

السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات في ظل
الأثر المُعدّل لحوكمة الشركات: دراسة تطبيقية في البيئة المصرية

د/ فاطمة عبد اللطيف الصيفي
مدرس إدارة الأعمال - كلية الأعمال -
جامعة الإسكندرية

fatma.siefy@alexu.edu.eg

د/ سحر عبد السميع محمود
أستاذ المحاسبة المساعد - كلية الأعمال
- جامعة الإسكندرية

sahar.abdelsamiea@
alexu.edu.eg

ملخص:

يتمتع المديرون التنفيذيون بسمات شخصية معينة تؤثر على أسلوب قيادتهم، وبالتالي، على عمليات الشركة ككل. ومن المحتمل أن تؤثر السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين على الخيارات الإستراتيجية التي تتخذها الشركات، ولاسيما الخيارات المتعلقة بالمسئولية الإجتماعية للشركات. ولذلك فقد إستهدف البحث الحالي التعرف على آثار السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين وبصفة خاصة الثقة المفرطة، والنجسية، والغطرسة على المسئولية الإجتماعية للشركات. كما هدف البحث إلى التعرف على الأثر المُعدّل لممارسات حوكمة الشركات على تلك العلاقة. وتحقيقاً لهذه الأهداف فقد تم إجراء دراسة تطبيقية على عينة مكونة من ٨٠ شركة بإجمالي ٤٠٠ مشاهدة خلال الفترة من ٢٠١٣ حتى ٢٠١٨. وقد أظهرت النتائج وجود علاقة طردية ولكنها غير معنوية بين الثقة المفرطة ومؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات، كما أظهرت النتائج وجود علاقة طردية ومعنوية بين النجسية ومؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات، بينما توجد علاقة عكسية ومعنوية بين الغطرسة ومؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات. وفيما يتعلق بالأثر المُعدّل لحوكمة الشركات فقد أظهرت النتائج أن حوكمة الشركة تقلل من الأثر الإيجابي لكل من الثقة المفرطة والنجسية على المسئولية الإجتماعية للشركات وإن تم ذلك بصورة غير معنوية، بينما تحد حوكمة الشركة من الأثر السلبي للغطرسة على المسئولية الإجتماعية للشركات. وبصورة إجمالية تشير النتائج السابقة إلى أنه من المحتمل أن تؤثر السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين على الخيارات الإستراتيجية التي تتخذها الشركات والنتائج المرتبطة بها وبصفة خاصة تلك الخيارات المتعلقة بالمسئولية الإجتماعية للشركات.

الكلمات الدالة: السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين؛ المسئولية الإجتماعية للشركات؛ حوكمة الشركات؛ الثقة المفرطة؛ النجسية؛ الغطرسة.

CEOs' personality traits and corporate social responsibility under the moderating effect of corporate governance: An applied study in Egyptian environment

Abstract:

Purpose: the research aimed to identify the effects of the personal traits of CEOs, especially overconfidence, narcissism, and hubris, on corporate social responsibility (CSR). The research also aimed to identify the moderating effect of corporate governance practices on this relationship.

Design/methodology/approach: This study uses a sample of 400 firm-year-observations using a sample of the companies listed on the Egyptian Stock Exchange from 2013 to 2018. To test the developed hypotheses, multiple regression model is applied.

Findings/results: The results showed that there is a positive but insignificant relationship between overconfidence and the corporate social responsibility index. The results also showed that there is a positive and significant relationship between narcissism and the CSR index, while there is an inverse and significant relationship between hubris and the CSR index. Regarding the moderating effect of corporate governance, the results showed that corporate governance reduces the positive effect of both overconfidence and narcissism on corporate social responsibility, albeit insignificantly, while corporate governance reduces the negative effect of hubris on corporate social responsibility. In general, the previous results indicate that the personal traits of CEOs are likely to affect the strategic choices made by companies and the results associated with them, especially those choices related to corporate social responsibility.

Originality/value/contribution: There has been a growing interest in exploring the motivations and determinants of undertaking CSR in recent years. Studies have focused on the external drivers of CSR, while studies examining the internal determinants of CSR have been somewhat limited. Hence, the current study attempts to enrich studies in an important research area related to CSR, namely the internal determinants of CSR activities and in particular CEOs' personality traits.

Keywords: CEOs' Personality Traits; Corporate Social Responsibility; Corporate Governance; Overconfidence; Narcissism, Hubris.

١ - مقدمة

لا يمكن للشركات البقاء من خلال التركيز فقط على خلق قيمة للمساهمين، حيث أصبحت كيفية معالجة المخاطر البيئية والاجتماعية والحوكمة من الإهتمامات ذات الأولوية لمجالس الإدارة. وكإستجابة لتوقعات أصحاب المصالح المتزايدة بأن تتصرف الشركات بطرق مسؤولة إجتماعيًا، تحتاج الشركات إلى دمج الأهداف البيئية والاجتماعية في عقود مكافآت المديرين التنفيذيين (Li and Yang 2024). ويساهم قيام الشركات بالأنشطة البيئية والاجتماعية في تحسين رضا أصحاب المصالح وسمعة الشركة وتخفيض المخاطر المالية. ومن منظور مؤسسي، تعمل الشركات ضمن إطار إجتماعي من المعايير والقيم والإفتراضات المسلم بها حول ما يشكل السلوك الإقتصادي المناسب أو المقبول. ويمكن تعريف إعداد التقارير عن الإستدامة من خلال مبادرة إعداد التقارير العالمية (GRI) على أنها "ممارسة القياس والإفصاح والمساءلة أمام أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين عن الأداء التنظيمي بما يحقق أهداف التنمية المستدامة" (Kouaib et al. 2022, p.1)

ومع تزايد الكوارث البيئية وتركيز الشركات على تحسين الأداء المالي فقد ظهر مفهوم الأداء المستدام لتحقيق التوازن بين الأداء الإقتصادي والجوانب البيئية والاجتماعية. ويشير مفهوم الأداء المستدام إلى الإدارة المتزامنة لثلاثة أبعاد وهي: الربح (الجانب الإقتصادي)، وأفراد المجتمع (الجانب الإجتماعي)، والبيئة المحيطة (الجانب البيئي). ويشير هذا المفهوم إلى أن الشركات يجب أن تركز على الإهتمامات الإجتماعية والبيئية، وهو ما يشار إليها بالمسئولية الإجتماعية للشركات، كما تفعل ذلك بالنسبة للأرباح. ويشير الجانب الإقتصادي إلى الأداء الإقتصادي المستدام والذي يقيس مقدرة الشركات على إستخدام مواردها بكفاءة لتحقيق عائد مرتفع على الإستثمار وتحقيق النمو المستدام. بينما يشير الجانب البيئي إلى الأداء البيئي المستدام والذي يقيس تأثير الشركات على النظم الطبيعية الحية وغير الحية لتجنب المخاطر البيئية. وأخيرا، يشير الجانب الإجتماعي إلى الأداء الإجتماعي المستدام والذي يقيس مقدرة الشركة على إستخدام أفضل ممارساتها الإدارية

لتحقيق قيمة طويلة الأجل للمساهمين من خلال خلق الثقة والولاء بين العملاء والموظفين والمجتمع (Kouaib et al. 2022).

وقد ينظر المديرون التنفيذيون إلى إنفاق الشركات على المسئولية الإجتماعية للشركات على أنه يضر بقيمة الشركة، حيث يرى بعضهم أن المسئولية الإجتماعية الوحيدة للشركات هي تعظيم أرباح الشركة. ويدفع هذا المديرين التنفيذيين إلى تجنب الإنفاق على المسئولية الإجتماعية للشركة لأنه يؤدي إلى تخفيض الموارد المتاحة للمشاريع المربحة الأخرى. وفي المقابل، قد ينظر المديرون التنفيذيون إلى المسئولية الإجتماعية للشركات كاستثمار، لأن الشركات قد تستفيد من الإنخراط في إدارة مخاطر أصحاب المصلحة التي تلبى اللوائح والالتزامات الإجتماعية والأعراف الإجتماعية السائدة (Tseng and Demirkan 2021).

ويتمتع المديرون التنفيذيون بسمات شخصية معينة والتي تؤثر على أسلوب قيادتهم، وبالتالي، على عمليات الشركة. ويشكل المديرون التنفيذيون ذوي الأنماط الإدارية المختلفة عمليات صنع قرار مختلفة في الشركات (Lin et al. 2022). ومن المحتمل أن تؤثر السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين مثل الثقة المفرطة، والنجسية، والغطرسة على الخيارات الإستراتيجية التي تتخذها الشركات والنتائج المرتبطة بها. وقد ركزت الدراسات على إستراتيجيات السوق، ومن ثم فهناك حاجة لفحص كيفية تأثير الخصائص الشخصية للمديرين التنفيذيين على الإستراتيجيات غير السوقية مثل مبادرات المسئولية الإجتماعية للشركات. ونظرًا لأن الشركات تلتزم بمزيد من الموارد لمبادرات المسئولية الإجتماعية، فإنه يكون من الضروري دراسة كيف يمكن لسمات المدير التنفيذي أن تفسر الإختلافات في أداء المسئولية الإجتماعية للشركات (Sannino et al. 2020; Venugopal et al. 2023).

وتمثل **الثقة المفرطة overconfidence** للمديرين التنفيذيين إحدى السمات الشخصية الهامة، والتي تشير إلى ميل المدير التنفيذي إلى أن يكون لديه تصور غير دقيق وإيجابي بشكل مفرط لقدراته أو معرفته حيث يميل المديرون التنفيذيون ذوي الثقة المفرطة إلى أن يكونوا غير واقعيين بشأن الأحداث المستقبلية، مع المبالغة في تقدير فرصهم في تحقيق نتائج جيدة، والتقليل من فرصة الفشل. وتوجد وجهتا نظر مختلفتين حول الثقة المفرطة. أولهما، يصف البعض الثقة المفرطة بأنها أحد أهم التحيزات المعرفية. إذ تشير الثقة المفرطة إلى ميل الأفراد إلى المبالغة في تقدير معارفهم وأحكامهم. وثانيهما، أنه يتم تعريف الثقة المفرطة بمعنى أوسع بكثير على أنها سمة شخصية، حيث وصف الباحثون التفاؤل المرتبط بالثقة المفرطة بأنه سمة شخصية مستقرة.

وترتبط الثقة المفرطة بمجموعة من القرارات التي تتخذها الشركات والتي قد تؤدي إلى إتخاذ قرارات استثمارية صحيحة أو خاطئة. ومن ثم فإن العلاقة بين الثقة المفرطة والمسئولية الإجتماعية للشركات هي علاقة ذات اتجاهين. فمن ناحية، فإنه يمكن أن تركز على أصحاب المصالح وتوفر منافع إجتماعية على المدى الطويل. ومن ناحية أخرى، كلما كان الرئيس التنفيذي أكثر ثقة، كلما زاد احتمال إستهانته بالمخاطر التي تتعرض لها شركته، ونتيجة لذلك، يقوم بقدر أقل من التحوط مقارنة بالشركات التي يديرها مديرون تنفيذيون أقل ثقة. وبالنظر إلى أن المسئولية الإجتماعية للشركات هي شكل من أشكال التحوط، فإنه يُتوقع من المديرين التنفيذيين الأكثر ثقة أن يقوموا بقدر أقل من المسئولية الإجتماعية للشركات.

ويمكن أن تؤثر **النرجسية narcissism** بصورة إيجابية على المسئولية الإجتماعية للشركات، حيث يكون لدى الأشخاص ذوي السمات النرجسية حاجة قوية للإعجاب، بما يجعلهم يتخذون قرارات جريئة ومتطرفة لجذب الإنتباه وكسب المزيد من الإستحسان وتحقيق نتائج أداء فائقة. وتوفر المسئولية الإجتماعية للشركات فرصًا للمديرين التنفيذيين النرجسيين للحصول على الإعجاب، كما تعتبر فرصة كبيرة لجذب الإنتباه وتحسين صورتهم. وقد وجدت الدراسات أن المديرين التنفيذيين النرجسيين يميلون أكثر إلى متابعة مبادرات المسئولية الإجتماعية للشركات

لأنهم يعتبرونها مفيدة لسمعتهم الشخصية، وصورتهم الذاتية، ومكاسبهم المالية قصيرة المدى -AI (Shammari et al. 2019; Venugopal et al. 2023).

وتوجد ثلاثة أسباب لربط المسئولية الإجتماعية للشركات بالمديرين التنفيذيين النرجسيين. أولهما، تمثل المسئولية الإجتماعية للشركات مبادرات محملة بالقيمة value loaded initiatives وتعزز العمل الإجتماعي. وثانيهما، تعمل المسئولية الإجتماعية للشركات على إشراك مجموعات من أفراد المجتمع الحساسة للقيمة في التملق والثناء وغهتمان وسائل الإعلام. وأخيراً، توفر المسئولية الإجتماعية للشركات مجموعة متنوعة من السبل لتغيير الوضع الراهن، بما يوفر الإستمرارية وتنوع الفرص التي يمكن للمديرين التنفيذيين النرجسيين من خلالها عرض أنفسهم أمام أفراد علي درجة عالية من اليقظة والتجاوب (Petrenko et al. 2016).

