



فصلنامه علمی پژوهشی
دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت
دوره ۱۳/ شماره ۳ (پیاپی ۵) / پاییز ۱۴۰۳
صفحه ۱ تا ۱۲

ارزشهای انگیزشی و گزارشگری یکپارچه

نغمه مولاوردی

دانشجوی دکتری حسابداری، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
molaverdi@gmail.com

حمیدرضا وکیلی فرد

دانشیار، گروه مدیریت، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
vakilifard@gmail.com

مهدی بشکوه

استادیار، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران. (نویسنده مسئول)
beshkoo@gmail.com

بهمن بنی مهد

دانشیار، گروه حسابداری، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، البرز، ایران.
Dr.banimahd@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۶

چکیده

زمینه: ارزشهای انگیزشی عاملی اثرگذار بر استفاده از گزارشگری یکپارچه می‌باشد. هدف این پژوهش کمک به تبیین مفهوم گزارشگری یکپارچه و استفاده از صورت ارزش افزوده به عنوان یک ابزار کاربردی، مناسب و مفید برای شرکتها جهت استفاده از مفهوم گزارشگری یکپارچه و ارائه الگوی تاثیر ارزشهای انگیزشی بر اجرای آن می‌باشد

روش: روش پژوهش حاضر توصیفی - پیمایشی می‌باشد جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران، مدیران مالی و حسابرسی در سال ۱۳۹۹ می‌باشند که ۲۰۳ نفر از آنها انتخاب گردیده است. ابزار مورد استفاده در پژوهش پرسشنامه می‌باشد و به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از مدل معادلات ساختاری به کمک نرم افزار لیزرل استفاده گردیده است.

یافته‌ها: از آنجاییکه ارزشهای انگیزشی عاملی اثرگذار بر افشای اطلاعات مبتنی بر گزارشگری یکپارچه می‌باشد و با توجه به اینکه ارزشهای انگیزشی شامل ارزشهای مبتنی بر منافع فردی و ارزشهای مبتنی بر منافع عموم می‌باشد، یافته‌ها حاکی از این است که اصول گزارشگری یکپارچه با ارزشهای مبتنی بر منافع عموم مطابقت دارد.

نتیجه‌گیری: بر اساس یافته‌های این پژوهش ارزشهای انگیزشی عاملی اثرگذار بر تهیه و ارائه صورت ارزش افزوده به عنوان یکی از ابزارهای اجرای گزارشگری یکپارچه می‌باشد. به طوریکه افراد با ارزشهای انگیزشی مبتنی بر منافع عموم تمایل بیشتری برای گزارشگری یکپارچه دارند.

واژه‌های کلیدی: گزارشگری یکپارچه، ارزشهای انگیزشی، صورت ارزش افزوده.

۱- مقدمه

با گسترش روزافزون نیازهای اطلاعاتی درباره عملیات واحدهای تجاری، ارائه صورتهای مالی به روش سنتی پاسخگوی همه نیازهای استفاده کنندگان نیست (ودیعی و همکاران، ۱۳۹۲). در حال حاضر گزارش‌های مالی تاریخی هستند و برای استفاده از آنها به تخصص مالی نیاز است. گزارشگری مالی سنتی نه تنها اطلاعات کاملی را برای پاسخگویی فعالیت‌های تجاری در اختیار نمی‌گذارد، از ارائه کافی و مناسب عملکرد اقتصادی و ارزش تجاری یک شرکت ناتوان است (ستایش و مهتری، ۱۳۹۷).

طبق نظریه ذینفعان گروه‌های مختلفی نسبت به فعالیت یک سازمان اقتصادی، ذیحق و ذینفع هستند. بر اساس این نظریه مدیریت باید سازمان را برای حداکثر کردن منافع همه ذینفعان اداره نماید. در این نظریه واحد تجاری به عنوان مکانیزمی برای افزایش بازده سهامداران و وسیله‌ای برای هماهنگی منافع سایر ذینفعان بوده و مدیریت سازمان نیز امانتدار منافع سهامداران و سایر ذینفعان است. طبق این نظریه مدیریت باید میان منافع سهامداران و منافع سایر ذینفعان سازمان ملاحظاتی یکسانی داشته باشد و تضاد میان آن‌ها را به حداقل کاهش دهد. طبق نظریه مذکور ذینفعان نسبت به فعالیت شرکت حقوق و منافع معینی دارند و در دریافت اطلاعات مورد نیاز خود ذیحق هستند (اشرفی و همکاران، ۱۳۹۸).

مفهوم گزارشگری یکپارچه واکنشی در پاسخ به نیازهای استفاده کنندگان برای دریافت اطلاعات مفید جهت تصمیم‌گیری درباره‌ی ظرفیت ایجاد ارزشهای آتی شرکت می‌باشد. از یک طرف سرمایه‌گذاران به دنبال اطلاعات مناسب جهت پیش‌بینی پیشرفت اقتصادی آینده‌ی شرکتها می‌باشند و از طرف دیگر توانایی و تمایل شرکتها برای پاسخگویی به انتظارات سهامداران بر اساس وظیفه‌ی اجتماعی شرکتها نیازمند درج مفهوم پایداری در راهبردهای شرکتی، تصمیمات و اقدامات می‌باشد و انتظار می‌رود اثر قابل توجهی در موفقیت آینده‌ی شرکت داشته باشد. (porter and Kramer, 2011) تاکنون دو رشته به صورت جداگانه شکل گرفته و پیش‌رفته‌اند و منجر به افزایش افشاگری در گزارشهای مالی، به ویژه در یادداشت‌ها و گزارشهای مدیریت و بهبود ارائه‌ی گزارشهای پایداری (یا مسئولیت اجتماعی) شرکت در سراسر جهان شده‌اند (kpmg, 2011; ligteringen, 2012). این مساله به حجم انبوهی از اطلاعات منجر شده است که به شکل مجموعه‌های جدا از هم ارائه شده‌اند (IIRC, 2011; Van der lugt and malan, 2012).

(در حال حاضر منطقی است که شرکتها نه تنها این اطلاعات و اثرات آن را در نظر بگیرند، بلکه کلیه این اطلاعات را به روشی یکپارچه گزارش نمایند.

