

# Designing the Model of Organizational Narcissism in the National Iranian Oil Products Distribution Company

Saeed Jafari Nia<sup>\*1</sup> \_ Hassan Rangriz<sup>2</sup> \_ Mehdi Kheirandish<sup>3</sup> \_ Gholamreza Shakeri Navaei<sup>4</sup>

## Abstract:

Today, the optimal performance of organizations has a fundamental role in national development, so identifying organizational narcissism, and preventing of turmoil and controlling it, is very important to achieve organizational goals. Accordingly, in the present study, an organizational narcissism model was designed with a qualitative approach and grounded theory method based on the Strauss & Corbin's model. Data were obtained from semi-structured interviews with 17 experts to reach theoretical saturation and distribution of questionnaires among 209 managers and experts of the National Iranian Petroleum Oil Products Distribution Company by purposive and random sampling. Using MAXQDA, SPSS and LISREL software, 77 Open Cod, 22 Axial Cod and 11 Selective Cod were extracted. The results of the research on causal factors, context, intervener, core phenomenon, strategies and consequences were presented with the focus on organizational narcissism in the form of the model.

**Keywords:** narcissismNarcissism, Organizational narcissism, National Iranian Oil Products Distribution Company.

- 
1. Assistant Professor of Faculty of Management of Kharazmi University, Tehran, Iran, (Author), (Shamsj58@khu.ac.ir)
  2. Associate Professor of Faculty of Management of Kharazmi University, Tehran, Iran(rangriz@khu.ac.ir)
  3. Associate Professor of Faculty of Management of Shahid Sattari University, Tehran, Iran (dr.me.kh@gmail.com)
  4. PhD Student in Management, Behavioral Orientation, Kharazmi University, Tehran, Iran (Shakeri56@gmail.com)

## طراحی مدل خودشیفتگی سازمانی در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران

سعید جعفری‌نیا<sup>۱\*</sup> – حسن رنگریز<sup>۲</sup> – مهدی خیراندیش<sup>۳</sup> – غلامرضا شاکری نوائی<sup>۴</sup>

### چکیده

امروزه عملکرد بهینه سازمان‌ها نقش اساسی در توسعه ملی دارد، لذا شناسایی خودشیفتگی سازمانی و پیشگیری از آشفتگی و کنترل آن جهت نیل به اهداف سازمانی بسیار مهم است. بر این اساس در تحقیق حاضر با رویکردی کیفی و روش داده‌بنیاد بر مبنای مدل استراوس و کوربین، مدل خودشیفتگی سازمانی طراحی گردید. داده‌ها از مصاحبه نیمه نیمه‌ساختاری‌یافته با ۱۷ خبره تا رسیدن به اشباع نظری و توزیع پرسشنامه بین ۲۰۹ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران با روش نمونه‌گیری هدفمند و تصادفی به دست آمد. با استفاده از نرم‌افزارهای maxqda، spss و لیزرل ۷۷ کد باز، ۲۲ کد محوری و ۱۱ کد انتخابی استخراج شدند و نتیجه پژوهش در خصوص عوامل علی، مداخله‌گر، زمینه‌ساز، مقوله‌محوری، راهبردها و پیامدها، با محوریت «خودشیفتگی سازمانی» در قالب مدل ارائه گردید.

**واژگان کلیدی:** خودشیفتگی، خودشیفتگی سازمانی، شرکت پخش فرآورده فرآورده‌های نفتی ایران

۱. استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول): (Shamsj58@khu.ac.ir)

۲. دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. (rangriz@khu.ac.ir)

۳. دانشیار دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید ستاری، تهران، ایران. (dr.me.kh@gmail.com)

۴. دانشجوی دکتری مدیریت، گرایش رفتاری دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. (Shakeri56@gmail.com)

## مقدمه

شخصیت خودشیفتنه، با نشانه‌های احساس خودبزرگ‌بینی، تخیلات موفقیت، قدرت، و اعتقاد به اینکه فردی استثنایی و خاص است، احساس همه‌توانی، استثمارگر بودن در روابط بین‌فردي، و نیاز به تمجید افراطی مشخص می‌شود (Fukushima et al Hosoe, 2011). خودشیفتگی دارای سه سطح فردی، گروهی و سازمانی می‌باشد است (قلی‌پور و همکاران، خنیفر و فاخری، ۱۳۷۸). در سطح فردی، فرد خودشیفتنه در مورد توانایی‌ها و استعدادهای خود اغراق و بزرگنمایی می‌کند. هرچه نگرش فرد نسبت به خود مثبت‌تر باشد، احتمال اینکه فرد از حداکثر توانایی‌های خود برای انجام وظایف و مسئولیت‌های محوله استفاده کند، بیشتر خواهد بود (مهرداد و همکاران، ادبی و صفاری، ۱۳۹۷). در سطح گروهی، گروه در مورد ارزش‌های اغراق می‌کند و با نمادهای خاص، تأکید بر بی‌همتا بودن‌شان بودنشان دارند. و در سطح سازمانی که موضوع مورد بحث این تحقیق می‌باشد است، سازمان ادعای منحصر به فرد بودن دارد، یعنی میزانی که شرکت خیالاتی از موفقیت و بزرگی دارد. ناسیونالیسم سازمانی افراطی یعنی نمایاندن سازمان برخلاف ماهیت واقعی آن و زمانی رخ می‌دهد که این شیوه‌ها منجر به تصاویری از سازمان شوند که با ماهیت واقعی سازمان سازگار نیستند (Crevani et al. Hallin, 2017).

بر اساس نظر اندیشمندان و محققان این حوزه، انواع مختلفی از خودشیفتگی مطرح شده است که در ادامه، به تعاریف و طبقه‌بندی آنها خواهیم پرداخت. ۱- خودشیفتگی آشکار و پنهان: خودشیفتگی پنهان با زودرنجی و کناره‌گیری از دیگران و خودشیفتگی آشکار با بروز گرابی، اعتماد به نفس و پرخاشگری همراه است (Grijalva, Harms, Newman, Gaddis, Fraley et al., 2015). ۲- خودشیفتگی سازگارانه و ناسازگارانه: در خودشیفتگی سازگارانه فرد با یک حس منسجم و قوی از خود زمینه رشد بهینه در زندگی را فراهم نموده و فقدان چنین حسی می‌تواند زمینه ساز آسیب‌های روانی و اجتماعی باشد. (سنت‌کلر، ترجمۀ طهماسب، ۱۳۹۶). خودشیفتگی سازگارانه سازگارانه به سازگاری اجتماعی فرد و ایجاد ارتباط با محیط اشاره دارد و در خودشیفتگی ناسازگارانه فرد قادر نیست خود را با محیط اجتماعی یا خانوادگی به به‌گونه‌ای مناسب، هماهنگ یا سازگار کند. ۳- خودشیفتگی عالی و خودشیفتگی آسیب‌بذری: خودشیفتگی آسیب‌بذری توصیف‌کننده افرادی با رفتار خصم‌مانه و بسیار عصبی، عزت‌نفس کم و دارای افسردگی و اضطراب می‌باشد. (Miller. & Reidy, 2011). خودشیفتگی یک ویژگی فطری - شخصیتی و بنیادی انسان است که می‌تواند بر اساس نوع زمینه‌های ژنتیک افراد، تربیت خانوادگی، شرایط رشد و شرایط اجتماعی و محیطی تشدید شود‌گردد، به‌نحوی که بر سایر ویژگی‌های شخصیتی غالب شود. (سلیمانیان، ۱۳۹۲). در مبحث خودشیفتگی هنوز جای نوآوری و بلوغ وجود داشته و خودشیفتگی مدیر همچنان توجه دانشمندان و دست دست‌اندرکاران را به خود جلب می‌کند. خودشیفتگی ذاتاً خوب یا بد