وفي المقابل يمكن أن تؤثر **الغطرسة hubris** بصورة سلبية على المسئولية الإجتماعية للشركات. فالمديرون التنفيذيون المتغطرسون يعتقدون أنهم قادرون على إدارة المخاطر دون مساعدة خارجية. ومن ثم فإن الحماية التي يوفرها الإلتزام بممارسات المسئولية الإجتماعية تقل إلى حد كبير. ونتيجة لذلك، فإن المديرين التنفيذيين المتغطرسين قد يكونوا أقل ميلاً إلى متابعة الأنشطة الإجتماعية والبيئية من نظرائهم غير المتغطرسين. ومن ثم، يفترض المديرون التنفيذيون المتغطرسون أن نجاح شركاتهم يعتمد بشكل أقل على أصحاب المصلحة وأكثر على أنفسهم. ولذلك، لا يتم تشجيع هذه الشركات على التوافق مع مطالب أصحاب المصلحة، ومن ثم المشاركة بشكل أقل في أنشطة المسئولية الإجتماعية (Kouaib et al. 2022).

وعلى صعيد آخر، تتحكم آليات حوكمة الشركات في تحقيق التوازن بين الأهداف الإقتصادية والإجتماعية والبيئية حيث تهدف إلى التوفيق بين مصالح الأفراد وقطاع الأعمال والمجتمع. بالإضافة إلى أن مجلس الإدارة المستقل يمكنه مراقبة السلوك الإداري وممارسة الضغط على المديرين لإتخاذ إجراءات تلبى مصالح المساهمين. ولذلك، يُتوقع أن تؤثر حوكمة الشركات على العلاقة بين السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والأداء المستدام.

ويوجد إعتراف متزايد بالحاجة إلى دراسة دور السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين كمحددات لسلوكهم وبالتالي للنتائج التنظيمية لشركاتهم. ولذلك يهدف هذا البحث إلى التعرف على آثار السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والتي تتضمن الثقة المفرطة والنرجسية والغطرسة على المسئولية الإجتماعية للشركات. كما يهدف إلى التعرف على التأثير المعَدّل لممارسات حوكمة الشركات على تلك العلاقة.

وتتمثل دوافع إجراء البحث الحالي في أنه بالمقارنة مع التمويل السلوكي وسلوك المستهلك، فإن الأبحاث المتعلقة بالمحاسبة السلوكية لم تلق إهتماماً كافياً من الباحثين، ومن ثم تستحق المزيد من الإهتمام (Gao and Han 2020). وترجع أهمية البحث الحالي إلى وجود إهتمام متزايد بإستكشاف دوافع ومحددات القيام بالمسئولية الإجتماعية للشركات في السنوات الأخيرة. وقد ركزت الدراسات على الدوافع الخارجية للمسئولية الإجتماعية للشركات، مثل الضغوط التي يمارسها أصحاب المصلحة، والضغوط المؤسسية، والإلزام القانوني، بينما كانت الدراسات التي تناولت المحددات الداخلية للمسئولية الإجتماعية للشركات محدودة إلى حد ما (في حدود علم الباحثين). ويمثل تكوين وخصائص المدير التنفيذي ومجلس الإدارة إحدى المحددات الداخلية الهامة، ومع ذلك فنادرًا ما يتم إستكشاف تأثير الخصائص الشخصية والخصائص النفسية للمديرين التنفيذيين على المسئولية الإجتماعية للشركات (Al-Shammari et al. 2019). ومن ثم، تحاول الدراسة الحالية أن تثري الدراسات في مجال بحثي مهم يتعلق بالمسئولية الإجتماعية للشركات، ألا وهو المحددات الداخلية لأنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات وبصفة خاصة السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين. يضاف إلى ذلك أن الدراسات التي تناولت تأثير سمات المدير التنفيذي على الأداء المستدام قد تناولتها من جهات نظر دول مختلفة، وتوصلت إلى نتائج تجريبية متباينة (Saha et al. 2023).

وتحقيقا لهدف الدراسة؛ سوف يتم تناول ما تبقى منها على النحو التالي:

(٢) الدراسات السابقة وإشتقاق فروض الدراسة.

(٣) الدراسة التطبيقية.

(٤) نتائج الدراسة التطبيقية.

(٥) الخلاصة والتوصيات.

٢ - الدراسات السابقة وإشتقاق فروض الدراسة

يتناول هذا الجزء عرض للدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع البحث، والتي تناولت مفهوم وطبيعة المسئولية الإجتماعية للشركات، والسمات الشخصية للمديرين التنفيذيين. كما يتناول هذا الجزء مدى تأثير السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين على المسئولية الإجتماعية للشركات وأخيرا، سيتم تناول أثر دور حوكمة الشركات على العلاقة بين السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات. ويهدف هذا الجزء إلى إستعراض وتقييم النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة ذات الصلة، وذلك حتى يتسنى للباحثين إشتقاق فروض الدراسة. وتحقيقا لهذه الأهداف، سوف يتضمن هذا الجزء الجوانب التالية:

١-٢ مفهوم وطبيعة المسئولية الإجتماعية للشركات.

٢-٢ السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين.

٣-٢ السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات.

٤-٢ حوكمة الشركات كمتغير مُعدّل Moderator للعلاقة بين السمات الشخصية

للمديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات.

٢-١ مفهوم وطبيعة المسئولية الإجتماعية للشركات:

يركز مفهوم الإستدامة على التكامل المتوازن للأداء البشري في الإقتصاد والبيئة والمجتمع لصالح الأجيال الحالية والمستقبلية (Geissdoerfer et al. 2017). ويمكن تعريف إستدامة الشركة على أنها قدرة الشركة على البقاء في بيئة أعمال عالمية شديدة التغير والتنافسية والنظر في المسئوليات الإجتماعية والبيئية لخلق ميزة تنافسية بالإضافة إلى خلق القيمة لأصحاب المصالح على المدى الطويل (Hawn et al. 2018). ومن ثم تولي الشركات المسئولة إجتماعياً إهتماماً كبيراً بالمشاركة في أنشطة المسئولية الإجتماعية طويلة الأجل، مثل تحسين بيئة العمل ورفاهية الموظفين، وضمان حقوق الإنسان، وتجنب التمييز بين الجنسين والعنصرية.

ويركز العديد من الدراسات المتعلقة بإستراتيجيات الشركة على المنافسة في السوق. ومع ذلك، هناك إقرار متزايد بأن الإستراتيجية غير السوقية لها أهمية حيوية لبقاء الشركة، والأداء التنظيمي، وربما الميزة التنافسية المستدامة. وتعد أنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات جزءاً مهماً من إستراتيجيات الشركة غير السوقية (Al-Shammari et al. 2019). ويُعرف McWilliams (2001) & Siegel المسئولية الإجتماعية للشركات بأنها إجراءات تعزز الصالح الإجتماعي، وبما يتجاوز مصالح الشركة وما يتطلبه القانون.

ويشير مصطلح "المسئولية الإجتماعية للشركات" إلى تصرفات الشركة تجاه أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين فيما يتعلق بالمعايير الإجتماعية والبيئية والحوكمة (Olateju et al. 2021). ويجب على الشركات أن تتعامل مع المسئولية الإجتماعية للشركات من وجهة نظر إستراتيجية، والتي تتضمن إيجاد الإستراتيجيات الأكثر فعالية للشركة. وبالتالي، فإن التعريف المعاصر للمسئولية الإجتماعية للشركات يجب أن يشمل مكونات تتناول الإهتمامات الإجتماعية والبيئية والحوكمة. فالقضايا البيئية والإجتماعية والحوكمة تعتبر مهمة لأصحاب المصالح. ووفقاً لنظرية أصحاب المصالح، يمكن تعريف صاحب المصلحة على أنه الطرف الذي يتصرف تجاه شركة ما أو يتأثر بها (Jilani et al. 2023).

وإستنادًا إلى تعريف المفوضية الأوروبية (Dick et al. 2021, p. 72)، فإن المسئولية الإجتماعية للشركات هي "مفهوم تقوم بموجبه الشركات بدمج الإهتمامات الإجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي". وبالتالي، تعكس المسئولية الإجتماعية للشركات مدى مشاركة الشركة بنشاط في المبادرات الإجتماعية إستجابة لمجموعة واسعة من أصحاب المصالح. وقد صنفت دراسة (Petrenko et al. 2016) دوافع القيام بالمسئولية الإجتماعية للشركات إلى فئتين: الدوافع الداخلية (مثل المخاوف الأخلاقية، والثقافية، والأيدولوجية للأعضاء التنظيميين الرئيسيين) والدوافع الخارجية (مثل البيئة المؤسسية، وإهتمامات أصحاب المصلحة الرئيسيين).

وتتضمن المسئولية الإجتماعية للشركات نطاقًا واسعًا من الأنشطة والممارسات، حيث قد يختلف الجمهور المستهدف من نشاط إلى آخر. وتقليديًا، أثناء دراسة محددات ونتائج المسئولية الإجتماعية للشركات، تعامل الباحثون معها كمتغير إجمالي يشمل جميع أنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات بالنسبة للشركة. ومع ذلك، في السنوات الأخيرة، كان هناك وعي متزايد بالحاجة إلى التركيز على عناصر محددة من أنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات (Wang et al. 2016). ويمكن إرجاع هذا التحول إلى عاملين. أولهما، لا توفر النتيجة الإجمالية للمسئولية الإجتماعية للشركات بالضرورة صورة دقيقة عن مشاركة الشركة في أنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات. فعلى سبيل المثال، قد تسجل شركة معينة درجة عالية في العلاقات المجتمعية مع تسجيل درجة منخفضة في علاقات الموظفين، وفي المجمل، ستظل تحصل على نفس الدرجة الإجمالية مثل شركة أخرى قد يكون لها تركيز معتدل على كلا البعدين. فمن خلال تصنيف الأداء الإجتماعي، يصبح الباحثون أكثر قدرة على توضيح المفاضلات في الأداء الإجتماعي وتخصيص الموارد لمثل هذه الأنشطة. وثانيهما، يكون لكل بُعد إجتماعي سماته المميزة وبما يستحق البحث المستقل.

وقد إزداد الإهتمام بالمسئولية الإجتماعية للشركات منذ صدور ISO 26000 بشأن المسئولية الإجتماعية للشركات في عام ٢٠١٠، حيث قام معظم الشركات الكبرى بإعداد تقارير سنوية تنشر فيها طوعاً المعلومات حول ما قامت به فيما يتعلق بأنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات (Phama and Tranb 2020). ويسلط Mathews (1997) الضوء على ثلاثة تفسيرات محتملة لأسباب قيام الشركات بتقديم معلومات حول المسئولية الإجتماعية للشركات والتي تتجاوز تلك التي يتطلبها القانون وهي إرضاء حس "العقد الإجتماعي"، وتعزيز شرعيتها، وتعزيز أدائها الإقتصادي/المالي.

وتستمد العلاقة المباشرة بين الإفصاح عن المسئولية الإجتماعية للشركات والأداء المالي بشكل رئيسي من نظرية أصحاب المصالح ونظرية الشرعية (Phama and Tranb 2020). ووفقاً لنظرية أصحاب المصالح takeholder theory، فإن أصحاب المصالح في الشركات مثل الموظفين والعملاء والموردين والمستثمرين الذين يتحكمون في الموارد يمكن أن يسهلوا تنفيذ قرارات الشركة. وقد يساعد الإهتمام بمخاوف أصحاب المصالح وتوقعاتهم الشركة على تجنب القرارات التي قد تدفع أصحاب المصالح إلى تقويض أو إحباط أهداف الشركة. وتشير نظرية الشرعية legitimacy theory إلى أن الشركة عضو في المجتمع ومن المتوقع أن تعمل بطريقة تلبية التوقعات المجتمعية. وإذا فشلت الشركة في التصرف وفقاً للمعايير الإجتماعية، فسوف تواجه تهديدات لشرعيتها. ومن ثم، فإن الشركات التي تمارس ممارسات سيئة في مجال المسئولية الإجتماعية للشركات ستواجه تهديدات بأن يُنظر إليها على أنها غير مشروعة. وفي المقابل، فإن الشركات التي تتمتع بممارسات جيدة في مجال المسئولية الإجتماعية للشركات سوف تبدو مشروعة في نظر الجمهور وأصحاب المصالح الذين لديهم القدرة على التأثير على النتائج الإقتصادية للشركات. وبالإعتماد على وجهات النظر هذه، فإنه يحتمل وجود علاقة إيجابية بين ممارسات المسئولية الإجتماعية للشركات والأداء المالي.

وقد أظهرت نتائج دراسة (Phama and Tranb (2020) وجود تأثير إيجابي للإفصاح عن المسئولية الإجتماعية للشركات على سمعة الشركة، والذي بدوره يساهم بشكل كبير في الأداء المالي للشركة. كما توصلت الدراسة إلى أن نزاهة الرئيس التنفيذي تعزز التأثير الإيجابي للإفصاح عن المسئولية الإجتماعية للشركات على سمعة الشركة بشكل كبير. كما توصلت دراسة (Muhammad et al. (2023 إلى أن إفصاحات المسئولية الإجتماعية للشركات لها تأثير على أداء الشركة مقاسًا بالعائد على الأصول. كما أظهرت النتائج أن قدرة المدير التنفيذي كمتغير معدل غير قادرة على زيادة تأثير المسئولية الإجتماعية للشركات على أداء الشركة. وتشير هذه النتائج إلى أنه عندما لا يشهد أداء الشركة نموًا كبيرًا وتواجه الشركة مشكلة أدت إلى انخفاض ربحيتها (على سبيل المثال جائحة كورونا)، فإن المديرين التنفيذيين يميلون إلى عدم القيام بنشاط مكلف، على سبيل المثال، المسئولية الإجتماعية للشركات.