(Hopwood and unerman, 2010; Hubbard, 2009) در طول دهه‌های اخیر، برخی شرکتها ایده‌ی همگرایی بین گزارشگری مالی و پایداری^۱ را در نظر گرفته‌اند و اطلاعات اجتماعی و محیطی را به گزارشهای سالانه‌ی خود افزوده‌اند. علاوه بر این محققان مکرراً به ضرورت درج اطلاعات مالی و غیر مالی در فرایندهای شرکتی، تصمیمات و گزارشگری به منظور بررسی شاخصهای کلیدی عملکرد و عوامل راهبردی که منجر به ارزش آفرینی شرکت می‌گردد، تاکید کرده‌اند. چارچوب کمیته بین‌المللی گزارشگری یکپارچه تأثیر زیادی بر توسعه‌ی جهانی گزارشگری یکپارچه در آینده خواهد داشت. چرا که کمیته بین‌المللی گزارشگری یکپارچه محتمل‌ترین راه پیشرفت گزارشگری یکپارچه می‌باشد. همانطور که مشخص است در این چارچوب ارائه شده، هیچ پیشنهادی در زمینه‌ی ابزار گزارشگری، وسایل یا داده‌های مشخصی که باید افشاء شود ارائه نشده است. استفاده از این چارچوب باید همراه با تغییر در رفتار و تصمیمات مدیریت باشد که کمیته بین‌المللی گزارشگری یکپارچه آن را تفکر یکپارچه می‌نامد. این بدان معنی است که مدیریت باید ارتباط و وابستگی متقابل بین طیف وسیعی از عوامل (انواع مختلف سرمایه، ساختار حاکمیت، مدل تجارت، فرصتها و ریسک‌ها، عوامل ساختاری و ...) را که در توانایی سازمان در ایجاد ارزش در طول زمان تأثیر پوی دارد را در نظر بگیرد (IIRC, 2013b).

طبق نظر کمیته بین‌المللی گزارشگری یکپارچه، اهداف گزارشگری یکپارچه شامل شناسایی مجموعه کاملی از عوامل تأثیرگذار مالی بر توانایی یک سازمان در ایجاد ارزش در طول زمان، اطلاع‌رسانی در زمینه‌ی تخصیص سرمایه‌های مالی پشتیبان ایجاد ارزش، افزایش مسئولیت‌پذیری و نظارت با توجه به مجموعه‌ی عظیم سرمایه‌ها و درک وابستگی متقابل بین آنها و حمایت از تفکر یکپارچه می‌باشد (IIRC, 2013b).

گزارشگری یکپارچه بیشتر اطلاعاتی را که اکنون به صورت جداگانه گزارش می‌شود (گزارش مالی، گزارش مدیریت، گزارش نظارت و اعطای پاداش و گزارش توسعه پایداری) را در مجموعه‌ای منسجم، ترکیب و ارتباط بین آنها را بیان می‌کند و چگونگی تأثیر آنها بر توانایی شرکت در ایجاد و نگهداشت ارزش در کوتاه

^۱ گزارش پایداری (Sustainability Report)، گزارشی است که توسط یک شرکت یا سازمان در مورد تأثیرات اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی که فعالیت‌های روزانه‌اش ایجاد کرده‌اند، منتشر می‌شود. گزارش پایداری همچنین

بیانگر ارزش‌ها و مدل حکمرانی سازمان بوده و ارتباط بین استراتژی‌های سازمان و تعهد آن به یک اقتصاد جهانی پایدار را نشان می‌دهد. (طهماسبی، ۱۳۹۴).

راهبردی و جهت گیری آینده، به هم پیوستگی و ارتباط اطلاعات، پاسخگویی ذینفعان، اهمیت و اختصار، قابلیت اطمینان و کامل بودن و ثبات رویه و قابلیت مقایسه به شرح جدول زیر می باشد (هالر، ۲۰۱۴؛ IIRC, 2013):

مدت، میان مدت و بلند مدت را شرح می دهد. این نوع از گزارشگری به ارائه عملکرد شرکت، هم درباره نتایج مالی و هم نتایج غیر مالی، اشاره می کند. شش اصل راهنمای کمیته بین المللی گزارشگری یکپارچه طبق نظر کمیته شامل تمرکز

جدول ۱- شش اصل راهنمای کمیته بین المللی گزارشگری یکپارچه

آگاهی به راهبردهای آینده سازمان و چگونگی ارتباط آن با توانایی سازمان در ایجاد ارزش در کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت و استفاده بهینه از سرمایه های سازمان	۱) تمرکز راهبردی و جهت گیری آینده
گزارش ارزش ایجاد شده بین واحدهای مختلف سازمان به طور پیوسته و توانایی سازمان در ایجاد ارزش در هر کدام از زنجیره های ایجاد ارزش	۲) به هم پیوستگی و انتقال اطلاعات
اطلاع از کیفیت ارتباط سازمان با ذینفعان اصلی اش و اینکه چگونه و تا چه اندازه سازمان نیاز های قانونی و منافع و انتظارات آنها را می فهمد، در نظر می گیرد و به آن پاسخ می دهد.	۳) پاسخگویی ذینفعان
تهیه ی اطلاعات مختصر که در ارزیابی توانایی سازمان در ایجاد ارزش در کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت حائز اهمیت می باشد.	۴) اهمیت و اختصار
گزارش همه ی موارد مهم و تاثیرگذار چه مثبت و چه منفی، به صورت متعادل و بدون سوگیری	۵) قابلیت اعتماد و کامل بودن
اطلاعات ارائه شده باید در طول زمان ثبات رویه داشته، به طوری که امکان مقایسه با سازمان های دیگر وجود داشته باشد و برای ایجاد ارزش خود سازمان مفید و مهم باشد.	۶) ثبات رویه و قابلیت مقایسه

نظریه ارزش های شوارتز بهترین سرمایه روان شناسی اجتماعی است که با فراهم کردن مفهوم و روش شناسی، مجموعه ای از ارزش های جهان شمول را ترسیم می کند. وی نظریه ارزش های انسانی بنیادی را ترسیم نمود که شامل ده سازه ارزش های انگیزشی متمایز است و عبارتند از عام گرایی، خیرخواهی، هماهنگی (انطباق)، سنت، امنیت، خودفرمانی، قدرت، پیشرفت، رفاه طلبی و انگیزش (بیگی هرچگانی و همکاران، ۱۳۹۶). این ارزش ها به صورت خلاصه در جدول ذیل تشریح شده اند:

از آنجا که صورت ارزش افزوده کاملا با نظریه ذینفعان و همچنین اصول و مفاهیم مطرح شده در چارچوب گزارشگری یکپارچه کمیته بین المللی گزارشگری یکپارچه و همین طور با هدف نهایی تفکر یکپارچه و منافع ذی نفعان سازمان مطابقت دارد، لذا این پتانسیل را دارد تا به عنوان ابزار گزارشگری یکپارچه استفاده گردد (رحمانی، ۱۳۸۴).

