



**UHASSELT**

KNOWLEDGE IN ACTION

## **Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen**

master in de toegepaste economische  
wetenschappen

### ***Masterthesis***

***CEO narcisme en earnings management in private familiebedrijven***

***Morgane Daenen***

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen

### **PROMOTOR :**

prof. dr. Jelle SCHEPERS



**UHASSELT**

KNOWLEDGE IN ACTION

[www.uhasselt.be](http://www.uhasselt.be)  
Universiteit Hasselt  
Campus Hasselt:  
Martelarenlaan 42 | 3500 Hasselt  
Campus Diepenbeek:  
Agoralaan Gebouw D | 3590 Diepenbeek

**2018**  
**2019**



# **Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen**

master in de toegepaste economische  
wetenschappen

## ***Masterthesis***

***CEO narcisme en earnings management in private familiebedrijven***

**Morgane Daenen**

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen

## **PROMOTOR :**

prof. dr. Jelle SCHEPERS



## **Woord vooraf**

---

Deze masterproef kwam tot stand in het kader van mijn opleiding Toegepaste Economische Wetenschappen aan de Universiteit Hasselt. Tijdens dit jaar heb ik zeer veel bijgeleerd en wil ik de mensen die mij geholpen hebben dan ook bedanken.

Ten eerste wil ik mijn promotor dr. Jelle Schepers bedanken voor de kans om mij dit onderwerp te laten onderzoeken en mij bij te staan in dit proces. Eveneens bij het schrijven en de structuur van mijn masterproef was het advies altijd leerzaam en was zijn begeleiding zeer dankbaar. Bovendien zou ik ook dr. Maarten Corten willen bedanken om de tijd te nemen om mij advies te geven en het aanbieden van de dataset die in deze masterproef is gebruikt.

Ten slotte zou ik ook mijn familie en vrienden willen bedanken voor hun steun en motivatie gedurende dit jaar.



# Inhoudsopgave

---

Woord vooraf.....	
Abstract .....	1
1. Inleiding.....	3
2. Literatuuroverzicht.....	5
2.1 Narcistische CEO's .....	5
2.2 Earnings management .....	9
3. Hypothesevorming .....	11
3.1 Narcistische CEO's en earnings management .....	11
3.2 Modererend effect van Big 4-auditors.....	13
4. Methodologie .....	15
4.1 Dataset .....	15
4.2 Variabelen .....	16
4.2.1 Afhankelijke variabele .....	16
4.2.2 Onafhankelijke variabele.....	18
4.2.3 Moderende variabele .....	20
4.2.4 Controlevariabelen .....	20
4.3 Model.....	22
5. Resultaten .....	23
5.1 Onderlinge correlaties en beschrijvende statistiek.....	23
5.2 Regressieanalyses .....	26
5.2.1 Regressieanalyses met absolute discretionaire accruals .....	26
5.2.2 Regressieanalyses met negatieve discretionaire accruals .....	28
5.2.3 Regressieanalyses met positieve discretionaire accruals.....	29
6. Conclusie .....	31
Referentielijst.....	33



## **Abstract**

---

De relatie tussen narcisme en earnings management wordt in deze masterproef onderzocht. Narcisme is een accountingtechniek waarbij de winst gemanipuleerd wordt door bepaalde accountingbeslissingen te nemen. Earnings management wordt op basis van het Modified Jones model geschat. Dit model werd gebruikt aangezien dit het meest effectief is om earnings management te meten.

Daarnaast wordt narcisme gekarakteriseerd door: een grandioos gevoel van hoogmoed, gefixeerd zijn op onbeperkt succes, het gevoel hebben dat hij of zij speciaal of uniek is, overmatige bewondering zoeken, uitbuitend zijn, gevoel van recht op een bijzonder gunstige behandeling, geen empathie met de gevoelens en behoeften van anderen, enzovoort. Om narcisme te meten wordt er gebruik gemaakt van de profielen van de CEO's op sociale media en de frequentie van de foto's op Google afbeeldingen. Er worden in het totaal acht variabelen gebruikt om narcisme te schatten.

Aan de hand van de resultaten kan er helaas geen significant positief effect vastgesteld worden tussen narcisme en earnings management. Dit kan liggen aan het feit dat niet alle items, narcisme correct meten. Eveneens werd gekeken of het positief effect van narcisme op earnings management minder sterk is wanneer het bedrijf een Big 4-auditor aangesteld heeft. Ook deze modererende variabele heeft geen significant effect op earnings management. Deze hypothese heeft bijgevolg een bijkomende tekortkoming. Slechts 43 bedrijven hebben een big-4 auditor aangesteld, wat zeer weinig is om een correcte analyse uit te voeren. Een mogelijke aanbeveling voor verder onderzoek is andere manieren bestuderen om narcisme te meten.

Sleutelwoorden: CEO narcisme, earnings management, Big 4-auditor.





# 1. Inleiding

---

Narcisme is een begrip dat de laatste jaren meer en meer opduikt in het bedrijfsleven. Narcistische leiders kan je bijna niet meer wegdenken in een organisatie. Ze hebben dan ook de typische kenmerken van een leider: charismatisch, zelfzeker, creatief,... In sommige studies wordt zelfs gezegd dat een narcistische leider noodzakelijk is om een bedrijf goed te leiden (Swid & Ragab, 2018). In het literatuuroverzicht wordt er bijgevolg gekeken of persoonlijkheidskenmerken van de leider een effect hebben op de prestaties van het bedrijf. Maar vaak wordt narcisme eveneens gebruikt in een negatieve context. Niet iedereen is opgezet met een narcistische leider in een bedrijf, want naast de positieve kanten van narcisme zijn er ook tal van negatieve zoals: dominantie, weinig empathie, superioriteit,... wat uiteindelijk een negatieve impact op het bedrijf kan hebben (Swid & Ragab, 2018). Deze verschillende aspecten van narcisme worden nog steeds volop onderzocht in de literatuur om hier meer inzicht in te krijgen.

Bedrijfsschandalen zijn tegenwoordig niet meer weg te denken in onze samenleving. Het bekendste bedrijfsschandaal in de Belgische geschiedenis zal dat ongetwijfeld van Lernout & Hauspie zijn. In 2001 is het bedrijf in opspraak gekomen nadat bekend raakte dat ze bedrijfsresultaten en winstmarges kunstmatig hadden opgewaardeerd om een explosieve groei te simuleren ("Lernout & Hauspie: from hero to zero," 2011). Ze hebben onder andere gebruik gemaakt van de accountingtechniek 'earnings management' ("Lernout & Hauspie: from hero to zero," 2011; Vander Bauwhede & Willekens, 2003). Deze techniek houdt in dat het niveau van de winst gemanipuleerd kan worden door bepaalde accountingbeslissingen te nemen. Dit is vrijwel niet altijd onwettig (Vander Bauwhede, Willekens, & Gaeremynck, 2000). Zou dit schandaal veroorzaakt kunnen zijn door het karakter van Lernout & Hauspie? Misschien wel doordat de twee CEO's een narcistische persoonlijkheid hebben, waardoor ze te zelfzeker overkwamen en aan grootheidswaanzin leden? De relatie tussen earnings management en narcisme wordt in deze thesis onderzocht.

In de literatuur zijn er tal van studies te vinden omtrent de impact van narcisme. De impact van narcisme op de organisatie, de relatie tussen narcisme en het leiderschap, de relatie tussen narcisme en bedrijfsprestaties,... zijn maar enkele voorbeelden. Nochtans is het scala aan studies tussen narcisme en earnings management zeer beperkt. Zeker in de Belgische context zijn er weinig studies die de relatie tussen narcisme en earnings management onderzoeken bij private bedrijven. Het academische nut van deze masterproef is bijgevolg de bestaande literatuur aan te vullen met dit onderzoek om nog meer inzicht te krijgen in de invloed van narcisme op earnings management in private familiebedrijven. Dit verband is echter wel onderzocht bij beursgenoteerde bedrijven (Capalbo, Frino, Lim, Mollica, & Palumbo, 2018). Maar aangezien België een KMO-land is, is het belangrijk om deze relatie ook te onderzoeken in de context van private bedrijven. Deze studie kan dan ook in de praktijk worden omgezet om meer toezicht te houden op earnings management en het onwettig gebruik hiervan te voorkomen. Als er een duidelijke relatie bestaat tussen narcistische leiders en earnings management, kunnen er maatregelen genomen worden om meer toe te zien op deze bedrijven. Dit kan een positieve impact hebben op het bedrijf en haar omgeving en zo kunnen er mogelijks minder schandalen voorkomen.

De centrale onderzoeksvraag van deze masterproef is bijgevolg: 'Welk verband bestaat er tussen leiders met het persoonlijkheidskenmerk narcisme en earnings management in private familiebedrijven?'. Hiermee kunnen ook enkele deelonderzoeksvragen opgesteld worden, namelijk: Wat houdt het persoonlijkheidskenmerk narcisme in? Hoe wordt narcisme gemeten? Wat wordt verstaan onder earnings management? Hoe wordt earnings management gemeten? Wat is de correlatie tussen narcisme en earnings management? Heeft een Big-4 auditor een impact op narcisme?

De opbouw van deze masterproef is als volgt samengesteld. In het eerste deel wordt het literatuuroverzicht gegeven van zowel narcisme als earnings management. Hierna wordt de methodologie beschreven met het gebruikte model en de bijhorende variabelen. Hieruit kunnen de twee hypothesen worden opgesteld. Vervolgens worden de resultaten weergegeven met de volgende onderdelen: de beschrijvende statistiek, de onderlinge correlaties en de regressieanalyses. Uiteindelijk kan de conclusie worden beschreven aan de hand van de resultaten en de bijhorende beperkingen en aanbevelingen van deze masterproef.

## 2. Literatuuroverzicht

---

### 2.1 Narcistische CEO's

Hoewel narcisme in sommige studies (Kernberg, 1976, 1983; Kohut, 1976) bestempeld werd als een psychische stoornis en die nog bij vele klinici dezelfde betekenis krijgt, heeft onderzoek aangetoond dat narcisme beschouwd en gemeten kan worden als een persoonlijkheidsdimensie waarop alle individuen geplaatst kunnen worden (Chatterjee & Hambrick, 2007; Chatterjee & Hambrick, 2011). Narcisme wordt vaak aangeduid als een dimensie van de donkere triade van persoonlijkheid (Amernic & Craig, 2010). Persoonlijkheidstheoretici hebben geconcludeerd dat narcisme te herleiden is tot een combinatie van genetische factoren en vroegere ouderlijke relaties. De mate van narcisme is relatief stabiel en standvastig, maar is ook vatbaar voor enkele veranderingen ten gevolge van levenservaringen en omringende stimuli (Chatterjee & Hambrick, 2007). Daarnaast manifesteert narcisme zich bij iemand als minstens vijf van de volgende criteria aanwezig zijn (Amernic & Craig, 2010): een grandioos gevoel van hoogmoed, gefixeerd zijn op onbeperkt succes, macht, schittering en schoonheid, het gevoel hebben dat hij of zij speciaal of uniek is, overmatige bewondering zoeken, uitbuitend zijn, gevoel van recht op een bijzonder gunstige behandeling, geen empathie met de gevoelens en behoeften van anderen, jaloers zijn op anderen of geloven dat anderen jaloers op hem of haar zijn en arrogant gedrag en attitudes vertonen (Amernic & Craig, 2010).