نیست، اما خودشیفتگی کنترل نشده می‌تواند آسیب بزرگی به بار آورد. بنابراین برای جلوگیری از تبعات منفی و احتمالی خودشیفتگی مدیر، باید کنترل‌های لازم را جهت کاهش خودشیفتگی معمول اعمال نمود(Cragun, Olsen, & Wright, 2020).

به نظر می‌رسد نارسیسم زندگی همه را لمس می‌کند. داستان‌های دراماتیک زیادی از بحران شرکت‌ها در روزنامه‌ها و مجلات در سراسر جهان وجود دارد؛ عقیده بعضی محققان این است که رفتارهای اخلاقی و غیرناسیونالیستی، برای مدیریت سازمان اهمیت زیادی داشته و سازمان آسیب‌آسیب‌دیده، از خودشیفتگی رنج می‌برد (Crevani, & Hallin, 2017).

وودشیفتگی در سمت‌های رهبری توجه همه را به خود جلب کرده است (Harms, Spain, & Han, 2011) و به طور معمول در سمت‌های بالای سازمان یافت می‌شود (nah et al., 2011). خودشیفتگی در مدیران می‌تواند در زمینه‌هایی چون انتخاب مدیران، راهبرد، ساختار و کارمندیابی مؤثر باشد. خودشیفتگی، مدیران را درجهت اجرای اقداماتی سوق می‌دهد که از عرف سر باز زند و دنبال توجه و ستایش باشند و این اقدامات در نهایت، عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار خواهد داد (Chatterjee, & Hambrick, 2007).

مدیران خودشیفتنه نسبت به دیگران خودترفعی بیشتری داشته و به بهمنظور حفظ موقعیت رهبری، مهارت‌هایشان را در فریب و تهدید به کار می‌گیرند (Rosenthal, & Pittinsky, 2006). آنها در آغاز رابطه شخصی، به خوبی اثرگذارند (Vogel, 2006) و چهره خوشایندی را به منظور جذب افراد جدید از خود نشان می‌دهند (Kets, & Balazs, 2004).

ک عنصر کلیدی در موفقیت سازمان است (Grijalva, Harms, Newman, Gad, dis & Fraley, 2015) و در عملکرد سازمان نقش مهمی بازی می‌کند. بعضی از مطالعات رابطه‌ی مثبتی را بین این دو متغیر نشان دادند و بعضی دیگر، رابطه‌ای منفی را نشان دادند. بعضی مطالعات هم نشان دادند که هیچ رابطه‌ای بین این دو متغیر وجود ندارد (Judge, Piccolo, & Kosalka, 2006). با توجه به اهمیت ذی‌نفعان در خودشیفتگی سازمانی، رهبرانی موفق هستند که بتوانند با دید دورنگر و کلان‌نگر در شرایط متغیر و مبهم محیطی، بهترین تصمیم‌گیری را در مناسب‌ترین زمان عملی نموده، و با خلاقیت، مشارکت ذی‌نفعان را جلب و مسائل بالقوه را شناسایی و به سمت نتایج مطلوب جهت‌دهی نمایند و اهمیت و تأکید زیادی بر منافع عمومی و مشترک ذی‌نفعان داشته باشند (صنعتی گر و همکاران، ۱۳۹۵).

سازمان خودشیفتنه فکر می‌کند مستحق و برتر است، دست به انکار، توجیه و خود بزرگنمائی می‌زند و برای جلب توجه رفتارهای افراطی نشان می‌دهد. خودشیفتگی سازمانی دو گونه است؛ سازمان خودشیفتنه با اعتماد به نفس بالا با حس ارزشمند بودن که سازمان را نسبت به ضعف‌هایش نابینا می‌کند. سازمان با خودشیفتگی پایین، که حس عمیق ناتوانی را نهادینه کرده و به نقاط قوت

خود نایبینا می‌شود. در بین خودشیفتگی‌های افراطی، سازمان می‌تواند به واقعیت مبنی بر نهادینه کردن یک حس سالم ارزشی و مفید دست یابد (Duchon & Burns, 2008). خودشیفتگی می‌تواند مفید باشد و ممکن است مخرب باشد که بستگی به شدت ابراز دارد. لذا رفتار خودشیفتگی سازمان اگر افراطی نباشد، می‌تواند به تبلیغ نشان تجاری (برند) و موفقیت سازمان کمک کند. محققان بر این باورند غروری که شکل متکبرانه به خود می‌گیرد از نظر تئوریک با خودشیفتگی در ارتباط است و منجر به خشونت، خصومت و رفتارهای ناسازگارانه متععددی خواهد شد. (صفری و همکاران, ۱۳۹۶). فاصله بین شرکت و مصرف‌کنندگان نهایی آن به میزانی است که شرکت‌های مدرن با ابزار رفتاری، نگرشی و مالی، خودشان را از تجارت بد روزانه و قضاوت‌های ناخوشایند مصرف‌کنندگان نهایی ایزوله مجزا کرده که این امر خودشیفتگی سازمانی را در پی داشته و منجر به فاصله بین تولیدکننده با مصرف‌کننده و ارباب رجوع می‌شود (Shoshana, 2004).

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران با گستره جغرافیایی وسیع، تعاملات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی زیادی دارد که رفتار آن در تأمین پایدار فرآورده‌های نفتی و امنیت روانی آن مهم می‌باشد است. اقدامات این شرکت عکس العمل‌های اساسی در جامعه در پی دارد که در صورت بی‌تدبیری می‌تواند به بحران‌های اساسی تبدیل شود. لذا چگونگی معرفی شرکت و توانمندی آن مهم است. صورت خودشیفتگی پایین، حس ناتوانی و بی‌اعتمادی در جامعه نسبت به شرکت، نهادینه شده و وجهه شرکت با توانمندی‌های آن تناسبی نخواهد داشت و در چنین شرایطی، در زمان بحران، جامعه حاضر به پذیرش توانمندی و اخبار واقعی اعلام شده از سوی شرکت نمی‌باشد و مشکلی کوچک به بحرانی ملی تبدیل می‌گردد. شرکت باید مراقبت کند تا ناسیونالیسم سازمانی افراطی در شرکت شکل نگیرد، چرا که اعتماد به نفس کاذب و احساس ارزشمند بودن، شرکت را نسبت به ضعف‌هایش نایبینا می‌کند و بوروکراسی و فرآیندها و دستورالعمل‌های زیادی برای توزیع فرآورده‌های نفتی وضع می‌نماید که زیاد شدن فاصله شرکت با مصرف‌کنندگان نهایی را در پی خواهد داشت.

