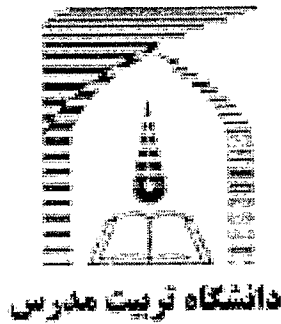


۵۰۹۵

سید محمد علی

۵۷۵۷۱



دانشکده علوم انسانی

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد حسابداری

**بررسی اهمیت نسبی ویژگی‌های کیفی اطلاعات حسابداری از دیدگاه تهیه کنندگان،
حسابرسان و استفاده کنندگان از صورت‌های مالی**

قاسم منظری توکلی

استاد راهنما:

دکتر محمد علی آقایی

استاد مشاور:

دکتر حسین اعتمادی

تابستان ۱۳۸۵

۱۳۸۷ / ۲ / ۳۵



۱۰۱۵۷۵

تاییدیه اعضای هیات داوران حاضر در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضاء هیات داوران نسخه نهایی پایان نامه قاسم منظری توکلی تحت عنوان "بررسی اهمیت نسبی ویژگیهای کیفی اطلاعات حسابداری از دیدگاه تهیه کنندگان، حسابرسان و استفاده کننده گان صورتهای مالی" را از نظر فرم و محتوا بررسی نموده و پذیرش آن را برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می کنند.

اعضاء هیات داوران:

۱- استاد راهنما

۲- استاد مشاور

۳- استاد ناظر

۴- استاد ناظر

۵- نماینده شورای تحصیلات تکمیلی

جناب آقای دکتر محمد علی آقایی

جناب آقای دکتر حسین اعتمادی

جناب آقای دکتر عباس مقبل با عرض

جناب آقای دکتر مدرس سبزواری

جناب آقای دکتر عباس مقبل با عرض

دستورالعمل حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهشهای علمی

دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه: با عنایت به سیاستهای پژوهشی دانشگاه در راستای تحقق عدالت و کرامت انسانها که لازمه شکوفایی علمی و فنی است و رعایت حقوق مادی و معنوی دانشگاه و پژوهشگران، لازم است اعضای هیأت علمی، دانشجویان، دانش‌آموختگان و دیگر همکاران طرح، در مورد نتایج پژوهشهای علمی که تحت عنوان پایان‌نامه، رساله و طرحهای تحقیقاتی با هماهنگی دانشگاه انجام شده است، موارد ذیل را رعایت نمایند:

ماده ۱- حقوق مادی و معنوی پایان‌نامه‌ها/ رساله‌های مصوب دانشگاه متعلق به دانشگاه است و هرگونه بهره‌برداری از آن باید با ذکر نام دانشگاه و رعایت آیین‌نامه‌ها و دستورالعملهای مصوب دانشگاه باشد.

ماده ۲- انتشار مقاله یا مقالات مستخرج از پایان‌نامه/ رساله به صورت چاپ در نشریات علمی و یا ارائه در مجامع علمی می‌باید به نام دانشگاه بوده و استناد راهنما نویسنده مسئول مقاله باشند. تبصره: در مقالاتی که پس از دانش‌آموختگی بصورت ترکیبی از اطلاعات جدید و نتایج حاصل از پایان‌نامه/ رساله نیز منتشر می‌شود نیز باید نام دانشگاه درج شود.

ماده ۳- انتشار کتاب حاصل از نتایج پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی دانشگاه باید با مجوز کتبی صادره از طریق حوزه پژوهشی دانشگاه و براساس آئین‌نامه‌های مصوب انجام شود.

ماده ۴- ثبت اختراع و تدوین دانش فنی و یا ارائه در جشنواره‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی که حاصل نتایج مستخرج از پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی دانشگاه باید با هماهنگی استناد راهنما یا مجری طرح از طریق حوزه پژوهشی دانشگاه انجام گیرد.

