدل نیستند ولی نیاز دارند به طور مرتب از سوی آنها مورد تمجید واقع شوند و تصویری مبالغه آمیز از خویش دارند و تکبر به عنوان یکی از ویژگی های بارز خود شیفتگی است.

برای سنجش خود شیفتگی از پرسشنامه استاندارد خود شیفتگی NPL 16^۸ استفاده گردید. پرسشنامه شخصیت خودشیفته NPL نخستین ابزار خودسنجی است که برای سنجش خودشیفتگی در گروه های غیربالینی ساخته شده است. این پرسشنامه استاندارد که توسط راسکین و هال (۱۹۸۱) ارائه شده، کاربردی ترین پرسشنامه برای سنجش ویژگی خودشیفتگی است (روزاریو و وایت ۹، ۲۰۰۵). نسخه اولیه این پرسشنامه دارای ۸۰ سؤال و متشکل از ۴ مؤلفه به این شرح بود: اقتدار/ رهبری، برتری جویی/ تکبر، خودستایی/ درخودخزیدگی، محق بودن/ بهره کشی. به دلیل زیاد بودن تعداد سؤالات، راسکین و تری (۱۹۸۸) تعداد آنها را به ۴۰ سؤال کاهش دادند که به نام NPI-40 مطرح می باشد. این سؤالات ۷ مؤلفه اقتدار، خودنمایی، برتری جویی، محق بودن، بهره کشی، خودکارایی و خودستایی را گزارش می نماید و ابزاری برای سنجش خودشیفتگی از نوع خودبزرگ بینی است. ایراد پرسشنامه راسکین و هال طولانی بودن آن بود که موجب خستگی پاسخ دهنده می گردید. به همین دلیل آموز و همکاران

این موضوع اند که میزان هورمون تستوسترون در مردان با سطح خود شیفتگی آنان در ارتباط است (پفتیچر، ۲۰۱۶). در نهایت در این پژوهش WHR یک متغیر دو وجهی است که به این صورت اندازه گیری می شود: اگر WHR بزرگتر از میانه ی صنعت نمونه ی مورد بررسی باشد (که نشان دهنده هورمون تستوسترون بالاست) عدد یک را اختیار می کند، در غیر اینصورت عدد صفر را در برمی گیرد. از آنجایی که به طور معمول در سازمان ها مدیران اجرایی پاداش های بیشتری برای خود قائل شده و از این طریق موقعیت خود را در سازمان مستحکم می کنند (اریلی و همکاران، ۲۰۱۴) شاخص پاداش نقدی مدیران نیز از تقسیم پاداش نقدی مصوب در جلسه ی مجمع عمومی بر کل حقوق و دستمزد پرداختی سال مالی شرکت به دست خواهد آمد.



شکل (۱) نحوه اندازه گیری شاخص هورمون تستوسترون (اقتباس از جیا و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۲۴۱ به نقل از خواجوی، دهقانی و گرامی، ۱۳۹۵).

۵- بررسی پایایی مدل پژوهش

اولین آزمون بررسی پایایی مدل آزمون آلفای کرنباخ می باشد. این آزمون همبستگی درونی سوالات یک متغیر (خارج از مدل) را بررسی می کند. در جدول زیر نتایج آزمون آلفای کرنباخ، آزمون پایایی ترکیبی ۱۳ (CR) و اشتراکی ۱۴ گزارش شده است.

در آزمون آلفای کرنباخ نشان داده شد متغیر هوش هیجانی و مولفه های آن میزان آلفای کرنباخ آنها بالاتر از ۰,۷ می باشد و این بیانگر پایا بودن مدل است. سوالات مربوط به هوش هیجانی دارای ضریب آلفای کرنباخ ۰,۹۱۲ ، خودشیفتگی با پهنای صورت دارای ضریب ۰,۸۷۴ ، خودشیفتگی از طریق پرسشنامه دارای ضریب آلفای کرنباخ ۰,۹۱۵ ، خودآگاهی دارای ضریب پایایی ۰,۷۸۲ ، خود کنترلی ۰,۷۹۵ ، هوشیاری اجتماعی ۰,۷۰۷ ، مهارت اجتماعی ۰,۷۲۶ و متغیر خود انگیزی دارای ضریب پایایی ۰,۷۱۱ می باشد. در بررسی حاصل از پایایی اشتراکی نشان داده شد برای متغیر