٢-٢ السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين:

يعتبر المدير التنفيذي هو المسئول التنفيذي الذي يتحمل المسئولية الشاملة لإدارة وتوجيه الشؤون التنظيمية. وتتمثل مسئولية المدير التنفيذي في تحديد المهمة والأهداف المؤسسية والحفاظ على النزاهة المؤسسية. ويلعب المديرون التنفيذيون دورًا حاسمًا في الشركات حيث يقررون ما يجب القيام به، وكيفية القيام به، ومتى يفعلون ذلك، وتؤثر أفعالهم على النتائج التنظيمية. ولا تتأثر تصرفات الشركة ونتائجها بالبيئة والمنافسين والحلفاء فحسب، بل تتأثر أيضًا بشخصيات المدير التنفيذي وخبراته وقيمه وعلاقاته الإجتماعية. ويعمل المدير التنفيذي كشخص رئيسي في صياغة الإستراتيجية وتشغيلها، كما يلعب دورًا مهمًا في قرارات المسئولية الإجتماعية للشركات. فالطبيعة التقديرية لقرارات المسئولية الإجتماعية للشركات تجعلها أكثر إعتماذًا على حكم الإدارة (Bhaskar (2023).

وتمثل الشخصية جميع الاختلافات المستمرة في نفسية الفرد. ويمكن تصنيف جميع عناصر الشخصية على أنها إما سمات شخصية personality traits أو تكيفات مميزة characteristic adaptations. ويمكن تعريف سمات الشخصية بأنها أوصاف إحصائية لأنماط مستقرة من السلوك والتحفيز والعاطفة والإدراك والتي تظهر على شكل إستجابات لمجموعة من المحفزات الموجودة في البيئات البشرية على مدار الزمن التطوري. أما التكيفات المميزة فهي أهداف وتفسيرات وإستراتيجيات مستقرة نسبياً فيما يتعلق بظروف حياة الفرد (DeYoung 2015).

وفيما يتعلق بعلاقة السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين وأداء الشركة، فقد هدفت دراسة Hao et al. (2023) إلى فحص كيفية تأثير الخبرات المهنية للمديرين التنفيذيين على كفاءة إستثمار الشركات في ظل التحول الإقتصادي في الصين. وقد أظهرت النتائج أن المديرين التنفيذيين الذين لديهم خبرة بالإصلاحات الإقتصادية والإنتعاش في حياتهم المبكرة يميلون إلى أن يكونوا أكثر ثقة وبيالغون في الإستثمار أكثر من أولئك الذين نشأوا خلال عصر الإقتصاد المخطط. علاوة على ذلك، فإن المديرين التنفيذيين الذين كانت حياتهم المهنية بأكملها في قطاع الأعمال يُظهرون مستويات أكبر من الثقة والإفراط في الإستثمار مقارنة بأولئك الذين يتمتعون بخبرة طويلة الأجل في الجهات الحكومية قبل خدمتهم كمديرين تنفيذيين للشركات.

وتوصلت دراسة Chin et al. (2013) إلى أن المديرين التنفيذيين الليبراليين يركزون بشكل أكبر على المسئولية الإجتماعية للشركات مقارنة بالمديرين التنفيذيين المحافظين، وأن الارتباط بين الأيديولوجية السياسية للمدير التنفيذي والمسئولية الإجتماعية للشركات كان أكبر عندما كان المدير التنفيذي يتمتع بسلطة أكبر نسبياً. علاوة على ذلك، وجدت الدراسة أنه حتى عندما يكون الأداء المالي للشركة ضعيفاً، فإن المديرين التنفيذيين الليبراليين يظلون يؤكدون على المسئولية الإجتماعية للشركات، في حين لا يهتم المديرون التنفيذيون المحافظون بأنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات إلا عندما يسمح لهم الأداء المالي لشركاتهم بالقيام بذلك.

أما دراسة (Saha et al. (2023) فقد أظهرت النتائج أن المؤهلات الأكاديمية العالية والخبرة الأكبر في الصناعة ومدة ولاية المدير التنفيذي الأطول لها تأثير إيجابي ومعنوي على الأداء المستدام للبنوك المدرجة في بنجلاديش. علاوة على ذلك، فقد أظهرت الدراسة أن البنوك المدرجة في بنجلاديش متأخرة بشكل كبير في تنفيذ توصيات الإستدامة الصادرة عن البنك المركزي في بنجلاديش. وأخيراً، وعلى عكس الاعتقاد التقليدي بأن الثقة المفرطة لدى المدير التنفيذي أمر ضار، فقد توصلت دراسة (Burkhard et al. (2023) إلى أن الثقة المفرطة لدى المدير التنفيذي مفيدة لأداء الشركة في المتوسط. فالمديرون التنفيذيون ذوي الثقة المفرطة ينخرطون في المخاطرة الإستراتيجية من خلال الآليات المعرفية والتحفيزية والإجتماعية. وترتبط هذه المخاطرة بشكل إيجابي بأداء الشركة. كما تم التوصل إلى أن العلاقة الإيجابية بين الثقة المفرطة لدى المدير التنفيذي وأداء الشركة يتم توسطها جزئياً من خلال المخاطرة الإستراتيجية. وبالتالي، وعلى الرغم من أن الثقة المفرطة لدى المديرين التنفيذيين تشكل تحيزاً معرفياً، فإنها لا تؤدي تلقائياً إلى أداء أقل كفاءة، ولكنها يمكن أن تخلق قيمة للشركات من خلال دفع المديرين التنفيذيين إلى إتخاذ إجراءات تنطوي على مخاطر.

وقد قامت دراسة (Nguyen et al. (2023) بتناول العلاقة بين عدد من السمات الإجتماعية والديموغرافية والسمات المتعلقة بحوكمة الشركات وأداء الشركة. وبالنسبة للسمات الإجتماعية والديموغرافية، تشير النتائج إلى أن الإناث والجنسية المحلية، والعمر الأكبر هي سمات المدير التنفيذي التي تساهم في تحسين أداء الشركة. وفيما يتعلق بالسمات المتعلقة بحوكمة الشركات، تشير النتائج إلى أن قصر فترة ولاية المدير التنفيذي، وإزدواجية المدير التنفيذي ورئيس مجلس الإدارة، والمدير التنفيذي المؤسس، والمديرين التنفيذيين من داخل الشركة، وإنخفاض ملكية المدير التنفيذي تمثل الخصائص التي تعزز أداء الشركة.

٢-٣ السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والمسئولية الاجتماعية

تمثل دراسة العوامل التي تؤثر على القرارات الإستثمارية للشركات قضية مهمة في مجال تمويل الشركات. وتشير الدراسات السابقة إلى أن السمات الخاصة بالمدير التنفيذي تفسر جزءاً كبيراً من التباين في إستثمارات الشركات. ويمكن تفسير ذلك من خلال فكرة أن التعرض لحدث معين يتعلق بالإقتصاد الكلي، أو حدث شخصي، أو حدث خاص بمهنة معينة يكون له تأثيرات طويلة الأمد على مواقف وقرارات المدير التنفيذي، وبالتالي، على سياسات الشركات. وتشير الدراسات المالية والنفسية السابقة إلى أن التجارب السابقة تؤثر على السلوكيات الإدارية على نطاق واسع من خلال إحدى قناتين وهما التغيير في المعتقدات أو التغيير في الإدراك الذاتي. (Hao et al. 2023).

ويمكن النظر في العلاقات بين السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والمسئولية الاجتماعية من منظور ثلاث نظريات مختلفة وهي نظرية الوكالة، ونظرية المستويات الإدارية الأعلى، والنظرية الاجتماعية المعرفية (Bhaskar et al. 2023). ووفقاً لنظرية الوكالة agency theory يعمل المدير التنفيذي كوكيل في الشركة ويكون مسؤولاً عن العمل لتحقيق مصالح أصحاب المصلحة. ومع ذلك، قد يعطي المدير التنفيذي الأولوية لتحقيق مكاسبه على حساب تحقيق مصالح المساهمين، بما يؤدي إلى زيادة تكاليف الوكالة. ومن أجل التخفيف من تكلفة الوكالة، تلعب مكافآت المدير التنفيذي دوراً حاسماً. وتحتوي المكافآت على عدة مكونات، تم تقسيمها إلى مكافآت طويلة الأجل محسوبة على أساس أكثر من عام واحد من الأداء (أي الراتب والأسهم) ومكافآت قصيرة الأجل محسوبة على أساس الأداء خلال عام واحد (أي الحوافز والعمولات). والمسئولية الاجتماعية للشركات هي نهج طويل الأجل يولد نتائج على المدى الطويل. وبالتالي، تؤثر المسئولية الاجتماعية للشركات على مكافآت الرئيس التنفيذي على المدى الطويل، ولكنها لا تؤثر على مكافآت الرئيس التنفيذي على المدى القصير.

ووفقاً لنظرية المستويات العليا upper echelons theory، يكون لكبار المديرين (وخاصة المديرين التنفيذيين) تأثير كبير على عملية صنع القرار والتنفيذ اللاحق للخيارات الإستراتيجية، والتي تؤثر بدورها على الأداء العام للشركة. ويتمثل المبدأ الأساسي لنظرية المستويات العليا في أن السمات النفسية لفريق الإدارة العليا (بما في ذلك القيم، والإدراك، والشخصية) والصفات الديموغرافية التي يمكن ملاحظتها (مثل العمر والتخصصات الوظيفية والخبرات المهنية والتعليم) تعد محددات مهمة لعملية الإدارة الإستراتيجية والأداء التنظيمي للشركة (Saha et al. 2023; Venugopal et al. 2023).

وتعد الخصائص الديموغرافية للمدير التنفيذي إحدى أهم العوامل التي تؤثر على تصرفاته، حيث تؤكد أن سلوك المدير التنفيذي هو إنعكاس لمعرفته وخبراته ومعتقداته السابقة. فإختيارات المديرين التنفيذيين تتأثر بقيمهم الشخصية، وميولهم، وخبراتهم السابقة، حيث يختارون إستراتيجيات تنظيمية تناسب مخططاتهم وتفضيلاتهم الإدارية. ويكون للمديرين تأثير كبير على شركاتهم، فالمدير التنفيذي هو صانع القرار الأكثر تأثيراً في الشركة. ويختلف المديرين التنفيذيون في قيمهم الشخصية، وخبراتهم، وخصائصهم النفسية، وغالباً ما تنعكس قيمهم الشخصية في قرارات شركاتهم. وبالنظر إلى أن تصرفات الرئيس التنفيذي وقيمه تؤثر على الإختيارات الإستراتيجية التي تتخذها الشركات، فإنه يبدو منطقياً أن نتوقع أن مشاركة الشركة في المسئولية الإجتماعية للشركات ستتأثر أيضاً بنظام قيم الرئيس التنفيذي وسماته الشخصية (Al-Shammari et al. 2019).

ووفقا للنظرية الإجتماعية المعرفية socio-cognitive theory، يوجد إجماع على أن الشخصية لها جانب مشرق وجانب مظلم. وغالبًا ما يتم تعريف الجانب المشرق على أنه الجانب الذي يستلزم السمات المرغوبة إجتماعيًا، في حين أن الجانب المظلم يستلزم سمات غير مرغوب فيها إجتماعيًا. فالسمات المشرقة للمديرين التنفيذيين تحفزهم على إظهار قيمهم وسلوكياتهم من خلال ممارسات المسئولية الإجتماعية للشركات. فعلى سبيل المثال، يُظهر المدير التنفيذي الأخلاقي إنجذابه نحو الممارسات الأخلاقية، بما يقوده نحو ممارسات المسئولية الإجتماعية للشركات.

وعلى الرغم من أنه من المعتقد بشكل عام أن السمات التي يُنظر إليها على أنها مشرقة مفيدة، وتلك التي يُنظر إليها على أنها مظلمة تضر الأفراد والشركات، فقد تم التشكيك في هذا الافتراض في السنوات الأخيرة. فالمديرون التنفيذيون النرجسيون يستثمرون أكثر في مبادرات المسئولية الإجتماعية أكثر من المديرين التنفيذيين الأقل نرجسية أو غير النرجسيين، على الرغم من أن النرجسية سمة مظلمة. إذ أنهم يفعلون ذلك لرغبتهم في لفت الإنتباه إلى أنفسهم وتحقيق حاجتهم إلى الإشادة والشهرة. وقد وجد أن نرجسية المديرين التنفيذيين ترتبط بشكل كبير بتفضيل الإجراءات الجريئة مثل عمليات الإندماج والإستحواذ والمخاطرة من خلال السعي وراء الإبتكار. ويعني هذا أن نفس السمة المظلمة يمكن أن تؤدي إلى تأثيرات إيجابية وسلبية. وتشير الأدلة المتعلقة بتأثيرات سمات الشخصية، بغض النظر عن الجانب الذي تنتمي إليه، أكثر تعقيدًا بكثير مما كان مفترضًا في السابق (Al-Shammari et al. 2019; Myung et al. 2017; Petrenko et al. 2016).

وتعد الثقة المفرطة والنرجسية والغطرسة من أهم السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والتي يحتمل أن تؤثر على مساهمات الشركة فيما يتعلق بالمسئولية الإجتماعية للشركات. ويمكن توضيح هذه السمات على النحو التالي:

٢-٣-١ الثقة المفرطة للمديرين التنفيذيين:

يمكن تعريف الثقة المفرطة على أنها المبالغة في تقدير الفرد لقدراته ومعرفته والقدرة على التأثير بشكل إيجابي على تصرفات الشركة. وقد تؤثر الثقة المفرطة على إستثمارات الشركات، والتمويل، وسياسات توزيع الأرباح، بما يؤثر على أداء الشركة. فقد يحقق المديرون التنفيذيون الذين يتمتعون بثقة زائدة أداءً إيجابياً للشركة من خلال تحمل مخاطر كافية وتحقيق عوائد أعلى على الأسهم نيابة عن المديرين. فالمديرون التنفيذيون الذين لديهم ثقة مفرطة مرتفعة يكونوا أكثر ميلاً للإستثمار في الأنشطة الإبتكارية، ويحققون المزيد من براءات الإختراع، وبالتالي ينجحون في إنجاز نجاح أكبر في الأداء الإبتكاري في ظل نفقات البحوث والتطوير المحددة (Kouaib Kim et al. (2016, p. 1721). ويُعرف (2023). أنها ميل المديرين التنفيذيين إلى المبالغة في تقدير ذكائهم وإتقانهم وإمكانياتهم لتحقيق نتائج مستقبلية جيدة. ويميل المديرون التنفيذيون ذوي الثقة المفرطة إلى المبالغة في تقدير عوائد الإستثمار والتقليل من تقدير مخاطر الإستثمار.

