

تبیین الگویی برای افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار

دکتر مجتبی قنبرزاده

دکتری حسابداری، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).
a_mojtaba2006@yahoo.com

دکتر سید جمال هاشمی دهکردی

دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، واحد تهران، ایران.
s.jamal.hashemi@chmail.ir

علی وصال

دانشجوی دکتری حسابداری، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران.
ali_vsl@hotmail.com

شماره ۳۹ / بهار ۱۴۰۰ (جلد دوم) / صص ۱۵-۳۸
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره چهارم)

چکیده

طی دهه گذشته، افشای اطلاعات مدل‌های کسب‌وکار توسط نهادهای حرفه‌ای حسابداری مورد توجه قرار گرفته، لیکن در ایران این موضوع مغموماً مانده و شرکت‌های ایرانی برای افشای این اطلاعات الگوی مشخصی ندارند. هدف از پژوهش حاضر، تبیین الگویی برای افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار می‌باشد. پژوهش حاضر از لحاظ جهت‌گیری پژوهش، کاربردی است. جهت شاخص‌سازی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار از روش ساختار چند بُعدی استفاده شده است. برای اجرای این روش سه مرحله ایجاد شاخص، توسعه مقیاس و ارزیابی مقیاس انجام شد. بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و انجام مصاحبه با برخی از خبرگان، تعداد ۳۶ شاخص در شش بُعد شناسایی شد. جامعه آماری پژوهش متشکل از اساتید دانشگاهی، مدیران اجرایی، حساب‌رسان و تحلیل‌گران مالی بوده که با استفاده از روش نمونه‌گیری کوکران، پرسشنامه محقق ساخته در اختیار ۲۸۶ نفر از کارشناسان گذاشته شد و مبنای تحلیل قرار گرفت. برای تحلیل داده‌ها از آزمون‌های استنباطی استفاده گردید. نتایج حاصل از آزمون دوجمله‌ای نشان داد که نظرهای موافق کارشناسان بسیار بیشتر از نظرهای مخالف بوده و پاسخ‌دهندگان نسبت به شاخص‌های تعیین شده با اطمینان بالایی اظهار نظر نموده‌اند و میزان اعتبار هر یک از شاخص‌های افشای داوطلبانه اطلاعات مدل‌های کسب‌وکار بر اساس آزمون تی تک نمونه‌ای بیشتر از حد متوسط بوده است. بعلاوه، نتایج آزمون فریدمن نشان داد که از بین شاخص‌های پیشنهاد شده، پیامدهای اقتصادی، تهیه صورت سود و زیان جداگانه و تلفیقی و افشای محرک‌های کلیدی درآمدهای عملیاتی مدل‌های کسب‌وکار از سطح اهمیت قابل توجهی برخوردار هستند. همچنین، نتایج پژوهش می‌تواند نقش، اهمیت و رتبه شاخص‌های افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار را برای مدیران و سیاست‌گذاران امر آشکار ساخته تا شرکت‌ها را به افشای دقیق و صحیح این اطلاعات ترغیب نموده و زمینه‌های شفافیت بیشتر محیط اطلاعاتی را فراهم آورند.

واژه‌های کلیدی: افشای داوطلبانه، گزارشگری مالی، اطلاعات مالی و غیرمالی، مدل کسب‌وکار.

مقدمه

سرمایه‌گذاران به اطلاعات شرکت‌ها نیاز دارند، چرا که مدیران دانش بیشتری نسبت به سرمایه‌گذاران در مورد عملکرد آتی و فعلی شرکت دارند (جنسن و مک‌لینگ، ۱۹۷۶). ارائه اطلاعات به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا به ارزیابی وظیفه مباشرت یا حسابداری مدیران در مورد منابع در اختیار آنها بپردازند (نصیرزاده و موسوی گوکی، ۱۳۹۶). در شرایط بحران مالی اطمینان و اعتماد سرمایه‌گذاران به سیستم گزارشگری مالی ضعیف شده و تعیین کیفیت اطلاعات مالی و غیرمالی از اهمیت بالایی برخوردار می‌شود (ابراهیمی، بهرامی نسب و ممشلی، ۱۳۹۶). اکثر مطالعات پیشین به این نتیجه رسیدند که افشای داوطلبانه بیشتر باعث کاهش در عدم تقارن اطلاعاتی بین شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران می‌شود (دیاموند و ورچیا، ۱۹۹۱). مارستون و کراون (۱۹۹۹) انگیزه مدیران در افشای داوطلبانه اطلاعات را کسب سرمایه با کمترین هزینه ممکن بیان کرده‌اند. به نظر می‌رسد افشای اجباری (قانونی)، عملکرد مدیریت را به‌طور کامل منعکس نکند؛ از این‌رو، مدیریت تلاش می‌کند تا از طریق افشای داوطلبانه (اختیاری) به‌عنوان ابزار قوی برای ارتباط با ذی‌نفعان استفاده کند و هزینه سرمایه را کاهش دهد (کامران، اسدی و اثنی عشری، ۱۳۹۹). ارائه اطلاعات مفید و مربوط تهیه شده از طریق افشای داوطلبانه، فرایند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران را بهبود می‌بخشد و سایر استفاده‌کنندگان از افشای اطلاعات شرکت را در موقعیت مناسب‌تری برای تخصیص منابع اقتصادی قرار می‌دهد (رحمانی و بشیری‌منش، ۱۳۹۶). از دیگر نتایج افشای داوطلبانه، کاهش شرایط نااطمینانی است که این نیز به نوبه خود، نیاز به نظارت بر فعالیت‌های مدیریت را کاهش می‌دهد و متعاقباً باعث کاهش هزینه‌های تأمین مالی و افزایش ارزش شرکت می‌شود (گیتزمن و ترومبتا^۱، ۲۰۰۳). از این‌رو، افشای داوطلبانه اطلاعات (به‌خصوص اطلاعات مرتبط با مدل‌های کسب‌وکار (رزلندر و لینسن، ۲۰۱۸؛ مشلی، سیمینی و مازوچتی^۲، ۲۰۱۷؛ میچالاک، ریمل، بیوش و جونال^۳، ۲۰۱۷؛ مهرانی، مرادی و قنبرزاده، ۱۳۹۹؛ حمیدیان، حاجیها و تقی‌زاده، ۱۳۹۶)) می‌تواند به کاهش شکاف اطلاعاتی و بهبود اعتبار گزارشگری مالی (دیاموند و ورچیا، ۱۹۹۱؛ ورچیا^۴، ۲۰۰۱؛ ریچاردسون و ولکر^۵، ۲۰۰۱) و نیز درک نقش اطلاعات حسابداری در ارزشگذاری شرکت و تأمین مالی آن، کمک کند (گر^۶، ۲۰۰۴). به زعم واستون، شرایوز و مارستون^۷ (۲۰۰۲)، ایکسائو، یانگ و چو^۸ (۲۰۰۴)، بیتی و اسمیت (۲۰۱۲) و بر اساس نظریه افشا، شرکت‌ها در صورتی انگیزه بیشتری برای افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی دارند که منافع این امر از هزینه‌های آن بیشتر باشد (احمدی و بوری، ۲۰۱۷).

از طرفی، شفافیت و روایی، هسته مرکزی گزارشگری مالی مدرن است که به استفاده‌کنندگان در شناخت واحد تجاری کمک می‌کند (یوسفی‌اصل، ملانظری و سلیمانی‌امیری، ۱۳۹۳). به منظور افزایش شفافیت، شرکت‌ها می‌توانند تصمیم به گسترش سیاست‌های افشای خود و به تبع آن افشای داوطلبانه مدل کسب‌وکار به‌عنوان ابزار مهم اقتصادی بگیرند (حمیدیان و همکاران، ۱۳۹۶؛ مهرانی و همکاران، ۱۳۹۹). لیزنرینگ، لینزمیر، شیپر و ترات (۲۰۱۲) بیان کردند مدل کسب‌وکار مرتبط‌ترین اطلاعات را فراهم می‌کند؛ زیرا مشخص‌کننده ارزش جریان‌ات نقدی است. بروهام^۸ (۲۰۱۲) معتقد است استفاده از مدل کسب-

¹ Gietzmann and Trombetta

² Mechelli, Cimini and Mazzocchetti

³ Michalak, Rimmel, Beusch and Jonäll

⁴ Verrecchia

⁵ Richardson and Welker

⁶ Watson, Shrivs and Marston

⁷ Xiao, Yang and Chow

⁸ Brougham

و کار فراهم‌کننده مرتبط‌ترین اطلاعاتی است که استفاده‌کنندگان نیاز دارند. در دهه اخیر، استفاده از واژه مدل کسب‌وکار در نظام‌بخشی حسابداری در دستور کار حرفه قرار گرفته است (انجمن حسابداران خبره انگلستان و ولز^۱، ۲۰۱۰). عاملی که انگیزه به‌کارگیری مفهوم مدل کسب‌وکار در حسابداری را ایجاد کرده است، فراهم کردن اطلاعات مربوط‌تر به استفاده‌کنندگان اطلاعات حسابداری است (لیزنرینگ و همکاران، ۲۰۱۲). با وجود علاقه موجود و توجه روزافزون استانداردهاگذاران و پژوهشگران حسابداری به مدل کسب‌وکار شرکت‌ها، تحقیقات علمی پیرامون این موضوع در مراحل اولیه خود به‌سر می‌برد (دی‌فابیو و آوالونه، ۲۰۱۸). در حال حاضر الزام و چارچوب مشخصی برای شرکت‌های ایرانی به‌منظور گزارش و افشای اطلاعات مدل کسب‌وکار وجود ندارد و اطلاعات مالی و غیرمالی مدل کسب‌وکار شرکت‌ها به‌صورت ناقص در گزارش‌های سالانه شرکت‌ها منتشر می‌شوند (مهرانی و همکاران، ۱۳۹۹). نوع، رویکرد و منطق افشای این نوع اطلاعات در هر شرکت متفاوت است و ساختاریافته نیست؛ در نتیجه شرکت‌ها ابزار کافی و مناسبی برای اندازه‌گیری، اطلاع‌رسانی و پاسخگویی به ذی‌نفعان داخلی و خارجی ندارند. بنابراین، امکان درک ریسک‌ها و فرصت‌ها برای مدیران سازمان‌ها و هم‌چنین ذی‌نفعان شرکت‌ها نیز وجود ندارد. مدیران شرکت‌های ایرانی نیز تمایلی به افشای اطلاعات مربوط به هزینه‌های اجتماعی (حساس یگانه، باباجانی، تقوی فرد و آرین پور، ۱۳۹۷) و هم‌چنین اطلاعات مدل‌های کسب‌وکار (حمیدیان و همکاران، ۱۳۹۶؛ مهرانی و همکاران، ۱۳۹۹) سازمان خود ندارند که این مسأله می‌تواند به دلایلی از جمله ناآگاهی نسبت به اهمیت افشای این اطلاعات و نبود الگویی خاص، مناسب و جامع و فقدان استاندارد مربوط به افشای این اطلاعات مرتبط باشد (کردستانی و راستگویان، ۱۳۹۹؛ مهرانی و همکاران، ۱۳۹۹). از این‌رو، پژوهش حاضر قصد دارد با شناسایی ابعاد و شاخص‌های کلیدی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار واحدهای تجاری به روش‌شناسی توصیفی-پیمایشی، علاوه بر غنا بخشیدن به ادبیات مفهوم مدل کسب‌وکار، بتواند برای تحلیل‌گران، مدیران و سیاست‌گذاران امور شرکتی مفید واقع گردد تا با تدوین سیاست‌ها و استانداردهای مناسب در حوزه گزارشگری مالی، اطلاعات شفاف‌تری را در اختیار ذی‌نفعان قرار دهند. در ادامه ضمن تشریح مبانی نظری، نقطه نظرات جامعه حرفه‌ای حسابداری و پیشینه پژوهش، به توصیف روش‌شناسی پژوهش و تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته می‌شود. در نهایت نیز، نتایج و یافته‌ها مورد بحث و بررسی قرار خواهند گرفت.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