De oorsprong van narcisme is te vinden in de Griekse mythologie. Freud heeft narcisme genoemd naar de mythische figuur Narcissus, een mooie jongeling die verliefd werd op zijn eigen spiegelbeeld en vervolgens wegwijnde, zich niet realiserend dat het object van zijn verbeelding slechts een beeld was (Maccoby, 2000). Ondanks dat alle mensen tekenen van narcistisch gedrag vertonen, is het belangrijk om te erkennen dat een gezonde dosis narcisme essentieel is voor het menselijk functioneren. Daarentegen kan een overvloed aan narcisme ook negatieve gevolgen hebben. Hoge niveaus van narcisme kunnen namelijk disfunctioneel zijn en worden aangeduid als een 'Narcistische persoonlijkheidsstoornis'. Er zijn twee soorten narcisten (Amernic & Craig, 2010): constructieve narcisten en destructieve narcisten. Constructieve narcisten zijn degenen die niet te veel en niet te weinig narcisme hebben, namelijk een evenwichtige dosis van het persoonlijkheidskenmerk. De destructieve narcisten zijn degenen die een overvloed aan narcisme hebben. Het hebben van te weinig of te veel narcisme leidt immers tot een onstabiele persoonlijkheid. Daarnaast zijn leiders met slechts beperkte narcistische karakteristieken zeer getalenteerd en in staat een grote bijdrage te leveren aan de samenleving (Amernic & Craig, 2010; Johnson, Kuhn, Apostolou, & Hassell, 2013; Rijsenbilt & Commandeur, 2013).

Campbell en Foster (2007) onderscheiden 3 basis ingrediënten van narcisme. Het eerste component is het hebben van een positief zelfbeeld. Narcisten denken dat ze beter zijn dan anderen, dat ze speciaal en uniek zijn, dat ze superieur zijn,... Maar hun zelfovertuigingen weerspiegelen de werkelijkheid niet en zijn dus enkel gericht op succes. Het tweede component is een relatief gebrek hebben aan interesse in warme en zorgzame relaties. Het laatste aspect is uiteindelijk het gebruik van zelfregulerende strategieën. Narcisten spenderen veel tijd om zichzelf positief, speciaal, succesvol en belangrijk te vinden en dit te laten uitstralen. Aangezien narcisten weinig interesse

hebben in emotionele en intieme relaties, leidt dit hen naar relaties die dienen om hun status, macht en achting te verbeteren (Campbell & Foster, 2007; Campbell, Goodie, & Foster, 2004).

Veel bekende personen en CEO's zijn geclassificeerd als narcisten, zoals Bill Gates (Microsoft), Steve Jobs (Apple), Donald Trump, Andy Grove (Intel),... (Amernic & Craig, 2010). Soms huren ze zelfs hun eigen publicisten in, schrijven boeken, geven spontaan interviews en promoten actief hun persoonlijke filosofieën. De CEO's van deze tijd zijn bijgevolg een soort van supersterren geworden. Narcisten zijn altijd opgedoken om mensen te inspireren en de toekomst vorm te geven. Dit in groot contrast met de CEO's van de jaren 50 tot 90 waar CEO's zeer geschuwd waren van de pers en waarbij hun verklaringen naar de buitenwereld toe, zorgvuldig werden opgesteld door de PR-afdelingen (Maccoby, 2000).

### Leiderschap

Eén van de belangrijkste componenten van narcisme is leiderschap. De eenvoudigste definitie van een leider is iemand die gevolgd wordt door andere mensen (Maccoby, 2000). Narcisten zijn vooral begaafd in het aantrekken van volgers en doen dit vaak via taal. Ze zijn immers bedreven sprekers en dit is een van de talenten die hen charismatisch maakt. Ze zijn ook behoorlijk afhankelijk van hun volgelingen aangezien ze continue bevestiging en vleierij nodig hebben. Daarnaast zijn narcistische leiders erg contradictorisch. Als ze zeggen dat ze teamwork willen, bedoelen ze in werkelijkheid dat ze een groep van 'ja-mensen' willen, een groep van volgers. Ze zijn niet bereid om onenigheid te tolereren en gaan bijgevolg slecht met kritiek om. Dergelijke narcistische leiders raadplegen zelden bij collega's en gaan bij voorkeur alle beslissingen alleen nemen (Kets de Vries, 2004; Maccoby, 2000).

De andere karaktertrekken van narcisten zoals vertrouwen, dominantie en autoriteit, komen overeen met het profiel van een typisch leidersfiguur. Dit leidt ertoe dat andere mensen narcisten kiezen als leiders in groepsverbanden. Hoewel de groepsleden narcistische leiders als effectiever beschouwen vanwege hun autoriteit, verhinderen zij de uitwisseling van niet-gedeelde informatie binnen de groep en zorgt dit voor verminderde groepsprestaties. Ze domineren de beslissingsprocessen, zoeken constante erkenning en aandacht en houden bijgevolg geen rekening met de feedback van andere individuen. Ze kwamen dus niet bij de meest efficiënte, beste oplossing uit. Er kan dus geconcludeerd worden dat narcisten zodoende een mogelijk negatief effect hebben op prestaties van groepen en organisaties (Charles Ham, Seybert, & Wang, 2018; Nevicka, Velden, De Hoogh, & Van Vianen, 2011). Narcisten hebben dus de neiging om egoïstische beslissingen te nemen. Nochtans kunnen deze beslissingen ook resulteren in positieve resultaten voor de onderneming. Dit is vooral in situaties die chaotisch zijn of die moedige veranderingen vereisen (Blair, Helland, & Walton, 2017).

Kets de Vries (2004) stelt dat narcisme de kern vormt van leiderschap en dat een stevige dosis narcisme een vereiste is voor iedereen die hoopt om naar de top van een organisatie te kunnen stijgen (Amernic & Craig, 2010; Kets de Vries, 2004; Rijsenbilt & Commandeur, 2013). Narcistische leiders staan bekend om een aantrekkelijk charisma te hebben en een goede eerste indruk na te laten. Hierdoor hebben ze een hogere kans om een leiderspositie te bekomen in een organisatie. Veel leiders delen daarom dezelfde narcistische karakteristieken. Sommige van deze kenmerken van narcisme worden als normaal beschouwd en kunnen zelfs vereist zijn om een bedrijf succesvol te

besturen (Swid & Ragab, 2018). Narcisten voelen zich daarnaast ook aangetrokken tot leidinggevende posities in een organisatie. Zelfs in kleine oppervlakkige groepsontmoetingen, voorspelt narcisme welke individuen naar voren gaan komen als leiders. Het is dus niet verbijsterend dat er een hoge mate van narcisme aanwezig is in leidinggevende rollen (Blair et al., 2017).

### Aandacht

Een tweede belangrijk element van narcisme is aandacht trekken en bijgevolg gezien worden door de media. In een studie van Chatterjee en Hambrick (2007) werd onthuld dat narcistische CEO's voorstander zijn van gedurfde acties die de aandacht trekken, wat resulteert in grote winsten of grote verliezen. Een narcistische CEO zal niet altijd een consistent hoog of laag niveau in prestaties verwezenlijken, maar in plaats daarvan zal hij grote schommelingen vertonen in zijn resultaten. Het is plausibel om aan te nemen dat narcistische CEO's bepaalde soorten strategische acties ondernemen, namelijk gedurfde, zeer zichtbare initiatieven. Van narcistische CEO's kan dus verwacht worden dat ze de strategische dynamiek prefereren. Het is door nieuwe strategische initiatieven, of door een nieuwe richting in te slaan, dat narcistische CEO's de nodige aandacht trekken waaraan ze behoefte hebben. Enkel het handhaven van de status quo, of simpelweg het verfijnen en uitwerken van een bestaande strategie, lijkt de normale gang van zaken voor een CEO die minder narcistisch is. Echter is dit te onzichtbaar, te alledaags om tegemoet te komen aan de behoeften van de zeer narcistische CEO. Narcisten hebben een aandachtig publiek nodig, wat op zijn beurt betekent dat ze drama nodig hebben.

In het bedrijfsleven zijn sommige strategische initiatieven grandiozer en trekken meer aandacht dan andere (Chatterjee & Hambrick, 2007; Chatterjee & Hambrick, 2011). Acquisities, met name grote overnames, behoren tot de meest zichtbare initiatieven die een CEO kan nemen. Met één krachtige slag kan de CEO de omvang en vaak de reikwijdte van het bedrijf uitbreiden. Hoewel overnames niet altijd positief geprezen worden, zijn ze zeer zichtbaar en trekken ze het publiek aan dat nodig is voor de narcistische CEO (Chatterjee & Hambrick, 2007; Chatterjee & Hambrick, 2011). Ook R&D (onderzoek en ontwikkeling) investeringen zijn een goede manier om aandacht te trekken door de zeer hoge potentiële winstgevendheid die het op lange termijn creëert.

Hoewel extreme prestaties zich kunnen manifesteren in de vorm van zeer positieve of zeer negatieve uitkomsten, zijn narcistische CEO's bereid om buitensporig te investeren in R&D als het de mogelijkheid geeft om hen een grotere bekendheid te geven (Charles Ham et al., 2018). Aldus kan er worden verondersteld dat narcisten van risico houden, maar de kosten van hun acties negeren. Echter zijn de laatste jaren steeds meer en meer bedrijven geneigd om een narcistische leider aan te stellen. Bedrijven ontdekken namelijk dat ze narcistische leiders nodig hebben in een tijdperk van innovatie. Ze hebben leiders nodig die niet proberen te anticiperen op de toekomst, maar die ook willen creëren. Doch kunnen narcistische leiders – zelfs de meest productieve onder hen – zichzelf en de organisatie vernietigen (Maccoby, 2000).

Nochtans zijn er ook productieve narcisten die de organisatie erop vooruithelpen in plaats van ze te ruïneren. Dit zijn begaafde en creatieve strategen die het grote geheel zien en betekenis vinden in de riskante uitdaging om de wereld te veranderen. Een quote van George Bernard Shaw kan dit perfect weergeven: "*Some people see things as they are and ask, why; Narcissists see things that*

*never were and ask, why not*" (Maccoby, 2000). Productieve narcisten zijn niet alleen risiconemers die bereid zijn om de klus te klaren, maar ook charmeurs die de massa kunnen bekeren met hun retoriek. Het zijn leiders die kunnen leren om hun zorgen constructief tot uitdrukking te brengen en die hun fouten zelf kunnen inzien. Narcisme kan ook snel inefficiënt worden wanneer narcisten, door gebrek aan zelfkennis, onrealistische dromers worden. Ze koesteren grote plannen en de illusie dat alleen de omstandigheden of hun vijanden hun succes kunnen verhinderen. Deze karaktertrek van narcisten, namelijk het grote wantrouwen, is de achilleshiel van narcisten. Hierdoor kunnen zelfs briljante narcisten onder verdenking komen van zelfbetrokkenheid, onvoorspelbaarheid en paranoïde gedrag (Maccoby, 2000).

### Overmoedig

Het laatste element dat van belang is om verder te expliceren is overmoedig. In een studie van Campbell, Goodie en Foster (2004) werd er een statistische link gevonden tussen narcisme en overmoed. Personen met verhoogde scores op narcisme zijn meer geneigd dan anderen om overmoedig te zijn in hun opvattingen en bijgevolg hun slechte oordelen om te zetten in kostbare beslissingen. Narcisten overschatten bovendien hun eigen capaciteiten en nemen risicovolle beslissingen. Ze voelen dat ze superieur zijn en om dit gevoel te behouden, moeten ze anderen vaak overtreffen. Echter als ze een opdracht benaderen met een te groot zelfvertrouwen en *'swing for the fences'* (grote risico's willen nemen), kunnen hun prestaties uiteindelijk hieronder lijden (Campbell et al., 2004). Overmoedige CEO's zijn ook meer betrokken bij fusies – 65% meer dan CEO's die niet overmoedig zijn – en hebben de neiging om te veel te betalen als ze ondernemingen overnemen (O'Reilly, Doerr, & Chatman, 2018).

