

تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و سرمایه‌های اجتماعی مدیران عامل کارگزاری‌های بورس، بر عملکرد بنگاه‌ها

اسماعیل شاه طهماسبی*

تاریخ ارسال: ۹۶/۶/۲۰

سپیده حاجی زاده**

تاریخ پذیرش: ۹۶/۱۰/۱۹

چکیده

در این پژوهش، رابطه میان ویژگی‌های خودشیفتگی و خودارزشیابی محوری و نیز سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی مدیران عامل کارگزاری‌های بورس اوراق بهادار با عملکرد بنگاه‌ها مورد مطالعه قرار گرفت. این رابطه از طریق سه عامل میانجی‌گرایی کارآفرینانه، رهبری تحول‌گرا و شهرت (مبتنی بر دیدگاه قابلیت‌های پویا) مورد بررسی قرار گرفت. در این پیمایش ۵۳ مدیر عامل کارگزاری‌های بورس اوراق بهادار تهران شرکت داشتند. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه‌ای متشکل از ۱۰ شاخص اصلی، ۲۰ زیرشاخص و ۹۲ گویه گردآوری شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که میان خودشیفتگی و خودارزشیابی محوری و نیز سرمایه‌های اجتماعی داخلی و خارجی مدیران عامل و عملکرد بنگاه‌هایشان رابطه مستقیمی وجود دارد. این رابطه همچنین بر اثر تعدیلگری عواملی چون نفوذ هیئت مدیره پویایی محیطی سابقه مدیرعامل در سمت فعلی و عمر شرکت، صحت‌گذارند. نتایج تحقیق می‌تواند دیدی روشن از سازوکار تأثیرگذاری ویژگی‌های شخصیتی مدیران ارشد بر عملکرد بنگاه‌ها ارائه دهد. آزمون این یافته‌ها در صنایع مختلف و نیز بررسی تأثیر سایر ویژگی‌های شخصیتی مدیران عامل بر عملکرد بنگاه‌ها می‌تواند راه را برای تحقیقات آتی هموار سازد.

مفاهیم کلیدی: عملکرد کارگزاری‌های بورس؛ خودارزشیابی محوری؛ خودشیفتگی؛ سرمایه‌های اجتماعی مدیران عامل.

* استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبایی
** فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

دیدگاه مبتنی بر منابع (RBV)^۱ در تعیین عوامل مؤثر بر عملکرد بنگاه‌ها و سازمان‌ها (اعم از عملکرد مالی و غیرمالی) نقشی کلاسیک داشته، و متمرکز بر منابع ارزشمند، کمیاب، بی نظیر و غیرقابل جایگزین - از جمله فناوری‌ها، دارایی‌های فیزیکی و دارایی‌های فکری همانند ثبت اختراعات - است (بارنی، ۲۰۰۱). با گذشت زمان، این نظریه از نظر ایستایی و نیز عدم توجه به متغیرهای محیطی مورد انتقاد واقع شده است (لئونارد-بارتون، ۱۹۹۲). در این راستا، نظریه‌ی قابلیت‌های پویا مطرح گردید که در آن، شایستگی‌های داخلی و خارجی، مدام یکپارچه شده، ساخته می‌شوند و پیکربندی مجدد می‌گردند تا پاسخی به محیط دائماً در حال تغییر سازمان‌ها باشند (تیس، پیسان و شوئن، ۱۹۹۷). این قابلیت‌ها موارد بسیاری را در برمی‌گیرند، که در مقالات متعدد به آنها اشاره شده است (آلگره و چیوا، ۲۰۱۳؛ انگلن، گوپتا، استرنگر و برتل، ۲۰۱۵؛ هال و لی، ۲۰۱۴). علاوه بر عوامل سازمانی مؤثر بر موفقیت بنگاه‌ها دو دیدگاه منبع محور و قابلیت‌های پویا از آن نام برده شد، طی دهه‌های اخیر نشان داده شده است که ویژگی‌های فردی مدیران و کارکنان سازمان‌ها نیز، در موفقیت آن‌ها مؤثر است (همبریک و میسون، ۱۹۸۴). در این میان، ویژگی‌های شخصیتی مدیران، همانند خودارزشیابی محوری و خودشیفتگی، می‌توانند در مورد سبک رهبری مدیر و عملکرد بنگاه‌ها، اطلاعات ارزشمندی ارائه دهند که در ادبیات موضوع نیز بسیار مورد استفاده قرار گرفته‌اند (رسیک، ویتمن، وینگار و هیلر، ۲۰۰۹). اهمیت ویژگی‌های شخصیتی می‌تواند بسیاری از روابط پارادوکسی و ابهام آمیز میان مؤلفه‌های مختلف مدیریت و عملکرد بنگاه را از طریق ویژگی‌های شخصیتی مدیران عامل (مدیران ارشد) توضیح دهد (هارت و کوئین، ۱۹۹۳؛ کارپنتر، گلتکانیتچ و ساندرز، ۲۰۰۴؛ کوستانزو و دی دومنیکو، ۲۰۱۵). در این خصوص، علی‌رغم پیشرفت‌های رخ داده در درک اهمیت شخصیت مدیران اجرایی، هنوز بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی مدیران و تأثیر آن‌ها بر عملکرد مالی و غیرمالی بنگاه‌ها مورد بررسی قرار نگرفته است. از طرفی نیز سازوکارهای میانجی تأثیر گذار بر شخصیت مدیران اجرایی ارشد نسبت به عملکرد بنگاه‌ها، کشف نشده باقی مانده است و از بسیاری جهات نیازمند بررسی است - که البته قابلیت‌های پویا می‌توانند یکی از گزینه‌های بالقوه محسوب گردند (آولویو، سوسیک، جونگ و برسون،

۲۰۰۳). از سویی، با توجه به پیچیدگی‌های روزافزون محیطی در اثر تغییرات عصر ارتباطات، منابع لازم برای عملکرد موفق بنگاه باید از طریق ارتباطات ادامه‌دار مدیران ارشد، با افراد درون-سازمانی و برون-سازمانی (فرایندی غیررسمی و پیچیده) کسب گردد (پائولراج، لادو و چن، ۲۰۰۸؛ یانگ، ژو و سانتورو، ۲۰۱۶).