ماده ۵- این دستورالعمل در ۵ ماده و یک تبصره در تاریخ ۱۳۸۴/۴/۲۵ در شورای پژوهشی دانشگاه به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب لازم‌الاجرا است و هرگونه تخلف از مفاد این دستورالعمل از طریق مراجع قانونی قابل پیگیری خواهد بود. ۱۳۸۴/۶/۱۰

تقدیم :

به روح پاک پدرم که در تمام سالیان زندگی از هیچ
گونه تلاش و کوشش برای موفقیت من دریغ ننمود و
همواره صدای حک شده از کلام او در ذهن من، محرک
تلاش و پشتکار من است.

به دستان پر مهر مادرم که همواره نوازش دستان
گرم او خستگی را از جانم می زداید.

تقدیر و تشکر

حال که انجام این تحقیق را به یاری خداوند به پایان رسانده‌ام وظیفه خود می‌دانم از استاد گرانقدر جناب آقای دکتر محمد علی آقایی که در طول نگارش این پایان‌نامه اینجانب را از راهنمائیهای ارزنده خویش بهره‌مند ساختند سپاسگذاری نمایم و انجام این تحقیق مدیون مشاوره‌های ارزشمند استادان ارجمند جناب آقای دکتر حسین اعتمادی می‌باشد که از آنها بسیار تشکر می‌نمایم.

همچنین از زحمات دوستان گرامی دکتر مسعود داوری ، دکتر شهرام شهبابی ، مهدی دلاوری، خانم رضایت ، خانم ناظمی و کارشناس بسیار خوب گروه حسابداری آقای احمد نجفی بخاطر کمک‌های فراوان ایشان متشکرم.

در پایان کمکه‌های بی‌دریغ خواهران و برادران عزیزم را ارج نهاده و توفیق روز افزون برایشان خواستارم.

چکیده

هیأت تدوین استانداردهای حسابداری ایران یک سلسله مراتب از ویژگی‌های کیفی اطلاعات حسابداری ارائه می‌نماید و ادعا می‌کند که اهمیت نسبی این ویژگی‌ها در میان گروه‌های مختلف تصمیم‌گیرنده متفاوت است. در این پایان‌نامه بررسی اهمیت نسبی ویژگی‌های کیفی اطلاعات حسابداری در میان گروه‌های مختلف تصمیم‌گیرنده شامل تهیه‌کنندگان، حساب‌برسان و استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی مورد توجه قرار گرفته است. در ابتدا با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری متداول، تعداد نمونه مورد آزمون هر یک از گروه‌های مختلف تعیین، سپس با استفاده از ابزار پرسشنامه نظریات گروه‌ها جمع‌آوری گردید. طراحی پرسشنامه بر اساس مدل AHP¹ بوده و قضاوت پاسخ‌دهندگان با استفاده از نرم‌افزارهای Expert Choice و SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که اهمیت نسبی ویژگی‌های کیفی اطلاعات حسابداری به جز ویژگی "قابلیت مقایسه" از دیدگاه تهیه‌کنندگان، حساب‌برسان و استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی متفاوت است. تهیه‌کنندگان برای ویژگی "مربوط بودن"، حساب‌برسان برای ویژگی "قابل اعتماد بودن" و استفاده‌کنندگان برای ویژگی "قابل فهم بودن" بیشترین اهمیت را قائل هستند.

واژگان کلیدی: ویژگی‌های کیفی اطلاعات حسابداری، گزارشگری مالی، AHP.

