

## Identifying Dimensions and Components of Business Model Disclosure in Annual Reports

Akram Taftiyan\*

Assistant Professor, Department of Accounting, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran, taftiyan@iauyazd.ac.ir

Mohammad Salari Abarghuoi

PhD Student, Accounting Department, Yazd branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran, salarimohammad66@yahoo.com

### Abstract

**Purpose:** Disclosure of the business model in annual reports by companies is a method for improving the usefulness of information and transferring information related to the performance of the company's strategy and its effects on the stakeholders, so the purpose of this research is to identify the dimensions and components of the disclosure of the business model in annual reports.

**Method:** This research in 2022 has evaluated and systematically analyzed the results and findings of previous researches with a qualitative approach and a metasynthesis tool. In this research, a total of 166 articles were extracted and analyzed, and after analyzing the desired components, 45 articles were finalized. Using the Shannon entropy quantitative method, based on the content analysis approach, the effect coefficients of the components identified in the finalized studies were determined.

**Results:** The findings indicate that the business model disclosure in annual reports is classified into 20 components and 88 codes. Among the identified components, the point of differentiation of the company, financial and non-financial performance are more important than other components.

**Conclusion:** Finally, the business model disclosure model in annual reports has high reliability and can be used in order to be accountable to the stakeholders.

**Contribution:** This research, by comprehensively examining the factors affecting the disclosure of the business model, provides a new perspective in examining the drivers of annual reports to the users of the research results and improves the awareness of the stakeholders in identifying the drivers and factors affecting this type of reporting.

**Keywords:** Annual Reports, Business Model Disclosure, Disclosure of Non - Financial Information, Meta-Synthesis Approach.

### Research Article

**Cite this article:** Taftiyan & Salari Abarghuoi (2023) Identifying Dimensions and Components of Business Model Disclosure in Annual Reports, Journal of Financial Accounting Knowledge, Vol.10, NO.2, Summer 2023, 119-148.

**DOI:** 10.30479/jfak.2023.18671.3082

**Received on** 23 August, 2023      **Accepted on** 2 September, 2023

© The Author(s).



**Publisher:** Imam Khomeini International University.

**Corresponding Author:** Akram Taftiyan (taftiyan@iauyazd.ac.ir)

## شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه

اکرم تفتیان\*

استادیار، گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران، taftiyan@iauyazd.ac.ir

محمد سالاری ابرقویی

دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران، salarimohammad66@yahoo.com

### چکیده

**هدف:** افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه توسط شرکت‌ها روشی برای بهبود و سودمندی اطلاعات و انتقال اطلاعات مربوط به عملکرد استراتژی شرکت و آثار آن بر ذینفعان به شمار می‌آید بنابراین هدف پژوهش حاضر شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه است.

**روش:** این پژوهش در سال ۱۴۰۱ با رویکرد کیفی و ابزار فراترکیب (متاستز)، به ارزیابی و تحلیل نظام‌مند نتایج و یافته‌های پژوهش‌های پیشین پرداخته است. در مجموع ۱۶۶ مقاله استخراج و مورد بررسی قرار گرفت که پس از تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های مورد نظر ۴۵ مقاله نهایی گردید. با استفاده از روش کمی آنتروپی شانون، بر اساس رویکرد تحلیل محتوا به تعیین ضرایب اثر اجزای شناسایی شده در پژوهش‌های نهایی شده، پرداخته شد.

**یافته‌ها:** یافته‌ها حاکی از آن است که افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه در ۲۰ مؤلفه و ۸۸ کد طبقه‌بندی می‌شود. در بین مؤلفه‌های شناسایی شده، نقطه تمایز شرکت، عملکرد مالی و غیرمالی نسبت به سایر مؤلفه‌ها از اهمیت بیشتری برخوردارند.

**نتیجه‌گیری:** در نهایت الگوی افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه از قابلیت اتکای بالا برخوردار بوده و می‌توان از آن در راستای پاسخگویی در برابر ذینفعان بهره گرفت.

**دانش‌افزایی:** این پژوهش با بررسی جامع عوامل مؤثر بر افشای مدل کسب‌وکار چشم‌انداز جدیدی در بررسی محرک‌های گزارشات سالانه در اختیار استفاده‌کنندگان نتایج پژوهش قرار می‌دهد و آگاهی ذینفعان را در شناسایی محرک‌ها و عوامل مؤثر بر این نوع گزارشگری بهبود می‌بخشد.

**واژگان کلیدی:** افشای اطلاعات غیرمالی، افشای مدل کسب‌وکار، رویکرد کیفی فراترکیب، گزارشات سالانه

### مقاله پژوهشی

\*استناد: تفتیان و سالاری ابرقویی (۱۴۰۲)، شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه، فصلنامه علمی دانش حسابداری مالی، مقاله پژوهشی، دوره ۱۰، شماره ۲، پیاپی ۳۷، تابستان ۱۴۰۲، ۱۱۹-۱۴۸.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۲/۳ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۶/۱۱



ناشر: دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) © حق مؤلف نویسندگان

## ۱- مقدمه

اطلاعات مالی برای مدت طولانی جزء لاینفک گزارشگری شرکت‌ها بوده است. باین‌حال، جهانی‌سازی منجر به ساختارهای تجاری پیچیده‌تر در محیطی شده است که در آن شرکت‌ها باید از طیف گسترده‌تری از استانداردهای گزارش دهی و محیط‌های گزارش دهی فزاینده‌ای که بازارهای سرمایه را در برمی‌گیرند پیروی کنند (میچالک ۲۰۱۷،<sup>۱</sup>: ۵۲). گزارش کاستی‌های گزارش‌دهی سنتی سالانه شرکت‌ها، به احتمال زیاد همراه با افزایش جریمه‌ها و دعاوی بیشتر، فشارقوی‌تر از سوی سهامداران که منجر به ضربه زدن به شهرت و افشای کامل‌تر توسط رقبا می‌شود سبب شده است تا شرکت‌ها در سراسر جهان انگیزه‌ای برای توسعه و بهبود اطلاعات در گزارش‌های دوره‌ای خود به سرمایه‌گذاران و سایر سهامداران داشته باشند (اکلس و کروزس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰: ۱۳۲؛ شورای گزارشگری مالی انگلستان<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱: ۲۹؛ انجمن حسابداران خبره انگلستان<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲: ۷).

امروزه برای پاسخگویی به خواسته‌های سهامداران جدید، شرکت‌ها نه تنها از ارقام مالی، بلکه از انطباق با مقررات نیز فراتر رفته‌اند. (شورای گزارشگری مالی انگلستان، ۲۰۰۹، ۲۰۱۱؛ کمیته گزارشگری یکپارچه بین‌المللی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۱؛ کوهن<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۲: ۷۲؛ انجمن حسابداران خبره انگلستان، ۲۰۱۳). در نظرسنجی ارنست و یانگ از مدیران مالی جهانی، نه نفر از ده نفر بر این باور بودند که در سه سال آینده تمرکز بیشتری روی موضوعات گزارشگری غیرمالی حول استراتژی، پایداری و مدیریت ریسک خواهند داشت، زیرا این اطلاعاتی است که به آن‌ها در هنگام جذب سرمایه‌گذاران نسبت به رقبای خود برتری می‌دهد (ولمرت<sup>۷</sup>، ۲۰۱۴: ۲). در این گزارش، ولمرت (۲۰۱۴) به این موضوع به‌عنوان گزارش‌دهی متصل اشاره می‌کند: «گزارش‌دهی متصل رویکردی برای توسعه گزارش‌های جاری سازمان برای پر کردن شکاف بین نیازهای اطلاعاتی مختلف مخاطبان داخلی و خارجی است». مدیران ارشد مالی گزارش‌های مرتبط را ابزاری ارزشمند می‌دانند، زیرا از اعتماد سرمایه‌گذار پشتیبانی می‌کند و توانایی بهتری را برای ارتباط دادن محرک‌های خارجی با استراتژی و پیش‌بینی‌ها در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد (ولمرت، ۲۰۱۴: ۳).

