



Acceptance Model of Integrated Reporting in Iranian Universities

Fatemeh Hamedi 

Ph.D. Candidate, Department of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: hamedi6163@gmail.com

Mahnaz Molanazari * 

*Corresponding Author, Associate Prof., Department of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: molanazari@alzahra.ac.ir

Mehrangiz Shoa Kazemi 

Associate Prof., Department of Womens and Family Studies, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: m.shkazemi@alzahra.ac.ir

Ali Rahmani 

Prof., Department of Accounting, Faculty of Social Sciences and Economic Sciences, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: rahmani@alzahra.ac.ir

Abstract

Objective

This study aims to uncover the factors influencing the acceptance of integrated reporting. The goal is to find how attitudes and behavioral intentions of university managers could be positively influenced and how the adoption of integrated reporting can be made easier.

Methods

To achieve the research goal, a quantitative research design was used. Questionnaires were used to gather the required data. They were filled out by the board of directors' members, including the University president, Vice president of education, Vice president of research and technology, Vice president of finance and administration, Vice president of culture, Vice president of students, and Director of monitoring and evaluation, from 30 leading public universities in Iran. The obtained data were analyzed by fitted structural equations. The criterion used to select the top universities was the most recent ranking listed in the reference database of Islamic World Sciences.

Results

The final version of the acceptance model of integrated reporting showed that the acceptance process consists of four consecutive and path-dependent stages. The stages include knowledge; attitude (persuasion); behavioral intention (before decision); and acceptance or rejection (decision). Each stage is influenced by several innovation-specific or individual-specific variables. The specific variables of innovation include the characteristics of integrated reporting perceived by university senior managers, including perceived relative advantage, compatibility, lack of risk, and lack of complexity. The

individual characteristics of these managers, such as mental norms and perceived behavior control, as well as determinants of change like perceived necessity, obligation, and guidance, are considered. Based on the presented empirical evidence, it can be claimed that the process of accepting integrated reporting in Iranian universities aligns with the Rogers decision-innovation process model. Therefore, the adoption of this new way of reporting, like many innovations, goes through the stages of knowledge, attitude, intention, and behavior. Meanwhile, the factors affecting each stage show their effects hierarchically through the mediating variables mentioned.

Conclusion

This research emphasizes the importance of a process approach in studying the dissemination and adoption of integrated reporting. It urges researchers to meticulously explore the hierarchy of innovation factors or specific variables, along with individual variables, understanding their impact mechanisms thoroughly. The outcomes of this research can inform the development of policies by the Iranian Ministry of Science regarding university reporting practices. The findings of this research determine how to smooth the path of acceptance of this new way of reporting. Research findings also demonstrated that decision-makers in the realm of adopting integrated reporting are primarily swayed by the perceived characteristics of this reporting method while paying minimal heed to its inherent features. The results obtained help planners to focus on trying to create a positive perception of people about the features of this innovation instead of focusing on the technical issues of integrated reporting. Therefore, it is advisable to conduct workshops, publish books and articles, and employ other methods of information dissemination and persuasion to enhance individuals' comprehension of the relative advantages and compatibility of this reporting method. This can alleviate concerns about the complexity of implementation and the risks associated with its adoption failure. Also, it is recommended that the administrators provide the necessary facilities for accepting integrated reporting and offering the necessary training to university employees. This will establish a foundation for university administrators to appraise positively the readiness of their team to accept and implement integrated reporting. In addition, By generating social pressures from both external and internal stakeholders, as well as reference groups, to develop and publish integrated reports in universities, it is feasible to reinforce the mental norms of university administrators in this direction. With the leading universities of the country taking the lead in this area, imitative mental norms can positively influence managers in other universities.

Keywords: Integrated reporting, Acceptance, Attitude, Intention, University.

Citation: Hamedei, Fatemeh; Molanazari, Mahnaz; Shoa Kazemi, Mehrangiz & Rahmani, Ali (2024). Acceptance Model of Integrated Reporting in Iranian Universities. *Accounting and Auditing Review*, 31(1), 1-44. (in Persian)





مدل پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه های ایران

فاطمه حامدی

دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. رایانامه: hamedi6163@gmail.com

مهناز ملانظری *

* نویسنده مسئول، دانشیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. رایانامه: molanazari@alzahra.ac.ir

مهرانگیز شعاع کاظمی

دانشیار، گروه مطالعات خانواده و زنان، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، مطالعات، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. رایانامه: m.shkazemi@alzahra.ac.ir

علی رحمانی

استاد، گروه حسابداری، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، حسابداری، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. رایانامه: rahmani@alzahra.ac.ir

چکیده

هدف: هدف این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه برای پاسخ به این سؤال است که چگونه می توان تأثیر مطلوبی بر نگرش و نیت های رفتاری مدیران دانشگاه ها گذاشت و فرایند پذیرش گزارشگری یکپارچه را تسهیل کرد.

روش: برای دستیابی به این هدف، یک طرح پژوهش کمی انجام شد. بدین ترتیب که پرسش نامه ای در خصوص معماری مدل پیشنهادی پذیرش گزارشگری یکپارچه، در اختیار اعضای هیئت رئیسه ۳۰ دانشگاه دولتی برتر ایران قرار گرفت و داده های به دست آمده از این پرسش نامه، بررسی و از طریق معادلات ساختاری برازش شد. اعضای هیئت رئیسه، از بین رؤسای دانشگاه ها، معاون آموزشی، معاون پژوهش و فناوری، معاون مالی و اداری، معاون فرهنگی، معاون دانشجویی و مدیر نظارت و ارزیابی، انتخاب شدند. ملاک انتخاب دانشگاه های برتر، آخرین رتبه بندی منتشر شده در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام بود.

یافته ها: نسخه نهایی مدل پذیرش گزارشگری یکپارچه نشان می دهد که فرایند پذیرش، مشتمل است بر چهار مرحله متوالی و وابسته به مسیر که عبارت اند از: دانش، نگرش (متقاعدسازی)، قصد رفتاری (پیش از تصمیم) و پذیرش یا رد (تصمیم). هر مرحله تحت تأثیر تعدادی از متغیرهای خاص نوآوری یا فردی قرار دارد. بعضی از این متغیرها عبارت اند از: ویژگی هایی که مدیران ارشد دانشگاه در رابطه با گزارشگری یکپارچه درک می کنند (مزیت نسبی درک شده، سازگاری درک شده، عدم ریسک درک شده و عدم پیچیدگی درک شده)؛ ویژگی های فردی این مدیران (هنجار ذهنی و کنترل رفتار درک شده) و همچنین، عوامل تعیین کننده تغییر (ضرورت و الزام درک شده و داشتن راهنمای تهیه). بنا بر شواهد تجربی ارائه شده، می توان ادعا کرد که فرایند پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه های ایران، از مدل فرایند تصمیم - نوآوری راجرز پیروی می کند. به این ترتیب، پذیرش این شیوه نوین گزارشگری همانند بسیاری از نوآوری ها، از مراحل دانش، نگرش، قصد و رفتار می گذرد و در این میان، عوامل مؤثر بر هر مرحله، به صورت سلسله مراتبی اثرهای خود را از طریق متغیرهای میانجی یاد شده نشان می دهند.

نتیجه‌گیری: این پژوهش بر اهمیت رویکرد فرایندی برای مطالعه انتشار و پذیرش گزارشگری یکپارچه تأکید دارد. این جلب‌توجه و تأکید، پژوهشگران را تشویق می‌کند تا سلسله‌مراتب عوامل یا متغیرهای ویژه نوآوری و فردی را به‌صورت دقیق و با شناخت سازوکار اثرگذاری آن‌ها بررسی کنند. یافته‌های این پژوهش می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های مجموعه وزارت علوم، در حوزه گزارش‌گیری از دانشگاه‌ها، کاربرد داشته باشد. یافته‌های این پژوهش چگونگی هموارسازی مسیر پذیرش این شیوه نوین گزارشگری را مشخص می‌کند. برای نمونه، درحالی که نخست چنین تصور می‌شد که ویژگی‌های گزارشگری یکپارچه، فارغ از ذاتی یا ادراکی بودن آن، می‌تواند بر نگرش اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها و به‌تبع آن، قصد و تصمیم آنان مبنی بر پذیرش گزارشگری یکپارچه تأثیر داشته باشد؛ یافته‌ها نشان داد که تصمیم‌گیرندگان در این زمینه، فقط تحت تأثیر ویژگی‌های درک‌شده از این شیوه گزارشگری قرار می‌گیرند و به ویژگی‌های ذاتی آن توجهی نمی‌کنند. این نتایج به برنامه‌ریزان کمک می‌کند که به‌جای تمرکز بر مسائل فنی گزارشگری یکپارچه، بر تلاش برای ایجاد درک مثبت افراد از ویژگی‌های این نوآوری متمرکز شوند. بنابراین، توصیه می‌شود با برگزاری کارگاه‌ها، انتشار کتاب‌ها و مقاله‌ها و سایر شیوه‌های اطلاع‌رسانی و متقاعدسازی، زمینه‌ای فراهم شود که افراد مزیت‌نسی و سازگاری این شیوه گزارشگری را بهتر درک کنند و نگران پیچیدگی اجرا و ریسک‌های ناشی از عدم موفقیت در اجرای آن نباشند. همچنین به مدیران توصیه می‌شود که با فراهم آوردن امکانات لازم برای پذیرش گزارشگری یکپارچه و ارائه آموزش‌های لازم به کارکنان دانشگاه‌ها، زمینه‌ای را مهیا کنند که مدیران دانشگاه، آمادگی مجموعه تحت امر خود را برای پذیرش و اجرای گزارشگری یکپارچه مثبت ارزیابی کنند. همچنین با ایجاد فشارهای اجتماعی از سوی ذی‌نفعان خارجی و داخلی و گروه‌های مرجع، برای تهیه و انتشار گزارش یکپارچه در دانشگاه‌ها، می‌توان هنجارهای ذهنی دستوری مدیران دانشگاه را در جهت این امر تقویت کرد و با پیشگام شدن دانشگاه‌های برتر کشور در این زمینه، هنجارهای ذهنی تقلیدی مدیران سایر دانشگاه‌ها را تحت تأثیر مثبت قرار داد.

کلیدواژه‌ها: گزارشگری یکپارچه، مدل پذیرش، نگرش، قصد، دانشگاه.

استناد: حامدی، فاطمه؛ ملانظری، مهناز؛ شعاع کاظمی، مهرانگیز و رحمانی، علی (۱۴۰۳). مدل پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران. *بررسی‌های حسابداری و حسابداری*، ۳۱(۱)، ۴۴-۱.

بررسی‌های حسابداری و حسابداری، ۱۴۰۳، دوره ۳۱، شماره ۱، صص. ۴۴-۱
 ناشر: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
 نوع مقاله: علمی پژوهشی
 © نویسندگان

doi: <https://doi.org/10.22059/ACCTGREV.2024.372606.1008917>

مقدمه^۱

گزارشگری یکپارچه به‌عنوان روش گزارشگری جدید، برای «ادغام» شش سرمایه‌مالی^۲، فکری^۳، تولیدی^۴، انسانی^۵، طبیعی^۶ و اجتماعی و روابط^۷ پدید آمده است و به سازمان‌ها کمک می‌کند تا روایت کنند که چگونه فعالیت‌های‌شان به ایجاد ارزش منجر شده است و چگونه با ذی‌نفعان ارتباط مؤثر برقرار کرده‌اند.

طبق تعریف شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه (۲۰۲۱)، گزارش یکپارچه شرح مختصری در مورد این است که چگونه راهبرد، حکمرانی، عملکرد و چشم‌اندازهای یک سازمان، در زمینه محیط بیرونی آن به ایجاد، حفظ یا کاهش ارزش در کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت منجر می‌شود. در حقیقت این شیوه گزارشگری، با تعبیه گزارش‌پایداری، گزارش مسئولیت اجتماعی، گزارش سرمایه‌فکری و صورتهای مالی، به‌عنوان پایه‌الگوواره گزارشگری مرسوم، فرصت‌های جدیدی را برای انواع سازمان‌ها فراهم می‌کند. از زمان معرفی و ارائه چارچوب گزارشگری یکپارچه در سال ۲۰۱۳، این شیوه نوین گزارشگری که در زمره گزارش‌های روایتی قرار می‌گیرد، مسیر رو به رشدی را در سراسر دنیا طی کرده است و برخی از دانشگاه‌ها (برای نمونه، دانشگاه نورث وست^۸ و دانشگاه استلن بوش^۹)، همگام با شرکت‌ها و سازمان‌های پیشرو، انتشار گزارش یکپارچه خود را در قالب سند آغاز کردند. این سند خلاصه‌ای هوشمندانه از اطلاعات کیفی و کمی برای حمایت از تصمیم‌گیری ذی‌نفعان ارائه می‌دهد. این همگامی به خاطر این است که تداوم رابطه دوسویه دانشگاه‌ها و جامعه و حفظ و ارتقای رضایتمندی از این ارتباط، نیازمند آن است که کانال‌های ارتباطی و پاسخ‌گویی بخش آموزش عالی در مقابل تمامی ذی‌نفعان، کامل، شفاف و به‌موقع باشد (ولتری و سیلوستری^{۱۰}، ۲۰۱۵).

پذیرش گزارشگری یکپارچه نسبت به سایر مدل‌های گزارش‌دهی، مزایایی را ایجاد کرده است که مهم‌ترین مزایای درک‌شده مرتبط با پذیرش گزارشگری یکپارچه، از دو بُعد داخلی و خارجی، در جدول ۱ (صفحه بعد) خلاصه شده است. انتظار می‌رود با شناخت مزایا و ظرفیت‌های بالقوه گزارشگری یکپارچه به ویژه در بخش آموزش عالی، این مسیر در آینده با سرعت بیشتری پیموده شود. با این حال، هنوز هم نحوه سرعت بخشیدن به فرایند پذیرش آن چندان روشن و مشخص نشده است. این پژوهش با درک چنین خلأیی، درصدد برآمده است که با شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران، گامی در این مسیر بردارد.

۱. این مقاله از پایان‌نامه خانم فاطمه حامدی با عنوان «عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران»، دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، استخراج شده است.

2. Financial capital

3. Intellectual capital

4. Manufactured capital

5. Human capital

6. Natural capital

7. Social & Relationship capital

8. North-West University <https://www.nwu.ac.za/content/nwu-annual-reports>

9. Stellenbosch University http://www.sun.ac.za/english/Documents/2016/SU%20Annual%20Report%202016_for%20web.pdf

10. Veltri & Silvestri

جدول ۱. مزایای پذیرش گزارشگری یکپارچه

ابعاد	مزایا	شرح
بعد داخلی	هزینه‌ها و کارایی	اتخاذ گزارشگری یکپارچه باعث صرفه‌جویی در هزینه‌ها می‌شود و کارایی در فعالیتهای عملیاتی را بهبود می‌بخشد.
	تصمیم‌گیری	گزارشگری یکپارچه ابزاری است که در تصمیم‌گیری و مدیریت استفاده می‌شود. برای نمونه، درک شاخص‌های عملکرد را بهبود می‌بخشد؛ ارتباط بین عملکرد مالی و غیرمالی را روشن می‌کند؛ نقاطی را که می‌توان کنترل داخلی را بهبود بخشید، شناسایی می‌کند و مدیریت ریسک را بهبود می‌بخشد.
	پایداری	گزارش یکپارچه، گنجاندن پایداری در کسب‌وکار را افزایش می‌دهد.
	چشم‌انداز جهانی	گزارشگری یکپارچه چشم‌انداز جامعی از استراتژی سازمان ارائه می‌دهد.
بعد خارجی	شفافیت	گزارشگری یکپارچه با در نظر گرفتن گروه‌های ذی‌نفع مختلف، شفافیت را بهبود می‌بخشد؛ زیرا اجازه تهیه شاخص‌های پایداری برای گروه‌های ذی‌نفع و اجازه اعتبار و ارزش‌گذاری بیشتر گروه‌های ذی‌نفع را می‌دهد.
	سادگی	گزارش یکپارچه مدلی ساده و درک‌پذیر است.
	ارگان‌های تخصصی	گزارش یکپارچه کار تحلیلگران، شاخص‌های بین‌المللی و رتبه‌بندی را تسهیل می‌کند؛ زیرا اطلاعات غیرمالی ساختاریافته مورد استفاده در خدمات تخصصی را اعطا می‌کند.
	الگو گیری	گزارشگری یکپارچه اجازه می‌دهد تا با سازمان‌های هم‌صنف مقایسه شود، چه ملی و چه بین‌المللی.
	الزامات قانونی	گزارشگری یکپارچه امکان برآوردن الزامات حقوقی بین‌المللی را فراهم می‌کند.
	شهرت	گزارشگری یکپارچه شهرت برند را بهبود می‌بخشد و ریسک شهرت را کاهش می‌دهد.

پذیرش یک پدیده چندبعدی است و عوامل فردی و سازمانی مختلفی از جمله نگرش‌ها، ادراک‌ها، باورها و حتی ویژگی‌های روان‌شناختی افراد و همچنین، میزان درگیری آنان با پدیده مورد مطالعه را دربرمی‌گیرد (چانگ و هان^۱، ۲۰۱۷)؛ از این رو بسیاری از پژوهشگران معتقدند که فرایند پذیرش، می‌تواند استفاده موفقیت‌آمیز از یک نوآوری را در سازمان تحت تأثیر قرار دهد. متأسفانه شکاف گسترده‌ای در زمینه گزارشگری یکپارچه، بین تئوری و عمل وجود دارد که پژوهشگران هنوز به‌اندازه کافی به این موضوع نپرداخته‌اند. در واقع، از زمان انتشار اولین نسخه گزارشگری یکپارچه توسط شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه تاکنون، تعداد مطالعاتی که به بررسی گزارشگری یکپارچه و مزایا و محدودیت‌های تهیه آن پرداخته‌اند، افزایش یافته است؛ همچنین موضوعات فنی گزارشگری یکپارچه برای سطح دانشگاه نیز تا حدی بررسی شده است (مثل آدیکارپاراژول، حسن و فلچر^۲، ۲۰۲۱؛ لیم و همکاران^۳، ۲۰۲۲؛ ارس، کوتلو فورتونا و هاچی اوغلو کازاک^۴، ۲۰۲۲)؛ اما مطالعه‌ای وجود ندارد که به بررسی چگونگی تبیین اصول این شیوه گزارشگری در فرهنگ سازمان‌ها و طرز فکر کارکنان پرداخته باشد. هنوز مشخص نیست که گزارشگری یکپارچه چگونه می‌تواند در سطوح سازمانی و

1. Chung & Han

2. Adhikariparajuli, Hassan & Fletcher

3. Lim et al.

4. Aras, Kutlu Furtuna & Hacıoglu Kazak

رفتاری، عملیاتی شود. تعداد مدل‌ها، نظریه‌ها و چارچوب‌های اشاعه و پذیرش این ابتکار نوین کافی نیست. بنابراین، یکی از حوزه‌هایی که در مرحله اجرا کمتر درک شده، عوامل مؤثر بر پذیرش یا عدم پذیرش این شیوه جدید گزارشگری است. انتشار، پذیرش و اجرای طرح‌های حامی گزارشگری یکپارچه همیشه ساده نیستند و احتمال شکست زیاد است؛ سازمان‌ها با چالش‌های متنوعی مواجهند که برخی از آن‌ها فنی هستند، درحالی‌که برخی دیگر، ماهیت سازمانی یا رفتاری دارند (چانگ و هان، ۲۰۱۷). به‌گفتهٔ برنز^۱ (۲۰۰۳) بین ۴۰ تا ۷۰ درصد از ابتکارهای مربوط به تغییر، شکست می‌خورند. شکست این ابتکارها، همیشه به خود ابتکار نسبت داده نمی‌شود، بلکه بیشتر به خاطر شکست در اجرای آن است. به‌طور مسلم تنها جنبهٔ فنی گزارشگری یکپارچه نیست که موفقیت یا شکست اجرای آن را تعیین می‌کند. درواقع این عنصر انسانی فرایند اجراست که بیشترین تأثیر را بر موفقیت اجرا دارد. همهٔ سازمان‌ها در پیاده‌سازی گزارشگری یکپارچه موفق نیستند؛ حتی اگر دقیقاً ابزارها و شیوه‌های مشابهی را اتخاذ کنند؛ زیرا گزارشگری یکپارچه یک سیستم است و سیستم‌ها توسط افراد اداره می‌شوند. از این رو، اگر کارکنان ادراک مطلوبی از سیستم جدید نداشته باشند و نگرش مساعدی به اشاعه و عملی کردن آن نداشته باشند، سیستم تقریباً با شکست مواجه خواهد شد (کلین و نایت^۲، ۲۰۰۵).