مفهوم خودشیفتگی از طریق توجه به فرآیندهایی که سازمان‌ها را به عنوان سازمان‌های قابل تحسین و مشروع معرفی می‌کند، می‌تواند برای سازمان‌هایی که هنوز بحرانی بزرگ را تجربه نکرده‌اند، مفید باشد. بحران‌های عمدۀ به خودشیفتگی سازمانی مربوط می‌شود. به عنوان مثال، ورشکستگی سال ۲۰۰۱ شرکت انرون و فروپاشی شرکت حسابرسی آن، آرتور اندرسون، به رفتار «فارسیستی» نسبت داده شده است (Crevani & Hallin, 2017).

یک سازمان با خودشیفتگی شدید، موقعیت خود را در بازار از دست می‌دهد. ورشکستگی شرکت انرون (Enron) تبدیل به یک داستان پنداموز در تجارت شده و نشان می‌دهد که حتی یک شرکت قادر تمند می‌تواند به سرعت سقوط کند. نارسیسم شدید و اعتماد به نفس کاذب دویک ویزگی اصلی و پایدار در انرون بود. خودشیفتگی‌های غیر واقع‌بینانه، نهایتاً روی آوردن شرکت به شیوه‌های

غیراخلاقی و غیرقانونی را بدنیال داشت. در نقطه مقابل، شرکت برادران سالومون، نمونه‌ای از شرکت با خودشیفتگی کم است. سازمان با خودشیفتگی کم، خود را دست کم گرفته و احساس بی‌ارزشی می‌کند (Duchon & Burns, 2008).

با عنایت به مطالعات صورت پذیرفته، پیشینه تحقیق در قالب جدول شماره ۱ ارائه شده است. تجزیه و تحلیل ما از سازمان نارسیستی می‌تواند به شناخت راههایی جهت ایجاد یک سازمان یکپارچه و مدعی با نام تجاری، فرهنگ سازمانی و هویت سازمانی قوی کمک کند. امروزه سازمان‌ها نیاز شدیدی به معرفی خود به عنوان سازمان موفق دارند. اقدامات مالی نارسیستی در بخش بانکی به بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸ منجر شد (Visser, 2017). شرکتی که دارای هویت برتری نباشد، احتمالاً رفتاری خودشیفتگی دارد پیش گرفته و در عین محرومیت و تنگدستی، ظاهر به خودکفایی، موفقیت نامحدود و رفتارهای متکبرانه می‌کند. مسئله این است که این کارهای نارسیستی چگونه و چه زمانی درون یک سازمان یکپارچه شده و خودشیفتگی را شکل می‌دهند؟ آیا خودشیفتگی در حفظ و بقای سازمان، نقش دارد؟ تبعات بلندمدت و کوتاه‌مدت رفتارهای اخلاقی و غیراخلاقی ناسیونالیستی سازمانی چیست؟ مطالعات اندکی خودشیفتگی سازمانی را بررسی نموده است. و این مفهوم همچنان در حال تکامل است بوده و تاکنون و یک تصویری جامع از آن ارائه نشده است. لذا در پی فهم چگونگی اعمال ویژگی‌های خودشیفتگی سازمانی هستیم.

دولت با چالش‌های اساسی در زمینه مالی و انرژی روبروست و شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای دولتی، نقش مهمی در ایجاد امنیت پایدار در امور مالی و انرژی دارد. در چنین شرایطی برای در امان بودن از مشکلاتی که بی‌توجهی به مسائل سازمانی برای بسیاری از شرکت‌های مشابه به وجود آورده است، می‌بایست لازم است زمینه ایجاد این مشکلات از قبیل خودشیفتگی سازمان را، شناسایی گردد.

با شناخت شیوه‌های اعمال خودشیفتگی و کارکردها و تنش‌های آن، می‌توان دانش و بینش جدیدی را برای نسل‌های آینده به ارمغان آورد و بخشی از نارسائی‌ها موجود در این زمینه را مرتفع نموده، سلامتی کارکنان و سازمان را توسعه داد، که این شناخت مستلزم پاسخ به سؤالات ذیل زیر می‌باشد:

- ◀ عوامل علی‌شکل‌گیری خودشیفتگی سازمانی در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران کدامند؟
- ◀ عوامل علی‌زمینه‌ساز خودشیفتگی سازمانی در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران کدامند؟
- ◀ عوامل مداخله‌گر خودشیفتگی سازمانی در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران کدامند؟
- ◀ پدیده‌های محوری خودشیفتگی سازمانی در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران کدامند؟
- ◀ راهبردهای خودشیفتگی سازمانی در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران کدامند؟