¹. Analytic Hierarchy Process

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق.....
۱-۱-۱	مقدمه.....
۲
۲-۱	تعریف مسأله و بیان سؤال اصلی تحقیق.....
۳
۳-۱	سابقه و ضرورت انجام تحقیق.....
۵
۴-۱	فرضیات تحقیق.....
۷
۵-۱	اهداف تحقیق.....
۷
۶-۱	کاربردهای تحقیق.....
۷
۷-۱	روش انجام تحقیق.....
۸
۸-۱	جامعه آماری.....
۸
۹-۱	محدودیت‌های تحقیق.....
۹
۱۰-۱	تعاریف واژه‌ها و اصطلاحات.....
۹
۱۰	فصل دوم: مبانی نظری تحقیق.....
۱-۲	مقدمه.....
۱۱
۲-۲	حسابداری و مفاهیم اساسی آن.....
۱۱
۳-۲	هدف از حسابداری.....
۱۴
۴-۲	سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری.....
۱۴
۵-۲	لزوم ارائه تئوری عمومی از گزارشگری مالی.....
۱۶
۶-۲	اهمیت اطلاعات مالی از نظر تقدم و تأخر زمانی.....
۱۸

- ۲۱-۲-۷ - چهارچوب مفهومی برای حسابداری مالی و گزارشگری..... ۲۱
- ۲۱-۲-۸ - صورتهای مالی و نقش گزارشدهی آن..... ۲۱
- ۲۳-۲-۹ - انواع گزارشهای مالی..... ۲۳
- ۲۴-۲-۱۰ - استفاده کنندگان و نیازهای اطلاعاتی آنان..... ۲۴
- ۲۶-۲-۱۱ - خصوصیات متمایز گزارشگری مالی از سایر اطلاعات..... ۲۶
- ۲۶-۲-۱۲ - اهداف گزارشگری مالی..... ۲۶
- ۲۷-۲-۱۳ - ساختار تئوری حسابداری و گزارشگری مالی..... ۲۷
- ۲۸-۲-۱۴ - نقش مرکزی تصمیم گیری..... ۲۸
- ۲۹-۲-۱۵ - چارچوب کیفیت اطلاعات..... ۲۹
- ۳۲-۲-۱۶ - کیفیت گزارشگری مالی و صورتهای مالی..... ۳۲
- ۳۲-۲-۱۶-۱ - دیدگاه نیازهای استفاده کننده..... ۳۲
- ۳۳-۲-۱۶-۲ - دیدگاه حمایت از سهامدار و سرمایه گذار..... ۳۳
- ۳۳-۲-۱۷ - ویژگیهای کیفی اطلاعات حسابداری..... ۳۳
- ۳۴-۲-۱۷-۱ - ویژگیهای کیفی مربوط به محتوای اطلاعات..... ۳۴
- ۳۴-۲-۱۷-۱-۱ - مربوط بودن (Relevance)..... ۳۴
- ۳۵-۲-۱۷-۱-۱-۱ - ارزش پیش بینی کنندگی (Predictive Value)..... ۳۵
- ۳۶-۲-۱۷-۱-۱-۲ - قابلیت تأیید (Verifiability)..... ۳۶
- ۳۷-۲-۱۷-۱-۱-۳ - ارزش بازخورد (Feedback Value)..... ۳۷
- ۳۸-۲-۱۷-۱-۱-۴ - انتخاب خاصه..... ۳۸
- ۳۸-۲-۱۷-۱-۱-۵ - مربوط بودن، اطلاعات داده ها..... ۳۸