## 2.2 Earnings management

De winst wordt – naast omzet, cashflow en groei – beschouwd als een belangrijke maatstaf van de financiële prestaties van een bedrijf en wordt vaak gebruikt bij de waardering en het opmaken van contracten van bedrijven. Doch hebben de boekhoud- en rapportageschandalen zoals Lernout & Hauspie een discussie teweeg gebracht over de geloofwaardigheid van deze winstcijfers (Vander Bauwhede & Willekens, 2003).

Het Belgisch vennootschapsrecht legt vast dat jaarrekeningen moeten worden opgesteld in overeenstemming met de internationale boekhoudnormen of ook wel de IFRS genoemd (International Financial Reporting Standards). De IFRS gelden enkel voor de beursgenoteerde bedrijven, de niet-beursgenoteerde bedrijven maken bijgevolg gebruik van de Belgische GAAP (Generally Accepted Accounting Principles) (Vander Bauwhede & Willekens, 2003). Door een netwerk te creëren dat onafhankelijke auditors en de SEC kunnen afdwingen, kunnen boekhoudkundige standaarden een relatief goedkope en geloofwaardige manier zijn voor bedrijfsmanagers om de resultaten van de onderneming te rapporteren aan stakeholders. Financiële verslaggeving helpt veeleer de best presterende ondernemingen zich te onderscheiden van de andere ondernemingen. Bijgevolg zijn deze standaarden van belang als ze financiële overzichten mogelijk maken tussen bedrijven om de verschillen in de prestaties op een geloofwaardige manier weer te geven. Maar vermits auditing niet perfect is, biedt het ook kansen om earnings management toe te passen waarbij managers de winst manipuleren waardoor de resultaten van het bedrijf niet accuraat worden weergegeven (Healy & Wahlen, 1999; Vander Bauwhede et al., 2000). Het manipuleren van winsten is op te sporen aan de hand van bedrijfsprestaties. Winstmanagement heeft een grotere kans om aanwezig te zijn als de prestaties van een bedrijf ongewoon goed of ongewoon slecht zijn (Beneish, 2001).

De voorlopige financiële overzichten, die voorbereid zijn door het management, worden beoordeeld en goedgekeurd door de Raad van Bestuur en hierna gecontroleerd door een externe auditor. Een externe auditor is enkel wettelijk verplicht wanneer bepaalde groottecriteria worden overschreden. De aanwezigheid en kwaliteit van deze instanties hebben hoogstwaarschijnlijk invloed op de boekhoudkundige beslissingen van het management. Ze zijn ook bedoeld om te werken als beperkingen voor opportunistische boekhoudkundige beslissingen aangezien het management zal anticiperen op correcties als sommige boekhoudkundige keuzes in strijd zijn met GAAP (Vander Bauwhede & Willekens, 2003).

Er zijn veel technieken om de winst te beïnvloeden. Deze kunnen teruggebracht worden tot 3 categorieën om aan earnings management te doen (Vander Bauwhede & Willekens, 2003). Een eerste categorie zijn de technieken die binnen de boekhoudnormen vallen waarbij men de toegestane flexibiliteit gaat benutten. Voorbeelden hiervan zijn: keuze tussen de verschillende voorraadwaarderingen en afschrijvingsmethoden, beslissing om bepaalde voorzieningen vast te leggen en voor welk bedrag enzovoort. Bijvoorbeeld als men verandert van voorraadwaarderingmethode in periodes van stijgende prijzen, in dit geval van FIFO naar LIFO, zal de winst afnemen. De tweede categorie zijn technieken die de boekhoudregels overtreden en omvat louter managementfraude. Dit kan bijvoorbeeld een vroegtijdige erkenning van inkomsten zijn wanneer de goederen nog verzonden moeten worden. De laatste categorie van de earnings



managementtechnieken zijn de transacties die invloed hebben op de winst. Voorbeelden hiervan zijn: uitgaven voor onderhoud of onderzoek & ontwikkeling sneller laten uitvoeren om zo de winst te laten dalen; de verkoop van activa onder/boven de boekwaarde zodat de winst verlaagd/verhoogd kan worden (Healy & Wahlen, 1999; Vander Bauwhede & Willekens, 2003). Merk op dat sinds earnings management niet altijd illegaal is, het toch een voorschrift kan zijn voor bedrijfsfraude (Capalbo et al., 2018).

Er zijn vervolgens 3 soorten stimulansen om aan earnings management te doen (Beneish, 2001; Healy & Wahlen, 1999; Vander Bauwhede & Willekens, 1998, 2003; Vander Bauwhede et al., 2000): schuldconvenanten, compensatieovereenkomsten en belastingen. De eerste stimulans om aan earnings management te doen is schuldconvenanten of schuldcontracten. Dit is een door de bank uitgegeven document dat de aanvullende afspraken beschrijft waaronder de lening is verstrekt. Kredietverstrekkers gebruiken vaak de boekhouding van het bedrijf om de activiteiten van de onderneming te reguleren. Ze kunnen dit doen door te eisen dat bepaalde prestatiedoelstellingen worden gehaald of door vastgestelde limieten op te leggen aan investerings- en financieringsactiviteiten. Deze schuldconvenanten geven managers de neiging om hun inkomsten te verhogen, enerzijds om de opgelegde beperkingen te verminderen en anderzijds om de kosten van convenantovertradingen te vermijden.

De tweede stimulans is de compensatieovereenkomst. Managers willen door de gerapporteerde inkomsten te wijzigen, hun vergoeding verhogen. Enerzijds kunnen ze dit doen door de gerapporteerde inkomsten te verlagen om zo hun toekomstige vergoedingen te verhogen, anderzijds kunnen ze de inkomsten verhogen om zo hun bonussen te behalen. Dit doen ze door boekhoudprocedures te kiezen die de gerapporteerde inkomsten van toekomstige periodes naar de huidige periode verschuiven (Bergstresser & Philippon, 2006).

De laatste stimulans zijn uiteindelijk de taksen. Belgische bedrijven die een positief winstcijfer bekomen en geen overgedragen verlies rapporteren – zij die dus belastingen moeten betalen – gaan algemeen genomen hun inkomen meer verlagen of minder verhogen dan bedrijven die een verlies rapporteren of overgedragen verliezen hebben en zo geen belastingen moeten betalen. Bedrijven gaan zodoende hun winst om fiscale redenen verlagen, hetzij om zo minder belastingen te betalen (Beneish, 2001; Healy & Wahlen, 1999; Vander Bauwhede & Willekens, 1998, 2003; Vander Bauwhede et al., 2000).

Naast deze 3 prikkels bestaat er ook nog de '*income smoothing*' hypothese waarbij bedrijven de neiging hebben om in zeer goede jaren – jaren met grote winsten – de inkomsten te verminderen om zo in de slechte jaren de inkomsten te vermeerderen. Dit kan een reden zijn om de vraag naar betere loons- en arbeidsvoorwaarden te vermijden (Vander Bauwhede & Willekens, 2003; Vander Bauwhede et al., 2000).

## 3. Hypothesevorming

---

### 3.1 Narcistische CEO's en earnings management

Nadat narcisme en earnings management apart besproken werd, wordt hier de connectie tussen de twee gelegd en welke invloed ze op elkaar hebben. Hieruit kan dan een hypothese worden opgesteld. Als er wordt gekeken naar voorbeelden van onethische leiders, komen de bedrijven zoals Enron, Worldcom en Lernaut & Hauspie naar boven. Een mogelijke opvatting over de tekortkomingen van deze CEO's, is het karakter en de integriteit van deze leiders. Volgens deze denkwijze liggen de morele waarden en psychologische eigenschappen aan de basis van corruptie en fraude in organisaties (Chen, 2010; Zona, Minoja, & Coda, 2013).

Deze denkwijze is ook terug te vinden in de *Upper Echelons Theory*. Deze theorie verklaart dat strategische keuzes rechtstreeks beïnvloed worden door de ervaringen, waarden en persoonlijke kenmerken van de CEO. Deze keuzes hebben dan weer invloed op de prestaties van het bedrijf. Hierdoor zullen verschillende managers die in dezelfde situatie worden geplaatst, andere beslissingen nemen (Baker, 2013; Charles Ham, Lang, Seybert, & Wang, 2017; Charles Ham et al., 2018). Finkelstein en Hambrick (1996) beargumenteerde dit verder met: als we willen begrijpen waarom organisaties de dingen doen die ze doen of waarom ze presteren zoals ze dat doen, moeten we de CEO's onderzoeken en begrijpen. De leiders zetten bijgevolg de toon en dit kan bevorderlijk zijn voor ethisch of onethisch gedrag (Baker, 2013).

Eerder was al vermeld dat schuldconvenanten een stimulans zijn om aan earnings management te doen. CEO's gaan dan hun inkomsten verhogen om enerzijds de opgelegde beperkingen te verminderen en anderzijds om de kosten van conventantovertradingen te vermijden. Narcistische CEO's gaan ook aan positieve winstmanipulatie doen om ervoor te zorgen dat ze nog steeds hun goede imago behouden en geen slechte reputatie krijgen (O'Reilly et al., 2018; Rijsenbilt & Commandeur, 2013).

De financiële boekhouding van bedrijven heeft een bijzonder karakter en geeft het een potentieel belangrijke rol bij het faciliteren van meer extreme vormen van narcisme bij CEO's. De gepubliceerde winstresultaten zijn een ideaal middel voor narcistische CEO's om te voldoen aan hun 'intense behoefte om hun superioriteit voortdurend te laten bevestigen'. Het periodieke karakter van de openbare financiële verslaggeving van bedrijven zorgt ervoor dat de narcistische CEO voldoende applaus krijgt en dat zijn behoefte voor aandacht bevredigd wordt. Zelfs met mindere prestaties krijgt de CEO nog de nodige aandacht (Amernic & Craig, 2010; Olsen, Dworkis, & Young, 2014).

Narcisten zijn uitbuitend en zien zichzelf als übermensch (hoger aangeschreven dan gewone mensen) op wie de regels niet van toepassing zijn. Om die reden zijn ze meer bereid om expliciete regels of sociale normen te schenden. Dit kan dan uiteindelijk leiden tot een grotere kans om onethische daden te verwezenlijken en kan rationalisatie voor deze daden bieden. Narcistische CEO's hebben daarnaast de neiging om besluitvormingsprocessen te domineren en zijn dus minder bereid om advies van anderen te vragen. Hierdoor gaan ze vermoedelijk bestaande controlesystemen schenden of systemen ontwerpen die hen meer flexibiliteit bieden om hun doelen te bereiken. Het resultaat hiervan zou kunnen zijn dat bedrijven met narcistische CEO's minder effectieve interne

controlesystemen opzetten, wat resulteert in meer opzettelijke foutieve informatie (Chen, 2010; Charles Ham et al., 2017).

Voorheen werd al vermeld dat gematigde niveaus van narcisme gunstig kunnen zijn voor het bedrijf en dat een overvloed aan narcisme disfunctioneel wordt (Maccoby, 2000). Onderzoek heeft ook uitgewezen dat extreem narcisme gekoppeld is aan onethisch of frauduleus gedrag dat kan leiden tot grote fraude (Johnson et al., 2013). Bovendien zal de functionaliteit van narcisme afhankelijk zijn van de context en de uitkomsten van een bepaalde situatie. In bepaalde sociale contexten en met bepaalde uitkomstvariabelen zal narcisme nuttig zijn, in andere gevallen zal narcisme schadelijk zijn (Campbell & Foster, 2007).