با توجه اهمیت نظریه‌ی قابلیت‌های پویا، نظریه‌ی سلسله‌مراتب بالاتر (بحث تأثیر شخصیت مدیر بر عملکرد بنگاه) و دیدگاه رابطه‌ای به سازمان ناظر بر سرمایه‌های اجتماعی (ارتباطات فردی) مدیران در بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد بنگاه‌ها، این پژوهش به دنبال بررسی تأثیر ابعاد پیش‌گفته بر عملکرد بنگاه‌ها در قالب مطالعه‌ی کارگزاری‌های بورس اوراق بهادار تهران است. در واقع سؤال اصلی پژوهش مشخصاً این است که دو ویژگی شخصیتی خودشیفتگی و خودارزشیابی محوری مدیران عامل شرکت‌های فعال، به‌عنوان کارگزاری بورس اوراق بهادار تهران در کنار سرمایه‌های اجتماعی درونی و برونی آنان (به‌عنوان متغیرهای مستقل مسئله) چه تأثیری بر عملکرد بنگاه‌دارند. در این راستا، سه متغیر میانجی گرایش کارآفرینانه، سبک رهبری تحول‌گرا و شهرت (اعتبار) سازمان فرض شده‌اند تا نقش آن‌ها به‌عنوان میانجی رابطه متغیرهای مستقل مذکور و عملکرد بنگاه، راستی آزمایی شود.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه‌ی پژوهش

عملکرد بنگاه

کاراهانا و پرستون (۲۰۱۱) عملکرد بنگاه را معادل با عملکرد مالی سازمان دانسته‌اند. این در حالی است که سولاکیوی، تویلی و اوچالا (۲۰۱۵) در تعریفی جامع‌تر، علاوه بر ابعاد مالی عملکرد سازمان، به عملکرد خدمات، عملکرد زنجیره‌ی تأمین درون-بنگاهی و نیز میزان بهره‌برداری از دارایی‌ها - به‌عنوان اجزای عملکرد بنگاه - اشاره نموده‌اند. در این راستا، همچنین شاهد تعاریف کلی‌تر از عملکرد بنگاه هستیم؛ همانند نسبت خروجی‌ها به ورودی‌ها (جیائو، ۲۰۰۷)، یا کسب رضایت ذینفعان اصلی (دس، ۲۰۰۱). همان‌طور که مشاهده شد، تعاریف عملکرد بنگاه با معیارها، سنجه‌ها و در نتیجه روش‌های اندازه‌گیری عملکرد، ارتباطی تنگاتنگ دارد. در خصوص اندازه‌گیری عملکرد، می‌توان بر مبنای صورت‌های مالی و ارزیابی‌های بیرونی اقدام نموده، یا بر مبنای

داده‌های خود گزارشگری اندازه‌گیری نمود. اندازه‌گیری عملکرد بر مبنای داده‌های خود گزارشگری، مشتمل بر سه رویکرد نظرسنجی از مدیران و کارکنان، استفاده از سنجه‌های انتزاعی جهت مقایسه‌ی عملکرد سازمان با رقبای، و اندازه‌گیری عملکرد سازمان در قالب سنجه‌هایی وسیع است (چندلر و هنکس، ۱۹۹۳). از میان سه رویکرد مذکور توسط نظر سنجان، رویکرد مبتنی بر نظرسنجی از رضایت مدیران، از نرخ افشاء بالا، سازگاری داخلی بالا و قابلیت اطمینان نسبتاً قوی در نظرسنجی برخوردار است (چندلر و هنکس، ۱۹۹۳). پژوهش پیش‌رو نیز مبتنی بر یافته‌های فوق و با توجه به دسترس‌پذیری داده‌های خود گزارشگری، رویکرد نظرسنجی پیرامون میزان رضایت از عملکرد بنگاه را توسط مدیران اتخاذ نموده است. با اقتباس از پژوهش وورن، مور و کاردونا (۲۰۰۲)، ابعاد برشمردن برای عملکرد بنگاه، سه بعد میزان رضایت مدیران عامل بنگاه از عملکرد مالی (تحلیل روند)، عملکرد مالی نسبت به رقبای و رشد سود خالص را موردسنجش قرار داده است.

دیدگاه قابلیت‌های پویا

در مطالعه‌ی منابع مشخص‌کننده‌ی عملکرد و مزیت رقابتی بنگاه‌ها، سه رویکرد کلی مشاهده می‌شود: دیدگاه سازمان صنعتی (IO)^۱، دیدگاه مبتنی بر منابع (RBV) و دیدگاه اخیراً مطرح‌شده‌ی قابلیت‌های پویا (DCV)^۳ (اوکاس و انگو، ۲۰۰۷). فرض زیربنایی این نظریه این است که توزیع منابع میان سازمان‌ها ناهمگن است و همین ناهمگنی موجب خلق و پایداری مزیت رقابتی طی زمان می‌گردد. ضعف در توجه به عوامل محیطی (لئونارد-بارتون، ۱۹۹۲) منجر به ارائه‌ی دیدگاه قابلیت‌های پویا شد - که در آن به‌منظور مواجهه با محیط‌های کاملاً پویا، شایستگی‌های درونی و بیرونی سازمان دائماً یکپارچه شده، از نوساخته می‌شوند و مجدداً پیکربندی می‌گردند (تیس، پیسانو و شوئن، ۱۹۹۷). کولیس (۱۹۹۴) در تعریف و دسته‌بندی شفاف‌تر، قابلیت‌های پویا را به سه دسته تقسیم می‌کند:

- ۱) توانایی‌هایی که به انجام فعالیت‌های کارکردی اصلی بنگاه کمک می‌کنند،
- ۲) توانایی‌هایی که به‌طور پویا به بهبود فعالیت‌های بنگاه کمک می‌کنند و
- ۳) توانایی‌های دربرگیرنده‌ی بینش‌های راهبردی، که در شناسایی ارزش ذاتی منابع

و توسعه‌ی راهکارهای مبتکرانه به بنگاه کمک می‌نمایند.

مبتنی بر ادبیات موضوع همچون پژوهش‌های جانتونن، پومالاینن، سارنکتو و کیلاهیکو (۲۰۰۵)، روزنتهال و پیتینسکی (۲۰۰۶)، ویلدن، گودرگان، نیلسن و لینگز (۲۰۱۳) و پزشکان، فاین اشمیت، نیر، فریزر و مارکوفسکی (۲۰۱۶) که رابطه‌ی میان انواع قابلیت‌های پویایی سازمانی را با عملکرد و نیز ویژگی‌های شخصیتی مدیران مورد بررسی قرار داده‌اند، پژوهش پیش‌رو، گرایش کارآفرینانه، سبک رهبری تحول‌گرا و شهرت بنگاه را به‌عنوان متغیرهای عملیاتی میانجی، تحت دیدگاه قابلیت‌های پویا انتخاب نمود.

نظریه سلسله‌مراتب بالاتر

نظریه‌ی سلسله‌مراتب بالاتر مدعی است که دریافت محرک‌های محیطی مختلف مانند ارزش‌ها، شخصیت و تجارب بر تفسیر مدیران از رویدادها، تصمیمات و اقداماتشان بسیار مؤثر است. (رسیک، ویتمن، وینگار و هیلر، ۲۰۰۹). به دلیل دشواری در کسب اطلاعات خود گزارشگری از سوی مدیران ارشد اجرایی، تحقیقات تجربی اغلب متغیرهای روان‌شناختی و شخصیتی مربوطه را مورد بررسی قرار می‌دهند، - گرچه تعداد این مطالعات ناچیز بوده است. در این دیدگاه، خروجی‌های سازمانی - از جمله عملکرد - به‌عنوان بازتابی از ارزش‌ها و پایه‌های شناختی بازیگران قدرتمند سازمان یا همان مدیران ارشد دیده می‌شوند. البته این دیدگاه در تمایز با دیدگاه معرفی‌شده تا زمانی است که رویدادهای بیرونی و منابع فیزیکی و خارجی، تعیین‌کننده‌ی عملکرد و خروجی‌های کسب‌وکار یا سازمان بودند (دیدگاه مبتنی بر منابع سازمان، هال، ۱۹۷۷). مبتنی بر نظریه سلسله‌مراتب بالاتر و ادبیات موضوع (انگلن، نیومن و اشمیت، ۲۰۱۳؛ انگلن، گوپتا، استرنگر و برتل، ۲۰۱۵؛ فان دن رایش، دا کوستا، فلاتن و برتل، ۲۰۱۵؛ هوی، فاکس، سیمسک و همبریک، ۲۰۱۵؛ پترنکو، ایم، ریج و هیل، ۲۰۱۶)، متغیرهای خودشیفتگی و خودارزشیابی محوری به‌عنوان دو ویژگی شخصیتی مهم مدیران در عملکرد سازمان و متغیرهای مستقل تحقیق شناخته شدند.