(۲۰۰۶) با مطرح کردن این موضوع که در بیشتر پژوهش ها محققان نیاز به یک نمره کلی از خودشیفتگی دارند و از پرسشنامه NPI-40 علیرغم تفکیک ابعاد خودشیفتگی به صورت تک بعدی استفاده می شود اقدام به خلاصه کردن آن نمودند و پرسشنامه NPI-16 را برای سنجش خودشیفتگی ارائه دادند (به نقل از منصور زارع، ۱۳۹۶). این پرسشنامه تک بعدی و استاندارد است و در تحقیقاتی که فقط نیاز به محاسبه نمره کلی از خودشیفتگی است، مورد استفاده قرار می گیرد. اعتبارسنجی این پرسشنامه در جامعه ایران توسط محمدزاده (۱۳۸۸) صورت گرفته و به عنوان ابزار مناسب برای محاسبه نمره کلی خودشیفتگی معرفی شده است.

همچنین برای بررسی پاسخ های دریافتی شاخص های آمار توصیفی مرکزی و پراکندهگی مورد استفاده قرار گردید و برای آزمون فرضیات پژوهش از مدل معادلات ساختاری با نرم افزار اسمارت پی ال اس ۱۰ و سپس رگرسیون چند متغیره با نرم افزار ایویوز استفاده شد.

خود شیفتگی (پهنای صورت): برای سنجش خود

شیفتگی مدیران، مشابه با پژوهش اولسون و همکاران (۲۰۱۴) و اولسون و استکلبرگ (۲۰۱۵) از دو معیار عکس مدیران استفاده شده است. لازم به توضیح است، که در پژوهش حاضر از اندازه عکس مدیران که در صورت های مالی ارائه می شود، در قالب امتیاز دهی ویژه ای استفاده شده است؛ اما به خاطر این که در ایران عکس مدیران در صورت های مالی ارائه نمی شود از نعیار جایگزین مطابق با پژوهش وونگ و همکاران ۱۱ (۲۰۱۱) و جیا و همکاران (۲۰۱۴) از میزان شاخص هورمون تستوسترون مدیر عامل به شرح زیر استفاده شده است: نسبت پهنای صورت تقسیم بر بلندای صورت مدیر عامل شرکت که به صورت فاصله ی بین دو گیجگاه (پهنای صورت)، تقسیم بر فاصله ی بین ابرو تا لب بالایی (بلندای صورت) اندازه گیری می شود. نسبت این اندازه گیری پهنای صورت به عنوان WHR بیان می شود. مطالعات نشان می دهند که WHR یک دلیل اصلی برای رفتارهای مربوط به تستوسترون در مردان است (وانگ و همکاران، ۲۰۱۱؛ جیا و همکاران، ۲۰۱۴). استیرات و پرت^{۱۲} (۲۰۱۰) نشان دادند که سنجش پهنای چهره ی انسان به درازای صورت (نسبت عرض به ارتفاع) از خصوصیات دو ریختی جنسیتی و هورمون تستوسترون است که عاملی برای سنجش میزان گرایش به رفتار خشونت آمیز و تهاجمی در مردان است. لوئیس و همکاران (۲۰۱۲) نیز نشان دادند که نسبت عرض به ارتفاع چهره با ویژگی هایی هم چون خشونت و تهاجم، رفتار غیر اخلاقی، سود جویی در کسب و کار و حاکمیت همراه است. هم چنین پژوهش های اخیر نیز بیانگر

۰,۹۲۲ ، خودشیفتگی با پهنای صورت دارای ضریب ۰,۹۲۴ ، خودشیفتگی از طریق پرسشنامه دارای ضریب ۰,۹۲۷ ، خودآگاهی دارای ضریب پایایی ۰,۷۸۹ ، خود کنترلی ۰,۷۹۳ ، هوشیاری اجتماعی ۰,۸۰۷ ، مهارت اجتماعی ۰,۷۵۸ و متغیر خود انگیزی دارای ضریب پایایی ۰,۸۰۳ می باشد.

از جمله شروط تایید روایی بالاتر از ۰,۵ بودن AVE می باشد و شرط دیگر بالاتر بودن روایی ترکیبی نسبت به میانگین واریانس استخراجی است. نتایج جدول فوق نشان می دهد هر دو شرط برقرار است. AVE شامل واریانس است. در حقیقت نسبت اثر غیر مستقیم بر اثر کل است. با استفاده از رویکرد بوت استرپینگ این شاخص برآورد گردید و نتیجه را می توان اینگونه تبیین کرد اثر هر کدام از متغیرها بر مدیریت سود به صورت جزئی است ($AVF < 0/۸۰ < 0/۲۰$).