فرض بر این است که سازمان‌ها (برای مثال، دانشگاه‌های ایران) اغلب می‌دانند که طرح گزارشگری یکپارچه را باید اجرا کنند، اما نمی‌دانند چگونه بر نگرش‌ها و نیات رفتاری کارکنان خود به نفع پذیرش گزارشگری یکپارچه تأثیر بگذارند. بر همین اساس، این پژوهش به این سؤال پاسخ می‌دهد که «چگونه می‌توان به‌طور مطلوب بر ادراک‌ها، نگرش‌ها و نیات رفتاری مدیران ارشد دانشگاه‌ها تأثیر گذاشت و پذیرش گزارشگری یکپارچه را در دانشگاه‌های ایران افزایش داد». در سال‌های اخیر مجموعه وزارت عتف در راستای بالندگی، پیوستگی مدیریتی، تعامل سازندهٔ ارکان مختلف دانشگاهی با یکدیگر و پاسخ‌گویی مناسب در برابر مراجع ذی‌صلاح، با تصویب و ابلاغ «آیین‌نامه جامع مدیریت دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی، پژوهشی و فناوری»، به دانشگاه‌ها تکلیف کرده است که گزارش‌هایی درخصوص عملکرد سالانه خود از لحاظ آموزشی، پژوهشی، فرهنگی، اجرایی، مالی و محاسباتی به هیئت امنا و وزارت مذکور ارائه کنند. علاوه‌براین، سند نقشه جامع علمی کشور به همراه برنامه‌های توسعهٔ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (برنامهٔ سوم، ماده ۹۹؛ برنامهٔ چهارم، ماده ۴۹؛ برنامهٔ پنجم، ماده ۱۶)، نیز همگی دانشگاه‌های کشور را ملزم کرده است که گزارشی در ارتباط با عملکردهای چندگانه خود ارائه کنند.

بنا بر این الزامات، از سال ۱۳۹۸ به بعد، دانشگاه‌های دولتی در پاسخ به تقاضای وزارت عتف، به انتشار گزارش‌های جامع خود در وبگاه این وزارتخانه اقدام کردند. با بررسی گزارش‌های منتشره، که عمدتاً عملکرد هشت ساله دانشگاه را منعکس می‌کند؛ عدم دستیابی به اهداف پاسخ‌گویی و نظارتی به‌وضوح دیده می‌شود. این گزارش‌ها، الزامات و چارچوب خاصی برای ارائه خود ندارند و عموماً اطلاعات به‌شکل بی‌هدف و طبقه‌بندی نشده ارائه شده است. این فقدان چارچوب گزارشگری، موجب شده است که دانشگاه‌ها در گزارش‌های داوطلبانه، فعالیت‌های اصلی خود را در قالب شاخص‌هایی ارائه دهند که از هماهنگی در بین دانشگاه‌های مختلف برخوردار نیست؛ از این رو پراکندگی بسیار زیادی بین این

1. Burnes

2. Klein & Knight

شاخص‌ها دیده می‌شود. این امر قابلیت ارزیابی و مقایسه بین گزارش‌ها را به شدت تحت تأثیر قرار داده و فرصت روایت تصویر کلان و یکپارچه از فعالیت‌های متنوع را ناممکن ساخته است.

بنا به ضرورت درک شده در این زمینه، گام نخست جریان تحقیقاتی با ارائه یک چارچوب گزارشگری یکپارچه بومی‌سازی شده برای دانشگاه‌های ایران، توسط گرامی راد، ملانظری، رحمانی و همایون (۱۴۰۱) برداشته شده است؛ اما نکته شایان توجه این است که برای پُر کردن شکاف‌های موجود، به خصوص در محیط دانشگاه‌های ایران، می‌بایست گزارشگری یکپارچه تهیه و عملیاتی شود. لازمه تهیه و عملیاتی کردن آن، بازگشت یک گام به عقب و پرداختن به این موضوع است که چه عواملی در پذیرش یا عدم پذیرش این شیوه نوین گزارشگری از طرف مدیران ارشد دانشگاه‌ها مؤثر است. در راستای تلاش برای پاسخ به این پرسش، حامدی، ملانظری، شعاع کاظمی و رحمانی (۱۴۰۱)، بر اساس یک مطالعه کیفی یک مدل مفهومی مبتنی بر دو نظریه رایج رفتار برنامه‌ریزی شده (آجزن^۱، ۱۹۹۱) و فرایند تصمیم - نوآوری (راجرز^۲، ۱۹۶۲)، برای پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران پیشنهاد کرده‌اند. مدل پیشنهادی مذکور، جهت پُر کردن شکاف پژوهشی موجود در این زمینه و تلاش در جهت بسط نظریه‌هایی که فرایند پذیرش گزارشگری یکپارچه را تبیین می‌کنند؛ نیاز به آزمون تجربی دارد. لذا پژوهش حاضر، این مدل مفهومی را به بوتله آزمون تجربی گذاشته و بخش کمی مطالعه را ارائه می‌کند.

سهم این مطالعه در دانش‌افزایی این است که با پرداختن به «بررسی عوامل تعیین‌کننده افشا» به‌عنوان یکی از حوزه‌های اصلی تحقیقات پیرامون افشای روایتی، به ادبیات موجود کمک می‌کند. ادبیات موجود در مورد اینکه چگونه درک و نگرش افراد نسبت به گزارشگری یکپارچه می‌تواند بهتر مدیریت شود تا از این طریق بتوان میزان پذیرش آن و احتمال موفقیت اجرای آن را افزایش داد، چیز زیادی برای ارائه ندارد. پژوهش حاضر این شکاف را با شناسایی برخی از عواملی که بر ادراک، نگرش و تمایل افراد تصمیم‌گیرنده برای پذیرش و تهیه گزارشگری یکپارچه در محیط کار تأثیر می‌گذارد، پر می‌کند. دستاورد نهایی و مشارکت اصلی در دانش‌افزایی این پژوهش، بررسی تجربی مدل اولیه پیشنهادی، با استفاده از معادلات ساختاری برای استخراج مدل نهایی عوامل مؤثر بر گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران است. در این مرحله، عوامل متعدد اولیه پالایش شده و تنها عواملی که بر اساس یافته‌های تجربی در پذیرش یا رد گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران مؤثرند به همراه سازوکار اثرگذاری و به‌صورت فرایندی مشخص و گزارش می‌شوند.

در ادامه مقاله و بخش دوم، مبانی نظری و پیشینه پژوهش ارائه می‌شود، بخش سوم، روش پژوهش و بخش چهارم، یافته‌های پژوهش به بحث گذاشته می‌شود. نتیجه‌گیری همراه با بیان محدودیت‌ها و کاربردها، بخش پایانی مطالعه حاضر خواهد بود.

مبانی نظری و پیشینه تجربی پژوهش

گروه مدیران مالی دانشگاه‌های بریتانیا^۳ (۲۰۱۷) توضیح می‌دهند که دانشگاه‌ها فعالیت‌های زیادی دارند؛ داستانی

1. Ajzen
2. Rogers
3. British Universities Finance Directors Group (BUFDG)

خارق‌العاده برای گفتن دارند و گزارشگری یکپارچه، می‌تواند راهی برای گفتن این داستان‌ها به‌طور جذاب‌تر و مؤثرتر فراهم کند. این گروه مطالعه موردی خود را با چهار دانشگاه از کشور انگلستان شرح می‌دهد و شواهدی را ارائه می‌دهد که نشان‌دهنده این است که تعداد بسیار کمی از مؤسسه‌های آموزش عالی به‌اندازه کافی مسائل خلق ارزش را در استراتژی خود گنجانده‌اند و گزارشگری یکپارچه را به‌عنوان یک ابزار گزارش‌دهی غیرمالی، به رویکرد تعامل با ذی‌نفعان پیوند می‌دهند (مونتكالوو، فرنٹی و دی ویلیرز^۱، ۲۰۱۸).

برای درک بهتر کاربرد گزارشگری یکپارچه به‌عنوان یک ابزار ارتباطی مؤثر در برقراری پیوند میان دانشگاه‌ها و ذی‌نفعان مختلف، توجه به تعریف آن سودمند و راه‌گشا است. شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه (۲۰۲۱) گزارشگری یکپارچه را این‌گونه تعریف می‌کند: «گزارش یکپارچه شرح مختصری است دربارهٔ اینکه چگونه راهبرد، حکمرانی، عملکرد و چشم‌اندازهای یک سازمان، در زمینه محیط بیرونی آن به ایجاد، حفظ یا کاهش ارزش در کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت منجر می‌شود». بنابراین، گزارشگری یکپارچه به‌عنوان یک ابزار حسابداری جدید به سازمان‌ها در جهت تلاش برای برقراری ارتباط مؤثر، این امکان را می‌دهد که به ذی‌نفعان مختلف برای درک چگونگی ایجاد ارزش فعالیت‌های سازمان کمک کند.

فرایند پذیرش می‌تواند بسیار چالش‌برانگیز باشد؛ اما تیم مدیریت سازمانی در نهایت می‌تواند رویکرد منحصربه‌فرد گزارشگری یکپارچه را در سازمان ایجاد کند و زمانی این گزارش باعث باز آغاز راهبردی می‌شود که سازمان در عمل گزارشگری یکپارچه را پیاده‌سازی کند (گیبسیئر، رودریگ و آرژالیه^۲، ۲۰۱۸).

از نظر تاریخی، تحقیقات انتشار نوآوری را می‌توان به اوایل دهه ۱۹۰۰ و به‌طور خاص به کار تارد (۱۹۰۳) ردیابی کرد. هدف اولیه تحقیق انتشار نوآوری، تولید مدل‌ها، نظریه‌ها، چارچوب‌ها یا تعمیم‌هایی است که رفتار انتشار و الگوهای پذیرش نوآوری‌های جدید را پیش‌بینی یا حداقل توضیح می‌دهند (ولف^۳، ۱۹۹۴). تئوری‌های انتشار نوآوری به محققان اجازه می‌دهد تا شکل، نرخ و الگوی انتشار نوآوری را با تمرکز بر یک واحد پذیرش خاص، خواه یک فرد باشد یا یک سازمان، بررسی کنند. استفاده از چنین نظریه‌هایی برای بررسی پذیرش گزارشگری یکپارچه، شناسایی عوامل خاص این نوآوری که بر الگو و سرعت انتشار و پذیرش آن تأثیر می‌گذارد را تسهیل می‌کند.

در این راستا، حامدی و همکاران (۱۴۰۱) یک مدل مفهومی برای تبیین فرایند پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران ارائه کرده‌اند که مبتنی بر این فرض است که پدیده پذیرش گزارشگری یکپارچه در محدوده یک سیستم اجتماعی رخ می‌دهد. یک سیستم اجتماعی به‌عنوان «مجموعه‌ای از افراد با حس مشترک که تمایل به تعامل در طول زمان دارند» تعریف می‌شود (ماکونن و جانستون^۴، ۲۰۱۴). به عبارتی، این مدل پیشنهادی همانند سایر تئوری‌های انتشار نوآوری، ادعا می‌کند که پذیرش نوآوری یک فرایند اجتماعی در سطح کلان است که در آن واحد پذیرش (برای مثال مدیران ارشد دانشگاه) به‌طور مداوم تحت نفوذ تأثیرات اجتماعی قرار می‌گیرد. بنابراین، پژوهشگران باید هر دو عوامل سطح خرد و کلان را که بر تصمیمات پذیرش مدیران تأثیر می‌گذارد، درک کنند تا سازوکارهای کنترل رفتاری

1. Montecalovo, Ferneti & De Villiers
 2. Gibassier, Rodrigue & Arjalié
 3. Wolfe
 4. Makkonen

لازمی را که برای تسهیل فرایندهای انتشار مؤثر مورد نیاز است، داشته باشند. در ادامه، چهار دسته از عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه به همراه مبانی نظری و پیشینه پژوهشی ذکر شده و در انتها مدل مفهومی که قرار است مورد آزمون تجربی قرار گیرد، ارائه می‌شود.

ویژگی‌های نوآوری

درک پذیرندگان از ویژگی‌های یک نوآوری، بر نگرش آن‌ها به پذیرش نوآوری تأثیر می‌گذارد. ادراکات مثبت باعث ایجاد نگرش مطلوب نسبت به اجرای نوآوری‌های جدید می‌شود. محققان چندین نظریه و مدل انتشار بیان کرده‌اند که توضیح می‌دهد چگونه ادراک پذیرندگان بر رفتار پذیرش آن‌ها تأثیر می‌گذارد. به‌طور کلی، ویژگی‌های نوآوری به دو دسته تقسیم می‌شود: اولیه (یا ذاتی) و ثانویه (یا درک‌شده) (فالان^۱، ۲۰۱۵). ویژگی‌های ذاتی، مختص خود نوآوری است و با تغییر در ادراک پذیرندگان یا در زمینه پذیرش، تغییر نمی‌کند؛ در حالی که ویژگی‌های درک‌شده مطابق با تغییر در ادراک پذیرندگان و متغیرهای موقعیتی، تغییر می‌کند. برای مثال، هزینه یک نوآوری خاص، ویژگی ذاتی آن است؛ اما تصور پذیرندگان از ارزان یا گران بودن آن، یک ویژگی ثانویه درک‌شده است. ممکن است یک پذیرنده، ارزش آن نوآوری را مناسب بداند و حاضر باشد بابت آن پول بدهد، در حالی که دیگران ممکن است آن را گران قیمت بدانند. بسیاری از مطالعات در ادبیات، نقش ویژگی‌های درک‌شده را در فرایندهای انتشار و پذیرش نوآوری‌های جدید بررسی کرده‌اند (مانند لی و هوانگ^۲، ۲۰۱۸).

یکی از نخستین پژوهش‌ها، مربوط به راجرز و شومیکر^۳ (۱۹۷۱) است که پنج ویژگی درک‌شده مشتمل بر قابلیت ارتباط، تقسیم‌پذیری، پیچیدگی، سازگاری و مزیت نسبی را شناسایی کرده است. این عوامل، بعداً توسط راجرز^۴ (۱۹۸۳) اصلاح شد تا دقت اندازه‌گیری ویژگی‌های درک‌شده را بهبود بخشد. تئوری ویژگی‌های درک‌شده راجرز (۲۰۰۳)، بر این اساس است که افراد در صورتی یک نوآوری را می‌پذیرند که درک مثبتی از ویژگی‌های آن داشته باشند. ویژگی‌هایی که وی معرفی کرده است، عبارت‌اند از: مزیت نسبی درک‌شده، سازگاری درک‌شده، پیچیدگی درک‌شده، قابلیت آزمون و قابلیت مشاهده. پژوهش و نتیجه کار راجرز، به پایه نظری اکثر پژوهش‌های علمی تبدیل شده است که تأثیر ویژگی‌های درک‌شده را بر فرایند پذیرش نوآوری‌های جدید بررسی می‌کنند. به‌طور مثال، گاتینیون و رابرتسون^۵ (۱۹۸۵) چندین گزاره نظری را ارائه کردند که از تمام ویژگی‌های پنج‌گانه راجرز استفاده کرده‌اند و تنها یک عامل (ریسک درک‌شده) را به عوامل معرفی‌شده راجرز اضافه کرده‌اند. مطالعه دیگری که انتشار بانکداری الکترونیک در هلند را بررسی کرده است، فقط «عدم قطعیت» را به مجموعه ویژگی‌های راجرز اضافه کرده است (فرامباخ، بارکما، نوتیوم و ودل^۶، ۱۹۹۸). دیبرا^۷ (۲۰۱۵) این نظریه را یک مدل نظری بسیار مفید و مناسب، برای مطالعه عوامل مؤثر بر پذیرش

1. Fallan
2. Li & Huang
3. Rogers and Shoemaker
4. Rogers
5. Gatignon and Robertson
6. Frambach, Barkema, Nooteboom & Wedel
7. Dibra

شیوه‌های پایدار در کسب‌وکارهای گردشگری دانسته است. اما پژوهش خالد فراق^۱ (۲۰۲۰) که با تمرکز بر رویکرد انتشار نوآوری در ارتباطات متقاعدکننده، به بررسی چگونگی تأثیرگذاری بر نگرش‌ها، تغییر رفتارها و تعبیه یک ذهنیت طرفدار پایداری در محیط کار، پرداخته است، متغیرهای پیچیدگی، سازگاری، مزیت نسبی و ریسک را به‌عنوان ویژگی‌های درک‌شده و سایر ویژگی‌های مرتبط با نوآوری، از جمله قابلیت مشاهده، آزمایش‌پذیری و قابلیت ارتباط را به‌عنوان ویژگی‌های ذاتی، به‌کار برده است. مطالعات کمی نیز وجود دارند که برخی از گزاره‌های راجرز (۱۹۸۳) را پذیرفته‌اند (مانند سلطان و چان^۲، ۲۰۰۰؛ کیم و سریواستاوا^۳، ۱۹۹۸).

برای پژوهشگران، این روش متداولی است که برخی از گزاره‌های راجرز (۱۹۸۳) را با مفروضات، نظریه‌ها، مدل‌ها یا چارچوب‌های خود ادغام کنند. نمونه‌های زیادی از این پژوهش‌ها وجود دارد (مانند گوپالاکریشنان و بیرلی^۴، ۲۰۰۱؛ آگاروال و پراساد^۵، ۲۰۰۰؛ تابک و بار^۶، ۱۹۹۸؛ پرمکومار و رابرتز^۷، ۱۹۹۹). برای نمونه، تابک و بار (۱۹۹۸) تأثیر پنج ویژگی درک‌شده را بر پذیرش نوآوری‌های سازمانی در ارائه‌دهندگان خدمات مالی در ایالات متحده بررسی کردند. آن‌ها بررسی کردند که چگونه و تا چه حد، انتشار نوآوری‌های سازمانی تحت تأثیر ریسک درک‌شده، پیچیدگی، سازگاری، مزیت نسبی و قابلیت کنترل است. مطالعه مشابهی توسط ریموند و بلیلی^۸ (۱۹۹۷)، پذیرش تبادل الکترونیکی داده‌ها را در ۱۵ شرکت کوچک و متوسط کانادایی مورد بررسی قرار داده است و به‌طور عمده روی مزایا و خطرهای درک‌شده تمرکز داشته است؛ اما علاوه بر متغیر «ریسک درک‌شده»، ویژگی‌های دیگری مانند هزینه درک‌شده، پیچیدگی و سازگاری نیز مورد بررسی قرار گرفته است. در این مطالعه، به‌رغم اختلاف در تعاریف ویژگی‌ها، سه ویژگی معرفی شده توسط راجرز (۱۹۸۳)؛ یعنی سازگاری، پیچیدگی و مزیت نسبی، به وضوح وجود داشته‌اند. تعداد دیگری از مطالعات نیز وجود دارند که ویژگی‌های یکسانی را تحت عناوین متفاوت، به‌کار برده‌اند (مانند تاتردل، لیچ، بردی، کَلگ و وال^۹، ۲۰۰۲؛ ویس و دال^{۱۰}، ۱۹۹۸). برای نمونه، در پژوهش تاتردل و همکاران (۲۰۰۲)، «اندازه» به‌جای پیچیدگی، «تازگی نسبی» به‌جای سازگاری و «سرمایه‌گذاری» به‌جای هزینه به‌طور متفاوت نامیده شده‌اند.

در پژوهش‌های داخلی، ملانظری و زراعتی فرد (۱۳۹۱) به بررسی نقش وجود عوامل نوآوری در پیاده‌سازی موفق برنامه‌ریزی منابع سازمان پرداخته‌اند و از متغیرهای مطرح شده راجرز، فقط مزیت نسبی و پیچیدگی درک‌شده را به‌کار گرفته‌اند و عواملی از جمله فشار رقابتی، آموزش و حمایت مدیران را جایگزین سایر عوامل کرده‌اند. حاجی احمدی و خیری (۱۳۹۳) با بهره‌گیری از تئوری انتشار نوآوری، مدلی را برای پذیرش نرم‌افزار به‌عنوان خدمت، در ایران معرفی کرده‌اند و علاوه بر متغیرهای ویژگی درک‌شده، متغیر سهولت استفاده درک‌شده نیز به مدل اضافه کرده‌اند. ذوالقدر،

1. Khaled Farag
2. Sultan & Chan
3. Kim & Srivastava
4. Gopalakrishnan & Bierly
5. Agarwal & Prasad
6. Tabak & Barr
7. Premkumar & Roberts
8. Raymond & Blili
9. Totterdell, Leach, Birdi, Clegg & Wall
10. Weiss & Dale

حقیقت و کردستانی (۱۳۹۷)، نیز پژوهشی را تحت عنوان «تأثیر عوامل سمت عرضه بر اشاعه نوآوری‌های حسابداری مدیریت» انجام داده‌اند و در این مطالعه به بررسی تأثیر واسطه‌ای ویژگی‌های درک‌شده از نوآوری‌های حسابداری مدیریت، بر رابطه میان عوامل سمت عرضه و پذیرش این نوآوری‌ها پرداخته‌اند. اگرچه نظریه راجرز به‌عنوان پایه نظری قوی در نظر گرفته می‌شود، به اعتقاد پژوهشگران، تئوری‌های انتشار فقط روی ویژگی‌های یک سازه به‌عنوان نوآوری متمرکزند؛ درحالی‌که عوامل دیگری مثل عوامل فردی نیز در پذیرش آن نوآوری مؤثرند.