نگاهی اجمالی بر ادبیات مفهوم مدل کسب‌وکار

عملکرد شرکت‌ها در محیط‌های متلاطم و متغیر کسب‌وکار به شدت به بازاریابی و ایجاد مدلی جدید و سازگار برای کسب‌وکار بستگی دارد (ریکیاردی، زاردینی و روسینگلی^۲، ۲۰۱۶). لذا، مفهوم مدل کسب‌وکار به طور مکرر توسط نظام‌بخشی‌های مختلف مورد استفاده قرار گرفته؛ به‌نحوی که به‌کارگیری آن در رویه‌های مدیریتی و کسب‌وکار به یک امر عادی بدل گشته است (پریچ، ویتریچ و دورکین^۳، ۲۰۱۷). در ۱۵ سال گذشته، بسیاری از محققان نظام‌بخشی‌های گوناگون (مدیریت، اقتصاد و حسابداری) سعی در کشف بیشتر و بهتر ماهیت و هویت پنهان مدل کسب‌وکار داشته‌اند (چن، ۲۰۰۳؛ لم و هاریسون-والکر، ۲۰۰۳؛ سیلوس و مایر، ۲۰۰۵؛ چسبرو، ۲۰۰۷؛ جانسن، کریستینسن و کاگرم، ۲۰۰۸؛ زوت، آمیت و ماسا، ۲۰۱۱؛ آرنه، ۲۰۱۳؛

¹ Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW)

² Ricciardi, Zardini and Rossignoli

³ Perić, Vitezić and Durkin

کلانگ، والنوفر و هاکلین، ۲۰۱۴؛ زندوال نبازی و زبیر، ۲۰۱۴؛ مصلح، نصرت‌آبادی و بهرامی، ۲۰۱۵).^۱ برخی از محققین از جمله تسی (۲۰۱۰)، خاناقا، ولبردا و اشری^۲ (۲۰۱۴) و دی‌ریور و آتاناسوپولو^۳ (۲۰۲۰)، مدل کسب‌وکار را تشریح کننده چگونگی ارزش‌آفرینی واحد تجاری برای استفاده‌کنندگان و ذی‌نفعان می‌دانند. برخی دیگر اذعان دارند که مدل کسب‌وکار از عوامل کلیدی موفقیت یا شکست کسب‌وکار هستند (ویل^۴ و همکاران، ۲۰۰۵). مؤسسه کی پی ام جی (۲۰۱۴) معتقد است هر توصیفی از واژه مدل کسب‌وکار باید در برگیرنده مواردی همچون: نحوه و چگونگی ساختار سازمان، مشخص شدن بازارهای هدف، نحوه و چگونگی فعالیت سازمان در بازارهای هدف، محصولات و خدمات اصلی، گروه‌های اصلی مشتریان و روش‌های مهم توزیع کالا و خدمات باشد (کی پی ام جی^۵، ۲۰۱۴ به نقل از انجمن حسابداران مدیریت خبره جهانی، ۲۰۱۸). علی‌رغم فقدان اجماع بر سر تعریف مدل کسب‌وکار، شافر، اسمیت و لیندر (۲۰۰۵) اذعان دارند که ممکن است بخش‌هایی از تعاریف صورت گرفته بین دیدگاه‌ها و نظرات خبرگان بین رشته‌ای مشترک باشد، همان گونه که در بین اساتید دانشگاه مصطلح است که مفهوم مدل کسب‌وکار، توضیح انتزاعی از چگونگی خلق و تسخیر ارزش می‌باشد (پریچ و همکاران، ۲۰۱۷). با این وجود، رویه‌های کسب‌وکار از یک سو و نظریه سیستم و سازمان از سوی دیگر، ابهام و گنگ بودن تعاریف را کاهش نداده و اهمیت آن را دو چندان کرده است (همان). امروزه، تعداد شرکت‌های موفق که تمام فعالیت‌های خود را بر روی یک مدل کسب‌وکار یکسان و منفرد متمرکز نموده‌اند، رو به کاهش هستند (تسی، ۲۰۱۰؛ نواک، ۲۰۱۳). این در حالی است که استفاده از مدل‌های کسب‌وکار پیچیده و غیرمتجانس به صورت فزاینده‌ای رو به افزایش است (دمیل و لکوک، ۲۰۱۰؛ هارفورد، ۲۰۱۸؛ لمبرت و دیویدسون، ۲۰۱۳). به عقیده‌ی هامل (۲۰۰۰)، هر سازمان [حداقل] یک مدل کسب‌وکار دارد که به‌سادگی نحوه کسب‌وکار و فعالیت‌هایش را نشان می‌دهد. برای شرکت‌ها ضروری است که درک روشنی از مدل کسب‌وکار خود داشته باشد؛ زیرا این موضوع منبعی برای مزیت رقابتی آن‌ها تلقی می‌شود (استروالد، ۲۰۰۴). مدل کسب‌وکار در واحدهای تجاری یکی از عوامل کلیدی سرنوشت‌ساز موفقیت^۶ تلقی شده و بدون داشتن یک مدل کسب‌وکار مطلوب، مزیت رقابتی و در نهایت موفقیت اقتصادی شرکت‌ها عملی نخواهد شد (استروالد، ۲۰۰۴؛ آمیت و زوت، ۲۰۱۲؛ تیس، ۲۰۱۰). به همین علت است که مدل کسب‌وکار را ساختار واحد برای توضیح مزیت رقابتی و عملکرد شرکت (آفوا و توشی، ۲۰۰۳) و ابزار قدرتمند سازمان‌ها برای تحلیل، آزمون و ارزیابی انتخاب‌های راهبردی شرکت‌ها (شافر و همکاران، ۲۰۰۵) در نظر می‌گیرند. کوالکانتیه، کستینگ و اوهول^۷ (۲۰۱۱) خاطر نشان کردند که نیاز سازمان‌ها به معرفی پویایی خود، به درک آن‌ها از مدل‌های کسب‌وکار برمی‌گردد.

افشای داوطلبانه اطلاعات مدل کسب‌وکار در حسابداری

¹ Chen; Lam and Harrison-Walker; Seelos and Mair; Chesbrough; Johnson, Christensen, and Kagermann; Zott, Amit, and Massa; Arend; Klang, Wallnöfer and Hacklin; Zandoval Bonazzi and Zilber; Mosleh, Nosratabadi and Bahrami

² Khanagha, Volberda and Oshri

³ De Reuver and Athanasopoulou

⁴ Weill

⁵ KPMG

⁶ Success Critical Factor (SCF)

⁷ Cavalcante, Kesting and Ulhøi

افشا می‌تواند به افشای اجباری و افشای اختیاری (داوطلبانه) در مورد عملکرد و وضعیت مالی شرکت تقسیم شود (آرمیتیج و مارستون^۱، ۲۰۰۸). افشای اجباری مطابق الزامات افشای شرکت‌ها و افشای داوطلبانه منوط به تصمیم‌گیری‌های مدیریتی است (حسینی و بحیرایی، ۱۳۹۸). تدوین‌کنندگان استاندارد و قانون‌گذاران به منظور محافظت از منافع سرمایه‌گذاران، شرکت‌ها را ملزم به افشای عمومی اطلاعات در مورد وضعیت مالی و فعالیت‌های عملیاتی‌شان می‌کنند. این نوع افشا، افشای اجباری می‌باشد (مدهانی^۲، ۲۰۰۹). نهادهای ناظر بورس و بازار اوراق بهادار به عنوان متصدی بازار سرمایه، قوانین و مقرراتی را تهیه کرده و همه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس را ملزم به رعایت کامل الزامات افشای اجباری می‌کنند. منظور از افشای داوطلبانه، افشای اطلاعات فراتر از تعهدات قانونی است که به‌وسیله نهادهای قانون‌گذار تدوین شده است (باراکو، ۲۰۰۷). افشای داوطلبانه نسبت به افشای اجباری اطلاعات جامع‌تری در مورد راهبردها و عملکرد شرکت ارائه می‌کند (حسینی و بحیرایی، ۱۳۹۸). ارائه اطلاعات داوطلبانه در مورد شناسایی، اندازه‌گیری و افشای اقلام حسابداری در صورت‌های مالی باعث جذب سرمایه‌گذاران می‌شود و به‌طور مؤثری به بهبود وضعیت مالی و چهره مدیریتی شرکت کمک می‌کند (یاتریدیس و آکساکیس^۳، ۲۰۱۲). نظریه‌های متعددی در مورد اهمیت افشاء داوطلبانه اطلاعات وجود دارد. برای مثال طبق نظریه علامت-دهی اسپنس (۱۹۷۳)، هرچه قدر افشاء اطلاعات بیشتر باشد، عدم تقارن اطلاعات بین شرکت و سرمایه‌گذاران فعلی و آینده را کاهش می‌دهد و به احتمال زیاد منجر به بهبود درک سرمایه‌گذاران از کیفیت گزارش‌های مالی می‌شود. علاوه بر آن، نظریه بنگاه سوجانن (۱۹۵۴) و نظریه شخصیت پیتن (۱۹۶۲) هر دو بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأکید دارند، زیرا تصمیم‌هایی از این دست، احتمالاً بر اکثر ذی‌نفعان و نهادهای نظارتی تأثیر می‌گذارد. نظریه دیگری که اهمیت افشای داوطلبانه اطلاعات را تأمین می‌کند، نظریه نمایندگی (جنسن و مک‌لینگ، ۱۹۷۶) است. مارستون و پاولی (۲۰۰۴) معتقدند مدیران ممکن است در درجه اول نگران حفظ منافع خود بر خلاف منافع سهامداران باشند و احتمالاً منجر به هزینه‌های نمایندگی، کاهش ارزش شرکت و هزینه‌های نظارت بر مدیریت شوند.

مطالعات افشای داوطلبانه اطلاعات غیرمالی به‌عنوان مکمل گزارشگری مالی سنتی عموماً بر کشورهای توسعه یافته متمرکز شده (دپورز، ۲۰۰۰؛ لابل، ۲۰۰۲؛ پترسن و پلنبرگ، ۲۰۰۶؛ بروکمن و همکاران، ۲۰۰۹) و در سال‌های اخیر، این دسته از مطالعات به کشورهای در حال توسعه نیز تسری یافته است؛ در مالزی پژوهش مهدغزالی و ویتمن (۲۰۰۶)؛ در کویت پژوهش الشماری (۲۰۰۸)؛ در ترکیه پژوهش اویار و همکاران (۲۰۱۳)؛ در مصر پژوهش آل‌سی (۲۰۱۵)؛ در تونس پژوهش علی (۲۰۱۴) و در ایران پژوهش صادق و همکاران (۲۰۱۳) نمونه‌هایی از این پژوهش‌ها هستند (احمدی و بوری، ۲۰۱۷).

امروزه گزارش‌دهی فقط برای اطلاع‌رسانی نیست، بلکه برای گسترش مفاهیم مدیریتی و کسب‌وکار، نگاه سازمان به‌سوی تمام ذی‌نفعان معطوف شده و برای رفع نیازهای آن‌ها، مباحث نوینی از جمله گزارشگری یکپارچه و افشای اطلاعات مدل کسب‌وکار در سطح جهان مطرح شده است (ونبومل، ۲۰۱۴؛ ستایش و مهتری، ۱۳۹۸؛ مهرانی و همکاران، ۱۳۹۹). اما چالش اصلی، نیاز ذی‌نفعان به دامنه وسیعی از اطلاعات علاوه بر اطلاعات مالی است (فخاری و بابادی، ۱۳۹۵). در سال‌های اخیر، شرکت‌ها با استفاده از رویکردهای مختلف گزارشگری سازمانی، مقادیر گسترده‌ای از افشای مالی و غیرمالی را آغاز کرده‌اند (ابوالفتحی، نوراله زاده، جعفری و خسروی پور، ۱۳۹۹). ذکر این نکته ضروری است که وقتی شرکت‌ها بر اساس مدل کسب-

¹ Armitage, and Marston

² Madhani

³ Alexakis and Foster

و کار، دست به افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی می‌زنند (برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، فراهم ساختن علامت-هایی برای بازار یا خودمشروعی)، محیط اطلاعاتی را غنی‌تر می‌سازند (حمیدیان و همکاران، ۱۳۹۶). شرکت‌هایی که به‌طور داوطلبانه اطلاعات مدل کسب‌وکار خود را افشاء می‌کنند، دارای اثرهای مطلوبی مانند کاهش تسخیر اطلاعات و مقررات، کاهش مشروعیت دادن غیرمنطقی به صورت‌های مالی و کاهش هزینه‌های نمایندگی می‌شوند (امیری، ۱۳۹۸). علاوه بر این، از پیامدهای دیگر افشای مؤلفه‌های مدل کسب‌وکار می‌توان به افزایش ارزش اطلاعات حسابداری و به تبع آن افزایش ارزش سهام شرکت اشاره کرد (کردستانی و راستگویان، ۱۳۹۹). اعتمادسازی سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه نیازمند افزایش شفافیت در ارائه اطلاعات مالی و غیرمالی است (مانیورا، ۲۰۱۷). لذا به منظور افزایش شفافیت، شرکت‌ها می‌توانند تصمیم به گسترش سیاست‌های افشای خود و به تبع آن افشای داوطلبانه مدل کسب‌وکار به عنوان ابزار مهم اقتصادی بگیرند (حمیدیان و همکاران، ۱۳۹۶؛ مهرانی و همکاران، ۱۳۹۹). اطلاعات مدل کسب‌وکار مبنای تجربه و تحلیل برای سرمایه‌گذاران و ارزیابی عملکرد شرکت‌ها و چشم‌انداز شرکت‌ها و موقعیت فعلی شرکت‌ها در زنجیره ارزش است؛ این ارزیابی اولین مرحله سرمایه‌گذاری می‌باشد. اطلاعات مدل کسب‌وکار حتی در داخل شرکت‌ها دارای اهمیت بیشتری است ولی این اطلاعات توسط بسیاری از تحلیلگران مالی شرکت‌ها پوشش داده نمی‌شوند (شورای گزارشگری مالی بریتانیا، ۲۰۱۶). بیتی و اسمیت^۱ (۲۰۱۳) معتقدند که مفهوم مدل کسب‌وکار قادر به ارائه مفهوم جامع و قدرتمندی در حوزه گزارشگری سرمایه‌فکری است. آن‌ها اشاره می‌کنند که مفهوم مدل کسب‌وکار در مقایسه با گزارشگری عناصر سرمایه‌فکری که از سیستم اندازه‌گیری ایستا و تفکیک‌شده^۲ بهره می‌برد، از مفهومی جامع، چندسطحی و پویا برخوردار است. از این‌رو، مدل‌های افشا و حسابداری مدل کسب‌وکار توسط محققانی چون (پنمن، ۲۰۰۷؛ بروهام، ۲۰۰۱۲؛ لیزنرینگ و همکاران ۲۰۱۲؛ پیچ، ۲۰۱۴؛ سینگلتون - گرین، ۲۰۱۴) مورد بررسی قرار گرفته است (لاسینی، لیونزو و روزینگلی، ۲۰۱۵ به نقل از مهرانی و همکاران، ۱۳۹۹).