هوش هیجانی پایایی اشتراکی برابر با ۰,۶۹۰ ، خودشیفتگی با پهنای صورت دارای ضریب ۰,۶۸۴ ، خودشیفتگی از طریق پرسشنامه دارای ضریب ۰,۶۵۳ ، خودآگاهی دارای ضریب پایایی ۰,۶۵۳ ، خود کنترلی ۰,۶۵۹ ، هوشیاری اجتماعی ۰,۶۲۸ ، مهارت اجتماعی ۰,۵۵۶ و متغیر خود انگیزی دارای ضریب پایایی ۰,۵۷۸ می باشد. از آنجا که میزان پایایی اشتراکی بالاتر از ۰,۵ می باشد می توان گفت متغیرها دارای پایایی اشتراکی است. در نتیجه می توان گفت هر سوال به تنهایی و فارغ از سایر سوالات دارای قدرت تعمیم پذیری است. پایایی ترکیبی همبستگی درونی سوالات یک متغیر(داخل مدل) یعنی ضرایب مسیر، خطاها و بارهای عاملی را نشان می دهد این ضریب رابطه متغیر مکنون و سوال را نشان می دهد. نتایج نشان می دهد برای متغیر هوش هیجانی دارای ضریب

جدول ۱: مربوط به پایایی ترکیبی ، اشتراکی و آلفای کرنباخ

متغیرها	پایایی ترکیبی	پایایی اشتراکی	آلفای کرنباخ
هوش هیجانی	0.922381	0.67833	0.912046
خود شیفتگی- پهنای صورت	0.924515	0.68454	0.874587
خودشیفتگی- پرسشنامه	0.927378	0.653284	0.915513
خودآگاهی	0.789238	0.684476	0.782894
خود مدیریتی	0.793014	0.659422	0.795203
هوشیاری اجتماعی	0.807065	0.628336	0.707643
مهارت اجتماعی	0.758492	0.556593	0.726593
خودانگیزی	0.803097	0.578904	0.711113

جدول ۲: مقایسه پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراجی

نتیجه	CR	AVE	متغیرها
تایید شد	0.922381	0.578336	هوش هیجانی
تایید شد	0.924515	0.552154	خود شیفتگی- پهنای صورت
تایید شد	0.927378	0.553284	خودشیفتگی- پرسشنامه
تایید شد	0.789238	0.584476	خودآگاهی
تایید شد	0.793014	0.559422	خود مدیریتی
تایید شد	0.807065	0.628236	هوشیاری اجتماعی
تایید شد	0.758492	0.556593	مهارت اجتماعی
تایید شد	0.803097	0.678904	خودانگیزی

نگردید. تکنیک دوم شناسایی خطاها می باشد. در این پژوهش ابتدا خانه های خالی شناسایی گردید و سپس مدیریت شد. برای تعیین کفایت حجم نمونه نتایج آزمون نشان داد مقدار $kmo > 0/۷$ بزرگتر از ۰/۷ باشد که نتیجه بیانگر این است که همبستگی های موجود در بین داده ها برای تحلیل عاملی

۶- یافته های پژوهش

از آنجا که معادلات ساختاری دارای چند پیش برآزمی می باشد، ابتدا باید پیش فرض ها بررسی گردد. در تکنیک حذف افراد بی تفاوت به دلیل اینکه همه پرسشنامه ها مطلوب پاسخ داده شده بود، هیچ کدام از افراد نمونه از تحلیل آماری حذف

فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) رابطه وجود دارد.

فرضیه دوم: بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) با در نظر گرفتن عامل خود شیفتگی پهنای صورت رابطه وجود دارد.

فرضیه سوم: بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) با در نظر گرفتن عامل خود شیفتگی با روش پرسشنامه رابطه وجود دارد.

در ابتدا مدل اندازه گیری انعکاسی مربوط به فرضیه ها ارائه می شود. مدل اول مربوط به ضرایب استاندارد است و مدل دوم مربوط به معناداری ضرایب است. در انتها ساختار درونی مدل ها که مربوط به آزمون فرضیه ها است ارائه گردیده است.

مدل اندازه گیری انعکاسی

مدل ارائه شده در زیر مربوط به ضرایب استاندارد متغیر ها است. در مدل زیر هوش هیجانی به همراه سوالاتی که این متغیر را می سنجد به عنوان متغیر مستقل، مدیریت سود به عنوان متغیر وابسته می باشد و عامل خودشیفتگی به عنوان متغیر تعدیل گر با دو سطح سنجش نمایش داده شده است.