**جدول ۱**  
**تحقیقات صورت پذیرفته در خصوص خودشیفتگی سازمانی (تنظیم از پژوهشگران)**

نویسنده(گان)	روش تحقیق	ابعاد / مؤلفه‌ها	نتیجه
Duchon et al.& Burns, (2008)	توصیفی	انکار، خودکفایی، تشویش	کم تمايز هویت به مزیت رقابتی سازمان، سازمان‌های خودشیفتگه با تبلیغ مطلوبیت، رویداد بد را نادیده می‌گیرند. عزت‌نفس افراطی به خودخواهی ناخوشایند تبدیل می‌شود.
Mathieu et al. & St-Jean, (2013)	میدانی تجزیه و تحلیل رگرسیون سلسه‌سلسله‌مراتبی	خودشیفتگی، هدف از شروع کسب و کار، خودکارآمدی عمومی، اختلال ریسک، منع کنترل	خودشیفتگی بیشتر دانشجویان کارآفرین، همراهی تاریخی سازمان با نیت تجاری، همراهی تاریخی سازمان با ظهور رهبر اما نه با اثربخشی رهبر، همراهی تاریخی سازمان با شروع کسب و کار موقوفیت بلندمدت آن را تضمین نمی‌کند. قوی فاقد قابلیت رسکوب‌پذیری شاید هرگز یک کسب و کار را شروع نکند.
Duchon et al.& Drake, (2009)	توصیفی	هویت	هویت سازمانی مشابه شخصیت فرد تعیین می‌کند آیا شرکت در تصمیم‌گیری، اخلاقی عمل خواهد کرد یا خیر «سازمان‌ها میتوانند هویت‌های تواریخ‌گیران را به کل گیرند که رفتارهای غیرمعمول تولید می‌کنند».
Hamedoglu et al. & Potas, (2012)	همیستگی و تحلیل عاملی شناخت و نمایشگر	بزرگنمایی، خودخواهی و غرور، رهبری و اقتدار، بی‌پیش‌بینی	اندازه اندازه‌گیری خودشیفتگی سازمانی برای شرکت‌ها بسیار مهم است.
خراعی (۱۳۸۸)	مصالحه نیمه نیمه‌ساختاریافته، تحلیل محظوظ	انکار، خودبزرگ‌بینی، توطنه توطنچینی، اضطراب، اثر منسانی، خوبی‌رسانی استادی	صرف‌نیت منفی خودشیفتگی مورد بررسی قرار گرفته است.
(صفری و همکاران, ۱۳۹۶)	توصیفی همیستگی	رفتار شمارکنی، واسطگی روانشناختی، غرور، رفتار انج原因之一 خودشیفتگی سازمانی	ارتباط غرور سازمانی به ترتیب با رفتار مشارکتی، واسطگی روانشناختی، تمهد در ارائه خدمات، خودشیفتگی سازمانی و رفتار انج原因之一.
Crevani & Hallin, (2017)	توصیفی - میدانی وضع خودکفایی، وضع خودبینی، ایجاد احساس حقایقی، انتباق در شرکت کلینیج و دلواهی	تکذیب کردن، وضع عقلالیعقلایی، متوجه موقو و استثنایی استثنایی باشد و شووهایی که از طریق آن خودشیفتگی اعمال می‌شود.	اشارة به کار مورد نیاز برای اینکه سازمان منحصر به فرد و بالاتر از حد متوسط، موقو و استثنایی استثنایی باشد و شووهایی که از طریق آن خودشیفتگی اعمال می‌شود.
Dollman, (2013)	توصیفی	عقلانیت، خودمحوریت، انکار، اتخاذ استراتژی‌های کوتاه‌مدت	نواخ بر هویت یک سازمان و رفتار آن تأثیر تأثیر می‌گذارد. خودشیفتگی؛
Kashmiri (2017)	همیستگی	پرخاشگری راقیتی، مشتری مداری، نوآوری، بحراهنای اسیب‌رسان به محصول نیز روبرو شوند.	شرکت‌هایی با مدیران اعمال خودشیفتگه نزخ بالاتر از معروف محصولات جدید و سهم بیشتری از نوآوری‌های بنیادی را در سید محصولات جدید خود به نمایش می‌گذارند، اما با بحراهنای آسیب‌رسان به محصول نیز روبرو شوند.
Braun (2018)	میدانی و تجربی	رفتار داوطلبانه کار، خودشیفتگی رهبر، حسادت بدخواهانه و رفتارهای غیرمولود	خودشیفتگی رهبر احساسات منفی (به عنوان مثال، حسادت بدخواهانه) و ضد تویید کارکنان را به وجود می‌آورد.
Berghaus (2020)	همیستگی	کارفرمای معتبر تضمیم‌گیری مخرب	ارجحیت کارفرمای معتبر از بعد روانشناختی می‌تواند اعتماد به نفس بیش از حد را تسهیل کند.
Chatterjee et al. & Hambrick, (2007)	مطالعه تجربی	برجسته برجهسته‌سازی مدیر در گزارش‌ها و مطبوعات، استفاده مدیران از پسمایر اول شخص، جبران پرداخت شده به مدیر خودشیفتگه اجرای‌بارایی	خودشیفتگی در مدیران اجرایی با پیوایی استراتژیک و همچنین میزان دستاوردها، تغییرات شدید و کارکنی کارایی سازمان را بطور مشتبی می‌داند. جسورانه کارفرمایان خودشیفتگه شکست‌های بزرگی در بی دارد، اما اکنون این شرکت‌ها بهتر یا بدتر از بسیگاههایی با مدیران غیر خودشیفتگه نیست.
(Braun, 2017)	توصیفی	خودشیفتگی به عنوان یک ویژگی شخصیتی	خودشیفتگی دارای سه سطح است: در روابط رهبر و پیرو - در سطح تیم، در سطح سازمانی
Amernic & Craig, 2010	توصیفی	حسابداری مالی، رفتار غیراخلاقی	همراهی حسابداری مالی با تاریخی شدید، احتمالاً رفتار غیر اخلاقی در شرکت‌ها را در بی دارد.
(Bearnes, et al)	همیستگی	شخصیت خودشیفتگه، همدلی، رفتار غیر اخلاقی	شخصیت خودشیفتگه، رفتار غیر اخلاقی در میان دانش امنی اموران کسب و کار است. تمايز دانشجویان رشته‌های مالی به خودشیفتگی بیشتر از سایر دانشجویان

## ◀ پیامدهای خودشیفتگی سازمانی در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران کدامند؟

### روش‌شناسی

رویکرد تحقیق حاضر کیفی و از نوع توصیفی پیمایشی می‌باشد که از نظر هدف تحقیق از نوع توسعه‌ای و از نظر زمانی، مقطعی است. ابتدا با استفاده از روش کتابخانه‌ای و همچنین تحقیقات مشابه، ادبیات خودشیفتگی، خودشیفتگی مدیران، خودشیفتگی سازمانی، تئوری‌ها و ... استخراج شد. سپس از روش گراند تئوری متوالی سیستماتیک استراوس و کوربین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد تا نظریه تکوین یافتد. طی مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان (با طرح سوالاتی در مورد شناسایی عوامل علی شکل‌گیری، عوامل علی زمینه‌ساز، عوامل مداخله‌گر، پدیده‌های محوری، راهبردهای سازمانی و پیامدهای خودشیفتگی سازمانی صورت پذیرفت) شروع به جمع‌آوری داده‌ها شد و طی سه گام کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی عوامل فوق شناسایی گردید. در فاز کمی نیز با کمک پرسشنامه منتج از یافته‌های بخش کیفی، اعتبار عوامل شناسایی شده مورد آزمون قرار گرفت.

جامعه آماری تحقیق، مدیران و کارشناسان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران بود که دارای شناخت کافی از شرکت بودند. در فاز کیفی، ۱۳۲ نفر از شاغلین سمت‌های با پایه سازمانی B و بالاتر و در فاز کمی، ۲۹۶ نفر شاغلین سمت‌های با پایه سازمانی A پایین‌تر موردنظر بودند. در فاز کیفی و روش داده‌بنیاد از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. از آنجا آنچه که تعداد نمونه در این فاز از پیش قابل تشخیص نبود، فرایند مصاحبه با خبرگان تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. از مصاحبه دوازدهم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده گردید و از مصاحبه شانزدهم به بعد، داده‌ها کاملاً تکراری و موضوع به اشباع نظری رسید؛ اما برای اطمینان تا مصاحبه هفدهم ادامه یافت.