دیدگاه رابطه‌ای و سرمایه‌ی اجتماعی فردی

طبق رویکردهای سنتی اقتصادی، هر دارایی ملموس از قبیل دارایی‌های مالی و فیزیکی

که مولد ارزش و سود باشد سرمایه در نظر گرفته می‌شود؛ اما این تعریف، ارزشی را که در روابط اجتماعی و هنجارهای مشترک و توانمندی‌های انسانی نهفته است نادیده می‌گیرد. بنابراین در تعاریف جدیدی که در مورد سرمایه ارائه می‌شود، تعامل با افراد دیگر، قابلیت سرمایه‌گذاری (به معنی ارتقاء سرمایه) را نیز دارد. "دیدگاه رابطه‌ای" که اولین بار توسط دایر و سینگ (۱۹۹۸) ارائه گردید و بعدها توسط لوی (۲۰۰۶) بسط داده شد، شبکه‌ای بنگاه‌ها و اتصال بنگاه‌ها را به‌عنوان واحد تحلیل در نظر می‌گیرد تا رانته‌های رابطه‌ای (همانند عملکرد برتر یک بنگاه) را در میان شبکه‌ای از بنگاه‌های در ارتباط با یکدیگر توضیح دهد. در این دیدگاه، با برقراری شبکه‌ی روابط بیرونی، فرد و گروه می‌توانند سرمایه‌ی اجتماعی خود را ارتقاء دهند و بدین طریق، به مزایای دسترسی بهتر به اطلاعات، قدرت و انسجام دست یابند (آدلر و کنون، ۲۰۰۰). با توجه به ارتباط غیرمستقیم میان سرمایه‌ی اجتماعی و عملکرد بنگاه، و بعضی از قابلیت‌های پویا که در ادبیات مورد تأیید قرار گرفته است (پینهو، ۲۰۱۴؛ فونتی و مائورت، ۲۰۱۶؛ شنکل و تیگلند، ۲۰۱۷) و نیز تقسیم‌بندی متداول سرمایه‌ی اجتماعی به دو بعد درون-سازمانی و برون-سازمانی (کیوواس-رودریگوئز، کابلو-مدینا و کارمونا-لاوادو، ۲۰۱۴؛ کولومبو، فرانزونی و روسی-لاماسترا، ۲۰۱۵)، پژوهش پیش‌رو سرمایه‌ی اجتماعی درونی و برون‌مدیران عامل را به‌عنوان دو متغیر مستقل مؤثر بر عملکرد بنگاه در نظر گرفته است.

توسعه‌ی فرضیات تحقیق

در یک نگاه کلی می‌توان گفت که فرضیه‌ها و متغیرهای مستقل، از نظریه‌ی سلسله‌مراتب بالاتر (ویژگی‌های شخصیتی مدیران عامل) و نظریه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی (تعاملات فردی) مدیران عامل حاصل شده‌اند؛ و فرضیه‌ها و متغیرهای میانجی، از دیدگاه قابلیت‌های پویای سازمان نشأت گرفته‌اند و در نهایت تأثیر این دو سطح از عوامل، بر عملکرد بنگاه موردسنجش قرار می‌گیرد.

فرضیه‌های تحت نظریه‌ی سلسله‌مراتب بالاتر و دیدگاه رابطه‌ای به سازمان (روابط میان متغیرهای مستقل-میانجی)

سانتلا (۲۰۱۳) توانسته در پایان‌نامه‌ی دکتری مدیریت خود تأثیر مثبت خودارزشیابی

محوری را بر گرایش کارآفرینانه نشان دهد. رسیک، ویتم، وینگار و هیلر (۲۰۰۹) به مطالعه تأثیر ویژگی شخصیتی خودارزشیابی محوری بر رهبری تحول‌گرا و عملکرد سازمان پرداخته‌اند و این ویژگی شخصیتی را بر کارایی سازمانی، مؤثر (با اثر مثبت) دانسته‌اند. بر این اساس، دو فرضیه اول چنین بیان می‌گردد:

فرضیه ۱: خودارزشیابی محوری مدیران عامل بر "گرایش کارآفرینانه" تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

فرضیه ۲: خودارزشیابی محوری مدیران عامل بر "رهبری تحول‌گرا" تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

یکی از پیوندهای یافته شده، ارتباط خودشیفتگی با گرایش کارآفرینانه است (ولز، پاتل و لامپکین، ۲۰۱۳). همچنین رسیک، ویتمن، وینگار و هیلر (۲۰۰۹) در تحقیق خود، به رابطه‌ای معنادار میان خودشیفتگی و خودارزشیابی مدیران عامل با رهبری تحول‌گرا و عملکرد راهبردی سازمان دست یافته‌اند. بر این اساس فرضیه‌های سوم و چهارم چنین توسعه داده می‌شوند:

فرضیه ۳: خودشیفتگی مدیران عامل بر "گرایش کارآفرینانه" تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

فرضیه ۴: خودشیفتگی مدیران عامل بر "رهبری تحول‌گرا" تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

چن (۲۰۰۷) نیز در تحقیق بر روی ۱۴۰ بنگاه کارآفرینی در تایوان رابطه‌ی میان سرمایه‌ی اجتماعی درونی، گرایش کارآفرینانه، منابع سازمانی و عملکرد کارآفرینانه را بررسی کرده و تأثیر سرمایه‌های اجتماعی درونی را بر دیگر عوامل، مهم و معنادار دانسته است. همچنین هامر، اومن، روتگر و پفاف (۲۰۱۲) در بررسی رابطه‌ی میان سرمایه‌ی اجتماعی درونی مدیران و سبک رهبری تحول‌گرایان در بیمارستان‌های آلمان، میان این دو، رابطه‌ای قوی و معنادار یافته‌اند. بر این اساس فرضیه‌های پنجم و ششم چنین تعریف می‌گردند:

فرضیه ۵: سرمایه‌ی اجتماعی درونی مدیران عامل بر "گرایش کارآفرینانه" تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

فرضیه ۶: سرمایه اجتماعی درونی مدیران عامل بر "رهبری تحول‌گرا" تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