وتوجد أربعة مظاهر للثقة المفرطة، والتي تتمثل في الإفراط في التفاؤل over-optimism، والتأثير فوق المتوسط above-average effect، وسوء التقدير miscalibration، ووهم السيطرة illusion of control (Qiao et al. 2022). ويعتقد الأشخاص المفرطون في التفاؤل أن إحتمالية وقوع أحداث سعيدة تتجاوز إحتمالية وقوع أحداث مؤسفة. ويشير التأثير فوق المتوسط إلى الأشخاص الذين يشعرون أنهم متفوقون على مجموعتهم المرجعية فيما يتعلق بسمة معينة. أما سوء المعايرة ووهم السيطرة فإنه يعني أن الناس يبالغون في تقدير دقة توقعاتهم ويبالغون في تقدير قدرتهم على السيطرة على الأحداث، على التوالي.

ويمكن أن توفر الثقة المفرطة لدى المديرين التنفيذيين للشركات فوائد إجتماعية على المدى الطويل، مع تحقيق منافع للأطراف أصحاب المصلحة، بالإضافة إلى أن ميل هؤلاء المديرين إلى الابتكار يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على تنفيذ المسئولية الإجتماعية للشركات (Jilani et al. 2023). وقد أظهرت نتائج الدراسة التجريبية لـ (Gao and Han (2020 أن الثقة المفرطة لدى الإدارة يكون لها تأثير كبير وإيجابي على قيمة الشركة؛ حيث تعزز الثقة المفرطة قيمة الشركة من خلال أنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات. ومن خلال التركيز على الشركات البولندية متوسطة الحجم وغير المقيدة بالبورصة، فقد توصلت دراسة (Dick et al. (2021 إلى أن الشركات العائلية التي يسيطر عليها المؤسسون تظهر مستويات منخفضة من المشاركة في المسئولية الإجتماعية للشركات. ويشير هذا إلى أن العائلات تحاول الحد من أنشطة المسئولية الإجتماعية لشركاتهم والتي يمكن أن تحد من سيطرتها، وبالتالي قدراتها الإجتماعية والعاطفية. علاوة على ذلك، يميل المسئولون التنفيذيون ذوي الثقة المفرطة في هذه الشركات إلى إظهار أداء متفوق في مجال المسئولية الإجتماعية للشركات. وبالتالي، يمكن التخفيف من ميل العائلة لفرص السيطرة من خلال المديرين التنفيذيين المفرطين في الثقة والذين يقللون من مخاطر سيطرة العائلة ويركزون على بناء السمعة من خلال التصرف بمسئولية إجتماعية.

كما أظهرت نتائج دراسة (Jilani et al. (2023 أن البنوك التي يديرها المديرون التنفيذيون المهيمون ترتبط بشكل إيجابي بالمشاركة في المسئولية الإجتماعية للشركات، وأن البنوك التي لديها مديرين تنفيذيين مفرطى الثقة تكون أكثر ميلاً إلى الإستثمار في المشاركة في المسئولية الإجتماعية للشركات. وأخيراً، تشير الدراسة إلى وجود تأثير مُعدّل للمخاطرة المصرفية في العلاقة بين السمات الشخصية والمشاركة في المسئولية الإجتماعية للشركات، حيث تشير النتائج إلى أن المخاطرة تضعف هذه العلاقات.

وفي المقابل، قد يكون المديرين التنفيذيين الذين يتمتعون بثقة مفرطة أقل احتمالاً لأداء المسئولية الإجتماعية للشركات. إذ يميل المديرين التنفيذيين ذوي الثقة المفرطة إلى تخصيص قدر أقل من الموازنة لأنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات. وهو ما يمكن تفسيره من خلال سببين، حيث يتمثل أولهما في أنه يكون لدى المديرين التنفيذيين ذوي الثقة المفرطة طلب نقدي أكبر لتمويل إستثماراتهم وعمليات الإستحواذ المفضلة لديهم، بما يحد من الأموال المتاحة لمشاريع المسئولية الإجتماعية غير الهادفة للربح. بينما يتمثل السبب الثاني في أن المديرين التنفيذيين ذوي الثقة المفرطة يقللون من تقدير المخاطر، ويقللون من التحوط على إستثماراتهم، وبالتالي يستثمرون بشكل أقل في المسئولية الإجتماعية للشركات بإعتبارها إحدى أدوات التحوط الخاصة بهم (Tseng and Demirkan 2021).

وفي هذا الصدد، فقد توصلت دراسة (McCarthy et al. (2017 إلى أن مستوى الثقة لدى المدير التنفيذي ترتبط سلباً بمستوى المسئولية الإجتماعية للشركات. ويظهر التحليل الدقيق لتلك العلاقة أن هذا التأثير أقوى في الجوانب المؤسسية للمسئولية الإجتماعية للشركات، مثل تنوع المجتمع والقوى العاملة، وليس في الجوانب الفنية للمسئولية الإجتماعية للشركات، مثل حوكمة الشركات وجودة المنتج. وتوصلت دراسة (Chen et al. (2022 إلى أن المدير التنفيذي الذي يتمتع بثقة زائدة لا يجب الإنخراط في المسئولية الإجتماعية للشركات، بما يعني أن المدير التنفيذي الذي أبدى ثقة زائدة كان مرتبطاً بالشركات ذات الأداء الضعيف في المسئولية الإجتماعية.

كما أظهرت النتائج أيضًا أنه على الرغم من أن المسئولية الإجتماعية للشركات يمكن أن تساهم في زيادة أداء الشركة وربحيتها، وهو مؤشر رئيسي لأداء الشركة، إلا أن الثقة المفرطة لدى المديرين التنفيذيين سوف تؤدي إلى انخفاض الأداء وذلك نتيجة تجاهل المشاركة في أنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات وفقدان ثقة أصحاب المصلحة. ومن ناحية أخرى، يستخدم بعض المديرين التنفيذيين إشراك نشطاء المسئولية الإجتماعية للشركات لتحويل إنتباه أصحاب المصلحة وتغطية مصالحهم الشخصية أو صرف الإنتباه عن عدم كفاءتهم، بما يؤدي إلى انخفاض الأداء وإنخفاض حقوق المساهمين، وزيادة مشاكل الوكالة.

وتوصلت دراسة (Tang and Chang (2024) إلى أن الشركات التي كان مديرها التنفيذي مفرط الثقة بها قدر أكبر من المخاطرة، وكانت قيمة الشركة أعلى، وكانت تعاني من قيود مالية أكبر من تلك التي كانت لديها مدير تنفيذي منخفض من حيث درجة الثقة. وكشفت النتائج أيضًا أن الثقة المفرطة لدى المدير التنفيذي لها إرتباطات إيجابية كبيرة مع المخاطرة الإضافية وقيمة الشركة، بما يشير إلى أن الثقة المفرطة لدى المدير التنفيذي تشجع الإستثمار الثابت الذي يؤدي إلى زيادة قيمة الشركة. وعلى الرغم من أن الثقة المفرطة تؤدي في بعض الأحيان إلى تشويه قرارات الإستثمار، إلا أنها تزيد أيضًا من احتمال القيام بإستثمارات محفوفة بالمخاطر ولكن ذات قيمة.

مما سبق، يمكن إستنتاج الفرض الأول كما يلي:

H1: توجد علاقة إيجابية بين الثقة المفرطة للمديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات

٢-٣-٢ نرجسية المديرين التنفيذيين CEO narcissism:

يحدد علماء النفس الاجتماعي النرجسية على أنها اضطراب clinical disorder يتميز بالإفراط في الإعجاب بالذات، وتعظيم الذات، والميل إلى رؤية الآخرين كإمتداد للذات (Gerstner et al. 2013). وفي السنوات الأخيرة، بدأ الباحثون في علم النفس والإدارة في النظر إلى النرجسية كبعد للشخصية وليس اضطراباً. وتحتوي النرجسية على عناصر معرفية وتحفيزية وكلاهما يؤثر على سلوك الفرد. ويستلزم العنصر المعرفي الإيمان بقوة الفرد وقدراته، وهو الأمر الذي يتطلب إعادة التأكيد المستمر لوجهات نظر الفرد من الآخرين. ويشير الجانب المعرفي إلى أن المديرين التنفيذيين النرجسيين لديهم درجة أكبر من الثقة في مهاراتهم وقدراتهم بالإضافة إلى إيمان قوي بذكائهم وكفاءاتهم. ولذلك يسعون إلى التفاخر والإعجاب والثناء كوسيلة للحفاظ على الثقة والإعجاب بالنفس.

ويستلزم العنصر التحفيزي البحث عن الثناء والشهرة والإهتمام من خلال الإجراءات والالتزامات الموجهة خارجياً. ويسعى الأفراد النرجسيون للغاية إلى إعادة تأكيد وجهات نظرهم ومعتقداتهم. وتتبع هذه الحاجة إلى إعادة تأكيد معتقداتهم من مجموعة واسعة من المصادر. ويمكن أن يأتي مصدر النرجسية من الذات من خلال الإستعراض وإهمال الآخرين، وأيضاً من الآخرين من خلال التمجيد والإهتمام والثناء والإعجاب. ولذلك يسعى المديرون التنفيذيون النرجسيون إلى الشهرة والسلطة دون توقف، حيث ينظرون إلى أنفسهم على أنهم أكثر جاذبية وأكثر نكاءً من الآخرين، ويبحثون دائماً عن الثناء والإعجاب والتفوق. كما يبحث النرجسيون عن مناصب يمكنهم من خلالها السيطرة على الآخرين، والقيادة، وإظهار تطلعاتهم القيادية بشكل علني. لذلك، فمن المحتمل أن يخصص المديرون التنفيذيون النرجسيون قدرًا أكبر من الوقت والموارد للأنشطة التي لديها إمكانات أكبر لجذب الإنتباه مقارنة بالأنشطة التي تتمتع بمثل هذه الإمكانيات بشكل أقل.

ويشير (Chatterjee and Pollock 2017) إلى أن المديرين التنفيذيين النرجسيين لديهم إحتياجان رئيسيان هما: الحاجة إلى الإشادة والحاجة إلى السيطرة على عملية صنع القرار. وتحدد هاتان الحاجتان إلى حد كبير تصرفاتهم وسلوكياتهم داخل الشركة وخارجها. فالمديرون التنفيذيون النرجسيون يتخذون إجراءات تركز في الغالب على الجماهير الخارجية التي تولد إهتمام وسائل الإعلام والثناء العام.

وسوف يؤثر هذا السلوك الذي يسعى إلى جذب الإنتباه على المدير التنفيذي للقيام بأنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات والتي من شأنها أن تجعله أكثر وضوحًا. فمن المتوقع أن ينخرط المديرون التنفيذيون النرجسيون في إجراءات من شأنها أن تولد الشهرة والشعبية بالنسبة لهم. ويمكن تحقيق هذه الأهداف من خلال الإنخراط في أنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات التي تجذب إهتمام وسائل الإعلام الإيجابية وردود فعل إيجابية من أصحاب المصلحة، والتي بدورها تلبى حاجة الرئيس التنفيذي الشخصية للإهتمام والإعجاب. وسوف ينظر المديرون التنفيذيون النرجسيون إلى أنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات بإعتبارها مفيدة، بما يعنى أنها تلبى إحتياجاتهم النفسية الشخصية حتى عندما لا تفيد الشركة بالضرورة. وتشكل المسئولية الإجتماعية للشركات مجموعة من الإجراءات التي يمكن أن تعزز علاقات المدير مع الهيئات الرئيسية مثل الكيانات الحكومية والمؤسسات المدنية. لذلك، يمكن للمسئولية الإجتماعية للشركات أن تساعد المديرين النرجسيين على تلبية حاجتهم من الإهتمام والثناء والصورة الحسنة.

وقد توصلت دراسة (Petrenko et al. 2016) إلى أن المشاركة في المسئولية الإجتماعية للشركات يمكن أن تكون إستجابة للإحتياجات الشخصية للرئيس التنفيذي، وأن نرجسية الرئيس التنفيذي يكون لها تأثير إيجابي على المسئولية الإجتماعية للشركات، رغم أنها تقلل من تأثير المسئولية الإجتماعية للشركات على الأداء. كما توصلت دراسة Al-Shammari et al. (2019) بإستخدام عينة من ١٣٤ مديرًا تنفيذيًا خلال الفترة ٢٠٠٨-٢٠١٣، إلى وجود علاقة إيجابية بين نرجسية المديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات. علاوة على ذلك، فقد تم

التوصل إلى أن نرجسية المدير التنفيذي ترتبط بشكل إيجابي بالمسئولية الإجتماعية للشركات ذات التوجه الخارجي، بينما ترتبط نرجسية المدير التنفيذي بشكل سلبي ولكن غير معنوي بالمسئولية الإجتماعية للشركات ذات التوجه الداخلي.