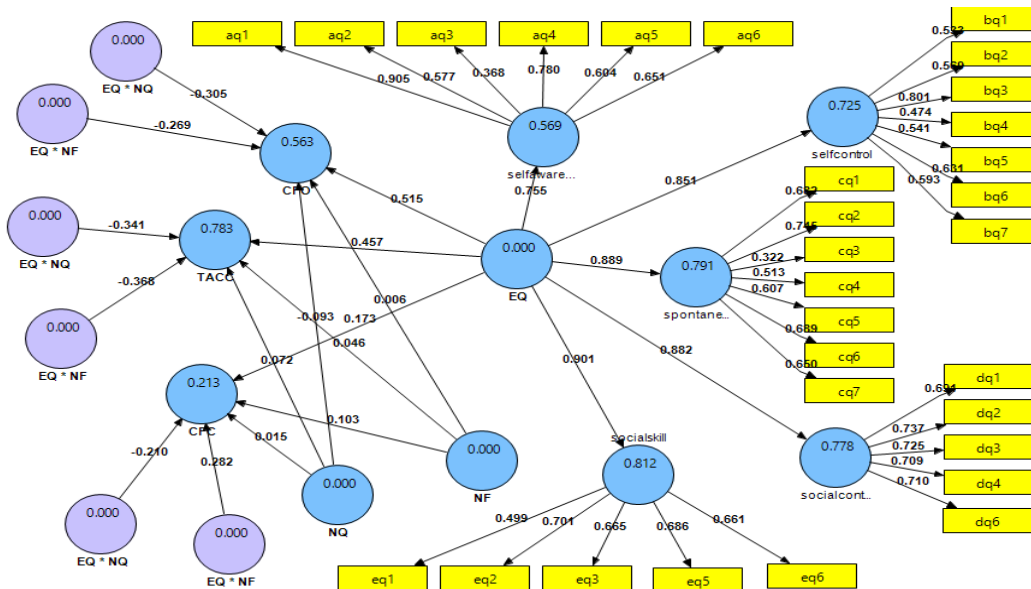
مناسب خواهند بود. همچنین نتایج آزمون آلفای کرنباخ نشان داد میزان آلفای کرنباخ کل نمونه برابر با $0/۸۶۶$ می باشد که این نتیجه بیانگر پایا بودن سوالات پرسشنامه است.

آزمون نرمالیتیبه (چولگی و کشیدگی)

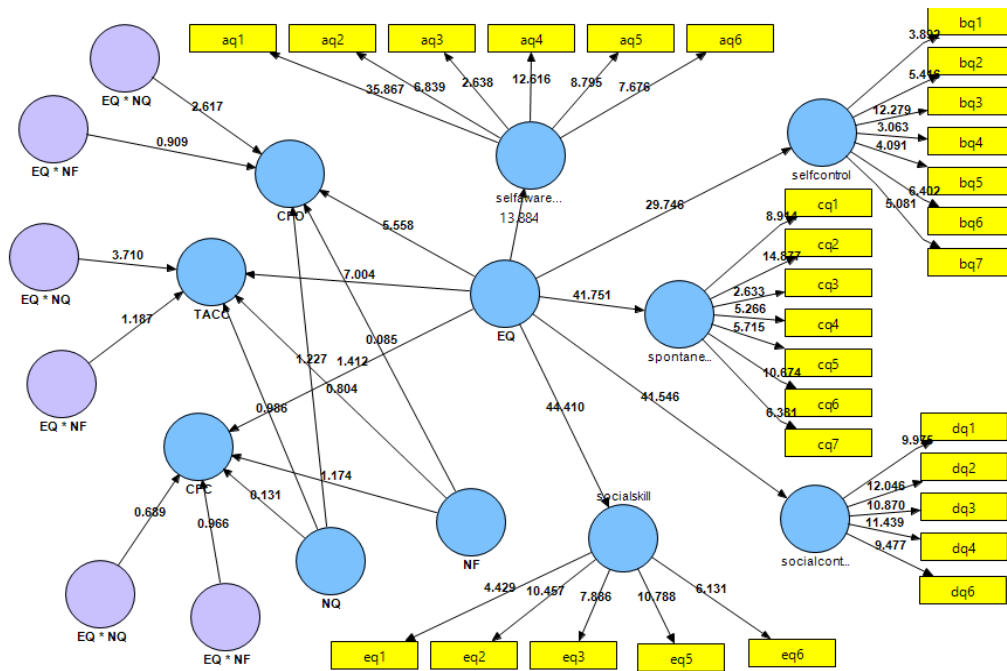
با توجه به جدول ذیل میزان کجی و کشیدگی بین ± ۳ می باشد که بیانگر نرمال بودن متغیرها می باشد. همچنین با توجه به برقرار بودن همه پیش فرض های مدل ساختاری pls به ترسیم مدل صورت گرفت و مدل مربوطه در دو حالت (تخمین ضرایب استاندارد و تخمین معناداری ضرایب) برآورد گردید.