سرمایه‌ی اجتماعی محدود - به معنی ارتباط کم با بیرون - باعث تأثیر منفی بر گرایش کارآفرینی می‌گردد؛ چون منابع موردنیاز برای گرایش کارآفرینانه که امروز بسیار رقابتی شده‌اند، برای سازمان کاهش می‌یابد. به همین دلیل سرمایه‌ی اجتماعی برونی مدیران و روابط آن‌ها می‌تواند تأثیر بسزایی بر گرایش کارآفرینی داشته باشد (چن، تزنگ و او، ۲۰۰۷). برخی از محققین بر این ایده تأکید دارند که سرمایه‌ی اجتماعی برونی مدیران منجر به ایجاد شهرت سازمانی بهتری می‌گردد (کمپل، انگلن و برتل، ۲۰۱۱). علاوه بر این، هامر، اومن، روتگر و پفاف (۲۰۱۲) نیز بر رابطه‌ی میان سرمایه‌ی اجتماعی برونی مدیران و سبک رهبری تحول‌گرایانه صحنه گذاردند. از این‌رو فرضیه‌های هفتم تا نهم چنین توسعه یافتند:

فرضیه ۷: سرمایه‌ی اجتماعی برونی مدیران عامل بر "گرایش کارآفرینانه" تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

فرضیه ۸: سرمایه‌ی اجتماعی برونی مدیران عامل بر سبک "رهبری تحول‌گرا" تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

فرضیه ۹: سرمایه‌ی اجتماعی برونی مدیران عامل بر "شهرت" تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

فرضیه‌های تحت نظریه‌ی قابلیت‌های پویای بنگاه (روابط میان متغیرهای میانجی-وابسته)

جانتونن، پومالاینن، سارنکتو و کیلاهیکو (۲۰۰۵) با مطالعه‌ی پیمایشی بر روی ۲۱۷ بنگاه خدماتی و تولیدی دریافتند که گرایش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه در ترکیب

باقابلیت‌های پویای سازمانی، منبعی بالقوه برای مزیت رقابتی و عملکرد راهبردی سازمان‌ها محسوب می‌گردند. تحقیقات لامپکین و دس (۱۹۹۶) نیز مؤید همین مسئله است. همچنین کوچانیک، شو و جوناس (۲۰۱۳) بر تأثیر رهبری تحول‌گرا بر عملکرد تأکید دارند و در مقاله‌ی خود به صورت مبسوط به اثبات آن می‌پردازند. در مورد تأثیر شهرت سازمان بر عملکرد نیز موارد متعددی یافت می‌شود (اگیمانگ و آنسونگ، ۲۰۱۷؛ مارتینز، روسل، ماهر، براندون-لای و فریز، ۲۰۱۷)؛ بنابراین فرضیه‌ی دهم تا دوازدهم چنین توسعه می‌یابد:

فرضیه‌ی ۱۰: گرایش کارآفرینانه بر "عملکرد بنگاه" تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

فرضیه‌ی ۱۱: رهبری تحول‌گرا بر عملکرد بنگاه تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

فرضیه‌ی ۱۲: "شهرت" بر عملکرد بنگاه تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار دارد.

فرضیه‌های تعدیل‌گری

در مورد متغیرهای تعدیل‌گر، به تحقیقات متفاوتی می‌توان اشاره کرد که بر روابط تعریف‌شده در فرضیات قبلی تأثیرگذارند؛ از جمله، تانگ، کروسان و روو (۲۰۱۱) بر تعدیل‌گری نفوذ هیئت‌مدیره در رابطه‌ی خودارزشیابی محوری و گرایش کارآفرینانه تأکید دارند. ولز، پاتل و لامپکین (۲۰۱۳) به تأثیر پویایی محیطی بر رابطه‌ی خودشیفتگی و گرایش کارآفرینانه مهر تأیید می‌زنند و در انتها جانتون، پومالاین، سارنکتو و کیلاهیکو (۲۰۰۵) نیز به بررسی تأثیر همین متغیر در رابطه‌ی گرایش کارآفرینانه و عملکرد سازمان می‌پردازند. با توجه به این تحقیقات می‌توان فرضیات تعدیل‌گری را این‌گونه بیان کرد.

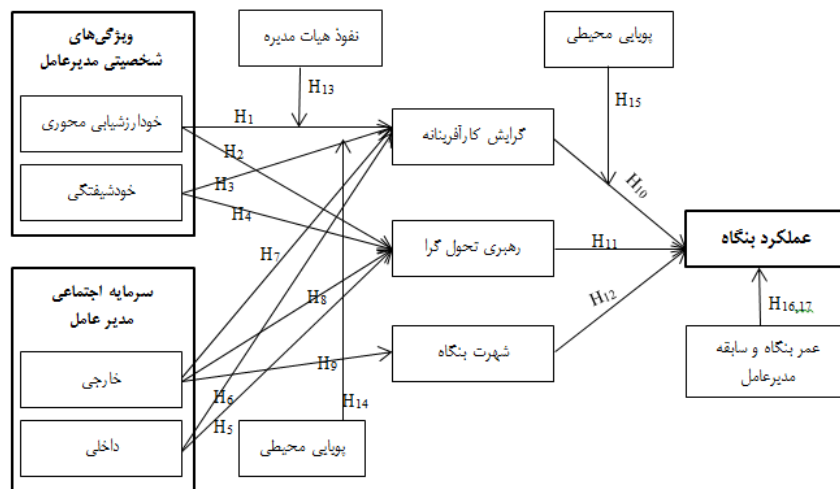
فرضیه‌ی ۱۳: نفوذ (قدرت) هیئت‌مدیره بر رابطه‌ی خودارزشیابی محوری بر "گرایش کارآفرینانه"، تأثیر منفی و معنادار دارد (اثر تعدیل‌گری).

فرضیه ۱۴: پویایی محیطی بر رابطه‌ی خودشیفتگی مدیران عامل، بر "گرایش کارآفرینانه"، تأثیر معنادار دارد (اثر تعدیل‌گری).

فرضیه‌ی ۱۵: پویایی محیطی بر رابطه‌ی گرایش کارآفرینانه، بر "عملکرد بنگاه"، تأثیر معنادار دارد (اثر تعدیل‌گری).

فرضیه‌های کنترلی

متغیرهای کنترلی برای جلوگیری از تأثیر تغییرات عام جامعه‌ی آماری و نمونه بر نتایج تحقیق استفاده می‌گردد. در این تحقیق، طول عمر سازمان (ولز، پاتل و لامپکین، ۲۰۱۳) و سابقه‌ی مدیرعامل در سمت فعلی، به‌عنوان متغیر کنترل استفاده شده‌اند که با توجه به ماهیت رتبه‌ای آن به‌صورت دسته‌بندی شده تعریف شده‌اند و با توجه به ماهیت فرضیه محور تحقیق، به‌صورت فرضیه‌ی ۱۶ و ۱۷ در تحقیق آمده است. لازم به ذکر است که با توجه به ماهیت کنترلی این متغیرها و نقش آن‌ها در تحقیق، نیاز به تحلیل نتایج آن‌ها نیست. مدل مفهومی تحقیق در شکل (۱) دیده می‌شود.