عوامل فردی

نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده برای اولین بار در سال ۱۹۸۵ توسط آجزن به‌عنوان بسط نظریه رفتار منطقی (TRA) پیشنهاد شد. نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و رفتار منطقی این دیدگاه را دارند که رفتار انسان عمدتاً هدف‌گراست (روبرتو، شفر و مارمو^۱، ۲۰۱۴). هر هدفی با اجرای یک قصد و آشکار کردن یک برنامه عملی محقق می‌شود. هنگامی‌که انسان رفتاری را انجام می‌دهد، یک طرح به‌طور صریح یا ضمنی ساخته می‌شود. به‌طور مثال، افراد قبل از رفتن به یک جلسه، برنامه‌ای صریح می‌گذارند؛ اما افراد، اغلب بدون فکر آگاهانه آب می‌نوشند و این برنامه به‌طور ضمنی ساخته شده است. بنابراین، نیت مقدمه عمل یا رفتار است. نظریه رفتار منطقی به‌عنوان مدل اولیه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، بر این فرض استوار بود که قصد بر اساس دو عامل تعیین می‌شود: نگرش نسبت به رفتار و یک هنجار ذهنی (زارزویلا و آنتون^۲، ۲۰۱۵). این نظریه به‌عنوان بستری برای بسیاری از مدل‌های جامع‌تر رفتار استفاده شده است و یک نظریه کلی از رفتار اجتماعی مبتنی بر مدل‌سازی اجتماعی - روان‌شناختی است. اهمیت این مدل به این دلیل است که با مدل‌های قبلی تفاوت دارد و تلاش می‌کند تا تأثیرهایی را به‌حساب آورد که رفتار دیگران می‌تواند روی فرد داشته باشد. این مدل، نفوذ تأثیرهای اجتماعی هنجاری بر رفتار فردی (یعنی هنجارهای ذهنی یا اجتماعی) را در نظر می‌گیرد.

با این حال، هر دو عامل مذکور اغلب برای رفتاری مؤثرند که فقط به کنترل ارادی نیاز دارند. برای مثال، افراد می‌توانند به‌راحتی هر بار که محل کار خود را ترک می‌کنند، رایانه شخصی خود را خاموش کنند. رفتار خاموش کردن رایانه تحت کنترل ارادی شخص است. اگر رفتار پیچیده باشد، نظریه رفتار منطقی ممکن است بی‌اثر شود؛ زیرا کنترل اراده خالص، کافی نیست. فرض اساسی نظریه اقدام منطقی این است که افراد بر اساس باورها و ارزش‌هایی که به نتایج احتمالی می‌دهند عمل می‌کنند. این باورها و ارزش‌ها به نگرش کلی منجر می‌شود که در نهایت تأثیر بسزایی بر نیت و قصد افراد دارد. اگرچه در نظر گرفتن تأثیرهای اجتماعی به مدل اقدام منطقی قدرت می‌بخشد؛ اما این فرض که قصد، مقدمه فوری رفتار است، یک ضعف کلیدی است. مطالعات متعدد (از جمله برنز^۳، ۲۰۰۵)، نشان می‌دهند که قصد رفتاری همیشه به‌دلیل محدودیت‌های محیطی به رفتار واقعی منجر نمی‌شود. مشکل کنترل ارادی آن‌قدرها هم که در ابتدا به نظر می‌رسید محدود نیست و حتی پیش‌پافتاده‌ترین رفتارها، مانند تماشای یک برنامه تلویزیونی خاص، نیز ممکن است مشکلاتی در کنترل ایجاد کند (برای مثال، به دلیل قطع برق). از آنجا که افراد به‌ندرت کاملاً مطمئن هستند که می‌توانند

1. Roberto, Shafer & Marmo
2. Zarzuela & Antón
3. Burnes

مقاصد خود را انجام دهند، هر قصد رفتاری را باید به‌طور واقع‌بینانه‌تر به‌عنوان یک «هدف رفتاری» در نظر گرفت که در معرض عنصری از عدم قطعیت قرار دارد.

در تلاش برای پرداختن به این موضوع، آجزن (۱۹۹۱) تئوری رفتار منطقی را با یک عامل جدید تحت عنوان «کنترل رفتار درک‌شده» برای تطبیق مدل با رفتارهایی که تحت کنترل ارادی نیستند، تقویت کرد (روبرتو و همکاران، ۲۰۱۴). کنترل رفتار درک‌شده به این باور افراد مربوط می‌شود که انجام یک عمل یا رفتار خاص چقدر آسان یا دشوار خواهد بود. مفهوم کنترل رفتار درک‌شده با نظریه خودکارآمدی مرتبط است. اولند^۱ (۱۹۸۶) خودکارآمدی را به‌عنوان باور افراد مبنی بر اینکه می‌توانند اقدامات لازم برای ایجاد یک نتیجه مطلوب انجام دهند، تعریف کرده است. یا به عبارتی باور شخص به موفقیت در یک موقعیت خاص یا انجام یک وظیفه است. به‌گفته کریستیا و گورگیو^۲ (۲۰۱۶)، ساختار «کنترل رفتار درک‌شده» نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده را به مدلی بسیار قوی‌تر برای پیش‌بینی رفتارها تبدیل می‌کند. علاوه‌براین، کنترل رفتار درک‌شده می‌تواند به‌عنوان یک معیار جایگزین برای کنترل رفتاری واقعی عمل کند و مستقیماً بر رفتار تأثیر بگذارد یا به‌عنوان تعدیل‌کننده بین قصد و رفتار عمل کند (وان و شن^۳، ۲۰۱۵).

رابطه نگرش - قصد (نیت) برای نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده اساسی است. بسیاری از محققان به‌طور تجربی رابطه علی بین نگرش و قصد را تأیید کرده‌اند (برای مثال، سنجر، بورخس و ماچادو^۴، ۲۰۱۷). نتایج آن‌ها نشان داده است که هرچه نگرش افراد مثبت‌تر باشد، نیت آن‌ها برای اتخاذ یا ادامه استفاده از محصول یا رفتار بیشتر است. رابطه ذهنی هنجار - قصد (نیت) نیز برای نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده اساسی است. آجزن و فیشبین^۵ (۱۹۸۰) هنجار ذهنی را این‌گونه تعریف کردند: «ادراک شخص در این مورد که آیا افراد مهم، یک رفتار معین را تأیید می‌کنند یا خیر». هنجار ذهنی و قصد رفتاری تعامل مثبتی دارند؛ به این معنا که وقتی فرد انتظار اجتماعی بالاتری را برای رفتار خاصی درک می‌کند، تمایل بیشتری به دریافت توصیه‌های منابع ارجاعی دارد و تمایل دارد از یک هنجار ذهنی قوی‌تر در مورد آن رفتار پیروی کند. بنابراین قصد بیشتری برای انجام آن رفتار از خود نشان می‌دهد. رابطه بین هنجار ذهنی و قصد رفتاری نیز به‌طور تجربی تأیید شده است. برای مثال، مطالعه‌ای توسط دولیو، والوا، آژن و اشمیت^۶ (۲۰۱۵) انجام شده که از نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده برای شناسایی عوامل فردی زمینه‌ساز رفتارهای طرفدار محیط‌زیست دانش‌آموزان مدرسه، استفاده کرده است. یافته‌های این پژوهش، یک رابطه قوی بین کنترل رفتار درک‌شده دانش‌آموزان و قصد آن‌ها برای شرکت در رفتارهای سازگار با محیط‌زیست، نشان داده است. همچنین مشخص شد که هنجارهای ذهنی تأثیر مستقیمی بر باورهای دانش‌آموزان دوست‌دار محیط‌زیست دارد. یک مطالعه جدیدتر توسط هالدر و همکاران^۷ (۲۰۱۶) انجام شده که قدرت پیش‌بینی نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده را نشان داده است. این پژوهش وجود رابطه مستقیم بین نگرش، کنترل

1. Eveland

2. Cristea & Gheorghiu

3. Wan & Shen

4. Senger, Borges & Machado

5. Ajzen & Fishbein

6. de Leeuw, Valois, Ajzen & Schmidt

7. Halder et al.

رفتار درک‌شده و هنجار ذهنی را با قصد افراد تأیید کرده و از اینرو توانایی این نظریه را در توضیح قصد افراد برای به فعلیت رساندن یک رفتار خاص، مورد تأکید قرار داده است.

جکسون^۱ (۲۰۰۵) به نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده انتقاد می‌کند و می‌گوید نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده شاید هنجارهای ذهنی، هنجارهای شخصی و کنترل رفتار ادراک‌شده را در نظر بگیرد؛ اما عوامل خارجی زیادی وجود دارد که ممکن است بر رفتار فرد تأثیر بگذارد، مانند هنجارهای اجتماعی، تجربه شخصی، شخصیت فرد و جمعیت شناختی که این مدل شامل آن‌ها نمی‌شود. همچنین نمی‌تواند تأثیرات غیرانسانی خارجی مانند زیرساخت و زمینه و نقش آنچه جکسون آن را «قفل مصرف‌کننده» می‌نامد، در نظر بگیرد. در پاسخ به این نقد به راحتی می‌توان استدلال کرد که مدل‌های رفتار منطقی و رفتار برنامه‌ریزی شده بسیار ساده هستند؛ در حالی که مدل‌هایی که تلاش می‌کنند پیچیدگی واقعی رفتار افراد را ترسیم کنند، ابزار مفیدی برای سیاست‌گذاران نیستند. با این حال، نسخه‌های توسعه‌یافته مختلفی از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، به صورت تجربی آزمایش شده‌اند. برای مثال، یاداو و پاتاک^۲ (۲۰۱۶) سازه‌های جدیدی (به‌طور مثال نگرانی و دانش محیطی) را در مدل اصلی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده در تلاش برای افزایش قدرت پیش‌بینی آن در رابطه با قصد خرید سبز افراد وارد کرده‌اند. نتایج آن‌ها به شدت از ادغام سازه‌های اضافی روی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده پشتیبانی می‌کند. در واقع، سازه‌های جدید نه تنها قدرت پیش‌بینی مدل اصلی را بهبود بخشیدند، بلکه به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های تأثیرگذارتر از قصد خرید سبز نسبت به ساختار اصلی ظاهر شدند. به‌طور مشابه، ادھکاری پاراجولی و همکاران^۳ (۲۰۲۱) و گومز، موریرا و امتو^۴ (۲۰۲۲) در پژوهش‌هایشان از متغیر «منفعت شخصی درک‌شده» به‌عنوان یکی از عوامل ویژگی‌های فردی نام برده‌اند.

در پژوهش‌های داخلی صالحی، خوزانی و آقایی چادگانی (۱۴۰۰) پژوهشی را تحت عنوان نقش تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده بر تصمیم‌های سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار اسلامی انجام داده‌اند. این پژوهشگران بیان کرده‌اند که تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده از طریق سه عامل قادر به پیش‌بینی رفتار شخص و عمل فرد است. بر همین اساس این پژوهش به بررسی تأثیر عوامل تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده شامل کنترل رفتار درک‌شده، نگرش افراد و هنجارهای ذهنی بر تصمیم‌های سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار اسلامی پرداخته است. بخردی نسب (۱۴۰۰)، در جهت بررسی تمایل حسابرسان به هشداردهی از تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده استفاده کرده است و در این پژوهش، علاوه بر متغیرهای نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتار درک‌شده به‌عنوان ویژگی‌های فردی از تعهد نسبت به استقلال، حمایت سازمانی، هم‌بستگی گروهی، وضعیت مسئله اخلاقی و مسئولیت فردی به‌عنوان متغیرهای تأثیرگذار بر تمایل هشداردهی در حسابرسان مستقل استفاده کرده‌اند. عبداله‌زاده و امین (۱۳۹۹) نیز تأثیر نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، تعهد اخلاقی و ادراک ریسک بر تمایل به حسابداری و گزارشگری پایداری شرکتی را بررسی کرده‌اند. نتایج حاکی از آن است که نگرش، هنجار ذهنی، کنترل رفتار درک‌شده، تعهد اخلاقی تأثیر مثبتی بر تمایل به اجرای حسابداری و گزارشگری پایداری دارد. درحالی‌که

1. Jackson

2. Yadav & Pathak

3. Adhikariparajuli, Hassan, & Fletcher

4. Gomes, Moreira & Ometto

ریسک درک‌شده مدیران و حسابداران شرکت‌ها بر تمایل حسابداری و گزارشگری پایداری تأثیر نداشته است. علی‌زادگان، صمدی لرگانی و ایمنی (۱۴۰۲)، پژوهشی را با هدف بررسی تحلیل توانایی حساب‌رسان در کشف تقلب در گزارشگری مالی با استفاده از نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده و تأثیر تجربه حسابرس و تیپ شخصیتی با توجه به نقش میانجی تردید حرفه‌ای در کشور ایران انجام داده‌اند. بر اساس یافته‌های پژوهش، حساب‌رسان با توجه به عوامل فردی (متغیرهای تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده) و نقش اثرگذار تجربه شغلی و تیپ شخصیتی با تأکید بر تردید حرفه‌ای، می‌توانند توانایی کشف تقلب را افزایش دهند.

عوامل تعیین‌کننده تغییر

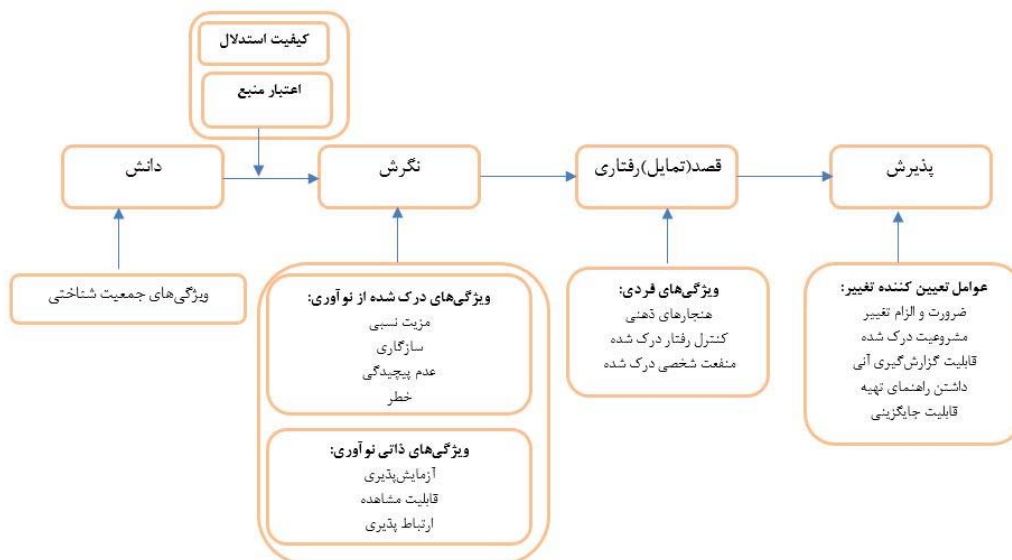
فرایندهای تغییر به روش انجام تغییر وابسته‌اند. با توجه به فلسفه سازمانی و ماهیت تغییر موردنظر، فرایند تغییر ممکن است از بالا تحمیل شود، یا مشارکتی باشد. عوامل فرایند تغییر تحمیلی شامل اقدامات و استراتژی‌های عاملان تغییر در اجرای یک طرح تغییر است. مثلاً الزام به اجرای طرحی از طرف مقام مشروع می‌تواند باعث ایجاد دیدگاه مثبت نسبت به تغییر شده یا حتی ممکن است در نگرش افراد نیز تأثیر نگذارد ولی به‌طور چشمگیری بر تصمیم آن‌ها برای اجرا و پذیرش تغییر اثرگذار باشد و مقاومت نسبت به تغییر را نیز کاهش دهد (کولن، بنیتو اوسوریو و آرمنگوت^۱، ۲۰۱۴). عوامل تغییر مشارکتی نیز به عواملی اشاره دارد که مثلاً اگر نوآوری از یکسری امکانات برخوردار باشد، مستقیماً افراد تغییر را می‌پذیرند و به سمت آن نوآوری گرایش پیدا می‌کنند (آیزنهارت و تبریزی^۲، ۱۹۹۵).

کولن و همکاران (۲۰۱۵) استدلال می‌کند که «افراد زمانی که احساس می‌کنند یک موضوع ضرورت دارد، در حقیقت فکر می‌کنند که اقدام در مورد آن مسئله همین الان مهم و بحرانی است؛ نه اینکه قرار شود در آینده و با برنامه‌ریزی میان‌مدت و بلندمدت برای رسیدن به آن تلاش نسبی انجام داده شود». احساس نیاز و ضرورت در افراد، لازمه آمادگی برای پذیرش و برقراری ارتباط است؛ بر همین اساس ضرورت برای تغییر بسیار مهم است (اسمیت^۳، ۲۰۰۵). درک ضرورت پذیرش نوآوری مدنظر، به ایجاد فشار اجتماعی در سازمان کمک می‌کند و این به سهم خود، تمایل افراد را برای مشارکت در یک رفتار خاص (مانند پذیرش گزارش یکپارچه) افزایش می‌دهد. باید پذیرفت که پذیرش نوآوری‌ها می‌تواند بسیار دشوار باشد، حتی زمانی که آن‌ها مزایای آشکاری داشته باشند (راجرز، ۲۰۰۳). از این رو، سازمان‌ها گاهی مجبورند که به‌عمد یک تحریک عاطفی ایجاد کنند تا نارضایتی کارکنان از وضعیت موجود را افزایش دهند. این به «شکستن پوسته از خودراضی بودن و خود درست‌پنداری» در سازمان کمک می‌کند (لوین^۴، ۱۹۵۱). بدون انجام این کار، افراد نه‌نیاز به تغییر را درک خواهند کرد و نه تفاوت بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب را تشخیص خواهند داد (آگاروال و پراساد^۵، ۲۰۰۲). با این حال، اگر افراد بدون ایجاد تحریک از طرف مدیران، به تشخیص تمایز بین وضعیت قبل از پذیرش نوآوری و بعد از آن برسند؛ این تشخیص به تنهایی احساس ضرورت در آن‌ها ایجاد می‌کند. در

1. Colino, Benito-Osorio & Armengot
2. Eisenhardt & Tabrizi
3. Smith
4. Lewin
5. Agarwal & Prasad

واقع افراد تصمیم‌گیر باید تشخیص دهند که یک «خطر واضح و فعلی، یک مشکل ملموس و فوری وجود دارد که باید با آن مقابله کرد تا سازمان از نظر اقتصادی پایدار بماند» (بیر، آیزنستات و اسپکتور^۱، ۲۰۱۰). از طرفی الزام توسط مقام بالاتر نیز ضرورت را به صورت دستوری ایجاد می‌کند. بنابراین، وجود یا ایجاد احساس ضرورت، تأثیر بسزایی در موفقیت تلاش در زمینه تغییر دارد (کولن و همکاران، ۲۰۱۵). شکست بسیاری از تغییرات نوآورانه به دلیل این واقعیت است که افراد تصمیم‌گیر واقعاً نیاز یا ضرورت تغییر را تشخیص نمی‌دهند (عبدالوند، البدوی و فردوسی^۲، ۲۰۰۸). بنابراین، توصیه می‌شود که برای کاهش احتمال شکست، سازمان‌ها گاهی اوقات لازم است یک «استراتژی بی‌ثبات‌سازی عمدی» داشته باشند تا بتوانند وضعیت موجود را بشکنند و تمایل افراد را برای تصمیم‌گیری به نفع پذیرش نوآوری افزایش دهند. از طرفی، مشروعیت نیز عبارت است از «قدرتی که از ارزش‌های درونی ناشی می‌شود که حکم می‌کند (یک فرد یا یک سازمان) حق مشروعی برای تأثیرگذاری بر یک شخص دارد و آن شخص موظف است این تأثیر را بپذیرد» (فرنچ و ریون^۳، ۱۹۵۹: ۱۵۹). معمولاً میزان توافق نظر با افرادی که از لحاظ مشروعیت بالاترند بیشتر از افرادی است که سطح پایین تری از مشروعیت دارند (تایلر، ۱۹۹۷). به عبارت دیگر، احتمال بیشتری وجود دارد که افراد در مورد نیاز به گزارشگری یکپارچه توسط شخصی متقاعد شوند که از نظر آن‌ها مشروعیت متقاعد کردن آن‌ها را دارد تا فردی که سطح مشروعیت کمتری دارد.