Er wordt bijgevolg een positieve relatie verwacht tussen earnings management en narcisme. Met deze veronderstelling kan de eerste hypothese opgesteld worden:

**H<sub>1</sub>: Er wordt een positieve relatie verwacht tussen narcistische CEO's en earnings management.**

### 3.2 Modererend effect van Big 4-auditors

Het is de taak van auditors om earnings management in bedrijven te beperken. De auditor moet de boekhouding van het desbetreffend bedrijf controleren en moet er op toezien dat alles waarheidsgetrouw wordt vermeld (Che, Hope, & Langli, 2016). De bedrijven kunnen zelf hun auditor aanstellen en kunnen de keuze maken tussen een Big-4 auditor of een andere auditor. Big-4 auditoren zijn de 4 grootste accountantsorganisaties in de wereld die de controle uitvoeren van verschillende bedrijven in verschillende sectoren. Deze bedrijven zijn: Deloitte, PwC, Ernst & Young en KPMG (Park, 2017).

Een externe auditor aanstellen is niet verplicht, maar in sommige gevallen is dit wel wettelijk vereist. De wet schrijft voor dat indien bepaalde groottecriteria worden overschreden, het wettelijk verplicht is om een externe auditor aan te stellen (art. 15 W. Venn.). Indien meer dan een van volgende groottecriteria worden overschreden, zijn bedrijven wettelijk verplicht om een externe auditor aan te stellen (art. 15 W. Venn.):

- Jaargemiddelde van het personeelsbestand in voltijds equivalenten: 50
- Jaaromzet, exclusief de belasting over toegevoegde waarde: 9 000 000 euro
- Balanstotaal: 4 500 000 euro

Natuurlijk kunnen bedrijven dit ook op vrijwillige basis doen aangezien dit bepaalde voordelen met zich mee brengt. Een mogelijk voordeel is dat er eventuele prestatieverbeteringen kunnen zijn doordat de manager minder in eigenbelang gaat handelen (Lennox, 2005). Als het bedrijf een externe auditor aanstelt, geeft dit ook een positief signaal naar de aandeelhouders toe en zorgt dit voor een daling van de informatieasymmetrie tussen de gebruikers van financiële gegevens en de aanbieder (Piot, 2001; Willekens, 2008). Ook wordt de aanstelling van een externe auditor gedaan voor het aantrekken van leningen. Een kwaliteitsvolle jaarrekening is belangrijk voor het aantrekken van geldmiddelen (Piot, 2001).

Onderzoek heeft uitgewezen dat Big 4-auditors meer in staat zijn om earnings management in toom te houden dan andere auditors (Vann & Presley, 2018). Dit zou liggen aan het feit dat de vier grootste accountantsbedrijven een veel grotere omzet hebben dan de accountantsbedrijven en hierdoor meer middelen ter beschikking hebben om de auditkwaliteit te verbeteren (Vann & Presley, 2018). Andere onderzoeken tonen ook aan dat de aanwezigheid van een Big 4-auditor ervoor zorgt dat er minder earnings management wordt gedetecteerd (Becker, Defond, Jiambalvo, & Subramanyam, 1998; Che et al., 2016; Francis, Maydew, & Sparks, 1999). Omwille van deze bevindingen wordt er dus verwacht dat het aanstellen van een Big 4-auditor leidt tot een minder sterk verband tussen earnings management en narcisme.

Deze conclusie kan bijgevolg omgezet worden in een tweede hypothese:

**H<sub>2</sub>: Het positief effect van narcisme op earnings management is minder sterk wanneer het bedrijf een Big 4-auditor aangesteld heeft.**



## 4. Methodologie

---

In het empirisch gedeelte zal er worden nagegaan of er een relatie bestaat tussen narcistische leiders en earnings management. Dit wordt een kwantitatief onderzoek op basis van secundaire informatiebronnen. Deze secundaire informatiebronnen zijn: websites, databases en persoonlijke pagina's van de CEO op sociale media. Om narcisme te meten wordt er gebruik gemaakt van de persoonlijke pagina's op sociale media van de desbetreffende CEO's en Google afbeeldingen. Ook Bel-First, een Belgische database waarop uitgebreide data staat van alle bedrijven, wordt gebruikt om informatie te collecteren over de bedrijven in kwestie.

### 4.1 Dataset

De dataset die gebruikt werd in deze masterproef is afkomstig van dr. Maarten Corten waarbij er een vragenlijst werd uitgestuurd naar Belgische, private familiebedrijven. De sample zal dus uitsluitend bestaan uit Belgische, private familiebedrijven met gegevens van 2015. Deze gegevens dateren van 2015 aangezien in dit jaar de vragenlijst werd verstuurd door dr. Maarten Corten naar de desbetreffende bedrijven. Bijkomende informatie werd gehaald uit de Bel-First database om de dataset nog verder aan te vullen. In het totaal werden van 261 bedrijven data verzameld, maar werden er uiteindelijk 206 overgehouden na eliminatie. Er werden enkele bedrijven uitgehaald door het ontbreken van informatie of wanneer het bedrijf was overgenomen door een andere CEO (234 cases). Wanneer het bedrijf niet langer actief was, werd het vanzelfsprekend ook uit de dataset gehaald (232 cases). Verder werden de *outliers* van alle variabelen uit het model verwijderd zodat er geen vertekend beeld wordt vertoond van de data (206 cases). Dit werd gedaan met behulp van een boxplot, weergegeven via SPSS, waarbij de verdeling van de variabele wordt weergegeven. Uit de boxplot kunnen de volgende gegevens afgelezen worden: minimum, eerste kwartiel, mediaan, derde kwartiel, maximum en de uitschieters of ook wel *outliers* genoemd. De boxplot werd berekend voor elke variabele om de extreme waarden van elke variabele te achterhalen en nadien te verwijderen uit de dataset. Deze extreme waarden kunnen namelijk een vertekend beeld vertonen van de data. Een waarde is extreem wanneer deze op een abnormale afstand ligt van de andere waarden in de steekproef. Daarom is het noodzakelijk om de *outliers* te verwijderen uit de dataset.

Daarnaast werd er getest op multicollineariteit zodat dit voorkomen kan worden. Dit is wanneer twee of meerdere variabelen in het regressiemodel sterk gecorreleerd zijn. Dit moet vermeden worden aangezien dit de coëfficiënten beïnvloedt en het hun betrouwbaarheid vermindert. Dit kan nagegaan worden door de VIF (*variance inflation factor*) te berekenen voor elke variabele. Als deze niet hoger zijn dan 10, is er geen sprake van multicollineariteit. De variabelen in deze masterproef hebben allemaal een VIF-waarde lager dan 10, wat er dus voor zorgt dat multicollineariteit geen probleem creëert voor deze thesis.

## 4.2 Variabelen

### 4.2.1 Afhankelijke variabele

De masterthesis focust op de relatie tussen onafhankelijke variabele narcisme en afhankelijke variabele earnings management. Earnings management kan niet rechtstreeks waargenomen worden en moet daarom een maatstaf krijgen. Earnings management wordt gemeten aan de hand van onverwachte 'accruals'. *Accruals* zijn kosten- en opbrengstenelementen die de winst van de cashflow onderscheiden, en die dus afhankelijk zijn van boekhoudkundige keuzes. Hierdoor is het niveau van de *accruals* onderhevig aan manipulatie. Uitgaande van de assumptie dat het niveau van de *accruals* meestal in proportie staat met de grootte van het bedrijf, kan men nagaan of een bedrijf onverwachte *accruals* rapporteert. De onverwachte *accruals* zijn diegene die niet meer in proportie staan met de bedrijfsgrootte en zijn dus een indicatie van earnings management (Vander Bauwhede et al., 2000).

Dechow, Sloan en Sweeney (1995) bespreken de vijf meest gebruikt *accrual* modellen: het Healy model, Het Jones model, DeAngelo model, het Modified Jones model en het Industry model. De onverwachte *accruals* worden dus via verschillende modellen beraamd, maar in deze studie wordt ervoor geopteerd om de cross-sectionele versie van het Modified Jones model te hanteren. In dit model zijn de standaardfouten het laagste, wat suggereert dat dit model effectiever is in het modelleren van het tijdreeksproces en minder last heeft van misspecificaties veroorzaakt door het weglaten van determinanten van niet-discretionaire *accruals* (Dechow, Sloan, & Sweeney, 1995). Eerst worden de totale *accruals* voor elke onderneming berekend met volgende vergelijking:

$$TA_{i,t} = (\Delta CA_{i,t} - \Delta CL_{i,t} - \Delta Cash_{i,t} + \Delta STD_{i,t} - Dep_{i,t})$$

Met:

- $TA_{i,t}$  = totale *accruals* van onderneming *i*, in jaar *t*
- $\Delta CA_{i,t}$  = verandering in vlottende activa van onderneming *i*, tussen jaar *t* en jaar *t-1*
- $\Delta CL_{i,t}$  = verandering in vlottende schulden of kort vreemd vermogen van onderneming *i*, tussen jaar *t* en jaar *t-1*
- $\Delta Cash_{i,t}$  = verandering in geldmiddelen en kasequivalenten van onderneming *i*, tussen jaar *t* en jaar *t-1*
- $\Delta STD_{i,t}$  = verandering in korte-termijnschulden van onderneming *i*, tussen jaar *t* en jaar *t-1*
- $Dep_{i,t}$  = afschrijvingen van onderneming *i*, tussen jaar *t*

In het modified Jones model worden de totale *accruals* in volgend meervoudig regressiemodel geschat:

$$\frac{TA_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \alpha_1 \left( \frac{1}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_2 \left( \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_3 \left( \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \varepsilon_{i,t}$$

Met:

- $A_{i,t-1}$  = de totale activa van onderneming i, in jaar t-1
- $\Delta REV_{i,t}$  = de wijziging in de inkomsten van onderneming i, tussen jaar t en jaar t-1
- $\Delta REC_{i,t}$  = de wijziging in de vorderingen van onderneming i, tussen jaar t en jaar t-1
- $PPE_{i,t}$  = de materiële vaste activa van onderneming i, in jaar t

Dit meervoudig regressiemodel is vereist om de coëfficiënten  $\alpha_1$ ,  $\alpha_2$  en  $\alpha_3$  te schatten, die later gebruikt zullen worden in het Modified Jones model. Op basis van onderstaand Modified Jones model, worden de verwachte of de *non-discretionary accruals* geschat:

$$NDA_{i,t} = \alpha_1 \left( \frac{1}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_2 \left( \frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_3 \left( \frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \varepsilon_{i,t}$$

Met:

- $NDA_{i,t}$  = de verwachte of *non-discretionary accruals* van onderneming i, in jaar t
- $A_{i,t-1}$  = de totale activa van onderneming i, in jaar t-1
- $\Delta REV_{i,t}$  = de wijziging in de inkomsten van onderneming i, tussen jaar t en jaar t-1
- $\Delta REC_{i,t}$  = de wijziging in de vorderingen van onderneming i, tussen jaar t en jaar t-1
- $PPE_{i,t}$  = de materiële vaste activa van onderneming i, in jaar t

De onverwachte of de *discretionary accruals* worden dan, als maatstaf voor earnings management, uiteindelijk als volgt berekend:

$$DA_{i,t} = TA_{i,t} - NDA_{i,t}$$

Met:

- $DA_{i,t}$  = *discretionary* of de onverwachte accruals van onderneming i, in jaar t
- $TA_{i,t}$  = totale accruals van onderneming i, in jaar t
- $NDA_{i,t}$  = *non-discretionary* of de verwachte accruals van onderneming i, in jaar t

Indien de onverwachte accruals positief zijn, wijst dit op winstverhogende manipulaties en winstverlagende manipulaties indien ze negatief zijn (Capalbo et al., 2018). Yu (2008) beschreef dat negatieve manipulatie wordt gebruikt om teleurstelling te voorkomen. In de goede jaren wordt winstverlagende manipulatie gebruikt om winst voor toekomstige rapportageperioden te verbergen. In de slechte jaren zouden de bedrijven de slechte activa kunnen verbloemen of een grote herstructureringslast kunnen nemen om zo de toekomstige winstdoelen makkelijker te behalen (Yu, 2008).