مطابق اسناد منتشر شده، در سالهای اخیر استفاده از واژه مدل کسب‌وکار در دستور کار حرفه حسابداری قرار گرفته است. تدوین‌کنندگان مقررات مالی و جامعه استانداردگذاران حسابداری در تلاشند تا زمینه‌های افشای اطلاعات مدل کسب‌وکار را در یادداشت‌های روایی گزارش‌های مالی سالیانه فراهم نمایند. برای مثال، هیأت تدوین استانداردهای حسابداری مالی ایالات متحده^۳ (۲۰۰۹) پیش‌نویس چارچوب یادداشت مدیریت را تهیه نموده که در آن به عناصر زیادی از جمله مدل کسب‌وکار واحد تجاری اشاره شده است. آیین‌نامه حاکمیت شرکتی بریتانیا^۴ (۲۰۱۰) پیشنهاد نمود که مدیران باید در گزارش‌های مالی سالیانه خود توضیحی از مبانی مورد استفاده شرکت در ایجاد یا حفظ ارزش‌های خود طی یک دوره بلندمدت (مدل کسب‌وکار) و استراتژی خدمت رسانی و تحقق اهداف شرکت ارائه نمایند. هیأت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری و شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه (۲۰۱۳) دیدگاه مشترکی ارائه نمودند که در آن گام بعدی در ارزیابی گزارشگری شرکتی، بررسی میزان ارتباط مدل کسب‌وکار و ارزش‌آفرینی واحد تجاری است. در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۹ (جایگزین استاندارد شماره ۳۹) با عنوان ابزارهای مالی، این بار موضوع قصدونیت مدیریت حذف و به جای آن از واژه مدل کسب‌وکار استفاده شد و لذا براساس دستورالعمل مفهوم مدل کسب‌وکار، طبقه‌بندی دارایی‌های مالی به سه دسته تقسیم بندی گردید (لیزنرینگ و همکاران، ۲۰۱۱). هدف اصلی این استاندارد ارائه یک دستورالعمل طبقه‌بندی مبتنی بر مدل کسب‌وکار بوده که از طریق آن

¹ Beattie and Smith

² Fragmented and Static Measurement

³ The Financial Accounting Standards Board (FASB)

⁴ UK Corporate Governance Code (UKCGC)

بتوان اطلاعات حسابداری مربوطتر، قابل مقایسه‌تر، عینی‌تر و شفاف‌تری را در اختیار استفاده‌کنندگان قرار داد (هیأت بین‌المللی استانداردهای حسابداری، ۲۰۱۴). در بیانیه رویه حرفه‌ای هیأت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری پیرامون تفسیر (گزارش) مدیریت آمده است: اگرچه تمرکز اصلی تفسیر مدیریت بستگی به حقایق و شرایط واحد تجاری دارد، لیکن تفسیر مدیریت باید حاوی اطلاعات مهمی باشد که برای درک مواردی از جمله ماهیت کسب‌وکار واحد تجاری مفید و مؤثر واقع شود (بیانیه عملی استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی^۱، ۲۰۱۰، پاراگراف ۲۴). کمیسیون سرمایه‌گذاری‌ها و اوراق بهادار استرالیا^۲ (۲۰۱۱) در راهنمایی مقررات شماره ۲۲۸ خود، از شرکت‌ها درخواست نمود تا در خصوص موضوعاتی از جمله «اجزاء اصلی مدل کسب‌وکار به‌کار گرفته شده در واحد تجاری، چگونگی ارتباط آن‌ها با یکدیگر، مفروضات کلیدی به‌کار گرفته شده در این مدل و ریسک‌های مرتبط با آن» توضیح و تفسیرهای لازم را ارائه نمایند. در هشتم ژوئیه سال ۲۰۱۳، گروه مشورتی گزارشگری مالی اروپا (۲۰۱۳) شامل استانداردهاگزاران ملیت‌های فرانسه، آلمان، ایتالیا و بریتانیا، بولتن ویژه‌ای را منتشر کردند که به نقش مدل کسب‌وکار در گزارشگری مالی و تأثیر آن بر ویژگی‌های کیفی مربوط بودن، ارائه منصفانه، قابلیت مقایسه، به موقع بودن و قابلیت فهم پرداخته است. همانطور که می‌بینیم هیأت‌ها، کمیته‌ها و مراکز رسمی و معتبر در حوزه حسابداری در خصوص به‌کارگیری مدل کسب‌وکار مطالعات و تحقیقات کاملی را صورت داده‌اند که خود نشانی از بااهمیت بودن موضوع بوده و لذا، برنامه‌ریزی برای افشای اطلاعات مالی و غیرمالی شرکت‌ها بر اساس مفهوم مدل کسب‌وکار در سیستم‌های گزارشگری مالی و تدوین شاخص‌های کلیدی و مؤثر برای گزارشگری مدل‌های کسب‌وکار واحدهای تجاری، ضروری به نظر می‌رسد.

پیشینه تحقیق

ربیعی، مهرانی و تحریری (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر کیفیت افشای داوطلبانه پرداختند. آن‌ها با روش‌شناسی آمیخته عواملی مانند دسترسی به اطلاعات داوطلبانه، شکل افشای داوطلبانه، توجه به نوع صنعت و استفاده‌کنندگان، ویژگی‌های کیفی اطلاعات، افشای تحلیلی و افشای آتی را شناسایی کرده و دریافته‌اند که این عوامل اثر مثبت و معناداری بر افشای داوطلبانه دارند. حسینی و مالکیان (۲۰۲۰) در پژوهش خود رابطه بین افشای داوطلبانه و عملکرد مالی و مدیریت سود را مورد بررسی قرار دادند. نتیجه پژوهش آن‌ها نشان داد بین شاخص‌های عملکرد مالی و مدیریت سود و افشای داوطلبانه، رابطه معناداری وجود دارد. لذا، افزایش سطح افشای داوطلبانه عملکرد مالی را افزایش خواهد داد. کردستانی و راستگویان (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی ارتباط افشای مدل کسب‌وکار با ارزش بازار سهام شرکت براساس مؤلفه‌های مدل کسب‌وکار پرداختند. به این منظور داده‌های ۱۴۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را بررسی نمودند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد در مجموع افشای مدل کسب‌وکار تأثیر مثبت بر افزایش ارزش بازار سهام شرکت ندارد. مهرانی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با روش‌شناسی آمیخته، الگویی برای گزارشگری مالی مبتنی بر مدل کسب‌وکار ارائه نمودند. مدل پیشنهادی آنان شامل شش بُعد، ۲۴ مؤلفه و ۵۰ شاخص است که می‌تواند به عنوان مدل بومی و بدیع برای گزارشگری مالی مورد استفاده قرار گیرد. قنبرزاده و همکاران (نوبت چاپ) در مقاله‌ای با موضوع شناسایی مؤلفه‌های گزارشگری مالی با رویکرد مدل کسب‌وکار، شش مؤلفه اصلی شامل شفافیت و روایی، پاسخگویی اجتماعی، کاربران (ذی‌نفعان)، محرک‌های کلیدی، عدالت و

¹ IFRS Practice Statement

² Australian Securities and Investments Commission

انصاف در توزیع گزارش و ارائه و نحوه افشای را از طریق روش‌شناسی کیفی و با استفاده از روش تجزیه و تحلیل تماتیک استقرایی شناسایی کردند. فیضی، پورآقاجان سرحمامی و نسل موسوی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر افشای داوطلبانه اطلاعات غیرمالی و عملکرد پایداری بر بهبود کیفیت حسابرسی پرداختند. نتایج نشان داد افشای داوطلبانه اطلاعات غیرمالی و ابعاد آن موجب تقویت عملکرد پایداری و بهبود کیفیت حسابرسی شرکت می‌گردد. حمیدیان و همکاران (۱۳۹۶) برای اندازه‌گیری افشای داوطلبانه اطلاعات مدل کسب‌وکار شرکت‌ها از مدل مثلی و همکاران (۲۰۱۷) استفاده کردند. آن‌ها چک لیستی با پنج بُعد شامل ماهیت کسب‌وکار، اهداف و استراتژی‌های کسب‌وکار، منابع، ریسک‌ها و ارتباطات، نتایج عملیات شرکت و نتایج عملکرد شرکت تهیه نمودند و داده‌های ۱۲۷ شرکت بورس اوراق بهادار را مورد آزمون قرار دادند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که افشای داوطلبانه مؤلفه‌های مدل کسب‌وکار ارتباط ارزشی بالاتری نسبت به مؤلفه‌های افشای محدود فراهم می‌سازد.

الهمیادی، الامی، احمد و تباش^۱ (۲۰۲۰) دامنه افشای داوطلبانه گزارش‌های سالانه بانک‌های اسلامی یمن را مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها ۲۲۶ شاخص افشای داوطلبانه را برای چهار بانک اسلامی و مهم یمن در بازه زمانی ۲۰۱۴-۲۰۰۵ ارزیابی کردند و دریافتند که بانک اسلامی بین‌المللی تادهامون از بالاترین سطح افشای داوطلبانه برخوردار است. کریسدیانتی و ویوو^۲ (۲۰۱۹) در پژوهشی عملکرد شرکت را با سطح افشای داوطلبانه مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها صورت‌های مالی ۲۲ شرکت مالزیایی را در بازه زمانی ۲۰۱۴-۲۰۱۲ تحلیل نموده و دریافتند که افشای داوطلبانه بر عملکرد شرکت تأثیر قابل ملاحظه‌ای ندارد. آبراهامسون، ماگا و نیکو^۳ (۲۰۱۹) میزان اثر نوآوری مدل‌های کسب‌وکار را بر قیمت‌های سهام بررسی کرده‌اند. آنها با انجام مطالعه‌ای کمی که مبتنی بر داده‌های بازار سهام بود، ۱۴۷ نمونه از شرکت‌های فناوری بورس اوراق بهادار ایالات متحده را انتخاب نموده و داده‌های این شرکت‌ها را در بازه زمانی بین سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۱۴ تجزیه و تحلیل نمودند. یافته‌های آنان نشان داد که بازار سرمایه به نوآوری پاداش بیشتری ارائه کرده است که تعداد نوآوری مدل‌های کسب‌وکار بیشتری داشته‌اند. ویبیسونو و پوتری (۲۰۱۸) با استفاده از مدل رفتاری و دیدگاه سرمایه‌گذاران نسبت به نحوه استفاده از اطلاعات افشا شده داوطلبانه دریافتند که سرمایه‌گذاران برای اتخاذ تصمیم‌های سرمایه‌گذاری‌های خود مشتاق هستند تا از اطلاعاتی که به صورت داوطلبانه منتشر شده‌اند و مدل رفتاری تعدیل یافته استفاده نمایند. بینی، بلوچی و گیونتا^۴ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با موضوع مدل کسب‌وکار و افشای شاخص‌های کلیدی غیرمالی عملکرد بیان کردند افشای مدل کسب‌وکار ابزار ارتباطی شرکت‌ها برای ایجاد اثربخشی افشای شاخص‌های کلیدی غیرمالی عملکرد است. در واقع، مدل‌های کسب‌وکار چارچوب یکپارچه‌ای را ایجاد می‌کنند که از این طریق توانایی درک ارزش آفرینی بوسیله سرمایه‌های مختلف و ترکیب آنها با یکدیگر تسهیل می‌شود. مثلی و همکاران (۲۰۱۷) در بررسی مفید بودن افشای اطلاعات مدل کسب‌وکار برای قضاوت سرمایه‌گذاران در شرکت‌های مالی اروپایی نشان دادند ارتباط ارزشی متغیرهای حسابداری افشای گسترده‌ای در ارتباط با مدل کسب‌وکار ارائه می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد افشای اطلاعات مدل کسب‌وکار نه تنها برای استراتژی‌های سرمایه‌گذاران بلکه برای قانون‌گذاران و تهیه‌کنندگان استانداردها نیز اهمیت دارد. میچالاک و همکاران (۲۰۱۷)، افشای مدل کسب‌وکار در گزارش واحدهای تجاری (شرکتی) را مورد بررسی قرار دادند. به زعم آن‌ها اگر توصیف و تشریح مدل کسب‌وکار بتواند وضعیت شرکت را برای ذی‌نفعان

