Archive of SID.ir

Governmental Accounting

doi: 10.30473/GAA.2024.71396.1737
Vol. 11, No. 1 (Series 21), 2025 (117-130)
RESEARCH PAPER

Designing a Manager's Reward Measurement Model with a Financial Reporting Transparency Approach (Study Case: Iran's National Oil Products Distribution Company)

Alireza Maleki[1], Fatemeh Ahmadi*[2], Forouzan Mohamadi Yarijani[3], Maryam Nouraie[4]

1. Department of Accounting, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran. (Alirezamaleki58@yahoo.com).
2. Department of Accounting, Ilam Branch, Islamic Azad University, Ilam, Iran.
3. Department of Accounting, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran. (Mohamadi.forouzan@yahoo.com).
4. Department of Accounting, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran. (Nouraeimaryam7@gmail.com).

Corresponding Author:
Fatemeh Ahmadi
Email:fatemehahmady60@gmail.com

Received: 2024/04/02
Accepted: 2024/09/12

How to Cite:
Maleki, A; Ahmadi, F; Mohamadi Yarijani, F; Nouraie, M; (2025). Designing a Manager's Reward Measurement Model with a Financial Reporting Transparency Approach (Study Case: Iran's National Oil Products Distribution Company), *Governmental Accounting*, 11 (21), 117-130.

ABSTRACT

Subject and Purpose: The remuneration of managers and its measurement, especially in public companies, is one of the challenges of the economy of developing countries, and applying approaches such as financial reporting transparency can be useful in this regard. In this regard, this research was carried out to design a model for assessing managers' rewards with the approach of transparency of financial reporting in Iran's National Oil Products Distribution Company.

Research Method: The method of conducting this research is mixed (qualitative-quantitative). In the qualitative part of the research, the required data were collected using interviews with 20 academic and organizational experts. In the quantitative part, to design the model, first, using the self-interaction matrix, the relationship and effectiveness of the extracted indicators were collected with the help of experts. Quantitative data were also analyzed with MATLAB software.

Research Findings: After qualitative data analysis, 21 indicators were identified and extracted to measure managers' rewards with the approach of financial reporting transparency. Then, analyzing the results in the quantitative part of achieving a five-level model consisting of 21 indicators, the most effective indicator of which is training to clarify reporting and aligning financial reporting with international reporting standards.

Conclusion, Originality and its Contribution to the Knowledge: The model of the research showed that the model of evaluating managers' rewards with the approach of transparency of financial reporting in Iran National Oil Products Distribution Company has two indicators which are the most influential, 9 indicators which are the most influential indicators and 10 indicators act as a link in this model.

Keywords: Directors' Compensation, Financial Transparency, Financial Reporting.
JEL Classification: G32 ،G24.

Copyright © 2025 The Authors. Published by Payame Noor University.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited; and does not alter or modify the article.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

دوفصلنامه علمی
حسابداری دولتی

سال یازدهم، شماره ۱ (پیاپی ۲۱)، پاییز و زمستان ۱۴۰۳ (۱۳۰-۱۱۸)
doi: 10.30473/GAA.2024.71396.1737

«مقاله پژوهشی»

طراحی مدل سنجش پاداش مدیران با رویکرد شفافیت گزارشگری مالی (مورد مطالعه: شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ایران)

علیرضا ملکی[۱]، فاطمه احمدی*[۲]، فروزان محمدی یاریجانی[۳]، مریم نورایی[۴]

۱. گروه حسابداری، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران. (Alirezamaleki58@yahoo.com).
۲. گروه حسابداری، واحد ایلام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.
۳. گروه حسابداری، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران. (Mohamadi.forouzan@yahoo.com).
۴. گروه حسابداری، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران. (Nouraeimaryam7@gmail.com).

نویسنده مسئول:
فاطمه احمدی
رایانامه:
fatemehahmady60@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۴
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۲

استناد به مقاله:
ملکی، علیرضا؛ احمدی، فاطمه؛ محمدی یاریجانی، فروزان و نورایی، مریم، (۱۴۰۳)، طراحی مدل سنجش پاداش مدیران با رویکرد شفافیت گزارشگری مالی (مورد مطالعه: شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ایران)، *حسابداری دولتی*، ۱۱ (۲۱)، ۱۳۰-۱۱۸.

چکیده

موضوع و هدف مقاله: پاداش مدیران و سنجش آن به ویژه در شرکت‌های دولتی یکی از چالش‌های اقتصاد کشورهای درحال‌توسعه است و به‌کارگیری رویکردهایی همانند شفافیت گزارشگری مالی در این رابطه می‌تواند مفید باشد. در این راستا، این پژوهش باهدف طراحی مدل سنجش پاداش مدیران با رویکرد شفافیت گزارشگری مالی در شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران به انجام رسید.

روش پژوهش: روش انجام این پژوهش آمیخته(کیفی-کمی) است. در بخش کیفی پژوهش داده‌های مورد نیاز با استفاده از مصاحبه با ۲۰ خبره دانشگاهی و سازمانی گردآوری شد. در بخش کمی، جهت طراحی مدل ابتدا با استفاده از ماتریس خودتعاملی نحوه ارتباط و اثرگذاری شاخص‌های استخراج‌شده با کمک خبرگان گردآوری شد. داده‌های کمی نیز با نرم افزار متلب تحلیل شدند.

یافته‌های پژوهش: پس از تحلیل داده‌های کیفی ۲۱ شاخص برای سنجش پاداش مدیران با رویکرد شفافیت گزارشگری مالی شناسایی و استخراج شدند. سپس، تحلیل نتایج در بخش کمی دستیابی به الگویی پنج سطحی متشکل از ۲۱ شاخص که آموزش شفاف‌سازی گزارشگری و همسویی گزارشگری مالی با استانداردهای بین‌المللی گزارشگری تأثیرگذارترین شاخص آن است.

نتیجه‌گیری، اصالت و افزوده آن به دانش: الگوی پژوهش نشان داد که الگوی سنجش پاداش مدیران با رویکرد شفافیت گزاش رشگری مالی در شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران دو شاخص که تأثیرگذارترین شاخص، ۹ شاخص که تأثیرپذیرترین شاخص و ۱۰ شاخص به عنوان رابط در این الگو عمل می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: پاداش مدیران،شفافیت مالی، گزارشگری مالی.

طبقه‌بندی موضوعی: G32، G24.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. ۱۴۰۳ ©. ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است.
این مقاله تحت گواهی زیر منتشرشده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و عدم تغییر یا تعدیل مقاله مجاز است.
Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