جدول مربوط به آزمون نرمالیتیبه

آماره	هوش هیجانی	مدیریت سود واقعی	مدیریت سود تعهدی	مدیریت سود سناریو	خودشیفتگی
چولگی	-۰/۲۷۸	۱/۳۸۶	۱/۳۹۶	۱/۸۰۸	۰/۰۳۸
کشیدگی	-۰/۸۳۹	-۰/۲۴۱	-۰/۵۵۲	-۰/۲۹۷	۰/۶۲۸

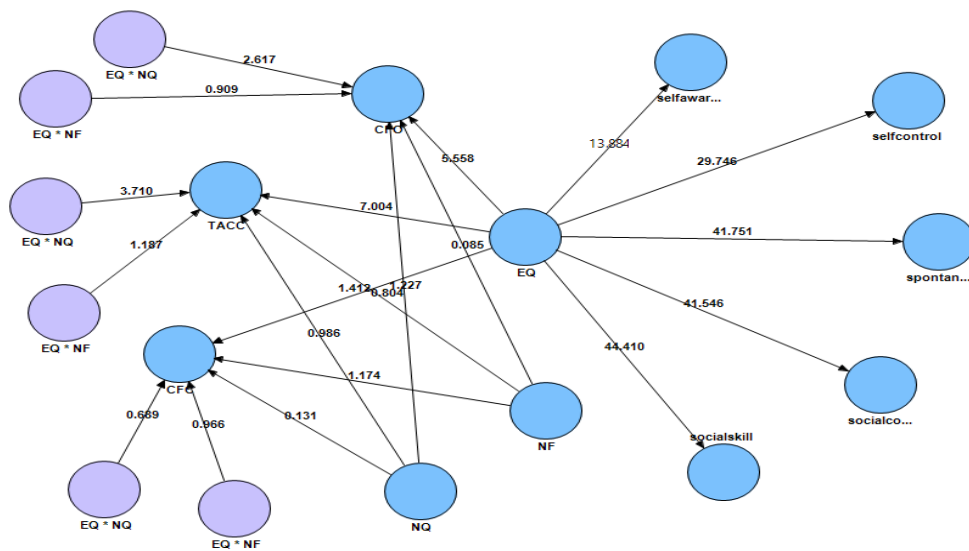


مدل (۲) اندازه گیری انعکاسی اولیه در حالت تخمین ضرایب استاندارد



مدل (۲) اندازه گیری انعکاسی اولیه در حالت تخمین معناداری ضرایب

آزمون فرضیه ها
مدل ساختاری یا درونی



مدل (۳) ساختاری درونی در حالت تخمین معناداری ضرایب

آزمون های مدل درونی

جدول آزمون معناداری فرضیه ها

نتیجه	T value	ضریب مسیر	فرضیه ها
تایید	۶/۹۱۱۲	۰/۴۵۷۳	هوش هیجانی >مدیریت سود تعهدی
تایید	۵/۷۰۳۴	۰/۵۱۵۴	هوش هیجانی >مدیریت سود واقعی
رد	۱/۴۱۷۲	۰/۱۷۲۵	هوش هیجانی >مدیریت سود سناریو
رد	۱/۱۶۸۱	-۰/۳۶۷۷	خودشیفتگی پهنای صورت * هوش هیجانی >مدیریت سود تعهدی
رد	۰/۹۸۴۶	-۰/۲۶۹۴	خودشیفتگی پهنای صورت * هوش هیجانی >مدیریت سود واقعی
رد	۰/۹۸۴۶	-۰/۲۸۱۷	خودشیفتگی پهنای صورت * هوش هیجانی >مدیریت سود سناریو
تایید	۴/۲۴۸۰	-۰/۳۴۱۳	خودشیفتگی پرسشنامه * هوش هیجانی >مدیریت سود تعهدی
تایید	۳/۱۹۴۵	-۰/۳۰۴۷	خودشیفتگی پرسشنامه * هوش هیجانی >مدیریت سود واقعی
رد	۰/۶۶۱۸	-۰/۲۰۹۶	خودشیفتگی پرسشنامه * هوش هیجانی >مدیریت سود سناریو

نتایج جدول فوق نشان می دهد هوش هیجانی ۷۸/۳۳ درصد مدیریت سود تعهدی، ۵۶/۲۵ درصد مدیریت سود واقعی و ۲۱/۳۲ درصد مدیریت سود سناریو را تبیین می کند که این میزان تبیین به توجه به دیدگاه چان (۱۹۹۸) برای مدیریت سود واقعی و تعهدی قوی ارزیابی می شود اما برای مدیریت سود سناریو در حد ضعیف ارزیابی می شود.