در فاز کمی از نظر بسیاری از پژوهشگران، حجم نمونه ۲۰۰ نفره در تحلیل عاملی کافی می‌باشد (Kline, 2006, 2010). آنچه که روش‌شناسی مدل‌یابی معادلات ساختاری، تا حدود زیادی با برخی از جنبه‌های رگرسیون چندمتغیره شباهت دارد، می‌توان از اصول تعیین حجم نمونه در تحلیل رگرسیون چندمتغیره برای تعیین حجم نمونه در مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده نمود. پس در روش‌شناسی مدل‌یابی معادلات ساختاری  $5q \leq n \leq 15q$  در نظر گرفته می‌شود که در آن،  $q$  تعداد گویه‌های پرسشنامه و  $n$  حجم نمونه است (همون، ۱۳۸۴). بنابراین از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد و با توجه به ۲۲ گویه و ۶ متغیر مکنون، تعداد نمونه ۲۰۹ نفر از بین ۲۹۶ نفر از شاغلین سمت‌های سازمانی A و پایین‌تر تعیین گردید.

یافته‌های حاصل در بخش کیفی به گروه نمونه ارائه شد و دیدگاه‌های آنها در خصوص این

یافته‌ها اعمال گردید. نتایج به دست آمده توسط اساتید، مورد مطالعه و بازبینی قرار گرفت و موارد اصلاحی موردنظر آنها اعمال شد تا روایی این یافته‌ها تضمین گردد.

پایایی با روش‌های مطالعه فرآیند، پایایی بین دو کدگذار و ۱۰ شاخص مقبولیت استراوس و کوربین بررسی شد. یافته‌ها زمانی پایا هستند که محقق دیگر بتواند مسیر تصمیم به کار رفته توسط محقق در طول مصاحبه را با روشنی و بهوضوح پیگیری کند و سازگاری مطالعه را نشان دهد. ، مسیر تصمیمات را به صاحبظران نشان داده و تأییدیه گام‌های تحقیق را از آنها دریافت شده کرده تا پایایی داده‌ها تضمین گردد. نتیجه بررسی پایایی بین دو کدگذار در جدول شماره (۲) آمده است. از آنجائیکه آنجایی که طبق استاندارد موجود، پایایی بالای ۰/۶ مورد پذیرش است (Kvale, 1996)، پایایی نتایج در این تحقیق نیز پذیرفته شد.

$$\frac{\text{تعداد توافقات}^2}{\text{تعداد کل کدها}} * \%100 = \text{درصد توافق درون موضوعی}$$

برای ارزشیابی پژوهش‌های مبتنی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیان، به جای معیارهای روایی و پایایی، می‌توان ده معیار مقبولیت شامل: تناسب، کاربردی بودن یافته‌ها، مفاهیم، زمینه مفاهیم، منطق، عمق، انحراف، بداعت، حساسیت، و استناد به یادنوشته‌ها را استفاده نمود (استراوس و کوربینو همکاران، ۱۳۹۰، ترجمه محمدی)، که پژوهش حاضر تمامی معیارها را دارا می‌باشد. برای مثال، به بهمنظور بررسی معیار تناسب، یافته‌های پژوهش پس از ارزیابی و پالایش توسط دو نفر از متخصصان حوزه مدیریت بررسی شد و به تأیید رسید. از نظر معیار کاربردی بودن، یافته‌های تحقیق در خصوص شناخت خودشیفتگی سازمانی می‌تواند در زمینه اتخاذ سیاست‌های متمایز و مجازی مدیریت منابع انسانی، و رفتار سازمانی مفید باشد. در زمینه مفاهیم، یافته‌های پژوهش برخاسته از تجارب و رویدادهای مربوط به خودشیفتگی بوده و مفاهیم پدیدار شده از آن نیز مبتنی بر سازمان است. برای تحقق معیار منطق در فرآیند روایت‌گری خودشیفتگی سازمانی، تلاش شد تا روایت موردنظر از آهنگ منظم و یکپارچه و توالی مناسب برخوردار باشد. همچنین، تلاش شد

**جدول ۲**  
نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار

ردیف	مساحبه شونده	تعداد کل داده‌ها	تعداد عدم توافقات	پایایی باز آزمون (درصد)		
%۸۰	۴	۸	۲۰	P1	۱	
%۷۹	۸	۱۵	۳۸	P10	۲	
%۸۹	۴	۱۶	۳۶	P11	۳	

منبع: یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق در فرایند روایت ضریبی پدیدار شده به طور مبسوط، همراه با مشخصات و بعد ارائه شوند. در عین حال، یافته‌های غیرهمسو با خودشیفتگی سازمانی از مدل حذف شد. برای اطمینان از برداشت‌های محقق، تلاش شد تا در بخش‌های مختلف فرایند روایت‌گری خودشیفتگی سازمانی، بر حسب لزوم به یادنوشته‌های مستخرج از داده‌ها استناد شود.

در بخش کمی، اعتبار سازه‌ی پرسشنامه به کمک تحلیل عاملی اکتشافی تعیین شد و پایایی پرسشنامه با آزمون آلفای کرونباخ  $\alpha = 0.89$  محاسبه شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه مدل نهایی، از روش تحلیل استراوس و کوربین و نرم‌افزارهای SPSS، MAXQDA و لیزرل استفاده شد.

### یافته‌ها

جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها همزمان صورت گرفت. بعد از هر مصاحبه و قبل از اقدام به مصاحبه بعدی، داده‌ها کدگذاری شدند تا نکات مبهم را بیشتر بررسی نماید. سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی بر روی داده‌ها انجام شد. از بازنگری شرکت‌کنندگان برای تأیید صحت داده‌ها و کدها استفاده شد. نظرسنجی میان خبرگان درخصوص نتایج حاصل از مصاحبه‌های عمیق در مرحله کیفی در قالب یک مدل و پرسشنامه اولیه و با استفاده از نرم‌افزار اس‌پی‌اس اس و آزمون کنداول اجرا و ارزیابی شده و عواملی که در نظر خبرگان دارای اهمیت کمتر از  $5\%$  بودند، حذف شدند. و در طی سه مرحله، زیرفاكتورها از ۷۷ زیرفاكتور به ۸۳ زیرفاكتور کاهش یافت که در جدول شماره ۳ نتایج ارائه گردیده است.

در ادامه و به منظور تأیید مدل نهایی، پرسشنامه‌ای برای ۲۲ کد محوری استخراج شده به همراه عوامل انتخابی مربوطه تهیه شد و در اختیار ۲۰۹ نفر از کارکنان شرکت قرار گرفت تا بار عاملی هر یک از عوامل به دست آمده در حالت استاندارد و معنی‌داری توسط آزمون تحلیل عاملی مرتبه دوم مشخص شود. بار عاملی بین  $0.06$  و  $0.03$  قابل قبول بوده و هرچه قدر اعداد مسیرها بیشتر از  $0.06$  و به ۱ نزدیک‌تر باشند، خیلی مطلوب تلقی شده و میزان خطای کمتر و مدل، قوی‌تر می‌باشد است. نمودار شکل شماره ۱ مدل را در حالت استاندارد نشان می‌دهد.