بنابر مبانی نظری مطرح شده، عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در چهار دسته ویژگی‌های نوآوری (دو دسته ذاتی و درک‌شده)، ویژگی‌های فردی و عوامل تعیین‌کننده تغییر، منطبق بر مدل فرایند تصمیم - نوآوری چارچوب‌بندی مفهومی شده و در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پیشنهادی پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران

1. Beer, Eisenstat & Spector
2. Abdolvand, Albadvi & Ferdowsi
3. French & Raven

بر اساس آنچه در بیان مسئله و ضرورت و شکاف‌های پژوهش مطرح شد، سؤال اصلی این پژوهش این است که چگونه می‌توان به‌طور مطلوب بر ادراک‌ها، نگرش‌ها و نیت‌های رفتاری مدیران ارشد دانشگاه‌ها تأثیر گذاشت و پذیرش گزارشگری یکپارچه را در دانشگاه‌های ایران افزایش داد. بنابراین پژوهش حاضر، این مسئله را با طرح پرسش‌های زیر بررسی می‌کند.

عوامل مؤثر دیگری که از پذیرش و انتشار گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران حمایت می‌کنند یا مانع آن می‌شوند کدام‌اند؟

این مسئله، از طریق پاسخ‌گویی به سؤالات جزئی‌تر زیر بررسی می‌شود:

- عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران از بعد ویژگی فردی چیست؟
- عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران از بعد ویژگی درک‌شده چیست؟
- عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران از بعد ویژگی ذاتی چیست؟
- عوامل تعیین‌کننده تغییر مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران کدام‌اند؟

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش، از لحاظ روش، کمی و بر اساس طرح تحقیق، قطعی است. برای آزمون تجربی مدل پیشنهادی، لازم است که داده‌های اولیه جمع‌آوری، سازمان‌دهی، تجزیه و تحلیل و تفسیر شوند. واحد تحلیل در این پژوهش، «اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌های دولتی وزارت علوم» بوده است؛ زیرا این پژوهش، عواملی را بررسی می‌کند که بر تمایل مدیران دانشگاه به پذیرش گزارشگری یکپارچه در محل کار آن‌ها تأثیر می‌گذارد. لذا اعضای مشارکت‌کننده، اعضای هیئت‌رئیس ۳۰ دانشگاه برتر ایران بر مبنای آخرین رتبه‌بندی منتشرشده در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) بوده است.

در مجموع ۱۹۲ عضو هیئت‌رئیس دانشگاه برای شرکت در این مطالعه دعوت شدند، اما ۶۳ نفر از طریق تکمیل و ارسال پرسش‌نامه مبتنی بر وب، در این بخش مشارکت کردند که با این وصف، نرخ پاسخ حدود ۳۳ درصد بوده است.

برای سنجش عددی هر سازه، مشارکت‌کنندگان چند گویه را بر مبنای مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای ارزیابی کردند. هنگام طراحی پرسش‌نامه، دو موضوع اصلی ساختار^۱ و استتار^۲ در کانون توجه قرار گرفت و رویکرد ساختاریافته - غیر استتار شده‌ای برای طراحی پرسش‌نامه اتخاذ شد (پرسش‌نامه در پیوست ارائه شده است). برای بررسی پایایی شاخص‌های پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ و جهت پایایی ترکیبی از مقادیر اشتراکی استفاده شده است. به‌منظور بررسی روایی هم‌گرایی سازه‌ها از ضرایب AVE و برای روایی واگرا از ماتریس بارهای عاملی متقابل، روش فورنل و لارکر استفاده شده است. در نهایت، تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسش‌نامه و آزمون مدل مفهومی پیشنهادی، با استفاده از معادلات ساختاری و به‌طور خاص تحلیل مسیر انجام شده تا از این طریق بار عاملی هر عامل و نقش هر متغیر در پذیرش یا رد گزارشگری یکپارچه مشخص شود. نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس نسخه ۳ برای این منظور به کار گرفته شده است.

یافته‌های پژوهش

مشخصات جمعیت شناختی و آمار توصیفی متغیرها

یافته‌های جدول ۲ نشان می‌دهد که اکثر شرکت‌کنندگان، به لحاظ سنی بالای ۵۰ سال و از نظر جنسیت، مرد بوده‌اند. از نظر سابقه کار، حدود ۶۳ درصد از پاسخ‌دهندگان بین ۱۱ تا ۲۰ سال سابقه کار داشته‌اند. هرچند از نظر موقعیت شغلی، بیشترین درصد مشارکت مربوط به معاونان مالی و اداری و کمترین درصد مربوط به رؤسای دانشگاه‌هاست؛ با این حال، تقریباً پراکندگی یکنواختی بین تمام جایگاه‌ها مشاهده می‌شود. همچنین، زمینه تحصیلی ۴۴ درصد از مشارکت‌کنندگان، شامل رشته‌های تخصصی مدیریت، حسابداری و اقتصاد بوده است؛ ولی همچنان بیش از نیمی از اعضای در سایر رشته‌ها تحصیل کرده‌اند.

جدول ۲. فراوانی و درصد فراوانی متغیرهای مشخصات جمعیت شناختی

سن / جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی	تجربه کاری	فراوانی	درصد فراوانی
کمتر از ۴۰ سال	۳	۵	کمتر از ۵ سال	۴	۶
۴۰-۴۵ سال	۷	۱۱	۵-۱۰ سال	۶	۱۰
۴۶-۵۰ سال	۱۵	۲۴	۱۱-۲۰ سال	۴۰	۶۳
بیشتر از ۵۰	۳۸	۶۰	بیشتر از ۲۰ سال	۱۳	۲۱
زن	۷	۱۱	موقعیت شغلی		
مرد	۵۶	۸۹	رئیس دانشگاه	۴	۶
جمع	۶۳	۱۰۰	معاونت آموزشی	۱۳	۲۱
رشته تحصیلی			معاونت پژوهش و فناوری	۱۰	۱۶
حسابداری	۱۰	۱۶	معاونت مالی و اداری	۱۵	۲۴
اقتصاد	۶	۱۰	معاونت فرهنگی	۸	۱۲
مدیریت	۱۲	۱۹	معاونت دانشجویی	۸	۱۲
سایر	۳۵	۵۵	نظارت و ارزیابی	۵	۹

در جدول ۳ میانگین، خطای استاندارد میانگین، میانه و انحراف معیار گویه‌های پژوهش، به تفکیک هر سازه، گزارش شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که آماره میانگین در تمامی شاخص‌ها و ابعاد ترکیبی، نزدیک به ۲ (حداکثر ۲/۱۵۹) بوده و خطای استاندارد میانگین نیز حداکثر ۰/۱۳۵ است. بنابراین، با توجه به نحوه کمی‌سازی مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای (نمره‌های ۱ و ۲ به نظرهای موافق و کاملاً موافق اختصاص یافت)، این یافته‌ها به معنی موافقت نسبی افراد در همه شاخص‌هاست.

جدول ۳. آماره‌های مرکزی و پراکندگی شاخص‌ها و ابعاد ترکیبی

انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین	میانگین	گویه‌ها	ابعاد ترکیبی
۰/۷۰۶	۰/۰۲۹	۱/۸۲۳	-	ویژگی‌های درک‌شده
۰/۰۳۴	۰/۸۲۱	۱/۶۸۲	-	ویژگی‌های ذاتی
۰/۷۲۷	۰/۰۹۲	۱/۵۸۷	Sv1	اعتبار منبع درک‌شده
۰/۹۰۹	۰/۱۱۵	۱/۶۶۷	Sv2	
۰/۸۴۶	۰/۱۰۷	۱/۶۰۳	Sv3	
۰/۷۷۳	۰/۰۹۸	۱/۵۴۰	Qr1	کیفیت استدلال درک‌شده
۰/۹۰۳	۰/۱۱۴	۱/۸۷۱	Qr2	
۰/۹۴۵	۰/۱۱۹	۱/۸۸۹	Qr3	
۰/۰۶۵	۰/۱۳۵	۱/۹۰۵	kn1	دانش
۰/۸۹۸	۰/۱۱۴	۱/۶۱۹	kn2	
۰/۷۶۲	۰/۰۹۷	۲/۰۷۹	kn3	
۰/۸۹۵	۰/۰۳۱	۱/۷۱۶	-	ویژگی‌های فردی
۰/۸۷۱	۰/۰۳۲	۱/۷۲۶	-	ویژگی عوامل تغییر
۰/۸۷۰	۰/۱۱۰	۱/۶۸۳	Att1	نگرش
۰/۸۳۳	۰/۱۰۶	۱/۹۳۷	Att2	
۰/۷۵۵	۰/۰۹۶	۱/۹۶۸	Att3	
۰/۸۷۰	۰/۱۱۰	۱/۸۰۹	Bi1	قصد رفتاری (تمایل)
۰/۹۶۳	۰/۱۲۲	۱/۸۴۱	Bi2	
۰/۸۱۶	۰/۱۰۳	۱/۶۶۷	Bi3	
۰/۸۹۹	۰/۱۱۴	۱/۷۷۸	AC1	پذیرش
۰/۹۵۰	۰/۱۲۱	۱/۷۷۷	AC2	
۰/۹۴۶	۰/۱۲۰	۱/۷۳۰	AC3	

بررسی برازش مدل

مطابق با یافته‌های ارائه شده در جدول ۴، با توجه به اینکه مقدار کافی و مناسب برای آلفای کرونباخ $0/6$ (موس و همکاران^۱، ۱۹۹۸) و برای پایایی ترکیبی $0/7$ (نانلی^۲، ۱۹۷۸) و برای AVE $0/5$ (فورنر و لارکر^۳، ۱۹۸۱) است؛ تمامی معیارها مقدار مناسبی به دست آوردند و می‌توان مطلوب بودن وضعیت پایایی و روایی هم‌گرای سازه‌های این پژوهش را بیان کرد.

1. Moss et al.
2. Nunnally
3. Fornell & Larcker

جدول ۴. ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس شاخص‌های مدل

سازه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha > ۰/۶)	ضریب پایایی ترکیبی (CR > ۰/۷)	میانگین واریانس استخراجی (AVE > ۰/۵)
ویژگی درک‌شده	۰/۸۸۲	۰/۹۰۴	۰/۶۰۴
ویژگی‌های ذاتی	۰/۸۳۹	۰/۸۷۵	۰/۵۵۱
ویژگی فردی	۰/۹۰۵	۰/۹۲۱	۰/۸۳۴
عوامل تغییر	۰/۸۴۵	۰/۸۷۵	۰/۷۳۰
دانش	۰/۷۳۴	۰/۸۴۹	۰/۶۵۴
نگرش	۰/۸۶۴	۰/۸۲۶	۰/۶۱۳
قصد رفتاری	۰/۷۱۵	۰/۸۰۰	۰/۵۷۸
اعتبار منبع	۰/۷۰۴	۰/۸۲۹	۰/۶۲۵
کیفیت استدلال	۰/۶۸۸	۰/۸۲۹	۰/۵۴۳
پذیرش	۰/۷۶۲	۰/۸۱۹	۰/۶۰۲

مطابق با جدول ۵، مقدار R^2 مربوط به سه متغیر درون‌زای مدل (نگرش: ۰/۷۶۸، قصد رفتاری: ۰/۶۸۰ و پذیرش: ۰/۶۹۲) قوی هستند و یک متغیر (دانش، ۰/۳۵۴) مقدار متوسطی دارد. مطابق جدول ۵، در همه موارد با توجه به مقادیر f^2 گزارش شده، تأثیر قوی متغیرهای برون‌زا بر متغیرهای درون‌زا مشاهده می‌شود؛ به‌استثنای ویژگی‌های ذاتی گزارشگری یکپارچه که تأثیر ضعیفی بر نگرش افراد دارد. این یافته‌ها حکایت از برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش دارد.

جدول ۵. مقادیر R^2 متغیرهای درون‌زا و نتایج اندازه تأثیر (f^2) سازه‌ها

متغیرهای درون‌زا	R^2	R^2 تعدیل شده	نوع برازش	رابطه سازه‌ها	اندازه اثر f^2	شدت اثر
دانش	۰/۳۵۴	۰/۳۴۴	متوسط	دانش ← نگرش	۰/۶۱۹	قوی
نگرش	۰/۷۷۸	۰/۷۴۹	قوی	نگرش ← قصد رفتاری	۰/۷۳۷	قوی
قصد رفتاری	۰/۶۸۱	۰/۶۷۰	قوی	قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۶۶۳	قوی
پذیرش	۰/۶۹۳	۰/۶۸۳	قوی	ویژگی درک‌شده ← نگرش	۰/۳۸۱	قوی
رابطه سازه‌ها	اندازه اثر f^2		شدت اثر	ویژگی فردی ← قصد رفتاری	۰/۴۴۶	قوی
عوامل تغییر ← پذیرش	۰/۳۷۸		قوی	ویژگی ذاتی ← نگرش	۰/۱۲۳	ضعیف

معیار Q^2 نیز قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. مطابق جدول ۶، مقادیر Q^2 (Redundancy)، ۰/۳۲۳، برای تمامی متغیرها، به‌استثنای متغیر درون‌زای دانش، بیشتر از ۰/۳۵ بوده که حکایت از برازش قوی مدل ساختاری و قدرت پیش‌بینی بالای مدل اندازه‌گیری دارد.

جدول ۶. مقادیر Q^2 متغیرهای درون‌زا

معیار Q^2 Communalities	قدرت پیش‌بینی	معیار Q^2 Redundancy	متغیرهای درون‌زا
۰/۳۲۰	متوسط	۰/۳۲۳	دانش
۰/۳۴۳	قوی	۰/۴۰۵	نگرش
۰/۲۹۶	قوی	۰/۳۵۳	قصد رفتاری
۰/۲۰۶	قوی	۰/۳۷۱	پذیرش
۰/۳۴۰	قوی	۰/۴۰۴	ویژگی درک شده
۰/۳۵۹	قوی	۰/۴۱۷	ویژگی ذاتی
۰/۳۸۳	قوی	۰/۴۶۶	ویژگی فردی
۰/۳۰۲	قوی	۰/۳۵۷	عوامل تغییر

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. معیار GOF از طریق رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\overline{Communalities} \times \overline{R^2}} \quad \text{رابطه ۱}$$

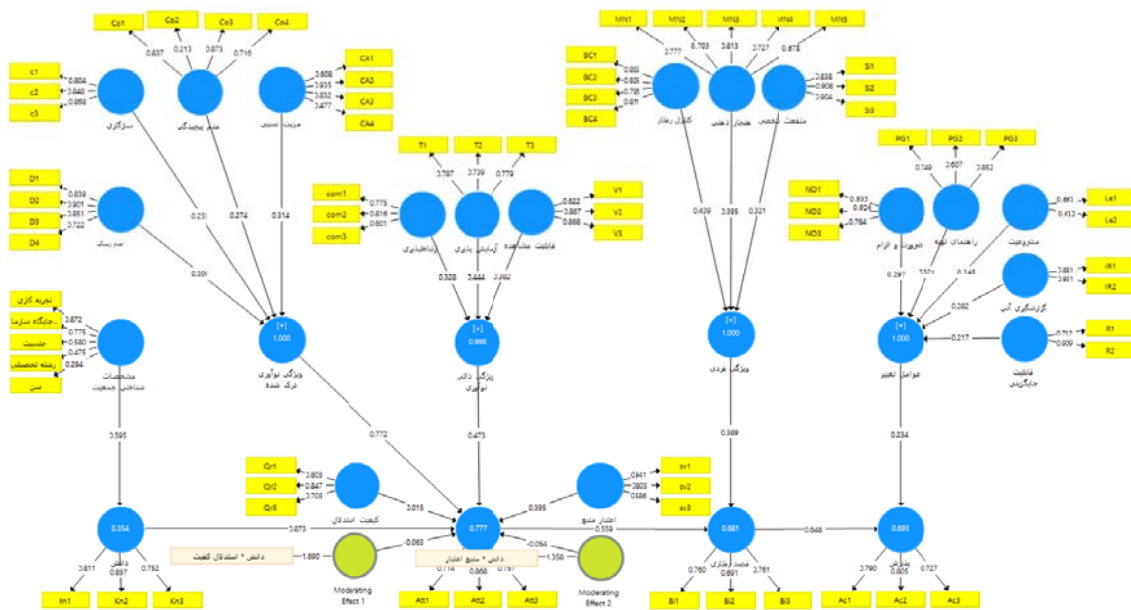
$\overline{Communalities}$ از میانگین مقادیر اشتراکی چهار متغیر مکنون مرتبه اول؛ یعنی دانش، نگرش، قصد رفتاری، پذیرش به دست می‌آید. بر اساس دو مقدار $\overline{Communalities}$ و $\overline{R^2}$ محاسبه شده، مقدار معیار GOF برای مدل ساختاری این پژوهش برابر می‌شود با:

$$GOF = \sqrt{0.291 \times 0.623} = 0.426 \quad \text{رابطه ۲}$$

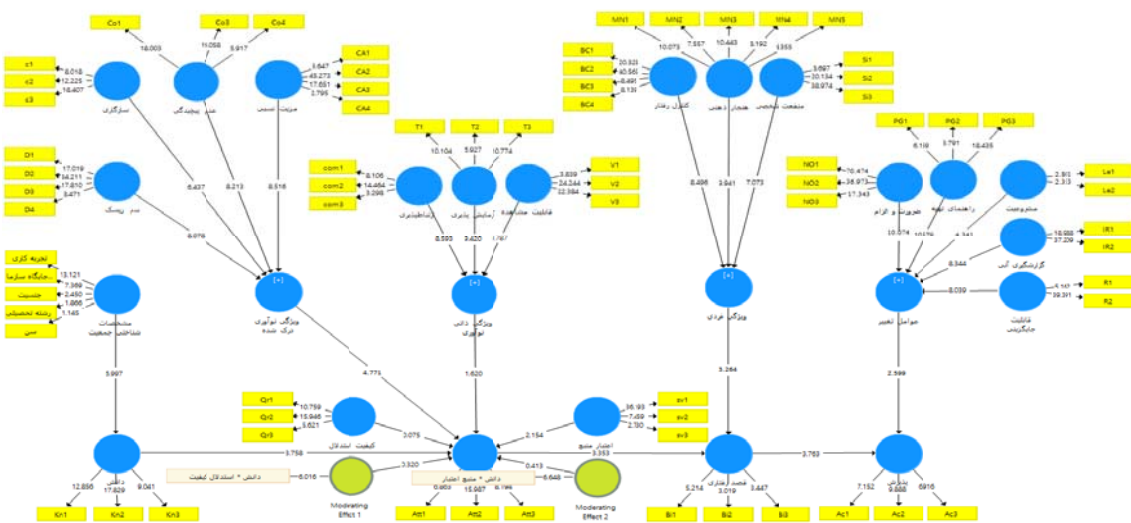
با توجه به معیارهای ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF، حاصل شدن ۰/۴۲۶ نشان از برازش کلی قوی مدل پیشنهادی دارد.

نتایج بررسی روابط بین متغیرها

به منظور پاسخ به سؤالات پژوهش، از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج مدل نهایی پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد شده و ضرایب معناداری مقادیر T مسیرها در جدول ۷ و شکل‌های ۲ و ۳ (ضرایب بارهای عاملی و ضرایب مقادیر T) ارائه شده است. مطابق جدول‌های ارائه شده، اکثر مقادیر t-value از ۲/۵۴ و تعدادی نیز از ۱/۹۶ بیشتر هستند که این امر، معنادار بودن تمامی گویه‌ها و روابط میان متغیرها را در سطح اطمینان ۹۹ و ۹۵ درصد نشان می‌دهد و مقادیر بار عاملی هر شاخص نیز بیشتر از ۰/۴ است.