۷- نتیجه گیری و پیشنهادها

نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها نشان داد هوش هیجانی با مدیریت سود (واقعی و تعهدی) دارای ضریب مثبت و معناداری است، از سوی دیگر این دو فرضیه با در نظر گرفتن عامل خودشیفتگی از طریق پرسشنامه دارای ضریب معنادار منفی بوده اند، اما رابطه هوش هیجانی با مدیریت سود تعهدی، واقعی و سناریو با در نظر گرفتن عامل خودشیفتگی از طریق پهنای صورت معنادار نبوده است. با توجه به اینکه هوش هیجانی با مدیریت سود واقعی و تعهدی دارای رابطه مثبت و معنادار می باشد، این گونه استنباط می شود که مدیرانی که از این نوع مدیریت سود استفاده می کنند، دارای ویژگی های هستند که بیانگر هوش هیجانی بالا است، از جمله این فاکتور ها شناخت خود و شناخت دیگران و قدرت نفوذ بالا در تاثیر گذاری بر دیگران هستند. مدیری که هوش هیجانی بالایی دارد سه مولفه هیجان ها (شناختی، فیزیولوژیکی و رفتاری) را به طور موفقیت آمیزی با یکدیگر تلفیق می کند. تلفیق این سه فاکتور عاملی است که به هنگام شکست، در شخص ایجاد انگیزه و افزایش اعتماد به نفس می کند. در این خصوص می توان به پژوهش حاجیان و ملاسلطانی (۱۳۹۴)، هنیفی

فرضیه ۱-۳ مبنی بر رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی) با در نظر گرفتن خود شیفتگی با روش پرسشنامه با ضریب مسیر ۰/۳۴۱۳ - با توجه به اینکه مقدار t value خارج از بازه $\pm 1,96$ قرار دارد بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود (تعهدی) با در نظر گرفتن خودشیفتگی تایید می شود

فرضیه ۲-۳ مبنی بر رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود (واقعی) با در نظر گرفتن خود شیفتگی با روش پرسشنامه با ضریب مسیر ۰/۳۰۴۷ - با توجه به اینکه مقدار t value خارج از بازه $\pm 1,96$ قرار دارد بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود (واقعی) با در نظر گرفتن خودشیفتگی تایید می شود.

فرضیه ۳-۳ مبنی بر رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود (سناریو) با در نظر گرفتن خود شیفتگی با روش پرسشنامه با ضریب مسیر ۰/۳۰۹۶ - با توجه به اینکه مقدار t value خارج از بازه $\pm 1,96$ قرار ندارد بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود (سناریو) با در نظر گرفتن خودشیفتگی رد می شود.

جدول آزمون ضریب تعیین (R²)

متغیر وابسته	R Square
مدیریت سود تعهدی	۰/۷۸۳۲۴۹
مدیریت سود واقعی	۰/۵۶۲۵۱۱
مدیریت سود سناریو	۰/۲۱۳۲۰۶

همکاران (۲۰۱۵) نیز بیان داشتند که بروز خودشیفتگی در بین مدیران با فعالیت های منتهی به مدیریت سود همراه است. از منظر ادبیات نظری و تجربی حسابداری، تفسیر نتایج این پژوهش بیانگر آن است که رابطه مثبت و معنی دار بین هوش هیجانی و مدیریت سود تعهدی و واقعی وجود دارد. به عبارت دیگر، در جامعه ما افراد شاغل در حرفه حسابداری، از هوش هیجانی بالاتر خود در جهت منفی و برای مدیریت کردن سود استفاده می نمایند. از این رو پیشنهاد می گردد برای جلوگیری از تخلف افراد با هوش هیجانی بالا، سیستم های کنترلی قوی شامل کمیته حسابرسی، حسابرسی مستقل اثربخش و چارچوب اخلاقی مستحکم مبتنی بر آموزش مستمر را ایجاد و تقویت نمود. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که عامل خود شیفتگی نقش منفی و کاهنده بر ارتباط هوش هیجانی با مدیریت سود دارد. از این رو توصیه می گردد با در نظر گرفتن پیچیدگی ها، ابعاد و موافه های مختلف متغیر های رفتاری مانند هوش هیجانی و خودشیفتگی، در پژوهش های آتی مولفه های هر کدام به تفکیک مورد توجه قرار گیرد.