مدل مفهومی تحقیق در نمودار شکل شماره ۲ ارائه گردیده است.

### بحث و نتیجه‌گیری

عمدتاً خودشیفتگی سازمانی به عنوان «یک شخصیت گناهکار» توصیف می‌گردد. اما خودشیفتگی می‌تواند مفید بوده و رهبران خودشیفتگی می‌توانند اثرات مثبتی در سازمان داشته باشند (Prundeanu et al., 2019).

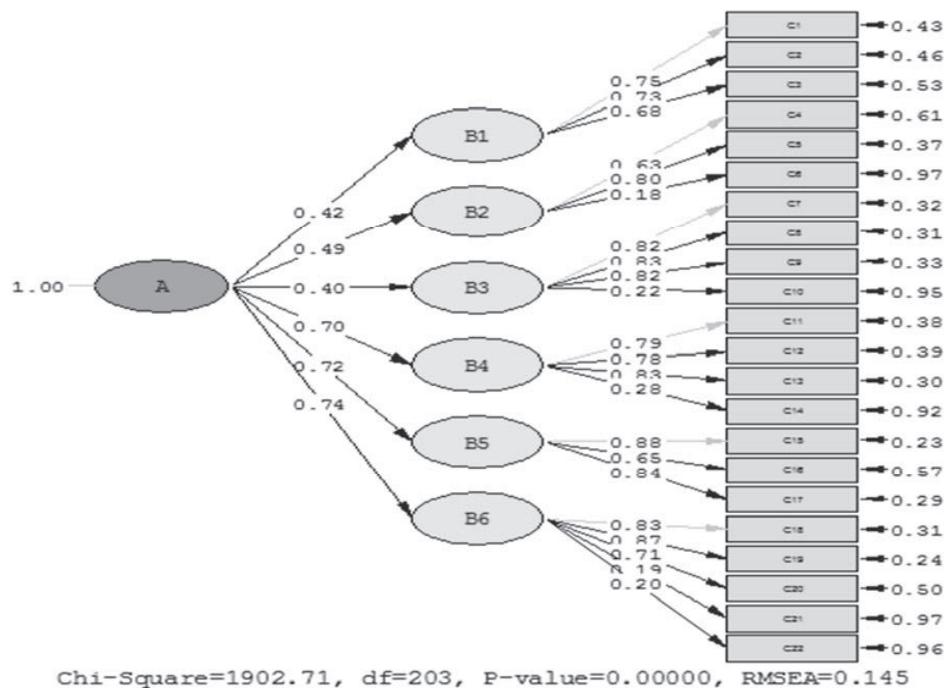
**جدول ۳**  
**کد نهایی، کد محوری و مقوله‌های استخراج شده**

کد	کد محوری	کد انتخابی	مقوله
ریسک ریسک‌پذیری	قابلیت‌های مدیر	مکانیزم‌های پرسنلی	شرایط علی شکل‌گیری
توانمندی‌های مدیران			
ناتوانی مدیران			
فقدان تجربه			
قدرت مدیریت			
عدم شایسته شایسته‌سالاری			
عمر کوتاه مدیریت‌ها			
انتسابات			
عدم معرفی شرکت			
تصور قدرت تام سازمانی			
رفتار غیرقابل پیش‌بینی مصرف	سیاست‌های به کارگیری نیروی انسانی	درک مشتری از شرکت	شناخت جامعه از رسالت شرکت
صرف کننده			
عدم پرورش مدیران			
تحصیلات	ویژگی‌های مدیران	شرایط پرسنلی	شرایط مداخله‌گر
منافع شخصی مدیران			
خصوصیات مدیر			
خودکامگی مدیران			
ریاست ریاست‌طلبی			
عدم صداقت مدیران‌مدیران			
غورو مدیران			
مدیران خودشیفته			
قدرت شرکت			
قدرت مالی	قدرت	ماهیت قدرت	شرایط مداخله‌گر
قدمت			
انحصار			
شرکت حاکمیتی	فقدان رقابت	استثمار و ذی‌نفعان	شرایط علی زمینه‌ساز
فقدان رقیت			
ذینفعاندی‌نفعان			
وابستگی و استثمار با مدیر بالایی	فرهنگ	مکانیزم‌های محیطی	شرایط علی زمینه‌ساز
هویت کارکنان			
فرهنگ شرکت			
محیط غیر قابل پیش‌بینی			
تحریمهای بین‌المللی			
ساختمار دولتی	دولتی بودن	مکانیزم‌های حکومت	شرایط علی زمینه‌ساز
عدم تناسب اختیار با مسولیت‌مشمولیت			
عدم استقلال			
فرآورده فراورده یارانه یارانه‌ای			
فرآیندهای فرایندهای غیرشفاف			
دولتی			
کوتاهی سایر سازمان‌ها			
وسعت خدمت خدمت‌رسانی			

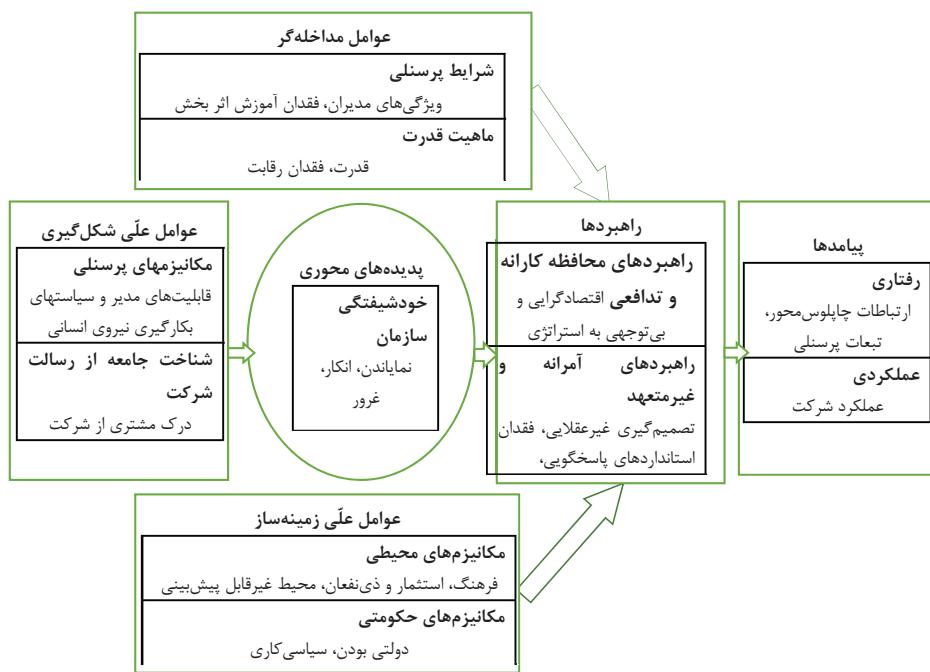
کد	کد محوری	کد انتخابی	مفهوم
رفتار سیاسی	سیاسی کاری	مکانیزم‌های حکومت	شرایط علی‌زمینه‌ساز
سیاست			
احساس حفاظت			
انتقاد ناپذیری	غور		
خدودخواهی سازمانی			
خدودگامگی سازمان			
تعصب			
انکار مشکلات	انکار		
انکار نقاط ضعف			
پنهان‌کاری			
بزرگنمایی			
ادعای توانمندی سازمان			
خدودبرتر خودبرترینی	نمایاندن		
برجسته سازی			
خدونمایی			
تجاری‌سازی			
خصوصی‌سازی	اقتصاد‌گرایی		
نظرارت چند چندلایه			
نگاه کوتاه‌مدت	بی‌توجهی به استراتژی	راهبردهای محافظه‌کارانه و تدافی	راهبردها و اقدامات
عقلانیت			
رفتار غیرمشارکتی	تصمیم‌گیری غیر عقلائی‌عقلایی		
عدم الزام به پاسخگویی			
فقدان سیستم ارزیابی	فقدان استانداردهای پاسخگویی	راهبردهای آمرانه و غیرمعهد	
افسرده شدن			
بی‌انگیزه شده پرسنل			
عدم توجه با به پرسنل			
عدم رضایت شغلی	تبعات پرسنلی		
فرسودگی شغلی			
تروس از شکست			
تملق‌گرایی			
چاپلوسی			
روابط غیر‌منطقی	ارتباطات چاپلوس محور		
زبان‌بازی			
افول سازمانی			
بدینی به سازمان			
بهره‌وری بالادر شرایط آشوب(			
عدم تعهد	عملکرد شرکت	عملکردی	
دستیابی به اهداف			
عدم اعتماد به شرکت			