یکی از پاسخ‌های معاصر این بحث است که گزارش باید حول مدل کسب‌وکار یک شرکت بچرخد (بوخ<sup>۸</sup>، ۲۰۰۳: ۵۸۴؛ نیلسن و روسلندر<sup>۹</sup>، ۲۰۱۵: ۲۶۳)، زیرا اساساً تمام مزیت‌های رقابتی مبتنی بر مدل‌های تجاری است (موریس<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۴: ۲۹). اگرچه مدل‌های کسب‌وکار فاقد تعریف یکپارچه هستند (جنسن<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۴: ۷۵)، در حال حاضر چارچوب‌های متعددی برای تحلیل و توصیف (فیلت<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۴: ۹۲)، توسعه (لوند و نیلس<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۴: ۱۱۷) و بهبود آن‌ها وجود دارد (شوله و همکاران<sup>۱۴</sup>، ۲۰۱۶: ۹). مدل‌های کسب‌وکار را می‌توان در سطوح مختلف انتزاع نظریه‌پردازی کرد (لامبرت<sup>۱۵</sup>، ۲۰۱۵: ۵۶؛ نیلسن<sup>۱۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۷: ۵۱). به

گفته تویدی<sup>۱۷</sup> و همکاران (۲۰۱۷)، این سطوح از انتزاع، تجزیه و تحلیل طبقه‌بندی مدل‌های کسب‌وکار را دشوار می‌کند (گروت و نیلسن<sup>۱۸</sup>، ۲۰۱۵: ۱۲؛ لوتگنز و داینر<sup>۱۹</sup>، ۲۰۱۶: ۲۷). در چارچوب‌های استاندارد، مؤلفه‌های ایجاد ارزش یک مدل کسب‌وکار معین، در مدل‌ها متفاوت است (ساکسنهوفر<sup>۲۰</sup>، ۲۰۱۶: ۳۹). در پاسخ به تغییرات در گزارش‌های شرکتی که در آن مدل‌های کسب‌وکار بخش پیچیده‌ای از افزایش دید برای ذینفعان هستند (هاسلم<sup>۲۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۵: ۷۲)، این مقاله بر مدل‌های کسب‌وکار و اینکه آیا و همچنین چرا، چگونه، چه موقع و کجا اطلاعات مربوط به آن را افشا کند و آن‌ها را به ذینفعان مختلف ارسال می‌کند، تمرکز می‌کند. تمرکز این بررسی بر روایت‌های حسابداری افشای مدل کسب‌وکار (از این پس، BM) است. بررسی فعلی به درک مدل کسب‌وکار و افشای آن‌ها کمک می‌کند. علاوه بر این، فدراسیون بین‌المللی حسابداران<sup>۲۲</sup> (۲۰۱۴) خاطر نشان کرد که اگرچه گزارش مدل کسب‌وکار در حال افزایش است، اما از یک شیوه مناسب استفاده فاصله زیادی دارد. آلبرتی<sup>۲۳</sup> و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه خود ادعا می‌کنند که یک «شکاف فنی» در مورد مفهوم «مدل کسب‌وکار» وجود دارد که تنظیم‌کنندگان استاندارد می‌توانند با ارائه یک چارچوب آن را اجرا نمایند و بدین صورت شرکت‌ها می‌توانند یک بازنمایی عادلانه‌ای از مدل کسب‌وکار به منظور افشای اطلاعات به تهیه‌کنندگان سرمایه و تحلیلگران در یک تصمیم گزارش‌روایی مفید ارائه نمایند. بررسی کنونی با ایجاد چارچوبی برای تفسیر معنای مدل کسب‌وکار و تحقیق در افشای مدل کسب‌وکار، به ادبیات مدل کسب‌وکار کمک می‌کند.

## ۲- مبانی نظری و پیشینه

### افشای مدل کسب‌وکار

هابوود حدود ۲۰ سال پیش استدلال کرد که گزارش‌های سالانه از «اسناد حقوقی مینیمالیستی به اسناد پرزرق‌وبرقی که استفاده خلاقانه از متن و تصاویر بصری را نشان می‌دهند» تبدیل شده است (هاپ وود<sup>۲۴</sup>، ۱۹۹۶: ۵۶). به‌طور هم‌زمان، گزارش جنکینز (انجمن حسابداران رسمی آمریکا<sup>۲۵</sup>، ۱۹۹۴) افشای مدل کسب‌وکار را به‌عنوان بخشی از یک‌راه حل گزارش تجاری گسترده‌تر ارائه کرد (نیلسن و روسلندر، ۲۰۱۵: ۲۷۲). از آن زمان، استفاده از گزارش‌روایتی حتی سریع‌تر رشد کرده است. در واقع، بخش‌های روایتی گزارش‌های سالانه (و سایر افشاهای غیرمالی از جمله گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها) سریع‌تر از صورت‌های مالی سنتی تکامل یافته‌اند؛ کاربران حسابدار برای کشف مهم‌ترین چیزها چالش بیشتری دارند. در حوزه افشا و گزارش، اصطلاحات و مفاهیم مختلف می‌توانند معنای یکسان و درعین حال متفاوتی داشته باشند. در سنت‌های تحقیقاتی اروپایی، گزارش‌روایی به شکل توصیفی یا متنی گزارش در مقابل اطلاعات مالی یا عددی اشاره دارد (بیتای<sup>۲۶</sup>، ۲۰۱۴: ۱۲۴).

#### 1. Business model

باین‌حال، در سنت‌های تحقیقاتی آمریکای شمالی، گزارش داوطلبانه برعکس گزارش اجباری است (بیتای، ۲۰۱۴: ۱۲۴). امروزه هنوز هیچ استاندارد جهانی برای تمایز بین گزارش و افشا وجود ندارد، به همین دلیل است که معنانشناسی تا حدودی متفاوت است. با توجه به محدوده و هدف محدود این مقاله، بنابراین، ما هیچ تمایزی بین شباهت‌ها و تفاوت‌های بین این دو جفت کلمه قائل نیستیم یا به تفصیل توضیح می‌دهیم. به‌طور مشابه، در این مقاله، ما از اصطلاحات «افشای» و «گزارش» تا حدودی به‌جای یکدیگر استفاده می‌کنیم، اگرچه دوماً<sup>۲۷</sup> (۲۰۱۶: ۱۷۸) آن‌ها را به شرح زیر متمایز می‌کند: افشاء «افشای اطلاعاتی است که قبلاً مخفی یا ناشناخته بوده است» درحالی‌که گزارش به‌صورت جزئی است. حساب دوره‌ای از فعالیت‌ها، وضعیت مالی و چشم‌اندازهای یک شرکت که در اختیار سهامداران و سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرد. علاوه بر این، افشا می‌تواند به‌عنوان اطلاعات استراتژیک تر از شرکت در نظر گرفته شود درحالی‌که گزارش دهی عملیاتی‌تر است (نیلسن و همکاران، ۲۰۱۷: ۴۸). مطالعات گزارشگری روایتی مقدمات مهمی برای مطالعات محدودتر افشای مدل کسب‌وکار هستند، زیرا گزارش دهی روایتی دو هدف اصلی داشته است: (۱) ارائه زمینه و معنا برای افشای کمی (مالی) و (۲) امکان ارتباط عوامل و منابعی که مانند سرمایه فکری، عملکرد اجتماعی و زیست‌محیطی، استراتژی و مدل کسب‌وکار به‌راحتی نمی‌توان کمی و ارزش‌گذاری کرد (هیئت استانداردهای حسابداری بین‌المللی<sup>۲۸</sup>، ۲۰۱۰).

گزارش روایی و تحقیقات افشای داوطلبانه به دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ برمی‌گردد. باین‌حال، برخی از سوابق از جمله خوانایی گزارش‌های سالانه حتی زودتر منتشر شد (به‌عنوان مثال، سوپر و دلفین<sup>۲۹</sup>، ۱۹۶۴؛ اسمیت و اسمیت<sup>۳۰</sup>، ۱۹۷۱). تحقیقات اصلی در گزارش‌های روایی افشای اجتماعی و محیطی، گزارش سرمایه فکری و خوانایی ارتباط با سهامداران، مدیریت برداشت و انتخاب‌های افشا را پوشش می‌دهد. می‌توان ظهور و انتشار اخیر گزارش‌های روایی و افشای داوطلبانه، از جمله اطلاعات در مورد مدل‌های کسب‌وکار را از طریق چندین لنز نظری توضیح داد. بر اساس تئوری سهامداران، نظریه عامل اصلی و نظریه اقتصاد هزینه معامله، افشای داوطلبانه ریسک‌های اطلاعاتی اصلی یا سرمایه‌گذار را کاهش می‌دهد که هزینه‌های نمایندگی عدم قطعیت را کاهش می‌دهد (حسین<sup>۳۱</sup> و همکاران، ۱۹۹۵: ۸۱؛ هیلی و پالیو<sup>۳۲</sup>، ۲۰۰۱: ۴۳۰). به‌نوبه خود، کاهش عدم قطعیت و هزینه‌های نمایندگی منجر به کاهش هزینه سرمایه، افزایش قیمت سهام و افزایش نقدینگی می‌شود (ورکیا<sup>۳۳</sup>، ۲۰۰۱: ۱۶۶؛ ریچاردسون و ولکر<sup>۳۴</sup>، ۲۰۰۱: ۵۹۷؛ لوند هولم و ون وینکل<sup>۳۵</sup>، ۲۰۰۶: ۴۸). افشای اطلاعات اضافی ممکن است به سرمایه‌گذاران بالقوه در مورد قابلیت‌ها و نقاط قوت واحد تجاری سیگنال دهد که منجر به ارزیابی دقیق‌تر شرکت می‌شود (دیدز<sup>۳۶</sup> و همکاران، ۱۹۹۷: ۴۴). نظریه مشروعیت، از سوی دیگر، استدلال می‌کند که شرکت‌ها اطلاعات را افشا می‌کنند تا در نظر جامعه مشروع