فهرست منابع

- * بنی مهد، بهمن؛ عربی، مهدی؛ حسن پور، شیوا (۱۳۹۵). پژوهش های تجربی و روش شناسی در حسابداری تهران: انتشارات ترمه.
- * حاجیان، زهره؛ ملاسلطانی، جمال (۱۳۹۴). بررسی رابطه هوش عاطفی و هوش تحلیلی با عملکرد حسابرسان، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، سال نهم، شماره ۲۸.
- * خواجوی، شکرالله؛ دهقانی سعدی، علی اصغر؛ گرامی شیرازی، فرزاد (۱۳۹۵). تأثیر خود شیفتگی مدیران بر مدیریت سود و عملکرد مالی. مجله پیشرفت های حسابداری، ۸(۲)، ۱۲۳-۱۴۹
- * گلمن، دانیل (۱۳۸۰). هوش هیجانی، ترجمه پارسا، نسرین (۱۳۸۰)، تهران: رشد.
- * محمدزاده، علی (۱۳۸۸). اعتبارسنجی پرسشنامه شخصیت خودشیفته (NPI-16) در جامعه ایرانی. مجله اصول بهداشت روانی، ۱۱ (۴)، ۲۷۴-۲۷۱.
- * مرسینو، آنتونی. سی. (۲۰۱۴). هوش هیجانی برای مدیران پروژه: مهارت های ارتباطی برای موفقیت مدیران پروژه/ نویسنده آنتونی سی مرسینو؛ مترجمان علی محمد گودرزی، شیرین ناظرزاده، وژه پرداز اندیشه.
- * Cai, H., Kwan, V. S., & Sedikides, C. (2012). A sociocultural approach to narcissism: The case of

(۲۰۱۲) اشاره داشت که نتایج حاکی از آن است که رابطه معنی دار مثبت بین هوش عاطفی و هوش تحلیلی با عملکرد حسابرسان وجود دارد. متغیر دیگری که در این پژوهش به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شد خودشیفتگی بوده است، نتایج حاصل از تعامل این متغیر با هوش هیجانی و تاثیر آن بر مدیریت سود (تعهدی، واقعی و سناریو) بیانگر نقش معنادار ویژگی شخصیتی خودشیفتگی بر مدیریت سود واقعی و تعهدی بوده است اما بر مدیریت سود سناریو تاثیر گذار نبوده است، همچنین جهت رابطه به صورت منفی و معکوس بوده است. یعنی مدیران دارای ویژگی خودشیفتگی با وجود داشتن هوش هیجانی بالا، میزان مدیریت سود توسط آن ها پایین است و خودشیفتگی به عنوان یک عامل منفی بر رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت سود عمل می کند. با توجه به دیدگاه های مطرح شده افراد خودشیفته به دلیل میل به قدرت طلبی دارای موفقیت بالایی در کسب و کار هستند اما این ویژگی شخصیتی می تواند به مشکلاتی در بلند مدت منجر شود، در این گروه از مدیران نشانه های چون قدرت طلبی، خودنمایی، برتری جویی، غرور، استثمار طلبی، محق بودن و خودکفایی بارز است (راسکین و تری، ۱۹۸۸؛ کمپل و کیمپل، ۲۰۰۹). مدیران خودشیفته بیشتر در پی دستیابی به دستاوردهای بزرگ در شرکت هستند و آنان به سمت و سوی اجرای اقدامات جسورانه ی راهبردی- عملیاتی و کارهای مخاطره آمیز سوق پیدا می کنند (اولسن و همکاران، ۲۰۱۴؛ اولسن و استکلبرگ، ۲۰۱۶) طوری که این تصمیم ها منتهی به سود و زیان فراوان در پایان سال مالی خواهد شد (چرترجی و همبریک، ۲۰۰۷). در نتیجه مدیران خودشیفته در پی کسب بهترین عملکرد بیشترین احتمال برای انجام فعالیت های متقلبانه را دارند (ریجسنبلک و کمنددر، ۲۰۱۳). همچنین مدیران مذکور به دلیل اعتماد به نفس بالایی که دارند بسیاری از اقداماتی را که دارای ریسک بالا می باشند و از دید مردم غیر ممکن به نظر می رسد به صورت خوشبینانه در نظر گرفته و به منظور جلب توجه دیگران این اقدامات جسورانه را انجام می دهند (والاس و بامیتر، ۲۰۰۲، چن، ۲۰۱۰). این اعتقاد می تواند احتمال انجام فعالیت های غیر اخلاقی، مانند مدیریت سود را بیشتر کرده و توجیهی برای فعالیت های آنان باشد. مطابق با نظر واتس و زیمرمن (۱۹۹۰) و فیلدز و همکاران (۲۰۰۱) مدیریت سود هم شامل انتخاب سیاست های حسابداری و هم اقدامات واقعی مدیران است. در این خصوص اولسن و همکاران (۲۰۱۵) دریافتند که مدیران خودشیفته با دست کاری فعالیت های واقعی در پی افزایش سود گزارش شده هستند. فرینو و