شکل ۲. مدل اجرا شده همراه با ضرایب بارهای عاملی



شکل ۳. مدل ترسیم‌شده همراه با مقادیر t-value

همان‌طور که جدول ۷ نشان می‌دهد، ضریب معناداری مسیرهای میان متغیرهای دانش، نگرش، قصد رفتاری و پذیرش، حاکی از معنادار بودن تأثیر مستقیم دانش بر نگرش و همچنین تأثیر غیرمستقیم دانش بر پذیرش از طریق متغیرهای میانجی نگرش و قصد رفتاری در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. همچنین ضریب استاندارد شده مسیر میان متغیرهای دانش و نگرش (۰/۸۵۹)، نگرش و قصد رفتاری (۰/۵۵۹) و قصد رفتاری و پذیرش (۰/۴۴۸) به ترتیب، بیانگر این مطلب است که دانش به میزان ۸۶ درصد از تغییرات نگرش، نگرش به میزان ۵۶ درصد از تغییرات قصد رفتاری و

قصدرفتاری نیز به میزان ۶۵ درصد از تغییرات پذیرش را به‌طور مستقیم تبیین می‌کنند. از طرفی متغیر دانش به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیرهای میانجی نگرش و قصدرفتاری به میزان ۴۸ درصد ($0/648 \times 0/559 \times 0/859$) بر متغیر پذیرش تأثیر دارد؛ متغیر نگرش نیز به‌طور غیرمستقیم، از طریق متغیر میانجی قصدرفتاری، به میزان ۳۶ درصد ($0/648 \times 0/559$) بر متغیر پذیرش تأثیر دارد. متغیر قصدرفتاری نیز به‌طور مستقیم به میزان ۶۵ درصد بر پذیرش تأثیر می‌گذارد. ضریب معناداری مسیر میان متغیر ویژگی‌های درک‌شده با نگرش ($4/771$)، حاکی از معنادار بودن تأثیر مستقیم ویژگی درک‌شده بر نگرش است. همچنین از طریق متغیرهای میانجی نگرش و قصد رفتاری با ضریب ($1/965$) در سطح اطمینان ۹۵ درصد بر پذیرش تأثیر غیرمستقیم دارد. ۷۷ درصد تغییرات نگرش به‌طور مستقیم توسط متغیر ویژگی درک‌شده تبیین می‌شود. از سوی دیگر، ویژگی‌های درک‌شده از گزارشگری یکپارچه، با واسطه از طریق متغیرهای میانجی نگرش و قصدرفتاری بر پذیرش آن ۲۸ درصد ($0/778 \times 0/559 \times 0/648$) تأثیر دارد.

یافته‌های مربوط به عوامل سازنده ویژگی‌های درک‌شده، این سؤال را پاسخ می‌دهد: «عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران از بُعد ویژگی‌های درک‌شده چیست؟». عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه از بُعد ویژگی‌های درک‌شده، شامل متغیرهای عدم ریسک درک‌شده ($B = 0/111$)، $T = 1/972$ و $p\text{-value} = 0/042$ ، متغیر مزیت نسبی درک‌شده ($B = 0/089$)، $T = 1/970$ و $p\text{-value} = 0/046$ ، متغیر سازگاری ($B = 0/066$)، $T = 2/065$ و $p\text{-value} = 0/040$ و متغیر عدم پیچیدگی ($B = 0/076$)، $T = 1/965$ و $p\text{-value} = 0/049$ است که به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیرهای میانجی نگرش و قصدرفتاری بر پذیرش تأثیر می‌گذارند. ضریب مسیر میان متغیر ویژگی‌های ذاتی و نگرش مطابق جدول ۷، مقدار $1/620$ به‌دست آمده که کمتر از $1/96$ است؛ بنابراین معنادار بودن تأثیر مستقیم این متغیر بر نگرش در سطح اطمینان $0/95$ تأیید نمی‌شود. در بررسی‌های میانجی، ابتدا باید تأثیر مستقیم تأیید شود و سپس به روابط میانجی پرداخته شود؛ از این رو در مورد متغیر ویژگی‌های ذاتی، بررسی مابقی روابط معنایی ندارد. با این حال، در جدول ۷، تمامی روابط مستقیم و غیرمستقیم ارائه شده است.

عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه از بُعد ویژگی‌های ذاتی، شامل متغیرهای قابلیت ارتباط ($B = 0/059$)، $T = 1/196$ و $p\text{-value} = 0/233$ ، قابلیت مشاهده ($B = 0/068$)، $T = 1/084$ و $p\text{-value} = 0/279$ ، آزمایش‌پذیری ($B = 0/079$)، $T = 1/144$ و $p\text{-value} = 0/254$ است که بنا بر این یافته‌ها، تأثیر غیرمستقیم هیچ کدام از آن‌ها بر پذیرش گزارشگری یکپارچه، قابل توجه و معنادار نیست.

ضریب معناداری مسیر میان متغیر ویژگی‌های فردی با قصد رفتاری ($3/264$)، حاکی از معنادار بودن تأثیر مستقیم این متغیر بر قصدرفتاری است. همچنین از طریق متغیر میانجی قصدرفتاری با ضریب ($1/981$) در سطح اطمینان ۹۵ درصد بر پذیرش تأثیر غیرمستقیم دارد. ۳۹ درصد تغییرات قصد رفتاری به‌طور مستقیم توسط متغیر ویژگی فردی تبیین می‌شود. از سوی دیگر، ویژگی‌های فردی مدیران، با واسطه از طریق متغیر میانجی قصدرفتاری ۲۵ درصد ($0/389 \times 0/648$) بر پذیرش گزارشگری یکپارچه تأثیر دارد.

عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه از بُعد ویژگی‌های فردی شامل متغیرهای منفعت شخصی درک‌شده، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده است که از بین این سه متغیر، هنجار ذهنی با ($B = 0/100$)، $T = 2/001$ و

غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی قصد رفتاری بر پذیرش تأثیر می‌گذارند؛ منفعت شخصی درک شده با ($B=0/081$)، p -value = $0/046$) و متغیر کنترل رفتاری درک شده با ($B=0/111$)، $T=2/150$ و p -value = $0/036$) به‌طور مستقیم و از طریق متغیر میانجی قصد رفتاری بر پذیرش تأثیر می‌گذارند؛ منفعت شخصی درک شده با ($B=0/081$)، $T=1/871$ و p -value = $0/062$)، در سطح ۹۵ درصد تأثیر غیرمستقیم معناداری بر پذیرش ندارد؛ اما در سطح ۹۰ درصد معنادار است.

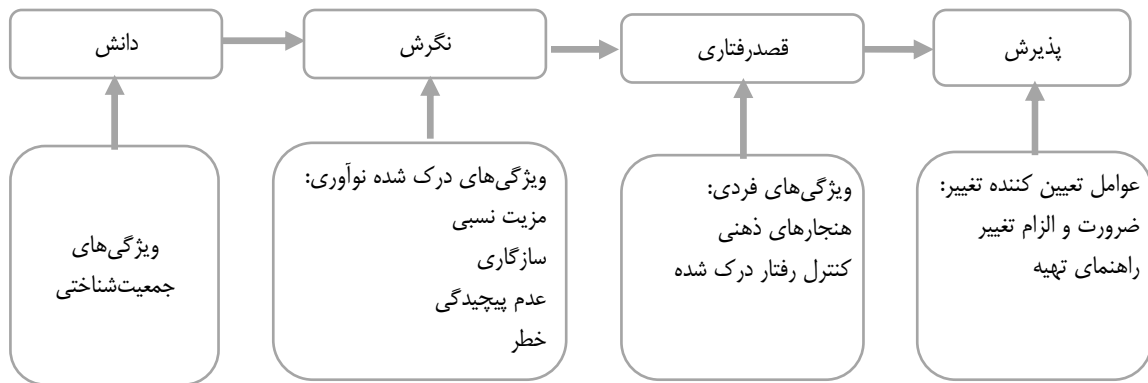
ضریب معناداری مسیر میان متغیر عوامل تعیین کننده تغییر با پذیرش ($2/599$)، حاکی از معنادار بودن تأثیر مستقیم این عوامل بر پذیرش در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. همچنین بر اساس ضریب بتای گزارش شده در جدول ۷، می‌توان گفت که ۲۳ درصد تغییرات پذیرش، به‌طور مستقیم توسط متغیر عوامل تعیین کننده تغییر تبیین می‌شود. همچنین عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه از بعد عوامل تعیین کننده تغییر، شامل متغیرهای ضرورت و الزام تغییر با ($B=0/070$)، $T=1/968$ و p -value = $0/044$) و داشتن راهنمای تهیه با ($B=0/075$)، $T=1/976$ و p -value = $0/045$) به‌طور مستقیم بر پذیرش تأثیر می‌گذارند؛ اما متغیرهای مشروعیت با ($B=0/035$)، $T=1/497$ و p -value = $0/136$) و قابلیت جایگزینی با ($B=0/051$)، $T=1/616$ و p -value = $0/107$) و قابلیت گزارش گیری آنی با ($B=0/066$)، $T=1/566$ و p -value = $0/118$) فاقد معناداری آماری در سطح ۹۵ درصد هستند.

جدول ۷. ضرایب مسیر و آماره T متغیرهای پژوهش

مسیرهای فرایند اصلی	انحراف معیار	ضریب مسیر (B)	آماره T	P-value
دانش ← نگرش	۰/۲۲۹	۰/۸۵۹	۳/۷۵۸	۰/۰۰۰
نگرش ← قصد رفتاری	۰/۱۶۷	۰/۵۵۹	۳/۳۵۳	۰/۰۰۰
قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۱۷۲	۰/۶۴۸	۳/۷۶۳	۰/۰۰۰
دانش ← نگرش ← قصد رفتاری	۰/۱۹۲	۰/۴۸۰	۲/۵۰۶	۰/۰۱۳
نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۱۶۰	۰/۳۶۲	۲/۲۶۵	۰/۰۲۴
دانش ← نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۱۵۶	۰/۳۱۱	۱/۹۹۱	۰/۰۴۷
مسیرهای متغیر ویژگی‌های درک شده و ابعاد آن				
ویژگی درک شده ← نگرش	۰/۲۰۶	۰/۷۷۸	۴/۷۷۰	۰/۰۰۰
ویژگی درک شده ← نگرش ← قصد رفتاری	۰/۱۷۵	۰/۴۳۵	۲/۴۸۳	۰/۰۱۴
ویژگی درک شده ← نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۱۴۷	۰/۲۸۲	۱/۹۶۵	۰/۰۴۹
عدم ریسک ← ویژگی درک شده ← نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۰۵۹	۰/۱۱۱	۱/۹۷۲	۰/۰۴۲
مزیت نسبی ← ویژگی درک شده ← نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۰۴۷	۰/۰۸۹	۱/۹۷۰	۰/۰۴۶
سازگاری ← ویژگی درک شده ← نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۰۳۲	۰/۰۶۶	۲/۰۶۵	۰/۰۴۰
عدم پیچیدگی ← ویژگی درک شده ← نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۰۴۶	۰/۰۷۶	۱/۹۶۲	۰/۰۴۹

مسیرهای فرایند اصلی	انحراف معیار	ضریب مسیر (B)	آماره T	P-value
مسیرهای متغیر ویژگی ذاتی و ابعادش				
ویژگی ذاتی ← نگرش	۰/۳۰۵	۰/۴۹۴	۱/۶۲۰	۰/۱۰۶
ویژگی ذاتی ← نگرش ← قصد رفتاری	۰/۱۸۸	۰/۲۷۶	۱/۴۷۳	۰/۱۴۲
ویژگی ذاتی ← نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۱۵۶	۰/۱۷۹	۱/۱۵۰	۰/۲۵۱
قابلیت ارتباط ← ویژگی ذاتی ← نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۰۴۹	۰/۰۵۹	۱/۱۹۶	۰/۲۳۳
قابلیت مشاهده ← ویژگی ذاتی ← نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۰۶۳	۰/۰۶۸	۱/۰۸۴	۰/۲۷۹
آزمایش پذیری ← ویژگی ذاتی ← نگرش ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۰۶۹	۰/۰۷۹	۱/۱۴۴	۰/۲۵۴
مسیرهای متغیر ویژگی فردی و ابعادش				
ویژگی فردی ← قصد رفتاری	۰/۱۷۲	۰/۳۸۹	۳/۲۶۴	۰/۰۰۲
ویژگی فردی ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۱۲۷	۰/۲۵۲	۱/۸۹۱	۰/۰۴۸
منفعت شخصی درک شده ← ویژگی فردی ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۰۴۳	۰/۰۸۱	۱/۸۷۱	۰/۰۶۲
هنجار ذهنی ← ویژگی فردی ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۰۵۰	۰/۱۰۰	۲/۰۰۱	۰/۰۴۶
کنترل رفتار درک شده ← ویژگی فردی ← قصد رفتاری ← پذیرش	۰/۰۵۹	۰/۱۱۱	۲/۱۵۰	۰/۰۳۶
مسیرهای متغیر عوامل تعیین کننده تغییر و ابعادش				
عوامل تغییر ← پذیرش	۰/۱۴۷	۰/۲۳۴	۲/۵۹۹	۰/۰۱۶
ضرورت و الزام تغییر ← عوامل تغییر ← پذیرش	۰/۰۴۳	۰/۰۷۰	۱/۹۶۸	۰/۰۴۴
مشروعیت ← عوامل تغییر ← پذیرش	۰/۰۲۳	۰/۰۳۵	۱/۴۹۷	۰/۱۳۶
داشتن راهنمای تهیه ← عوامل تغییر ← پذیرش	۰/۰۴۷	۰/۰۷۵	۱/۹۷۶	۰/۰۴۵
داشتن قابلیت جایگزینی ← عوامل تغییر ← پذیرش	۰/۰۳۱	۰/۰۵۱	۱/۶۱۶	۰/۱۰۷
قابلیت گزارش گیری آنی ← عوامل تغییر ← پذیرش	۰/۰۴۲	۰/۰۶۶	۱/۵۶۶	۰/۱۱۸

یافته‌های ارائه شده نشان داد که به‌رغم تأیید اکثر عوامل شناسایی شده، چندین مؤلفه از مدل پیشنهادی به لحاظ آماری معنادار نیستند. اثر گذاری منفعت شخصی درک شده (زیر مجموعه ویژگی‌های فردی) همراه با ویژگی‌های ذاتی گزارشگری یکپارچه (شامل آزمایش پذیری، قابلیت مشاهده و قابلیت ارتباط) و در نهایت عوامل ضرورت و الزام درک شده، قابلیت جایگزینی و قابلیت گزارش گیری آنی، از دسته عوامل تعیین کننده تغییر، مورد تأیید آزمون تجربی قرار نگرفت. بر این اساس، هنگامی که این ساختارها حذف شدند و مدل مطابق با نتایج تحلیل معادلات ساختاری بازسازی شد، نسخه کاملاً جدیدی از «مدل عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه نهایی» پدیدار شد (شکل ۴). مدل نهایی، ماهیت کل نگر خود را حفظ کرده و عوامل خاص فردی و نوآوری را که بر پذیرش گزارشگری یکپارچه مؤثر هستند در کنار یکدیگر، در نظر می‌گیرد.



شکل ۴. مدل نهایی عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران

شایان ذکر است که تمامی یافته‌های ارائه شده از لحاظ حساسیت نسبت به متغیرهای جمعیت شناختی از جمله سن، جنسیت، تجربه کاری، جایگاه سازمانی و رشته تحصیلی، مورد آزمون قرار گرفته اند و نتایج آزمون‌های حساسیت، حکایت از استحکام نتایج اولیه دارد. علاوه بر این، این دسته از عوامل به صورت یک متغیر مکنون نیز در مدل اصلی مورد آزمون قرار گرفته و نتایج نشان می‌دهد که این دسته از عوامل مطابق با مدل مفهومی اولیه، اثر مثبت معناداری بر متغیر دانش دارند. به عبارت دیگر، ضریب معناداری مسیر میان متغیر ویژگی‌های جمعیت شناختی با دانش (۵/۹۹۷)، حاکی از معنادار بودن تأثیر مستقیم این متغیر بر دانش مدیران دانشگاه نسبت به گزارشگری یکپارچه است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نسخه نهایی مدل پذیرش گزارشگری یکپارچه نشان می‌دهد که فرایند پذیرش شامل چهار مرحله متوالی و وابسته به مسیر است، یعنی: دانش، نگرش (متقاعدسازی)، قصد رفتاری (پیش از تصمیم)؛ پذیرش یا رد (تصمیم). هر مرحله تحت تأثیر تعدادی از متغیرهای خاص نوآوری یا فردی قرار دارد. این متغیرها، شامل ویژگی‌هایی که مدیران ارشد دانشگاه در رابطه با گزارشگری یکپارچه درک می‌کنند (مزیت نسبی درک شده، سازگاری درک شده، عدم ریسک درک شده و عدم پیچیدگی درک شده)؛ ویژگی‌های فردی این مدیران (هنجار ذهنی و کنترل رفتار درک شده) و همچنین عوامل تعیین کننده تغییر (ضرورت و الزام درک شده و داشتن راهنمای تهیه) است. بنا بر شواهد تجربی ارائه شده، می‌توان ادعا کرد که فرایند پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران، از مدل فرایند تصمیم - نوآوری راجرز (۱۹۶۲) پیروی می‌کند. به این ترتیب، پذیرش این شیوه نوین گزارشگری همانند بسیاری از نوآوری‌ها، از مراحل دانش، نگرش، قصد و رفتار می‌گذرد و در این میان، عوامل مؤثر بر هر مرحله به صورت سلسله‌مراتبی اثرهای خود را از طریق متغیرهای میانجی مزبور نشان می‌دهند.

در گام نخست، رابطه مستقیم بین دانش و نگرش افراد برای پذیرش گزارشگری یکپارچه در این مطالعه، تأیید شده است. اثر میانجی نگرش و قصد رفتاری بر پذیرش نیز مثبت و معنادار است. به عبارتی متغیر دانش به طور غیرمستقیم و از طریق متغیرهای میانجی نگرش و قصد رفتاری بر متغیر پذیرش تأثیر دارد. بر همین اساس، این پژوهش استدلال می‌کند که اگر اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها، دانش مناسبی در رابطه با گزارش یکپارچه داشته باشند؛ این دانش منجر

به شکل‌گیری نگرش مثبت می‌شود و نگرش مثبت قصد رفتاری فرد را برای تصمیم در جهت پذیرش شکل می‌دهد. متقاعد کردن مدیران برای تغییر نگرش خود نسبت به پذیرش گزارشگری یکپارچه، دومین گام در فرایند تصمیم برای پذیرش است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که علاوه بر دانش، ویژگی‌های درک‌شده از گزارشگری یکپارچه نیز در مرحله متقاعدسازی تأثیر مثبتی بر نگرش اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه می‌گذارند. ایجاد قصد و تمایل برای پذیرش گزارشگری یکپارچه، سومین گام از فرایند پذیرش است که یافته‌های این پژوهش نشان داد که این مرحله تحت تأثیر ویژگی‌های فردی تصمیم‌گیرنده است. اما در نهایت، در مرحله اتخاذ تصمیم است که واحد تصمیم‌گیر (در اینجا مدیران ارشد دانشگاه)، در مورد پذیرش یا رد یک رفتار خاص (مثلاً تهیه گزارش یکپارچه) تصمیم می‌گیرد. تصمیم برای پذیرش یا رد به صورت بی‌صدا و نامرئی اتفاق می‌افتد و ثبت لحظه دقیق تصمیم بسیار دشوار است. تمرکز این پژوهش بر روی زمان وقوع تصمیم نبوده است، بلکه به دنبال عواملی بوده است که فرد را به تصمیم برای پذیرش یا رد پذیرش گزارشگری یکپارچه سوق می‌دهد. بنابراین به‌طور خلاصه تجزیه و تحلیل‌ها نشان دادند که «ویژگی‌های درک‌شده»، «ویژگی‌های فردی» و «عوامل تعیین‌کننده تغییر» به ترتیب بیشترین توان تبیین پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران را دارند. عوامل تغییر به‌طور مستقیم و ویژگی‌های درک‌شده و ویژگی‌های فردی به‌طور غیرمستقیم از طریق میانجی‌گری نگرش و قصد رفتاری بر پذیرش تأثیر دارند. از عوامل تعیین‌کننده ویژگی‌های درک‌شده، تمامی عوامل ذکر شده در مدل (مزیت نسبی، سازگاری، عدم پیچیدگی و ریسک) بر پذیرش مؤثر هستند؛ با این توضیح که داشتن چنین ویژگی‌هایی، اول باعث تغییر نگرش فرد تصمیم‌گیرنده می‌شوند، پس از آن نگرش مثبت، قصد فرد برای تصمیم جهت پذیرش را ترغیب می‌کند. در مورد ویژگی فردی، تأثیر کنترل رفتار درک‌شده و هنجار ذهنی بر پذیرش معنادار شد. این دو عامل پس از آنکه قصد فرد را تحت تأثیر مثبت قرار دادند، فرد را برای پذیرش مصمم‌تر می‌کنند. از عوامل تعیین‌کننده تغییر نیز فقط ضرورت و الزام درک‌شده و داشتن راهنمای تهیه بر پذیرش تأثیر معناداری داشته‌اند.