جلوه کنند (دیگان<sup>۳۷</sup>، ۲۰۰۲، ۲۰۰۶). مشروعیت «شرط یا وضعیتی است و زمانی وجود دارد که نظام ارزشی موجودیت با نظام ارزشی نظام اجتماعی بزرگ تر که آن موجودیت بخشی از آن است مطابقت داشته باشد» (لیندبلوم<sup>۳۸</sup>، ۱۹۹۴)؛ بنابراین، افشای داوطلبانه نظارت بر یک شرکت توسط طیف گسترده تری از سهامداران را تسهیل می‌کند و امکان کنترل اجتماعی را فراهم می‌کند. شرکت‌ها تمایل دارند اطلاعات بیشتری را در صورت تهدید به هزینه‌های ناشی از عدم مشروعیت، مانند تحریم محصول یا مشکلات در استخدام افراد با استعداد، افشا کنند (هانگر<sup>۳۹</sup>، ۱۹۸۲؛ ۲۴۶؛ پتن<sup>۴۰</sup>، ۱۹۹۲؛ ۳۰۳؛ دیگان، ۲۰۰۲).

نظریه ذینفعان سپس استدلال می‌کند که افشای داوطلبانه باهدف رضایت گروه وسیع تری از کاربران اطلاعات، نه تنها سهامداران، بلکه مشتریان، کارمندان، سازمان‌های دولتی و جوامع محلی انجام می‌شود (گری<sup>۴۱</sup> و همکاران، ۱۹۹۵: ۴۸). افشای داوطلبانه موفقیت مداوم شرکت را تسهیل می‌کند زیرا به آن اجازه می‌دهد از طرف‌های مختلف ذینفع حمایت دریافت کند. این نظریه اهمیت ایجاد توازن بین منافع ذینفعان مختلف را برجسته می‌کند (دونالدسون و پرستون<sup>۴۲</sup>، ۱۹۹۵: ۷۳). بااین‌حال، دستیابی به تعادل نیازهای اطلاعاتی ممکن است دشوار به نظر برسد، زیرا افشای اطلاعات بیش‌ازحد ممکن است پرهزینه باشد و منجر به از دست دادن مزیت رقابتی شود که به‌نوبه خود ممکن است برای سهامداران مضر باشد (دارو و استاتون<sup>۴۳</sup>، ۱۹۹۰: ۲۳۹؛ الیوت و جاکوبسون<sup>۴۴</sup>، ۱۹۹۴: ۸۸؛ هانلی و هوبرگ<sup>۴۵</sup>، ۲۰۱۰: ۱)؛ بنابراین، لنزهای نظری مختلف بر ویژگی‌های خاص و اغلب دریافت‌کننده‌ای خاص از گزارش‌های افشا / روایی داوطلبانه‌تر تمرکز کرده‌اند. ما این نظریه‌ها را در سه گروه دسته‌بندی کرده‌ایم. دو گروه اول همان گیرنده اصلی افشا یعنی سهامدار رادارند. در گروه اول، تئوری‌هایی داریم که از دیدگاه عمدتاً منطقی / مالی، کاهش ریسک، کاهش هزینه‌ها و کاهش عدم قطعیت‌ها را محاسبه می‌کنند. گروه دوم جنبه‌های مثبت بیشتری از شرکت (پتانسیل، قابلیت‌ها و نقاط قوت معین) را به‌منظور دستیابی به‌عکس آن (ارزش بالاتر و در نتیجه قیمت سهام بالاتر) نشان می‌دهد. گروه سوم، بااین‌حال، علاقه بیشتری به مسائل و مطالبات اجتماعی دارند. در اینجا، ما از مشروعیت و «ارزش آفرینی» برای گروه بزرگ تری صحبت می‌کنیم تا فقط برای سهامداران. در سال‌های اخیر، تمرکز فزاینده بر داستان ارزش آفرینی، روندی را در حسابداری به‌طورکلی و گزارشگری به‌طور خاص دنبال می‌کند که «چرخش روایت» نامیده می‌شود، جایی که «مطالعات زبان‌شناختی در مقیاس بزرگ وارد جریان اصلی ادبیات پوزیتیویستی آمریکای شمالی شده‌اند. (بیثای، ۲۰۱۴: ۱۲۴).

داستان خلق ارزش چیزی است که هالند<sup>۴۶</sup> (۲۰۰۵) و همچنین هیئت بررسی گزارشگری مالی بریتانیا (که اکنون کمیته رفتار<sup>۴۷</sup> نامیده می‌شود)، هسته مرکزی افشای داوطلبانه را می‌داند. ازاین‌رو، یک گزارش سالانه خوب باید حاوی «یک داستان واحد» باشد که «چگونه

پول به دست می‌آید» و این «به شیوه‌ای ثابت، واضح و بدون درهم‌ریختگی» (شورای گزارشگری مالی انگلستان<sup>۴۸</sup>، ۲۰۱۲) باشد. تحلیلگران مالی باید بتوانند این داستان ارزش‌آفرینی را درک کنند و اعتماد به نفس کسب کنند تا این داستان‌ها بتوانند به ارزش‌گذاری شرکت کمک کنند. برای کسب اطمینان، کاربران حساب از شواهد عینی و ذهنی برای آزمایش داستان‌های شرکت و بررسی وعده‌ها استفاده می‌کنند. فرآیند متقاعدسازی مؤثر مدل کسب‌وکار باید به آزمون فرضیه‌هایی که مدل کسب‌وکار بر آن استوار است کمک کند. متقاعد کردن مدل کسب‌وکار در بسیاری از موارد کار دشواری است، همان‌طور که یکی از مدیرانی که با هالند مصاحبه کرد، اظهار داشت: در بازارهای مالی مقاومتی در برابر داستان ما وجود دارد. آن‌ها این را کمی هنر سیاه می‌دانند. آن‌ها نسبت به اتحاد بین عنصر خلاق افراد نهایی بازار ما و دانش فنی که به همراه دارند شک دارند (هالند، ۲۰۰۵: ۲۶۱).

برخی از شرکت‌ها همچنین تمایل دارند اطلاعات مربوط به مدل‌های کسب‌وکار جدید را پنهان کنند (هالند، ۲۰۰۵: ۲۶۱). در بسیاری از موارد، آن‌ها مطمئن نیستند که آیا مدل کسب‌وکار موفق خواهد شد یا خیر. علاوه بر این، شرکت‌ها تصمیم می‌گیرند ذخایر احتمالی خود را حفظ کنند، زیرا در برخی از نقاط عطف به اطلاعات بیشتری توسط سهامداران نیاز است. این شامل مواردی می‌شود که اخبار بد غیرمنتظره از رویدادهای پیش‌بینی نشده ناشی شود، یا اگر اطلاعات برای مسائل مالی اضافی یا در موارد تلاش برای تصرف خصمانه مورد نیاز باشد. بر طبق گفته‌های تیزی در سال ۲۰۱۰؛ یک مدل کسب‌وکار طراحی یا معماری خلق ارزش، واگذاری و مکانیزم‌های بکار گرفته شده از سوی یک شرکت تجاری را توصیف می‌کند. به عبارت دیگر، استروالد و پیگنیور<sup>۴۹</sup> (۲۰۱۰)، مدل کسب‌وکار را دلیل منطقی چگونگی ایجاد، ارائه و ارزش‌گذاری یک سازمان توصیف کردند. ماهیت مدل کسب‌وکار در تعریف شیوه‌ای است که توسط آن شرکت ارزش را به مشتریان ارائه می‌دهد، مشتریان را ترغیب به پرداخت ارزش می‌کند و این پرداخت‌ها را به سود تبدیل می‌کند. مگر تا<sup>۵۰</sup> (۲۰۰۲) ادعا می‌کند که مدل کسب‌وکار شرکت یک منطق اقتصادی در مورد نحوه ایجاد ارزش استراتژی سازمان برای مشتریان با یک قیمت قابل قبول و سود مناسب است. در یک گزارش، موسسه حسابداران خبره در انگلستان و ولز (۲۰۱۰) این‌طور استدلال می‌کند که آنچه یک شرکت در داخل انجام می‌دهد و آنچه از طریق معاملات بازار انجام می‌دهد توسط مدل کسب‌وکار آن توصیف می‌شود؛ بنابراین، مدل کسب‌وکار شرکت به چگونگی و چرایی محصولات و پیشنهادات یک شرکت می‌تواند درآمدهای جذابی ایجاد کند و همچنان برای مشتریان ارزش ایجاد کند. علاوه بر این، مگر تا<sup>۵۱</sup> (۲۰۰۲: ۹۱) استدلال کرد که ایجاد مدل کسب‌وکار مانند نوشتن یک داستان جدید است که در برخی از سطوح؛ یک تنوع در زنجیره ارزش عمومی بر اساس همه مشاغل است. بر این اساس، استفانوویچ و میلوسویچ<sup>۵۱</sup> (۲۰۱۲: ۱۴۶ و ۱۴۷) خاطر نشان