- * Van Vugt, M., Hogan, R., & Kaiser, R. B. (2008). Leadership, followership, and evolution: Some lessons from the past. *American Psychologist*, 63 (3), 182-196.
- * Wong, E. M., Ormiston, M. E., & Haselhuhn, M. P. (2011). A face only an investor could love, CEOs' facial structure predicts their firms' financial performance. *Psychological Science*, 22 (12), 1478-1483

یادداشت ها

- ¹ Enomoto, M., Kimura, F., & Yamaguchi, T.
- ² Jones, J. J.
- ³ Graham et al
- ⁴ Roychowdhury
- ⁵ Kets de Vries and Miller
- ⁶ Maccoby
- ⁷ Cai, H., Kwan, V. S., & Sedikides, C.
- ⁸ Narcissistic Personality Inventory
- ⁹ Del Rosario, P. M., & White, R. M
- ¹⁰ SMARTPLS
- ¹¹ Wong, E. M., Ormiston, M. E., & Haselhuhn, M. P.
- ¹² Stirrat, M., & Perrett, D. I.
- ¹³ Composite Reliability
- ¹⁴ Communalilty

- modern China. *European Journal of Personality*, 26(5), 529-535.
- * Chen, J., & Liu, K. C. (2002). On-line batch process monitoring using dynamic PCA and dynamic PLS models. *Chemical Engineering Science*, 57(1), 63-75.
- * Cook, G. L., D. Bay, B. Visser, J. E. Myburgh, and J. Njoroge. (2011). Emotional intelligence: The role of accounting education and work experience. *Issues in Accounting Education*. 26 (2): 267-286.
- * Del Rosario, P. M., & White, R. M. (2006). The Internalized Shame Scale: Temporal stability, internal consistency, and principal components analysis. *Personality and Individual Differences*, 41(1), 95-10.
- * Hogan, R., and Kaiser, R. B. (2005). What we know about leadership. *Review of General psychology*, 9, 169-180.
- * Jia, Y., van Lent, L., & Zeng, Y. (2014). Masculinity, testosterone, and financial misreporting. *Journal of Accounting Research*, 52 (5), 1195-1246.
- * Jones, J. J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of accounting research*, 193-228.
- * Kets de Vries, M. F., & Miller, D. (1987). Interpreting organizational texts. *Journal of Management Studies*, 24(3), 233-247.
- * Lewis, G. J., Lefevre, C. E., & Bates, T. C. (2012). Facial width-to-height ratio predicts achievement drive in US presidents. *Personality and Individual Differences*, 52 (7), 855-857.
- * Maccoby, M. (2000). Narcissistic leaders. *Harvard Business Review*, 78(1), 92-101.
- * Olsen, K. J., & Stekelberg, J. (2015). CEO narcissism and corporate tax sheltering. *The Journal of the American Taxation Association*, 38(1), 1-22.
- * Olsen, K. J., Dworkis, K. K., & Young, S. M. (2014). CEO Narcissism and Accounting: A Picture of Profits. *Journal of Management Accounting Research* 26(2),243-267
- * Pfattheicher, S. (2016). Testosterone, cortisol and the Dark Triad: Narcissism (but not Machiavellianism or psychopathy) is positively related to basal testosterone and cortisol. *Personality and Individual Differences*, 97, 115-119.
- * Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (5), 890-902.
- * Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of personality and social psychology*, 54(5), 890.
- * Rijnsbult, A., & Commandeur, H. (2013). Narcissus enters the courtroom: CEO narcissism and fraud. *Journal of Business Ethics*, 117 (2), 413-429.
- * Stirrat, M., & Perrett, D. I. (2010). Valid facial cues to cooperation and trust male facial width and trustworthiness. *Psychological Science*, 21 (3), 349-35.