مقدمه

پرداخت پاداش به مدیران از نظر تئوری‌های مدیریت دارای اهمیت ویژه‌ای است. مدیران هر بخش با توجه به نوع فعالیت و نوع مسئولیت خود همیشه به دنبال دریافت پاداش‌های متناسب با مسئولیت خود هستند. اهمیت انگیزه‌های مدیریت از آن بخش قابل‌پیگیری است که مدیران در راستای اعمال سیاست‌های بهینه و همچنین فعالیت‌هایی که منجر به بالاترین سطح سودآوری می‌شود، همیشه خواستار ایجاد یک نوع انگیزش برای انجام این نوع فعالیت‌ها هستند (تاسو و همکاران[1]،۲۰۲۲). چگونگی سنجش پاداش مدیران شرکت‌ها از مسائل مهمی است که اعضای هیات مدیره و سهامداران شرکت‌ها با آن روبرو هستند. قانون تجارت سقف پاداش برای مدیران و حیات مدیره شرکت‌ها را مشخص کرده است ولی چگونگی سنجش و ارزیابی آن در چارچوب سقف مشخص‌شده را بیان نکرده است(احمدپور و همکاران،۱۳۹۹). سنجش پاداش مدیران مشکلات و مسائل بسیاری را در سازمان‌ها ایجاد کرده است. عدم شفافیت و عدالت در ارزیابی عملکرد مدیران خود یکی از مشکلات جدی است که اکثریت سازمان‌ها در سنجش پاداش مدیران با آن روبرو هستند. افزون براین، ضعف در سنجش پاداش مدیران باعث بروز انحرافات و تبعیض در تعیین معیارهای ارزیابی مدیران می‌شود که خود منجر به ایجاد فاصله بین عملکرد و پاداش مدیران در سازمان‌ها می‌شود(آسما و بلین[2]،۲۰۲۰). متکی نبودن سیستم سنجش پاداش مدیران به شفافیت‌های مالی تضاد بین منافع افراد و سازمان در سیستم پاداش مدیریت را افزایش می‌دهد. در این راستا سازمان‌ها با چالش‌هایی مانند عدم توجه به عوامل خارجی و غیرقابل‌کنترل در ارزیابی مدیران دچار می‌شوند. البته، سنجش نامناسب پاداش مدیران انگیزه‌های مستمر و متنوع برای تحقق اهداف سازمانی در سیستم پاداش مدیریت را کاهش می‌دهد(یان و ون[3]،۲۰۲۲). مسئله سنجش پاداش مدیران آنقدر نمود پیداکرده است که در چند سال اخیر مبالغ پاداش حیات مدیره برخی شرکت‌ها در رسانه‌های عمومی و شبکه‌های اجتماعی افشاشده و موجب اعتراض افکار عمومی شده است. به گونه‌ای که پس از نارضایتی افکار عمومی از پاداش مدیران در کشور کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس سال گذشته به‌طور مستقیم به موضوع پاداش مدیران ورود کرده است. قوای مجریه و مقننه نیز در واکنش به این اعتراض‌ها، قوانین و مقررات موجود را اصلاح یا قوانین و مقررات جدیدی را وضع کرده‌اند. اصلاح ماده ۲۴۱ قانون تجارت و تعیین سقف مبلغ قابل پرداخت به مدیران شرکت‌های دولتی و عمومی در سال ۱۳۹۵ نمونه‌ای از واکنش قوای مقننه و مجریه به اعتراض افکار عمومی است. این وضعیت چگونگی تعیین پاداش حیات مدیره شرکت‌ها را به یک مسئله ملی تبدیل کرده است(جوادی و فتاحی،۱۳۹۸). تعیین پاداش حیات مدیره شرکت‌ها بر اساس یک عامل مالی مانند شفافیت گزارشگری مالی می‌تواند مانع از پرداخت پاداش زیاد به حیات مدیره شرکت‌های دارای عملکرد ضعیف شود. همچنین وجود چنین دلایل متقاعدکننده‌ای زمینه را برای پرداخت پاداش زیاد به حیات مدیره شرکت‌های دارای عملکرد مناسب فراهم می‌کند(سجادی و همکاران،۱۴۰۰). شفافیت، هسته مرکزی گزارشگری مالی مدرن است. همچنین یکی از مهم‌ترین عواملی که موجب جذابیت شرکت از دیدگاه سرمایه‌گذاران می‌شود، شفافیت است. گزارشگری مالی می‌تواند اعتماد جامعه سرمایه‌گذاران را افزایش دهد. در طرف مقابل، عدم شفافیت می‌تواند موجب بدبینی و کژ اخلاقی شده و درنهایت به ارزش‌گذاری ضعیف شرکت و عدم اطمینان بینجامد(آگروال و همکاران[4]،۲۰۱۹). جامعیت، وضوح، اتکاپذیری، به‌موقع بودن، و مربوط بودن گزارشگری مالی درباره گذشته، حال، و آینده وضعیت امور مالی عمومی برای پاسخگویی و مدیریت مالی اثربخش، حیاتی است. شفافیت گزارشگری مالی کمک می‌کند تا اطمینان به دست آید که مدیران شرکت‌های دولتی زمانی که تصمیم‌های اقتصادی می‌گیرند، تصویر دقیقی از امور مالی خود ازجمله مخارج و منافع تغییرات سیاست و ریسک‌های نهان در امور مالی عمومی دارند. افزون بر این شفافیت گزارشگری مالی در شرکت‌های دولتی اطلاعات موردنیاز قانون‌گذاران، بازارها، و شهروندان برای پاسخگو ساختن دولت‌ها را نیز فراهم می‌آورد(بیدلی و همکاران[5]،۲۰۲۱). سیستم کنونی سنجش پاداش مدیران در شرکت‌های دولتی هزینه‌های پنهانی بسیاری همچون ناکارآیی سنجش عملکرد و هزینه‌ها، قابلیت انطباق‌پذیری پایین عملکرد و پاداش و مشارکت پایین کارکنان بر این شرکت‌ها تحمیل کرده است. از سوی دیگر، تعیین پاداش مدیران شرکت‌ها به ویژه در بخش دولتی، بر مبنای شفافیت گزارشگری مالی تا حدودی زیادی می‌تواند مسائل و مشکلات مرتبط را کاهش دهد. این نکته دارای اهمیت است که چگونگی پاداش دادن به مدیران شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران، در بحران‌هایی نظیر تحریم‌ها، کسری بودجه دولت و ... باعث تعجب و ابهام برای کارکنان شرکت‌های دولتی و همچنین

1.Tsao
2. Osma & Belen
3. Yuan & Wen
4. Aggarwal
5. Biddle

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

افکارعمومی شده است. اما، شفافیت فرایندها در مورد چگونگی سازمان‌دهی مبلغ این پاداش‌ها در هاله‌ای از ابهام است. این استدلال نیز وجود دارد که پاداش مدیران هزینه‌های این شرکت ملی را افزایش می‌دهد. بنابراین پژوهش حاضر می‌تواند گامی مثبت در جهت شفافیت پاداش مدیران این شرکت باشد و با کاهش ابهام در این رابطه رضایت‌مندی کارکنان و مردم را در جامعه افزایش دهد. به همین خاطر، این پژوهش باهدف طراحی مدل سنجش پاداش مدیران با رویکرد شفافیت گزارشگری مالی در شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران به انجام رسیده است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

پاداش مدیران در سازمان شامل افزایش حقوق و دستمزد، افزایش تعداد روزهای مرخصی، افتخارات و نشان‌های افتخاری، بلوغ و پیشرفت در سمت وظیفه، مسئولیت‌های جدید و مهم‌تر، ترفیع و افزایش پست، امکانات و تسهیلات بیشتر، پورسانت‌ها و .....، ارتقا به سمت‌ها و موقعیت‌های شغلی بهتر و بالاتر، ارزشیابی مثبت و تقدیر و تشکر عمومی از کارکرد و عملکرد موفق مدیر در سازمان می‌شود(گوردن و هنری[1]،۲۰۲۳). پاداش به جبران خدمتی که فرد در سازمان متحمل می‌شود، در ازای وقت و نیرویی که او در سازمان و به خاطر نیل به اهداف سازمان صرف می‌کند و به تلافی خلاقیت و ابتکارات وی برای یافتن و به‌کارگیری رویه‌ها و روش‌های کاری جدیدتر و بهتر گفته می‌شود(جاپلقیان، ۱۳۹۸). در حقیقت، سازمان برای جبران عملکرد بالای مدیر و وقت و نیرویی که او به خاطر نیل به اهداف سازمان صرف می‌کند به مدیر پاداش می‌دهد. وقتی‌که انجام وظایف در سطحی بالاتر از استانداردهای عادی کاری است از پاداش به عنوان مزایای فوق‌العاده استفاده می‌شود. سیستم پاداش در سازمان، هم رفتار و هم عملکرد برجسته مدیر را مدنظر قرار می‌دهد. نکته مهم اینکه سنجش پاداش باید کارا و اثربخش باشد(اخگر و کرمی،۱۴۰۰). پاداش، جایزه‌ای دلخواه است که درازای یک کار مشخص، یک تلاش اضافه‌تر، انجام موفقیت‌آمیز یک کار یا پس از یک رویداد خاص پرداخت می‌شود و هیچ تضمینی برای پرداخت دوباره آن برای کارهای مشابه وجود ندارد. پاداشی که فرد از سازمان دریافت می‌کند یا به خاطر انجام وظایف محوله در حد عادی و متعارف است که در این صورت حقوق و دستمزد نامیده می‌شود یا به خاطر انجام وظایف در سطحی بالاتر از استانداردهای کاری است که در این صورت از پاداش به عنوان مزایایی فوق‌العاده به خاطر کار فوق‌العاده صحبت می‌شود. پاداش از چنان اهمیتی در مباحث مربوط به مدیریت برخوردار است که از آن به عنوان یکی از منابع قدرت مدیر تحت عنوان قدرت پاداش نام‌برده می‌شود(چن و همکاران[2]،۲۰۱۹).