از طرف دیگر می توان ارزش های انگیزشی را به عنوان عاملی اثرگذار بر افشای اطلاعات مبتنی بر گزارشگری یکپارچه فرض نمود و به بررسی تاثیر آنها بر گزارشگری یکپارچه پرداخت (بیگی هرچگانی و همکاران، ۱۳۹۶).

جدول ۲: ارزش های انگیزشی سطح فرد شوارتز

اهداف انگیزشی	انواع ارزش ها
درک، احترام و پشتیبانی از رفاه تمام مردم و پشتیبانی از طبیعت (شوارتز، ۱۹۹۲)	عام گرایی
حفظ و ارتقای رفاه مردم (شوارتز، ۱۹۹۲)	خیر خواهی
مهار اعمال، امیال و انگیزه هایی که شاید باعث آشفته کردن یا صدمه زدن به دیگران و نقض هنجارهای اجتماعی شوند (شوارتز، ۱۹۹۲)	هماهنگی (انطباق)
احترام و تعهد به آداب و رسوم و عقاید فرهنگی یا مذهبی (شوارتز، ۱۹۹۲)	سنت
ایمنی، هماهنگی و ثبات اجتماع، روابط و اشخاص (شوارتز، ۱۹۹۲)	امنیت
تفکر و عمل مستقل (شوارتز و بیلسکی، ۱۹۸۷)	خودفرمانی
ارتقا جایگاه اجتماعی و اعتبار، کنترل یا سلطه بر مردم یا منابع (شوارتز، ۱۹۹۲)	قدرت
کسب موفقیت شخصی از طریق تلاش طبق هنجارهای اجتماعی (شوارتز، ۱۹۹۲)	پیشرفت
رضایت، لذت جسمانی و علائق روحی (شوارتز، ۱۹۹۲)	رفاه طلبی
هیجان، تازگی و روبرو شدن با چالش های زندگی (شوارتز، ۱۹۹۲)	انگیزش

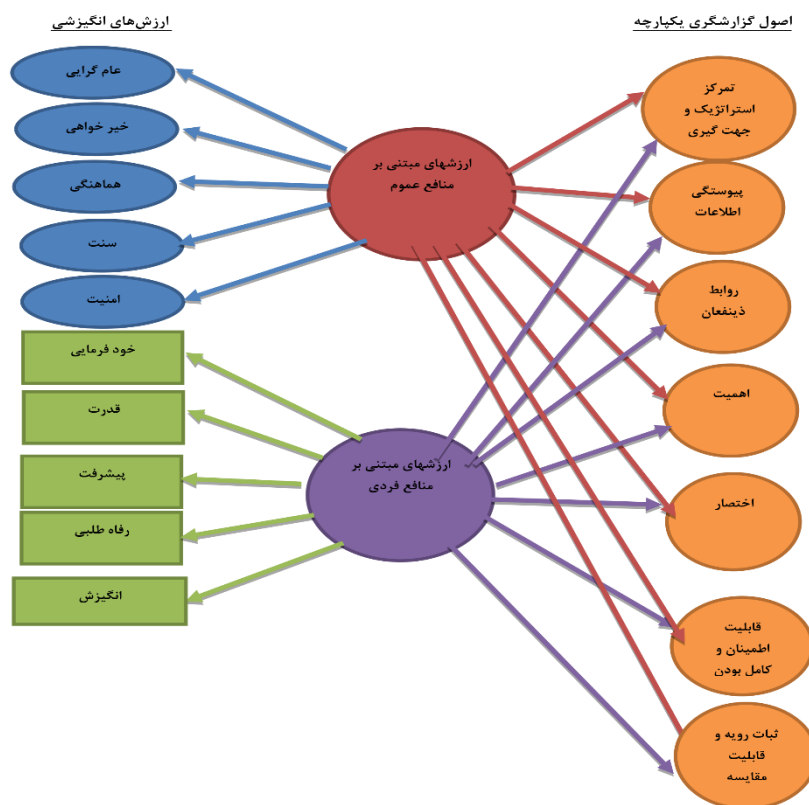
در راهبردهای شرکتی، تصمیمات و اقدامات می‌باشد و انتظار می‌رود اثر قابل توجهی در موفقیت آینده‌ی شرکت داشته باشد (پورتر و کرامر، ۲۰۱۱). از این رو ارزشهای انگیزشی مدیران و تهیه‌کنندگان گزارشگری یکپارچه می‌تواند نقش به‌سزایی در تهیه و ارائه این اطلاعات داشته باشد. به‌طوریکه افراد با ارزشهای انگیزشی مبتنی بر منافع عموم به دلیل اهمیتی که به منافع ذینفعان می‌دهند تمایل بیشتری نسبت به افراد با ارزشهای مبتنی بر منافع فردی در تهیه و ارائه گزارشگری یکپارچه را دارند.

با مطالعه ادبیات تحقیق مشخص گردید که تا کنون پژوهش‌های جامعی در خصوص گزارشگری یکپارچه و ارزشهای انگیزشی صورت نپذیرفته است.

با توجه به موارد پیش‌گفته می‌توان ارزشهای انگیزشی را به‌عنوان عاملی اثرگذار بر افشای اطلاعات مبتنی بر گزارشگری یکپارچه فرض نمود و به بررسی تاثیر آن‌ها بر گزارشگری یکپارچه پرداخت. از این رو هدف این پژوهش آزمودن تاثیر فرهنگ از طریق به‌کارگیری ساختار جهانی ارزشهای انگیزه‌ای انسانی سطح فرد شوارتز (۱۹۹۲)، بر صورت ارزش افزوده به‌عنوان یکی از ابزارهای گزارشگری یکپارچه می‌باشد.

می‌توان این فرض بنیادی را بنا نهاد که تمایزی مهم بین اهداف انگیزشی مختلف در ساختار ارزش‌ها وجود دارد و این تمایز در منافی است که در نتیجه دستیابی به آنها به دست می‌آید. به عقیده وی اگر ارزش‌ها به مثابه اهداف نگریسته شوند، آنگاه دستیابی به آنها باید منافع فرد و یا برخی گروه‌ها را حفظ نماید (بیگی هرچگانی و همکاران، ۱۳۹۶). ارزش‌هایی که منافع شخصی را حفظ می‌کنند در مقابل آنهایی قرار می‌گیرند که با دستیابی آنها منافع گروهی حفظ می‌گردد. شوارتز (۱۹۸۷) بر اساس بررسی ساختاری داده‌های خود پی برد که پنج‌گونه ارزشی قدرت، پیشرفت، رفاه طلبی، انگیزش و خودفرمانی عمدتاً منافع فردی را تامین می‌نمایند. از طرفی دیگر، اهداف انگیزشی عام‌گرایی، خیرخواهی، هماهنگی، سنت و امنیت ارزش‌هایی هستند که بیشتر منافع گروهی را تامین می‌کنند.