وتشير نتائج دراسة (Ham et al. 2018). باستخدام بيانات مالية لـ ٥٠٠ شركة ، إلى أن المديرين التنفيذيين النرجسيين يميلون إلى التوسع في الإنفاق على البحوث والتطوير والإستثمارات في الإندماج والإستحواذ . كذلك أشارت نتائج دراسة (chatterjee and Hambrick 2011) والتي شملت ١٥٢ رئيساً تنفيذياً، إلى أن المديرين التنفيذيين النرجسيين يميلون إلى إتخاذ قرارات ذات مخاطرة عالية خاصة عندما ترتبط ببناء إجتماعي. بينما لم تتوصل دراسة (Zainol 2020) إلى وجود أي علاقة ذات دلالة إحصائية بين نرجسية المدير التنفيذي والتقارير المتعلقة بالمسئولية الإجتماعية للشركات في الشركات الماليزية المقيدة.

مما سبق، يمكن إشتقاق الفرض الثاني كما يلي:

H2: توجد علاقة إيجابية بين نرجسية المديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات

٢-٣-٣ غطرسة المديرين التنفيذيين CEO hubris:

يكون لدي المديرين التنفيذيين المتعترسين إعتقاد لا يتزعزع بأنهم يتصرفون بما يحقق مصلحة المساهمين، حيث يحاولون تقليل الإعتقاد على الموارد من أصحاب المصلحة، ويبالغون بسهولة في التأكيد على قدراتهم، ويترددون في تغيير مواقفهم أو قبول الإقتراحات من الآخرين (Lin et al. 2022). ويمكن التعرف على التحيز المعرفي للطرسة من خلال بعدين هما: العلاقات مع الذات، والعلاقات مع الآخرين. ويمكن توضيح بُعد العلاقات مع الذات من خلال إستراتيجية الترسخ entrenchment، وذلك عندما يجمع المدير التنفيذي بين السلطات التي تتجاوز المديرين التنفيذيين المحترفين والتي تعدل علاقاتهم الإجتماعية مع رؤوسهم والأطراف الخارجية، كما هو الحال عندما يمتلك المدير التنفيذي أو عائلته جزءاً كبيراً من أسهم الشركة، حيث يكون المدير التنفيذي هو مؤسس الشركة. ويمكن توضيح بُعد العلاقات مع الآخرين عندما يحصل المدير التنفيذي على جوائز أو أوسمة، ويتم تغطية الرئيس التنفيذي و/أو الشركة في وسائل الإعلام (Cormier et al. 2016).

ومن ثم من المتوقع أن تؤثر غطرسة المدير التنفيذي سلبًا على مشاركة الشركة في الأنشطة المسئولة إجتماعيًا وتؤثر بشكل إيجابي على الأنشطة غير المسئولة للشركة. فالمديرون التنفيذيون المتغطرسون يفترضون أن نجاح شركاتهم يعتمد بشكل أقل على أصحاب المصلحة وأكثر على أنفسهم. ولذلك، فإن هذه الشركات تكون أقل تحفيزًا للإستجابة لمطالب أصحاب المصلحة (Tang et al. 2015).

وقد توصلت دراسة (Tang et al. (2015 باستخدام بيانات مالية لـ ١٥٠٠ شركة إلى أن غطرسة المدير التنفيذي ترتبط سلبًا بأنشطة الشركة المسئولة إجتماعيًا، ولكنها ترتبط بشكل إيجابي بأنشطتها غير المسئولة إجتماعيًا. كما توصلت إلى أن العلاقة بين غطرسة المدير التنفيذي والمسئولية الإجتماعية للشركات تضعف عندما تعتمد الشركة بشكل كبير على أصحاب المصلحة للحصول على الموارد، كما هو الحال عندما تتضاءل مواردها الداخلية (إنخفاض حجم الشركة والركود)، وعندما تصبح السوق الخارجية أكثر غموضًا وتنافسية.

وقد هدفت دراسة (Lin et al. (2022 إلى فحص كيفية تأثير الميول النرجسية والمتعجرفة لدى المديرين التنفيذيين على العلاقة بين ممارسات المسئولية الإجتماعية للشركة وأداء الشركة. وبصورة محددة ما إذا كانت نرجسية المدير التنفيذي وطرسته يمكن أن تخفف من تأثير إستدامة الشركات على أداء الشركة. وقد أظهرت النتائج أنه بالمقارنة مع المديرين التنفيذيين النرجسيين، فإن المديرين التنفيذيين المتغطرسين سوف يزدون من تعزيز التأثير الإيجابي للمسئولية الإجتماعية على أداء الشركات، وخاصة في الأبعاد البيئية والإجتماعية، وهو ما يعزز الدراسات المتعلقة بنرجسية المدير التنفيذي وطرسته من خلال إظهار أن سمات شخصية المدير التنفيذي تؤثر على العلاقة بين ممارسات إستدامة الشركات وأداء الشركة.

مما سبق، يمكن إشتقاق الفرض الثالث كما يلي:

H3: توجد علاقة سلبية بين غطرسة المديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات

٢-٤ حوكمة الشركات كمتغير مُعدّل Moderator للعلاقة بين السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية

تعتبر حوكمة الشركات بمثابة تصميم للمؤسسات يسمح للإدارة بإستيعاب مصالح أصحاب المصالح، ومتابعة المسئوليات الأخلاقية والمالية تجاههم. ويفترض أصحاب المصالح أن الشركات تعتمد على شبكة معقدة من الجهات الفاعلة المترابطة والتي تساعد الشركات وتضيف قيمة إليها. ولذلك، فإن آليات حوكمة الشركات تتحكم في التوازن بين الأهداف الإقتصادية والإجتماعية والبيئية وتهدف إلى التوفيق بين مصالح الأفراد وقطاع الأعمال والمجتمع (Kouaib et al. 2022).

وتشير نظرية الشرعية المؤسسية Institutional legitimacy theory إلى أن الشركات لا تعمل بمعزل عن البيئة الخارجية، وأنها تحتاج إلى علاقة مستمرة معها، وأن "العقد الإجتماعي" موجود بين الشركة والمجتمع. ولذلك، تحاول الشركة ضمان وظائفها وبقائها ضمن المبادئ التوجيهية للمجتمع الذي تعمل فيه. وللحصول على الشرعية والحفاظ عليها، قد تشارك الشركات في أنشطة المسئولية الإجتماعية للشركات والإستدامة. وتشير هذه النظرية إلى أن حوكمة الشركات والمسئولية الإجتماعية للشركات ترتبطان ارتباطاً وثيقاً ومتطلبات أساسية للنمو المستدام.

وقد توصلت دراسة (Uyar et al. (2021 إلى أنه في حين يساهم المديرون الإناث في أداء الشركة، فإن المديرين التنفيذيين الذين لديهم أدوار مزدوجة ومجالس إدارة أكبر يضررون بأداء الشركة. علاوة على ذلك، فإن المديرين المستقلين لديهم مساهمة محدودة في أداء المسئولية الإجتماعية للشركات في حين ليس لديهم أي مساهمة في الأداء المالي. واخيراً، فإن لجان المسئولية الإجتماعية للشركات والمديرين الإناث لا يحلن محل بعضهن البعض؛ فكلاهما ضروري ومفيد لهيكل الشركة. وعلى الرغم من أن المديرين التنفيذيين ذوي الأدوار المزدوجة يضعفون أداء الشركة، إلا أنهم لا يمارسون تأثيراً كبيراً على المديرين الآخرين. وقد توصلت دراسة Lee and Kim (2021) إلى أن المديرين ذوي الثقة المفرطة يميلون، في المتوسط، إلى الإنخراط في

الإستثمارات البيئية والإجتماعية والحوكمة في كوريا الجنوبية. علاوة على ذلك، في الشركات ذات الإستثمارات البيئية والإجتماعية والحوكمة العالية، يتم تخفيف الارتباط السلبي بين الثقة المفرطة لدى المدير التنفيذي وقيمة الشركة، بما يدل على أن الإستثمارات البيئية والإجتماعية والحوكمة هي عوامل وسيطة فعالة في السيطرة على الثقة المفرطة الإدارية وتقييدها. وأخيراً، تم التوصل إلى أن التأثير المشترك لثقة الرئيس التنفيذي المفرطة والإستثمارات البيئية والإجتماعية والحوكمة على قيمة الشركات يكون مميّزاً في الشركات التي بها تمثيل نسائي في مجالس الإدارة. وبصورة إجمالية فالآثار السلبية المرتبطة بالثقة المفرطة لدى المدير التنفيذي يمكن تخفيفها من خلال دور القيادة النسائية التي تربط بيئة الشركات والإستثمارات الإجتماعية والحوكمة بقيمة الشركة.

وتشير النتائج التي توصلت إليها دراسة (Kouaib (2023 إلى أن حوكمة الشركات تعزز التأثير الإيجابي للثقة المفرطة لدى المديرين التنفيذيين على أداء إستدامة الشركات بينما تفشل في تخفيف التأثير السلبي لغطرسة المديرين التنفيذيين. أما دراسة (Al-Shaer et al. (2023 فقد توصلت إلى أن المديرين التنفيذيين الذين يتلقون تعويضات من المشاركة في الأنشطة البيئية لديهم الدافع لتحسين الأداء البيئي. علاوة على ذلك، ينخرط المديرون التنفيذيون المعينون حديثاً بشكل أكبر في المبادرات البيئية، بما يشير إلى أنهم يستخدمون ذلك كإشارة للتخفيف من المخاوف المهنية في فترة ولايتهم المبكرة، في حين ينخرط المديرون التنفيذيون الذين يتمتعون بسلطات إدارية بشكل أقل في المشاريع البيئية بسبب التكاليف المرتبطة بها. وتكون هذه التأثيرات أقوى في الشركات التي تتمتع بمجالس إدارة مستقلة ومتنوعة، والشركات العاملة في القطاعات الحساسة بيئياً، والشركات التي لا تتكبد خسائر.

وأظهرت نتائج دراسة (Fang et al. (2023 أن الثقة المفرطة للمدير التنفيذي تقلل بشكل كبير من مستويات الربحية الإجمالية للشركة وربحية المساهمين وأداء الأسهم وتزيد بشكل كبير من تقلبات الربحية الإجمالية للشركة وربحية المساهمين. كما يعمل نفوذ المدير التنفيذي الناتج عن الإزدواجية في عضوية مجالس إدارة الشركات على تعزيز التأثيرات السلبية لثقة المدير التنفيذي

المفرطة على مستويات أداء أسهم الشركة. كما تؤدي الإزدواجية أيضا إلى تقاوم آثار الثقة المفرطة على تقلبات أداء أسهم الشركة (إجمالي الربحية). ومع ذلك، فإن سلطة المدير التنفيذي من خلال المكافآت التي يتلقاها تعزز دوافعه لزيادة التأثير الإيجابي للثقة المفرطة على مستويات الربحية الإجمالية للشركة وربحية المساهمين وإضعاف آثار الثقة المفرطة على تقلبات ربحية المساهمين.

وتوصلت دراسة (Rehman and Hamdan (2023) إلى أن مكافآت المدير التنفيذي في شكل مكافآت كبيرة ودعم وخيارات الأسهم المقيدة تضعف العلاقة بين إنتهازية المدير التنفيذي والمسئولية الإجتماعية للشركات. كما تم التوصل إلى أن إزدواجية المدير التنفيذي تخفف من العلاقة السلبية بين إنتهازية المدير التنفيذي والمسئولية الإجتماعية للشركات. وأخيرا، يحد التنوع بين الجنسين من التأثير السلبي لإنتهازية المديرين التنفيذيين على المسئولية الإجتماعية للشركات، حتى لو كان المدير التنفيذي يمارس الإزدواجية.

مما سبق، يمكن إشتقاق الفرض الرابع وفروضه الفرعية كما يلي:

H4: تؤثر حوكمة الشركات على العلاقة بين السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات

ويتكون هذا الفرض من الفروض الفرعية التالية:

H4a: تؤثر حوكمة الشركات على العلاقة بين الثقة المفرطة للمديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات

H4b: تؤثر حوكمة الشركات على العلاقة بين نرجسية المديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات

H4c: تؤثر حوكمة الشركات على العلاقة بين غطرسة المديرين التنفيذيين والمسئولية الإجتماعية للشركات

٣- الدراسة التطبيقية

يعتمد هذا البحث على إستخدام المنهجية الأرشيفية Archival Methodology، والتي تستند إلى التحليل والإستنتاج على أساس البيانات التاريخية التي يقوم الباحثون بجمعها من مصادر المعلومات المختلفة (Coyne et al. 2010). وسوف تعرض الباحثان كلا من أهداف الدراسة التطبيقية، ومجتمع وعينة الدراسة، وتوصيف وقياس متغيرات الدراسة، وأدوات وإجراءات الدراسة التطبيقية، وذلك على النحو التالي.

٣-١ أهداف الدراسة التطبيقية

تهدف الدراسة التطبيقية إلى إختبار فروض الدراسة والتي تم إشتقاقها في الجزء النظري، وذلك بهدف التعرف على آثار السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين والتي تتضمن الثقة المفرطة والنجسية والغطرسة على المسئولية الإجتماعية للشركات، بالإضافة إلى التعرف على التأثير المُعدّل لحوكمة الشركات على تلك العلاقة.