قدرت	C13	غورو	C4	شرایط علی شکل‌گیری	B1
فقدان رقابت	C14	انکار	C5	پدیده محوری	B2
تبعات پرسنلی	C15	نمایاندن	C6	راهبردها و اقامات	B3
ارتباطات چالپوس محور	C16	اقتصاد گرایی	C7	شرایط مداخله‌گر	B4
عملکرد شرکت	C17	بی‌توجهی به استراتژی	C8	پیامدها	B5
استثمار و ذی‌نفعان	C18	تصمیم‌گیری غیرعقلائی	C9	شرایط علی زمینه‌ساز	B6
فرهنگ	C19	فقدان استانداردهای پاسخگویی	C10	قابلیت‌های مدیر	C1
محیط غیرقابل پیش‌بینی	C20	فقدان آموزش اثربخش	C11	سیاست‌های به کارگیری نیروی انسانی	C2
دولتی بودن	C21	ویژگی‌های مدیران	C12	درک مشتری از شرکت	C3
سیاسی سیاسی کاری	C22				

شکل ۱  
نمودار استاندارد حاصل از تحلیل عاملی مرتبه دوم



شکل ۲  
مدل مفهومی تحقیق



سازمان بسیار مفید و یا شدیداً مخرب باشد. در یک سو، سازمان توانایی تعیین و تبیین یک چشم‌انداز قانع‌کننده و انرژی‌بخش را دارد و در سوی دیگر، به طرز خودخواهانه‌ای اعتماد به نفس دارد. به شدت حساس بوده و وقتی مورد نقد قرار می‌گیرد، شدیداً حالت تدافعی می‌گیرد. گرچه در این حالت هم شرکت قابلیت شکوفایی دارد، اما در کوتاه‌مدت، تنها کاری که می‌کند تحمل است. بنابراین، دوز سالم خودشیفتگی سازمانی نه تنها بد نیست بلکه اگر با بیزگی‌های مثبتی مثل دوراندیشی و الهام‌بخشی همراه شود، می‌تواند یک بیزگی سازمانی ارزشمند باشد؛ احساسی که به شرکت عزت نفس می‌دهد و موجب سرزندگی و خلاقیت می‌شود و سازمان را دوست‌داشتني می‌سازد. این خودشیفتگی مثبت سازمانی نسبت به پذیرش تصورات مثبت درباره شرکت و به حداقل رساندن اطلاعات نامتناقض متمایل است. میزان مناسب از خودشیفتگی می‌تواند شرکت را به یک سازمان موفق تبدیل کند و نتایج شگفت‌انگیزی را برای شرکت و ذی نفعان آن به دنبال داشته باشد. لذا باید رفتارهای سازنده در شرکت مورد تشویق قرار گرفته و آموزش داده شود. البته، آموزش در وضعیتی که شرکت حالت تدافعی دارد و به کم و کاستی‌هایی اتراف نمی‌کند، خیلی سخت به نظر می‌رسد، اما یک برنامه‌ریزی لازم است تا شرکت به مرور رویه‌اش را تغییر دهد و یک رویه سالم‌تر را در پیش بگیردو گرفته، از

بعد منفی فاصله بگیرد.

## منابع

- استراوس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۰). *اصول روش تحقیق کیفی، نظریه مبنایی - رویه‌ها و شیوه‌ها*، ترجمه بیوک محمدی، چاپ سوم، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- خراعی، عباس (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین خودشیفتگی سازمانی و مولفه‌های فنای سازمانی. *پایان‌نامه کارشناسی/رشد گروه مدیریت دولتی دانشکده مدیریت پردیس قم، دانشگاه تهران*.
- سلیمانیان، بهنام (۱۳۹۲). اثر خودشیفتگی مدیران بر تضاد و تعارض سازمانی (مورد مطالعه: مدیران ادارات شهر بجنورد). *پایان‌نامه کارشناسی/رشد، دانشگاه پیام‌نور، تهران*.
- سنت کلر، مایکل (۱۳۹۶). درآمدی بر روابط موضوعی و روانشناختی خود. *ترجمه علیرضا طهماسب، تهران، نشری*.
- صفری، علی، نصر اصفهانی، علی و عیدی‌زاده، رزا (۱۳۹۶). بررسی پیامدهای غرور سازمانی؛ رویکرد رفتاری. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*. سال ۲۶، شماره ۸۵، صص ۱۴۵۱۲۵-۱۲۵۱۴۵.
- صنعتی‌گر، هدا، پیکانی‌مهربان، هادی و غلام‌زاده، داریوش (۱۳۹۵). بررسی و آزمون مدل چابکی سازمانی در صندوق بازنشستگی صنعت نفت. *فصل‌نامه مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت*. سال ۸، شماره ۲۹، صص ۱۴۲۱۱۷-۱۱۷۱۴۲.
- قلی قلی‌پور، آرین، خنیفر، حسین و فاخری کوزه‌کنان، سمیرا (۱۳۸۷). اثرات خودشیفتگی مدیران بر آشقتگی سازمان‌ها. *فرهنگ مدیریت*. سال ۶، شماره ۱۸، صص ۹۳-۷۹.
- مهند، علی، ادبی، زهرا و صفاری، سروش (۱۳۹۷). پیش‌بینی خودکارآمدی از طریق عزت عزت نفس و حمایت سازمانی ادراک شده (مورد مطالعه: شرکت گاز استان اصفهان). *فصل‌نامه مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت*. سال ۹، شماره ۳۵، صص ۸۲۵۹-۵۹۸۲.
- هومن، حیدر علی (۱۳۹۷). *مدل مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل (با اصلاحات)*. *ششم، تهران، سمت*.
- Amernic, J. & Craig, R. (2010). Accounting as a Facilitator of Extreme Narcissism. *Journal of Business Ethics*, 96(1), 79-93. (Document ID: 2140270631).
- Bearnes, B., Brown, T., Littvay, L., Sautter, A., & Sautter, J. (2010). Ethics and Personality: Empathy and Narcissism as Moderators of Ethical Decision Making in Business Students. *Journal of Education for Business*, 85(4), 203-208. (Document ID: 2114777071).
- Berghaus, B. (2020). Prestige Preference and (Over-)Confidence. In: *Conspicuous Employment. Contributions to Management Science*. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-37701-4\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-030-37701-4_5).
- Braun, S. (2017). Leader Narcissism and Outcomes in Organizations: A Review at Multiple Levels of Analysis and Implications for Future Research. *Frontiers in Psychology, Organiza-*