مفهوم گزارشگری یکپارچه واکنشی در پاسخ به نیازهای استفاده‌کنندگان برای دریافت اطلاعات مفید جهت تصمیم‌گیری درباره‌ی ظرفیت ایجاد ارزشهای آتی شرکت می‌باشد. از یک طرف سرمایه‌گذاران به دنبال اطلاعات مناسب جهت پیش‌بینی پیشرفت اقتصادی آینده‌ی شرکتها می‌باشند و از طرف دیگر توانایی و تمایل شرکت‌ها برای پاسخگویی به انتظارات سهامداران بر اساس وظیفه‌ی اجتماعی شرکتها نیازمند درج مفهوم پایداری



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش

سوالات نیز از "اصلا شباهتی ندارد" تا "خیلی شبیه" دارای امتیاز یک تا شش می‌باشند و پاسخ دهندگان میزان موافقت یا مخالفت خود را با هر جمله با مقیاس لیکرت شش گزینه‌ای مشخص می‌نمایند. به پاسخ خیلی شبیه عدد ۶ و به پاسخ اصلا شباهتی ندارد عدد ۱ اختصاص داده شده است.

شاخص اصول گزارشگری یکپارچه با استفاده از پرسشنامه ۸ سوالی که شامل "تمرکز استراتژیک و جهت‌گیری آینده"، "پیوستگی اطلاعات"، "روابط ذی‌نفعان"، "اهمیت"، "اختصار"، "قابلیت اطمینان و کامل بودن" و "ثبات رویه و قابلیت مقایسه" می‌باشد از طریق طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای اندازه‌گیری و ملاک سنجش قرار گرفت. پاسخ‌ها در طیف خیلی کم تا خیلی زیاد قرار دارد که به خیلی زیاد عدد ۵ و به خیلی کم عدد ۱ اختصاص داده شده است.

یافته‌ها:

با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تاییدی، روایی و پایایی متغیرهای پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. برای آزمون روایی هم‌گرا با استفاده از روش تحلیل عاملی تاییدی، باید بارهای عاملی هر متغیر بیشتر از ۰/۴ بوده و معنی‌دار نیز باشند یعنی ضریب معناداری یا آماره T-Value هر متغیر نیز بزرگتر از ۱/۹۶ و کوچکتر از -۱/۹۶ باشد. از طرفی میانگین واریانس استخراج شده (AVE) نیز باید بیشتر از ۰/۴ باشد (مگنر و همکاران، ۱۹۹۶). برای آزمون پایایی متغیرهای پژوهش نیز با استفاده از روش پایایی ترکیبی (CR) باید مقدار به دست آمده طبق یک قاعده سرانگشتی بیشتر از ۰/۷ باشد تا از پایایی متغیرهای پژوهش نیز اطمینان حاصل نمود که نتایج پایایی متغیرهای پژوهش به شرح جدول ذیل می‌باشد:

از آنجا که برای تحلیل داده‌ها از روش شناسی مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است و این روش تا حدود زیادی با برخی از جنبه‌های رگرسیون چند متغیری شباهت دارد، می‌توان از اصول تعیین حجم نمونه در تحلیل رگرسیون چند متغیری برای تعیین حجم نمونه در مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده نمود. براین اساس تعیین حجم نمونه می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه‌گیری شده تعیین شود. با این حال بعضی دیگر از محققان برای انجام معادلات ساختاری حداقل ۲۰۰ را پیشنهاد می‌کنند.

بدین منظور تعداد ۲۲۳ عدد پرسشنامه توزیع گردید که از ۲۰۹ پرسشنامه برگشتی ۲۰۳ مورد آن قابل استفاده بوده و داده‌های آن‌ها مورد تحلیل قرار گرفت.

مشخصات جمعیت شناختی اعضای نمونه نشان می‌دهد که ۱۶۰ نفر از شرکت کنندگان، مرد (۷۸/۸ درصد) و ۴۳ نفر زن (۲۱/۲ درصد) بوده‌اند. از نظر مرتبه شغلی ۹۲ نفر مدیر امور مالی (۴۵/۳ درصد)، ۳۶ نفر مدیر بودجه (۱۷/۷ درصد)، ۴۲ نفر مدیر حسابرسی (۲۰/۷ درصد)، ۳۳ نفر اعضای هیات علمی و سطوح مختلف مدیریتی (۱۶/۲ درصد) بوده‌اند.

ارزش‌های انگیزشی که به "ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی" و "ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم" تقسیم می‌شود، از طریق پرسش‌نامه شوارتز اندازه‌گیری شده است. این پرسشنامه شامل ۴۰ سوال می‌باشد که ۱۷ سوال آن ابعاد ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی شامل خودفرمانی، قدرت، پیشرفت، رفاه‌طلبی و انگیزش و ۲۳ سوال آن ابعاد ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم را که شامل عام‌گرایی، خیرخواهی، هماهنگی، سنت و امنیت را در طیف لیکرت اندازه‌گیری می‌کند.

جدول ۳ - نتایج پایایی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	ابعاد	اختصار	تعداد سوالات	پایایی ترکیبی (CR)
ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی	خودفرمانی	SELF.D	۴	۰/۹۱۲۸۶
	قدرت	POWER	۳	۰/۸۵۱۴۷۶
	پیشرفت	ACHIEVE	۴	۰/۸۶۳۴۰۷
	رفاه‌طلبی	HEDON	۳	۰/۸۵۲۷۰۵
	انگیزش	STIMU	۳	۰/۷۹۱۴۹۸
ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم	عام‌گرایی	UNIVE	۶	۰/۹۵۲۹۹
	خیرخواهی	BENEV	۴	۰/۸۵۰۸۵۱
	هماهنگی	CONFO	۴	۰/۸۶۳۴۸۹
	سنت	TRADI	۳	۰/۷۱۰۹۵۷
	امنیت	SECUR	۵	۰/۹۴۰۳۶۵