شکل ۱: مدل مفهومی اولیه‌ی تحقیق

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر زمان انجام پژوهش، مقطعی بوده، و از نظر فرآیند اجرای پژوهش، کمی است؛ از روش پیمایش برای گردآوری داده‌ها، و از روش‌های آماری توصیفی (نرم‌افزار SPSS 16) و استنباطی (Smart Pls.2.M3) برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پیمایش استفاده شده است. البته معیارهای به کار رفته در پیمایش، کیفی بوده که در مقیاس لیکرت تعریف شده‌اند و ناظر بر نظرات مدیران عامل بنگاه‌های شرکت‌کننده در این پژوهش هستند. جامعه‌ی آماری این پژوهش، مدیران عامل کارگزاری‌های بورس اوراق بهادار ایران بوده‌اند؛ که تعداد ۱۰۷ کارگزاری است که با توجه به فرمول کوکران در خطای ۵٪، به توزیع برای ۸۴ کارگزاری نیاز است. در این تحقیق تعداد ۱۰۷ پرسشنامه در هشتمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه در میان کارگزاری‌های بورس و اوراق بهادار توزیع گردید؛ که از این میان ۵۳ مورد بازگردانده شد، که همگی قابل استفاده بودند.

جهت اعتبارسنجی مؤلفه‌های انعکاسی^۴، پرسشنامه‌ی مورد استفاده و نتایج حاصله، در جدول ۱ مراجع گویه‌های پرسشنامه (عناصر مدل)، پایایی مرکب و آلفای کرونباخ مربوطه ارائه گردیده‌اند، که همگی بیشتر از معیارهای تأیید شده هستند. سؤالات خودشیفتگی که طیف دوقطبی دارند، در بقیه‌ی موارد از طیف هفت گزینه‌ای استفاده شده است. برای پایایی مدل‌های سازنده^۵، به دلیل ویژگی خاصی که دارند روشی ارائه نشده است (آذر، غلامزاده و قنواتی، ۱۳۹۱). در مورد روایی برای هر دو مدل، از رویکرد صوری و نظر گرفتن از خبرگان استفاده شد. از طرفی برای روایی مدل‌های انعکاسی از روایی همگرا با شاخص میانگین واریانس استخراجی (حداقل ۰/۵) نیز استفاده گردید. برای سازنده‌ها نیز شاخص معناداری وزن و بار بیرونی و همچنین هم خطی چندگانه با استفاده از عامل تورم واریانس مورد بررسی قرار گرفت، که روایی شاخص‌ها و سازه‌های تحقیق را نشان می‌داد.

جدول ۲. سنجش پایایی و روایی تحقیق

مؤلفه	بعد	زیر شاخص	تعداد آیتم	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
سرمایه‌ی اجتماعی برونی مدیران عامل (SCEX)	ساختاری	قدرت ارتباط تجاری	۳	/۵۱	/۸۶	/۸۲
		قدرت ارتباط سیاسی	۳			
	رابطه‌ای	اعتتماد	۴			
	شناختی	انسجام	۳			
سرمایه‌ی اجتماعی درونی مدیران عامل (SCIN)	ساختاری	شبکه‌ی اجتماعی	۳	/۵۱	/۸۶	/۸۲
	رابطه‌ای	اعتتماد اجتماعی	۳			
	شناختی	اهداف مشترک	۳			
گرایش کارآفرینانه (EO)			۴	/۵۱	/۸	/۷۶
شهرت (اعتبار سازمانی) (REP)			۵	/۵۸	/۸۷	/۸۲
عملکرد (PER)			۳	/۷۶	/۹۱	/۸۴
پویایی محیطی (EDY)			۵	/۵۷	/۸۴	/۷۶
نفوذ هیئت‌مدیره (BPO)		پایش (رصد) هیئت‌مدیره	۳	/۱۵	/۸۳	/۷۷
		تعاملات مشورتی و توصیه‌ای	۳			
خودارزشیابی محوری (CSE)			۱۲	/۵۲	/۹۱	/۸۹
رهبری تحول‌گرا (TL)		ویژگی‌های ایدئال شده	۴	/۵۲	/۹۴	/۹۳
		رفتارهای ایدئال شده	۴			
		انگیزش الهام‌بخش	۴			
		تحریک فکری (خلاق)	۴			
ملاحظات فردی			۴			
خودشیفتگی (NAR)			۱۶	/۵۲	/۹۰	/۸۸

یافته‌های پژوهش

تحلیل آماری توصیفی

پرسشنامه پژوهش به دلیل ماهیت آن باید توسط مدیران عامل سازمان پاسخ داده شود. بیشتر کارگزاری‌ها (۴۹٪) در دسته‌ی بنگاه‌های متوسط و ۳۸٪ از آن‌ها دارای عمر ۵ تا

۱۰ سال بودند. همچنین ۶۰٪ مدیران عامل کارگزاری‌ها سابقه‌ای کمتر از ۵ سال مدیریت در بنگاه مذکور داشته و اکثریت مدیران عامل (۳۲٪) پاسخ‌دهنده، سابقه‌ی کاری بین ۵ تا ۱۵ سال داشته‌اند.

تحلیل آماری استنباطی

خلاصه‌ی نتایج حاصل از بررسی ضرایب معناداری مسیرهای تحقیق و شدت تعدیل‌گری متغیرها، در جدول ۲ آمده است. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود فرضیه‌های ۴، ۵ و ۱۴ رد شده‌اند. نتیجه‌ی بررسی فرضیه‌ی شماره‌ی ۸، رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی برونی را بر رهبری تحول‌گرا تأیید می‌کند. درحالی‌که نتیجه‌ی بررسی فرضیه‌های ۱۳ و ۱۵، نقش تعدیل‌گری نفوذ هیئت‌مدیره را در رابطه‌ی خود ارزشیابی محوری و گرایش کارآفرینانه، و نقش تعدیل‌گری پویایی محیطی را در رابطه‌ی گرایش کارآفرینانه‌ی عملکرد به‌صورت معکوس (منفی) تأیید می‌کند. باقی فرضیه‌ها در سطوح بالاتر اطمینان تأیید گردیده‌اند. علی‌رغم وجود دو فرضیه‌ی تعدیل‌گری در تحقیق، شدت متغیرهای تعدیل‌گر در حد بسیار کم و متوسط است (f^2 تعدیل‌گری پویایی محیط در رابطه‌ی گرایش کارآفرینانه و عملکرد، برابر است با ۰/۰۰۹ و f^2 تعدیل‌گری نفوذ هیئت‌مدیره در رابطه‌ی خود سنجی درونی و گرایش کارآفرینانه، برابر است با ۰/۰۲۱). البته چین، مارکولین و نیواستد (۲۰۰۳) بیان می‌کنند که مقادیر کم f^2 الزاماً به معنی تأثیر ناچیز متغیر تعدیل‌کننده نیست؛ چراکه ضریب مسیر معنادار، خود می‌تواند نشان‌دهنده‌ی تأثیر بالا در صورت تغییرات اندک باشد.