#### 4.2.2 Onafhankelijke variabele

Vervolgens moet de onafhankelijke variabele Narcisme berekend worden. Aangezien er van narcisme geen data beschikbaar is, moet er hiervoor een proxy gevonden worden. De meest bekende methode om narcisme te meten, is de *Narcissistic Personality Inventory* (NPI). Dit is een vragenlijst, ontworpen door Raskin en Hall (1979), met gesloten vragen. Het maakt gebruik van de DSM-II gedragscriteria (diagnostische en statistische handleiding van psychische stoornissen) voor het meten van narcisme met maar liefst 220 items (Raskin & Hall, 1979). Later is dit herleid tot 40 vragen (Campbell et al., 2004). In een factoranalyse van de NPI identificeerde Emmons (1987) vier factoren en noemde ze (1) *exploitativeness/entitlement* (2) *leadership/authority* (3) *superiority/arrogance* and (4) *self-absorption/self-admiration* (Rijsenbilt & Commandeur, 2013). Aangezien dit een zeer omslachtige en onpraktische methode is, wordt deze niet in deze thesis gebruikt. Ook zijn topmanagers zeer terughoudend om deel te nemen aan survey-onderzoeken. Vragen over eigenschappen zoals narcisme zijn gevoelig en zouden daarom vooral lage responspercentages opleveren (Chatterjee & Hambrick, 2007). Om deze redenen wordt er dus voor geopteerd om een andere methode te zoeken om narcisme te meten.

In de literatuur zijn er tal van manieren te vinden die narcisme meten aan de hand van publieke informatie, zoals CEO-prominentie in persberichten van het bedrijf, grootte van de foto van de CEO, het gebruik van enkelvoudige persoonlijke voornaamwoorden door de CEO, maatstaven voor relatieve beloning,... (Chatterjee & Hambrick, 2007). Maar deze methoden zijn allemaal geschikt voor beursgenoteerde bedrijven en niet voor private familiebedrijven die in deze masterproef gebruikt zijn. Omwille van deze reden moest er dus een andere methode toegepast worden. Narcisten willen graag gezien worden, hun prestaties delen met iedereen, opscheppen over hunzelf en praten over zichzelf. Het perfecte middel waarmee ze dit kunnen doen is door het gebruik van sociale media. Sociale netwerkpagina's zijn sterk gecontroleerde omgevingen waarbij eigenaars volledige macht hebben over de zelfpresentatie. Men kan aantrekkelijke foto's van zichzelf selecteren of zelfbeschrijvingen toevoegen om zichzelf beter in de kijker te zetten (Buffardi & Campbell, 2008; Mehdizadeh, 2010).

In deze masterproef wordt narcisme gemeten aan de hand van acht items. Deze zijn verzameld aan de hand van de sociale media profielen van de CEO's en de frequentie van de foto's van de CEO op Google afbeeldingen. Vijf van de acht items zijn gebaseerd op een eerdere studie van Nele Vanderhoydonks waarin al enkel variabelen werden gedefinieerd. Dit waren in totaal vijf dummy variabelen: in bezit zijn van een LinkedIn pagina, meer dan 500 connecties op LinkedIn hebben, gebruik maken van foto op LinkedIn, gebruik van professionele foto op LinkedIn en gebruik van biografie op LinkedIn (Vanderhoydonks, 2018). In deze studie zijn er nog drie extra items toegevoegd: het aantal woorden in de biografie van de CEO op LinkedIn, ofdat de CEO-bedrijfsprestaties deelt op twitter en het aantal foto's van de CEO op Google afbeeldingen. Alle acht items worden gemeten aan de hand van een dummy variabele (0/1). In wat volgt worden de acht items in meer detail besproken.

De eerste variabele heeft betrekking op het **bezit van een LinkedIn pagina**. De CEO kan aan de hand van zijn persoonlijk account zichzelf promoten door het vermelden van zijn behaalde

vaardigheden en prestaties. Het wordt dus verwacht dat narcistische CEO's hier meer gebruik van gaan maken (Buffardi & Campbell, 2008). Deze variabele krijgt dan ook de waarde 1 wanneer de CEO beschikt over een persoonlijke LinkedIn pagina en 0 wanneer er geen persoonlijke LinkedIn pagina van de CEO aanwezig is (Vanderhoydonks, 2018).

Het verwerven van meer dan 500 **connecties op LinkedIn** is bijgevolg de tweede variabele. Narcisten laten graag hun populariteit zien door middel van het aantal vrienden of connecties op sociale media (Buffardi & Campbell, 2008). Hierdoor krijgt de variabele een waarde van 1 wanneer de CEO meer dan 500 connecties heeft op zijn persoonlijke LinkedIn pagina en een waarde van 0 wanneer hij minder dan 500 connecties heeft (Vanderhoydonks, 2018).

De derde variabele is het gebruik van **een foto op LinkedIn**. Dit is ook een vorm van zelfpromotie van de CEO om zichzelf in de kijker te zetten en zo de nodige admiratie van anderen te verkrijgen (Bergman, Fearington, Davenport, & Bergman, 2011; Buffardi & Campbell, 2008). De CEO is dus narcistischer wanneer er gebruik gemaakt wordt van een foto op de persoonlijke pagina op LinkedIn. De variabele verkrijgt bijgevolg de waarde 1 wanneer er een profielfoto aanwezig is op de persoonlijke pagina van de CEO en een waarde van 0 wanneer de CEO geen profielfoto heeft (Vanderhoydonks, 2018).

Daarnaast is niet enkel het gebruik van een foto een indicator van narcisme, maar ook de indruk die de foto nalaat aan anderen. Dit is bijgevolg de vierde variabele, namelijk het gebruik van een **professionele profielfoto**. Narcisten willen een zo goed mogelijke indruk nalaten op hun sociale media en kunnen dit het best visueel doen door middel van de kleding gedragen op hun profielfoto (Bergman et al., 2011; Buffardi & Campbell, 2008). Enkel wanneer de CEO zich heeft gekleed in professionele kleding, wordt dit beschouwd als een professionele profielfoto. Deze variabele krijgt dan vanzelfsprekend een 1 en wanneer de CEO geen professionele kleding aanheeft, krijgt de variabele een 0 (Vanderhoydonks, 2018).

De vijfde variabele is het **gebruik van een biografie** op LinkedIn. Eerder werd al vermeld dat narcistische personen zichzelf meer willen promoten op hun persoonlijke sociale media pagina door middel van het beschrijven van hun bepaalde prestaties en vaardigheden (Buffardi & Campbell, 2008). Echter kan dit ook door het gebruik van een biografie op LinkedIn waarbij de persoon een beschrijving van zichzelf en zijn/haar persoonlijk leven kan geven. Deze variabele krijgt dan de waarde 1 wanneer er een biografie van de CEO aanwezig is op LinkedIn en de waarde 0 wanneer er geen biografie aanwezig is (Vanderhoydonks, 2018).

Verder wordt voor de volgende variabele ook gebruik gemaakt van de **biografie** van de CEO op LinkedIn. Zoals eerder vermeld, biedt de biografie op LinkedIn kansen voor de CEO om zichzelf te promoten op sociale media (Buffardi & Campbell, 2008). De zesde variabele is bijgevolg het aantal woorden waarmee de CEO zichzelf beschrijft in zijn biografie op zijn persoonlijke pagina op LinkedIn. Deze variabele is nadien omgezet in een dummy variabele. De variabele krijgt een waarde van 0 indien het aantal woorden minder dan 50 zijn en een waarde van 1 indien het hoger ligt dan 50. De grens van 50 is zo gekozen dat na ongeveer 50 woorden, een bijkomend scherm geopend moet worden om de volledige biografie te lezen.

Vervolgens wordt er gekeken naar de **twitter pagina** van de CEO. Op zijn persoonlijk profiel kan hij prestaties van zijn bedrijf delen om zo aandacht te trekken en zichzelf te promoten (Bergman et al., 2011; Buffardi & Campbell, 2008). De zevende variabele is zodoende een dummy variabele die de waarde 0 verkrijgt als hij niets van het bedrijf deelt op zijn twitter pagina en waarde 1 wanneer de CEO de prestaties van zijn bedrijf deelt. Merk op dat het enkel gaat om het delen van de prestaties van het bedrijf.

Zichtbaarheid is zeer belangrijk voor de narcistische CEO (Buffardi & Campbell, 2008). Ze zoeken naar externe bronnen om zo bewondering en aandacht te verkrijgen van andere mensen. Een goede manier om zichtbaarheid te verwerven is via foto's (Bergman et al., 2011). **Google afbeeldingen** geeft resultaten weer van de persoon over het hele internet. Deze foto's kunnen van persoonlijke sociale netwerksites zijn zoals facebook, LinkedIn maar ook van kranten, tijdschriften,... waarin de CEO wordt vermeld. In een studie van Marcus en collega's (2006) werd er een verband gevonden tussen narcisme en het aantal foto's dat de persoon had gepost over zichzelf en met anderen op zijn persoonlijke webpagina (Bergman et al., 2011). Uiteindelijk is de laatste variabele opgesteld omtrent het aantal foto's van de CEO op Google afbeeldingen. Om zeker te zijn dat de foto's van de desbetreffende CEO waren, werd er gekeken naar zijn persoonlijke pagina op sociale media voor referentie of naar de beschrijving van de foto op Google. Dit is een dummy variabele om consistentie te behouden omtrent de andere variabelen. De variabele krijgt een waarde van 0 indien de CEO minder dan 20 foto's op Google afbeeldingen heeft staan. Wanneer er meer dan 20 foto's staan op Google afbeeldingen krijgt de dummy variabele een waarde van 1.

Om uiteindelijk een eenduidige narcisme score te bekomen, wordt het gemiddelde genomen van alle acht variabelen. Ten slotte wordt de onafhankelijke variabele, narcisme verkregen.

#### 4.2.3 Moderende variabele

In deze masterproef wordt er ook nagegaan of het effect van narcisme op earnings management minder sterk is wanneer het bedrijf een Big-4 auditor heeft aangesteld. Er wordt bijgevolg een moderende variabele gecreeërd: **Big 4 x Narcisme**. Big 4 is een dummy variabele waarbij het de waarde 1 aanneemt wanneer het bedrijf een Big-4 auditor heeft aangesteld en een waarde van 0 wanneer het bedrijf geen Big-4 auditor heeft aangesteld.

#### 4.2.4 Controlevariabelen

Vervolgens worden de controlevariabelen gedefinieerd. Deze zijn noodzakelijk om mee te nemen in de regressie omdat de controlevariabelen constant worden gehouden zodat het causaal effect van narcisme op earnings management gevonden kan worden. Zes controlevariabelen worden hieronder verder uitgelegd.