کردند که مدل کسب‌وکار می‌تواند به‌عنوان یک زنجیره ارزش عمومی اساسی در نظر گرفته شود. این زنجیره دارای دو قسمت است. بخش اول شامل تمام فعالیت‌های مرتبط با ساخت چیزی است که نیازهای برآورده نشده را برآورده می‌کند. بخش دوم شامل کلیه فعالیت‌هایی است که بر فروش آنچه در وهله اول ساخته شده است، متمرکز است؛ بنابراین، از دیدگاه فعالیت محور، می‌توان استدلال کرد که مدل کسب‌وکار ساختار زنجیره ارزش را تعریف می‌کند (زوت و آمیت<sup>۵۲</sup>، ۲۰۰۹: ۲۱۹). به عبارت دیگر، آمیت و زوت (۲۰۰۱: ۵۱۱) معتقدند مدل کسب‌وکار را می‌توان به‌عنوان «ساختار، محتوا و حاکمیت معاملات» بین شرکت مرکزی و شرکای مبادله‌ای آن تعریف کرد؛ بنابراین، هدف کلی مدل کسب‌وکار استفاده از فرصت تجاری با ایجاد ارزش برای طرفین است (زوت و آمیت، ۲۰۰۹: ۲۱۷). در اصل، مدل کسب‌وکار دو عملکرد مهم را انجام می‌دهد: ایجاد ارزش، یعنی مجموعه‌ای از فعالیت‌های مرتبط باهم در یک شرکت و جذب ارزش، یعنی یک شرکت از بخشی از فعالیت‌های خود سود می‌برد (چسبرو<sup>۵۳</sup>، ۲۰۰۷: ۱۶). زوت و آمیت (۲۰۰۸: ۱۲) در بررسی‌شان بین دو نوع مدل کسب‌وکار که مشخصه آن‌ها تم‌های طراحی‌شان بوده و اینکه موضوعات مشترکی را تنظیم می‌کردند و معاملات شرکت مرکزی را با طرف‌های خارجی پیوند می‌دادند، تمایز قائل شدند. زوت و آمیت (۲۰۰۸: ۲۳) ادعا می‌کنند که مضامین طراحی متقابلاً منحصربه‌فرد نیستند: ممکن است چندین طرح در هر مدل کسب‌وکار معین وجود داشته باشد. مدل کسب‌وکارهای مبتنی بر تازگی به روش‌های جدیدی برای انجام مبادلات اقتصادی بین شرکت‌کنندگان مختلف اشاره دارند. در این راستا می‌توان به مفهوم‌سازی و اتخاذ روش‌های جدید انجام معاملات دست‌یافت. در اینجا مدل کسب‌وکارهای مبتنی بر کارایی به اقداماتی که ممکن است شرکت‌ها برای دستیابی به کارایی معاملات انجام دهند؛ اشاره دارد (به‌عنوان مثال، کاهش هزینه معاملات برای همه شرکت‌کنندگان). آن‌ها به خود نتیجه (کارایی) اشاره نمی‌کنند. ماهیت کارایی متمرکز بر مدل کسب‌وکار زمانی است که هزینه‌های معامله کاهش پیدا کند. علاوه بر این ماگرتا (۲۰۰۲: ۹۲) می‌گوید که یک مدل کسب‌وکار قوی باید دو آزمایش را پشت سر بگذارد. ۱. آزمون روایتی: مدل کسب‌وکار باید داستانی منطقی در مورد اینکه مشتریان شما چه کسانی هستند، ارزش آن‌ها چیست و چگونه با ارائه این ارزش برای آن‌ها درآمد کسب می‌کنید، بیان کند. طرح داستان ممکن است یکی از دو حلقه در زنجیره ارزش تجارت عمومی را روشن کند: ساختن چیزی که نیازهای برآورده نشده را برآورده کند. یا فروش چیزی به شیوه‌های نوآورانه. ۲. آزمون اعداد: داستان مدل کسب‌وکار تنها در صورتی قابل قبول است که شما مفروضات مربوط به مشتریان را از نظر اقتصادی محکم کنید. مهم‌تر از همه شفافیت در مورد مدل کسب‌وکار است. مدل کسب‌وکار می‌تواند به‌عنوان پایه‌ای برای ایجاد ارتباط و ایجاد انگیزه در کارکنان مورد استفاده قرار گیرد تا همه اعضای سازمان در مورد نوع ارزشی که شرکت می‌خواهد ایجاد کند، همسو شوند (ماگرتا، ۲۰۰۲: ۸۶). علاوه بر این،



رویکردها و دسته‌بندی‌های مختلفی از ساختارها یا عناصر متشکل از مدل کسب‌وکار وجود دارد که توسط زوت و آمیت (۲۰۰۱) به آن‌ها اشاره شده است. به طوری که این بر عهده خود شخص است تا در مورد منطق زیربنایی یک مدل کسب‌وکار تصمیم بگیرد. از طرف دیگر، ماگرتا (۲۰۰۲) بر اهمیت نصب همه عناصر یک مدل کسب‌وکار در یک حفره کاری به عنوان یک ابزار برنامه‌ریزی ارزشمند تأکید کرد. در اصل، مدل کسب‌وکار موفق یک راهنما برای مدیران در مورد نحوه عملکرد کل سیستم تجاری ارائه می‌دهد و هر تصمیم، ابتکار و اندازه‌گیری بازخورد ارزشمندی را ارائه می‌دهد (ماگرتا، ۲۰۰۲: ۸۶). مدل کسب‌وکار شبیه یک پیش‌بینی مالی است که شامل صورت سود و زیان و پیش‌بینی ترازنامه است. پیش‌بینی مالی به اندازه مفروضاتی که برای محاسبه ارقام پیش می‌رود خوب است. برای پیش‌بینی واریانس و اقدامات اصلاحی در صورت لزوم، پیش‌بینی باید به طور مداوم کنترل و با واقعیت مقایسه شود. سودآوری نشان می‌دهد که مدل کسب‌وکار شما کار می‌کند. در صورت عدم دستیابی به نتایج مورد انتظار، بررسی مجدد مدل ضروری است. استفانوویچ و میلوسویچ (۲۰۱۲: ۱۴۹) تأکید کردند که یک شرکت با مدل کسب‌وکار متمایز که ارزش بیشتری نسبت به رقبای خود ایجاد می‌کند دارای مزیت بالقوه است. در نتیجه، مدل کسب‌وکار ممکن است بر عملکرد شرکت تأثیر بگذارد (زوت و آمیت، ۲۰۰۸)؛ بنابراین، مفهوم نهایی «مدل کسب‌وکار» باید به نوعی منحصر به فرد باشد تا یک شرکت بتواند به مزیت رقابتی دست یابد. از سوی دیگر، تیزی (۲۰۱۰: ۵۴) استدلال می‌کند که مدل کسب‌وکار (مهم نیست چقدر جدید است) نمی‌تواند مزیت رقابتی را تضمین کند. پس از پیاده‌سازی، عناصر ناخالص مدل کسب‌وکار اغلب شفاف هستند و (در اصل) به راحتی قابل تقلید هستند. مروری بر ادبیات مربوط به مدل کسب‌وکار نشان می‌دهد که عبارت مدل کسب‌وکار گسترده است و سعی در تعریف آن دارد. یکی ممکن است چنین تعریف کلی را ارائه دهد که در بهترین حالت نتیجه آن خوب است (پورتر<sup>۵۵</sup> و همکارانش، ۲۰۰۱: ۷۳) و یا شامل موارد زیادی است که نتیجه آن یک تعریف غیر واضح است و درک و ارتباط آن نیز مشکل هست. به منظور افزایش افشای عادلانه و قابل فهم مدل کسب‌وکار یک واحد تجاری، گیونتا<sup>۵۶</sup> و همکارانش (۲۰۱۴) چارچوبی برای افشای مدل کسب‌وکار بر اساس چهار ناحیه اصلی مدل کسب‌وکار ایجاد کردند. سرانجام، بیتای و اسمیت<sup>۵۷</sup> (۲۰۱۳) تلاش کردند تا ویژگی‌های کلیدی در ادبیات مدیریت استراتژیک مدل کسب‌وکار را با بحث‌های معاصر در مورد گزارش روایتی پیوند دهند. بیتای و اسمیت (۲۰۱۳) در بررسی خود به این نتیجه رسیدند که مفهوم مدل کسب‌وکار یک مفهوم جامع قدرتمند در ادبیات مدیریت استراتژیک را ارائه می‌دهد که می‌تواند بحث گزارشگری کسب‌وکار را به نحو مفیدی اطلاع‌رسانی کند.