- ۳۹.....(Reliability) قابلیت اتکا ۲-۱-۱۷-۲
- ۳۹.....(Representational Faithfulness) بیان صادقانه ۱-۲-۱-۱۷-۲
- ۳۹..... رجحان محتوا بر شکل ۱-۱-۲-۱-۱۷-۲
- ۴۰.....(Neutrally) بی طرفی ۲-۲-۱-۱۷-۲
- ۴۱..... احتیاط ۳-۲-۱-۱۷-۲
- ۴۱..... کامل بودن ۴-۲-۱-۱۷-۲
- ۴۲..... ویژگیهای کیفی مربوط به ارائه اطلاعات ۲-۱۷-۲
- ۴۲.....(Comparability) قابلیت مقایسه ۱-۲-۱۷-۲
- ۴۲.....(Uniformity) یکنواختی ۱-۱-۲-۱۷-۲
- ۴۳.....(Consistency) ثبات رویه ۲-۱-۲-۱۷-۲
- ۴۴..... افشای کافی ۳-۱-۲-۱۷-۲
- ۴۵.....(Understandability) قابل فهم بودن ۲-۲-۱۷-۲
- ۴۵..... ادغام و طبقه‌بندی اطلاعات ۱-۲-۲-۱۷-۲
- ۴۵..... ادغام اطلاعات ۱-۱-۲-۲-۱۷-۲
- ۴۶..... طبقه‌بندی ۲-۱-۲-۲-۱۷-۲
- ۴۶..... توان استفاده‌کنندگان ۲-۲-۲-۱۷-۲
- ۴۶.....(Materiality) اهمیت ۱۸-۲
- ۴۸..... محدودیتهای حاکم بر خصوصیات کیفی اطلاعات مالی ۱۹-۲
- ۴۸..... منافع و مخارج ۱-۱۹-۲
- ۴۹.....(Timeliness) به موقع بودن ۲-۱۹-۲

- ۱۹-۳-۲- اهمیت نسبی و تعادل بین ویژگیهای کیفی ۵۰
- ۱۹-۳-۱- معیارهای ارزیابی ویژگیهای کیفی ۵۱
- ۲۰-۲- چارچوب مفهومی یک فرایند برای ارزیابی ویژگیهای کیفی ۵۳
- ۲۰-۲-۱- نمایی از فرایند ۵۳
- ۲۰-۲-۲- مرحله اول: شناسایی پدیده های اقتصادی وابسته به موسسه مورد گزارش ۵۴
- ۲۰-۲-۳- مرحله ۲: انتخاب پدیده های مربوط ۵۵
- ۲۰-۲-۴- مرحله ۳: نمایه ای کردن اقلام ۵۶
- ۲۰-۲-۵- مرحله ۴: انتخاب نماگر ۵۶
- ۲۰-۲-۶- مرحله ۵: ارزیابی اینکه آیا نماگر یک ارائه منصفانه است ۵۶
- ۲۰-۲-۷- مرحله ۶: ارزیابی قابلیت مقایسه ۵۶
- ۲۰-۲-۸- مرحله ۷: ارزیابی قابل فهم بودن ۵۷
- ۲۰-۲-۹- مرحله ۸: ارزیابی منفعت و هزینه ۵۸
- ۲۰-۲-۱۰- ساختار گزارشهای مالی ۵۸
- ۲۰-۲-۱۱- مرحله ۱۱: ارزیابی ارائه منصفانه درگردآوری (تجمع-شامل: کامل بودن و با اهمیت بودن ۵۸
- ۲۰-۲-۱۲- مرحله ۱۲: قابلیت مقایسه، شامل یکنواختی ۵۹
- ۲۰-۲-۱۳- مرحله ۱۳: ارزیابی قابل فهم بودن، شامل مختصر و آشکار بودن ۵۹
- ۲۰-۲-۱۴- مرحله ۱۴: به موقع بودن ۶۰
- ۲۱-۲- پیشینه تحقیقات انجام شده ۶۱
- فصل سوم: روش تحقیق ۶۴
- ۳-۱- مقدمه ۶۵