De eerste controlevariabele is de **bedrijfs grootte**. Watts en Zimmerman (1986) veronderstellen dat grotere bedrijven politiek zichtbaarder zijn en hierdoor een preferentie hebben voor het rapporteren van lagere winsten. Grotere ondernemingen gaan dus vermoedelijk inkomensverlagende rapporteringsmethoden verkiezen (Mahjoub & Miloudi, 2015). De grootte wordt bepaald door het natuurlijk logaritme van het totaal actief van de onderneming (Vander Bauwhede et al., 2000).

**Schuldgraad** is de tweede controlevariabele. Dit is de verhouding tussen het vreemd vermogen en het totale vermogen van een organisatie. Ondernemingen gaan financiering zoeken door schulden aan te gaan. Om de crediteuren van deze schulden te beschermen, kunnen er schuldconvenanten opgesteld worden. Als de clausules overschreden worden, kan de schuld opnieuw onderhandeld worden, wat extra kosten met zich mee brengt of de schuldeisers instaat stellen de controle van het bedrijf over te nemen. Om deze reden gaan organisaties earnings management toepassen om een overtreding van de schuldconvenanten te voorkomen (Mahjoub & Miloudi, 2015).

De derde controlevariabele is de **anciënniteit van de CEO**. De markt zal waarschijnlijk CEO's die langer bij hun bedrijf zijn geweest, als meer getalenteerd ervaren dan CEO's die korter tewerkgesteld waren. Na het vestigen van een reputatie van hoge bekwaamheid, zouden CEO's met een lange ambtstermijn hun reputatie willen beschermen en dus minder snel opportunistisch gedrag vertonen. Omwille van deze reden wordt er verwacht dat earnings management meer voorkomt bij de eerste dienstjaren van de CEO in het bedrijf dan in de latere dienstjaren van de CEO (Ali & Zhang, 2015).

De vierde controlevariabele is **winst**. Bedrijven met winst hebben andere drijfveren om aan earnings management te doen dan verlieslatende bedrijven. Hierdoor wordt winst een dummy variabele met een waarde van één als het bedrijf winst maakt en nul als het bedrijf verlies maakt (Prawitt, Smith, & Wood, 2009).

De vijfde controlevariabele is **sector**. Iedere onderneming verkrijgt een zogenaamde NACE-code, die vermeldt in welke sector het bedrijf zich bevindt. Deze variabele is een dummy variabele en verkrijgt een waarde van 0 wanneer de code valt onder de diensten- of handelssector en een waarde van 1 wanneer het bedrijf zich in de bouw- of industriële sector bevindt (Vanderhoydonks, 2018).

De zesde en laatste controlevariabele is **cashflow**. In andere studies werd bewezen dat extreme financiële prestaties kunnen leiden tot meetfouten bij de berekening van earnings management. Om deze reden wordt cashflow opgenomen in het model door de operationele cashflow te delen door de totale activa (Dechow et al., 1995; Vander Bauwhede & Willekens, 1998).

### 4.3 Model

Op basis van de afhankelijke, onafhankelijke en controlevariabelen wordt volgend meervoudig regressiemodel opgesteld aan de hand van de eerste hypothese:

$$EM = \beta_0 + \beta_1 \text{Narcisme} + \beta_2 \text{Grootte} + \beta_3 \text{Schuldgraad} + \beta_4 \text{Winst} + \beta_5 \text{Anciënniteit} + \beta_6 \text{Sector} + \beta_7 \text{Cashflow} + \varepsilon$$

De tweede hypothese verwacht dat de aanstelling van een big 4-auditor leidt tot een minder sterk verband tussen earnings management en narcisme. Vervolgens kan ook hier een meervoudig regressiemodel van worden opgesteld aan de hand van de tweede hypothese:

$$EM = \beta_0 + \beta_1 \text{Narcisme} + \beta_2 \text{Big 4} + \beta_3 (\text{Narcisme} \times \text{Big 4}) + \beta_4 \text{Grootte} + \beta_5 \text{Schuldgraad} + \beta_6 \text{Winst} + \beta_7 \text{Anciënniteit} + \beta_8 \text{Sector} + \beta_9 \text{Cashflow} + \varepsilon$$

## 5. Resultaten

---

### 5.1 Onderlinge correlaties en beschrijvende statistiek

In tabel 1 worden de onderlinge Pearson correlaties van de variabelen opgelijst met de bijhorende significantieniveaus. De correlatie die van belang is in deze masterproef, is deze tussen earnings management en narcisme. Deze bedraagt 0,068 wat duidt op een kleine positieve correlatie tussen de variabele. In andere literatuurstudies kan dit ook worden teruggevonden (Capalbo et al., 2018). Maar dit kan verder niet bewezen worden doordat de correlatie niet significant is op een significantieniveau van 10%.

Als er verder naar de correlaties wordt gekeken, is er een significante positieve relatie gevonden tussen earnings management en de schuldgraad. Dit is in overeenstemming met andere literatuurstudies (Vander Bauwhede & Willekens, 1998, 2003; Vander Bauwhede et al., 2000). Earnings management is ook nog gelinkt aan de cashflows van het bedrijf. Deze positieve significante relatie is significant op een niveau van 1%. Bovendien is er een significante negatieve relatie te vinden tussen narcisme en anciënniteit. Deze relatie is significant op een significantieniveau van 1%.

Verderop is er een negatieve significante relatie te vinden tussen bedrijfsgrootte en schuldgraad. Dit duidt aan dat hoe groter het bedrijf is (in de vorm van activa), hoe lager de schuldgraad ligt. Daarenboven wordt er ook een significante negatieve correlatie van -0,227 getroffen tussen winst en schuldgraad. Dit wil zeggen dat hoe lager de schuldgraad is, hoe meer winst het bedrijf maakt. Deze relatie is bovendien significant op een niveau van 1%. Verder is er een significante negatieve correlatie tussen anciënniteit en schuldgraad op een significantieniveau van 10%. Vervolgens is er nog een negatieve significante correlatie tussen sector en winst. Deze relatie is significant op een significantieniveau van 10%. De voorlaatste significante relatie is degene tussen cashflow en de schuldgraad. Dit is een negatieve relatie wat erop wijst dat bedrijven met een lagere cashflow, een hogere schuldgraad hebben. Dit kan statistisch bewezen worden op een significantieniveau van 10%. Uiteindelijk is er nog een positieve significante relatie getroffen tussen cashflow en winst. Deze is significant op 5%. Als er dan gekeken wordt naar de variabele Big 4, is er een positieve significante correlatie op te merken tussen earnings management en Big 4. Dit is tegenstrijdig met de literatuur aangezien een Big 4-auditor ervoor zou moeten zorgen dat er minder earnings management voorkomt (Che et al., 2016).

Vervolgens wordt in tabel 1 ook de beschrijvende statistiek van de variabelen samengevat. Hier worden de minima, maxima, gemiddeldes en standaarddeviaties van elke variabele opgelijst. In het totaal zijn de gegevens van 206 bedrijven gebruikt in deze analyse. Uit de gegevens kan afgeleid worden dat de schuldgraad gemiddeld 62,8% is. De onverwachte accruals bedragen gemiddeld 6,9% van het totaal actief. In een andere studie werd een waarde van 3,43% gevonden, wat kortbij ligt maar toch onder de gevonden waarde van deze studie (Frino, Ying Lim, Mollica, & Palumbo, 2014). Dit is in groot contrast met de studie van Kim, Park en Wier (2012) waarbij een waarde van 20% werd gevonden. Verder blijkt dat 89% van de bedrijven positieve winstcijfers hebben. Uit de gegevens blijkt ook dat de gemiddelde anciënniteit van de CEO 18 jaar is. 56% van de bedrijven zijn bovendien actief in de handel-of dienstensector en de overige in de industriële- of bouwsector. Het gemiddeld

bedrijf heeft een gemiddelde cashflow van 8,36% ten opzichte van de totale activa. Gemiddeld hebben 19% van de bedrijven een Big 4-auditor aangesteld. Ten slotte is de gemiddelde narcisme score 25,4%.

Wat meteen opvalt in tabel 1 is het hoge cijfer dat verkregen werd bij de variabele schuldgraad. Eerder werd vermeld dat schuldgraad berekend wordt door het vreemd vermogen te delen door het totaal actief. De variabele schuldgraad heeft een maximumwaarde van 1,01786. Dit wil zeggen dat sommige bedrijven een hoger vreemd vermogen hebben dan het totaal actief of anders gezegd dat enkele bedrijven een negatief eigen vermogen hebben. In de studie van Nele Vanderhoydonks (2018) is dit ook terug te vinden.

Tabel 1: Beschrijvende statistiek en onderlinge correlaties

Variabele	Min.	Max.	Gem.	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Absolute DA	0,0005528	0,22688	0,06913	0,05436	1	-							
2. Narcisme	0	0,83333	0,25392	0,18784	0,068	1	-						
3. Bedrijfsgrootte	14,21567	18,27206	16,15481	0,78444	-0,101	0,062	1	-					
4. Schuldgraad	0,02842	1,01786	0,62757	0,21376	0,130*	0,029	-	1	-				
5. Winst	0	1	0,89000	0,31100	-0,040	0,062	0,130*	-	1	-			
6. Anciënniteit	1	50	18,08500	11,18150	-0,057	-	-0,009	-0,118*	0,045	1	-		
7. Sector	0	1	0,56000	0,49800	-0,084	-0,063	-0,082	0,082	-0,126*	0,013	1	-	
8. Cashflow	-14,33246	35,08119	8,36043	9,31443	0,311***	0,069	0,089	-0,117*	0,168**	0,001	-0,057	1	-
9. Big 4	0	1	0,19000	0,39200	0,072	0,158**	0,171**	0,019	0,007	-	-	0,048	1
										0,227***			
											0,208***	0,163**	

N=206

\*\*\* Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,01 (tweezijdig)

\*\* Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,05 (tweezijdig)

\* Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,10 (tweezijdig)



## 5.2 Regressieanalyses

### 5.2.1 Regressieanalyses met absolute discretionaire accruals

In tabel 2 worden de resultaten van de verschillende analyses getoond. Model 1 is een enkelvoudig regressiemodel. In dit model wordt er enkel gekeken naar de variabelen earnings management en narcisme waarbij de controlevariabelen tijdelijk buiten beschouwing worden gelaten. In tabel 2 is ook een samenvatting van het model te vinden omtrent de maatstaven gebruikt om het model te beoordelen.  $R^2$  is een maatstaf voor het deel van de variabiliteit dat wordt verklaard door het statistisch model. In het eerste model is de  $R^2$  0,005. Dit duidt op een zeer kleine relatie tussen de onafhankelijke variabele narcisme en de afhankelijke variabele earnings management. Deze lage  $R^2$  licht toe dat earnings management afhankelijk is van tal van andere variabelen en dat narcisme slechts een zeer beperkt gedeelte van de variatie in earnings management verklaart. De significantie van het model, weergegeven door de F-toets, ligt zeer laag. Met andere woorden is het model niet significant op een significantieniveau van 10%.

De coëfficiënten van het enkelvoudig regressiemodel zijn ook terug te vinden in tabel 2. De coëfficiënten van het enkelvoudig regressiemodel voor de constante waarde en narcisme zijn respectievelijk 0,062 en 0,019. De variabele Narcisme is niet significant op een significantieniveau van 10%. Er is dus onvoldoende statistisch bewijs om aan te tonen dat er een significante relatie bestaat tussen earnings management en narcisme.