شویچک<sup>۵۸</sup> و همکاران (۲۰۲۱: ۲۳) در تحقیقی به بررسی افشای مدل کسب‌وکار در گزارش شرکت‌های دولتی یک مطالعه تجربی پرداختند. داده‌ها از نظر آماری با استفاده از روش تحلیل

محتوای صورت‌های مالی و روش آماری (همبستگی اسپیرمن) مورد آزمایش قرار گرفتند. نتایج حاکی از آن است که همبستگی مثبتی بین جزئیات افشا در مورد مدل کسب‌وکار و پارامترهای اقتصادی منتخب یک شرکت (قوی‌ترین با کل دارایی‌ها، هیئت‌مدیره) وجود دارد؛ بنابراین، می‌توان تشخیص داد که شرکت‌های بزرگ با ساختار قوی و پایدار دارایی‌ها از الگوهای گزارش دهی خاص و دقیق‌تر باهدف توسعه پایدار گزارشگری پیروی می‌کنند.

بینی<sup>۵۹</sup> و همکاران (۲۰۱۸؛ ۷) به بررسی مدل کسب‌وکار و افشای شاخص‌های کلیدی غیرمالی عملکرد پرداختند. نتایج بیان‌کننده آن است که مدل‌های کسب‌وکار قالب منسجمی را ایجاد می‌کنند که از این طریق توانایی درک ارزش‌آفرینی، توسط سرمایه‌های متفاوت و ترکیب آن‌ها با یکدیگر تسهیل می‌شود.

رزلندر و نیلسن<sup>۶۰</sup> (۲۰۱۸؛ ۸۱) در تحقیقی به بررسی حسابداری مدل‌های کسب‌وکار پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که حرفه حسابداری با بهره‌گیری مفهوم مدل کسب‌وکار فرصتی را برای نوآوری‌های آتی محیا می‌کند و می‌تواند اطلاعات مفیدی را به مدیران بازرگانی جهت تحلیل بازار و مشتریان ارائه کند.

فابیو و آوالونه<sup>۶۱</sup> (۲۰۱۸؛ ۲۸) در تحقیقی به بررسی الگوهای کسب‌وکار در حسابداری پرداختند. نتایج بررسی‌ها نشان داد رشته حسابداری در بین جامعه دانشگاهی هنوز در مراحل اولیه خود گام برمی‌دارد. آن‌ها در کار پژوهشی خود به موارد و بخش‌های خاص که احتمال و امکان بهبود و توسعه در حسابداری را دارد، اشاره می‌کنند.

مچلی<sup>۶۲</sup> و همکاران (۲۰۱۷؛ ۱۰) در تحقیقی به مطالعه مفید بودن افشای مدل کسب‌وکار جهت قضاوت سرمایه‌گذاران در بخش‌های گزارشگری مالی پرداختند. نتایج حاکی از آن بود که شرکت‌هایی که اقدام به افشای بیشتر اطلاعات در خصوص الگوی کسب‌وکار خود کرده‌اند، نسبت به شرکت‌هایی که کمتر این اطلاعات را منتشر کرده‌اند، از ارتباط ارزشی بیشتری برخوردارند.

میچالاک<sup>۶۳</sup> و همکاران (۲۰۱۷؛ ۶۳) در تحقیقی به بررسی افشای مدل کسب‌وکار در گزارش بخش‌های تجاری پرداختند. نتایج بیان می‌کند در صورتی که بتوان موقعیت شرکت را به روش توصیف و تشریح مدل کسب‌وکار آن شرکت برای ذینفعان بیش از هرزمانی به تصویر کشاند و همچنین درک آن‌ها را از سایر داده‌های فراهم‌شده (مثل صورت‌های مالی، هزینه ریسک و پایداری شرکت) بالا برد، می‌تواند برای ذینفعان مربوط در نظر گرفته شود.

در کشور درحال‌توسعه ایران برخی محققان از جمله قنبرزاده (۱۴۰۰؛ ۱۱۰) در تحقیقی به بررسی افشای اطلاعات الگوی کسب‌وکار: رویکردی ذینفع محور برای بهبود محتوای اطلاعاتی گزارشگری مالی پرداخت. نتایج حاکی از آن است که ارزیابی ذینفعان واحدهای تجاری از الگوهای کسب‌وکار نیازمند داشتن اطلاعات مالی و غیرمالی الگوهای کسب‌وکار

است. در این راستا حسابداری می‌تواند از طریق افشای اطلاعات مدل‌های کسب‌وکار که به‌عنوان اساسی‌ترین منبع اطلاعاتی جهت ارائه نتایج صورت‌های مالی اساسی واحدهای تجاری و بهبود محتوای اطلاعات حسابداری است، نقش خود را در حسابداری به نحوه مطلوب ایفا کند.

مهرانی و همکاران (۱۳۹۹؛ ۹۹۷) در تحقیقی به بررسی مفهوم الگوی کسب‌وکار با استفاده از مدل گزارشگری مالی پرداختند. نتایج حاکی از آن است که پس از مرور نتایج به‌دست‌آمده در مراحل کیفی و کمی پژوهش، مدل نهایی به دست آمد که شامل ۶ بعد، ۲۴ مؤلفه و ۵۰ شاخص است. مدل استخراج‌شده می‌تواند به‌عنوان مدل بومی و جدید برای گزارشگری مالی استفاده شود.

کردستانی و راستگویان (۱۳۹۹؛ ۱۸۳) در پژوهشی به بررسی ارتباط افشای مدل کسب‌وکار با ارزش بازار سهام شرکت بر اساس مؤلفه‌های مدل کسب‌وکار طی دوره زمانی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۶ پرداختند. به این منظور داده‌های ۱۴۰ شرکت پذیرفته‌شده در بورس و اوراق بهادار تهران با استفاده از روش نمونه‌گیری حذفی انتخاب و آزمون شده است. برای اندازه‌گیری افشای مدل کسب‌وکار از چک لیستی با پنج بعد؛ ماهیت شرکت، استراتژی و اهداف شرکت، منابع و خطرات و روابط با اشخاص وابسته، نتایج و چشم‌انداز، عملکرد شرکت که از طریق صورت‌های مالی و گزارش فعالیت هیئت‌مدیره شرکت‌ها جمع‌آوری گردیده، استفاده‌شده است. در این پژوهش سعی شده با گزارش مدل کسب‌وکار، گزارشگری مالی را ارتقاء داده و نسبت به ذینفعان پاسخگویی کافی از جانب بخش‌های مدیریت و امور مالی به وجود آورد و علاوه به راین ترکیب دو رشته حسابداری و مدیریت صنعتی از دیگر موارد نوآوری این پژوهش است. یافته‌ها نشان می‌دهد در مجموع افشای مدل کسب‌وکار تأثیر مثبت برافزایش ارزش بازار سهام شرکت ندارد.