٣-٢ مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الشركات المصرية المسجلة بالبورصة خلال فترة الدراسة ٢٠١٣-٢٠١٨. وقد تم إختيار تلك الفترة قبل بدء جائحة كورونا والتي أثرت على الأوضاع الإقتصادية بصورة كبيرة. وقد بلغت العينة الأولية للدراسة في هذه الفترة ٢١٢ شركة تمثل الشركات المقيدة بالبورصة في نهاية عام ٢٠١٢. وحتى يتم إختيار أي شركة ضمن عينة الدراسة يجب ألا تنتمي لقطاعي البنوك والتأمين والخدمات المالية^(١)، وأن يكون الجنيه المصري هو عملة التداول والعملة المستخدمة في إعداد وعرض القوائم المالية، وأن تتوافر القوائم المالية السنوية والبيانات اللازمة خلال فترة الدراسة. وفي ظل تطبيق هذه المعايير، بلغت العينة النهائية للدراسة ٨٠ شركة، والموضحة بالجدول رقم (١).

(١) تم استبعاد قطاعي البنوك وشركات التأمين والخدمات المالية نظرًا لإختلاف طبيعة النشاط الخاصة بتلك القطاعات.

جدول رقم (١) عينة الدراسة النهائية

العدد	بيان
٢١٢	مجتمع الدراسة (عدد الشركات المسجلة بالبورصة والمنشور بياناتها)
(٣٨)	- البنوك وشركات التأمين والخدمات المالية
(١٥)	- الشركات التي تعد قوائمها المالية بعملة أجنبية بخلاف الجنيه المصري
(٧٩)	- الشركات التي لا يتوافر عنها البيانات اللازمة للدراسة
٨٠	حجم العينة النهائي

ويوضح الجدول رقم (٢) القطاعات التي تنتمي إليها شركات العينة، وعدد ونسبة شركات كل قطاع بالنسبة لإجمالي مفردات العينة.

جدول رقم (٢) عينة الدراسة النهائية مصنفة وفقا للقطاعات

القطاع	عدد الشركات	النسبة
الموارد الأساسية	٥	٦,٣%
مواد البناء	١٠	١٢,٥%
الأغذية والمشروبات	١٠	١٢,٥%
الرعاية الصحية والأدوية	٨	١٠%
الخدمات والمنتجات الصناعية والسيارات	٧	٨,٣%
ورق ومواد تعبئة وتغليف	٥	٦,٣%
العقارات	١٩	٢٣,٨%
مقاولات وإنشاءات هندسية	٦	٧,٥%
السياحة والترفيه	١٠	١٢,٥%
حجم العينة النهائي	٨٠	١٠٠%

٣-٣ توصيف وقياس متغيرات الدراسة

بالرجوع إلى فروض الدراسة، يتضح أن المتغير التابع يتمثل في المسئولية الإجتماعية للشركات. بينما تتمثل المتغيرات المستقلة في السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين (الثقة المفرطة والرجسية والغطرسة). ويتشمل المتغير المُعدّل في حوكمة الشركات. بالإضافة إلى ذلك يتضمن نموذج الدراسة بعض المتغيرات الرقابية. ويمكن توصيف هذه المتغيرات وكيفية قياسها على النحو التالي:

أ- المتغير التابع: المسئولية الإجتماعية للشركات

إتفاقاً مع الدراسات السابقة ذات الصلة (e.g., Al-Shammari et al. 2019; Bhaskar et al. 2023; Chin et al. 2013)، تم الإعتماد على مؤشرين أحدهما لنقاط قوة الشركة والآخر لنقاط ضعف الشركة وذلك فيما يتعلق بثلاثة أبعاد وهي: علاقات الموظفين، والعلاقات المجتمعية، والسياسات والممارسات البيئية. ويتمثل مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات في مجموع نقاط القوة مطروحاً منه مجموع نقاط الضعف لهذه الأبعاد. فعلى سبيل المثال، إذا كان لدى شركة معينة في سنة معينة ٨ نقاط قوة و ١٠ نقاط ضعف، فإن مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات الخاص بها سيكون -٢.

ب- المتغيرات المستقلة: السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين

تتطوي عملية إقناع المديرين التنفيذيين بملء قائمة حصر السمات الشخصية على عدة صعوبات. فالمديرون التنفيذيون بشكل عام يكونوا أقل إستعداداً للإستجابة للدراسات البحثية حول الجوانب النفسية بسبب مخاوف الخصوصية الشخصية. ولذلك، ينبغي إستخدام طرق ومقاييس غير مزعجة unobtrusive وأكثر عملية لإستنباط سمات الشخصية الرئيسية. (Al-Shammari et al. 2019; Cycyota and Harrison 2002; Lin et al. 2022)

وفيما يتعلق بالثقة المفرطة وإتفاقًا مع الدراسات السابقة (Burkhard et al. 2023; Chen et al. 2022; Gao and Han 2020; Jilani et al. 2023; Schrand and Zechman 2012) فقد تم الإعتماد على خمسة متغيرات، هي: (١) مقارنة النفقات الرأسمالية للشركة مع متوسط الصناعة في العام. فإذا كانت النفقات الرأسمالية للشركة أكبر من متوسط الصناعة، فإن المدير التنفيذي يعتبر مفرط الثقة ويأخذ المتغير القيمة ١ وصفر بخلاف ذلك. (٢) تحليل إنحدار نمو إجمالي الأصول على نمو المبيعات حسب تصنيف سنة الصناعة. فإذا كان المبلغ المتبقي أكبر من الصفر، يعتبر المدير ذا ثقة مفرطة ويأخذ المتغير القيمة ١ وصفر بخلاف ذلك. (٣) المديرين ذوي الثقة المفرطة يفضلون التمويل باستخدام الديون، لذلك تم الإعتماد على نسبة إجمالي الإلتزامات إلى حقوق الملكية. وإذا كانت نسبة الديون إلى حقوق الملكية أكبر من متوسط الصناعة، تكون قيمة المتغير ١، وصفرًا بخلاف ذلك. (٤) يميل المديرين ذوي الثقة المفرطة إلى دفع فوائد طويلة الأجل وإستخدام سندات الشركات القابلة للتحويل والأسهم الممتازة. ولذلك، عندما تمتلك الشركة أسهمًا ممتازة أو سندات قابلة للتحويل، تأخذ القيمة ١؛ وإلا فإن القيمة هي صفر. (٥) سوف يقوم المديرين ذوي الثقة المفرطة بتقليل توزيع الأرباح. وبالتالي إذا لم يكن لدى الشركات توزيعات أرباح، فإن القيمة تساوي ١؛ وإلا فإن القيمة تساوي صفر. وسوف يتم حساب الدرجة الإجمالية للمتغيرات الخمسة المذكورة أعلاه. وإذا كانت النتيجة مساوية أو أكبر من ٣، فسيتم الحكم على المدير بأنه ذو ثقة مفرطة وتكون قيمة المتغير تساوي ١. وبخلاف ذلك، يتم الحكم على المدير بأنه ليس لديه ثقة مفرطة وتكون قيمة المتغير تساوي صفر.

وفيما يتعلق بـ **نرجسية المدير التنفيذي** وإتفاقاً مع الدراسات السابقة (Al-Shammari et al. 2019; Chatterjee and Hambrick 2007; Gerstner et al. 2013; Lin et al. 2022) فقد تم استخدام أربعة مؤشرات: (١) بروز صورة المدير التنفيذي في التقرير السنوي للشركة والتي تم تصنيفها على مقياس مكون من ٤ نقاط: ٤ نقاط إذا كانت صورة المدير التنفيذي له وحده وشغلت أكثر من نصف صفحة؛ ٣ نقاط إذا كانت الصورة للمدير التنفيذي وحده واحتلت أقل من نصف صفحة؛ نقطتان إذا تم تصوير المدير التنفيذي مع واحد أو أكثر من المسؤولين التنفيذيين الآخرين؛ ونقطة واحدة إذا لم تكن هناك صورة للمدير التنفيذي أو إذا لم تنشر الشركة تقريراً سنوياً. (٢) حساب أهمية المدير التنفيذي في البيانات الصحفية من خلال نسبة عدد المرات التي تم فيها ذكر المدير التنفيذي بالإسم في البيانات الصحفية للشركة مقسوماً على عدد المرات التي تم فيها ذكر كبار المسؤولين التنفيذيين الآخرين في الشركة. (٣) مدى إختلاف مستوى المكافآت النقدية للمدير التنفيذي عن مستوى كبار المسؤولين التنفيذيين الآخرين في الشركة وذلك من خلال قسمة المكافآت النقدية للمدير التنفيذي على مكافآت ثاني أعلى مسئول تنفيذي أجراً في الشركة. (٤) مدى إختلاف مستوى المكافآت غير النقدية للمدير التنفيذي عن مستوى كبار المسؤولين التنفيذيين الآخرين في الشركة وذلك من خلال قسمة المكافآت غير النقدية للمدير التنفيذي - الدخل المؤجل، ومنح الأسهم، وخيارات الأسهم - على المكافآت غير النقدية لثاني أعلى مسئول تنفيذي في الشركة. وسوف يتم حساب الدرجة الإجمالية للمتغيرات الأربعة المذكورة أعلاه. وإذا كانت النتيجة مساوية أو أكبر من ٣، فسيتم الحكم على المدير بأنه نرجسي وتكون قيمة المتغير هي ١. وبخلاف ذلك، يتم الحكم على المدير بأنه ليس نرجسياً وتكون قيمة المتغير هي صفر.

وفيما يتعلق بـ **غطرسة المدير التنفيذي** فإنه يمكن الإستدلال عليها من الإجراءات التي يتخذها المحللون ووسائل الإعلام والمصرفيون الإستثماريون والمنظمون والمديرون ومراجعو الحسابات. ويُعتقد بأن العلاقات المتغترسة مع الآخرين تكون موجودة عندما يحصل المدير التنفيذي على جوائز أو ألقاب أو أوسمة؛ وعندما يتم إصدار توصيات شراء أسهم الشركة من قبل المحللين الماليين؛ وأيضا عندما يتم تغطية المدير التنفيذي و/أو الشركة في وسائل الإعلام (التغطية الإعلامية). (Cormier et al. 2016). وسوف يتم حساب الدرجة الإجمالية للمتغيرات الثلاثة المذكورة أعلاه. وإذا كانت النتيجة مساوية أو أكبر من ٢، فسيتم الحكم بوجود الغطرسة لدي المدير التنفيذي وتكون قيمة المتغير هي ١. وبخلاف ذلك، يتم الحكم بعدم وجود الغطرسة لدي المدير التنفيذي وتكون قيمة المتغير هي صفر.

ج- المتغير المُعدّل: حوكمة الشركات

ويعبر عن مدي إلتزام الشركة بمعايير وإرشادات قوية لحوكمة الشركات. وقد تم قياس هذا المتغير من خلال البنود التالية:

حجم مجلس الإدارة: وقد تم قياسه من خلال متغير وهمي يأخذ القيمة ١ إذا كان حجم مجلس إدارة الشركة أكبر أو يساوي متوسط الحجم في عينة الدراسة، ويأخذ القيمة صفرًا فيما عدا ذلك.

عدد إجتماعات مجلس الإدارة: وقد تم قياسه من خلال متغير وهمي يأخذ القيمة ١ إذا كان عدد إجتماعات مجلس الإدارة أكبر أو يساوي متوسط عدد الإجتماعات في عينة الدراسة، ويأخذ القيمة صفرًا فيما عدا ذلك.

إزدواجية المدير التنفيذي: قد تعزز سلطة المدير التنفيذي. وقد تم قياسها كمتغير وهمي، حيث يشير ١ إلى عدم وجود إزدواجية ويشير صفر إلى وجود إزدواجية.

ملكية أسهم المديرين التنفيذيين: قد تؤثر على الطريقة التي يختارون بها إستراتيجياتهم. وقد تم قياسها كمتغير وهمي، حيث يشير ١ إلى عدم وجود ملكية، ويشير صفر إلى وجود ملكية.

وجود المديرين الخارجيين: حيث إنه كلما زادت نسبة المديرين الخارجيين، ينخفض احتمال أن يتصرف المدير التنفيذي بناءً على إهتماماته ومعتقداته. كما أن الشركات التي لديها نسبة أكبر من المديرين الخارجيين تحقق درجات أعلى في المسئولية الإجتماعية للشركات مقارنة بالشركات التي لديها تمثيل أقل للمديرين الخارجيين. وقد تم قياس نسبة المديرين الخارجيين من حيث عدد المديرين الخارجيين مقسوماً على إجمالي عدد المديرين. وبعد ذلك يأخذ المتغير القيمة ١ إذا كان نسبة المديرين الخارجيين أكبر أو يساوي نسبة المديرين الخارجيين في عينة الدراسة، ويأخذ القيمة صفر فيما عدا ذلك.

وجود الإناث في مجلس الإدارة: توصلت الأبحاث السابقة أن نسبة الإناث في مجلس الإدارة تؤثر على عدد من النتائج التنظيمية مثل العمل الخيري، ومراقبة الفعالية، وفعالية الشركة، والمسئولية الإجتماعية للشركات، والأداء المالي، والسمعة. وقد تم قياس نسبة الإناث في مجلس الإدارة من خلال قسمة عدد الإناث في مجلس الإدارة على إجمالي عدد أعضاء مجلس الإدارة. وبعد ذلك يأخذ المتغير القيمة ١ إذا كان نسبة الإناث أكبر أو يساوي نسبة الإناث في عينة الدراسة، ويأخذ القيمة صفر فيما عدا ذلك.

وجود لجنة الحوكمة: وقد تم قياسها من خلال متغير وهمي يأخذ القيمة ١ في حالة وجود لجنة للحوكمة، ويأخذ القيمة صفر فيما عدا ذلك.

الخبرة المالية للجنة المراجعة: وقد تم قياسها من خلال متغير وهمي يأخذ القيمة ١ في حالة وجود أعضاء ذوي خبرة، ويأخذ القيمة صفر فيما عدا ذلك.