جدول ۳. نتایج آماری حاصل برای ضرایب مسیر و معناداری آن‌ها

نوع تأثیر	مسیر	ضریب مسیر
مستقل بر وابسته	(H1) CSE → EO	/۱۹***
	(H2) CSE → TL	/۷۶****
	(H3) NAR → EO	/۱۴***
	(H4) NAR → TL	-/۰۴
	(H5) SCIN → EO	-/۰۲۵
	(H6) SCIN → TL	/۳۳***
	(H7) SCEX → EO	/۴۲****
	(H8) SCEX → TL	-/۱۳**
	(H9) SCEX → REP	/۴۲****
	(H10) EO → PER	/۱۱**
	(H11) TL → PER	/۲۴****
تعدیل گر	(H12) REP → PER	/۵****
	(H13) CSE*BPO → EO	-/۱۱*
	(H14) NAR*EDY → EO	/۰۳
کنترل	(H15) EO*EDY → PER	-/۰۹*
	(H16) FAL10 → PER	/۳****
تأثیر غیرمستقیم	(H17) CEOTEL5 → PER	/۱۳****
	CSE → PER	/۱۳
	NAR → PER	/۱۵
	SCEX → PER	/۲۲
توضیحات	SCIN → PER	/۰۵
<p>***در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید است *در سطح اطمینان ۹۰٪ مورد تأیید است ****در سطح اطمینان ۹۹٪ مورد تأیید است *****در سطح اطمینان ۹۹۹٪ مورد تأیید است است FAL10: عمر شرکت کم تر از ده سال. CEOTEL5: تجربه‌ی کم تر از ۵ سال مدیرعامل در سمت فعلی تأثیر غیرمستقیم شامل تأثیراتی است که در مدل وجود ندارد، اما متغیر موردنظر از مسیر متغیرهای میانجی بر متغیر نهایی تأثیر می‌گذارد.</p>		

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در راستای هدف اصلی این پژوهش و مبتنی بر مدل مفهومی استخراج‌شده از ادبیات، فرضیاتی مطرح شدند که در ادامه، نتایج به‌دست‌آمده در تأیید/رد هر یک آمده است. هر دو فرضیه‌ی ۱ و ۲ تأیید شدند؛ بدین معنی که خود ارزشیابی محوری (CSE) هم بر گرایش کارآفرینانه و هم بر رهبری تحول‌گرا در بین مدیران عامل کارگزاری‌ها تأثیر مثبت و مستقیم و معنادار دارد. رابطه‌ی میان خود ارزشیابی محوری بر رهبری تحول‌گرا، قوی‌ترین رابطه‌ی مشاهده‌شده بوده است. شاید بتوان دلیل این رابطه‌ی قوی را در تعریف خود ارزشیابی محوری پیدا کرد؛ چراکه خود ارزشیابی محوری ویژگی شخصیتی پنهان، گسترده و مرتبه-بالایی است و به‌عنوان یک منبع شخصی مهم می‌تواند اشتیاق کارکنان را که بعد مهمی در رهبری تحول‌گراست، پیش‌بینی کند. با توجه به این نتیجه و شدت بالای آن به هیئت‌مدیره‌های کارگزاری‌ها که به دنبال مدیران تحول‌گرا و کارآفرین محور هستند، پیشنهاد می‌گردد که مدیران عامل را از بین افراد باعزت نفس، کارآمد و دارای ثبات هیجانی انتخاب کنند. تأثیر معنادار خودشیفتگی مدیران عامل بر گرایش کارآفرینانه (فرضیه‌ی سوم) تأیید گردید، اما فرضیه‌ی چهارم رد شد؛ بدین معنی که رابطه‌ی آماری معناداری میان خودشیفتگی مدیران عامل و سبک رهبری تحول‌گرا (یکی از قابلیت‌های پویا) در بین مدیران کارگزاری مشاهده نشد. این یافته‌ها نیز با ادبیات موجود در این زمینه انطباق دارند. ارتباط خودشیفتگی با گرایش کارآفرینانه توسط ولز، پاتل و لامپکین (۲۰۱۳) تأیید شده است. رسیک، ویتمن، وینگار و هیلر (۲۰۰۹) نیز در تحقیق خود به رابطه‌ای منفی میان خودشیفتگی و رهبری پاداش شرطی مدیران عامل رسیده‌اند، اما رابطه‌ای مابین خودشیفتگی و رهبری تحول‌گرا مشاهده نشده است. رابطه‌ی معنادار سرمایه‌ی اجتماعی درونی مدیران عامل، با گرایش کارآفرینانه‌ی آنان با p -value برابر با ۰/۲۹ رد گردید (فرضیه ۵)؛ اما میان سرمایه‌ی اجتماعی درونی مدیران عامل و رهبری تحول‌گرا رابطه‌ای مستقیم، مثبت و معنادار مشاهده شد (تأیید فرضیه‌ی ۶ با p -value برابر ۲/۵). سرمایه‌ی اجتماعی درونی مدیران عامل کارگزاری‌های بورس توانسته است تنها ۵٪ از تغییرات عملکرد کارگزاری‌های شرکت‌کننده در این پیمایش را تبیین نماید، درحالی‌که حدود ۵۰٪ از تغییرات عملکرد بنگاه به‌طور غیرمستقیم از سه عامل مستقل دیگر (یعنی سرمایه‌ی

اجتماعی برونی، خود ارزشیابی محوری و خودشیفتگی مدیران عامل) ناشی شده است. شایان ذکر است که در ادبیات موضوع، این رابطه بطور مستقیم مورد بررسی قرار نگرفته، و بنابراین نتایجی برای مقایسه در دست نیست. سرمایه‌ی اجتماعی برونی مدیران عامل بر هر سه قابلیت پویا (متغیرهای میانجی) تأثیر مستقیم، مثبت و معنادار از خود نشان داده است؛ بنابراین هر سه فرضیه‌ی مذکور (۷، ۸ و ۹) تأیید می‌گردند. البته شدت رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی برونی مدیران عامل با گرایش کارآفرینانه و شهرت سازمانی، به‌طور قابل توجهی بالاتر از شدت رابطه‌ی آن با رهبری تحول‌گرا بوده است. سرمایه‌ی برونی مدیران عامل به‌تنهایی توانسته است ۲۲٪ از ۵۵٪ (کل تغییرات توضیح داده‌شده) تغییرات عملکرد بنگاه را به‌طور غیرمستقیم توضیح دهد (در مقایسه با دیگر متغیرهای مستقل - یعنی خودشیفتگی، خود ارزشیابی محوری و سرمایه‌ی اجتماعی درونی)، نشان از اهمیت آن در تأثیر بر عملکرد بنگاه دارد. در این مورد پیشنهاد می‌گردد مدیران عامل در کارگزاری‌ها، بیشتر بر روابط خارج از سازمان خود سرمایه‌گذاری کرده و برای آن برنامه‌ریزی کنند؛ تا عملکرد مطلوب تری برای سازمان شان به همراه بیاورد. در این راستا، برنامه‌های مستمر در ارتباط با مشتریان عمده، رقیبان، و عوامل دولتی و مالی در کشور پیشنهاد می‌گردد. توجه به این نکته نیز قابل تحلیل است که تأثیر شبکه‌های خارجی مدیران عامل در بین کارگزاری‌ها تأثیر بسزایی در شهرت شرکت دارد؛ بنابر این پیشنهاد انتخاب مدیرانی با داشتن شبکه‌های تجاری و دولتی برای کارگزاری‌ها، می‌تواند تأثیر بسیاری در شهرت و عملکرد سازمانی آن‌ها داشته باشد.