اسداله و همکاران (۱۳۹۸؛ ۲۳۹) در تحقیقی اقدام به شناسایی مؤلفه‌ها و عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر بر الگوی کسب‌وکار بانکداری الکترونیکی در قالب پیشران‌ها و پیامدها نمودند. نتایج بیان‌کننده آن است که از نظر خیرگان شاخص‌های ساختار مؤسسات مالی، بخش‌بندی مشتریان، توسعه‌دهندگان فناوری‌های مالی و محیط کسب‌وکار به ترتیب در حوزه پیشران‌های مدل کسب‌وکار بانکداری الکترونیکی دارای بیشترین اهمیت است و همچنین خدمات پیشنهادی ارائه‌شده، سازه ارتباطی مشتریان، مدیریت زیرساخت و جنبه مالی در خصوص ابعاد مدل کسب‌وکار به ترتیب دارای بیشترین اهمیت می‌باشند. شاخص‌های بهبود فضای کسب‌وکار، بهبود عملکرد سازمانی و رواج بانکداری مجازی در خصوص پیامدهای طراحی الگوی کسب‌وکار بانکداری الکترونیکی به ترتیب دارای بیشترین اهمیت است.

### ۳- روش شناسی

از آنجایی که هدف کلی این پژوهش، شناسایی محرک‌های افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه شرکت می‌باشد، از نظر رویکرد، طبیعت‌گرایانه و از لحاظ هدف پژوهش، کاربردی و از لحاظ نوع پژوهش کیفی و از نظر روش شناخت، توصیفی از نوع پیمایشی است. (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۸). در این پژوهش، از روش تحقیق کیفی و در میان روش‌های تحقیق کیفی از روش فراترکیب بهره گرفته شده است. فراترکیب روش کیفی است که برای ارائه تفسیر و نظریه‌ها از طریق ترکیب و مقایسه مطالعات کیفی در زمینه خاص به کار می‌رود. (ساراسواتی<sup>۶۴</sup>، ۲۰۰۱). به بیان دیگر فراترکیب نتایج مطالعات کیفی در زمینه مربوطه را مجدداً تغییر شکل می‌دهد. (فینفگلد<sup>۶۵</sup>، ۲۰۰۸). جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، روش‌های مختلفی ارائه گردیده است که مبنای آن‌ها درصدگیری از فراوانی مقوله است. از بین این روش‌ها در تحقیقات کیفی و تحلیل محتوا از روش آنتروپی شانون که قوی و معتبر است، استفاده شده است. (عظیمی<sup>۶۶</sup>، ۲۰۲۱). پس از شناسایی و تعیین مؤلفه‌ها برای اعتبار سنجی یافته‌های متاسنتر از روش آنتروپی شانون استفاده شده است. همچنین اعتبار سنجی خروجی روش فراترکیب با استفاده از نظر خبرگان قابل اجرا است (بنج و دی<sup>۶۷</sup>، ۲۰۱۰). بنابراین از تعداد ۱۸ نفر خبره که استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده‌اند، جهت دسته‌بندی جامع کدهای مفهومی، نظر سنجی انجام گردید. مبنای انتخاب خبرگان، تخصص، تجربه و میزان آشنایی آن‌ها با موضوع پژوهش بود. از نظرات خبرگان برای تأیید مؤلفه‌های مرتبط با کدهای استخراج شده استفاده گردید، بنابراین جدول مربوط به کدها و مؤلفه‌ها در اختیار آن‌ها قرار گرفت و در این خصوص از آن‌ها نظرخواهی شد. از سوی دیگر با توجه به اینکه برای تهیه گزارشگری افشای مدل کسب‌وکار در ایران الزامات و استانداردهای خاصی وجود ندارد، در نتیجه به نظر می‌رسد که افراد شاغل در حرفه ممکن است، از نظر تئوری بر موضوع مسلط کافی را نداشته باشند. لذا سعی گردید از نظرات متخصصانی که از نظر تئوری بر موضوع احاطه دارند، بهره گرفته شود. خبرگان، اساتید و محققانی بودند که طی سال‌های اخیر تحقیقاتی در زمینه گزارشگری و بازار سرمایه انجام داده و حداقل ۱۸ سال سابقه فعالیت در حوزه حسابداری و مالی داشته‌اند و از نظر دانشگاهی نیز دارای مدرک دکترا و کارشناسی ارشد حسابداری و مدیریت می‌باشند. ویژگی‌های این خبرگان در جدول (۱) نشان داده شده است.

جدول (۱): ویژگی‌های خبرگان

معیار اصلی	جنسیت	مدرک تحصیلی	رشته	تجربه کاری	سمت
معیار فرعی طبقه‌بندی	زن	مرد	کارشناسی ارشد	دکتری	۷
	۸	۱۰	مدیریت	حسابداری	۱۳
			بین ۱۰ تا ۱۵ سال	پیش از ۱۵ سال	۱۲
			عضویت هیئت علمی دانشگاه	مدیران عالی	۵
			حسابداران رسمی	تحلیل گران بازار سرمایه	۲
تعداد					۱

#### ۴- یافته‌ها

در پژوهش حاضر به منظور شناسایی محرک‌های افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه، از روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۷) برای انجام تحقیق استفاده می‌شود که این مراحل عبارت‌اند از: بیان مسئله اصلی پژوهش، بررسی نظام‌مند متون، جست‌وجو و انتخاب مقاله‌های مناسب، استخراج اطلاعات از مقاله، تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌ها، کنترل کیفیت و ارائه نتایج.



شکل (۱): الگوی هفت مرحله‌ای فراترکیب (اقتباس از سندلوسکی و باروسو، ۲۰۰۷)

#### گام نخست: تنظیم پرسش‌های پژوهش

اولین قدم در سبک فراترکیب، مرتب‌سازی سؤال‌ها و پرسش‌های تحقیق است. این سؤال‌ها همگی بر پایه چهار پارامتر چه چیزی، چه کسی، چه زمانی و چگونه قابل مرتب‌سازی است. در گروه‌بندی و تحلیل شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه مورد سؤال قرار گرفته است.

جدول (۲): پرسش‌های پژوهش

پارامتر	مفهوم
چه چیزی (What)	شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه
چه کسی (Who)	مقاله و اسناد مرتبط در پایگاه‌های معتبر علمی در زمینه افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه
چه وقت (When)	مقالات و تحقیقات علمی در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲ میلادی و ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ خورشیدی تا زمان انجام پژوهش
چگونه (How)	استخراج کدهای مرتبط، دسته‌بندی و تلخیص مفاهیم

در اولین بخش از مراحل فراترکیب به جهت پیشگیری از ابهام بیشتر در این زمینه به سؤال‌های فراگیر مطرح‌شده در این خصوص پاسخ داده شد؛ بنابراین آثاری می‌باید در بررسی گنجانده شوند که بیشتر به مؤلفه‌ها و ابعاد تأثیرگذار در افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه در آن‌ها پرداخته یا به آن اشاره‌شده باشد با توجه به اینکه بسیاری از پژوهش‌ها فقط به اهمیت افشای مدل کسب‌وکار پرداخته‌اند طبیعی است که از بررسی در این پژوهش کنار گذاشته‌شده‌اند. بازه زمانی انتخاب‌شده یعنی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲ میلادی و ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۰ خورشیدی تا زمان انجام پژوهش است.

### گام دوم: بررسی نظام‌مند متون

در این مرحله پژوهشگر به جستجوی سیستماتیک مقالات منتشرشده در مجلات علمی مختلف و معتبر داخلی و خارجی و همچنین منابع عمومی و سایت‌های سازمان‌های معتبر خارجی و داخلی باهدف تعیین اسناد معتبر، موثق و مرتبط درباره زمانی مناسب می‌پردازد. یکی از تنگناهای این پروژه عدم دستیابی کامل به منابع علمی بین‌المللی در حوزه محرک‌های افشای استراتژیک بود. ابتدا کلمات کلیدی مرتبط را گزینش می‌کند. به این منظور واژگان کلیدی که در جدول ۳ ارائه‌شده به زبان فارسی و انگلیسی مورد جستجو قرار گرفته که درنهایت ۱۶۶ مقاله یافت شد

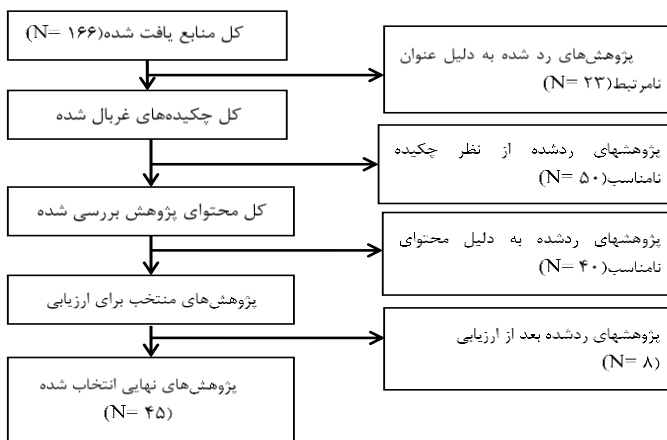
جدول (۳): معرفی کلیدواژه‌های مناسب برای انجام گام دوم روش فراترکیب