نتایج آزمون پایایی متغیرهای پژوهش

نتایج تحلیل عاملی متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی در حالت استاندارد و معنی‌داری بدست آمد. این متغیر دارای ۵ بعد خودفرمانی، قدرت، پیشرفت، رفاه طلبی و انگیزش می‌باشد در خصوص ابعاد این متغیر، تمام سوالات بارعاملی بیشتر از ۰/۴ داشته و هیچ یک از سوالات حذف نشدند. مقدار آماره T-Value همگی نیز بیشتر از ۱/۹۶ بود. مقدار AVE نیز برای ابعاد خودفرمانی، قدرت، پیشرفت، رفاه طلبی و انگیزش، به ترتیب ۰/۷۲، ۰/۶۵، ۰/۶۱، ۰/۶۵ و ۰/۵۵ بوده که این مقادیر بیشتر از ۰/۴ می‌باشد، که بیانگر روایی هم‌گرا این متغیر می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم در حالت استاندارد و معنی‌داری بدست آمد. این متغیر

دارای ۵ بعد عام‌گرایی، خیرخواهی، هماهنگی، سنت و امنیت می‌باشد. در خصوص این متغیر، سوال ۲۰ بعد سنت، بارعاملی کمتر از ۰/۴ داشته و از مجموعه سوالات حذف شد و مجدداً تحلیل عاملی برای آن صورت پذیرفت. نتایج تحلیل عاملی نهایی بدست آمد. بارعاملی مربوط به تمام سوالات ابعاد متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بیشتر از ۰/۴ بوده که از نظر آماری نیز معنی‌دار می‌باشند، چون مقدار آماره T-Value همگی بیشتر از ۱/۹۶ بود. مقدار AVE نیز برای ابعاد عام‌گرایی، خیرخواهی، هماهنگی، سنت و امنیت به ترتیب ۰/۷۷، ۰/۵۹، ۰/۶۳، ۰/۴۶ و ۰/۷۵ بوده که این مقادیر بیشتر از ۰/۴ می‌باشد، که بیانگر روایی هم‌گرا این متغیر می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی متغیرهای پژوهش در جدول ذیل نشان داده شده است :

جدول ۴- نتایج تحلیل عاملی متغیرهای پژوهش

متغیر	ابعاد	گویه	بارعاملی	آماره T	خطای استاندارد	AVE
خودفرمانی	Q1 Q11 Q22 Q34	Q1	۰/۸۷	۱۵/۴۵	۰/۲۵	۰/۷۲۷۰۷۵
		Q11	۰/۸۴	۱۴/۵۹	۰/۳۰	
		Q22	۰/۸۷	۱۵/۵۹	۰/۲۴	
		Q34	۰/۸۳	۱۴/۳۳	۰/۳۲	
قدرت	Q2 Q17 Q39	Q2	۰/۷۶	۱۲/۵۵	۰/۴۳	۰/۶۵۸۱۶۷
		Q17	۰/۸۰	۱۳/۵۴	۰/۳۶	
		Q39	۰/۸۷	۱۵/۴۳	۰/۲۴	
پیشرفت	Q4 Q13 Q24 Q32	Q4	۰/۸۶	۱۵/۲۸	۰/۲۶	۰/۶۱۴۸
		Q13	۰/۸۶	۱۵/۱۹	۰/۲۶	
		Q24	۰/۷۰	۱۱/۳۲	۰/۵۱	
		Q32	۰/۷۰	۱۱/۲۷	۰/۵۱	
رفاه طلبی	Q10 Q26 Q37	Q10	۰/۷۵	۱۲/۲۱	۰/۴۴	۰/۶۵۸۱۹۶۷
		Q26	۰/۸۰	۱۳/۶۰	۰/۳۵	
		Q37	۰/۸۸	۱۵/۶۲	۰/۲۳	
انگیزش	Q6 Q15 Q30	Q6	۰/۷۸	۱۳/۱۳	۰/۳۹	۰/۵۵۶۹۶۷
		Q15	۰/۶۵	۱۰/۴۳	۰/۵۷	
		Q30	۰/۸۰	۱۳/۶۷	۰/۳۵	
عام‌گرایی	Q3 Q8 Q19 Q23 Q29 Q40	Q3	۰/۸۱	۱۴/۰۴	۰/۳۴	۰/۷۷۴۶۸۳
		Q8	۰/۷۹	۱۳/۴۳	۰/۳۸	
		Q19	۰/۹۳	۱۷/۵۷	۰/۱۳	
		Q23	۰/۹۰	۱۶/۴۴	۰/۲۰	
		Q29	۰/۹۳	۱۷/۵۱	۰/۱۴	
		Q40	۰/۹۱	۱۶/۸۲	۰/۱۸	
خیرخواهی	Q12 Q18 Q27 Q33	Q12	۰/۸۸	۱۵/۹۰	۰/۲۳	۰/۵۹۳۵۵
		Q18	۰/۵۵	۸/۵۳	۰/۷۰	
		Q27	۰/۸۳	۱۴/۷۰	۰/۳۰	
		Q33	۰/۷۸	۱۳/۳۰	۰/۳۹	
هماهنگی	Q7	۰/۹۵	۱۷/۹۶	۰/۱۱	۰/۶۳۰۸۷۵	

متغیر	ابعاد	گویه	بارعاملی	آماره T	خطای استاندارد	AVE
		Q16	۰/۷۵	۱۲/۳۶	۰/۴۴	
		Q28	۰/۴۴	۶/۴۳	۰/۸۱	
		Q36	۰/۹۳	۱۷/۵۵	۰/۱۳	
سنت		Q9	۰/۷۱	۱۱/۳۷	۰/۵۰	۰/۴۶۵۱۶۷
		Q25	۰/۴۵	۶/۷۱	۰/۸۰	
		Q38	۰/۸۳	۱۴/۰۰	۰/۳۱	
امنیت		Q5	۰/۸۸	۱۶/۰۱	۰/۲۲	۰/۷۵۶۹۸
		Q14	۰/۸۸	۱۶/۰۰	۰/۲۲	
		Q21	۰/۸۶	۱۵/۵۱	۰/۲۵	
		Q31	۰/۸۶	۱۵/۳۴	۰/۲۷	
		Q35	۰/۸۷	۱۵/۷۶	۰/۲۴	