تركز الملكية: وقد تم قياسها من خلال متغير وهمي يأخذ القيمة صفر إذا كان مؤسس الشركة أو أي من أفراد العائلة أو المساهم الرئيسي يمتلك أكثر من ٣٠% من إجمالي قوة التصويت، ويأخذ القيمة ١ فيما عدا ذلك.

جودة المراجعة الخارجية: وقد تم قياسها من خلال متغير وهمي يأخذ القيمة ١ إذا كان مراجع الحسابات ينتمي إلى أحد مكاتب المراجعة الأربعة الكبار، ويأخذ القيمة صفر فيما عدا ذلك.

د- المتغيرات الرقابية:

تتمثل المتغيرات الرقابية في كل من حجم الشركة، والذي يقاس باللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول، والعائد على الأصول ويقاس بصافي الدخل مقسومًا على إجمالي الأصول، ودرجة الرفع المالي ويتم قياسها بإجمالي الالتزامات مقسومة على إجمالي الأصول، والتدفقات النقدية التشغيلية وتمثل نسبة التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية مقسوماً على إجمالي الأصول في بداية السنة، ونسبة القيمة الدفترية للقيمة السوقية للشركة، ومدى وجود خسائر، وهو متغير وهمي، يأخذ القيمة ١ إذا كانت الشركة قد حققت خسائر خلال الفترة؛ وصفرًا فيما عدا ذلك.

٣-٤ أدوات وإجراءات الدراسة التطبيقية

تم إجراء الدراسة التطبيقية على مرحلتين، كما يلي:

٣-٤-١ المرحلة الأولى - قياس قيم المتغير التابع والمتغيرات المستقلة والمتغير المُعَدَّل والمتغيرات الرقابية: وذلك وفقا لما هو موضح في توصيف وقياس المتغيرات. وقد تم تجميع المعلومات اللازمة لقياس المتغيرات من العديد من المصادر لعل أهمها القوائم والتقارير المالية، وتقارير مجلس الإدارة، وتقرير الإفصاح، وتقرير لجنة المراجعة، وقرارات مجلس الإدارة، ومحاضر الجمعية العمومية، بالإضافة إلى عدة مواقع تتضمن الأخبار المتعلقة بالشركات مثل الموقع الرسمي للشركة، وموقع البورصة المصرية، وموقع مباشر مصر، وغيرها من المواقع الإخبارية المتخصصة في أخبار البورصة المصرية.

٣-٤-٢ المرحلة الثانية - نموذج الانحدار المتعدد:

تم الاعتماد على أسلوب الانحدار المتعدد *Multiple Regression*، وذلك بإستخدام البرنامج الإحصائي IBM SPSS 26. ويتم الحكم على مدى معنوية نموذج الانحدار المتعدد من خلال تحديد مدى معنوية إحصائية F لتحليل التباين ANOVA. وفيما يتعلق بفروض الدراسة، فقد تم إختبارها إعتماًداً على إشارة معامل الانحدار والتي تحدد إتجاه العلاقة، ومدى معنوية هذه العلاقة من خلال مقارنة قيمة *P-Value* للمتغير المستقل مع مستويات المعنوية المقبولة (وهي ١%، ٥%، ١٠%)، فإذا كانت قيمتها تساوي أو أقل من قيمة مستوى المعنوية المقبول كان ذلك دليلاً على معنوية العلاقة (Field 2013). ولإختبار فروض الدراسة، فقد تم الإعتماد على نموذج الانحدار المتعدد *Multiple Regression* التالي:

$$\begin{aligned} \text{CSR}_{it} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{Confidence}_{it-1} + \alpha_2 \text{Narcissism}_{it-1} + \alpha_3 \text{Hubris}_{it-1} + \alpha_4 \\ & \text{GOV}_{it-1} + \alpha_5 \text{Confidence}_{it-1} \times \text{GOV}_{it-1} + \alpha_6 \text{Narcissism}_{it-1} \times \text{GOV}_{it-1} + \alpha_7 \\ & \text{Hubris}_{it-1} \times \text{GOV}_{it-1} + \alpha_8 \text{SIZE}_{it-1} + \alpha_9 \text{ROA}_{it-1} + \alpha_{10} \text{LEV}_{it-1} + \alpha_{11} \\ & \text{CFO}_{it-1} + \alpha_{12} \text{BTM}_{it-1} + \alpha_{13} \text{LOSS}_{it-1} + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

CSR_{it} = مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات

Confidence_{it-1} = مستوى الثقة المفرطة لدي المدير التنفيذي

Narcissism_{it-1} = مستوى النرجسية لدي المدير التنفيذي

Hubris_{it-1} = مستوى الغطرسة لدي المدير التنفيذي

GOV_{it-1} = مستوى حوكمة الشركات

$\text{Confidence}_{it-1} \times \text{GOV}_{it-1}$ = المتغير التفاعلي للثقة المفرطة وحوكمة الشركات

$\text{Narcissism}_{it-1} \times \text{GOV}_{it-1}$ = المتغير التفاعلي للنرجسية وحوكمة الشركات

$\text{Hubris}_{it-1} \times \text{GOV}_{it-1}$ = المتغير التفاعلي للغطرسة وحوكمة الشركات

SIZE_{it-1} = حجم الشركة

ROA_{it-1} = معدل العائد على الأصول

LEV_{it-1} = درجة الرفع المالي

CFO_{it-1} = نسبة التدفقات النقدية التشغيلية

BTM_{it-1} = نسبة القيمة الدفترية إلى القيمة السوقية

LOSS_{it-1} = مدى وجود خسائر.

٤ - نتائج الدراسة التطبيقية

٤-١ الإحصاءات الوصفية:

يوضح الجدول رقم (٣) بعض الإحصاءات الوصفية الخاصة ببعض متغيرات الدراسة التطبيقية. وفيما يتعلق بمؤشر المسئولية الإجتماعية فقد تراوحت قيمة المؤشر بين ٩- و ٣٦ بمتوسط ١٣,٥٧ وبانحراف معياري قدره ١٣,٦٧٩. وهو ما يشير إلى تضمن العينة شركات ذات مستويات مختلفة للمسئولية الإجتماعية. كما يتضح من الجدول تشتت القيم الخاصة بنسبة القيمة الدفترية للقيمة السوقية والحجم؛ وهو ما يدل على تضمن عينة الدراسة شركات مختلفة الحجم.

جدول رقم (٣) الإحصاءات الوصفية

المتغير	الوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (Std. Dev.)	الوسيط (Median)	أقصى قيمة (Max.)	أدنى قيمة (Min.)
CSR	13.57	13.679	14.00	36	-9
GOV	6.60	7.00	2.288	3	10
SIZE	13.3597236	1.85814453	13.3425021	18.10760	9.12533
ROA	.0739181	.11058545	.0545472	.46114	-.64045
Lev	.4578285	.23064741	.4532835	1.08279	.02226
CFO	.0493054	.15531553	.0406733	1.26061	-.49050
BTM	1.2492877	1.68414293	.8324310	13.92016	-3.73436

أما السمات الشخصية للمديرين وباقي المتغيرات، والتي تم قياسها من خلال متغيرات وهمية فيوضح الجدول رقم (٤)، الإحصائيات الخاصة بها. ويتضح من الجدول وجود الثقة المفرطة بنسبة ٥٧,٧٥% ووجود النرجسية بنسبة ٦١% وأخيرا وجود الغطرسة بنسبة ٤١,٧٥%.

جدول رقم (٤) الإحصاءات الوصفية للمتغيرات الوهمية

المتغير	عدد المشاهدات ذات القيمة (صفر)	النسبة	عدد المشاهدات ذات القيمة (١)	النسبة	إجمالي عدد المشاهدات
Confidence	169	0.4225	231	0.5775	400
Narcissism	156	0.39	244	0.61	400
Hubris	233	0.5825	167	0.4175	400
LOSS	336	0.84	64	0.16	400

٤-٢ مصفوفة الارتباط بين متغيرات نموذج الإنحدار:

يوضح الجدول رقم (٥) مصفوفة تحليل الارتباط (معاملات ارتباط بيرسون) بين المتغيرات المتضمنة بنموذج تحليل الإنحدار. ويتضح من الجدول (٥) وجود ارتباط طردي، ولكنه غير معنوي بين مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات والثقة المفرطة، كما يوجد ارتباط طردي ومعنوي بين مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات والنرجسية. وفي المقابل، هناك ارتباط عكسي ومعنوي بين مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات والغطرسة. كما يرتبط مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات بصورة طردية ومعنوية للمتغير التفاعلي للنرجسية والحوكمة، وبصورة عكسية ومعنوية مع نسبة القيمة الدفترية للقيمة السوقية. ويلاحظ إنخفاض عدد الارتباطات المعنوية بين المتغيرات المستقلة بالإضافة إلى إنخفاض قوة الارتباط حيث يتراوح معامل الارتباط بين ٠,٨٦٥ و -٠,٢٦٨ وهو ما يشير إلى عدم وجود مشكلة التعددية الخطية بين المتغيرات المستقلة.

جدول رقم (٥)

مصنوفة معاملات الارتباط

BTM	CFO	Lev	ROA	SIZE	Hubris GOV×	Narcissism × GOV	Confidence × GOV	GOV	Hubris	Narcissism	Confidence	CSR	المتغير
												.040	Confidence
											.050	.228**	Narcissism
										-.143**	.015	-.188**	Hubris
									-.105*	.082	.061	.099*	GOV
								.394**	.015	.037	.865**	.035	Confidence × GOV
							.141**	.369**	-.134**	.865**	.056	.197**	Narcissism × GOV
						.025	.155**	.265**	.822**	-.074	.048	-.077	×Hubris GOV
					-.035	-.008	-.043	-.048	-.029	.017	-.016	-.017	SIZE
				-.057	-.010	-.007	-.061	.025	.004	-.029	-.088	-.057	ROA
			-.268**	.575**	-.028	-.050	.014	.008	-.033	-.042	.042	.020	Lev
		.007	.106*	.024	-.044	-.027	.029	.041	-.057	-.040	.001	-.022	CFO
	-.101*	-.013	.008	.002	-.020	-.021	.032	.032	-.005	-.040	.046	-.134**	BTM
-.076	-.099*	.196**	-.571**	.054	-.036	-.028	.015	-.066	-.015	.008	.056	-.050	LOSS

، * ** تشير إلى معنوية العلاقة عند مستوى معنوية ٥% ، ١% على التوالي.

٤-٣ نتائج نموذج الإنحدار

يوضح الجدول رقم (٦)، نتائج نموذج الإنحدار المتعدد. وتشير النتائج إلى وجود علاقة طردية ولكنها غير معنوية بين الثقة المفرطة ومؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات ، ومن ثم عدم قبول الفرض الأول. وهو ما يمكن تفسيره بأن العلاقة بين المسئولية الإجتماعية للشركات والثقة المفرطة هي علاقة ذات إتجاهين. فمن ناحية، من الممكن أن تركز على أصحاب المصالح وتوفر منافع إجتماعية على المدى الطويل. ومن ناحية أخرى، كلما كان الرئيس التنفيذي أكثر ثقة، كلما زاد إحتمال إستهانتته بالمخاطر التي تتعرض لها شركته، ونتيجة لذلك، يقوم بقدر أقل من التحوط مقارنة بالشركات التي يديرها مديرون تنفيذيون أقل ثقة.

ويتضح من الجدول أيضا أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين النرجسية ومؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات، ومن ثم قبول الفرض الثاني. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة (e.g., Al-Shammari et al. 2019; Petrenko et al. 2016). وفي مقابل ذلك، هناك علاقة عكسية ومعنوية بين الغطرسة ومؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات، ومن ثم قبول الفرض الثالث. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة (e.g., Lin et al. 2022; Tang et al. 2015)

وفيما يتعلق بالمتغير المُعَدَّل والمتمثل في حوكمة الشركات فيتضح من الجدول أنها تقلل من الأثر الإيجابي لكل من الثقة المفرطة والنرجسية على المسئولية الإجتماعية للشركات وإن كان ذلك بصورة غير معنوية، بينما تحد حوكمة الشركة من الأثر السلبي للغطرسة على المسئولية الإجتماعية للشركات. وتشير تلك النتائج إلى قبول الفرض الرابع بصورة جزئية.

وفيما يتعلق بالمتغيرات الرقابية، فتوجد علاقة عكسية ومعنوية بين مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات وكل من معدل العائد على الأصول ونسبة القيمة الدفترية للقيمة السوقية، ومدى وجود خسائر. وبصورة إجمالية تشير النتائج السابقة إلى أنه من المحتمل أن تؤثر السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين على الخيارات الإستراتيجية التي تتخذها الشركات، والنتائج المرتبطة بها وبصفة خاصة تلك الخيارات المتعلقة بالمسئولية الإجتماعية للشركات.

جدول رقم (٦) نتائج نموذج الإنحدار المتعدد

٤٠٠ مشاهدة			عدد المشاهدات
F	قيمة F	F-Test	
P-Value			
٤,٤٣٩			
**٠,٠٠٠			
معامل التحديد (R ²)	Adj. R ²		
٠,١٠١			
المتغير	الإشارة المتوقعة (Predicted sign)	المعامل (Beta)	P-Value
Confidence	+	4.521	.179
Narcissism	+	8.143	.008***
Hubris	-	-8.566	.003***
GOV	+	.546	.296
Confidence × GOV	+	-.592	.223
Narcissism × GOV	+	-.480	.270
GOV × Hubris	+	.691	.081*
SIZE	±	-.316	.467
ROA	±	-13.685	.065*
Lev	±	2.072	.569
CFO	±	-3.324	.435
BTM	±	-1.145	.004***
LOSS	±	-5.106	.020**

* & ** & *** تشير إلى معنوية العلاقة عند مستوى معنوية ١٠% & ٥% & ١% على التوالي.