همیشه سنجش درست در سازمان‌ها در همه زمینه‌ها مبتنی بر شفافیت بوده است. شفافیت در سازمان به معنای ارائه اطلاعات و دسترسی آسان به اطلاعات مربوط به فعالیت‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و عملکرد سازمان در زمینه‌های مختلف است. این امر شامل انتشار اطلاعات در مورد سیاست‌ها، گزارش‌های مالی، استراتژی‌ها، عملکردها، مالیات، مسئولیت‌ها و ارتباطات داخلی و خارجی سازمان می‌شود. شفافیت به ویژه در سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی به منظور افزایش اعتماد عمومی، افزایش شفافیت و مسئولیت‌پذیری، افزایش بهره‌وری و بهبود عملکرد سازمان ترویج می‌شود(بلوم فیلد و همکاران[3]،۲۰۲۱). گزارشگری مالی هم در راستای شفافیت است. گزارشگری مالی به مجموعه اطلاعات و اظهارنظرهایی که شرکت‌ها، سازمان‌ها یا افراد در مورد وضعیت مالی و عملکرد مالی خود ارائه می‌دهند، گفته می‌شود. این گزارش‌ها برای برقراری شفافیت و انتشار اطلاعات مربوط به وضعیت مالی، فعالیت‌ها و عملکرد مالی شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاران، بانک‌ها، مدیران، حکومت و افرادی که به هر دلیلی به شرکت مرتبط هستند، ارائه می‌شود. این گزارش‌ها شامل سود و زیان، ترازنامه، گردش و جریان وجوه نقد، سرمایه‌گذاری‌ها و دیگر اطلاعات مالی موردنیاز است(بیکر و همکاران[4]،۲۰۱۸). شفافیت گزارشگری مالی به وضوح و صراحت در ارائه اطلاعات مالی و مالیاتی توسط یک شرکت یا سازمان اشاره دارد. شفافیت گزارشگری مالی شامل ارائه اطلاعات دقیق و کامل در مورد دارایی‌ها، بدهی‌ها، درآمدها و هزینه‌های شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌شود. شفافیت گزارشگری مالی به معنای ارائه اطلاعات به‌گونه‌ای است که مخاطبان، ازجمله سهامداران و کارکنان و ذینفعان، بتوانند به راحتی و با دقت به اطلاعات دسترسی پیدا کنند و تصمیم‌گیری مناسبی داشته باشند. این امر از اهمیت بسیاری برخوردار است زیرا شفافیت گزارشگری مالی می‌تواند به افزایش اعتماد افراد متأثر از عملکرد مالی شرکت کمک شایانی کند(صمدی لرگانی و آزاد،۱۴۰۱). بر این اساس، سنجش پاداش مدیران بر اساس شفافیت گزارشگری مالی به معنای ارزیابی عملکرد مدیران بر اساس وضوح و صداقت در گزارش دادن اطلاعات مالی است.

1. Gordan & Henry
2. Chen
3. Bloomfield
4. Baeker

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

این سنجش شامل بررسی اطلاعات مالی است که توسط مدیران ارائه می‌شود و استوار بر کیفیت اطلاعات و درستی آنها، تفسیر و توجیهاتی که مدیران برای اطلاعات ارائه می‌کنند و همچنین افشای اطلاعات مهم و مؤثر برای سهامداران و صاحبان سهام است. سنجش پاداش مدیران براین اساس معمولاً به عنوان یک ابزار مهم برای ارزیابی عملکرد و پاداش مدیران در یک سازمان استفاده می‌شود و می‌تواند بهبود شفافیت و دقت گزارشگری مالی را در حد چشمگیری تشویق کند(عرب مازار و همکاران،۱۳۹۸). از مبانی نظری تدوین شده اینگونه می‌توان استنباط کرد که اگر پاداش مدیران سنجیده شود منجر به افزایش شفافیت گزارشگری مالی می‌شود. واقعیت این است که برای کنترل نمایندگی مدیران در شرکت‌ها و اطمینان از شفافیت گزارشگری مالی و پاسخ گویی آنان در شرکت‌های، دولتی و سهامی بزرگ و حمایت از حقوق سهامداران باید راهکارهایی اندیشیده شود. یکی از این راهکارها, سنجش پرداخت پاداش به مدیران بر اساس شفافیت گزارشگری مالی است. پژوهش‌های بسیاری در زمینه شفافیت گزارشگری مالی انجام شده که نشان می‌دهد عوامل متعددی بر تحت تأثیر شفافیت گزارشگری مالی هستند هستند. از جمله این عوامل می‌توان به پرداخت حقوق و دستمزد و پاداش‌ها اشاره کرد.

در رابطه با سنجش پاداش مدیران در خارج و هم در داخل کشور پژوهش‌های بسیاری به انجام رسیده که در ادامه به برخی از مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود. والادو و همکاران(۲۰۲۴) رابطه بین شفافیت مالی، پاداش مدیران و سودآوری شرکت‌ها را مورد مطالعه قرار دادند. این پژوهش افزون بر تمرکز بر توصیف ویژگی‌ها بر کمیت مقالات بررسی شده و ارزیابی تاثیر آنها بر تقویت ادبیات علمی شفافیت مالی و پاداش مدیران تمرکز دارد. به منظور پیشرفت بیشتر تحقیقات در زمینه شفافیت مالی و اثرات آن بر روی شیوه‌های ارائه پاداش، درک آنچه در پژوهش‌های پیشین انجام شده، ضروری است. داده‌های مورد نیاز از ۱۳ شرکت تولید قطعات خودرو در اسپانیا و ۸۹ مدیرمالی و کارشناس حسابداری با پرسشنامه گردآوری شد. تحلیل داده‌ها در این پژوهش با کمک آزمون‌های آماری، نشان داد که شفافیت مالی و پاداش مدیران با سودآوری شرکت‌ها رابطه معناداری دارد. لامبرت(۲۰۲۲) به بررسی تئوری نمایندگی در قالب قراردادهای بلندمدت پرداخت. او در این پژوهش به این نتیجه رسید که اگر قرارداد پاداش برای مدت بیش از یک سال بسته شود، هم سهامداران و هم مدیران در شرایط بهتری قرار خواهند داشت. پاداش مدیر در پایان یک دوره باید متناسب با عملکرد او در طی دوره و عملکرد او در دوره‌های قبل باشد. درنتیجه، قرارداد بهینه پاداش باید هم‌دوره جاری و هم‌سال آینده را برای انگیزه‌مند شدن مدیر در برگیرد. یک قرارداد بهینه، انگیزه زمان حال مدیر را به انگیزه زمان آینده متصل می‌کند، اما نه به‌گونه‌ای که مدیر تعهد دهد برای مدت باقی‌مانده زمان قرارداد در شرکت باقی بماند. جنسن و مکلینگ(۲۰۲۱) تضاد بین سهامداران و مدیران را تجزیه و تحلیل کرده، داده‌های این پژوهش با استفاده از روش مصاحبه با ۲۳ مدیر گردآوری شد و تحلیل داده‌ها نشان داد که برای کاهش هزینه نمایندگی، باید پاداش مدیران باارزش ایجادشده برای سهامداران مرتبط باشد. پاداش بر مبنای ارزش ایجادشده، روشی سالم برای رسیدن به این هدف است. فاما(۲۰۲۰) رابطه بین پاداش مدیران را با عملکرد مالی را در ایتالیا مورد بررسی قرار داد. داده‌های گردآوری‌شده کیفی و کمی و کمی با روش تحلیل محتوا و تحلیل آماری مورد تحلیل قرار گرفت و نتایج نشان داد که مدیران بخشی از بازار نیروی کار هستند و بر اساس عملکرد مالی و سازمانی که در آن کار می‌کنند، پاداش می‌گیرند و عملکرد مالی آنان توسط بازار نیروی کار نظم می‌گیرد. بنابرین، در صورت عدم تناسب پاداش با عملکرد مالی، مدیری که کمتر از عملکرد مالی خود دریافت کند، شرکت را ترک می‌کند. در نتیجه اعمال طرح‌های پاداش، مدیران در جهت منافع سهامداران کار می‌کنند، زیرا در غیر این صورت ارزش شرکت و ارزش مدیر در بازار کار کاهش می‌یابد. نزیح و همکاران (۲۰۱۹) تأثیر مالیات، راه‌های ایجاد انگیزه، مکانیزم پاداش مدیران و اندازه شرکت بر قیمت‌های انتقالی را بررسی کردند. ایشان تعداد ۱۵۳ شرکت در بورس اندونزی برای دوره زمانی ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸ مورد مطالعه قرار دادند. نتایج تحلیل داده‌هایی که با کمک پرسشنامه گردآوری‌شده بود و با آمار استنباطی مورد تحلیل قرار گرفت نشان داد که مالیات‌ها، مکانیزم پاداش مدیران و اندازه شرکت تأثیر مثبتی بر قیمت‌های انتقالی دارند و راه‌های ایجاد انگیزه نمی‌تواند بر قیمت‌های انتقالی تأثیر گذار باشد. چن و همکاران(۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان سیاست‌های کوتاه مدت پاداش مدیران و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه به بررسی روابط بین متغیرهای فوق پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها با استفاده از روش رگرسیون چند متغیره انجام شده بود، نشان داد که اعمال سیاست‌های پاداش مدیران در کوتاه مدت باعث افزایش عملکرد مثبت سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه شرکت‌ها خواهد شد. همچنین نتایج پژوهش آن‌ها در ارتباط با سیاست‌های محافظه کارانه مدیران بیانگر آن بود که هرچقدر سیاست‌های محافظه کارانه مدیران افزایش پیدا کند، به همان نسبت ریسک شرکت در ارتباط با انجام سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه شرکت‌ها کاهش پیدا خواهد کرد. آگور و همکاران(۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

نسبت‌های بدهی، پاداش‌های مستقیم حیات مدیره و انگیزش به بررسی روابط بین متغیرهای بالا پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که هرچقدر نسبت بدهی‌ها در یک شرکت افزایش پیدا کند به همان نسبت انگیزش های مدیران در ارتباط با اعمال سیاست‌های مربوط به سرمایه‌گذاری در مخارج تحقیق و توسعه شرکت‌ها کاهش پیدا می‌کند. همچنین نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که اعضای مستقل حیات مدیره زمانی توانایی اعمال سیاست‌های بهنگام و بهینه در شرکت را خواهند داشت که نسبت بدهی پایین بوده و همچنین انگیزه‌های اعضای حیات مدیره غیرمستقل نیز در ارتباط با دریافت های مربوط به پاداش کاهش پیدا نکرده باشد.