Tabel 2: resultaten met absolute DA

Model	1	2	3
Narcisme	0,019 (0,019)	0,008 (0,020)	-0,001 (0,021)
Big 4			-0,007 (0,019)
Big 4 x Narcisme			0,039 (0,057)
Controlevariabelen			
Anciënniteit		0,000 (0,000)	0,000 (0,000)
Bedrijfs grootte		-0,007 (0,005)	-0,008 (0,005)*
Schuldgraad		0,036 (0,018)**	0,035 (0,018)**
Winst		-0,010 (0,012)	-0,010 (0,012)
Sector		-0,009 (0,007)	-0,011 (0,007)
Cashflow		0,002 (0,000)***	0,002 (0,000)***
Intercept	0,062 (0,006)***	0,163 (0,078)**	0,175 (0,079)**
$R^2$	0,005	0,136	0,149
Adj. $R^2$	0,000	0,106	0,110
F-toets	0,996	4,538***	3,824***

N= 206

\*\*\* Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,01 (tweezijdig)

\*\* Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,05 (tweezijdig)

---

\* Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,10 (tweezijdig)

---

In tabel 2 wordt ook het meervoudig regressiemodel getoond met de bijhorende resultaten in model 2. In het meervoudig regressiemodel worden alle variabelen in beschouwing genomen. Dit zijn zowel de afhankelijke variabele earnings management en onafhankelijke variabele narcisme, maar ook volgende controlevariabelen: anciënniteit, bedrijfsgrootte, schuldgraad, winst, sector en cashflow. In tabel 2 is een samenvatting van de maatstaven van het model terug te vinden. Uit de maatstaf  $R^2$  is af te leiden dat de totale variatie in earnings management voor 13,6% verklaard kan worden door de lineaire regressie. Maar aangezien de  $R^2$  toeneemt wanneer er extra variabelen aan het model worden toegevoegd, is de adjusted  $R^2$  een betere maatstaf. De adjusted  $R^2$  heeft een waarde van 0,106. Dit wil zeggen dat 10,6% van de variatie in earnings management verklaard wordt door de onafhankelijke variabele en de controlevariabelen. In vergelijking met het enkelvoudig regressiemodel, namelijk 0,5%, is dit een verbetering. Er kan ook geconcludeerd worden dat het model significant is op een significantieniveau van maar liefst 1%.

De coëfficiënten van het meervoudig regressiemodel van model 2 zijn eveneens terug te vinden in tabel 2. Er is een positieve relatie tussen earnings management en narcisme gevonden met een waarde van 0,008. Toch is deze relatie niet significant en is er dus geen statistisch bewijs dat er een positieve relatie is tussen earnings management en narcisme op een significantieniveau van 10%. Hieruit kan de conclusie getrokken worden dat de eerste hypothese niet bevestigd kan worden. Verder is de relatie tussen earnings management en anciënniteit zeer klein, zelfs onbestaand, en bovendien niet significant op een significantieniveau van 10%. Bedrijfsgrootte heeft daarenboven ook geen significante negatieve impact op earnings management op een significantieniveau van 10%. Wat tevens wel een significant positief effect heeft op earnings management is de schuldgraad. Deze relatie is significant op een significantieniveau van 5%. Cashflow heeft verder ook een significante positieve relatie met earnings management op een significantieniveau van 1%. Ten slotte hebben beide variabelen, sector en winst, een negatief effect op earnings management, maar is deze relatie niet statistisch te bewijzen op een significantieniveau van 10%.

Om te weten of alle onafhankelijke variabelen – de acht variabelen die eerder al werden uitgelegd – hetzelfde meten, namelijk narcisme, wordt de Cronbach's alpha berekend voor iedere variabele. De Cronbach's alpha berekent bijgevolg de interne consistentie van de variabelen. In deze masterproef is de Cronbach's alpha 0,695. Dit wijst erop dat de interne consistentie redelijk laag is. Om betrouwbaar te moeten zijn, zou de waarde minstens boven de 0,7 moeten liggen. Een mogelijke reden waarom de Cronbach's alpha redelijk laag ligt, kan zijn dat niet alle variabelen, narcisme correct meten. Dit is ook terug te zien in de correlatietabel van de 8 items, tabel 3, waarbij er bij sommige items zelfs negatieve correlaties worden teruggevonden. De eerste negatieve correlatie is tussen de LinkedIn biografie en het delen op Twitter. Deze correlatie is -0,003, wat wijst op een redelijk lage negatieve correlatie. De volgende negatieve correlatie is deze tussen het aantal foto's op Google en het aantal woorden in de biografie op LinkedIn. Dit is ook een lage negatieve correlatie van -0,007. De laatste negatieve correlatie is tussen het aantal foto's op Google en de biografie op LinkedIn met -0,001. Deze is evenzeer zeer laag en bijna gelijk aan nul. De andere correlaties zijn

daarenboven ook aan de lage kant. Dit wijst er bijgevolg op dat niet alle items, narcisme correct meten.

Tabel 3: correlatietabel van 8 items

	1	2	3	4	5	6	7	8
Twitter	-							
Foto Google	0,181	-						
LinkedIn biografie woorden	0,010	-0,007	-					
LinkedIn account	0,047	0,083	0,149	-				
LinkedIn connecties	0,191	0,158	0,366	0,256	-			
LinkedIn biografie	-0,003	-0,001	0,904	0,164	0,330	-		
LinkedIn foto	0,142	0,165	0,260	0,397	0,349	0,296	-	
LinkedIn professionele foto	0,098	0,142	0,022	0,233	0,275	0,027	0,586	-

Als deze resultaten worden vergeleken met de studie van Nele Vanderhoydonks worden er toch enkele verschillen opgemerkt. Ten eerste is de variabele narcisme in deze studie niet significant, terwijl hij in de andere studie wel significant is op een significantieniveau van 1% (Vanderhoydonks, 2018). De variabelen die in deze studie gebruikt zijn om narcisme te meten, hebben bijgevolg een minder sterke relatie met earnings management.

In tabel 2 staat ook het derde model met de modererende variabele inbegrepen. De interactieterm van Narcisme en Big 4 heeft een kleine positieve impact op narcisme maar is niet significant op een significantieniveau van 10%. De tweede hypothese kan dus niet bevestigd worden waarin werd geïmpliceerd dat het verband tussen narcisme en earnings management minder sterk is wanneer de CEO een Big 4-auditor heeft aangesteld.

### 5.2.2 Regressieanalyses met negatieve discretionaire accruals

Hier wordt de relatie tussen narcisme en winstverlagende earnings management bekeken. Uit de literatuur was duidelijk dat ook narcisten aan winstverlagend earnings management doen om teleurstelling te voorkomen. In de goede jaren gaan ze aan winstverlagend earnings management doen om een buffer te vormen (Yu, 2008). Narcistische CEO's willen steeds goed overkomen naar de buitenwereld en gaan dan aan '*income smoothing*' doen om geen uiterst slechte periodes te hebben (Vander Bauwhede & Willekens, 2003).

In tabel 4 zijn de regressiemodellen terug te vinden voor de negatieve discretionaire accruals. Voor het eerste model, het enkelvoudig regressiemodel, vinden we volgende resultaten. Het model is ten eerste niet significant op 10%. Dit wordt ook teruggevonden in de  $R^2$  die zeer laag ligt. Vervolgens is de variabele narcisme ook niet significant op een significantieniveau van 10%.

Vervolgens staat het eerste meervoudig regressiemodel met negatieve DA als afhankelijke variabele ook in tabel 4. 106 van de 206 bedrijven in deze analyse doen aan winstverlagende earnings

management. Ook in dit model is narcisme niet significant en kan er statistisch niet bewezen worden dat er een relatie bestaat tussen narcisme en winstverlagende earnings management op een significantieniveau van 10%. Het model is echter wel significant op een significantieniveau van 1%.

Het derde model, met de interactieterm tussen narcisme en Big 4, vertoont ook geen significante resultaten. Zowel narcisme als de interactieterm tussen narcisme en Big 4 zijn niet significant op een significantieniveau van 10%.

Tabel 4: resultaten met negatieve DA

<b>Model</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Narcisme	-0,001 (0,029)	0,027 (0,024)	0,037 (0,026)
Big 4			0,025 (0,027)
Narcisme x Big 4			-0,081 (0,078)
Controlevariabelen			
Anciënniteit		0,000 (0,000)	0,000 (0,000)
Bedrijfsgrootte		0,004 (0,006)	0,005 (0,006)
Schuldgraad		-0,053 (0,021)**	-0,052 (0,022)**
Winst		0,044 (0,014)***	0,045 (0,014)***
Sector		0,005 (0,009)	0,007 (0,010)
Cashflow		-0,004 (0,001)***	-0,004 (0,001)***
Intercept	-0,068 (0,009)***	-0,102 (0,104)***	-0,123 (0,103)
R <sup>2</sup>	0,000	0,428	0,430
Adj. R <sup>2</sup>	-0,009	0,387	0,377
F-toets	0,002	10,537***	8,055***
N= 106			
*** Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,01 (tweezijdig)			
** Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,05 (tweezijdig)			
* Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,10 (tweezijdig)			

### 5.2.3 Regressieanalyses met positieve discretionaire accruals

Voorheen werd al vermeld dat narcisten aan winstverlagend earnings management doen, maar er wordt ook gebruik gemaakt van winstverhogend earnings management. Dit is wanneer ze in de slechte jaren, de slechte activa willen verbloemen of als ze een grote herstructureringslast willen nemen om zo de toekomstige winstdoelen makkelijker te behalen (Yu, 2008). Het is voor de narcistische CEO steeds belangrijk om zijn goede imago te behouden en zal hierdoor aan winstverhogend earnings management doen (Vander Bauwhede & Willekens, 2003).

In tabel 5 zijn de regressiemodellen terug te vinden voor de positieve discretionaire accruals. Voor het enkelvoudig regressiemodel vinden we volgende resultaten. Het eerste model met positieve

discretionaire accruals is niet significant op een significantieniveau van 10%. Bovendien is de variabele narcisme ook niet significant op een significantieniveau van 10%.

Vervolgens staat het eerste meervoudig regressiemodel met positieve DA als afhankelijke variabele ook in tabel 5. 100 van de 206 bedrijven in deze analyse doen aan winstverhogend earnings management. Dit model met als afhankelijke variabele de positieve DA, is ook significant op een significantieniveau van 5%. Evenwel is de variabele Narcisme in dit model niet significant op een significantieniveau van 10%. Bijgevolg kan er niet statistisch bewezen worden dat er een relatie bestaat tussen narcisme en winstverhogend earnings management.

Eveneens worden er in model 3, met positieve DA als afhankelijke variabele, geen significante resultaten gevonden op een significantieniveau van 10%.

*Tabel 5: resultaten met positieve DA*

<b>Model</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Narcisme	0,038 (0,026)	0,032 (0,029)	0,027 (0,030)
Big 4			-0,003 (0,025)
Narcisme x Big 4			0,005 (0,076)
Controlevariabelen			
Anciënniteit		-0,001 (0,000)	-0,001 (0,000)
Bedrijfsgrootte		-0,017 (0,006)***	-0,017 (0,006)***
Schuldgraad		0,013 (0,025)	0,013 (0,025)
Winst		0,041 (0,018)**	0,039 (0,018)**
Sector		-0,003 (0,010)	-0,005 (0,010)
Cashflow		0,000 (0,001)	0,000 (0,001)
Intercept	0,056 (0,008)***	0,311 (0,106)***	0,304 (0,108)***
R <sup>2</sup>	0,020	0,159	0,156
Adj. R <sup>2</sup>	0,010	0,097	0,072
F-toets	2,118	2,547**	1,853*

N= 100

\*\*\* Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,01 (tweezijdig)

\*\* Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,05 (tweezijdig)

\* Correlatie is significant op een significantieniveau van 0,10 (tweezijdig)

## 6. Conclusie

---

In deze masterproef werd het verband tussen narcisme en earnings management onderzocht in private familiebedrijven in België. Uiteindelijk werd een sample van 206 bedrijven gebruikt nadat *outliers* en *missing values* eruit werden gehaald. Aan de hand van de literatuur werden er twee hypothesen opgesteld. De eerste hypothese stelt dat er een positief effect wordt verwacht tussen narcisme en earnings management. Uit de resultaten kan dit helaas niet bevestigd worden aangezien narcisme niet significant is op een significantieniveau van 10%. De eerste hypothese kan dus niet bevestigd worden.