- نتایج روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به منظور آزمون مدل پژوهش با متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی، در حالت استاندارد و معنی‌داری بدست آمد. نتایج حاصل از آزمون مدل پژوهش با متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی نشان می‌دهد که:
- ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی، تاثیر منفی (۰/۳۱-) بر تمرکز استراتژیک و جهت‌گیری آینده گزارشگری یکپارچه دارد. به عبارتی با هر واحد تغییر در ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی، متغیر تمرکز استراتژیک و جهت‌گیری آینده از اصول گزارشگری یکپارچه به میزان ۰/۳۱ واحد و خلاف جهت با آن تغییر می‌کند. این تاثیر از نظر آماری معنادار می‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۴/۴۶-) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ - کمتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر تمرکز استراتژیک و جهت‌گیری آینده گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان رد کرد.
- ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی، تاثیر مثبت (۰/۴۶) بر پیوستگی اطلاعات در گزارشگری یکپارچه دارد. این تاثیر از نظر آماری معنادار می‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۶/۷۱) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر پیوستگی اطلاعات در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان رد کرد.
- تاثیر مثبت (۰/۴۴) ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر روابط ذی‌نفعان در گزارشگری یکپارچه نیز از نظر آماری معنادار می‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۶/۶۶) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر روابط ذی‌نفعان در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان رد کرد.
- نتایج نشان می‌دهد با هر واحد تغییر در ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی، اهمیت در گزارشگری یکپارچه به میزان ۰/۰۳- واحد و خلاف جهت با آن تغییر می‌کند. این تاثیر از نظر آماری معنادار نمی‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۰/۵۱-) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ - بیشتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر اهمیت در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان پذیرفت.
- ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی، تاثیر مثبت (۰/۰۷) بر اختصار در گزارشگری یکپارچه دارد. به عبارتی با هر واحد تغییر در ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی، متغیر اختصار در گزارشگری یکپارچه به میزان ۰/۰۷ واحد و هم‌جهت با آن تغییر می‌کند. این تاثیر از نظر آماری معنادار نمی‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۱/۰۹) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ کمتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر اختصار در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان پذیرفت.
- ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی، تاثیر منفی (۰/۱۱-) بر قابلیت اطمینان و کامل بودن در گزارشگری یکپارچه دارد. این تاثیر از نظر آماری معنادار نمی‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۱/۶۴-) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ - بیشتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر قابلیت اطمینان و کامل بودن در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان پذیرفت.
- تاثیر مثبت (۰/۰۵) ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر ثبات رویه و قابلیت مقایسه در گزارشگری یکپارچه از نظر آماری معنادار نمی‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۰/۹۷) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ کمتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر ثبات رویه و قابلیت مقایسه در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان پذیرفت.

فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر پیوستگی اطلاعات در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان رد کرد.

تاثیر مثبت (۰/۳۷) ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر روابط ذی‌نفعان در گزارشگری یکپارچه نیز از نظر آماری معنادار می‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۵/۰۰) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر روابط ذی‌نفعان در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان رد کرد.

نتایج نشان می‌دهد با هر واحد تغییر در ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم، اهمیت در گزارشگری یکپارچه به میزان ۰/۱۲ واحد و خلاف جهت با آن تغییر می‌کند. این تاثیر از نظر آماری معنادار می‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۲/۱۸-) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ - کمتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر اهمیت در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان رد کرد.

ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم، تاثیر مثبت (۰/۰۳) بر اختصار در گزارشگری یکپارچه دارد. به عبارتی با هر واحد تغییر در ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم، متغیر اختصار در گزارشگری یکپارچه به میزان ۰/۰۳ واحد و هم‌جهت با آن تغییر می‌کند. این تاثیر از نظر آماری معنادار نمی‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۰/۴۵) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ کمتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر اختصار در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان پذیرفت.

ثبات رویه و قابلیت مقایسه در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان پذیرفت.

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش مدل اول در جدول ذیل نشان داده شده‌است.

نتایج روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به منظور آزمون مدل پژوهش با متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم، در حالت استاندارد و بدست آمد.

نتایج حاصل از آزمون مدل پژوهش با متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم نشان می‌دهد که: ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم، تاثیر منفی (۰/۰۶-) بر تمرکز استراتژیک و جهت‌گیری آینده گزارشگری یکپارچه دارد. به عبارتی با هر واحد تغییر در ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم، متغیر تمرکز استراتژیک و جهت‌گیری آینده از اصول گزارشگری یکپارچه به میزان ۰/۰۶ واحد و خلاف جهت با آن تغییر می‌کند. این تاثیر از نظر آماری معنادار نمی‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۰/۷۵-) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ - بیشتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر تمرکز استراتژیک و جهت‌گیری آینده گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان پذیرفت.

ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم، تاثیر مثبت (۰/۱۹) بر پیوستگی اطلاعات در گزارشگری یکپارچه دارد. این تاثیر از نظر آماری معنادار می‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۳/۶۷) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد. بنابراین

جدول ۵- نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش در مدل با متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی

شماره	فرضیه	ضریب مسیر	آماره T	نتیجه آزمون
۱	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر تمرکز استراتژیک و جهت‌گیری آینده گزارشگری یکپارچه	-۰/۳۱	-۴/۴۶	نمی‌توان رد کرد
۲	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر پیوستگی اطلاعات در گزارشگری یکپارچه	۰/۴۶	۶/۷۱	نمی‌توان رد کرد
۳	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر روابط ذی‌نفعان در گزارشگری یکپارچه	۰/۴۴	۶/۶۶	نمی‌توان رد کرد
۴	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر اهمیت در گزارشگری یکپارچه	-۰/۰۳	-۰/۵۱	رد می‌شود
۵	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر اختصار در گزارشگری یکپارچه	۰/۰۷	۱/۰۹	رد می‌شود
۶	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر قابلیت اطمینان و کامل بودن در گزارشگری یکپارچه	-۰/۱۱	-۱/۶۴	رد می‌شود
۷	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر ثبات رویه و قابلیت مقایسه در گزارشگری یکپارچه	۰/۰۵	۰/۹۷	رد می‌شود

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش مدل دوم در جدول ۶ نشان داده شده‌است.

پس از آزمون فرضیه‌های پژوهش باید اطمینان نمود که مدل معادلات ساختاری از برازش لازم برخوردار است. مجموعه وسیعی از معیارها و شاخص‌های برازندگی وجود دارند که می‌توانند برای اندازه‌گیری کل الگو مورد استفاده قرار گیرند. یک محقق باید از معیارهای مختلفی برای قضاوت در مورد برازش مدل استفاده کند زیرا شاخص واحدی وجود ندارد که به طور قطعی برای آزمون مدل، مورد قضاوت و ارزیابی قرار گیرد. بر این اساس در جدول ذیل چند شاخص مهم سنجش برازش الگوی مفهومی در خصوص هر یک از مدل‌های معادلات ساختاری پیش گفته، که در این پژوهش مورد اندازه‌گیری قرار گرفته است، اشاره می‌شود.

ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم، تاثیر مثبت (۰/۳۰) بر قابلیت اطمینان و کامل بودن در گزارشگری یکپارچه دارد. این تاثیر از نظر آماری معنادار می‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۵/۰۱) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر قابلیت اطمینان و کامل بودن در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان رد کرد.

تاثیر مثبت (۰/۲۷) ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر ثبات رویه و قابلیت مقایسه در گزارشگری یکپارچه از نظر آماری معنادار می‌باشد چرا که آماره T-Value برابر با (۵/۲۰) می‌باشد که این میزان از مقدار ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد. بنابراین فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر ثبات رویه و قابلیت مقایسه در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان رد کرد.

جدول ۶- نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش در مدل با متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم

شماره	فرضیه	ضریب مسیر	آماره T	نتیجه آزمون
۱	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر تمرکز استراتژیک و جهت‌گیری آینده گزارشگری یکپارچه	-۰/۰۶	-۰/۷۵	رد می‌شود
۲	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر پیوستگی اطلاعات در گزارشگری یکپارچه	۰/۱۹	۳/۶۷	نمی‌توان رد کرد
۳	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر روابط ذی‌نفعان در گزارشگری یکپارچه	۰/۳۷	۵/۰۰	نمی‌توان رد کرد
۴	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر اهمیت در گزارشگری یکپارچه	-۰/۱۲	-۲/۱۸	نمی‌توان رد کرد
۵	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر اختصار در گزارشگری یکپارچه	۰/۰۳	۰/۴۵	رد می‌شود
۶	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر قابلیت اطمینان و کامل بودن در گزارشگری یکپارچه	۰/۳۰	۵/۰۱	نمی‌توان رد کرد
۷	تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر ثبات رویه و قابلیت مقایسه در گزارشگری یکپارچه	۰/۲۷	۵/۲۰	نمی‌توان رد کرد

جدول ۷- نتایج برازش معادلات ساختاری

وضعیت برازش	مقادیر محاسبه شده شاخص‌ها		مقادیر توصیه شده	شاخص‌های برازش الگوی مفهومی
	مدل با متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم	مدل با متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی		
—	۷۹/۹۸	۶۴/۰۰	—	Chi Square
—	۴۵	۴۸	—	Df
قابل قبول	۱/۷۷	۱/۳۳	Chi Square/Df ≤ 3	Chi Square/Df
قابل قبول	۰/۰۶۲	۰/۰۴۱	RMSEA ≤ 0.08	RMSEA
قابل قبول	۰/۹۴	۰/۹۵	GFI ≥ 0.90	GFI
قابل قبول	۰/۹۸	۰/۹۹	NFI ≥ 0.90	NFI
قابل قبول	۰/۹۹	۱/۰۰	CFI ≥ 0.90	CFI

بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصل از آزمون مدل پژوهش با متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی نشان می‌دهد که فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر تمرکز استراتژیک و جهت گیری آینده گزارشگری یکپارچه و بر پیوستگی اطلاعات و بر روابط ذینفعان در گزارشگری یکپارچه، را نمی‌توان رد کرد و فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع فردی بر اهمیت و بر اختصار و بر قابلیت اطمینان و کامل بودن وثبات رویه و قابلیت مقایسه در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان پذیرفت.

همچنین نتایج حاصل از آزمون مدل پژوهش با متغیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم نشان می‌دهد که فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر پیوستگی اطلاعات و بر روابط ذینفعان و بر اهمیت و قابلیت اطمینان و کامل بودن وثبات رویه و قابلیت مقایسه در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان رد کرد و فرضیه تاثیر ارزش‌های مبتنی بر منافع عموم بر تمرکز استراتژیک و جهت گیری آینده و اختصار در گزارشگری یکپارچه را نمی‌توان پذیرفت.

شواهد این پژوهش نشان می‌دهد از دیدگاه پاسخ دهندگانی که منافع فردی را بر منافع عموم ترجیح می‌دهند سه ویژگی استراتژیک، پیوستگی اطلاعات و روابط ذینفعان را ویژگی‌های سودمندی در ارائه و اجرای گزارشگری مالی یکپارچه می‌شناسند. هم چنین این دسته از افراد، ویژگی‌هایی مانند اهمیت، اختصار، قابلیت اطمینان، کامل بودن وثبات رویه و قابلیت مقایسه را ویژگی‌های کیفی سودمندی در اجرا و پیاده سازی گزارشگری یکپارچه نمی‌دانند. اما در مقابل، از دیدگاه پاسخ دهندگانی که منافع عموم را بر منافع فردی ترجیح می‌دهند، تنها دو ویژگی یعنی تمرکز استراتژیک و هم چنین اختصار، ویژگی‌های سودمندی در اجرای گزارشگری یکپارچه از طریق صورت ارزش افزوده نیست. به عقیده آن‌ها گزارشگری یکپارچه ویژگی‌های کیفی نظیر اهمیت، قابلیت اطمینان، کامل بودن، وثبات رویه و قابلیت مقایسه را دارا است.

یافته‌های تحقیق حاضر گزارشگری یکپارچه را در راستای اهداف و مقاصد عمومی گزارشگری مالی می‌داند. گزارشگری مالی مرسوم تنها یک بخش از فعالیت های واحد تجاری یعنی فعالیت‌های اقتصادی را انعکاس می‌دهد. به عنوان مثال صورت سود و زیان، شاخص‌های عملکرد اقتصادی مانند سود خالص و سود هر سهم را گزارش می‌نماید. اما این پژوهش نشان داد که صورت ارزش افزوده به عنوان یکی از ابزارهای گزارشگری یکپارچه می‌تواند فعالیت اجتماعی شرکت را در راستای مقاصد عمومی گزارشگری مالی، گزارش نماید. از این رو، می‌توان از

صورت ارزش افزوده برای اندازه گیری ارزش ایجاد شده در اقتصاد در راستای مفاهیم گزارشگری یکپارچه استفاده نمود و به سیاست‌گذاران و تدوین کنندگان استانداردهای حسابداری و سازمان بورس اوراق بهادار پیشنهاد پیشنهاد می‌شود تا به منظور اندازه گیری فعالیت های اجتماعی شرکت های در راستای اهداف کلان اقتصادی، برای تهیه صورت ارزش افزوده دستورالعمل و استاندارد را تهیه نمایند. هم چنین تهیه صورت ارزش افزوده در راستای اجرای گزارشگری یکپارچه به عنوان مکمل صورت های مالی به شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار پیشنهاد نمایند.