یافته‌ها نشان داد که ویژگی‌های درک‌شده از گزارشگری یکپارچه تأثیر مثبت و معناداری بر نگرش، قصد رفتاری و پذیرش دارد. نتایج تفصیلی را می‌توان این‌گونه بیان کرد که عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه از بعد ویژگی‌های درک‌شده، شامل متغیرهای عدم‌ریسک درک‌شده با بیشترین تأثیر مثبت و پس از آن مزیت نسبی، عدم پیچیدگی و سازگاری درک‌شده است و سازوکار این اثرگذاری غیرمستقیم از طریق متغیرهای میانجی نگرش و قصد رفتاری عمل می‌کند. از این مطلب چنین برمی‌آید که اگر اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها در خصوص فرایند تهیه گزارش یکپارچه، ریسک ناشی از شیوه‌های جمع‌آوری و افشای اطلاعات را در سطح پایین‌تری ارزیابی کنند؛ مزیت نسبی گزارشگری یکپارچه را نسبت به گزارش‌های موجود درک کنند؛ ادراکشان از تهیه گزارشگری یکپارچه اینگونه باشد که این گزارش نسبت به سایر گزارش‌هایی که تهیه می‌کنند پیچیدگی ندارد و با سایر گزارش‌هایی که تهیه می‌کنند سازگار است؛ آنگاه چنین ادراکی پذیرش این شیوه گزارشگری را در نزد ایشان تقویت کرده و آن‌ها را به سمت اجرایی کردن آن رهنمون می‌سازد.

نتایج این پژوهش در خصوص رابطه عدم‌ریسک درک‌شده و پذیرش گزارشگری یکپارچه توسط مدیران ارشد دانشگاه به‌وضوح مطابق با پژوهش‌های تتو و پوک^۱ (۲۰۰۳) و خالدفراق (۲۰۲۰) است. در تفسیر این یافته‌ها می‌توان گفت از آنجاکه فرایند انتشار یک نوآوری مانند گزارشگری یکپارچه، اغلب با سطح بالایی از عدم قطعیت همراه است و پیش‌بینی‌ناپذیر تشخیص داده می‌شود. از سوی دیگر، طبق تعریف فلایت، دسوزا و آلاوی^۲ (۲۰۱۱)، ریسک درک‌شده به شانس یا احتمال شکست یک نوآوری در برآوردن نیازها و انتظارات واحد پذیرش اشاره دارد؛ لذا مطابق با ادعای کانمن و تورسکی^۳ (۱۹۷۹)، منطقی به نظر می‌رسد که افزایش احتمال شکست در پذیرش نوآوری (در اینجا گزارشگری یکپارچه)، بی‌میلی افراد (در اینجا مدیران ارشد دانشگاه) را برای تصمیم‌گیری به نفع پذیرش آن افزایش دهد؛ حتی اگر این شیوه نوین گزارشگری به‌صراحت سودمند باشد. سازوکار اثرگذاری این عامل نیز همان‌گونه که تتو و پوک (۲۰۰۳)، بیان کرده‌اند از طریق تأثیر منفی بر نگرش افراد است.

نتایج این پژوهش در خصوص رابطه مثبت مزیت نسبی درک‌شده و پذیرش گزارشگری یکپارچه توسط مدیران ارشد دانشگاه و سازوکار اثرگذاری آن از طریق متغیر میانجی نگرش، مطابق با پژوهش هنارد و شیمانسکی^۴ (۲۰۰۱)، وینرت^۵ (۲۰۰۲)، هاگمن^۶ (۲۰۰۹) و خالدفراق (۲۰۲۰) است. در این پژوهش نیز همانند هاگمن (۲۰۰۹) که بیان می‌کند سازه مزیت نسبی به‌عنوان یکی از قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های میزان پذیرش نوآوری در نظر گرفته می‌شود، یافته‌ها نشان داد که مزیت نسبی درک‌شده، بیشترین تأثیر مثبت بر نگرش مدیران ارشد دانشگاه دارد. همچنین آماره‌های توصیفی میانگین نظر اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها در خصوص گزاره‌های مطرح در باب مزیت نسبی گزارشگری یکپارچه، که حکایت از موافقت اکثر افراد با این گزاره‌ها دارد؛ مطابق با آن بخش از ادبیات نظری است که تحت عنوان مزایای گزارشگری یکپارچه مطرح می‌شود. به‌عنوان نمونه، موافقت اکثر مشارکت‌کنندگان با این گزاره که «محتوای گزارشگری یکپارچه نسبت به گزارش‌های سنتی مفیدتر است»؛ مطابق با یافته‌های پژوهش ارس و همکاران (۲۰۲۲)، است که ادعا می‌کنند گزارشگری یکپارچه به سازمان کمک می‌کند تا فرایند خلق ارزش و نحوه استفاده از سرمایه‌های مختلف را زیر سؤال ببرد و بنابراین برای فرایندهای داخلی بسیار مفید است.

یافته‌های این پژوهش در خصوص عدم پیچیدگی (سهولت) درک‌شده نسبت به گزارشگری یکپارچه توسط مدیران ارشد دانشگاه، حاکی از این است که اکثر مشارکت‌کنندگان موافق با سهولت این شیوه گزارشگری هستند. بخشی از نگرانی‌های مطرح در ادبیات نظری گزارشگری یکپارچه، عبارت از این است که این شیوه گزارشگری ممکن است در سطح سازمانی و عملیاتی با دشواری‌هایی همراه شود. از نظر سازمانی، این نگرانی وجود دارد که چنین شیوه گزارشگری و کاربست تفکر یکپارچه زیربنای تهیه آن، می‌تواند مستلزم ایجاد تغییرات در ساختارهای سازمانی، فرایندها و تعاملات بین سازمانی و درون‌سازمانی باشد. از نظر عملیاتی نیز این نگرانی وجود دارد که گزارشگری یکپارچه ممکن است نیازمند

1. Teo & Pok
2. Flight, D'Souza & Allaway
3. Kahneman & Tversky
4. Henard & Szymanski
5. Wejnert
6. Häggman

جایگزینی زیرساخت‌های موجود باشد و این امر پرهزینه به نظر می‌رسد. علاوه بر این، ممکن است به منابع و مهارت‌های زیادی برای پیاده‌سازی نیاز داشته باشد. چنانچه مدیران ارشد دانشگاه‌ها، وجود چنین نگرانی‌هایی را تصدیق کنند؛ آنگاه این پیچیدگی درک‌شده، یک مانع کلیدی برای پذیرش گزارشگری یکپارچه تلقی می‌گردد. با این حال، شواهد و یافته‌ها نشان داد که چنین پیچیدگی‌هایی توسط مشارکت‌کنندگان در این مطالعه در زمینه گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌ها درک نشده است. بنابراین، گزارش تأثیر مثبت عدم پیچیدگی درک‌شده بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در این پژوهش، مطابق با نتایج گزارش‌شده در پژوهش ورهوف و لانگراک^۱ (۲۰۰۱)؛ سیا، تئو، تان و وی^۲ (۲۰۰۴) و خالدفراق (۲۰۲۰) است. سازوکار اثرگذاری این متغیر نیز همانند سایر ویژگی‌های درک‌شده از نوآوری (در اینجا گزارشگری یکپارچه)، از طریق متغیرهای میانجی نگرش و قصد رفتاری است.

در خصوص عامل سازگاری درک‌شده به‌عنوان آخرین متغیر از دسته ویژگی‌های درک‌شده، شواهد این مطالعه نشان داد که این عامل نیز همانند سایر عوامل ذکر شده در این دسته، از طریق میانجیگری متغیرهای نگرش و قصد رفتاری تأثیر مثبتی بر پذیرش گزارشگری یکپارچه دارد. این نتایج مطابق با شواهد گزارش شده توسط چاترجی و همکاران (۲۰۰۲) و خالدفراق (۲۰۲۰) است. پژوهش حاضر، همان‌طور که العلی^۳ (۱۹۹۵) بیان می‌کند، سازگاری را یک مسئله درک‌شده که تا حد زیادی به قضاوت ذهنی افراد تصمیم‌گیر بستگی دارد؛ در نظر گرفته است. آماره‌های توصیفی نشان می‌دهد که اکثریت افراد مشارکت‌کننده، سازگاری گزارشگری یکپارچه را در سطح بالایی ارزیابی می‌کنند. این ادراکات مثبت که گزارشگری یکپارچه توسط این افراد، سازگار با ارزش‌ها، اصول، نیازها، تجربیات گذشته و روال‌های کاری موجود تشخیص داده شده است؛ نرخ پذیرش آن را افزایش می‌دهند. هم‌سو با شواهد تجربی گزارش شده در ادبیات نظری، منطقی است که گزارشگری یکپارچه که از منظر اجتماعی موجه و قابل قبول است به میزان بیشتری نسبت به گزارشگری سنتی که با تمرکز بر بُعد مالی توجه کمتری به هنجارهای اجتماعی دارد، پذیرفته و منتشر می‌شود.

یافته‌های این مطالعه تأثیر هیچ‌یک از متغیرهای دسته ویژگی‌های ذاتی گزارشگری یکپارچه را بر پذیرش آن تأیید نکرد. به عبارتی، نتایج در خصوص ویژگی‌های ذاتی گزارشگری یکپارچه حاکی از آن است که متغیرهای قابلیت ارتباط، قابلیت مشاهده و آزمایش‌پذیری تأثیر معناداری بر نگرش، قصد رفتاری و پذیرش مدیران ارشد دانشگاه‌ها ندارند. در توضیح چنین نتایجی، شاید یک دلیل این باشد که این دسته از عوامل (آزمایش‌پذیری، قابلیت مشاهده و قابلیت ارتباط)، از جمله خصایص ذاتی گزارشگری یکپارچه هستند که مستقل از ادراک پذیرندگان این نوآوری وجود دارند. لذا همان‌گونه که کورموس و گیفورد^۴ (۲۰۱۴)، بر مبنای نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده بیان کرده‌اند؛ افراد بر اساس ادراکات خود عمل می‌کنند و بنابراین درک افراد از یک پدیده می‌تواند نسبت به واقعیت آن پدیده، قدرتمندتر باشد. در اینجا نیز یافته‌ها نشان داد که ویژگی‌های درک‌شده از گزارشگری یکپارچه در تبیین پذیرش آن قدرتمندتر از ویژگی‌های ذاتی این پدیده ظاهر شده‌اند. این یافته‌ها در حالی است که داده‌های اولیه مربوط به آماره‌های توصیفی این متغیرها نشان می‌دهد، اغلب

1. Verhoef & Langerak
 2. Sia, Teo, Tan & Wei
 3. Al-Ali
 4. Kormos & Gifford

اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها موافق‌اند که گزارشگری یکپارچه از سطح بالایی از قابلیت آزمایش، قابلیت ارتباط و قابلیت مشاهده برخوردار است.

یافته‌های این بخش نشان داد که دسته عوامل ویژگی‌های فردی مدیران ارشد دانشگاه‌ها به‌طور کلی تأثیر مثبت و معناداری بر قصد رفتاری و به‌تبع آن بر پذیرش گزارشگری یکپارچه دارد. اما نتایج تفصیلی این بخش برای تک‌تک عوامل این دسته، یکسان و مشابه نیست. به این معنی که دو متغیر هنجار ذهنی و کنترل رفتار درک‌شده تأثیر مثبت و معناداری بر قصد رفتاری و پذیرش نشان داده‌اند؛ درحالی‌که متغیر منفعت شخصی درک‌شده به‌رغم تأثیر مثبت و معنادار بر قصد رفتاری، در خصوص تأثیرگذاری بر پذیرش، فاقد معناداری آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد بوده است. بنابراین، می‌توان این‌گونه بیان کرد که متغیر هنجار ذهنی درک‌شده، به‌طور غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی قصد رفتاری بر پذیرش، تأثیر مثبت و معناداری دارد. از این مطلب چنین برمی‌آید که اگر سازمان‌هایی که نظراتشان برای دانشگاه مهم و بارز است، از تهیه گزارش یکپارچه حمایت کنند یا دانشگاه‌های برتر ایران، نسبت به تهیه این گزارش اقدام کنند، یا اکثر ذی‌نفعان دانشگاه مثل دانشجویان، جامعه علمی، صنعت، جامعه و ... خواستار تهیه گزارش یکپارچه باشند؛ آنگاه اعضای هیئت‌رئیس نسبت به پذیرش گزارشگری یکپارچه تمایل پیدا کرده و در نتیجه آن را می‌پذیرند. به‌طور مشابه، در خصوص متغیر کنترل رفتار درک‌شده می‌توان این‌گونه بیان کرد که نیت رفتاری و تصمیم‌گیری‌های اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها در خصوص پذیرش گزارشگری یکپارچه، تحت تأثیر میزان کنترل رفتار درک‌شده این افراد در خصوص امکان تهیه و ارائه گزارش با چنین شیوه نوینی است. در حقیقت، اگر اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها، درک کنند که توانمندی لازم برای تهیه گزارش یکپارچه دانشگاه را دارند؛ آنگاه به سمت پذیرش و اجرایی کردن آن متمایل می‌شوند. رابطه بین دو سازه کنترل رفتار درک‌شده و قصد رفتاری و پذیرش نشان می‌دهد که ادراک اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها از توانایی کارمندان و امکاناتی که در اختیار دارند برای عملیاتی کردن عادات، رفتارها یا عملکردهای محاسباتی گزارشگری یکپارچه نه‌تنها بر قصد رفتاری آن‌ها برای مشارکت در پذیرش گزارشگری یکپارچه تأثیر معناداری دارد؛ بلکه این رفتارها بر تعهد آن‌ها برای عملیاتی کردن گزارش یکپارچه در سطح دانشگاه تأثیر چشمگیری دارد. نتایج این پژوهش در خصوص رابطه کنترل رفتار درک‌شده و پذیرش گزارشگری یکپارچه توسط مدیران ارشد دانشگاه به‌وضوح مطابق با پژوهش‌های شیران و همکاران^۱ (۲۰۰۲)، کریستیا و گئورگیو (۲۰۱۶) و خالدفراق (۲۰۲۰) است.

نتایج در خصوص رابطه مثبت هنجار ذهنی و پذیرش گزارشگری یکپارچه توسط مدیران ارشد دانشگاه و سازوکار اثرگذاری آن از طریق متغیر میانجی قصد رفتاری، مطابق با پژوهش هالدر و همکاران (۲۰۱۶)، گوه، ریچی و وانگ^۲ (۲۰۱۷) و خالدفراق (۲۰۲۰) است. در این پژوهش نیز همانند هالدر و همکاران (۲۰۱۶)، سنجش هنجار ذهنی شامل هر دو نوع هنجار دستوری و هنجار توصیفی بوده است. اما یافته‌ها نشان داد که بار عاملی گویه‌های مربوط به هنجار دستوری بیشتر از هنجار توصیفی است. به عبارتی هرچند آماره‌های توصیفی میانگین نظر اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها در خصوص گزاره‌های مطرح در باب هنجار ذهنی مدیران ارشد دانشگاه‌ها، حکایت از موافقت اکثریت این افراد با

1. Sheeran, Trafimow & Finlay
2. Goh, Ritchie & Wang

گزاره‌های طرح‌شده دارد؛ اما هنجار ذهنی شکل‌گرفته برای آن‌ها بیشتر تحت تأثیر فشار درک‌شده از سوی گروه‌های مرجع (از قبیل ذی‌نفعان داخلی و خارجی دانشگاه و سازمان‌هایی که نظراتشان برای دانشگاه، مهم و بارز تلقی می‌شود) قرار گرفته و رفتار تقلیدکننده از گروه هم‌سالان (دانشگاه‌های برتر) تأثیر کمتری داشته است.

اما یافته‌های این مطالعه که نشان داد منفعت شخصی درک‌شده به‌رغم تأثیر مثبت بر قصد رفتاری، تأثیر معناداری بر پذیرش گزارشگری یکپارچه ندارد؛ حاکی از آن است که همان‌گونه که آجزن و فیشبین (۱۹۹۱) در نظریه «رفتار برنامه‌ریزی‌شده» بیان کرده‌اند، قصد رفتاری که منجر به اقدام نهایی می‌شود متأثر از سه عامل نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده است. بنابراین در اینجا ادعای پژوهشگرانی از جمله بامبرگ و همکاران^۱ (۲۰۰۳)، لیندنبگ و استگ^۲ (۲۰۰۷)، میائوآ و ویب^۳ (۲۰۱۳) و خالدفراق (۲۰۲۰)، مبنی بر اینکه افراد هنگام تصمیم‌گیری درباره پذیرش یک نوآوری خاص، اغلب برای محافظت و یا بهبود منافع شخصی از تجزیه‌وتحلیل هزینه یا منفعت استفاده می‌کنند، مورد تأیید قرار نگرفته است. در توضیح این نتایج، شاید بتوان چنین گفت که توجه به نتایج حاصل از متغیر مزیت نسبی درک‌شده در کنار متغیر منفعت شخصی درک‌شده، این مفهوم ضمنی را به ذهن متبادر می‌سازد که مشارکت‌کنندگان در این مطالعه سازوکار تصمیم‌سازی خود را بر پایه ترجیح منافع سازمانی بر منافع شخصی گذاشته‌اند. به عبارتی مزیت‌های نسبی گزارشگری یکپارچه به‌عنوان یک منفعت سازمانی مؤثر بر پذیرش آن تشخیص داده شده؛ درحالی‌که منفعت شخصی درک‌شده صرفاً موجب تحریک نیت‌های رفتاری افراد شده و درنهایت در زمان اخذ تصمیم نادیده گرفته شده است. البته شاید عدم وجود تعارض منافع در این قضیه بتواند این توضیح را منطقی‌تر کند. چراکه مزیت‌های سازمانی درک‌شده برای گزارشگری یکپارچه در عمل منافاتی با منافع شخصی درک‌شده برای مدیران تصمیم‌ساز نداشته و برعکس در اینجا محاط بر آن بوده است.

درنهایت، یافته‌های بخش پایانی فرایند پذیرش گزارشگری یکپارچه، نشان داد که یک دسته از عوامل نیز وجود دارند که به‌طور مستقیم و بدون میانجی‌گری سایر متغیرهای فردی و ویژگی‌های نوآوری، تأثیر مثبت و معناداری بر پذیرش گزارشگری یکپارچه دارند. به‌عبارت‌دیگر، این دسته از عوامل که در اینجا «عوامل تعیین‌کننده تغییر» نامیده شده‌اند، می‌توانند بدون عبور از مراحل دانش، نگرش و قصد، مستقیماً بر اقدام نهایی (تصمیم برای پذیرش گزارشگری یکپارچه) تأثیر داشته باشند. با این حال، این تأثیر کلی که مرکب از عوامل مختلف از جمله ضرورت و الزام به تغییر، مشروعیت درک‌شده، داشتن راهنمای تهیه، قابلیت جایگزینی و قابلیت گزارش‌گیری آنی است؛ در بررسی تفصیلی نتایج مختلفی را نشان می‌دهد. به این معنی که دو متغیر «ضرورت درک‌شده» و «راهنمای تهیه» به‌صورت جداگانه نیز تأثیر مثبت و معناداری بر پذیرش دارند؛ درحالی‌که سایر متغیرها به‌رغم تأثیر کلی در قالب عوامل تعیین‌کننده تغییر، در خصوص تأثیرگذاری جداگانه بر پذیرش، فاقد معناداری آماری بوده‌اند.