De tweede hypothese stelt dat het positief effect van narcisme op earnings management minder sterk is wanneer het bedrijf een Big 4-auditor heeft aangesteld. Hier werd een nieuwe variabele aangemaakt, een zogenaamde interactieterm, tussen narcisme en Big 4-auditor. Maar ook hier kan de tweede en laatste hypothese niet bevestigd worden aangezien deze interactieterm niet significant is op een significantieniveau van 10%. Dit kan echter ook liggen aan het feit dat weinig bedrijven een Big-4 auditor hebben aangesteld. In deze studie hadden slechts 43 bedrijven een Big-4 auditor aangesteld. Dit is bijgevolg ook een tekortkoming van deze studie.

Vervolgens werd er ook nog de opsplitsing gemaakt tussen positieve en negatieve discretionaire accruals. Ook hier werd er geen bewijs gevonden dat narcisme een significant effect hierop heeft. De samples van deze datasets waren ook beperkt, namelijk 100 en 106, waardoor dit ook een oorzaak kan zijn van de tekortkoming van de significantie. Een aanbeveling voor een volgende studie zou zijn om een grotere sample te gebruiken. Hierdoor zouden de resultaten van de opsplitsing van de negatieve en positieve discretionaire accruals meer significant kunnen worden.

Het ontbreken van de nodige significantie kan verder liggen aan de meting van narcisme. In de studie van Nele Vanderhoydonks waren de resultaten met de vijf dummy variabelen, wel significant. Dit heeft tot gevolg dat de drie variabelen, gemeten in deze studie, narcisme waarschijnlijk niet correct meten. De tekortkoming van deze studie is zodoende dat de manieren zeer beperkt zijn om narcisme te meten in private bedrijven. Dit resulteert dan bijgevolg ook in een aanbeveling om in een volgende studie, andere manieren van narcisme te onderzoeken die wel een significant resultaat kunnen opleveren.

Een laatste beperking van deze studie is het verschil in tijd in verband met de metingen van narcisme en earnings management. De vragenlijst, die gebruikt werd om earnings management te meten, werd in 2015 naar de desbetreffende bedrijven gestuurd. Echter hebben de gegevens, gebruikt om narcisme te berekenen, betrekking op het jaar 2019. Dit kan ervoor zorgen dat de resultaten een vertekend beeld kunnen geven.



## Referentielijst

- Ali, A., & Zhang, W. (2015). CEO tenure and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 59(1), 60-79. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2014.11.004>
- Amernic, J. H., & Craig, R. J. (2010). Accounting as a Facilitator of Extreme Narcissism. *Journal of Business Ethics*, 96(1), 79-93. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0450-0>
- Baker, M. W. (2013). *A Multiple Case Study of the Dark Side of Leadership: An Exploration of Executives Who Led Their Companies to Disastrous Results Versus Exemplary CEOs Who Did Not*. (3570902 Ph.D.), Regent University, Ann Arbor. ProQuest Central database.
- Becker, C. L., Defond, M. L., Jiambalvo, J., & Subramanyam, K. R. (1998). The effect of audit quality on earnings management. *Contemporary Accounting Research*, 15(1), 1-24.
- Beneish, M. D. (2001). Earnings management: A perspective. *Managerial Finance*, 27(12), 3-17.
- Bergman, S. M., Fearington, M. E., Davenport, S. W., & Bergman, J. Z. (2011). Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why. *Personality and Individual Differences*, 50(5), 706-711. doi:<https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.12.022>
- Bergstresser, D., & Philippon, T. (2006). CEO incentives and earnings management. *Journal of Financial Economics*, 80(3), 511-529. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2004.10.011>
- Blair, C. A., Helland, K., & Walton, B. (2017). Leaders behaving badly: the relationship between narcissism and unethical leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 38(2), 333-346. doi:doi:10.1108/LODJ-09-2015-0209
- Buffardi, E. L., & Campbell, W. K. (2008). *Narcissism and Social Networking Web Sites* (Vol. 34).
- Campbell, W. K., & Foster, J. D. (2007). The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. In *The self*. (pp. 115-138). New York, NY, US: Psychology Press.
- Campbell, W. K., Goodie, A. S., & Foster, J. D. (2004). Narcissism, confidence, and risk attitude. *Journal of Behavioral Decision Making*, 17(4), 297-311. doi:doi:10.1002/bdm.475
- Capalbo, F., Frino, A., Lim, M. Y., Mollica, V., & Palumbo, R. (2018). The Impact of CEO Narcissism on Earnings Management. *Abacus*, 54(2), 210-226. doi:doi:10.1111/abac.12116
- 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.
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2011). Executive Personality, Capability Cues, and Risk Taking: How Narcissistic CEOs React to Their Successes and Stumbles. *Administrative science quarterly*, 56(2), 202-237. doi:10.1177/0001839211427534
- Che, L., Hope, O.-K., & Langli, J. (2016). *Does the Big-4 Effect Exist When Reputation and Litigation Risks are Low? Evidence from Audit-Partner Auditee Pair Switches*.
- Chen, S. (2010). The Role of Ethical Leadership Versus Institutional Constraints: A Simulation Study of Financial Misreporting by CEOs. *Journal of Business Ethics*, 93(1), 33-52. doi:10.1007/s10551-010-0625-8
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (1995). Detecting earnings management. *The Accounting Review*, 70(2), 193.



- Emmons, R. A. (1987). Narcissism: Theory and measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 11-17. doi:10.1037/0022-3514.52.1.11
- Finkelstein, S., & Hambrick, D. C. (1996). *Strategic Leadership: Top Executives and Their Effects on Organizations*: West Publishing Company.
- Francis, J. R., Maydew, E. L., & Sparks, H. C. (1999). The role of Big 6 auditors in the credible reporting of accruals. *Auditing*, 18(2), 17-34.
- Frino, A., Ying Lim, M., Mollica, V., & Palumbo, R. (2014). *CEO Narcissism and Earnings Management*.
- Ham, C., Lang, M., Seybert, N., & Wang, S. (2017). CFO Narcissism and Financial Reporting Quality. *Journal of Accounting Research*, 55(5), 1089-1135. doi:doi:10.1111/1475-679X.12176
- Ham, C., Seybert, N., & Wang, S. (2018). Narcissism is a bad sign: CEO signature size, investment, and performance. *Review of Accounting Studies*, 23(1), 234-264. doi:10.1007/s11142-017-9427-x
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383.
- Johnson, E. N., Kuhn, J. R., Apostolou, B. A., & Hassell, J. M. (2013). Auditor Perceptions of Client Narcissism as a Fraud Attitude Risk Factor. *Auditing : a journal of practice and theory*, 32(1).
- Kernberg, O. F. (1976). *Borderline Conditions and Pathological Narcissism*: Jason Aronson, Incorporated.
- Kernberg, O. F. (1983). *Internal World and External Reality: Object Relations Theory Applied*: J. Aronson.
- Kets de Vries, M. (2004). Organizations on the Couch: A Clinical Perspective on Organizational Dynamics. *European Management Journal*, 22(2), 183-200. doi:<https://doi.org/10.1016/j.emj.2004.01.008>
- Kohut, H. (1976). *The Restoration of the Self*: University of Chicago Press.
- Lennox, C. (2005). Management Ownership and Audit Firm Size. *Contemporary Accounting Research*, 22(1), 205-227. doi:10.1506/K2CG-U6V0-NPTC-EQBK
- Lernout & Hauspie: from hero to zero. (2011). *De Standaard*.
- Maccoby, M. (2000). Narcissistic Leaders the Incredible Pros, the Inevitable Cons. In (Vol. 82, pp. 92-114). Boston: Harvard Business School Press.
- Mahjoub, I., & Miloudi, A. (2015). *EARNINGS MANAGEMENT: A REVIEW OF LITERATURE*.
- Mehdizadeh, S. (2010). *Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook* (Vol. 13).
- Nevicka, B., Velden, F. S. T., De Hoogh, A. H. B., & Van Vianen, A. E. M. (2011). Reality at Odds With Perceptions: Narcissistic Leaders and Group Performance. *Psychological Science*, 22(10), 1259-1264.
- O'Reilly, C. A., Doerr, B., & Chatman, J. A. (2018). "See You in Court": How CEO narcissism increases firms' vulnerability to lawsuits. *The Leadership Quarterly*, 29(3), 365-378. doi:<https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.08.001>
- Olsen, K. J., Dworkis, K. K., & Young, S. M. (2014). CEO Narcissism and Accounting: A Picture of Profits. *Journal of management accounting research*, 26(2), 243-267.

- Park, S. (2017). Audit Quality And Accrual Quality: Do Big 4 Auditors Indeed Enhance Accrual Quality Of 'Powerful' Clients? *Journal of Applied Business Research*, 33(2), 343-350. doi:<http://dx.doi.org/10.19030/jabr.v33i2.9908>
- Piot, C. (2001). Agency costs and audit quality: evidence from France. *European Accounting Review*, 10(3), 461-499. doi:10.1080/713764630
- Prawitt, D. F., Smith, J. L., & Wood, D. A. (2009). Internal Audit Quality and Earnings Management. *The Accounting Review*, 84(4), 1255-1280.
- Raskin, R. N., & Hall, C. S. (1979). A narcissistic personality inventory. *Psychological Reports*, 45(2), 590-590. doi:10.2466/pr0.1979.45.2.590
- Rijssenbilt, A., & Commandeur, H. (2013). Narcissus Enters the Courtroom: CEO Narcissism and Fraud. *Journal of Business Ethics*, 117(2), 413-429. doi:10.1007/s10551-012-1528-7
- Swid, A., & Ragab, D. (2018). Narcissistic Leaders: A Review of Astonishing Success and Remarkable Failure. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 15(3), 31-39.
- Vander Bauwhede, H., & Willekens, M. (1998). *Earnings management and institutional differences Literature review and discussion*.
- Vander Bauwhede, H., & Willekens, M. (2003). *Earnings management in Belgium: a review of the empirical evidence*.
- Vander Bauwhede, H., Willekens, M., & Gaeremynck, A. (2000). Drijfveren voor winstmanagement voor Belgische beurs- en niet-beursgenoteerde bedrijven. *Tijdschrift voor economie en management*, 45(3), 367-386.
- Vanderhoydonks, N. (2018). CEO narcisme en earnings management in private familiebedrijven.
- Vann, C. E., & Presley, T. (2018). Big 4 Auditors, Corporate Governance, and Earnings Management under Principles- and Rules-Based Reporting Regimes: Cross-Country Empirical Evidence. *Journal of Managerial Issues*, 30(3), 279.
- Willekens, M. (2008). *De toegevoegde waarde van de audit* (Vol. 2008: 1). Brugge: die Keure.
- Yu, F. (2008). Analyst coverage and earnings management. *Journal of Financial Economics*, 88(2), 245-271. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2007.05.008>
- Zona, F., Minoja, M., & Coda, V. (2013). Antecedents of Corporate Scandals: CEOs' Personal Traits, Stakeholders' Cohesion, Managerial Fraud, and Imbalanced Corporate Strategy. *Journal of Business Ethics*, 113(2), 265-283. doi:10.1007/s10551-012-1294-6