در ایران هم پژوهش‌های گوناگونی در این زمینه به انجام رسیده است که در ادامه به آنها اشاره می‌شود. رجبی فرجادو همکاران(۱۴۰۳) تاثیر پاداش مدیران بر شادکامی در محیط کار با توجه به نقش میانجی شفافیت مالی در کارکنان مرکز آموزش جهاد کشاورزی استان تهران را مورد بررسی قرار دادند. این پژوهش از نظر هدف؛ کاربردی و از نظر روش اجرا یک پژوهش توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان شاغل در مرکز آموزش جهاد کشاورزی استان تهران بود. حجم نمونه ۲۹۰ نفر با کمک نمونه گیری مورگان تعیین شد. تحلیل داده‌ها با نرم افزار پی ال اس نشان داد که مدیریت سازمان می تواند با به کارگیری صحیح و هدفمند مکانیسم‌های پاداش‌های مالی و غیر مالی، شادکامی در محیط کار را بهبود بخشد و شفافیت مالی را افزایش دهد. محمدپور و همکاران(۱۴۰۲) الگوی پاداش مناسب کارکنان در سازمانها را ارئه کردند. در این پژوهش به منظور تحلیل داده‌ها از روش کیفی استفاده شده و بدین منظور به شناسایی مولفه‌های پاداش مناسب کارکنان در سازمانها پرداخته شد که از مقاله‌های داخل کشور به صورت کاملاً هدفمند انتخاب و به روش گلوله برفی انجام شد. در نهایت پس از بررسی های لازم پنج گویه پاداش مناسب کارکنان در سازمانها شناسایی شد که عبارتند از: تلاش برای کسب اضافه حقوق، تلاش برای کسب ارتقاء، تلاش برای مشارکت در وظایف مطلوب، تلاش برای توسعه مسیر شغلی، قدردانی لفظی. مویداحمدی‌یزدی و همکاران(۱۴۰۱)، رابطه تجربه خارجی و پاداش مدیریت با نقش تعدیل کننده اندازه شرکت را مورد مطالعه قرار دادند. برای آزمون فرضیه، نمونه‌ای شامل ۱۱۱ شرکت از بین شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی یک دوره شش ساله بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ انتخاب شد. که با استفاده از نرم‌افزار R مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش پژوهش رگرسیون چند متغیره با استفاده از داده‌های تابلویی بوده و بر اساس نتایج پژوهش و آزمون‌های آماری در سطح خطای پنج درصد می‌توان گفت بین تجربه خارجی مدیریت و پاداش مدیریت رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین اثر متقابل تجربه خارجی مدیریت و اندازه شرکت با پاداش مدیریت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران معنادار نیست. مرادی و همکاران(۱۴۰۰) تأثیر مالیات، مکانیزم پاداش مدیر عامل و ویژگی‌های شرکت بر معامله با اشخاص وابسته در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران را مورد ارزیابی قرار دادند. در این پژوهش داده‌های مورد نیاز با استفاده از متن صورت‌های مالی، یادداشت‌های همراه آنها، تصمیمات مجمع عمومی عادی سالیانه، گزارش فعالیت هیئت مدیره و نیز اطلاعات موجود در سایت رسمی بورس اوراق بهادار تهران جمع‌آوری شده و سپس به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از داده‌های تابلویی استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد که متغیرهای پاداش مدیرعامل و ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام بر معامله با اشخاص وابسته تأثیر مثبت دارد و متغیرهای بازده دارایی‌ها و مالیات پرداختی هیچ گونه ارتباطی با معامله با اشخاص وابسته نیست و در نهایت متغیر اهرم مالی ارتباط منفی با معامله با اشخاص وابسته دارد. کرمی و جباری(۱۳۹۷) در پژوهش خود مدلی برای تعیین پاداش حیات مدیره شرکت‌های ایرانی تدوین کرده‌اند. این پژوهش از نوع کیفی بوده و داده‌های آن با روش مصاحبه جمع‌آوری و با روش تحلیل تم، تحلیل شده است. نتایج پژوهش در قالب یک مدل مفهومی شامل عوامل موثر بر پاداش حیات مدیره، روابط بین عوا مل یاد شده، دامنه کاربرد، پیش فرض‌ها، محدودیت‌ها و عوامل محیطی ارایه شده است. نتایج پژوهش نشان داد که برای تعیین پاداش حیات مدیره، باید میزان و شرایط دستیابی به اهداف سالانه شرکت و عوامل تعدیل کننده مد نظر قرار گیرد. میزان دستیابی به اهداف سالانه شرکت تحت تأثیر اهداف سالانه شرکت پس از تعدیل بابت تغییرات پیش‌بینی نشده در شرایط اقتصاد کلان، صنعت و شرکت؛ میزان اهمیت هر یک از اهداف و عملکرد سالانه شرکت پس از تعدیل بابت اثر تصمیم‌های سهامدار عمده و گزارشگری متقلبانه و اقدامات غیرقانونی قرار می‌گیرد. شرایط دستیابی به اهداف سالانه شرکت شامل اندازه شرکت، شدت رقابت در صنعت، سختی کار در صنعت، وضعیت نقدینگی شرکت، تغییرات ریسک شرکت و احتمال محرومیت حیات مدیره از حقوق اجتماعی است. عوامل تعدیل کننده شامل محدودیت های قانونی، پاداش شرکت‌های مشابه و حقوق و مزایای پرداختی به اعضای حیات مدیره است. شرفائی و همکاران(۱۳۹۵) تأثیر پرداخت پاداش به مدیران و پرداخت بیمه مسئولیت مدیران بر سرمایه‌گذاری در تحقیق و