¹ Al-Homaidi, Allamy, Ahmad and Tabash

² Krisdayanti and Wibowo

³ Abrahamsson, Maga and Nico

⁴ Bini, Bellucci and Giunta

بیش از پیش به تصویر بکشد و درک آن‌ها را از سایر داده‌های فراهم‌شده (مثل صورت‌های مالی، هزینه ریسک و پایداری شرکت) افزایش دهد، می‌تواند برای ذی‌نفعانشان مربوط تلقی گردد. آن‌ها معتقدند که افشای اطلاعات مربوط به مدل‌های کسب‌وکار می‌تواند به ذی‌نفعان در ارزیابی پایداری مدل‌های کسب‌وکار و کل شرکت کمک کند. گیونتا، بامباگیوتی-آلبرتی و وروچی (۲۰۱۴) افشای داوطلبانه مدل کسب‌وکار شرکت‌های ایتالیایی استار و بلوچیپ در بورس اوراق بهادار ایتالیا را مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها دریافتند که بین این دو بخش تفاوت‌هایی وجود دارد؛ زمانی که شرکت‌های استار اطلاعات بیشتری از عنصر ارزش پیشنهادی را افشای می‌کردند، شرکت‌های بلوچیپ اطلاعات بیشتری از عنصر روابط مدل کسب‌وکار را منتشر می‌نمودند.

پرسش‌های تحقیق

به منظور دستیابی به اهداف پژوهش، بر پایه مبانی نظری پژوهش و مطالعات تجربی صورت گرفته در بخش پیشینه پژوهش یک سؤال اصلی و سه سؤال فرعی تدوین شده است.

سؤال اصلی: الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار کدام است؟

سؤال فرعی اول: ابعاد اصلی و شاخص‌های الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار کدام است؟

سؤال فرعی دوم: میزان اعتبار شاخص‌های الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار کدام است؟

سؤال فرعی سوم: سطح اهمیت شاخص‌های الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار کدام است؟

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ فلسفه پژوهش، اثبات‌گرایی؛ از لحاظ جهت‌گیری پژوهش، کاربردی؛ از لحاظ روش‌شناسی، کمی؛ از لحاظ راهبرد پژوهش، پیمایشی؛ از لحاظ هدف، توصیفی؛ از لحاظ ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه و از لحاظ روش گردآوری داده‌ها، کتابخانه‌ای و میدانی می‌باشد. مراحل اجرای پژوهش بدین شرح است: الف) مطالعه مبانی نظری (روش کتابخانه‌ای)، ب) انجام مصاحبه با برخی از خبرگان، ج) تعیین ابعاد و شاخص‌های کلیدی و مؤثر در افشای اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار. از سوی دیگر، روش مورد استفاده در این پژوهش جهت شاخص‌سازی افشای اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار، روش ساختار چند بُعدی است. برای اجرای این روش سه مرحله ایجاد شاخص، توسعه مقیاس و ارزیابی مقیاس باید انجام شود (حنفی‌زاده و رحمانی، ۱۳۹۲). در این پژوهش، ترکیبی از استدلال قیاسی و استقرایی استفاده شده است؛ بدین معنی که با استفاده از مرور ادبیات و انجام مصاحبه با چند تن از خبرگان، ابعاد و شاخص‌هایی که به صورت مشترک وجود داشته استخراج شده و مدل پایه یا مدل مفهومی نخست شکل گرفت. در ادامه با سنجش روایی و پایایی مدل مفهومی یاد شده که از طریق نظرسنجی از خبرگان و جامعه آماری مورد نظر صورت گرفت، مدل نهایی بومی شد و با استفاده از آزمون‌های استنباطی اعتبار مدل و شاخص‌های آن بررسی گردید. جامعه آماری این پژوهش متشکل از سه گروه الف) اساتید و صاحب‌نظران دانشگاهی، ب) مدیران اجرایی و حساب‌رسان و ج) کارشناسان و تحلیل‌گران مالی می‌باشند که به مفهوم مدل کسب‌وکار و افشای اطلاعات شرکت‌ها آشنایی داشتند. در مرحله نمونه‌گیری، برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه-

گیری کوکران استفاده شده است. با در نظر گرفتن سطح خطای شش درصد و سطح اطمینان پنج درصد، تعداد نمونه ۲۶۷ و به شرح رابطه ۱ محاسبات شد:

$$n = \frac{(Z_{\alpha pq})^2}{d^2} = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.06)^2} = 267 \quad (1)$$

با توجه به عدم دسترسی به افراد خبره‌ای که به هر دو مفهوم گزارشگری مالی و مدل‌های کسب‌وکار تسلط کامل داشته باشند و همچنین نگرانی از وجود پاسخ‌های نادرست و بی‌دقت، برای نمونه‌گیری از روش غیرتصادفی به شکل نمونه غیراحتمالی استفاده شده است. در این مرحله، با توجه به ویژگی‌های مذکور، تعداد ۳۰۰ پرسشنامه بین پاسخ‌دهندگان توزیع گردیده است. پس از پیگیری‌های انجام شده ۲۸۶ پاسخ دریافت شد که مبنای تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

بررسی روایی (کمی و کیفی) و پایایی پرسشنامه

برای سنجش روایی چندین گونه وجود دارد (بولارینوا^۱، ۲۰۱۵) که پژوهشگران دو روایی صوری و محتوایی را در اکثر مطالعات خود مورد ارزیابی قرار می‌دهند (توماس، سیلورمن و نلسون^۲، ۲۰۱۵). در این پژوهش، از هر دو روش استفاده شده است. برای بررسی روایی صوری از دو روش کمی و کیفی استفاده گردید. تعیین روایی صوری کیفی در یک پانل پنج نفره تخصصی با حضور متخصصین حوزه گزارشگری مالی و مدل‌های کسب‌وکار برای یافتن میزان عدم تناسب، ابهام عبارات و یا وجود نارسایی در معانی کلمات انجام گرفت که نظرات آنان به صورت تغییراتی جزئی در پرسشنامه اعمال شد. برای تعیین کمی روایی صوری، ضریب تأثیر^۳ هر سؤال محاسبه شد (لاوشه، ۱۹۷۵؛ میلر، ۲۰۱۲). در بررسی کیفی روایی محتوا از پنج نفر از متخصصین حوزه گزارشگری مالی و مدل‌های کسب‌وکار درخواست شد پس از مطالعه دقیق ابزار، دیدگاه‌های اصلاحی خود را به صورت کتبی ارائه نمایند. همچنین تأکید شد که در ارزیابی کیفی روایی محتوا، موارد رعایت دستور زبان، استفاده از کلمات مناسب، اهمیت سؤالات، قرارگیری سؤالات در جای مناسب خود، زمان تکمیل ابزار طراحی شده را مدنظر قرار دهند (هاینس، ریچارد و کوبیانسی^۴، ۱۹۹۵). برای ارزیابی کمی روایی محتوا و جهت اطمینان از این که مهم‌ترین و صحیح‌ترین محتوا (ضرورت سؤال) انتخاب شده است، نسبت روایی محتوا^۵ (لاوشه، ۱۹۷۵؛ چادویک، بهر و آلبرشت، ۱۹۸۴) و برای اطمینان از اینکه سؤالات ابزار به بهترین نحو جهت اندازه‌گیری محتوا طراحی شده، با استفاده از شاخص والتز و باسل (۱۹۸۳) از شاخص روایی محتوا^۶ (یغمایی، ۱۳۸۲ و ۱۳۸۷) با دریافت نظرات ۱۵ نفر از متخصصین در قالب پرسشنامه، استفاده شد. نتایج ضریب تأثیر حاکی از آن بود که از ۴۲ سؤال، ۳۷ سؤال، نمره مساوی یا بیشتر از ۱/۵ داشتند، بنابراین پنج سؤال حذف و مابقی در پرسشنامه گنجانده شدند. نتایج شاخص روایی محتوا حاکی از آن بود که ۳۷ سؤال باقیمانده نمره بالاتر از ۰/۷۹ داشتند (هیرکاس و همکاران، ۲۰۰۳). نتایج نسبت روایی محتوا نشان داد که این ۳۷ سؤال، نمره مساوی یا بزرگتر از ۰/۴۹ - عدد جدول لاوشه داشتند. این مطلب حاکی از آن بود که سؤالات ضروری و مهم در این ابزار به کار گرفته شده بود (دی‌وون -

¹ Bolarinwa

² Thomas, Silverman and Nelson

³ Impact score

⁴ Hynes, Richard, Kubicancy

⁵ Content Validity Ratio (CVR)

⁶ Content Validity Index (CVI)

ها و همکاران، ۲۰۰۷). پایایی پرسشنامه نیز با روش آلفای کرونباخ بررسی شد (کرونباخ، ۱۹۵۱). میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۸۷ محاسبه شد که نشان از میزان رضایت بخش اعتماد به پرسشنامه بود. قابلیت اعتماد اندازه گیری شده برای هر یک از عوامل نیز به صورت جدول ۱ بوده که تمام مقادیر از دامنه قابل قبول ۰/۷ (نانلی، ۱۹۷۸؛ ون دی ون و فری، ۱۹۷۹) بزرگتر است.

جدول (۱): پایایی عوامل مورد بررسی

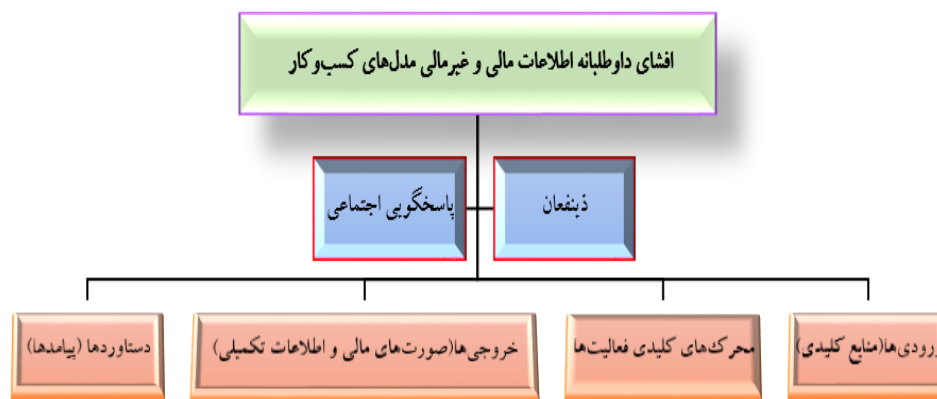
عوامل	آلفای کرونباخ عوامل	آلفای کرونباخ پرسشنامه
پاسخگویی اجتماعی	۰/۸۷۶	۰/۸۸۷
ذی نفعان	۰/۷۹۲	
ورودی‌ها (منابع کلیدی)	۰/۹۰۲	
محرک‌های کلیدی فعالیت‌ها	۰/۸۹۵	
خروجی‌ها (صورت‌های مالی و اطلاعات تکمیلی)	۰/۹۳۱	
دستاوردها (پیامدها)	۰/۸۹۸	

منبع: یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق

یافته‌های پژوهش حاضر در سه بخش بررسی شدند. در بخش اول به الگوی پیشنهادی اشاره شده است. بخش دوم، آمار توصیفی و بخش سوم آمار استنباطی را بررسی می‌کند.