تأثیر ضرورت و الزام درک‌شده به این‌گونه است که اگر مدیران ارشد دانشگاه‌ها درک کنند که تهیه گزارش یکپارچه در دانشگاه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و تهیه آن همین حالا یک نیاز فوری دانشگاه است، نه در آینده؛

1. Bamberg, Ajzen & Schmidt
2. Lindenberg & Steg
3. Miaoa & Weib

آنگاه از تهیه گزارش یکپارچه حمایت می‌کنند. البته برخی اوقات افراد بدون ایجاد تحریک از طرف مدیران، تمایز بین وضعیت قبل از پذیرش نوآوری و بعد از آن را تشخیص نمی‌دهند. در چنین مواقعی، الزام توسط مقام بالاتر می‌تواند ضرورت را به صورت دستوری ایجاد کند. آماره‌های توصیفی نیز در اینجا نشان می‌دهد که اکثر مشارکت‌کنندگان در این مطالعه موافق‌اند که الزام قانونی برای تهیه گزارش یکپارچه از طرف وزارت علوم، یک محرک لازم برای ایجاد احساس ضرورت در مدیران دانشگاه‌ها است. به طور مشابه، در خصوص متغیر راهنمای تهیه می‌توان این‌گونه بیان کرد که تصمیم‌گیری‌های اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها در خصوص پذیرش گزارشگری یکپارچه، تحت تأثیر میزان در اختیار بودن راهنمای تهیه و ارائه برای این نوع گزارش است. در حقیقت، اگر اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها، راهنمای فنی لازم برای تهیه گزارش یکپارچه دانشگاه را در اختیار داشته باشند؛ آنگاه به سمت پذیرش و تهیه آن حرکت می‌کنند.

نتایج این پژوهش در خصوص رابطه ضرورت و الزام درک‌شده و پذیرش گزارشگری یکپارچه توسط مدیران ارشد دانشگاه مطابق با پژوهش‌های اسمیت (۲۰۰۵)، کو^۱ (۲۰۱۳) و خالدفراق (۲۰۲۰) است. با توجه به این‌که شکست بسیاری از تغییرات نوآورانه فقط به این دلیل است که افراد تصمیم‌گیر، نیاز حیاتی یا ضرورت تغییر به سمت پذیرش نوآوری را تشخیص نمی‌دهند؛ یافته‌های این بخش حائز اهمیت کاربردی خواهد بود. بنابراین برای کاهش احتمال شکست، توصیه عملی که از این یافته‌ها استنباط می‌شود این است که مدیران ارشد دانشگاه‌ها گاهی مجبورند عمداً یک «استراتژی بی‌ثبات‌سازی عمدی» پیاده کرده و نارضایتی کارکنان از وضعیت موجود را افزایش دهند. چراکه به گفته لوین (۱۹۵۱)، این تحریک به «شکستن پوسته از خودراضی بودن و خود درست‌پنداری» در سازمان (دانشگاه) کمک می‌کند. بدون انجام این کار، افراد نه‌نیاز به تغییر را درک خواهند کرد و نه تفاوت بین وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب را تشخیص خواهند داد.

در خصوص رابطه مثبت «راهنمای تهیه» و پذیرش گزارشگری یکپارچه توسط مدیران ارشد دانشگاه، هرچند در ادبیات انتشار نوآوری این مسئله بسیار اندک مورد مطالعه قرار گرفته است؛ با این حال نتایج و یافته‌های پژوهش حاضر تا حدودی مطابق با پژوهش بوید و الیسون^۲ (۲۰۰۷) است که «داشتن راهنمای تهیه و استفاده» را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین روش‌های معرفی محصول جدید به بازار و مشتری مطرح کرده است. بنابراین، گزارشگری یکپارچه نیز همانند یک محصول جدید، در صورت داشتن راهنمای تهیه، بیشتر مورد پذیرش قرار می‌گیرد. این موضوع در خصوص استانداردهای حسابداری و تهیه راهنمای به‌کارگیری توسط نهادهای استانداردها گذار و سایر مراجع حرفه‌ای کاملاً مشهود و تجربه شده است. این طبیعی است که بعد از اینکه افراد متقاعد به انجام کاری می‌شوند، همواره این نگرانی برایشان وجود دارد که یک کار جدید (نوآورانه) را چگونه باید انجام دهند. وجود یک راهنمای قابل فهم و ساده که مراحل انجام کار را به‌خوبی نشان می‌دهد به رفع این نگرانی کمک شایانی می‌کند.

یافته‌های این پژوهش دارای مفاهیم نظری متعددی است. به‌طور خلاصه یافته‌های حاصل از آزمون مدل اولیه، نشان داد که فرایند پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌ها شامل مراحل دانش، نگرش، قصد و در نهایت تصمیم

1. Kou

2. Boyd & Ellison

مبنی بر پذیرش یا عدم پذیرش است. همچنین ویژگی‌های درک‌شده از نوآوری (شامل مزیت نسبی، سازگاری، پیچیدگی و ریسک)، در مرحله متقاعدسازی بر نگرش و به‌طور غیرمستقیم بر پذیرش مؤثر هستند. سپس نگرش افراد همراه با ویژگی‌های فردی از جمله هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده، منجر به پدید آمدن تمایل و قصد در افراد شده و در نهایت در مرحله تصمیم‌گیری نهایی، پذیرش فرد متأثر از عوامل تعیین‌کننده تغییر (شامل ضرورت درک‌شده و راهنمای تهیه) است.

این پژوهش بر اهمیت رویکرد فرایندی برای مطالعه انتشار و پذیرش گزارشگری یکپارچه تأکید دارد. این جلب‌توجه و تأکید، پژوهشگران را تشویق می‌کند تا سلسله مراتب عوامل یا متغیرهای ویژه نوآوری و نیز فردی را به‌صورت دقیق و با شناخت سازوکار اثرگذاری آن‌ها بررسی کنند. یافته‌های این پژوهش می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های مجموعه وزارت علوم در حوزه گزارش‌گیری از دانشگاه‌ها، کاربرد داشته باشد. با توجه به مزایای فراوان استفاده از شیوه گزارشگری یکپارچه، چنانچه مدیران ارشد نظام آموزش عالی کشور بخواهند به سمت تهیه گزارش‌های یکپارچه در دانشگاه‌ها بروند؛ لازم است به یافته‌های مطالعاتی از قبیل پژوهش حاضر توجه ویژه کنند. این یافته‌ها چگونگی هموارسازی مسیر پذیرش این شیوه نوین گزارشگری را مشخص می‌کند. به‌عنوان نمونه، درحالی‌که نخست چنین تصور می‌شد که ویژگی‌های گزارشگری یکپارچه فارغ از ذاتی یا ادراکی بودن آن می‌تواند بر نگرش اعضای هیئت‌رئیس دانشگاه‌ها و به‌تبع آن قصد و تصمیم آنان مبنی بر پذیرش گزارشگری یکپارچه تأثیر داشته باشد؛ یافته‌ها نشان داد که تصمیم‌گیرندگان در این زمینه فقط تحت تأثیر ویژگی‌های درک‌شده از این شیوه گزارشگری هستند و به ویژگی‌های ذاتی آن توجهی ندارند. این نتایج به برنامه‌ریزان کمک می‌کند که به‌جای تمرکز بر مسائل فنی گزارشگری یکپارچه، بر تلاش برای ایجاد درک مثبت افراد از ویژگی‌های این نوآوری متمرکز شوند. بنابراین، توصیه می‌شود با برگزاری کارگاه‌ها، انتشار کتب و مقالات و سایر شیوه‌های اطلاع‌رسانی و متقاعدسازی، زمینه‌ای فراهم شود که افراد مزیت نسبی و سازگاری این شیوه گزارشگری را بهتر درک کنند و نگران پیچیدگی اجرا و ریسک‌های ناشی از عدم موفقیت در اجرای آن نباشند.

همچنین دیگر نتایج در خصوص عوامل مؤثر فردی که از طریق میانجی‌گری قصد رفتاری بر پذیرش یا رد آن تأثیر دارند، منجر به توصیه در خصوص توجه به هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده مدیران می‌شود. به‌طور واضح توصیه می‌شود با فراهم آوردن امکانات لازم برای پذیرش گزارشگری یکپارچه و ارائه آموزش‌های لازم به کارکنان دانشگاه‌ها، زمینه‌ای فراهم شود که مدیران دانشگاه آمادگی مجموعه تحت امر خود را برای پذیرش و اجرای گزارشگری یکپارچه مثبت ارزیابی کنند. همچنین با ایجاد فشارهای اجتماعی از سوی ذی‌نفعان خارجی و داخلی و گروه‌های مرجع (به‌طور خاص آموزش عالی و به‌طور عام جامعه)، برای تهیه و انتشار گزارش یکپارچه در دانشگاه‌ها می‌توان هنجارهای ذهنی دستوری مدیران دانشگاه را در جهت این امر تقویت کرد و با پیشگام شدن دانشگاه‌های برتر کشور در این زمینه، هنجارهای ذهنی تقلیدی مدیران سایر دانشگاه‌ها را تحت تأثیر مثبت قرار داد. این تقویت کنترل رفتاری ادراک‌شده و هنجارهای ذهنی مدیران ارشد دانشگاه‌ها می‌تواند با ایجاد قصد و تمایل در آن‌ها سرانجام به پذیرش این شیوه گزارشگری ختم شود.

یافته‌های این پژوهش به برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران بخش آموزش عالی کشور توصیه می‌کند که در زمینه پذیرش گزارشگری یکپارچه، برخی از عوامل نیز وجود دارند که مستقیم و بدون تحریک نگرش یا قصد افراد، بر تصمیم‌نهایی و اقدامات عملی آن‌ها تأثیر می‌گذارند. در اینجا دو عامل ضرورت و الزام درک‌شده و داشتن راهنمای تهیه می‌تواند راه‌گشا باشد. به عبارتی توصیه می‌شود در صورت لزوم چنانچه بعد از تلاش‌های لازم برای اقناع مدیران دانشگاه‌ها در خصوص ضرورت تهیه این گزارش، همچنان برخی از آن‌ها چنین ضرورتی را احساس نمی‌کنند؛ از طریق الزام به تهیه توسط مراجع نظارتی، زمینه لازم برای تهیه آن را فراهم کنند. ارائه راهنمای تهیه گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌ها نیز از مجموعه اقدامات عملی توصیه‌شده به مجموعه وزارت علوم است. این راهنمای تهیه می‌تواند علاوه بر تأثیر مستقیم بر پذیرش و تهیه گزارش‌های یکپارچه در دانشگاه‌ها، زمینه درک سهولت تهیه و تقویت کنترل رفتار درک‌شده در لایه‌های پایین‌تر تصمیم‌گیری را فراهم کند.

این پژوهش دارای چند محدودیت بوده است. اولاً، عوامل زیادی وجود دارد که بر نگرش و نیت رفتاری افراد تأثیر می‌گذارد، اما این پژوهش تنها تعدادی از آن‌ها که با ساختار مدل پیشنهادی همخوانی داشته را مورد آزمون و بررسی قرار داده است. به‌عنوان نمونه، فرهنگ سازمانی متغیر تأثیرگذاری در تحولات سازمانی و استقبال از نوآوری‌ها است که در این مطالعه به دلیل عدم تناسب با سایر ارکان مدل پیشنهادی، کنار گذاشته شده است. با این حال، فرهنگ سازمانی حاکم بر دانشگاه‌ها ممکن است بر نیت‌های رفتاری و نگرش مدیران و کارکنان آن‌ها نسبت به پذیرش گزارشگری یکپارچه تأثیر داشته باشد. بنابراین، برای یافتن اینکه آیا فرهنگ سازمانی تأثیری بر ادراک، نگرش و قصد رفتاری افراد در رابطه با پذیرش این شیوه نوین گزارشگری دارد، نیاز به بررسی بین فرهنگی است. همچنین تعداد افرادی که در این پژوهش مشارکت کرده‌اند، به رغم تلاش‌های فراوان و پیگیری لازم، محدود بوده است. بنابراین، پژوهش‌های آینده نیاز به هدف قرار دادن نمونه بسیار متنوع‌تری دارد. مشارکت‌کنندگان می‌توانند شامل مدیران ارشد همه دانشگاه‌های دولتی و نیز غیردولتی باشند؛ یا حتی می‌تواند کارکنان دانشگاه‌ها را نیز هدف قرار دهد، مشروط بر اینکه حیطه وظایف شغلی آن‌ها مرتبط با بحث گزارشگری بیرون سازمانی باشد و برای تهیه و ارائه گزارشگری یکپارچه در دانشگاه نیاز به پذیرش و همکاری آن‌ها باشد. اگرچه مدل پذیرش گزارشگری یکپارچه پیشنهادی برای دانشگاه‌ها مورد آزمایش و بررسی قرار گرفت؛ اما پژوهشگران می‌توانند مدل پذیرش گزارشگری یکپارچه را برای سایر سازمان‌ها اعم از انتفاعی یا غیرانتفاعی نیز مورد بررسی و اصلاح قرار دهند. مدل پذیرش پیشنهاد شده حتی می‌تواند در پذیرش دیگر نوآوری‌های حوزه حسابداری، مورد بازآزمایی قرار گیرد.

پیوست

پرسش‌نامه زیر برای اندازه‌گیری متغیرهای ارائه شده در مدل پذیرش گزارشگری، از طریق مقیاس پنج درجه‌ای (کاملاً موافق ۱، موافق ۲، نظری ندارم ۳، مخالف ۳ و کاملاً مخالف ۵) تدوین شده است. این مقاله برگرفته شده از رساله دکتری با عنوان «عوامل مؤثر بر پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌های ایران» در دانشگاه الزهرا است و بخش دوم کار پژوهشی است. بخش اول با عنوان «کاربرد تئوری‌های انتشار نوآوری و رفتار برنامه‌ریزی‌شده در فرایند پذیرش گزارشگری یکپارچه توسط مدیران دانشگاه‌های ایران»، در دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری منتشر شده است.

ویژگی درک شده	۱	۲	۳	۴	۵	علامت اختصار
مزیت نسبی درک شده	CA1					محتوای گزارشگری یکپارچه نسبت به گزارش های سنتی مفیدتر است.
	CA2					تهیه گزارش یکپارچه باعث بهبود ارتباط با ذی‌نفعان می‌شود.
	CA3					تهیه گزارش یکپارچه باعث افزایش کیفیت گزارشگری برون سازمانی می‌شود.
	CA4					تهیه گزارش یکپارچه نسبت به تهیه گزارش‌های متعدد برای مقاصد مختلف مقرون به صرفه‌تر است.
سازگاری درک شده	C1					گزارشگری یکپارچه با ماهیت کار دانشگاه سازگار است. -- سازگاری درک شده
	C2					گزارشگری یکپارچه با فرایندها و ساختارهای موجود برای تهیه سایر گزارش‌های دانشگاه هم‌سو است.
	C3					به اعتقاد من گزارش یکپارچه سازگار با انتظارات اجتماعی از مدیران دانشگاه در زمینه شفافیت و گزارشگری است.
عدم پیچیدگی درک شده	Co1					تهیه گزارش یکپارچه برای دانشگاه ما آسان است. -- عدم پیچیدگی درک شده
	Co2					مهارت لازم جهت تهیه گزارش یکپارچه به آسانی قابل کسب است. (آسانی کسب مهارت)
	Co3					به آسانی می‌توان برای کارکنان، شرایط یادگیری تهیه گزارش یکپارچه را فراهم کرد. (آسانی یادگیری)
	Co4					تهیه گزارش یکپارچه مستلزم تلاش بیش از حد نیست.
ریسک درک شده	D1					گزارش یکپارچه می‌تواند به جای ساده کردن شیوه‌های جمع‌آوری و افشای اطلاعات، آن‌ها را پیچیده‌تر کند.
	D2					شناسایی و انتخاب مسائل مهمی که باید در گزارش گنجانده شود، مشکلاتی را ایجاد می‌کند.
	D3					تهیه گزارش یکپارچه در دانشگاه ممکن است با عدم حمایت مدیران دستگاه‌های نظارتی همراه شود.
	D4					انتشار گزارش یکپارچه مستلزم هماهنگی داخلی قابل‌توجهی در کل دانشگاه است و این امر ممکن است محقق نشود.
ویژگی ذاتی						
آزمایش پذیری	T1					من فکر می‌کنم امکان تهیه آزمایشی گزارش یکپارچه در دانشگاه ما وجود دارد.
	T2					چارچوب بین‌المللی گزارش یکپارچه قابلیت تهیه سفارشی بر مبنای مدل کسب و کار دانشگاه را دارد.
	T3					در صورت نیاز در جهت رفع نیازهای خاص دانشگاه می‌توان قالب پیشنهادی گزارشگری یکپارچه را اصلاح کرد.
قابلیت مشاهده	V1					مزایای گزارشگری یکپارچه به وضوح قابل مشاهده است.
	V2					گزارش یکپارچه باعث شفافیت فعالیت‌ها در بخش آموزش عالی می‌شود و قبلاً نتایج آن در سطح بین‌المللی دیده شده

ویژگی درک شده	۱	۲	۳	۴	۵	علامت اختصار
ارتباط پذیری	نتایج تهیه گزارش یکپارچه در بهبود روابط دانشگاه با ذی‌نفعان مختلف، ملموس و قابل مشاهده است.					
	من به راحتی می‌توانم با دیگران ارتباط برقرار کنم و اهمیت و مزایای گزارشگری یکپارچه را مطرح نمایم.					
	برای گفتن مزایای گزارشگری یکپارچه به دیگران مشکلی ندارم.					
	به راحتی می‌توانم به اطلاعات گزارشگری یکپارچه دسترسی داشته و آن‌ها را با دیگران به اشتراک گذاشت.					
ویژگی‌های فردی						
منفعت شخصی درک شده	اقدام به تهیه گزارش یکپارچه در دانشگاه ما، تصویر حرفه ای من را تقویت می‌کند.					
	اگر دانشگاه ما اقدام به تهیه گزارش یکپارچه کند، من به‌عنوان یکی از مدیران ارشد دانشگاه احساس رضایت معنوی خواهم داشت.					
	من معتقدم با تهیه گزارش یکپارچه در دانشگاه، حجم زیادی از عملیات لازم برای تهیه گزارش‌های پراکنده کاسته شده و این یک پاداش مناسب در قبال این تصمیم خواهد بود.					
همکارهای ذهنی	از دانشگاه ما انتظار می‌رود که در صورت امکان، اقدام به تهیه گزارش یکپارچه کند.					
	اکثر ذی‌نفعان دانشگاه ما (دانشجویان، جامعه علمی، صنعت، جامعه و ...) خواستار تهیه گزارش یکپارچه هستند.					
	اکثر سازمان‌هایی که نظراتشان برای دانشگاه ما مهم و بالارزش است، از تهیه گزارش یکپارچه حمایت می‌کنند.					
	اکثر ذی‌نفعان داخلی دانشگاه ما (کارکنان و مدیران)، اقدام به تهیه گزارش یکپارچه را تأیید می‌کند.					
	بسیاری از دانشگاه‌های برتر ایران، به زودی اقدام به تهیه گزارش یکپارچه می‌کنند.					
نگرانی	درگیر شدن در تهیه «گزارش یکپارچه» برای دانشگاه ما از اهمیت بالایی برخوردار است.					
	درگیر شدن در تهیه «گزارش یکپارچه» برای دانشگاه ما از اهمیت بالایی برخوردار است.					
	تهیه گزارش یکپارچه برای رسیدن به اهداف دانشگاه سبز مفید است.					
کنترل رفتار درک شده	تهیه گزارش یکپارچه برای دانشگاه ما امکان پذیر است.					
	دانشگاه ما نیروی انسانی لازم برای تهیه گزارش یکپارچه را در اختیار دارد یا می‌تواند این نیروها را تأمین کند.					
	دانشگاه ما امکانات نرم‌افزاری لازم برای تهیه گزارش یکپارچه را در اختیار دارد یا می‌تواند این امکانات را فراهم کند.					
	دانشگاه ما منابع مالی لازم برای تهیه گزارش یکپارچه را در اختیار دارد.					