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

توسعه شرکتها را مورد بررسی قرار دادند. در این پژوهش به منظور تخمین مدل رگرسیون چند متغیره جهت آزمون فرضیه‌ها، مدل یادشده با استفاده از داده‌های ترکیبی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و برای تجزیه و تحلیل آماری نیز از نرم‌افزارهای آماری Evievs و SPSSاستفاده شده است. در این پژوهش تعداد ۱۴۱ شرکت برای آزمون فرضیه‌های پژوهش بین سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۴ انتخاب شد. از آزمون K-S برای تعیین نرمال بودن داده‌ها، روش رگرسیون برای بیان ارتباط متغیرها، آماره آزمون t برای آزمون معنادار بودن ضرایب معادله رگرسیون و در نهایت از آماره آزمون فیشر برای تعیین معنادار بودن معادله استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش نشان داده که پرداخت پاداش به مدیران و پرداخت هزینه‌های مربوط به بیمه مسئولیت مدیران بر نسبت سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر معناداری ندارند. سجادی و زارع زاده مهریزی(۱۳۹۳) رابطه بین طرح‌های پاداش مدیران و معیارهای اقتصادی ارزیابی عملکرد در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را مورد بررسی قرار دادند. در این پژوهش، تاثیر دو متغیر پاداش پرداختی به مدیران و درصد مالکیت سهام آنان بر عملکرد شرکتها بررسی شده است. نمونه آماری پژوهش شامل ۸۳ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۲ است که سهام آنها به‌طور فعال در بورس معامله شده است. بررسی‌ها با استفاده از داده‌های ترکیبی بیانگر رابطه معنی‌دار بین پاداش پرداختی به مدیران با معیارهای اقتصادی (ارزش افزوده اقتصادی، ارزش افزوده بازار و ارزش افزوده اقتصادی تعدیل شده) ارزیابی عملکرد است. همچنین، یافته‌ها بیانگر رابطه معنی دار بین درصد مالکیت سهام مدیران با ارزش افزوده بازار و عدم رابطه معنی دار با دیگر معیارهای اقتصادی ارزیابی عملکرد مورد بررسی بوده است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به دنبال طراحی مدلی برای سنجش پاداش مدیران با رویکرد شفافیت گزارشگری مالی در شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران با استفاده از یک روش پژوهش آمیخته (کیفی- کمی) است. این پژوهش از جنبه هدف کاربردی محسوب می‌شود. چراکه بیشترین کاربرد آن برای مدیران و سیاست‌گذاران شرکت یادشده است. در بخش کیفی به‌منظور درک، شناخت و استخراج متغیرها از مصاحبه نیمه ساختاریافته و تحلیل محتوا (تم) تا رسیدن به متغیر استفاده شده است. برای انجام تجزیه و تحلیل محتوا، داده‌ها به‌طور منظم از مجموعه متون مصاحبه‌ها جمع‌آوری شده‌اند. به طور معمول برای شناخت مقوله‌های زیربنایی مصاحبه‌های تخصصی از تحلیل محتوایی استفاده می‌شود. در بخش کمی برای تدوین الگوی پژوهش روش مدلسازی ساختاری تفسیری (ISM) به‌کار گرفته‌شده که داده‌های مورد نیاز برای تکمیل ماتریس خودتعاملی برگرفته ازنظرات خبرگانی است که با روش مدلسازی ساختاری تفسیری و ماتریس خودتعاملی آشنایی دارند. مدلسازی ساختار تفسیری قادر است ارتباط بین شاخص که به صورت تکی یا گروهی به یکدیگر وابسته‌اند، را تعیین کند (نادعلی،۱۳۹۴). جامعه آماری این پژوهش در بخش کیفی شامل مجموعه‌ای از خبرگان دانشگاهی (استادان رشته حسابداری و مدیریت مالی با رتبه علمی دانشیار و بالاتر) و سازمانی(مدیران و کارشناسان ارشد شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر و بیش از ۱۰ سال سابقه مدیریت) در حوزه پاداش مدیران و گزارشگری مالی هستند که از آن جمله می‌توان به استادان گروه حسابداری و مدیریت مالی دانشگاه تهران و دانشگاه علامه طباطبایی و شهید بهشتی تهران اشاره کرد. در بخش کیفی، ملاک اندازه نمونه، کفایت تئوریک است به این معناکه درمصاحبه با جامعهٔ آماری خبرگان، شاخص یا متغیر جدیدی شناسایی نشود. بنابراین ملاک کفایت نمونه، اشباع نظری است. با استفاده از روش نمونه‌گیری انتخابی هدفمند در ابتدای امر تعداد ۱۲ نفر به‌عنوان نمونه خبرگان نخست پژوهش مشخص و سپس داده‌های لازم جمع‌آوری شد. در طول مصاحبه افراد جدیدی شناسایی شدند که درمجموع با ۲۰ نفر مصاحبه صورت پذیرفت و اشباع نظری حاصل شد. وضعیت نمونه خبرگان پژوهش نشان می‌دهد که ۵۷ درصد از نمونه خبرگان پژوهش دارای سابقه علمی و پژوهشی در دانشگاه‌ها(دارای چندین مقاله علمی و پژوهشی داخلی و خارجی، مجری و یا همکار در طرح های پژوهشی مرتبط) و ۲۱ درصد آن‌ها نیز دارای سابقه مدیریتی و اجرایی در شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران که سابقه عضویت در کارگروه‌ها و کمیسون‌های تخصصی مالی با مجلس شورای اسلامی یا سایر وزارت‌ها را هستند. افزون بر دو دسته بالا ۲۲ درصد از نمونه خبرگانی نیز دارای سابقه مشاور مالی و حسابداری در تهیه و تدوین گزارش‌های مالی تایید شده هستند که دارای تحصیلات عالیه دانشگاهی می‌باشند. میانگین سابقه کار خبرگان دانشگاهی و مدیران اجرایی سازمان‌ها بین ۱۴ و ۱۷ سال و سابقه کار خبرگان مشاور نیز ۱۳ سال فعالیت می‌باشند، که نشان‌دهنده تجربه خوب و به دنبال آن آشنایی کامل به ابعاد موضوع پژوهش هستند. به‌منظور افزایش روایی و پایایی در بخش کیفی، با ارائه بازخورد به مصاحبه‌شوندگان برای بالا بردن

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

روایی و با قرار دادن آن‌ها در جریان مسیر پژوهش به‌طوری‌که بر چگونگی پاسخگویی آن‌ها تأثیر نگذارد، زمینه افزایش روایی داخلی فراهم شد. به این منظور پس از انجام هر مصاحبه الگوی به‌دست‌آمده تا آن مرحله، به مصاحبه‌شوندگان ارائه شد و مصاحبه‌شوندگان نکاتی را که نسبت به الگو داشتند، طرح موضوع کردند. این کار پس از انجام هر مصاحبه انجام شد تا مصاحبه خالی از هرگونه پیش‌فرض و جهت‌گیری انجام شود. افزون بر این به‌منظور افزایش پایایی این بخش ضمن استفاده از روش دو کدگذار، فرایندهای ساختاریافته‌ای از مصاحبه‌های همگرا، تلاش شد تا سازمان‌دهی فرآیندهای ساخت‌یافته برای ثبت، نوشتن و تفسیر داده‌های بدست آمده نیز فراهم شود. پایایی بین دوکدگذاربرای مصاحبه‌های انجام گرفته درپژوهش برابر۸۱/. است و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است. در بخش کمی، از خبرگان بخش کیفی با روش نمونه گیری هدفمند استفاده شد که با روش مدلسازی ساختاری تفسیری آشنایی داشتند و تعداد آنها نیز ۱۶ نفر بود. برای تحلیل داده‌ها در بخش مدلسازی با روش ISM، از نرم‌افزار ISM متلب استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

با توجه به اینکه هدف پژوهش حاضر توصیف پدیده بطالت اجتماعی به مشروح‌ترین شکل ممکن در قالب یک الگوی بومی است، بنابراین از معیاری به نام اشباع داده یا اشباع نظری برای تعیین نقطه پایان بخش کیفی استفاده می‌شود، به عبارت بهتر در این وضعیت داده جدیدی که به پژوهش وارد می‌شود اطلاعات موجود در مورد بطالت اجتماعی را تغییر نمی‌دهد. در گام اول تحلیل محتوا، پس از کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه ۱۵۶ کدگذاری انجام و سپس متغیرها استخراج شد، که تعدادی از کدگذاری اولیه برگرفته از مصاحبه های میدانی به عنوان نمونه در جدول یک ارائه‌شده است.

جدول۱. کدگذاری اولیه برگرفته از مصاحبه های میدانی

ردیف	کدگذاری اولیه
۱	نحوه پاسخگویی به کشف خطاها در گذشته و ثبت آنها در شرکت
۲	استفاده مدیران از رویکرد مشارکتی، در تدوین خط مشی و رویه‌های کنترل‌های داخلی
۳	توجه جدی مدیران به تفکر سیستمی به کنترل‌های داخلی
۴	تهیه گزارش‌های دوره ای از نحوه برخورد با اشتباهات و تخلفات در دوره های قبلی
۵	تعیین اهداف کوتاه مدت برای کنترل‌های داخلی در شرکت
۶	به‌کارگیری تحلیل ساختاری در طراحی و انجام کنترل‌های داخلی در شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی
۷	بررسی و ثبت فعالیت‌های کنترل‌های داخلی در دوره های گذشته
۸	مشروعیت بخشیدن به خط مشی کنترل‌های داخلی توسط مدیران
۹	توجه به ترکیب عملکردی کنترل‌های داخلی شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی به وسیله مدیران این شرکت
۱۰	ارزیابی خط مشی های تعیین شده برای کنترل‌های داخلی با پیگیری مدیران

منبع: یافته‌های پژوهش

در گام دوم، در ادامه کدهای فرعی از کدهای اولیه استخراج شدند که نمونه‌ای از آنها مطابق با جدول دو نشان داده شده است.

جدول۲. مفاهیم و کدهای فرعی به دست آمده از داده‌های کیفی با مصاحبه

کدهای اولیه	تم فرعی
نحوه پاسخگویی به کشف خطاها در گذشته و ثبت آنها در شرکت	ایجادسوابق عملکرد کنترل‌های داخلی
تهیه گزارش‌های دوره ای از نحوه برخورد با اشتباهات و تخلفات در دوره های قبلی	
بررسی و ثبت فعالیت‌های کنترل‌های داخلی در دوره های گذشته	
استفاده مدیران از رویکرد مشارکتی، در تدوین خط مشی و رویه‌های کنترل‌های داخلی	تدوین خط مشی و رویه‌های مناسب برای کنترل‌های داخلی
تعیین اهداف کوتاه مدت برای کنترل‌های داخلی در شرکت	
مشروعیت بخشیدن به خط مشی کنترل‌های داخلی توسط مدیران	
ارزیابی خط مشی های تعیین شده برای کنترل‌های داخلی با پیگیری مدیران	
توجه جدی مدیران به تفکر سیستمی به کنترل‌های داخلی	رویکرد سیستماتیک مدیران به کنترل‌های داخلی
به‌کارگیری تحلیل ساختاری در طراحی و انجام کنترل‌های داخلی در شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی	
توجه به ترکیب عملکردی کنترل‌های داخلی شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی به وسیله مدیران این شرکت	

منبع: یافته‌های پژوهش

سپس در گام آخر کدهای اصلی از کدهای فرعی استخراج می‌شوند که برخی موارد این فرایند در جدول سه در زیر نشان داده شده است. در این مرحله در واقع تم‌های اصلی یا همان متغیرهای مدل پژوهش استخراج‌شده اند.