چارچوب مفهومی الگوی پیشنهادی



شکل (۱): مدل مفهومی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب و کار

عوامل مختلفی چون فرهنگ (گرینبلات و کولهارجو^۱، ۲۰۰۱) قوانین عرفی و حقوقی (خلیف و حسینی^۲، ۲۰۱۶)، زبان (وست و گراهام^۳، ۲۰۰۴) و غیره می‌توانند در نحوه ارائه اطلاعات و همچنین استفاده از آن‌ها مؤثر باشد. به همین دلیل تعیین شاخص‌های افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار را با توجه به شرایط خاص هر کشور از ابعاد و جنبه‌های مختلف می‌توان مورد بررسی قرار داد. بر مبنای بررسی مطالعات کتابخانه‌ای و بر اساس مطالعات تجربی بینی و همکاران (۲۰۱۸)، مشلی و همکاران (۲۰۱۷)، میچالاک و همکاران (۲۰۱۷)، لی (۲۰۱۷)، هاسلام و همکاران (۲۰۱۵)، گیونتا و همکاران (۲۰۱۴)، شورای گزارشگری مالی بریتانیا (۲۰۱۶ و ۲۰۱۴)، شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه (۲۰۱۳)، گروه مشورتی گزارشگری مالی اروپا (۲۰۱۳ و ۲۰۱۴)، کردستانی و راستگویان (۱۳۹۹)، مهرانی و همکاران (۱۳۹۹)، قنبرزاده و همکاران (نوبت چاپ)، رضایی و همکاران (۱۳۹۸) و حمیدیان و همکاران (۱۳۹۶) و مصاحبه با چند تن از خبرگان، مدل مفهومی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر رویکرد ذی‌نفعان مطابق شکل ۱ برای تقویت افشا و دستیابی به شفافیت گزارشگری مالی ارائه شده است. مدل مفهومی پیشنهادی در دو سطح صورت می‌گیرد؛ سطح اول عبارت است از دو پیش فرض اصلی شامل پاسخگویی اجتماعی (۶ شاخص) و ذی‌نفعان (۵ شاخص)؛ و سطح دوم، چهار جزئی اصلی (ابعاد) شامل ورودی‌ها (منابع کلیدی) (۶ شاخص)، محرک‌های کلیدی فعالیت‌ها (۷ شاخص)، خروجی‌ها (صورت‌های مالی و اطلاعات تکمیلی) (۸ شاخص) و دستاوردها (پیامدها) (۶ شاخص) می‌باشد.

آمار توصیفی

در بخش اول پرسشنامه، پرسش‌های عمومی مرتبط با ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان شامل سطح تحصیلات، رشته تحصیلی و شغل یا سمت مطرح شد. نتایج بدست آمده در جدول ۲ نمایش داده شده است.

جدول (۲): اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

وضعیت شغلی		تحصیلات				رشته تحصیلی		
حسابرس	کارشناس مالی	عضو هیأت علمی	کارشناسی ارشد	دانشجوی دکتری	دکتری	اقتصاد	مدیریت	حسابداری
۸۹	۱۴۳	۵۴	۱۲۰	۹۴	۷۲	۳	۳۱	۲۵۲
۳۱٪	۵۰٪	۱۹٪	۴۲٪	۳۳٪	۲۵٪	۱٪	۱۱٪	۸۸٪
				جنسیت		رده سنی		
				مرد	زن	بیش از ۵۰	بین ۴۱ و ۵۰	کمتر از ۴۰
				۲۲۳	۶۳	۵۷	۱۴۹	۸۰
				۷۸٪	۲۲٪	۲۰٪	۵۲٪	۲۸٪

منبع: یافته‌های پژوهش

¹ Grinblatt and Keloharju

² Khlif and Hussainey

³ West and Graham

۸۸ درصد از پاسخ‌دهندگان در رشته حسابداری، ۱۱ درصد در رشته مدیریت و ۱ درصد هم در رشته اقتصاد تحصیل نموده‌اند. ۲۵ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک دکتری، ۳۳ درصد دانشجوی دکتری و مابقی (۴۲٪) نیز کارشناسی ارشد بودند. ۵۰ درصد از پاسخ‌دهندگان کارشناس مالی و ۱۹ درصد نیز از اعضای هیأت علمی دانشگاه بودند. اکثر پاسخ‌دهندگان (۵۲٪) در رده سنی ۴۱ تا ۵۰ سال قرار داشتند و بیشترین سهم نیز از آن مردان با سهم ۷۸ درصد بود. آمار توصیفی بررسی شده نشان می‌دهد بر اساس ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان، استفاده از داده‌های پرسشنامه برای به‌کارگیری آمار استنباطی و تجزیه و تحلیل آن‌ها در شرایط منطقی قرار دارد.

آمار استنباطی

الف- آزمون دوجمله‌ای: با توجه به اینکه از پاسخ‌دهندگان خواسته شد ابتدا نظرهای موافق و مخالف خود را در هر مورد بیان نموده و در صورت موافقت، شدت موافقت خود را روی طیف لیکرت مشخص کنند، ابتدا با استفاده از آزمون دوجمله‌ای نسبت نظرهای موافق و مخالف پاسخ‌دهندگان بررسی شد. بیان آماری آزمون دوجمله‌ای به شرح زیر ارائه و نتایج آن در مورد هر یک از سؤال‌های پرسشنامه در جدول ۳ منعکس شده است:
فرض صفر: درصد موفقیت در جامعه برابر با نسبت آزمون است.
فرض یک: درصد موفقیت در جامعه برابر با نسبت آزمون نیست.

جدول (۳): نسبت نظرهای موافق و مخالف پاسخ‌دهندگان

ابعاد افشا	شاخص‌های افشا	درصد موافق	درصد مخالف	سطح معنی‌داری
پاسخگویی اجتماعی	اطلاعات مربوط به اهداف اجتماعی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۶	۰/۰۴	۰/۰۰
	اطلاعات مربوط به رعایت الزامات شرعی و قانونی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۸۶	۰/۱۴	۰/۰۰
	اطلاعات حاکمیت شرکتی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۸	۰/۰۲	۰/۰۰
	تعیین گروه‌های ذینفع اجتماعی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۱	۰/۰۹	۰/۰۰
	تطابق مدل‌های کسب‌وکار با آموزه‌های دینی - فرهنگی و ارزش‌های ایرانی - اسلامی	۰/۸۹	۰/۱۱	۰/۰۰
ذی‌نفعان	برنامه‌ریزی، مدیریت و کنترل تعامل ذینفعان واحد تجاری در مدل‌های کسب‌وکار	۰/۸۴	۰/۱۶	۰/۰۰
	برنامه‌ریزی، مدیریت و کنترل علایق ذینفعان واحد تجاری در مدل‌های کسب‌وکار	۰/۸۳	۰/۱۷	۰/۰۰
	برنامه‌ریزی، مدیریت و کنترل انتظارات ذینفعان واحد تجاری در مدل‌های کسب‌وکار	۰/۸۲	۰/۱۸	۰/۰۰
	بکارگیری تکنیک مدیریت ذینفعان	۰/۹۵	۰/۰۵	۰/۰۰
ورودی‌ها (منابع)	اجرای حسابرسی مالی سالانه مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
	اجرای حسابرسی عملیاتی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
	منابع مالی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
	منابع تولیدی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰

جدول (۳): نسبت نظرهای موافق و مخالف پاسخ‌دهندگان

ابعاد افشا	شاخص‌های افشا	درصد موافق	درصد مخالف	سطح معنی‌داری
کلیدی)	منابع انسانی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
	منابع فکری مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۸	۰/۰۲	۰/۰۰
	منابع طبیعی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۷	۰/۰۳	۰/۰۰
	منابع اجتماعی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۷	۰/۰۳	۰/۰۰
محرك‌های کلیدی	محرك‌های کلیدی درآمدهای عملیاتی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۸	۰/۰۲	۰/۰۰
	محرك‌های کلیدی درآمدهای غیرعملیاتی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۵	۰/۰۵	۰/۰۰
	محرك‌های کلیدی هزینه‌های عملیاتی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۹	۰/۰۱	۰/۰۰
	محرك‌های کلیدی هزینه‌های غیر عملیاتی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۷	۰/۰۳	۰/۰۰
	اطلاعات مربوط به ظرفیت اسمی، ظرفیت عملی و ظرفیت واقعی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۹	۰/۰۱	۰/۰۰
	گزاره‌های ارزشی- مالی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۸۲	۰/۱۸	۰/۰۰
	گزاره‌های ارزشی- غیر مالی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۸۱	۰/۱۹	۰/۰۰
خروجی‌ها (صورت‌های مالی و مالی و اطلاعات تکمیلی)	صورت وضعیت مالی جداگانه و تلفیقی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
	صورت سود و زیان جداگانه و تلفیقی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
	صورت جریان وجوه نقد جداگانه و تلفیقی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
	گزارش مسوولیت پاسخگویی اجتماعی مدیریت	۰/۹۹	۰/۰۱	۰/۰۰
	تعیین سهم ذینفعان واحد تجاری از سود و زیان مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۸	۰/۰۲	۰/۰۰
	اطلاعات مربوط به تجزیه و تحلیل سوات (SWOT) از مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
	بوم یا تابلوی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۸۳	۰/۱۷	۰/۰۰
	پیامدهای اقتصادی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
دستاوردها (پیامدها)	پیامدهای اجتماعی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۹	۰/۰۱	۰/۰۰
	پیامدهای زیست محیطی مدل‌های کسب‌وکار	۰/۹۹	۰/۰۱	۰/۰۰
	اطلاعات مربوط به میزان کارایی روش‌های مصرف منابع مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
	اطلاعات مربوط به میزان اثربخشی روش‌های مصرف منابع مدل‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

نگاهی به نتایج آزمون دوجمله‌ای در مورد شاخص‌های افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار بیانگر این واقعیت است که چون مقدار سطح معنی‌داری برای کلیه متغیرها کوچک‌تر از ۰/۰۵ است و درصد نظرهای موافق بسیار بیشتر از نظرهای مخالف است، لذا تمامی شاخص‌ها در ابعاد تعیین شده پیشنهادی تأیید شده است. به عبارت دیگر، فرض صفر مبنی بر برابری درصد موفقیت در جامعه با نسبت آزمون رد می‌شود.

ب- آزمون تی تک نمونه‌ای: برای حصول اطمینان از میزان شدت موافقت موافقان از آزمون‌های آماری تی تک نمونه‌ای استفاده شد. بیان آماری آزمون تی تک نمونه‌ای به شرح زیر ارائه و نتایج آن در مورد هر یک از سؤال‌های پرسشنامه در جدول ۴ منعکس شده است:

فرض صفر: میزان اعتبار شاخص‌های الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار در حد میانگین است.

فرض یک: میزان اعتبار شاخص‌های الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار در حد میانگین نیست.

جدول (۴): ارزیابی اعتبار شاخص‌های الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار

فاصله اطمینان ٪۹۵		اختلاف میانگین	سطح معنی‌داری	میانگین	آماره تی	شاخص‌های افشا
حد بالا	حد پایین					
۱/۷۶	۱/۸۷	۱/۸۲	۰/۰۴	۴/۸۲	۶۷/۸۲	اطلاعات مربوط به اهداف اجتماعی مدل‌های کسب‌وکار
۰/۳۳	۰/۶۵	۰/۴۹	۰/۰۰	۳/۶۹	۵/۹۸	اطلاعات مربوط به رعایت الزامات شرعی و قانونی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۲۷	۱/۴۴	۱/۳۶	۰/۰۰	۴/۳۶	۳۱/۴۴	اطلاعات حاکمیت شرکتی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۳۰	۱/۵۰	۱/۴۰	۰/۰۰	۴/۴۰	۲۸/۴۶	تعیین گروه‌های ذینفع اجتماعی مدل‌های کسب‌وکار
۰/۳۵	۰/۶۰	۰/۴۸	۰/۰۰	۳/۴۸	۷/۵۹	تطابق مدل‌های کسب‌وکار با آموزه‌های دینی - فرهنگی و ارزش‌های ایرانی - اسلامی
۰/۱۱	۰/۴۰	۰/۲۶	۰/۰۳	۳/۲۶	۳/۴۸	برنامه‌ریزی، مدیریت و کنترل تعامل ذینفعان واحد تجاری در مدل‌های کسب‌وکار
۰/۵۴	۰/۷۹	۰/۶۶	۰/۰۰	۳/۶۶	۱۰/۲۸	برنامه‌ریزی، مدیریت و کنترل علایق ذینفعان واحد تجاری در مدل‌های کسب‌وکار
۰/۴۳	۰/۶۳	۰/۵۲	۰/۰۳	۳/۶۴	۸/۶۳	برنامه‌ریزی، مدیریت و کنترل انتظارات ذینفعان واحد تجاری در مدل‌های کسب‌وکار
۱/۳۲	۱/۶۱	۱/۴۹	۰/۰۰	۴/۶۷	۲۹/۴۶	بکارگیری تکنیک مدیریت ذینفعان
۱/۷۳	۱/۸۵	۱/۷۹	۰/۰۰	۴/۷۹	۵۶/۵۱	اجرای حسابرسی مالی سالانه مدل‌های کسب‌وکار
۱/۷۴	۱/۸۶	۱/۸۰	۰/۰۰	۴/۸۰	۶۲/۲۴	اجرای حسابرسی عملیاتی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۷۰	۱/۸۲	۱/۷۶	۰/۰۰	۴/۷۶	۵۳/۹۷	منابع مالی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۶۳	۱/۷۷	۱/۷۰	۰/۰۲	۴/۷۰	۴۷/۵۳	منابع تولیدی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۱۴	۱/۳۲	۱/۲۳	۰/۰۰	۴/۲۳	۲۶/۵۱	منابع انسانی مدل‌های کسب‌وکار
۰/۸۵	۱/۰۷	۰/۹۶	۰/۰۰	۳/۹۹	۱۶/۷۹	منابع فکری مدل‌های کسب‌وکار
۰/۷۴	۱/۱۰	۰/۸۴	۰/۰۰	۳/۹۶	۱۴/۸۶	منابع طبیعی مدل‌های کسب‌وکار
۰/۵۴	۰/۷۹	۰/۶۶	۰/۰۰	۳/۶۶	۱۰/۲۸	منابع اجتماعی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۳۶	۱/۵۱	۱/۴۴	۰/۰۰	۴/۴۴	۳۷/۱۳	محرك‌های کلیدی درآمدهای عملیاتی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۳۳	۱/۵۰	۱/۴۱	۰/۰۲	۴/۴۱	۳۳/۵۷	محرك‌های کلیدی درآمدهای غیرعملیاتی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۳۷	۱/۵۴	۱/۴۵	۰/۰۰	۴/۴۶	۳۴/۲۷	محرك‌های کلیدی هزینه‌های عملیاتی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۲۶	۱/۴۵	۱/۳۵	۰/۰۰	۴/۳۵	۲۹/۴۳	محرك‌های کلیدی هزینه‌های غیر عملیاتی مدل‌های کسب‌وکار

جدول (۴): ارزیابی اعتبار شاخص‌های الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار

فاصله اطمینان ٪۹۵		اختلاف میانگین	سطح معنی‌داری	میانگین	آماره تی	شاخص‌های افشا
حد بالا	حد پایین					
۱/۴۸	۱/۶۶	۱/۵۷	۰/۰۳	۴/۵۷	۳۵/۱۳	اطلاعات مربوط به ظرفیت اسمی، ظرفیت عملی و ظرفیت واقعی مدل‌های کسب‌وکار
۰/۹۳	۱/۱۵	۱/۰۴	۰/۰۰	۴/۰۴	۱۸/۶۹	گزاره‌های ارزشی - مالی مدل‌های کسب‌وکار
۰/۵۹	۰/۸۳	۰/۷۱	۰/۰۰	۳/۱۸	۱۱/۶۴	گزاره‌های ارزشی - غیر مالی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۶۰	۱/۷۵	۱/۶۸	۰/۰۰	۴/۶۸	۴۴/۴۸	صورت وضعیت مالی جداگانه و تلفیقی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۵۸	۱/۷۲	۱/۶۵	۰/۰۰	۴/۶۵	۴۷/۱۹	صورت سود و زیان جداگانه و تلفیقی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۵۳	۱/۶۸	۱/۶۰	۰/۰۰	۴/۶۰	۴۱/۸۲	صورت جریان وجوه نقد جداگانه و تلفیقی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۴۸	۱/۶۶	۱/۵۷	۰/۰۰	۴/۵۷	۳۵/۱۳	گزارش مسوولیت پاسخگویی اجتماعی مدیریت
۱/۲۳	۱/۴۲	۱/۳۳	۰/۰۰	۴/۳۳	۲۷/۶۸	تعیین سهم ذینفعان واحد تجاری از سود و زیان مدل‌های کسب‌وکار
۱/۳۷	۱/۵۴	۱/۴۵	۰/۰۰	۴/۴۵	۳۴/۲۷	اطلاعات مربوط به تجزیه و تحلیل سوات (SWOT) از مدل‌های کسب‌وکار
۰/۵۳	۰/۷۱	۰/۶۷	۰/۰۰	۳/۱۲	۱۱/۱۴	بوم یا تابلوی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۵۸	۱/۷۲	۱/۶۵	۰/۰۰	۴/۶۵	۴۶/۵۰	پیامدهای اقتصادی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۴۸	۱/۶۲	۱/۵۵	۰/۰۰	۴/۵۵	۴۲/۱۴	پیامدهای اجتماعی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۲۵	۱/۴۲	۱/۳۳	۰/۰۰	۴/۳۳	۳۱/۴۵	پیامدهای زیست محیطی مدل‌های کسب‌وکار
۱/۳۶	۱/۵۱	۱/۴۴	۰/۰۰	۴/۴۴	۳۷/۱۳	اطلاعات مربوط به میزان کارایی روش‌های مصرف منابع مدل‌های کسب‌وکار
۱/۳۵	۱/۵۲	۱/۴۴	۰/۰۰	۴/۴۴	۳۲/۶۴	اطلاعات مربوط به میزان اثربخشی روش‌های مصرف منابع مدل‌های کسب‌وکار

همان‌طور که در جدول شماره ۴ ملاحظه می‌شود، سطح معنی‌داری کوچک‌تر از مقدار ۰/۰۵ است و مقادیر به‌دست آمده برای تی (t)، به مراتب بالاتر از ۱/۶۴ بوده (حداقل ۳/۱۲ و حداکثر ۴/۸۲) و حد پایین و حد بالا مثبت است. از این‌رو، می‌توان گفت که پاسخ‌دهندگان نسبت به موارد طرح شده با اطمینان بالایی اظهار نظر نموده‌اند و میزان اعتبار هر یک از شاخص‌های افشای داوطلبانه مدل‌های کسب‌وکار بیشتر از حد متوسط است. به عبارت دیگر، فرضیه صفر مبنی بر اینکه میزان اعتبار شاخص‌های الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار در حد میانگین است، رد می‌شود.

ج- آزمون فریدمن: به‌منظور رتبه‌بندی میزان اهمیت عوامل تشکیل دهنده سؤال‌های پژوهش از آزمون فریدمن استفاده گردید. به بیان دیگر، در این پژوهش صرفاً به موافقت و میزان موافقت کارشناسان در مورد عوامل مطروحه در پرسشنامه اکتفا نگردید، بلکه با استفاده از آزمون فریدمن، میزان اهمیت این عوامل رتبه‌بندی شد. رتبه‌بندی شاخص‌های هر یک از ابعاد الگوی پیشنهادی به این مطلب پاسخ می‌دهد که کدام یک از شاخص‌ها از سطح اهمیت بالاتری برخوردار بوده و باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد. نتایج آزمون فریدمن به شرح جدول ۵ ارائه شده است.

جدول (۵): سطح اهمیت شاخص های الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل های کسب و کار

ابعاد افشا	شاخص های افشا	میانگین رتبه	رتبه	سطح معنی - داری	درجه آزادی و خی دو
پاسخگویی اجتماعی	اطلاعات مربوط به اهداف اجتماعی مدل های کسب و کار	۴/۲۴	۲	۰/۰۰	درجه
	اطلاعات مربوط به رعایت الزامات شرعی و قانونی مدل های کسب و کار	۳/۸۹	۴	۰/۰۰	آزادی =
	اطلاعات حاکمیت شرکتی مدل های کسب و کار	۴/۳۵	۱	۰/۰۰	۴
	تعیین گروه های ذینفع اجتماعی مدل های کسب و کار	۴/۱۲	۳	۰/۰۰	خی دو =
	تطابق مدل های کسب و کار با آموزه های دینی - فرهنگی و ارزش های ایرانی - اسلامی	۳/۶۱	۵	۰/۰۰	۶۳/۹۷
ذی نفعان	برنامه ریزی، مدیریت و کنترل تعامل ذینفعان واحد تجاری در مدل های کسب و کار	۳/۹۹	۴	۰/۰۰	درجه
	برنامه ریزی، مدیریت و کنترل علایق ذینفعان واحد تجاری در مدل های کسب و کار	۳/۷۸	۶	۰/۰۰	آزادی =
	برنامه ریزی، مدیریت و کنترل انتظارات ذینفعان واحد تجاری در مدل های کسب و کار	۳/۸۸	۵	۰/۰۰	۵
	بکارگیری تکنیک مدیریت ذینفعان	۴/۵۸	۳	۰/۰۰	خی دو =
	اجرای حسابرسی مالی سالانه مدل های کسب و کار	۴/۷۶	۱	۰/۰۰	۹۱/۶۵
	اجرای حسابرسی عملیاتی مدل های کسب و کار	۴/۷۳	۲	۰/۰۰	
ورودی ها (منابع کلیدی)	منابع مالی مدل های کسب و کار	۴/۸۹	۱	۰/۰۰	درجه
	منابع تولیدی مدل های کسب و کار	۴/۸۰	۲	۰/۰۰	آزادی =
	منابع انسانی مدل های کسب و کار	۴/۳۵	۳	۰/۰۰	۵
	منابع فکری مدل های کسب و کار	۴/۲۲	۴	۰/۰۰	خی دو =
	منابع طبیعی مدل های کسب و کار	۳/۹۵	۶	۰/۰۰	۶۱/۲۹
	منابع اجتماعی مدل های کسب و کار	۴/۰۱	۵	۰/۰۰	
محرك های کلیدی فعالیت ها	محرك های کلیدی درآمدهای عملیاتی مدل های کسب و کار	۴/۶۳	۱	۰/۰۰	درجه
	محرك های کلیدی درآمدهای غیرعملیاتی مدل های کسب و کار	۴/۵۳	۳	۰/۰۰	آزادی =
	محرك های کلیدی هزینه های عملیاتی مدل های کسب و کار	۴/۵۶	۲	۰/۰۰	۶
	محرك های کلیدی هزینه های غیر عملیاتی مدل های کسب و کار	۴/۴۴	۴	۰/۰۰	خی دو =
	اطلاعات مربوط به ظرفیت اسمی، ظرفیت عملی و ظرفیت واقعی مدل های کسب و کار	۴/۲۷	۵	۰/۰۰	۱۲۵/۱۹

جدول (۵): سطح اهمیت شاخص های الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل های کسب و کار

ابعاد افشا	شاخص های افشا	میانگین رتبه	رتبه	سطح معنی - داری	درجه آزادی و خی دو
	گزاره های ارزشی - مالی مدل های کسب و کار	۳/۸۷	۶	۰/۰۰	
	گزاره های ارزشی - غیر مالی مدل های کسب و کار	۳/۵۸	۷	۰/۰۰	
خروجی ها (صورت- های مالی و اطلاعات تکمیلی)	صورت وضعیت مالی جداگانه و تلفیقی مدل های کسب و کار	۴/۷۴	۲	۰/۰۰	درجه آزادی = ۶ خی دو = ۱۴۲/۱۸
	صورت سود و زیان جداگانه و تلفیقی مدل های کسب و کار	۴/۸۸	۱	۰/۰۰	
	صورت جریان وجوه نقد جداگانه و تلفیقی مدل های کسب و کار	۴/۶۹	۳	۰/۰۰	
	گزارش مسوولیت پاسخگویی اجتماعی مدیریت	۴/۵۱	۴	۰/۰۰	
	تعیین سهم ذینفعان واحد تجاری از سود و زیان مدل های کسب و کار	۴/۲۶	۶	۰/۰۰	
	اطلاعات مربوط به تجزیه و تحلیل سوات (SWOT) از مدل های کسب و کار	۴/۴۹	۵	۰/۰۰	
دستاوردها (پیامدها)	بوم یا تابلوی مدل های کسب و کار	۳/۲۱	۷	۰/۰۰	درجه آزادی = ۴ خی دو = ۱۶/۳۸
	پیامدهای اقتصادی مدل های کسب و کار	۴/۷۷	۱	۰/۰۰	
	پیامدهای اجتماعی مدل های کسب و کار	۴/۲۹	۵	۰/۰۰	
	پیامدهای زیست محیطی مدل های کسب و کار	۴/۳۷	۴	۰/۰۰	
	اطلاعات مربوط به میزان کارایی روش های مصرف منابع مدل های کسب و کار	۴/۶۵	۲	۰/۰۰	
	اطلاعات مربوط به میزان اثربخشی روش های مصرف منابع مدل های کسب و کار	۴/۶۳	۳	۰/۰۰	

نتایج به شرح جدول ۵ نشان می دهد که شاخص "اطلاعات حاکمیت شرکتی مدل های کسب و کار" در بُعد پاسخگویی اجتماعی، شاخص "اجرای حسابرسی مالی سالانه مدل های کسب و کار" در بُعد ذی نفعان، شاخص "منابع مالی مدل های کسب و کار" در بُعد ورودی ها (منابع کلیدی)، شاخص "محرک های کلیدی درآمدهای عملیاتی مدل های کسب و کار" در بُعد محرک های کلیدی فعالیت ها، شاخص "صورت سود و زیان جداگانه و تلفیقی مدل های کسب و کار" در بُعد خروجی ها (صورت- های مالی و اطلاعات تکمیلی) و شاخص "پیامدهای اقتصادی مدل های کسب و کار" در بُعد دستاوردها (پیامدها) از بالاترین سطح اهمیت برخوردار هستند.