ویژگی درک شده	۱	۲	۳	۴	۵	علامت اختصار
دانش	kn1					دانش خوبی در مورد گزارشگری یکپارچه دارم.
	kn2					به خوبی از مزایا و معایب گزارشگری یکپارچه آگاهم.
	kn3					درک خوبی از نحوه تهیه گزارش یکپارچه برای دانشگاه دارم.
عوامل تعیین کننده تغییر						
ضرورت درک شده	NO1					لزوم تهیه گزارش یکپارچه در دانشگاه ما از اهمیت ویژه ای برخوردار است.
	NO2					اکنون تهیه گزارش یکپارچه نیاز فوری دانشگاه ما است، نه در آینده.
	NO3					الزام قانونی برای تهیه گزارش یکپارچه از طرف وزارت علوم یک محرک لازم برای ایجاد احساس ضرورت در مدیران دانشگاه‌ها است.
مشروعیت درک شده	Le1					چنانچه فردی یا افرادی که دارای مشروعیت سازمانی هستند از گزارشگری یکپارچه حمایت کنند، من نیز نسبت به پذیرش و تهیه آن تشویق می‌شوم.
	Le2					من توصیه یا الزام به تهیه گزارش یکپارچه توسط فرد یا افرادی که به نظر من حق قانونی برای تأثیرگذاری بر رفتار من دارند را می‌پذیرم.
گزارشگری آنی	IR1					با پذیرش و استقرار سیستم گزارشگری یکپارچه در دانشگاه، به صورت آنی می‌توان گزارش لازم را تهیه کرد.
	IR2					سیستم گزارشگری یکپارچه از امکان تهیه گزارش به صورت آنی برخوردار است.
قابلیت جایگزینی	R1					گزارش یکپارچه می‌تواند جایگزین سایر گزارش‌های کنونی دانشگاه برای ارتباط با ذی‌نفعان باشد.
	R2					گزارشگری یکپارچه مورد پذیرش همه سازمان‌های پاسخ‌خواه دانشگاه است و در صورت تهیه آن دانشگاه بی‌نیاز از تهیه گزارش‌های متعدد برای دستگاه‌های مختلف خواهد شد.
راهنمای تهیه	PG1					در صورتی که قصد تهیه گزارش یکپارچه در دانشگاه وجود داشته باشد، از بابت راهنمای تهیه آن نگرانی وجود ندارد.
	PG2					برای تهیه گزارش یکپارچه در دانشگاه، راهنمای تهیه مورد نیاز در دسترس قرار دارد.
	PG3					به راحتی می‌توان به دستورالعمل‌های گام‌به‌گام تهیه گزارش یکپارچه برای دانشگاه دست پیدا کرد.
قصد رفتاری (نماین)	Bi1					قصد دانشگاه ما برای تهیه گزارش یکپارچه قوی است.
	Bi2					دانشگاه ما مشتاق تهیه گزارش یکپارچه است.
	Bi3					دانشگاه ما برنامه دارد در تهیه گزارش یکپارچه مشارکت کند.
تعدیلگر						
اعتبار منبع درک شده	Sv1					افراد یا منابعی را که از طریق آن‌ها در مورد گزارشگری یکپارچه آگاهی و دانش کسب کرده‌ام، معتبر می‌دانم.
	Sv2					افراد یا منابعی که از طریق آن‌ها با مزایای تهیه گزارش یکپارچه آشنا شده‌ام، از کیفیت تخصصی لازم برخوردارند.
	Sv3					منابعی را که پذیرش گزارشگری یکپارچه را توصیه می‌کنند، قابل اعتماد می‌دانم.

ویژگی درک‌شده						کیفیت استاندارد درک‌شده
علامت اختصار	۵	۴	۳	۲	۱	
Qr1						دلایل حمایت از پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه، کاملاً قانع کننده است.
Qr2						استدلال‌های مطرح در زمینه حمایت از تهیه گزارش یکپارچه، برای دانشگاه نیز مرتبط و قابل اجرا هستند.
Qr3						استدلال‌های واضح و قابل درکی برای پذیرش گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌ها وجود دارد.
وابسته						
AC1						با توجه به شناختی که از گزارشگری یکپارچه و امکان‌سنجی پیاده‌سازی آن در دانشگاه محل خدمت خود دارید، درجه تصمیم نهایی خود را مبنی بر پذیرش گزارشگری یکپارچه بر حسب مقیاس ۵ درجه‌ای مشخص نمایید.
AC2						در مقام تصمیم‌گیری نهایی در خصوص پذیرش گزارش یکپارچه در دانشگاه تصمیم فعلی شما چگونه است؟
AC3						در مقام تصمیم‌گیری نهایی در خصوص پذیرش گزارش یکپارچه در آینده، تصمیم شما چگونه خواهد بود؟

منابع

- بخردی نسب، وحید (۱۴۰۰). دامنه تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده و تمایل حسابرس به هشداردهی. *پژوهش‌های مالی و رفتاری در حسابداری*، ۱(۳)، ۴۷-۷۰.
- حاجی احمدی، الهام و خیری، بهرام (۱۳۹۳). توسعه یک مدل جهت استقرار نرم‌افزار به‌عنوان خدمت. *مجله مدیریت بازاریابی*، ۹(۲۲)، ۱-۲۶.
- حامدی، فاطمه؛ ملانظری مهناز؛ شعاع کاظمی، مهرانگیز و رحمانی علی (۱۴۰۱). بررسی کاربرد تئوری‌های انتشار نوآوری و رفتار برنامه‌ریزی‌شده در فرایند پذیرش گزارشگری یکپارچه توسط مدیران دانشگاه‌های ایران. *دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۸(۱۴)، ۷۹-۱۱۷.
- ذوالقدر، مصطفی؛ حقیقت، حمید و کردستانی، غلامرضا (۱۳۹۷). تأثیر عوامل سمت عرضه بر اشاعه نوآوری‌های حسابداری مدیریت. *مجله حسابداری مدیریت*، ۳۹(۱۱)، ۱-۱۴.
- صالحی، امنیه؛ خوزانی، راضیه و آقایی چادگانی، آرزو (۱۴۰۰). نقش تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در تصمیم‌های سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار اسلامی. *پژوهش‌های مالی و رفتاری در حسابداری*، ۱(۱)، ۵۵-۶۷.
- عبداله زاده، حسن و امین، وحید (۱۳۹۹). تأثیر نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، تعهد اخلاقی و ادراک ریسک بر تمایل به حسابداری و گزارشگری پایداری شرکتی. *دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری*، ۵(۹)، ۲۶۹-۲۹۹.
- علی‌زادگان، لیلا؛ صمدی لرگانی، محمود و ایمنی، محسن (۱۴۰۲). تحلیل توانایی حسابرسان در کشف تقلب با استفاده از تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده: تأثیر تجربه حسابرس و تیپ شخصیتی با نقش تردید حرفه‌ای. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابداری*، ۱۵(۵۷)، ۱۴۹-۱۸۴.

گرامی راد، فاطمه؛ ملانظری، مهناز؛ رحمانی، علی و همایون، سعید (۱۴۰۲). شناسایی شاخص‌های گزارشگری یکپارچه در دانشگاه‌ها. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۳۰(۱)، ۱۱۴-۱۴۸.

ملانظری، مهناز و زراعتی فرد، لیلا (۱۳۹۱). بررسی نقش وجود عوامل نوآوری در پیاده‌سازی موفق برنامه‌ریزی منابع سازمان (ERP). *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۲(۴)، ۹۵-۱۱۰.

References

- Abdolvand, N., Albadvi, A. & Ferdowsi, Z. (2008). Assessing readiness for business process reengineering. *Business Process Management Journal*, 14(4), 497-551.
- Abdollahzadeh, H. & Amin, V. (2020). The Effect of Planned Behavior Theory, Ethical Commitment, and Perceived Risk on Corporate Sustainability Accounting and Reporting. *Journal of Value and Behavioral Accounting*, 5(9), 269-299. (in Persian)
- Adhikariparajuli, M., Hassan, A. & Fletcher, M. (2021). Integrated Reporting Implementation and Core Activities Disclosure in UK Higher Education Institutions. *Administrative Sciences*, 52(5), 11-86.
- Agarwal, R. & Prasad, J. (2000). A field study of the adoption of software process innovations by information systems professionals. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 47(3), 295-308.
- Al-Ali, S. (1995). Developing countries and technology transfer. *International Journal of Technology Management*, 10(7/8), 704-713.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alizadegan, L., Samadi Largani, M. & Imeni, M. (2023). An Analysis of Auditors Capability on Fraud Detection Using the Planned Behavior Theory Perspective: the Impact of Auditors Experience and Personality Type with Respect to the Role of Professional Skepticism. *Financial Accounting and Auditing Researches*, 57(15), 149-184. (in Persian)
- Aras, G., Kutlu Furtuna, O. & Hacıoglu Kazak, E. (2022). Toward an integrated reporting framework in higher education institutions: evidence from a public university. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 23(2), 426-442.
- Bamberg, S., Ajzen, I. & Schmidt, P. (2003). The roles of past behaviour, habit and reasoned action. *Basic and Applied Social Psychology*, 25(2), 175-187.
- Beer, M., Eisenstat, R. & Spector, B. (2010). Why change programs do not produce change. *Harvard Business Review*, 68(6), 158-166.
- Bekhradi Nasab, V. (2022). Scope of Theory of Planned Behavior and Whistle-Blowing Tendency. *Financial and Behavioral Researches in Accounting*, 1(3), 47-70. (in Persian)
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social network sites definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

- BUFDG. (2017). *Phase 2 report on Integrated Reporting is published*. [Online]. Available at: <https://www.bufdg.ac.uk/resources/news/view?G=6f0aebb3-9fb6-4f58-9a48670726e5b409&t=Phase%20%20report%20on%20Integrated%20Reporting%20is%20>.
- Burnes, B. (2003). Managing change and changing managers from ABC to XYZ. *Journal of Management Development*, 22(7), 627–642.
- Burnes, B. (2005). Complexity theories and organizational change. *International Journal of Management Reviews*, 7(2), 73–90.
- Chung, N. & Han, H. (2017). The relationship among tourists' persuasion, attachment and behavioral changes in social media. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 370–380.
- Colino, A., Benito-Osorio, D. & Armengot, C. (2014). How much does innovation matter for economic growth? *Decision, Management*, 52(2), 313–325.
- Cristea, M. & Gheorghiu, A. (2016). Attitude, perceived behavioral control, and intention to adopt risky behaviors. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 43, 157–165.
- de Leeuw, A., Valois, P., Ajzen, I. & Schmidt, P. (2015). Using the theory of planned behaviour to identify key beliefs underlying pro-environmental behaviour in high-school students: Implications for educational interventions. *Journal of Environmental Psychology*, 42(1), 128–138.
- Dibra, M. (2015). Rogers Theory on Diffusion of Innovation-The Most Appropriate Theoretical Model in the Study of Factors Influencing the Integration of Sustainability in Tourism Businesses. *Procedia - Social and Behavioural Sciences*, 195(3), 1453–1462.
- Eisenhardt, K.M. & Tabrizi, B.N. (1995). Accelerating adaptive processes: product innovation in the global computer industry, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 40, pp.84-110.
- Eveland, J.D. (1986). Diffusion, technology transfer and implications: Thinking and talking about change, *Knowledge*, 8(2), 303-322.
- Fallan, E. (2015). Explaining the variation in adoption rates of the information content of environmental disclosure: An exploration of innovation adoption theory. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 11(2), 247–268.
- Flight, R., D'Souza, G. & Allaway, A. (2011). Characteristics-based innovation adoption: scale and model validation. *Journal of Product and Brand Management*, 50(5), 343–355.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18, 382-388.
- Frambach, R., Barkema, H., Nooteboom, B. & Wedel, M. (1998). Adoption of service innovation in the business market: An empirical test of supply-side variables. *Journal of Business Research*, 41(2), 161–174.
- French, J. R. P. & Raven, B. (1959). *The bases of social power*. In Cartwright D. and Zander A, *Group Dynamics*, New York: Harper and Row.

- Geramirad, F., Mollanazari, M., Rahmani, A. & Homayoun, S. (2023). Identification of Integrated Reporting Indicators in Universities. *Accounting and Auditing Review*, 30(1), 114-148. (in Persian)
- Gatignon, H. & Robertson, T.S. (1985). A propositional inventory for new diffusion research. *Journal of Consumer Research*, 11, 849-867.
- Gibassier, D., Rodrigue, M. & Arjalié, D. L. (2018). Integrated reporting is like God: no one has met Him, but everybody talks about Him. The power of myths in the adoption of management innovations. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31(5), 1349–1380.
- Goh, E., Ritchie, B. & Wang, J. (2017). Non-compliance in national parks: An extension of the theory of planned behaviour model with pro-environmental values. *Tourism Management*, 59, 123–127.
- Gomes, G. M., Moreira, N. & Ometto, A. R. (2022). Role of consumer mindsets, behaviour, and influencing factors in circular consumption systems: A systematic review. *Sustainable Production and Consumption*, 32(4), 1–14.
- Gopalakrishnan, S. & Bierly, P. (2001). Analyzing innovation adoption using a knowledgebased approach. *Journal of Engineering and Technology Management*, 18(2), 107–130.
- Häggman, S. (2009). Functional actors and perceptions of innovation attributes: influence on innovation adoption. *European Journal of Innovation Management*, 12(3), 386–407.
- Halder, P., Pietarinen, J., Havu-Nuutinen, S., Pöllänen, S. & Pelkonen, P. (2016). The Theory of Planned Behavior model and students' intentions to use bioenergy: A cross-cultural perspective. *Renewable Energy*, 89, 627–635.
- Hamedi, F., Molanazari, M., ShooaKazemi, M. & Rahmani A. (2023). Investigating the application of theories of innovation diffusion and planned behavior in the adoption process of integrated reporting by University administrators in Iran. *Journal of Value Behavioral Accounting*, 8 (14), 79-117. (in Persian)
- Haji Ahmadi, E. & Kheiry, B. (2014). Developing a Model for Software-as-a-Service Adoption. *Journal of Marketing Management*, 9(22), 1-26. (in Persian)
- Henard, D. & Szymanski, D. (2001). Why some new products are more successful than others. *Journal of Marketing Research*, 38(August), 362–375.
- IIRC. (2021). *The integrated reporting framework*. [Online]. <https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2021/01/InternationalIntegratedReportingFramework.Pdf>.
- Jackson, J. (2005). Prioritising customers and other stakeholders using the AHP. *European Journal of Marketing*, 35(7/8), 858–873.
- Khaled Farag, I. H. (2020). Influencing Attitudes, Changing Behaviours and Embedding a Pro-sustainability Mindset in the Workplace An Innovation Diffusion Approach to Persuasive Communications. *Journal of Product Innovation Management*, 14(2), 458–478.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.

- Kim, N. & Srivastava, R. (1998). Managing intraorganizational diffusion of technological innovations. *Industrial Marketing Management*, 27(2), 229–246.
- Klein, K. & Knight, A. (2005). Innovation implementation: Overcoming the challenge. *Current Directions in Psychological Science*, 14(5), 43–246.
- Kormos, C. & Gifford, R. (2014). The validity of self-report measures of proenvironmental behaviour: A meta-analytic review. *Journal of Environmental Psychology*, 40(2), 359–371.
- Kou, L. (2013). Is environmental disclosure an effective strategy on the establishment of environmental legitimacy for organisation? *Management Decision*, 51(7), 1462 - 1487.
- Lewin, K. (1951). *Field Theory in Social Science – Selected Theoretical Papers*, Harper and Row, New York, NY.
- Li, S.S. & Huang, W. (2018). Lifestyles, innovation attributes and teachers' adoption of game-based learning: Comparing non-adopters with early adopters, adopters and likely adopters in Taiwan, *Computers and Education*, 96, 29-41.
- Lim, C. K., Haufiku, M. S., Tan, K. L., Farid Ahmed, M. & Ng, T. F. (2022). Systematic Review of Education Sustainable Development in Higher Education Institutions. *Sustainability*, 14(20), 13241.
- Lindenberg, S. & Steg, L. (2007). Normative, gain and hedonic goal frames guiding environmental behaviour. *Journal of Social Issues*, 63(1), 117–137.
- Makkonen, H. & Johnston, W. (2014). Innovation adoption and diffusion in business-tobusiness marketing. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 29(4), 324–331.
- Miaoa, L. & Weib, W. (2013). Consumers' pro-environmental behaviour and the underlying motivations: A comparison between household and hotel settings", *International Journal of Hospitality Management*, 32(2), 102– 112.
- Molanazari, M. & Zeraati Fard, L. (2012). Innovative Factors Role in Successful Implementation of Enterprise Resource Planning Systems. *Empirical Research in Accounting*, 2(4), 95-110. (in Persian)
- Montecalovo, M., Ferneti, F. & De Villiers, C. (2018). The potential of integrated reporting to enhance sustainability reporting in the public sector. *Public Money & Management*, 38(5), 365–374.
- Moss, S., Prosser, H., Costello, H., Simpson, N., Patel, P., Rowe, S., Turner, S. & Hatton, C. (1998). Reliability and validity of the PAS-ADD checklist for detecting psychiatric disorders in adults with intellectual disability. *J Intellect Disabil Res.* 42(2).173–183.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Premkumar, G. & Roberts, M. (1999). Adoption of new information technologies in rural small Businesses, Omega, *International Journal of Management Science*, 27, 467-484.
- Raymond, L. & Blili, S. (1997). Adopting EDI in a network enterprise: the case of subcontracting SMEs, *European Journal of Purchasing and Supply Management*, 3(3), 165-175.

- Roberto, A., Shafer, M. & Marmo, J. (2014). Predicting substance-abuse treatment providers' communication with clients about medication assisted treatment: A test of the theories of reasoned action and planned behaviour. *Journal of Substance Abuse Treatment*, 47(5), 307–313.
- Rogers, E. (1962). *Diffusion of innovations*, New York: The Free Press.
- Rogers, E.M. (1983). *Diffusion of innovations* (3th ed.), New York: The Free Press.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*, (5th ed.), New York: The Free Press.
- Rogers, E.M. & Shoemaker, F.F. (1971). *Communication of innovations: a cross cultural approach*, New York: The Free Press.
- Salehi Amniyeh Khozani, R., Aghaei Chadegani, A. (2021). Theory of Planned Behavior Role in Investment Decisions in Islamic Securities. *Financial and Behavioral Researches in Accounting*, 1(1), 55-67. (in Persian)
- Senger, I., Borges, J. A. & Machado, J. A. (2017). Using the theory of planned behaviour to understand the intention of small farmers in diversifying their agricultural production. *Journal of Rural Studies*, 49(5), 32–40.
- Sia, C., Teo, H., Tan, B. C. & Wei, K. (2004). Effects of environmental uncertainty on organizational intention to adopt distributed work arrangements. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 51(3), 253–267.
- Sheeran, P., Trafimow, D. & Finlay, K. . (2002). Evidence That the Type of Person Affects the Strength of the Perceived Behavioural Control-Intention Relationship. *British Journal of Social Psychology*, 41(1), 253–270.
- Smith, I. (2005). Achieving readiness for organisational change. *Library Management*, 26(6/7), 408–412.
- Sultan, F. & Chan, L. (2000). The adoption of new technology: the case of object-oriented computing in software companies. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 47(1), 106–126.
- Tabak, F. & Barr, S. (1998). Innovation attributes and category membership: explaining intention to adopt technological innovations in strategic decision making contexts. *The Journal of High Technology Management Research*, 9(1), 17–33.
- Teo, T. S. & Pok, S. (2003). Adoption of WAP-enabled mobile phones among internet users. *Omega*, 31(2), 483–498.
- Totterdell, P., Leach, D., Birdi, K., Clegg, C. & Wall, T. (2002). An investigation of the contents and consequences of major organizational innovations. *International Journal of Innovation Management*, 6(4), 343–368.
- Veltri, S. & Silvestri, A. (2015). The Free state University integrated reporting: a critical consideration. *Journal of Intellectual Capital*, 16(2), 443–462.
- Verhoef, P. & Langerak, F. (2001). Possible determinants of consumers' adoption of electronic grocery shopping in The Netherlands. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(5), 275–285.

- Wan, C. & Shen, G. (2015). Encouraging the use of urban green space: The mediating role of attitude, perceived usefulness and perceived behavioural control. *Habitat International*, 50(4), 130–139.
- Weiss, J.A. & Dale, B.C. (1998). Diffusing against mature technology: Issues and strategy, *Industrial Marketing Management*, 27, 293-304.
- Wejnert, B. (2002). Integrating models of diffusion of innovations: a conceptual framework. *Annual Review of Sociology*, 28(3), 297–326.
- Wolfe, R.A. (1994). Organizational innovation: review, critique and suggested research directions. *Journal of Management Studies*, 31(3), 405-431.
- Yadav, R. & Pathak, G. S. (2016). Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: Extending the theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, 135, 732–739.
- Zarzuela, P. & Antón, C. (2015). Determinants of social commitment in the young. Applying the Theory of Reasoned Action. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 19(2), 83–94.
- Zolghadr, M., Haghghat, H. & Kordestani, G. (2018). The Effect of Supply-Side Factors on diffusion of Management Accounting Innovations. *Management Accounting*, 11(39), 1-14. (in Persian)