- tional Psychology, 8:773. doi: 10.3389/fpsyg. 2017.00773.
- Braun, S., Aydin, N., Frey, D. et al. (2018). Leader Narcissism Predicts Malicious Envy and Supervisor-Targeted Counterproductive Work Behavior: Evidence from Field and Experimental Research. *J Bus Ethics*, 141–150, 151. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3224-5>.
- Carmeli, A. & Sheaffer, Z. (2009). How Leadership Characteristics Affect Organizational Decline and Downsizing. *Journal of Business Ethics*, 86(3), 363-378. (Document ID: 1701752801).
- Chatterjee, A. & Hambrick, D. C. (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. doi:10.2189/asqu.52.3.351.
- Cragun, O., Olsen, K., & Wright, P. (2020). Making CEO Narcissism Research Great: A Review and Meta-Analysis of CEO Narcissism. *Journal of Management*. 46 (6), 908 – 936. DOI: 10.1177/0149206319892678.
- Crevani, L. Hallin, A. (2017). Performative narcissism: When organizations are made successful, admirable, and unique through narcissistic work. *Management Learning*, 48(4), 431-452. <https://doi.org/10.1177/1350507617692295>.
- Dollman, A. (2013). *Narcissism in the Workplace and its Effects on an Organization*. DSM-5, American Psychiatric Association, 696-670.
- Duchon, D. & Drake, Brian, (2009). Organizational Narcissism and Virtuous Behavior. *Management Department Faculty Publications*. 90. 301-308.
- Duchon, D. Burns, M. (2008). Organizational Narcissism. *Management Department Faculty Publications*. 91, 354-364.
- Fukushima, O. & Hosoe, T. (2011). Narcissism, variability in Self-concept and Wellbeing. *Journal of Research in Personality*, 45, 568-575.
- Grijalva, E., Harms, P., Newman, D., Gaddis, B.H., & Fraley, R. (2015). Narcissism and Leadership: A Meta-Analytic Review of Linear and Nonlinear Relationships. *Personnel Psychology*, 68(1), 1–47.
- Hamedoglu, M. & Potas, N. (2012). Organizational Narcissism Scale (ONS). *Engineering Management Research*, 1(2), 53-65.
- Harms, P. D., Spain, S. M., & Hannah, S. T. (2011). Leader development and the dark side of personality. *The Leadership Quarterly*, 22(3), 495–509.
- HOE, S. L. (2008). Issues and procedures in adopting structural equation modeling technique, *journal of applied quantitative methods*, 3(1), 76-83.
- Judge, T.A., Piccolo, R.F., & Kosalka, T. (2006). The Bright and Dark Sides of Leader Traits: A Review and Theoretical Extension of the Leader Trait Paradigm. *The Leadership Quarterly*, 20, 855–875.
- Kashmiri, Saim ., Duncan Nicol, Cameron., & Arora, Sandeep. (2017). Me, myself, and I: influence of CEO narcissism on firms' innovation strategy and the likelihood of product-harm crises. *Journal of the Academy of Marketing Science* 45(4). DOI: 10.1007/s11747-017-0535-8.
- Kets, M. & Balazs, K. (2004). Greed, vanity, and the grandiosity of the CEO character, In R. Grandossy (Ed.), *Leadership governance from the inside out*, New York: John Wiley, 51-61.
- Kline, R.B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling (3rd ed.)*. New York: Guilford Press.
- Kvale, S. (1996). *Inter Views: An introduction to qualitative research writing*. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Lau, K. S. L., Marsee, M. A., Kunimatsu, M. M., & Fassnacht, G. M. (2010). Examining associa-

- tions between narcissism, behavior problems, and anxiety in non-referred adolescents. *Child and Youth Care Forum*.1053-1890 .
- Mathieu, C. & St-Jean, É. (2013). Entrepreneurial personality: The role of narcissism. *Personality and Individual Differences*, 55(5), 527–531. doi:10.1016/j.paid.2013.04.026.
- Miller, J.M. & Reidy, D. (2011). Narcissism and Aggression: Effects of Positive, Negative and Delayed Feedback, Personality and Individual Differences. *Personality and individual differences*, 13(2), 223-241.
- Prundeanu, O., Constantin, T., & Sorin Candel, O. (2019). Different perspectives on narcissism in organizational contexts – a review and future research directions. *Annals of A.I. I. Cuza University. Psychology Series; Iasi* . ۱۳۰-۹۳ ,۵۸.
- Rosenthal, S. & Pittinsky, T. (2006). Narcissistic leadership, *The Leadership Quarterly* 17, 617-63.
- Shoshana, Z. (2004). *Organizational Narcissism*. American Psychological Association, 115-132.
- Sivo, S. A., Fan, X. T., Witta, E. L. & Willse, J. T. (2006). The Search for 'Optimal' Cutoff Properties: Fit Index Criteria in Structural Equation Modeling, *Journal of Experimental Education*, 74(3), 276- 289.
- Soyer, R.B., Rovenpor, J.L., & Kopelman, R.E. (1999). Narcissism and Achievement Motivation as Related to three Facets of the Sales Role: Attraction, Satisfaction and Performance. *Journal of Business and Psychology*, 14(2), 285–304.
- Visser B. A., Book A. S., & Volk A. A. (2017). Is Hillary dishonest and Donald narcissistic? A HEXACO analysis of the presidential candidates' public personas. *Person. Individ. Differ.* 106, 281–286. 10.1016/j.paid.2016.10.053.
- Vogel, C. (2006). A field guide to narcissism. *Psychology Today*, 39(1), 68-73.
- 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.