- ۶۵..... ۲-۳- انواع تحقیق
- ۶۶..... ۳-۳- فرایند تحقیقات کاربردی و بنیادی
- ۶۶..... ۱-۳-۳- طرح مسئله
- ۶۷..... ۲-۳-۳- تهیه و تنظیم فرضیه
- ۶۸..... ۳-۳-۳- روشهای گردآوری اطلاعات
- ۶۹..... ۴-۳-۳- ابزار گردآوری اطلاعات
- ۶۹..... ۱-۴-۳-۳- پرسشنامه
- ۷۰..... الف- روایی پرسشنامه
- ۷۰..... ب- پایایی پرسشنامه
- ۷۱..... ۵-۳-۳- جامعه آماری تحقیق
- ۷۱..... ۶-۳-۳- روش نمونه گیری
- ۷۳..... ۴-۳- تکنیک های تصمیم گیری
- ۷۴..... ۵-۳- مدل های تصمیم گیری چند شاخصه MADM
- ۷۴..... ۱-۵-۳- دسته بندی متدهای MADM
- ۷۶..... ۱-۱-۵-۳- مدل های غیر جبرانی
- ۷۶..... ۲-۱-۵-۳- مدل های جبرانی
- ۷۷..... ۶-۳- AHP (فرآیند تحلیل سلسله مراتبی)
- ۷۸..... ۱-۶-۳- مرحله اول: مقایسات زوجی
- ۸۰..... ۲-۶-۳- مرحله دوم: استخراج ضریب اهمیت هر یک از ماتریس ها
- ۸۱..... ۳-۶-۳- مرحله سوم: محاسبه نرخ سازگاری

۸۳ ۳-۶-۴- طراحی پرسشنامه
۸۴ ۳-۶-۵- طراحی مدل AHP
۸۴ ۳-۶-۶- اعتبار مدل
۸۵ ۳-۷-۷- آنالیز واریانس یک عاملی
۸۶ ۳-۸-۸- مقایسه های بعد از تجربه یا تبعی
۸۷ ۳-۸-۱- آزمون دانکن
۸۸ فصل چهارم: تجزیه و تحلیل
۸۹ ۴-۱- مقدمه
۹۰ ۴-۲- آمار توصیفی
۹۵ ۴-۳- آمار استنباطی
۹۵ ۴-۳-۱- فرضیه پژوهشی اول
۹۵ ۴-۳-۱-۱- آزمون تفاوت بین اهمیت ویژگی مربوط بودن از نظر سه گروه
 ۴-۳-۱-۲- آزمون تفاوت ویژگی کیفی مربوط بودن از نظر تهیه کنندگان ، حسابرسان و استفاده کنندگان
۹۷ از صورتهای مالی
۹۷ ۴-۳-۱-۲-۱- مقایسه میانگین اهمیت ویژگی مربوط بودن از نظر تهیه کنندگان و استفاده کنندگان
۹۸ ۴-۳-۱-۲-۲- مقایسه میانگین اهمیت ویژگی مربوط بودن از نظر تهیه کنندگان و حسابرسان
۹۹ ۴-۳-۱-۲-۳- مقایسه میانگین اهمیت مربوط بودن از نظر استفاده کنندگان و حسابرسان
۱۰۱ ۴-۳-۲- فرضیه پژوهشی دوم
۱۰۱ ۴-۳-۱-۲- آزمون تفاوت بین اهمیت ویژگی قابل اعتماد بودن از نظر سه گروه