جدول۳. مفاهیم و کدهای اصلی به دست آمده از کدهای فرعی

تم فرعی	تم اصلی(شاخص)
ایجادسوابق عملکرد کنترل‌های داخلی	کیفیت کنترل‌های داخلی
تدوین خط مشی و رویه‌های مناسب برای کنترل‌های داخلی	
رویکرد سیستماتیک مدیران به کنترل‌های داخلی	

منبع: یافته‌های پژوهش

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

در واقع ۲۱ کد اصلی از بخش کیفی به شرح جدول چهار در زیر استخراج شد که مبنای بخش کمی برای مدل‌سازی قرار می‌گیرد.

جدول۴. شاخص‌های استخراج‌شده بخش کیفی پژوهش

کد	عنوان متغیر	کد	عنوان متغیر
۱	کیفیت اطلاعات	۱۲	شفافیت نرخ بازده دارایی ها و بازگشت سرمایه دارایی ها
۲	اعتبار اطلاعات	۱۳	حاشیه فروش
۳	افشای اطلاعات مرتبط به پرداخت های هیئت مدیره	۱۴	به‌کارگیری فناوری اطلاعات و نرم‌افزارهای پیشرفته مالی و حسابداری
۴	تعیین محدودیت های مالی	۱۵	آموزش شفاف‌سازی گزارشگری مالی
۵	وضعیت سودآوری واقعی	۱۶	همسویی گزارشگری مالی با استانداردهای بین‌المللی گزارشگری
۶	سطح مالکیت و تسلط دولت	۱۷	افشای اطلاعات مرتبط به پرداخت های هیئت مدیره
۷	کیفیت کنترل‌های داخلی	۱۸	مستندسازی اهرم های مالی
۸	سیستم های اطلاعات حسابداری به روز	۱۹	یکپارچگی گزارشگری مالی
۹	افشای میزان دارایی های ثابت	۲۰	کیفیت حسابرسی مستقل
۱۰	به‌کارگیری استانداردهای حسابداری	۲۱	افشای داوطلبانه گردش مالی
۱۱	شفافیت در جریان وجوه نقد		

منبع: یافته‌های پژوهش

اکنون در بخش کمی پژوهش، با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) و با کمک نرم‌افزار ISM متلب سطوح و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل ارزیابی می‌شوند. در گام اول ماتریس خودتعاملی ساختاری پژوهش را با استفاده ازنظر پاسخ‌دهندگان که خبرگان بخش کمی پژوهش هستند تشکیل می‌شود. برای تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری خبرگان معیارها را به‌صورت زوجی با یکدیگر در نظر گرفته و بر اساس طیف V: عامل سطر i باعث محقق شدن عامل ستون j می‌شود. A: عامل ستون j باعث محقق شدن عامل سطر i می‌شود. X: هر دو عامل سطر و ستون باعث محقق شدن یکدیگر می‌شوند (عامل i و j رابطه دوطرفه دارند) و O: بین عامل سطر و ستون هیچ ارتباطی وجود ندارد به مقایسات زوجی پاسخ می‌دهند. ماتریس خودتعاملی در جدول پنج آورده شده است.

جدول ۵. ماتریس خود تعاملی ساختاری (SSIM)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1		V	X	V	V	A	X	V	A	A	O	V	V	V	X	A	X	X	X	V	A
2			X	V	V	O	V	V	A	A	O	O	V	A	V	A	A	X	V	V	A
3				A	V	V	X	A	A	A	V	A	A	A	A	A	V	A	V	V	A
4					V	A	X	A	V	V	V	O	A	V	A	A	V	A	V	V	A
5						A	A	A	A	V	V	O	V	V	A	A	V	A	V	V	V
6							V	V	V	V	V	V	V	V	A	V	V	V	V	V	V
7								X	V	A	V	V	A	V	A	A	A	X	V	V	A
8									V	V	V	V	A	V	A	V	V	V	V	V	V
9									V	A	V	V	A	A	A	A	A	A	V	V	A
10											V	V	A	V	A	V	V	V	V	V	V
11												V	A	V	A	A	A	A	V	V	V
12													A	V	A	A	A	A	A	V	A
13														V	A	V	A	V	V	V	A
14															A	V	V	V	V	V	V
15																V	V	V	V	V	V
16																	A	V	V	V	A
17																		V	V	V	O
18																			V	V	A
19																				V	V
20																					V
21																					

منبع: یافته‌های پژوهش

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

سپس بر اساس جدول پنج ماتریس دستیابی اولیه بر اساس اعداد صفر و یک تشکیل و سپس روابط ایجاد شده و ماتریس دستیابی نهایی تشکیل می‌شود که در جدول شش آورده شده است. تمام درایه‌هایی که در این جدول ۱* هستند در ماتریس اولیه مقدار صفر داشته‌اند.

جدول ۶. ماتریس دستیابی نهایی

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	قدرت نفوذ
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۱	۱*	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱*	۲۱
۲	۱*	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۱	۱*	۱*	۱*	۱*	۱	۱*	۱	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱*	۲۱
۳	۱	۱	۱	۱*	۱	۱	۱	۱*	۱*	۱*	۱	۱*	۱*	۱*	۱*	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱*	۲۱
۴	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱	۱*	۱*	۱	۰	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱*	۲۰
۵	۱*	۱*	۱*	۱*	۱	۰	۱*	۱*	۱*	۱	۱	۱*	۱	۱	۰	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱	۱۹
۶	۱	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲۱
۷	۱	۱*	۱	۱	۱	۱*	۱	۱	۱	۱*	۱	۱	۱*	۱	۱*	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱*	۲۱
۸	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲۰
۹	۱	۱	۱	۱*	۱	۱*	۱*	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱*	۱*	۱*	۰	۱*	۱*	۱	۱	۱*	۲۰
۱۰	۱	۱	۱	۱*	۱*	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲۱
۱۱	۱*	۱*	۱*	۱*	۰	۰	۱*	۰	۱*	۰	۱	۱	۱*	۱	۰	۱*	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱۶
۱۲	۱*	۱*	۱	۰	۱*	۱*	۱*	۰	۱*	۰	۱*	۱	۰	۱	۰	۱*	۱*	۱*	۱*	۱	۱*	۱۶
۱۳	۱*	۱*	۱	۱	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱*	۱	۱	۱	۱*	۲۰
۱۴	۱*	۱	۱	۱*	۱*	۱*	۱*	۱*	۱	۰	۱*	۱*	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲۰
۱۵	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲۱
۱۶	۱	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱*	۱*	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱	۱*	۲۱
۱۷	۱	۱	۱*	۱*	۱*	۰	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱*	۲۰
۱۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱*	۱*	۱*	۰	۱*	۱	۱	۱	۱*	۲۰
۱۹	۱	۱*	۱*	۱*	۱*	۰	۱*	۱*	۱*	۰	۰	۱	۱*	۱*	۱*	۱*	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱۸
۲۰	۱*	۱*	۱*	۱*	۰	۰	۱*	۰	۱*	۰	۰	۱*	۱*	۰	۰	۱*	۰	۱*	۰	۱	۱	۱۲
۲۱	۱	۱	۱	۱	۱*	۱*	۱	۱*	۱	۱*	۱*	۱	۱	۱*	۱*	۱	۱*	۱	۱*	۱*	۱	۲۱
میزان وابستگی	۲۱	۲۱	۲۱	۲۰	۱۹	۱۶	۲۱	۱۸	۲۱	۱۶	۱۹	۲۱	۲۰	۲۰	۱۴	۱۹	۲۰	۲۱	۲۰	۲۱	۲۱	

منبع: یافته‌های پژوهش

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

سپس از روی ماتریس دستیابی نهایی، بر اساس گام چهارم، مجموعه دستیابی و پیش نیاز استخراج‌شده و معیارها سطح بندی می‌شوند که در جدول ۷ آورده شده است.