واژگان کلیدی لاتین جستجو شده	معادل فارسی مفاهیم کلیدی
Business model disclosure	افشای مدل کسب‌وکار
Disclosure of strategy	افشای استراتژی
Annual reports	گزارشات سالانه
Disclosure of Business model in annual reports	افشای مدل کسب‌وکار در گزارش‌های سالانه
Annual Report Framework	چارچوب گزارش سالانه

### گام سوم: جستجو و انتخاب متون

در این مرحله مشخص‌شده است که آیا مقالات دریافتی متناسب با سؤال پژوهش هستند یا خیر. برای دستیابی به این مورد مقاله‌های متعددی مورد کنترل و بازبینی قرار گرفته‌اند، در هر بازبینی تعدادی از مقالات حذف‌شده‌اند و از فرایند پژوهش خارج‌شده‌اند. مراحل کنترل و بازبینی و نهایت انتخاب مقالات استفاده‌شده در پژوهش در شکل (۲) به صورت مختصر نشان داده‌شده است. ابزاری که به‌طورمعمول برای ارزیابی کیفیت مقالات استفاده می‌شود، ابزاری است که به پژوهشگر در راستای مشخص نمودن اعتبار، دقت و اهمیت مطالعه‌های کیفی یاری می‌کند. (دیلمی، ۱۳۹۸). این ابزار برای انواع مقالات بر پایه ده معیار ارزیابی کیفیت شامل: صراحت اهداف و اهمیت تحقیق، سازگاری و برابری روش تحقیق، سازگاری و مطابقت مدل تحقیق، سازگاری شیوه تعیین شرکت‌کنندگان، سازگاری سبک تألیف داده‌ها، ارتباط بین

پژوهشگر و شرکت‌کنندگان، سازوکارها و ملاحظات اخلاقی، دقت نظر در تجزیه و تحلیل، تبیین روند یافته‌ها و بهای تحقیق قابل استفاده است.



شکل (۲): فرایند بازبینی و انتخاب

چگونگی انتخاب مقاله‌ها بدین حالت است که محقق در هر یک از معیارهای ده‌گانه با اعطای امتیاز و اعتبار به هر یک از شاخصه‌ها از ضعیف (۱) تا عالی (۵) امتیازی می‌دهد سپس مقالات به پنج طبقه عالی (۴۱-۵۰) بسیار خوب (۳۱-۴۰) خوب (۲۱-۳۰) متوسط (۱۱-۲۰)، ضعیف (۰-۱۰) دسته‌بندی می‌شوند (فرینفگلد، ۲۰۰۳). پس از تخصیص امتیاز به ویژگی‌های هر یک از مطالعات و حذف مطالعات با امتیاز کمتر از ۲۱، در نهایت ۴۵ مطالعه در فرآیند ارزیابی پذیرفته شدند. به این ترتیب پس از چهار مرحله پالایش از میان ۱۶۶ مطالعه، ۱۲۱ مورد آن حذف و ۴۵ پژوهش که در جدول ۵ ارائه گردیده است برای تجزیه و تحلیل اطلاعات انتخاب گردید.

### گام چهارم: استخراج اطلاعات مقالات

پس از شناسایی و انتخاب منابع مناسب در این مرحله تک‌تک مقالات منتخب مورد بررسی دقیق و چندباره قرار گرفته و اطلاعات مرتبط با موضوع پژوهش از آن‌ها استخراج گردید و سپس مقالات بر اساس نام نویسندگان، سال انتشار و عنوان مقالات دسته‌بندی شده‌اند. جدول ۴ استخراج کدها از مقالات منتخب را نشان می‌دهند.

## جدول (۴): مقالات منتخب

نماد	سال	عنوان
C1	۱۳۹۲	مدل‌های کسب‌وکار؛ مبانی، ارزیابی، نوآوری
C2	۱۳۹۳	بزهوشی در تأثیرگذاری ارزش پیشنهادی حوزه واسط مشتری، جهت طراحی مدل کسب‌وکار همراه با رویکرد BMO
C3	۱۳۹۷	ابعاد و مؤلفه‌های مدل کسب‌وکار شرکت‌های ریلی مسافری ایران و ارائه مدل تعاملی ابعاد با استفاده از مدل‌سازی تفسیری ساختاری
C4	۱۳۸۸	تعمیم زنجیره ارزش پورتر به فعالیت‌های کتابخانه‌های تخصصی و تأثیر فناوری اطلاعات بر آن
C5	۱۳۹۹	شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های حاکمیت شرکتی با رویکرد توسعه کارآفرینی سازمانی در بانک کشاورزی
C6	۱۳۹۷	استخراج مؤلفه‌های زیست‌محیطی از گزارشات فعالیت هیئت‌مدیره شرکت‌ها با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی
C7		نقش کنترل و ارزیابی در روند رشد مؤسسات کوچک و متوسط
C8	۱۳۹۲	ارائه مؤلفه‌ها و شاخص‌های بُعد اجتماعی مسئولیت شرکت‌ها و وضعیت موجود آن در ایران
C9	۱۳۹۸	بررسی تأثیر ایدئولوژی‌های اخلاقی بر ارزیابی مصرف‌کننده از محصول و شرکت با توجه به نقش میانجی مسئولیت اجتماعی سازمان
C10	۱۳۹۵	تأثیر دارایی‌های نامشهود بر عملکرد غیرمالی
C11	۱۳۹۶	تأثیر افشای اطلاعات استراتژیک، غیرمالی و مالی بر مدیریت سود
C12	۱۳۸۴	برنامه‌ریزی استراتژیک برای مؤسسات کوچک و متوسط
C13	۱۳۸۹	رابطه هماهنگی استراتژی سطح کسب‌وکار و استراتژی مالی با عملکرد سازمان
C14	۱۳۹۹	ارتباط افشای مدل کسب‌وکار با ارزش بازار سهام شرکت
C15	۱۳۹۹	(BM) ارائه مدل گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب‌وکار
C16	۱۳۹۸	الگوی کسب‌وکار بانکداری الکترونیک مبتنی بر ظهور فین‌تک‌ها و استارت‌آپ‌های مالی
C17	۱۳۹۴	مدیریت روابط با مشتری
C18	۱۳۹۷	عوامل تأثیرگذار بر ارتقای شهرت فناوری و نقش آن بر عملکرد کسب‌وکار شرکت
C19	۱۳۹۳	ارزیابی استراتژی‌های رقابتی و عملکرد سازمانی
C20	۱۳۹۳	رابطه بین عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی در کسب‌وکارهای خانوادگی ( مطالعه موردی :صنعت فرش ماشینی شهرهای کاشان و آران و بیدگل)
C21	۱۳۹۵	طراحی الگوی برآورد ملاحظه‌های اخلاق کسب‌وکار
C22	۱۳۹۳	تأثیر عوامل راهبردی داخلی بر عملکرد مالی صنایع تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران
C23	۱۳۹۶	اثر هوش تجاری بر عملکرد مالی بانک‌های ایران (با تأکید بر شاخص‌های سلامت مالی بانک‌ها)
C24	۱۳۸۹	بررسی روابط بین معیارهای غیرمالی و عملکرد مالی شرکت (مورد مطالعه: شرکت‌های بیمه دولتی شعب استان تهران)
C25	۱۳۹۵	تأثیر دارایی‌های نامشهود بر عملکرد غیرمالی
C26	۲۰۰۲	The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies
C27	۲۰۱۷	Business model design at the base of the pyramid
C28	۲۰۱۸	Understanding Platform Business Models: A Mixed Methods Study of Marketplaces
C29	۲۰۱۳	Business Models for Sustainable Innovation: State of the Art and Steps Towards a Research Agenda
C30	۲۰۱۰	The effects of competencies on the company value
C31	۲۰۱۳	Organizational Behavior
C32	۲۰۱۸	Organizational structure and economic security of an enterprise
C33	۲۰۱۴	Six Components of Corporate Governance That Cannot be Ignored
C34	۲۰۰۹	Discovering patterns in corporate social responsibility (CSR) reporting: A transparent framework based on the Global Reporting Initiative's (GRI) Sustainability Reporting Guideli
C35	۲۰۱۶	Effects of ethical ideologies and perceptions of CSR on consumer behavior
C36	۲۰۱۰	Principles of Management
C37	۲۰۱۵	Strategy disclosure reporting trends in South Africa: A 2010–2011 comparative analysis for six industry clusters
C38	۲۰۱۳	A comparative analysis of strategy disclosure reporting trends in South Africa in 2010
C39	۲۰۱۷	Study on the Effects of the Performance of Thematic Tourism Listed Companies on Voluntary Information Disclosure
C40	۱۹۹۸	Strategy deployment for small and medium enterprises
C41	۱۹۹۶	Strategic reference point theory
C42	۲۰۰۵	Achieving and maintaining strategic competitiveness in the 21 st century: The role of strategic leadership
C43	۲۰۱۴	Factors Influencing Voluntary Disclosure of Vietnamese Listed Companies
C44	۲۰۲۰	Strategy disclosure in the integrated report