فهرست منابع

- * اشرفی، جواد، رهنمای رودپشتی، فریدون و بنی مهد، بهمین؛ پائیز ۱۳۹۸، نظریه های مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها، فصلنامه علمی و پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال هشتم، شماره ۳۱، صص ۱۴-۱
- * بیگی هرچگانی، ابراهیم. بنی مهد، بهمین، رؤیایی، رمضانعلی، رئیس زاده، محمدرضا، ۱۳۹۶، ارزش‌های انگیزشی و هشدادهای اخلاقی حساب‌برسان درباره خطاکاری، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال دوازدهم، شماره ۴: صص: ۱۶-۲
- * رحمانی، تیمور؛ ۱۳۸۴، اقتصاد کلان، تهران، نشر برادران، چاپ نهم، صص ۳۹
- * ستایش، محمد حسین و مهتری، زینب، بهار و تابستان ۱۳۹۸، الگویی برای ارائه اطلاعات شرکتهای ایرانی در قالب گزارشگری یکپارچه، مجله پیشرفتهای حسابداری دانشگاه شیراز، دوره یازدهم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۹۸، پیاپی ۳ / ۷۶، صفحه های ۱۰۵ - ۱۴۲
- * طهماسبی هامون، ۱۴ مهر ۱۳۹۴، گزارش پایداری - گزارش مسئولیت اجتماعی، قابل دسترس در سایت: <http://hamoont.ir>
- * ودیعی و همکاران، ۱۳۹۲، بررسی آخرین تحول‌های گزارشگری مالی یکپارچه، یازدهمین همایش ملی حسابداری ایران دانشگاه فردوسی، مشهد

* Haller, Axel and Van Staden. 2014. The Value added statement- an appropriate instrument for Integrated Reporting, Accounting, Auditing & Accountability Journal .vol.27.iss 7 pp. 1190-1216: available at: www.emeraldinsight.com/0951-3574.htm accessed 10 October 2014.

* Hopwood, A., Unerman, J., Fries, J. 2010 "Accounting for Sustainability: Practical Insights. Earthscan, UK". 15. Stefano, Cascino, et al. 2010. "Mandatory IFRS adoption and accounting comparability", Working paper, London School

Africa, University of Stellenbosch Business School, Cape Town, pp. 7-11.

- * Hubbard, G. (2009), "Measuring organizational performance: beyond the triple bottom line", *Business Strategy and the Environment*, Vol. 18 No. 3, pp. 177-191.
- * IIRC۲۰۱۳b, Consultation Draft Framework, IIRC, London, available at: www.theIIRC.org
- * Integrated Reporting , Accounting, Auditing & Accountability Journal. vol.27.iss 7 pp. 1190-1216: available at: www.emeraldinsight.com/0951-3574.htm/accessed 10 October 2014.
- * International Integrated Reporting Council (IIRC). 2011. Towards Integrated Reporting – Communicating Value in the 21st Century. Retrieved from http://theiirc.org/wp-content/uploads/2011/09/IR-Discussion-Paper-2011_spreads.pdf.
- * International Integrated Reporting Council. (2013). the international IR framework, Retrieved from <https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2013/12/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-2-1.pdf>.
- * Kiron, D. (2012), "Get ready: mandated integrated reporting is the future of corporate reporting", *MIT Sloan Management Review*, Vol. 53 No. 3, pp. 1-3.
- * KPMG (2011), "KPMG international survey of corporate responsibility reporting 2011", available at: www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/2011-survey.pdf (accessed 14 March 2013)..
- * Ligteringen, E. (2012), "Sustainability reporting for 'the future we want' ", in Van der Lugt, C. and Malan, D. (Eds), *Making Investment Grade: The Future of Corporate Reporting*, United Nations Environment Programme, Deloitte and the Centre for Corporate Governance in Africa, University of Stellenbosch Business School, Cape Town, pp. 19-23.
- * Porter, M. and Kramer, M.R. (2011), "Creating shared value", *Harvard Business Review*, Vol. 89,Nos 1/2, pp. 63-77.
- * Schwartz, S.H. & Bilsky, W۱۹۸۷ .. Toward a universal psychological structure of human values.*Journal of Personality and Social Psychology*, vol. ۵۳, no. ۳, pp.۵۵۰-۵۶۲.
- * Schwartz, S.H. 1992. A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work. *Applied Psychology: An International Review*, vol. 48, no. 1, pp. 7-47.
- * Schwartz, S.H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M. & Owens, V. 2001. Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, vol. 32, no. 5, pp. 519-542.
- * Van der Lugt, C. and Malan, D. (Eds) (2012), "From clutter to investment grade information", *Making Investment Grade: The Future of Corporate Reporting*, United Nations Environment Programme, Deloitte and the Centre for Corporate Governance in



Accounting Knowledge & Management Auditing
Vol. 13/ No. 51/ Autumn 2024

Motivational values and integrated reporting

Naghmeh Molaverdi

Ph.D. Candidate, Department of Accounting, Qazvin branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.
molaverdi@gmail.com

Hamidreza Vakilifard

Associate Prof, Department of management, Science and Researches branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
vakilifard@gmail.com

Mehdi Beshkoo*

Assistant prof, Department of Accounting, Qazvin branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran (Corresponding Author).
beshkoo@gmail.com

Bahman Banimahd

Associate Prof, Department of Accounting, Karaj branch, Islamic Azad University, Alborz, Iran.
Dr.banimahd@gmail.com

Abstract

Background: Motivational values are a factor influencing the use of integrated reporting. The purpose of this study is to help explain the concept of integrated reporting and use value-added as a practical, appropriate and useful tool for companies to use the concept of integrated reporting and provide a model of the impact of motivational values on its implementation.

Method: The method of this research is descriptive-survey. The statistical population of the present study is managers, financial managers and auditors in 1399, of which 203 people have been selected. The tool used in the research is a questionnaire and in order to analyze the data, the structural equation model using LISREL software has been used.

Results: Since motivational values are a factor influencing the disclosure of information based on integrated reporting And given that motivational values include values based on individual interests and values based on the public interest, Findings indicate that the principles of integrated reporting are consistent with values based on public interest.

Conclusion: Based on the findings of this study, motivational values are a factor affecting the preparation And providing value-added statements as one of the tools of integrated reporting. So that people with motivational values based on public interest are more inclined to integrate reporting.

Keywords: integrated reporting, motivational values, value added statement