جدول ۷. جدول تعیین سطوح شاخص ها

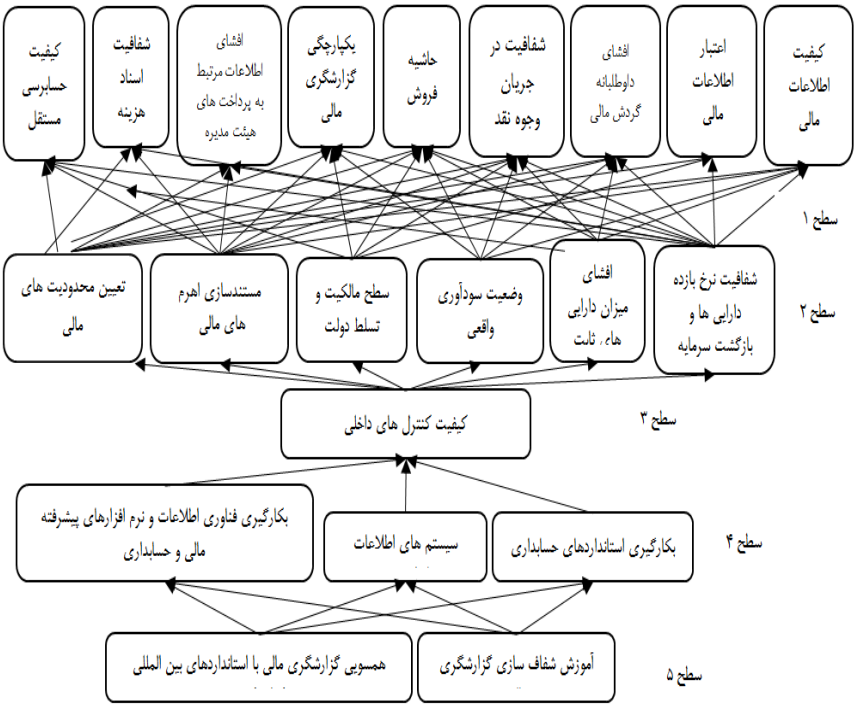
ردیف	خروجی	ورودی	اشتراک	سطح
۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱
۲	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱
۳	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱
۴	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۳-۱۴ ۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۳-۱۴ ۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۲
۵	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۳-۱۴ ۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۲-۱۳-۱۴ ۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۲-۱۳-۱۴ ۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۴
۶	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۲-۱۳-۱۴ ۱۶-۱۸-۲۱	۱-۲-۳-۴-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۲-۱۳-۱۴ ۱۶-۱۸-۲۱	۵
۷	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱
۸	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۲-۱۳-۱۴ ۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۳-۱۴-۱۵ ۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۳-۱۴-۱۶ ۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۴
۹	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱
۱۰	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۳-۱۵-۱۶ ۱۷-۱۸-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۳-۱۵-۱۶ ۱۷-۱۸-۲۱	۴
۱۱	۱-۲-۳-۴-۷-۹-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۶-۱۷ ۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۱-۲-۳-۴-۷-۹-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۶-۱۷ ۱۸-۲۱	۳
۱۲	۱-۲-۳-۵-۶-۷-۹-۱۱-۱۲-۱۴-۱۶-۱۷-۱۸ ۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۵-۶-۷-۹-۱۱-۱۲-۱۴-۱۶-۱۷-۱۸ ۱۹-۲۰-۲۱	۱
۱۳	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۳-۱۴ ۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۳-۱۴ ۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۲
۱۴	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴ ۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴ ۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۲
۱۵	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۶-۷-۹-۱۰-۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸ ۱۹-۲۱	۱-۲-۳-۶-۷-۹-۱۰-۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸ ۱۹-۲۱	۵
۱۶	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴ ۱۵-۱۶-۱۷-۱۹-۲۰-۲۱	۲
۱۷	۱-۲-۳-۴-۵-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴ ۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴ ۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۲
۱۸	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱
۱۹	۱-۲-۳-۴-۵-۷-۸-۹-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶ ۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۷-۸-۹-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶ ۱۷-۱۸-۱۹-۲۱	۲
۲۰	۱-۲-۳-۴-۷-۹-۱۲-۱۳-۱۶-۱۸-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۷-۹-۱۲-۱۳-۱۶-۱۸-۲۰-۲۱	۱
۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳ ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱	۱

منبع: یافته‌های پژوهش

Archive of SID.ir

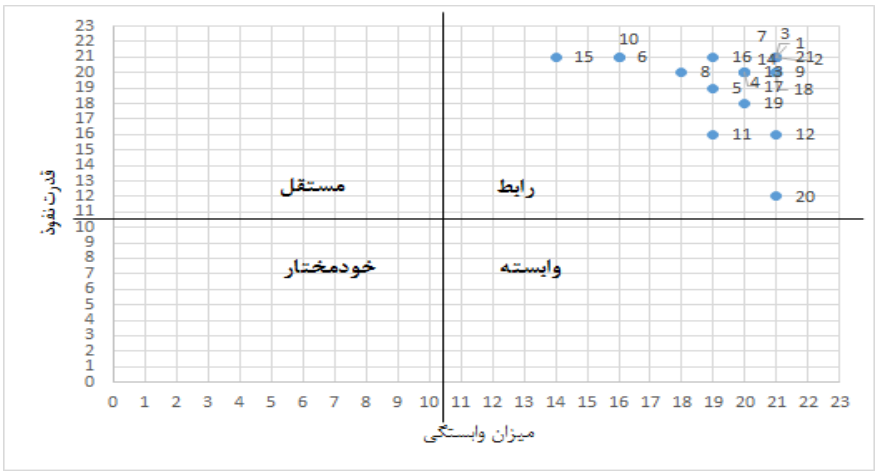
Archive of SID.ir

پس از مشخص شدن سطوح هریک از شاخص‌ها و با در نظر گرفتن ماتریس دست‌یابی نهایی، مدل ساختاری تفسیری ترسیم می‌شود. مدل نهایی در شکل یک مشاهده می‌شود. این مدل از پنج سطح تشکیل شده است. که سطح اول آن تاثیرپذیرترین سطح و سطح پنجم آن تأثیرگذارترین سطح است.



شکل ۱. مدل سنجش پاداش مدیران شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران با رویکرد شفافیت گزارشگری مالی

با استفاده از تحلیل میک–مک مولفه‌های مدل پژوهش را می‌توان از لحاظ قدرت نفوذ و وابستگی به صورت شکل دو نشان داد. بر این اساس تمامی معیارها از نوع رابط هستند و این متغیرها از وابستگی بالا و قدرت هدایت بالا برخوردارند. به عبارتی تاثیرگذاری و تاثیرپذیری این معیارها بسیار بالاست و هر تغییر کوچکی بر روی این متغیرها باعث تغییرات اساسی در سیستم می شود.