سه فرضیه ۱۰، ۱۱ و ۱۲ ناظر بر تأثیر متغیرهای میانجی (قابلیت‌های پویا: گرایش کارآفرینانه، رهبری تحول‌گرا و شهرت) بر متغیر هدف (وابسته)؛ یعنی عملکرد بنگاه، هستند. هر سه فرضیه‌ی فوق با p-value هایی مابین ۲ تا ۴ تأیید گردیدند. این بدین معنا است که ساختار میانجی (قابلیت‌های پویا) طراحی شده برای مدل مفهومی پژوهش، از منطبق خوبی برخوردار بوده و توانسته است رابطه‌ی میان متغیرهای مستقل و عملکرد بنگاه را برقرار نماید. ادبیات موضوع از تأیید هر سه فرضیه فوق (وجود رابطه‌ی معنادار میان گرایش کارآفرینانه، رهبری تحول‌گرا و شهرت عملکرد بنگاه) پشتیبانی می‌نماید (لامپکین و دس، ۱۹۹۶؛ ویکلاند و شفر، ۲۰۰۵). درواقع، عواملی از قبیل صنعت، متغیرهای محیطی و ویژگی‌های مدیریت یک بنگاه بر رابطه‌ی بین گرایش کارآفرینانه و

عملکرد بنگاه تأثیرگذار است. این رابطه‌ی اقتضایی موجب می‌شود هر یک از ابعاد گرایش کارآفرینانه، بطور مستقل تحت وضعیت خاصی تغییر کند.

در خصوص متغیرهای تعدیل گر، مشاهده شده است که پویایی محیطی اثر تعدیل گری منفی و معناداری بر رابطه‌ی گرایش کارآفرینانه و عملکرد بنگاه دارد و اثر تعدیل گری نفوذ هیئت‌مدیره نیز بر رابطه‌ی خود ارزشیابی محوری مدیرعامل و گرایش کارآفرینانه، از لحاظ آماری منفی و معنادار است. منفی بودن این تعدیل گری‌ها نشان می‌دهد که هر چه پویایی محیطی بیشتر باشد - یعنی تغییرات و سناریوهای پیش‌بینی در رقابت، رفتار مشتری و تغییرات فناورانه در محیط بیشتر شود - تأثیر گرایش کارآفرینانه‌ی سازمان بر عملکرد کاهش پیدا می‌کند؛ از این لحاظ پیشنهاد می‌گردد در شرکت‌های کارگزاری که بشدت تحت تأثیر فضای محیطی هستند، برای کاهش تأثیر منفی آن، به شاخص سازی محیطی و تحلیل‌های کلان‌روندهای محیطی توجه ویژه‌ای داشته باشند. در مورد نفوذ هیئت‌مدیره باید پذیرفت که هرگونه اعمال قدرت می‌تواند نتایج فردی مدیرعامل را برای رسیدن به ریسک و فرصت‌طلبی کم کند؛ اما در خصوص هر دو متغیر کنترل - یعنی سابقه‌ی کم تر از ۵ سال مدیرعامل در سمت فعلی، و عمر کم تر از ده سال بنگاه - مشاهده شد که هر دو رابطه، از قابلیت اطمینان ۹۹/۹۹٪ برخوردارند.

از محدودیت‌های تحقیق حاضر، وجود رکود اقتصادی در فعالیتهای مالی این سال - هاست که در نتایج این تحقیق بی تأثیر نیست. در تحقیقات آتی با توجه به تعدد ابعاد شخصیتی و پارامترهای عملکردی بنگاه‌ها در حوزه‌های مالی، می‌توان تحقیق فوق را بر روی سایر ابعاد شخصیتی و تحت دیگر مدل‌ها و نظریات مطرح در این خصوص و نیز انواع پارامترهای عملکرد مالی بنگاه‌ها ادامه داد. همچنین در تبیین شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی درونی و برونی مدیران عامل برای جلوگیری از پیچیدگی بیش‌ازحد مدل (و با توجه به تعداد نمونه در دسترس)، صرفاً از تعدادی از مهم‌ترین زیرشاخه‌ها استفاده شد. درحالی‌که آزمودن مدل با شاخص‌های دیگری که معرف سرمایه‌ی اجتماعی مدیران عامل هستند، یا استفاده از تقسیم‌بندی‌های دیگر سرمایه‌ی اجتماعی (بجز درونی/ برونی) ممکن است نتایج متفاوتی داشته باشد و بینش تازه‌ای به سازوکار اثربخشی این متغیرها بر عملکرد بنگاه ارائه دهد. البته توجه به تأثیرات منفی شبکه‌های

بیرونی و رویکرد منفی آن، در عدم تمرکز مدیران عامل بر فعالیت‌های داخلی، از دیگر موارد قابل بررسی در تحقیقات آینده است.

پی‌نوشت‌ها

1. Resource-based view
2. Industrial organization
3. Dynamic capabilities view
4. reflective
5. formative

منابع

- آذر، عادل؛ غلامزاده، رسول و قنواتی، مهدی (۱۳۹۱). مدلسازی مسیری- ساختاری در مدیریت، کاربرد نرم افزار *Smart PLS*. تهران: انتشارات نگاه دانش.
- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2000). Social capital: the good, the bad, and the ugly. *Knowledge and social capital*, Routledge. p.89.
- Alegre, J., & Chiva, R. (2013). Linking entrepreneurial orientation and firm performance: the role of organizational learning capability and innovation performance. *Journal of Small Business Management*, 51(4), 491-507.
- Agyemang, O. S., Ansong, A. (2017). Corporate social responsibility and firm performance of Ghanaian SMEs: Mediating role of access to capital and firm reputation. *Journal of Global Responsibility*, 8(1), 47-62.
- Avolio, B. J., Sosik, J. J., Jung, D. I., & Berson, Y. (2003). Leadership models, methods, and applications. *Handbook of psychology*.
- Barney, J. B. (2001). Is the resource-based "view" a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Review*, 26(1), 41-56.
- Carpenter, M. A., Geletkanycz, M. A., & Sanders, W. G. (2004). Upper echelons research revisited: Antecedents, elements, and consequences of top management team composition. *Journal of Management*, 30(6), 749-778.
- Chandler, G. N., & Hanks, S. H. (1993). Measuring the performance of emerging businesses: A validation study. *Journal of Business venturing*, 8(5), 391-408.
- Chen C.N., Tzeng C.L, OU. W.M. (2007). "The relationship among social capital, entrepreneurial orientation, organizational resources and entrepreneurial performance for new ventures", *Contemporary Management Research*, 3(3): 213-232.
- Chen, M. H. (2007). Entrepreneurial leadership and new ventures: Creativity in entrepreneurial teams. *Creativity and Innovation Management*, 16(3), 239-249.
- Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A partial least squares

- latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study. *Information systems research*, 14(2), 189-217.
- Collis, D. J. (1994). Research note: how valuable are organizational capabilities?. *Strategic management journal*, 15(S1), 143-152.
- Colombo, M. G., Franzoni, C., & Rossi-Lamastra, C. (2015). Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 75-100.
- Costanzo, L. A., & Di Domenico, M. (2015). A Multi-level Dialectical-Paradox Lens for Top Management Team Strategic Decision-Making in a Corporate Venture. *British Journal of Management*, 26(3), 484-506.
- Cuevas-Rodríguez, G., Cabello-Medina, C., & Carmona-Lavado, A. (2014). Internal and external social capital for radical product innovation: Do they always work well together?. *British Journal of Management*, 25(2), 266-284.
- Das, A. (2001). Towards theory building in manufacturing flexibility. *International Journal of Production Research*, 39(18), 4153-4177.
- Dyer, J. H., & Singh, H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*, 23(4), 660-679.
- Engelen, A., Gupta, V., Strenger, L., & Brettel, M. (2015). Entrepreneurial orientation, firm performance, and the moderating role of transformational leadership behaviors. *Journal of Management*, 41(4), 1069-1097.
- Engelen, A., Neumann, C., & Schmidt, S. (2013). Should entrepreneurially oriented firms have narcissistic CEOs?. *Journal of Management*, 42(3), 698-721.
- Fonti, F., & Maoret, M. (2016). The direct and indirect effects of core and peripheral social capital on organizational performance. *Strategic Management Journal*, 37(8), 1765-1786.
- Hall, R. H. (1977). Organizations: structure and process. Prentice-Hall.
- Hall, E. H., & Lee, J. (2014). Assessing the impact of firm reputation on performance: an international point of view. *International Business Research*, 7(12), 1.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers. *The Academy of Management Review*, 9(2), 193.
- Hammer, A., Ommen, O., Röttger, J., & Pfaff, H. (2012). The Relationship Between Transformational Leadership and Social Capital in Hospitals—A Survey of Medical Directors of All German Hospitals. *Journal of Public Health Management and Practice*, 18(2), 175-180.
- Hart, S. L., & Quinn, R. E. (1993). Roles executives play: CEOs, behavioral complexity, and firm performance. *Human Relations*, 46(5), 543-574.
- Heavey, C., Fox, B. C., Simsek, Z., & Hambrick, D. C. (2015). Exuberance in the

- Corner Office: CEO Personality and the Rise and Fall of Irish Firms, 2005-2009. *Academy of Management*, p. 12403.
- Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S., & Kyläheiko, K. (2005). Entrepreneurial orientation, dynamic capabilities and international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 3(3), 223-243.
- Karahanna, E., & Preston, D. S. (2011). The effect of social capital of the relationship between the CIO and top management team on firm performance. *Journal of Management Information Systems*, 30(1), 15-56.
- Kemper J., Engelen A., Brettel M. (2011) "How top management's social capital fosters the Development of Specialized Marketing Capabilities: A Cross-Cultural comparison", *Journal of International Marketing*, 19, 1-52.
- Kovjanic, S., Schuh, S. C., & Jonas, K. (2013). Transformational leadership and performance: An experimental investigation of the mediating effects of basic needs satisfaction and work engagement. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 86(4), 543-555.
- Lavie, D. (2006). The competitive advantage of interconnected firms: An extension of the resource-based view. *Academy of Management Review*, 31(3), 638-658.
- Leonard-Barton, D. (1992). Management of technology and moose on tables. *Organization Science*, 3(4), 556-558.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Martinez, A. D., Russell, Z. A., Maher, L. P., Brandon-Lai, S. A., & Ferris, G. R. (2017). The Sociopolitical Implications of Firm Reputation: Firm Financial Reputation × Social Reputation Interaction on Firm Financial Performance. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 24(1), 55-64.
- O'Cass, A., & Viet Ngo, L. (2007). Market orientation versus innovative culture: two routes to superior brand performance. *European Journal of Marketing*, 41(7/8), 868-887.
- Paulraj, A., Lado, A. A., & Chen, I. J. (2008). Inter-organizational communication as a relational competency: Antecedents and performance outcomes in collaborative buyer-supplier relationships. *Journal of Operations Management*, 26(1), 45-64.
- Petrenko, O. V., Aime, F., Ridge, J., & Hill, A. (2016). Corporate social responsibility or CEO narcissism? CSR motivations and organizational performance. *Strategic Management Journal*, 37(2), 262-279.
- Pezeshkan, A., Fainshmidt, S., Nair, A., Frazier, M. L., & Markowski, E. (2016). An empirical assessment of the dynamic capabilities-performance relationship. *Journal of Business Research*, 69(8), 2950-2956.
- Pinho, J. C. (2014). 2 Dynamic capabilities and international performance of SMEs:

- the interaction effect of relational social capital. *Research Handbook on Export Marketing*, 45.
- Resick, C. J., Whitman, D. S., Weingarden, S. M., & Hiller, N. J. (2009). The bright-side and the dark-side of CEO personality: Examining core self-evaluations, narcissism, transformational leadership, and strategic influence. *Journal of Applied Psychology*, 94(6), 1365–1381.
- Rosenthal, S. A., & Pittinsky, T. L. (2006). Narcissistic leadership. *Leadership Quarterly*, 17, 617–633.
- Santella, R. (2013). The Impact of Core Self Evaluation on Entrepreneurial Transition and Financing (Doctoral dissertation, LUISS Guido Carli).
- Schenkel, A., & Teigland, R. (2017). Why doesn't downsizing deliver? A multi-level model integrating downsizing, social capital, dynamic capabilities, and firm performance. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(7), 1065-1107.
- Solakivi, T., Töyli, J., & Ojala, L. (2015). Supply chain collaboration and firm performance in manufacturing. *International Journal of Integrated Supply Management*, 9(4), 343-366.
- Tang, J., Crossan, M., & Rowe, W. G. (2011). Dominant CEO, deviant strategy, and extreme performance: The moderating role of a powerful board. *Journal of Management Studies*, 48(7), 1479-1503.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- von den Driesch, T., da Costa, M. E. S., Flatten, T. C., & Brettel, M. (2015). How CEO experience, personality, and network affect firms' dynamic capabilities. *European Management Journal*, 33(4), 245–256.
- Wales, W. J., Patel, P. C., & Lumpkin, G. T. (2013). In pursuit of greatness: CEO narcissism, entrepreneurial orientation, and firm performance variance. *Journal of Management Studies*, 50(6), 1041-1069.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71–91.
- Wilden, R., Gudergan, S. P., Nielsen, B. B., & Lings, I. (2013). Dynamic capabilities and performance: strategy, structure and environment. *Long Range Planning*, 46(1), 72-96.
- Xiao, L. (2007). The impact of dynamic IT capability and organizational culture on firm performance. doctoral dissertation. The George Washington University.
- Yang, K., Zhu, J., & Santoro, M. D. (2016). Inter-Firm Managerial Social Ties and Strategic Alliances Formation: A Multiplexity Perspective. papers.ssrn.com.

A study on effect of personal traits and social capitals of Stock Exchange Brokerages CEOs on their firms' performance

Esmail Shah Tahmasbi

Sepideh Hajizadeh

Abstract

The purpose of this study is to assess the effects of personality traits (narcissism and core self-evaluation) as well as, internal and external social capital of Tehran Stock Exchange brokerage CEOs on the performance of their firms. Entrepreneurial orientation, transformational leadership and reputation variables mediate this relationship. This survey was conducted on 53 CEOs of the brokerages using a questionnaire composed of 10 main criteria, 20 sub-criteria and 92 items (questions). The results confirmed fourteen out of seventeen hypotheses. The relationship of narcissism, core self-evaluation, and internal and external social capital of CEOs via the mediating variables was confirmed. Also the moderating role of board power, environmental dynamism, CEOs tenure and firm age was verified. The resulted model revealed that half of firm performance can be indirectly effected by core self- evaluation, narcissism and external social capital.

Keywords: Performance of Stock Exchange Brokerages, core self-evaluation, narcissism, social