نتایج تحقیق و پیشنهادات

عملکرد شرکت ها در محیط های متلاطم و متغیر کسب و کار به شدت به بازاریابی و ایجاد مدلی جدید و سازگار برای کسب و کار بستگی دارد (ریکیاردی و همکاران، ۲۰۱۶). با تأسیس هر بنگاه تجاری، یک مدل کسب و کار خواه به صورت آشکارا (عینی، تشریحی) و خواه به صورت نهانی (ذهنی، تکوینی) (تیس، ۲۰۱۰؛ جانسون، ۲۰۱۰) جهت طراحی ساختار تعاملات آن به کار گرفته می شود. اگر مدل کسب و کار را منطق اصلی شرکت و انتخاب های راهبردی آن برای ایجاد و جذب (سهم خواهی از)

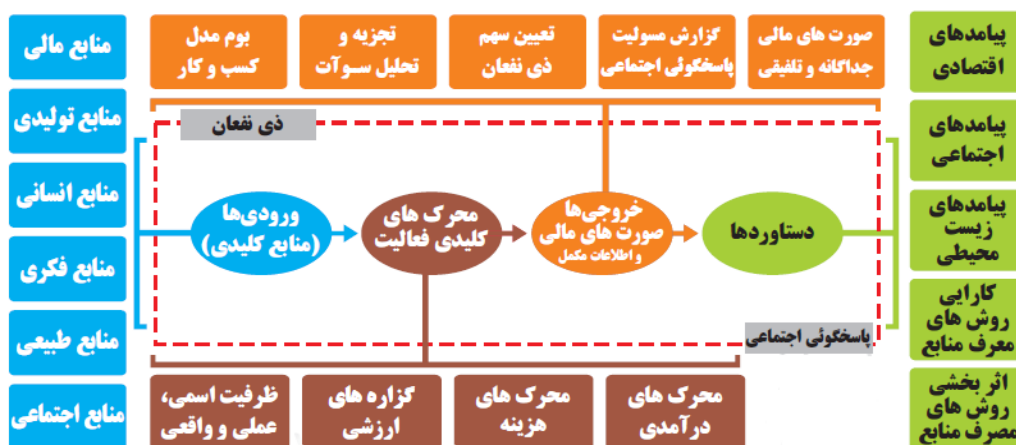
ارزش درون یک شبکه ارزش در نظر بگیریم (المبرت، ۲۰۰۸)، عدم تشخیص یک مدل کسب و کار مناسب، منجر به ناکامی سازمان‌ها در دستیابی به اهداف آن می‌شود. از طرفی، کسب اعتماد سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه نیازمند افزایش شفافیت و ارائه اطلاعات مالی و غیرمالی است (حمیدیان و همکاران، ۱۳۹۶). اگر پاسخگویی را به معنای ارزش‌آفرینی و رفع نیازهای ذی‌نفعان معنا کنیم، پیاده‌سازی آن مستلزم افشای اطلاعات مالی در کنار اطلاعات غیرمالی است. (بیوندی و براشی^۱، ۲۰۱۸؛ کارینی^۲ و همکاران، ۲۰۱۸؛ مینز-روسی^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). به منظور افزایش شفافیت، شرکت‌ها می‌توانند تصمیم به گسترش سیاست‌های افشای خود و به تبع آن افشای داوطلبانه اطلاعات (مالی و غیرمالی) مدل کسب و کار به‌عنوان ابزار مهم اقتصادی بگیرند (حمیدیان و همکاران، ۱۳۹۶؛ مهرانی و همکاران، ۱۳۹۹). بازنگری پژوهش‌ها نشان می‌دهد تاکنون هیچ پژوهشی به ارائه الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب و کار نپرداخته است. لذا، در این پژوهش سعی گردید به این سؤال کلیدی که الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب و کار کدام است؟ پاسخ شایسته‌ای ارائه گردد. بدین منظور، با استفاده از مرور ادبیات و مصاحبه با چند تن از خبرگان، ابعاد و شاخص‌هایی که به‌صورت مشترک وجود داشته استخراج شده و مدل پایه یا مدل مفهومی نخست شکل گرفت. در ادامه با سنجش روایی و پایایی مدل مفهومی یاد شده که از طریق نظرسنجی از کارشناسان و جامعه آماری مورد نظر صورت گرفت، مدل نهایی بومی شد و با استفاده از آزمون‌های استنباطی اعتبار مدل و شاخص‌های آن بررسی گردید. مدل مفهومی پیشنهادی در دو سطح صورت گرفت؛ سطح اول عبارت است از دو پیش فرض اصلی شامل پاسخگویی اجتماعی (۶ شاخص) و ذی‌نفعان (۵ شاخص)؛ و سطح دوم، چهار جزئی اصلی (ابعاد) شامل ورودی‌ها (منابع کلیدی) (۶ شاخص)، محرک‌های کلیدی فعالیت‌ها (۷ شاخص)، خروجی‌ها (صورت‌های مالی و اطلاعات تکمیلی) (۸ شاخص) و دستاوردها (پیامدها) (۶ شاخص) می‌باشد. نتایج آزمون دوجمله‌ای نشان داد که درصد نظرهای موافق کارشناسان بسیار بیشتر از نظرهای مخالف بوده و تمامی شاخص‌های پیشنهادی تأیید شدند. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای انجام شده نیز نشان می‌دهد که اعتبار شاخص‌های الگوی پیشنهادی بیشتر از حد متوسط بوده است. در بین شاخص‌های پیشنهادی، «بوم مدل کسب و کار» و «گزاره‌های ارزشی-غیرمالی مدل‌های کسب و کار» آنچنان که انتظار می‌رفت مورد استقبال کارشناسان قرار نگرفته است. شاید یکی از مهم‌ترین دلایل آن را بتوان با اطلاعات به‌دست آمده از تحلیل توصیفی نمونه آماری گره زده و چنین استنباط کرد که چون کارشناسان حسابداری بیشترین درصد نمونه آماری را به خود اختصاص داده‌اند، لذا شناخت و تسلط ناکافی آنان از مفاهیم اصلی نظام‌بخشی مدل کسب و کار موجب شده است تا برای این گزینه‌ها، امتیاز بالایی در نظر نگیرند. در این پژوهش صرفاً به موافقت و میزان موافقت کارشناسان در مورد شاخص‌های مطروحه در پرسشنامه برای هر یک از ابعاد اکتفا نگردید، بلکه با استفاده از آزمون فریدمن، میزان اهمیت این شاخص‌ها نیز رتبه‌بندی شد. بر اساس یافته‌های به‌دست آمده اطلاعات حاکمیت شرکتی مدل‌های کسب و کار، اجرای حسابداری مالی سالانه مدل‌های کسب و کار، منابع مالی مدل‌های کسب و کار، محرک‌های کلیدی درآمدهای عملیاتی مدل‌های کسب و کار، صورت سود و زیان جداگانه و تلفیقی مدل‌های کسب و کار و پیامدهای اقتصادی مدل‌های کسب و کار به ترتیب در ابعاد شش‌گانه بیشترین سطح اهمیت را داشته‌اند. از آنجاییکه شاخص‌های ابعاد الگوی مذکور با استفاده

¹ Biondi and Bracci

² Carini

³ Manse-Rossi

از منابع معتبر داخلی و خارجی در حوزه افشا، گزارشگری مالی و کسب‌وکار تعیین گردیده، لذا الگوی نهایی را می‌توان به‌عنوان الگویی جامع برای تعیین سطح افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار در ایران مورد استفاده قرار داد.



شکل ۲- الگوی نهایی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار

در مورد مقایسه یافته‌های پژوهش حاضر با سایر یافته‌های محققان، باید اشاره کرد که این پژوهش با استفاده از بیشتر مؤلفه‌های مؤثر ارائه شده بر فرایند افشا و گزارشگری مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار اشاره شده توسط محققان مورد ذکر در پژوهش، سعی بر توسعه و نظام‌مند نمودن آن‌ها داشته است، پس می‌توان گفت که این پژوهش همسو با این تحقیق‌ها گامی مؤثر در ارائه الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار برداشته است. بر این اساس نمی‌توان نتایج آن را به‌صورت تفکیکی با سایر پژوهش‌ها مقایسه کرد.

با توجه به اینکه الگوی پیشنهادی در این پژوهش برخاسته از اجماع کارشناسان حوزه گزارشگری مالی و کسب‌وکار بوده و با روش‌های دقیق علمی نیز به تأیید رسیده، لذا نتایج این پژوهش می‌تواند نقش، اهمیت و رتبه شاخص‌های افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار را برای مدیران و سیاست‌گذاران امر آشکار ساخته و انتظار می‌رود سازمان‌های سیاست‌گذار، اجرایی و نظارتی، ساختاری اتخاذ کنند تا شرکت‌ها به افشای دقیق و صحیح اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار ترغیب شده و زمینه‌های شفافیت بیشتر محیط اطلاعاتی را فراهم آورند.

محدودیت‌های ایجاد شده در طی فرایند پژوهش اهمیتی چندانی نداشته که بتواند یافته‌های آن را تحت تأثیر قرار داده یا مخدوش نماید. اما برای اینکه یافته‌ها و نتایج این پژوهش با آگاهی بهتر مورد بهره‌برداری و مطالعه استفاده‌کنندگان قرار گیرد، لازم است به موارد زیر توجه شود:

- محدودیت ذاتی و غیرقابل اجتناب پژوهش‌های مبتنی بر داده‌های پرسشنامه‌ای مبنی بر دقت و صداقت در تکمیل پرسشنامه
- دخیل بودن عوامل دیگر در الگوی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار که ممکن است در مدل پیشنهادی لحاظ نشده باشد
- افق محدود بُرد اندیشه خبرگان دخیل در این پژوهش و تأثیر آن در تکمیل پرسشنامه
- شرایط اقتصادی متلاطم حاکم بر کشور در زمان پاسخگویی به پرسشنامه

از آنجاییکه تلاش‌های اخیر برای تئوری‌سازی و مفهوم‌سازی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با تمرکز بر مدل‌های کسب‌وکار شرکت‌ها و نحوه ارزش‌آفرینی آن در جامعه تمرکز یافته است، لذا تمرکز بر افشای داوطلبانه اطلاعات مدل‌های کسب‌وکار واحدهای تجاری اهمیت دوچندان پیدا کرده‌اند. با عنایت به فقدان تحقیقات و پژوهش‌های داخلی به نظر می‌رسد که باید در این زمینه تحقیقات وسیع‌تری صورت گیرد. در همین راستا، در ذیل برای تحقیقات آتی پیشنهادهای ذکر شده است:

- مقایسه شرایط فعلی و مورد انتظار افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار
- بررسی تأثیر افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار بر مدیریت سود و محافظه‌کاری
- مقایسه توانایی شبکه‌های عصبی و الگوریتم ژنتیک در پیش‌بینی پیامدهای مالی و اقتصادی افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار
- بررسی اثر افشای داوطلبانه اطلاعات مالی و غیرمالی مدل‌های کسب‌وکار بر عملکرد مالی و اقتصادی شرکت‌ها