شکل ۲. ماتریس قدرت نفوذ–وابستگی

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش باهدف طراحی مدل سنجش پاداش مدیران شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران با رویکرد شفافیت گزارشگری مالی به انجام رسید. مدلی پنج سطحی حاصل شد و همان‌طور که مدل نشان می‌دهد تأثیرگذارترین شاخص در سنجش پاداش مدیران شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران آموزش شفاف‌سازی گزارشگری مالی و همسویی گزارشگری مالی با استانداردهای مالی بین‌المللی است. شفافیت گزارشگری مالی یعنی گزارش‌های مالی شرکت را به شیوه‌ای که برای استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی قابل‌درک باشند، ارائه کند. شفافیت هم در اجرای عملیات از قبیل دستورالعمل‌های انجام وظایف و ارائه خدمات و هم در ارتباط با موضوع گزارشگری مالی موردتوجه است. آنچه که پژوهش حاضر را از پژوهش‌های مشابه داخلی و خارجی متمایز می‌سازد اینکه، پژوهش حاضر از رویکرد آمیخته(کیفی-کمی) بهره برده است که از اعتبار مطلوبی برخوردار است. در حالیکه پژوهش‌های پیشین اکثراً، یا از رویکرد کیفی و یا صرفاً از رویکرد کمی استفاده کرده‌اند. افزون براین، پژوهش حاضر در بخش کمی با روش مدلسازی ساختاری تفسیری استفاده کرده است. ساختاری بدین معنا که مدل پژوهش دارای ساختار است و تفسیری بدین منظور که از نظر خبرگان بهره گرفته‌شده است. محمدپور و همکاران(۱۴۰۲) الگوی پاداش مناسب کارکنان در سازمان‌ها را ارئه کردند. در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از روش کیفی استفاده شده در حالیکه پژوهش حاضر از داده‌های کیفی و کمی بهره برده و با توجه به آمیخته بودن داده‌ها بدون شک اعتبار بیشتری دارد. در پژوهش مویداحمدی‌یزدی و همکاران(۱۴۰۱) رابطه تجربه خارجی و پاداش مدیریت با نقش تعدیل کننده اندازه شرکت تنها به آزمون فرضیه ها بسنده شده است و الگو یا مدلی تدوین نشده است در حالیکه در پژوهش حاضر افزون بر اینکه هیچ فرضیه‌ای تدوین نشده و نگاهی جامع ارائه شده است الگویی نیز با بهره گرفتن از نظر خبرگان تدوین شده است. کرمی و جباری(۱۳۹۷) در پژوهش خود مدلی کیفی برای تعیین پاداش حیات مدیره شرکت‌های ایرانی تدوین کرده‌اند. در حالی‌که پژوهش حاضر مدلی سلسله مراتبی ارائه کرده است که می‌تواند تاثیرگذارترین و تاثیرپذیرترین متغیرها را نیز نشان دهد. پژوهش حاضر بر آن است تا نگاهی جامع به سنجش پاداش مدیران از منظر شفافیت گزارشگری مالی داشته باشد و تنها به بررسی تأثیر یک یا چند عامل خاص و یا روابط با متغیرهای دیگر بسنده نکرده است. اما، پژوهش حاضر در راستای تدوین مدل حرکت کرده است. توجه به آموزش‌های مرتبط با ماهیت درونی افشای گزارش‌های مالی شرکت می‌تواند با فراهم کردن اطلاعات مفید، شفافیت عملکرد مالی و عملیاتی شرکت را افزایش دهد تا استفاده‌کنندگان درون سازمانی و برون‌سازمانی در تصمیمات خود از آن بهره‌مند شوند. همچنین همسویی گزارشگری مالی با استانداردهای مالی بین‌المللی در راستای استانداردهای حسابداری و استانداردهای گزارشگری مالی مرتبط با این موضوع بسیار دارای اهمیت است. چراکه در جوامع مردم‌سالار دسترسی به اطلاعات شفاف مالی یکی از حقوق اصلی افراد به شمار می‌رود و تقویت شفافیت اطلاعات با استانداردهای مالی بین‌المللی بسیار مؤثر است. بنابراین پیشنهاد می‌شود پیگیری و استقرار استاندارد بین‌المللی همانند استاندارد شماره ۱۷ در دستور کار مدیران شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران قرار گیرد. استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی۱۷، سازمان‌ها را ملزم کرده است که برای اطمینان از راهبری اطلاعات سازمانی، نسبت به شفافیت در کل زنجیره گزارشگری، سیستم‌های مناسب را طراحی کند. مدل این پژوهش نشان می‌دهد که جهت‌گیری متغیرها و شاخص‌های مدل که از سطح پنجم شروع می‌شود سرانجام به سطح یک همانند شفافیت اطلاعات، اعتبار اطلاعات، افشای داوطلبانه و .... می‌شود. البته مدل این پژوهش گویای این واقعیت است که در این بین نباید از عواملی همانند کیفیت کنترل‌های داخلی، فن‌آوری اطلاعات و نرم‌افزارهای پیشرفته مالی و حسابداری و... غفلت کرد. پس پیشنهاد می‌شود در راستای سنجش پاداش مدیران بر مبنای شفافیت گزارشگری مالی به ۲۱ متغیر شناسایی‌شده و ساختار مدل پژوهش توجه شود. با توجه به اینکه شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران شرکتی دولتی است و از طرفی، مهم‌ترین اهداف دولت‌ها رسیدن به رشد اقتصادی و فراهم کردن خدمات عمومی و تحقق عدالت اجتماعی است در راستای تحقق این اهداف می‌بایست شفافیت گزارشگری مالی در شرکت‌های دولتی مشخص شود. بنابراین، سنجش پاداش مدیران شرکت‌های دولتی می‌بایست بر اساس متغیرهای موجود در ساختار مدل پژوهش باشد. همچنین پیشنهاد می‌شود برای تقویت کیفیت کنترل‌های داخلی از افزایش انگیزش و همچنین، برقراری ارتباط بین اهداف شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران و عملکرد مدیران مشخص شود. بدین منظور بهتر است تمامی تراکنش‌های انجام شده دارای مجوز بوده و تایید شده باشند و از اینکه هیچ ورودی مفقودی در سوابق وجود ندارد اطمینان پیدا کنند. همچنین می‌بایست، دقت زیاد در وارد شدن موفق و صحیح تراکنش ها انجام گیرد و از قانونی بودن ماهیت معاملات اطمینان حاصل شود.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

References

Ahmadpour, Ahmad and Hajiha, Zohreh and Chenaribouket, Hassan, (2019), Disclosure Quality and Management Rewards, *Empirical Accounting Research*, No. 33. 133-154. (In Pearsian).

Aggarwal, R; Erel, I; Kyaw, NyoNyo Aung. (2019). International Variations in Transparency and Capital Structure: Evidence from European Firms. *Journal of International Financial Management and Accounting*, Vol. 20, 132-149pp.

Aguir, I; Burns, N; Mansi, S. A; & Wald, J. K. (2014). Liability protection, director compensation, and incentives. *Journal of Financial Intermediation*, 23, 570–589.

Akhgar, Mohammad Omid, Karami, Afshar, (2019), Studying the Effect of Company Characteristics on the Quality of Financial Reporting of Companies Listed on the Tehran Stock Exchange, *Journal of Accounting Studies*, Volume 6, Issue 2, 12-39. (In Pearsian).

Biddle, G; Hilary, G; Verdi, R; (2021). How does financial reporting quality relate to Investment efficiency? *Journal of Accounting and Economics* 48, 112–131.

Bloomfield, R. (2021). The ‘‘incomplete revelation hypothesis’’ and financial reporting. Accounting Horizons 16: 233–243.

Chen, C; Gores, T. and Nasev, J. (2015).Managerial Overconfidence and Cost Stickiness.http://ssrn.com/abstract=2208622.

Chien, C.Y; Hsu, C. S. (2019). The Role of Corporate Governance in Related Party Transactions, *National Yunlin University*.

Fama, Eugene F. (2020). “Agency Problems and Theory of Firm”, *Journal of Political Economy*, Vol.21, pp. 228-307.

Gordan, E. And Henry, E. (2023). Related Party Transactions and Earnings Management. Rutgers University. Retrieved from http://papers. ssrn. Com.

Jensen, M. C; & Meckling, W. H. (2021). Theory of the firm: Managerial Behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3 (4), 305-360.

Javadi, Navid and Fattahi, Sirous, (2019), Investigating the effect of managers' bonuses on the capital structure and financial performance of companies listed on the Tehran Stock Exchange, *Financial Knowledge of Securities Analysis (Financial Studies)*, No. 14. 65-43. (In Pearsian).

Karami, Gholamreza and Jabbari, Hassan, (1397), Developing a model for determining the lifetime bonus of Iranian companies' directors, *Empirical Accounting Research*, No. 30, 127-153. (In Pearsian).

Lambert. R. and D. Larker. (2022). “An Analysis of The Use of Accounting and Market Measure of Performance in Executive Compensation contracts”, *journal of Accounting Research*, No. 25, pp. 85-125.

Murid Ahmadi Yazdi, Zahra, Nader Naqshbandi and Nasrin Sabet Rezaian, (2012), The relationship between foreign experience and management bonuses with the moderating role of company size, *Journal of Contemporary Research in Management and Accounting Sciences*, Year 4, No. 8, 62-75. (In Pearsian).

Moradi, Zaheer, Soleymanpour, Sedigh and Javanmard, Hadith, (2022), Studying the effect of taxation, CEO bonus mechanism and company characteristics on transactions with related parties in companies listed on the Tehran Stock Exchange, *Journal of Accounting and Management Perspective*, No. 41, 1-12. (In Pearsian).

Osma. B. C. and Belen, G. A. (2020). “The Effect of the Board Composition and its Monitoring Committees on Earnings Management: evidence from Spain”, *Corporate Governance: An International Review*, vol. 15, issue 6, pp. 1413-1428.

Sajjadi, Hossein and Zarezadeh Mehrizi, Mohammad Sadegh, (2014), Studying the Relationship between Managers' Reward Plans and Economic Criteria for Performance Evaluation in Companies Listed on the Tehran Stock Exchange, *Journal of Financial Accounting Research*, Volume 4, Issue 2. 114-92. (In Pearsian).

Sharafae, Zahra, Tamradi, Ali and Maravani, Neema, (2016), Investigating the effect of paying bonuses to managers and paying managers' liability insurance on investment in research and development of companies, *Financial Knowledge of Securities Analysis*, No. 10. 72-59. (In Pearsian).

Tsao, S. M; Lin, C. H; & Chen, V. Y. S. (2022). Family ownership as a moderator between R&D investments and CEO compensation. *Journal of Business Research*, 68, 599–606.

Yuan, R; & Wen, W. (2022). Managerial foreign experience and corporate innovation. *Journal of Corporate Finance*, 48, 752-770.

Archive of SID.ir