٥ - الخلاصة والمجالات البحثية المقترحة

قد ينظر المديرون التنفيذيون إلى الإنفاق على المسئولية الإجتماعية للشركات على أنه يضر بقيمة الشركة، حيث يرى البعض أن المسئولية الإجتماعية الوحيدة للشركات هي تعظيم أرباح الشركة. ويقود هذا المديرين التنفيذيين إلى تجنب الإنفاق على المسئولية الإجتماعية للشركات لأنه يؤدي إلى مزاحمة الموارد المتاحة للمشاريع المربحة الأخرى. وفي المقابل، قد ينظر المديرون التنفيذيون إلى المسئولية الإجتماعية للشركات كإستثمار، لأن الشركات قد تستفيد من الإنخراط في إدارة مخاطر أصحاب المصلحة التي تلبى اللوائح والالتزامات الإجتماعية والأعراف الإجتماعية السائدة.

ويتمتع المديرون التنفيذيون بسمات قيادية معينة والتي تؤثر على أسلوب قيادتهم، وبالتالي، على عمليات الشركة. ويشكل المديرون التنفيذيون ذوي الأنماط الإدارية المختلفة عمليات صنع قرار مختلفة في الشركات. ومن المحتمل أن تؤثر السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين على الخيارات الإستراتيجية التي تتخذها الشركات والنتائج المرتبطة بها، ولاسيما الخيارات المتعلقة بالمسئولية الإجتماعية للشركات. ولذلك فقد إستهدف البحث الحالي التعرف على آثار السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين وبصفة خاصة الثقة المفرطة والنرجسية والغطرسة على المسئولية الإجتماعية للشركات. كما هدف البحث إلى التعرف على الأثر المُعدّل لممارسات حوكمة الشركات على تلك العلاقة. وتحقيقاً لهذه الأهداف فقد تم إجراء دراسة تطبيقية على عينة مكونة من ٨٠ شركة بإجمالي ٤٠٠ مشاهدة خلال الفترة من ٢٠١٣ حتى ٢٠١٨.

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة طردية ولكنها غير معنوية بين مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات والثقة المفرطة، وهو ما يمكن تفسيره بأن العلاقة بين المسئولية الإجتماعية للشركات والثقة المفرطة هي علاقة ذات إتجاهين. فمن ناحية، يمكن أن تركز على أصحاب المصالح وتوفر منافع إجتماعية على المدى الطويل. ومن ناحية أخرى، كلما كان الرئيس التنفيذي أكثر ثقة، كلما

زاد إحتمال إستهانته بالمخاطر التي تتعرض لها شركته. ونتيجة لذلك، يقوم بقدر أقل من التحوط مقارنة بالشركات التي يديرها مديرون تنفيذيون أقل ثقة.

كما أظهرت النتائج وجود علاقة طردية ومعنوية بين مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات والنرجسية، بينما توجد علاقة عكسية ومعنوية بين مؤشر المسئولية الإجتماعية للشركات والغطرسة. وفيما يتعلق بالأثر المُعدّل لحوكمة الشركات فقد أظهرت النتائج أن حوكمة الشركة تقلل من الأثر الإيجابي لكل من الثقة المفرطة والنرجسية على المسئولية الإجتماعية للشركات وإن كان ذلك بصورة غير معنوية. بينما تحد حوكمة الشركات من الأثر السلبي للغطرسة على المسئولية الإجتماعية للشركات. وبصورة إجمالية، تشير النتائج السابقة إلى أنه من المحتمل أن تؤثر السمات الشخصية للمديرين التنفيذيين على الخيارات الإستراتيجية التي تتخذها الشركات والنتائج المرتبطة بها وبصفة خاصة تلك الخيارات المتعلقة بالمسئولية الإجتماعية للشركات.

وتتمثل مجالات البحث المقترحة في فحص السمات الشخصية الأخرى للمديرين التنفيذيين مثل المقدرة الإدارية، والضمير، والإنفتاح، ومستوي المخاطرة، على مستوي المسئولية الإجتماعية للشركات. وبالإضافة إلى ذلك، فإنه يمكن دراسة وتحليل الآثار المختلفة للسمات الشخصية (الثقة المفرطة، والنرجسية، والغطرسة) على المبادرات الإستراتيجية الأخرى بخلاف المسئولية الإجتماعية للشركات وتأثيرها النهائي على قيمة الشركة.

المراجع

- Al-Shaer, H., K. Albitar, and J. Liu. 2022. CEO power and CSR-linked compensation for corporate environmental responsibility: UK evidence. *Review of Quantitative Finance and Accounting* 60 (3):1025-1063.
- Al-Shammari, M., A. Rasheed, and H. A. Al-Shammari. 2019. CEO narcissism and corporate social responsibility: Does CEO narcissism affect CSR focus? *Journal of Business Research* 104:106-117.
- Bhaskar, R., P. Li, S. Bansal, and S. Kumar. 2023. A new insight on CEO characteristics and corporate social responsibility (CSR): A meta-analytical review. *International Review of Financial Analysis* 89.
- Burkhard, B., C. Sirén, M. van Essen, D. Grichnik, and D. A. Shepherd. 2022. Nothing Ventured, Nothing Gained: A Meta-Analysis of CEO Overconfidence, Strategic Risk Taking, and Performance. *Journal of Management* 49 (8):2629-2666.
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. (2011). Executive personality, capability cues, and risk taking: How narcissistic CEOs react to their
- Chatterjee, A., and D. C. Hambrick. 2007. It's All about Me: Narcissistic Chief Executive Officers and Their Effects on Company Strategy and Performance. *Administrative Science Quarterly* 52 (3):351-386.
- Chatterjee, A., and T. G. Pollock. 2017. Master of Puppets: How Narcissistic CEOs Construct Their Professional Worlds. *Academy of Management Review* 42 (4):703-725.
- Chen, R. C. Y., S.-W. Hung, and Y.-C. Wei. 2022. CEO Overconfidence and CSR Engagement. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies* 25 (04).
- Chin, M. K., D. C. Hambrick, and L. K. Treviño. 2013. Political Ideologies of CEOs. *Administrative Science Quarterly* 58 (2):197-232.
- Cormier, D., P. Lapointe-Antunes, and M. Magnan. 2016. CEO power and CEO hubris: a prelude to financial misreporting? *Management Decision* 54 (2):522-554.

- Cycyota, C. S., and D. A. Harrison. 2002. Enhancing Survey Response Rates at the Executive Level: Are Employee- or Consumer-Level Techniques Effective? *Journal of Management* 28 (2):151-176.
- DeYoung, C. G. 2015. Cybernetic Big Five Theory. *Journal of Research in Personality* 56:33-58.
- Dick, M., E. Wagner, and H. Pernsteiner. 2021. Founder-Controlled Family Firms, Overconfidence, and Corporate Social Responsibility Engagement: Evidence from Survey Data. *Family Business Review* 34 (1):71-92.
- Fang, H., C.-P. Chung, Y.-C. Lu, and Y.-H. Lee. 2023. Effects of a CEO's overconfidence and his/her power on the performance of Chinese firms. *Journal of Economics and Finance*.
- Gao, Y., and K.-S. Han. 2020. Managerial overconfidence, CSR and firm value. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics* 29 (6):1600-1618.
- Geissdoerfer, M., P. Savaget, N. M. P. Bocken, and E. J. Hultink. 2017. The Circular Economy – A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production* 143:757-768.
- Gerstner, W.-C., A. König, A. Enders, and D. C. Hambrick. 2013. CEO Narcissism, Audience Engagement, and Organizational Adoption of Technological Discontinuities. *Administrative Science Quarterly* 58 (2):257-291.
- Ham, C., Seybert, N., & Wang, S. (2018). Narcissism is a bad sign: CEO signature size, investment, and performance. *Review of Accounting Studies*, 23, 234-264.
- Hao, Y., J. Li, X. Cui, and J. Ni. 2023. CEO experience, managerial overconfidence and investment efficiency: Evidence from a natural experiment in China. *Pacific-Basin Finance Journal* 80: 102083.
- Hawn, O., A. K. Chatterji, and W. Mitchell. 2018. Do investors actually value sustainability? New evidence from investor reactions to the Dow Jones Sustainability Index (DJSI). *Strategic Management Journal* 39 (4):949-976.
- Jilani, W., J. Chouaibi, and A. Kouki. 2023. CEO behavior and CSR

- engagement: the moderating role of bank risk-taking. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society* 23 (7):1802-1828.
- Kim, J.-B., Z. Wang, and L. Zhang. 2016. CEO Overconfidence and Stock Price Crash Risk. *Contemporary Accounting Research* 33 (4):1720-1749.
- Kouaib, A. 2023. CEO overconfidence and subsequent firm performance an indirect effect via earnings manipulations. *The Journal of High Technology Management Research* 34 (1): 100452.
- Kouaib, A., A. Bouzoutina, and A. Jarboui. 2022. CEO behavior and sustainability performance: the moderating role of corporate governance. *Property Management* 40 (1):1-16.
- Lee, J., and E. Kim. 2021. Would Overconfident CEOs Engage More in Environment, Social, and Governance Investments? With a Focus on Female Representation on Boards. *Sustainability* 13 (6): 1-16.
- Li, Z., and L. Yang. 2023. Information or pressure? The effect of director experience on CEO CSR compensation adoption and design. *Journal of Business Finance & Accounting* Early View.
- Lin, F., S.-W. Lin, and W.-C. Fang. 2022. Impact of CEO narcissism and hubris on corporate sustainability and firm performance. *The North American Journal of Economics and Finance* 59: 101586.
- Mathews, M. R. 1997. Twenty-five years of social and environmental accounting research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 10 (4):481-531.
- McCarthy, S., B. Oliver, and S. Song. 2017. Corporate social responsibility and CEO confidence. *Journal of Banking & Finance* 75:280-291.
- McWilliams, A., and D. Siegel. 2001. Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *The Academy of Management Review* 26 (1):117-127.
- Muhammad, F. R., S. T, and M. Tojibussabirin. 2023. The Effect of CSR Disclosure on Company Performance With Ceo Proficiency As A Moderation Variable. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management* 2 (9): 2080-2097.

- Myung, J. K., Y. H. Choi, and J. D. Kim. 2017. Effects of CEOs' Negative Traits on Corporate Social Responsibility. *Sustainability* 9 (4): 1-21.
- Nguyen, D. V., N. H.-K. Nguyen, and T. T. Dinh. 2023. CEO attributes and firm performance: Evidence from companies listed on Ho Chi Minh Stock Exchange. *Cogent Economics & Finance* 11 (2): 2282838.
- Olateju, D., O. Olateju, S. Adeoye, and S. Ilyas. 2021. A critical review of the application of the legitimacy theory to corporate social responsibility. *International Journal of Managerial Studies and Research* 9 (3): 1-6.
- Petrenko, O. V., F. Aime, J. Ridge, and A. Hill. 2016. Corporate social responsibility or CEO narcissism? CSR motivations and organizational performance. *Strategic Management Journal* 37 (2):262-279.
- Pham, H. S. T., and H. T. Tran. 2020. CSR disclosure and firm performance: The mediating role of corporate reputation and moderating role of CEO integrity. *Journal of Business Research* 120:127-136.
- Qiao, L., E. Adegbite, and T. H. Nguyen. 2022. Chief financial officer overconfidence and stock price crash risk. *International Review of Financial Analysis* 84: 102364.
- Rehman, S. U., and Y. H. Hamdan. 2023. CEO Greed, Corporate Governance, and CSR Performance: Asian Evidence. *Administrative Sciences* 13 (5): 1-29.
- Saha, R., M. N. Kabir, and A. H. Chowdhury. 2023. The impact of CEO attributes on sustainability performance: Evidence from an emerging economy. *Accounting Research Journal* 36 (6):539-557.
- Sannino, G., F. Di Carlo, and M. Lucchese. 2020. CEO characteristics and sustainability business model in financial technologies firms. *Management Decision* 58 (8):1779-1799.
- Schrand, C. M., and S. L. C. Zechman. 2012. Executive overconfidence and the slippery slope to financial misreporting. *Journal of Accounting and Economics* 53 (1-2):311-329.
- successes and stumbles. *Administrative Science Quarterly*, 56,

- 202–237.
- Tang, H.-W., and C.-C. Chang. 2024. CEO overconfidence, risk-taking, and firm value: Influence of incentive compensation and financial constraints. *The North American Journal of Economics and Finance* 69: 102034.
- Tang, Y., C. Qian, G. Chen, and R. Shen. 2015. How CEO hubris affects corporate social (ir)responsibility. *Strategic Management Journal* 36 (9):1338-1357.
- Tseng, C.-Y., and S. Demirkan. 2021. Joint effect of CEO overconfidence and corporate social responsibility discretion on cost of equity capital. *Journal of Contemporary Accounting & Economics* 17 (1): 100241.
- Uyar, A., C. Kuzey, M. Kilic, and A. S. Karaman. 2021. Board structure, financial performance, corporate social responsibility performance, CSR committee, and CEO duality: Disentangling the connection in healthcare. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 28 (6):1730-1748.
- Venugopal, A., S. Nerur, M. Yasar, and A. A. Rasheed. 2023. CEO personality and corporate sustainability performance. *Management Decision* 61 (12):3691-3716.
- Wang, H., L. Tong, R. Takeuchi, and G. George. 2016. Corporate Social Responsibility: An Overview and New Research Directions. *Academy of Management Journal* 59 (2):534-544.
- Zainol, Z. 2020. CEO Narcissism and CSR Reporting in Malaysian Public Listed Companies. *Global Business & Management Research* 12 (4):246-251.