- ۴-۳-۲-۲- آزمون تفاوت ویژگی کیفی قابل اعتماد بودن از نظر تهیه کنندگان، حسابرسان و استفاده کنندگان از صورتهای مالی..... ۱۰۲
- ۴-۳-۲-۲-۱- مقایسه میانگین اهمیت قابل اعتماد بودن از نظر استفاده کنندگان و حسابرسان..... ۱۰۳
- ۴-۳-۲-۲-۲- مقایسه میانگین اهمیت قابل اعتماد بودن از نظر تهیه کنندگان و حسابرسان..... ۱۰۴
- ۴-۳-۲-۲-۳- مقایسه میانگین اهمیت قابل اعتماد بودن از نظر تهیه کنندگان و استفاده کنندگان..... ۱۰۵
- ۴-۳-۳- فرضیه پژوهشی سوم..... ۱۰۶
- ۴-۳-۳-۱- آزمون تفاوت بین اهمیت ویژگی قابل مقایسه بودن از نظر سه گروه..... ۱۰۷
- ۴-۳-۴- فرضیه پژوهشی چهارم..... ۱۰۸
- ۴-۳-۴-۱- آزمون تفاوت بین اهمیت ویژگی قابل فهم بودن از نظر سه گروه..... ۱۰۸
- ۴-۳-۴-۲- آزمون تفاوت ویژگی کیفی قابل فهم بودن از نظر تهیه کنندگان، حسابرسان و استفاده کنندگان از صورتهای مالی..... ۱۱۰
- ۴-۳-۴-۱- مقایسه میانگین اهمیت قابل فهم بودن از نظر استفاده کنندگان و حسابرسان..... ۱۱۰
- ۴-۳-۴-۲- مقایسه میانگین اهمیت قابل فهم بودن از نظر تهیه کنندگان و استفاده کنندگان..... ۱۱۱
- ۴-۳-۴-۳- مقایسه میانگین اهمیت قابل فهم بودن از نظر تهیه کنندگان و حسابرسان..... ۱۱۲
- ۴-۴- آزمون دانکن در خصوص عوامل محدود کننده حاکم بر ویژگیهای کیفی..... ۱۱۴
- ۴-۴-۱- اهمیت..... ۱۱۴
- ۴-۴-۲- به موقع بودن..... ۱۱۴
- ۴-۴-۳- بهای تمام شده اطلاعات..... ۱۱۵
- ۴-۵- بررسی میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی در درون هر گروه..... ۱۱۵
- ۴-۵-۱- ویژگیهای فرعی مربوط بودن..... ۱۱۵

- ۱۱۵..... ۱-۱-۵-۴ تهیه کنندگان
- ۱۱۶..... ۲-۱-۵-۴ حساب‌برسان
- ۱۱۶..... ۳-۱-۵-۴ استفاده کنندگان
- ۱۱۷..... ۲-۵-۴ ویژگی‌های فرعی قابل اعتماد بودن
- ۱۱۷..... ۱-۲-۵-۴ تهیه کنندگان
- ۱۱۸..... ۲-۲-۵-۴ حساب‌برسان
- ۱۱۸..... ۳-۲-۵-۴ استفاده کنندگان
- ۱۱۹..... ۳-۵-۴ قابل مقایسه بودن
- ۱۱۹..... ۱-۳-۵-۴ تهیه کنندگان
- ۱۲۰..... ۲-۳-۵-۴ حساب‌برسان
- ۱۲۰..... ۳-۳-۵-۴ استفاده کنندگان
- ۱۲۱..... ۴-۵-۴ قابل فهم بودن
- ۱۲۱..... ۱-۴-۵-۴ تهیه کنندگان
- ۱۲۱..... ۲-۴-۵-۴ حساب‌برسان
- ۱۲۲..... ۳-۴-۵-۴ استفاده کننده گان
- ۱۲۳..... فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری
- ۱۲۴..... ۱-۵ مقدمه
- ۱۲۴..... ۲-۵ مرور چارچوب تحقیق
- ۱۲۶..... ۳-۵ نتیجه گیری
- ۱۲۶..... ۱-۳-۵ نتیجه گیری بر اساس فرضیه اول