منابع

- ✓ ابراهیمی، سید کاظم، بهرامی‌نسب، علی، ممشلی، رضا، (۱۳۹۶)، تأثیر بحران مالی بر کیفیت گزارشگری مالی، دانش حسابداری، دوره ۸، شماره ۳، صص ۱۴۱-۱۶۵.
- ✓ پارسیان، حسین، کاظمی، حسین، رضازاده، جواد، (۱۳۹۷)، شناسایی مؤلفه‌های افشای داوطلبانه بین نظام راهبری شرکتی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های پذیرفته شده در اوراق بهادار تهران، مجله اقتصاد مالی، دوره ۱۲، شماره ۴۳، صص ۱۰۷-۱۳۳.
- ✓ حمیدیان، محسن، حاجیه‌ها، زهره، تقی‌زاده، نفیسه، (۱۳۹۶)، مفید بودن افشای داوطلبانه بر قضاوت سرمایه‌گذاران، فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، سال ۱۱، شماره ۴، صص ۱۳۷-۱۵۵.
- ✓ رحمانی، علی، بشیری‌منش، نازنین، (۱۳۹۶)، محرک‌های افشای اختیاری در بازار سرمایه ایران، مطالعات تجربی حسابداری مالی، دوره ۱۴، شماره ۵۶، صص ۱-۳۲.
- ✓ ربیعی، خدیجه، مهرانی، کاوه، تحریری، آرش، (۱۳۹۹)، تدوین مدل ارزیابی کیفیت افشای اختیاری، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۹، شماره ۳۵، صص ۱۸۷-۲۰۶.
- ✓ رضایی، زینب، علی احمدی، سعید، کعب عمیر، احمد، (۱۳۹۸)، بررسی تأثیر کیفیت افشای ماهیت کسب‌وکار و عملکرد مالی شرکت بر قضاوت سرمایه‌گذاران حرفه‌ای، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۱۱، شماره ۳، صص ۵۱-۷۰.
- ✓ قنبرزاده، مجتبی، مهرانی، ساسان، مرادی، محمد (نوبت چاپ)، شناسایی مؤلفه‌های گزارشگری مالی با رویکرد الگوی (مدل) کسب‌وکار، فصلنامه بورس اوراق بهادار.
- ✓ کامران، مهدیه، اسدی، غلامحسین، اثنی عشری، حمیده، (۱۳۹۹)، بررسی رابطه غیرخطی افشای اختیاری و ارزش شرکت با بهره‌گیری از رویکرد رگرسیون انتقال ملایم پانلی، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۷، شماره ۲، صص ۲۳۱-۲۵۷.
- ✓ کردستانی، غلامرضا، راستگویان، حسین، (۱۳۹۹)، ارتباط افشای مدل کسب‌وکار با ارزش بازار سهام شرکت، حسابداری مدیریت، دوره ۱۳، شماره ۴۶، صص ۱۷۳-۱۸۵.

- ✓ مهرانی، ساسان، مرادی، محمد، قنبرزاده، مجتبی، (۱۳۹۹)، ارائه مدل گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی (مدل) کسب و کار، مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، دوره ۴، شماره ۱۲، صص ۹۷۶-۱۰۰۵.
- ✓ نصیرزاده، فرزانه، موسوی گوکی، علی، (۱۳۹۶)، بررسی واکنش بازار به افشای اطلاعات بااهمیت، دانش حسابداری، دوره ۸، شماره ۳، صص ۵۳-۸۰.
- ✓ یوسفی اصل، فرزانه، ملانظری، مهناز، سلیمانی امیری، غلامرضا، (۱۳۹۳)، تبیین مدل شفافیت گزارشگری، پژوهشهای تجربی حسابداری، دوره ۴، شماره ۴، صص ۱-۳۸.
- ✓ Al-Homaidi, E.A., Tabash, M.I., Khalaf Allamy, K., & Ahmad, A. (2020). The extent of voluntary disclosure in the annual reports of Islamic banks: empirical evidence from Yemen. *Banks and Bank Systems*, 15(1), 167-184.
- ✓ Al-Mahdy Hawashe., A. (2019). Voluntary disclosures in the annual report: Benefits and costs, preparers' views. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, 6(1), 1-16.
- ✓ Al-Nimer, M. (2019). Effect of corporate governance rules on voluntary disclosure in Jordanian corporations (An Empirical Study). *Studies in Business and Economics*, 14(1), 154-168.
- ✓ Abrahamsson, J., Maga, A., & Nico, C. (2019). The effect of Business Model innovation announcements on share prices-A Study of US Listed Technology firms. *Journal of Business Models*, 7(2), 37-52.
- ✓ Athanasopoulou, A., and De Reuver, G.A. (2020). How do business model tools facilitate business model exploration? Evidence from action research. *Electronic Markets*, 30(3), 495-508.
- ✓ Ahmadi, A., and Bouri, A. (2019). The Effect of Audit Quality on the Extent of Voluntary Disclosure: Companies Listed in the Tunisian Stock Exchange. *Journal of the Knowledge Economy*, 10(1), 59-73.
- ✓ Bini, L., Bellucci, M., & Giunta, F. (2018). Integrating sustainability in business model disclosure: Evidence from the UK mining industry. *Journal of Cleaner Production*, No.171, 1161-1170.
- ✓ Biondi, L., and Bracci, L. (2018). Sustainability, Popular and Integrated Reporting in the Public Sector: A Fad and Fashion Perspective. *Sustainability*, 10(9), 3112.
- ✓ Bradley P., Parry G., & O'Regan N. (2020). A framework to explore the functioning and sustainability of business models. *Sustainable Production and Consumption*. Vol.21, 57-77.
- ✓ Bocken, N., Boons, F., & Baldassarre, B. (2019). Sustainable business model experimentation by understanding ecologies of Business Models. *Journal of Cleaner Production*, 208, 1498-1512.
- ✓ Beattie, V., and Smith, S. J. (2012). Evaluating Disclosure Theory using the Views of UK Finance Directors in the Intellectual Capital Context. *Accounting and Business Research*, 42(5), 471-494.
- ✓ Carini, C., Rocca, L., Veneziani, M., & Teodori, C. (2018). Ex-ante impact assessment of sustainability information-the directive 2014/95. *Sustainability*, 10(2), 560.
- ✓ Craven, B. M., and Marston, C. L. (1999). Financial reporting on the Internet by leading UK companies. *European Accounting Review*, 8(2), 321-333.
- ✓ Core, J.E. (2001). A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1-3), 56-441.
- ✓ Diamond, D., and Verrecchia, R. (1991). Disclosure, liquidity and the cost of capital. *Journal of Finance*, 46(4), 1325-1359.

- ✓ Di Fabio, C., and Avallone, F. (2018). Business model in accounting: An Overview. *Journal of Business Models*, 6(2), 25-31.
- ✓ European Finance Research Advisory Group (EFRAG). (2013). Towards a disclosure framework for the notes, EFRAG, Brussels.
- ✓ Financial Reporting Council (FRC) (2014). Guidance on Strategic Report. Retrieved on November3, 2016, from www.frc.org.uk/Our-Work/Publications/Accounting-and-Reporting-Policy/Guidance-on-the-Strategic-Report.pdf.
- ✓ Financial Accounting Standards Board (FASB). (2011). Accounting Standards Update (ASU) no. 2011-04: Fair value measurement (Topic 820). FASB: Norwalk, CT.
- ✓ Ghorbel, H., and Triki, F. (2016). The consequences of voluntary information disclosure on firm value: Case of Tunisian listed firms. *Research Journal of Finance and Accounting*, 7(6), 153-163.
- ✓ Gietzmann, M., and Trombetta, M. (2003). Disclosure interactions: accounting policy choice and voluntary disclosure effects on the cost of raising outside capital. *Accounting and Business Research*, 33(3), 187-205.
- ✓ Hosseini, S. M., and Malekian, E. (2020). Investigating the relationship between voluntary disclosure and financial performance and earnings management (Emphasizing the moderating role of the corporate life cycle). *Iranian Journal of Finance*, 4(3), 122-148.
- ✓ He, J., Plumlee, M.A., & Wen, H. (2018). Voluntary disclosure, mandatory disclosure and the cost of capital. *Journal of Business Finance & Accounting*, 46(2), 1-47.
- ✓ Hoang, T., Pham, H., Ramiah, V., Moosa, I., & VinhL, D. (2020). The effects of information disclosure regulation on stock markets: Evidence from Vietnam. *Research in International Business and Finance*, Vol.51, 101082.
- ✓ Integrated Reporting Council (IIRC). (2013). Consultation Draft of the International <IR> framework. London: IIRC.
- ✓ Institute of Chartered Accountants England and Wales (ICAEW). (2010). Business models in accounting: The Theory of the firm and financial Rreporting: Information for better markets initiative. London: ICAEW.
- ✓ Krisdayanti, A., and Adi Wibowo, S.S. (2019). The effect of voluntary disclosure on firm performance. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 354, 317-320.
- ✓ Leisenring, J., Linsmeier, T., Schipper, K. & Trott, E. (2012). Business-Model (intent)-Based Accounting. *Accounting and Business Research*, vol.42, 329–344.
- ✓ Liu, X., Liu, S., Lu, L., Shi, Y. & Xiong, X. (2019). Voluntary information disclosure with heterogeneous beliefs. Available at SSRN:<https://ssrn.com/abstract=3379412>.
- ✓ Li, W. (2017). Level of business insights in the MD & A and non-professional investors' judgments. *Accounting and Finance*, 57(4), 1043-1069.
- ✓ Manes-Rossi, F., Tiron-Tudor, A., Nicolò, G., & Zanellato, G. (2018). Ensuring more sustainable reporting in Europe using non-financial disclosure-de facto and de jure evidence. *Sustainability*, 10(4), 1162.
- ✓ Michalak, J., Rimmel, G., Beusch, P. & Jonäll, K. (2017). Business model disclosures in corporate reports, *Journal of Business Models*, 5(1), 51-73.
- ✓ Mahdavi, G., and Delavari, S.J. (2019). Small entities' financial reporting requirements: The viewpoint of accounting professors. *Journal of Accounting Knowledge*, 10(3), 1-32.

- ✓ Mechelli, A., Cimini, R. & Mazzocchetti, F. (2017). The Usefulness of the Business Model Disclosure for Investors' Judgements in Financial Entities, *Spanish Accounting Review*, 20(1), 1-12.
- ✓ Mosleh, A, Nosratabadi, S, Bahrami, P. (2015). Recognizing the business models types in tourism agencies: utilizing the cluster analysis. *International Business Research*, 8(2), 173.
- ✓ Manes-Rossi, F. Tudor, A.T., & Nicolò, G. (2018). Ensuring more sustainable reporting in Europe using Non-financial disclosure—De Facto and De Jure Evidence. *Sustainability*, 10, 1162.
- ✓ Pedersen, E. R. G., Gwozdz, W., & Hvass, K. K. (2018). Exploring the relationship between business model innovation, corporate sustainability, and organisational values within the fashion industry. *Journal of Business Ethics*, 149(2), 267-284.
- ✓ Perić, M., Vitezić, V., and Durkin, J. (2017). Business Model Concept: An Integrative Framework Proposal. *Managing Global Transitions*, 15 (3), 255–274.
- ✓ Qu, Q., Wang L., Qin, L., Zhao X., & Wang L. (2017). The impact of information disclosure on market liquidity: Evidence from firms' use of Twitter. *Statistical Mechanics and its Applications*, 465, 644-654.
- ✓ Ricciardi, F., Zardini, A., & Rossignoli, C. (2016). Organizational dynamism and adaptive business model innovation: The triple paradox configuration. *Journal of Business Research*, 69(11), 5487-5493.
- ✓ Rabiee, K., Mehrani, K., & Tahriri, T. (2020). Some factors that influence the quality of voluntary disclosure. *International Journal of Finance and Managerial Accounting*, 5(18), 137-151.
- ✓ Roslender, R. and Nielsen, C. (2018). Accounting through the business model. *Journal of Business Models*, 6(2), 78-83.
- ✓ Richardson, A.J, and Welker, M. (2001). Social disclosure, financial disclosure and the cost of equity capital. *Accounting Organizations and Society*, 26(7):597-616.
- ✓ Sihombing, J., and Pangaribuan, H. (2017). A study of corporate governance structure, disclosure and information asymmetry in Indonesia banking industry. *Jurnal Akuntansi*, 21(2), 156-169.
- ✓ Sukhari, A. and De Villiers, C. (2019). The Influence of integrated reporting on business model and strategy disclosures, *Australian Accounting Review*, 29(4), 708-725.
- ✓ Tweedie, D., Nielsen, C., & Martinov-Bennie, N. (2017). Evolution or abandonment? Contextualising the business model in Integrated Reporting”, *Australian Accounting Review* (eprint).
- ✓ Watson, A., Shrivies, P., & Marston, C. (2002). Voluntary disclosure of accounting ratios in the UK. *British Accounting Review*, 34(4), 289–313.
- ✓ Xiao, J. Z., Yang, H., & Chow, C. W. (2004). The determinants and characteristics of voluntary internet based disclosure by listed chinese companies. *Journal of Accounting and Public Policy*, 23, 191–225.
- ✓ Zaini, S., Sharma, U., Samkin, G., & Davey, H. (2020). Impact of ownership structure on the level of voluntary disclosure: a study of listed family-controlled companies in Malaysia. *Accounting Forum*, 44(1), 1-34.
- ✓ Zott, C., Amit, R. and Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, 37(4), 1019-1042.