- ۱۲۷.....۲-۳-۵- نتیجه گیری بر اساس فرضیه دوم.....
- ۱۲۸.....۳-۳-۵- نتیجه گیری بر اساس فرضیه سوم.....
- ۱۲۸.....۴-۳-۵- نتیجه گیری بر اساس فرضیه چهارم.....
- ۱۲۹.....۵-۳-۵- نتایج میزان اهمیت نسبی ویژگیهای اصلی در میان گروهها.....
- ۱۳۰.....۱-۵-۳-۵- رتبه بندی ویژگیهای کیفی از دیدگاه تهیه کنندگان.....
- ۱۳۱.....۲-۵-۳-۵- رتبه بندی ویژگیهای کیفی از دیدگاه حسابرسان.....
- ۱۳۱.....۳-۵-۳-۵- رتبه بندی ویژگیهای کیفی از دیدگاه استفاده کنندگان.....
- ۱۳۲.....۶-۳-۵- نتایج میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی در درون هر گروه.....
- ۱۳۳.....۱-۶-۳-۵- مقایسه اهمیت ویژگیهای فرعی مربوط بودن در درون هر گروه.....
- ۱۳۳.....۲-۶-۳-۵- مقایسه اهمیت ویژگیهای فرعی قابل اعتماد بودن در درون هر گروه.....
- ۱۳۴.....۳-۶-۳-۵- مقایسه اهمیت ویژگیهای فرعی قابل مقایسه بودن در درون هر گروه.....
- ۱۳۴.....۴-۶-۳-۵- مقایسه اهمیت ویژگیهای فرعی قابل فهم بودن در درون هر گروه.....
- ۱۳۴.....۴-۵- نتیجه گیری کلی.....
- ۱۳۷.....۵-۵- پیشنهادات کاربردی.....
- ۱۳۸.....۶-۵- پیشنهاد برای تحقیقات آتی.....
- ۱۳۹.....منابع.....
- ۱۴۴.....پیوست: پرسشنامه.....

فهرست نمودارها

عنوان	صفحه
نمودار ۴-۱- توزیع فراوانی اهمیت ویژگیهای کیفی از نظر تهیه کنندگان.....	۱۱۴
نمودار ۴-۲- توزیع فراوانی اهمیت ویژگیهای کیفی از نظر حسابرسان	۱۱۴
نمودار ۴-۳- توزیع فراوانی اهمیت ویژگیهای کیفی از نظر استفاده کنندگان	۱۱۵
نمودار ۴-۴- توزیع فراوانی اهمیت ویژگی مربوط بودن از نظر گروههای مختلف	۱۱۶
نمودار ۴-۵- توزیع فراوانی اهمیت ویژگی قابل اعتماد بودن از نظر گروههای مختلف	۱۱۶
نمودار ۴-۶- توزیع فراوانی اهمیت ویژگی قابل مقایسه از نظر گروههای مختلف	۱۱۷
نمودار ۴-۷- توزیع فراوانی اهمیت ویژگی قابل فهم بودن از نظر گروههای مختلف	۱۱۷

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۷۳.....	جدول ۱-۳- ماتریس مسائل تصمیم گیری از نوع MADM.....
۷۹.....	جدول ۲-۳- مقایسات زوجی و امتیازدهی.....
۸۴.....	جدول ۳-۳- نحوه امتیاز دهی.....
۸۵.....	جدول ۳-۴- ANOVA.....
۹۰.....	جدول ۴-۱- میانگین اهمیت نسبی از نظر هر گروه (بر مبنای درصد).....
۹۵.....	جدول ۴-۲- محاسبه آماره آزمون فرضیه چهارم.....
۹۸.....	جدول ۴-۳- مقادیر SSR و LSR برای مقایسه میانگین اهمیت ویژگی مربوط بودن.....
۹۹.....	جدول ۴-۴- مقادیر SSR و LSR برای مقایسه میانگین اهمیت ویژگی مربوط بودن از نظر دو گروه تهیه کنندگان و حسابرسان.....
۱۰۰.....	جدول ۴-۵- مقادیر SSR و LSR برای مقایسه میانگین اهمیت ویژگی مربوط بودن از نظر دو گروه استفاده کنندگان و حسابرسان.....
۱۰۰.....	جدول ۴-۶- خلاصه مقایسات مربوط به ویژگی مربوط جدول ۴-۷ محاسبه آماره آزمون فرضیه چهارم.....
۱۰۱.....	جدول ۴-۷- محاسبه آماره آزمون فرضیه چهارم.....
۱۰۳.....	جدول ۴-۸- مقادیر SSR و LSR برای مقایسه میانگین اهمیت ویژگی قابل اعتماد بودن از نظر دو گروه حسابرسان و استفاده کنندگان.....
۱۰۵.....	جدول ۴-۹- مقادیر SSR و LSR برای مقایسه میانگین اهمیت ویژگی قابل اعتماد بودن.....

- جدول ۴-۱۰ مقادیر SSR و LSR برای مقایسه میانگین اهمیت ویژگی قابل اعتماد بودن از نظر دو گروه استفاده کننده گان و تهیه کنندگان ۱۰۶
- جدول ۴-۱۱ خلاصه مقایسات مربوط به ویژگی قابل اعتماد بودن ۱۰۶
- جدول ۴-۱۲ محاسبه آماره آزمون جدول ۴-۱۳ محاسبه آماره آزمون فرضیه چهارم ۱۰۷
- جدول ۴-۱۳ محاسبه آماره آزمون فرضیه چهارم ۱۰۹
- جدول ۴-۱۴ مقادیر SSR و LSR برای مقایسه میانگین اهمیت ویژگی قابل فهم بودن ۱۱۱
- جدول ۴-۱۵ مقادیر SSR و LSR برای مقایسه میانگین اهمیت ویژگی قابل فهم بودن از نظر دو گروه استفاده کننده گان و تهیه کنندگان ۱۱۲
- جدول ۴-۱۶ مقادیر SSR و LSR برای مقایسه میانگین اهمیت ویژگی قابل فهم بودن ۱۱۳
- جدول ۴-۱۷ خلاصه مقایسات مربوط به ویژگی قابل فهم بودن ۱۱۴
- جدول ۴-۱۸ میزان اهمیت کیفیت استانه ای اهمیت از نظر گروه ۱۱۴
- جدول ۴-۱۹ میزان اهمیت محدودیت به موقع بودن از نظر گروهها ۱۱۴
- جدول ۴-۲۰ میزان اهمیت محدودیت بهای تمام شده اطلاعات از نظر گروهها ۱۱۵
- جدول ۴-۲۱ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی ویژگی مربوط بودن از دیدگاه تهیه کنندگان ۱۱۵
- جدول ۴-۲۲ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی ویژگی مربوط بودن از دیدگاه حسابرسان ۱۱۶
- جدول ۴-۲۳ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی ویژگی مربوط بودن از دیدگاه استفاده کنندگان ۱۱۶
- جدول ۴-۲۴ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی قابل اعتماد بودن از دیدگاه تهیه کنندگان ۱۱۷
- جدول ۴-۲۵ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی قابل اعتماد بودن از دیدگاه حسابرسان ۱۱۸

- جدول ۴-۲۶ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی قابل اعتماد بودن از دیدگاه استفاده کنندگان ۱۱۹
- جدول ۴-۲۷ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی قابل مقایسه بودن از دیدگاه تهیه کنندگان ۱۱۹
- جدول ۴-۲۸ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی قابل مقایسه بودن از دیدگاه حسابرسان ۱۲۰
- جدول ۴-۲۹ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی قابل مقایسه بودن از دیدگاه استفاده کنندگان ۱۲۰
- جدول ۴-۳۰ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی قابل فهم بودن از دیدگاه تهیه کنندگان ۱۲۱
- جدول ۴-۳۱ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی قابل فهم بودن از دیدگاه حسابرسان ۱۲۱
- جدول ۴-۳۲ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی قابل فهم بودن از دیدگاه استفاده کننده گان ۱۲۲
- جدول ۵-۱ رتبه بندی ویژگیهای کیفی از دیدگاه تهیه کنندگان ۱۳۰
- جدول ۵-۲: رتبه بندی ویژگیهای کیفی از دیدگاه حسابرسان ۱۳۱
- جدول ۵-۳: رتبه بندی ویژگیهای کیفی از دیدگاه استفاده کنندگان ۱۳۲
- جدول ۵-۴ میزان اهمیت نسبی ویژگیهای فرعی در درون هر گروه ۱۳۳