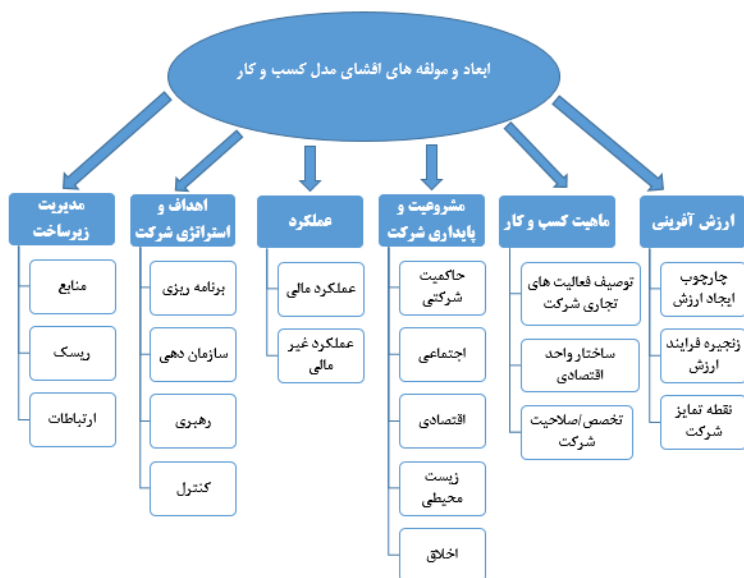
## گام پنجم: یافته‌های پژوهش

گام پنجم در روش فرا ترکیب نتایج کیفی پژوهش است. در طول تجزیه و تحلیل، محقق به دنبال موضوعات و تم‌هایی است که در بین مقالات موجود در فراترکیب پدیدار شده است. این قسمت به عنوان بررسی موضوعی شناخته می‌شود. ابتدا پژوهشگر برای کلیه عوامل پیداشده از بررسی‌ها کد در نظر می‌گیرد و سپس با توجه به مفاهیم نهفته در هر یک از این کدها، مفاهیمی استخراج شده را در یک مفهوم مشابه با توجه به نزدیکی معانی و مفهومی به یکدیگر، دسته‌بندی می‌کند (دیلمی، ۱۳۸۹). به این ترتیب مفاهیم پژوهش شکل داده شده است. با توجه به توضیح فوق، در این مرحله از پژوهش حاضر نخست عوامل استخراج شده از ۱۶۶ مقاله یادشده به عنوان کد در نظر گرفته شده و در ادامه کدهای موردنظر در مفهومی همانند و مشابه با توجه معنای هر یک از آن‌ها، تعریف شده است؛ در نهایت مفاهیم مشابه در مقولات توجیه‌کننده گروه‌بندی گردید تا محورهای تبیین‌کننده عوامل مؤثر بر شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه در قالب مؤلفه‌های پژوهش شناسایی شوند. در جدول ۵ و شکل ۳ مقوله‌های اصلی و کدهای مربوط به افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه حاصل از تحلیل کیفی ارائه شده است.

جدول (۵): مقوله‌های اصلی و کدهای مربوطه

ابعاد	مؤلفه‌ها	کدهای اولیه	منابع
	چارچوب ایجاد ارزش	مجموعه‌ای از مشتریان، خدماتی برای استفاده تمام مشتریان و امکان تعامل میان مشتریان، سازمان‌هایی که خدمات را فراهم کنند، مجموعه‌ای از قراردادهای که امکان دسترسی به خدمات را مهیا کند	C۲-C۶-C۷-C۸
ارزش‌آفرینی	زنجیره ارزش فرایند	فعالیت‌های ارزش (فعالیت‌های اصلی و پشتیبانی)، لجستیک داخلی، عملیات، لجستیک خارجی، بازاریابی، خدمات‌رسانی	C۲-C۶-C۷-C۸
	تقطعه‌سازی شرکت	یکتایی محصول / خدمت، تمایز در قیمت، تمایز در تصویر در بازار، تمایز طراحی محصول، تمایز در کیفیت، تمایز در پشتیبانی	C۲-C۶-C۷-C۸- C۲۲-C۲۳-C۲۹
	توصیف فعالیت‌های تجاری شرکت	محیط کسب‌وکار، ساختار سازمانی/نمودار، تاریخچه مختصر شرکت (خارج از الزامات اجباری)، توصیف وضعیت شرکت، توصیف استراتژی توسعه شرکت	C۲۴-C۳۱
ماهیت کسب‌وکار	ساختار واحد اقتصادی	مالی، منابع انسانی، تکنولوژی، قوانین و سیاست‌ها، قدرت	C۱۱
	تخصص/صلاحیت شرکت	دانش، مهارت، توانایی، نگرش، ویژگی شخصیتی	C۹-C۱۰-C۲۲-C۲۳-C۳۰
	حاکمیت شرکتی	بعد رفتاری: ویژگی‌های شخصی و مهارت‌های بین فردی؛ بعد محیطی: کارکنان، هیئت‌مدیره، سهامداران و مشتریان؛ بعد ساختاری: فرهنگ‌سازی سازمانی، شفافیت، مشارکت و کار تیمی. ارزش‌های سازمانی و هنجار سازمانی.	C۱۲-C۱۳-C۲۴
مشروعیت و پایداری شرکت	اجتماعی	کار و کارکنان، حقوق بشر، زنجیره تأمین، مشتریان و مصرف‌کنندگان، مشارکت و توسعه جامعه، منش کسب‌وکار، فساد، رشوه‌خواری و پول‌شویی	C۱۶-C۱۷-C۲۴
	اقتصادی	اثرات اقتصادی نظیر ایجاد فرصت‌های شغلی افزایش در فروش، افزایش در تعداد پرسنل، افزایش تعداد شعبات و مشتریان در داخل کشور، بین‌المللی شدن کسب‌وکار (صادرات)، افزایش رضایتمندی مشتریان، به‌کارگیری فن‌آوری جدید، تنوع و نوآوری در محصولات، ارتقای سطح کیفیت و استانداردهای محصولات، دوام و انتقال کسب‌وکار به نسل بعدی	C۱۶-C۱۷-C۴۰

ابعاد	مؤلفه‌ها	کدهای اولیه	منابع
	زیست‌محیطی	C1۴-C۲۴	هوا، آب، خاک، مواد و محصول، صوت، بسماند، انرژی، حفظ اکوسیستم زنده، سرمایه‌گذاری و هزینه کرد دارایی، افشا، سازوکارهای درون‌سازمانی، سازوکارهای تنظیمی قوانین و مقررات زیست‌محیطی، استانداردهای ملی و بین‌المللی، گزارشات تقلبی و شرح وعده‌ها، فرهنگ‌سازی و اقدامات آینده نگرانه، هزینه‌های فاضلاب، سبز و صندوق سیل ایده آل گزایی، نسبی‌گرایی
	اخلاق	C۱۸-C۱۹-C۲۰-C۲۱	اخلاق در حوزه مالی (حساب آرای، تجزیه و تحلیل‌های گمراه‌کننده، معاملات با اشخاص وابسته، برنامه‌های پاداش مدیران، ارائه اسناد مالی قابل‌اعتماد و نظایر آن‌ها)؛ اخلاق در حوزه بازاریابی (اعمال ضد رقابتی و رقابت سالم، نشر آگهی‌های گمراه‌کننده، محتوای آگهی‌ها، بازاریابی و نظایر آن‌ها)؛ اخلاق در حوزه تولید (کسب اطمینان از این‌که محصولات شرکت و فرآیند تولید این محصولات آثار زیانباری برای جامعه به دنبال نداشته باشد)؛ اخلاق در حوزه علوم اجتماعی (مباحث مربوط به حقوق جامعه، دولت و بنگاه‌های عمومی، اختلاس، فرار مالیاتی، استفاده از منافع و امکانات عمومی در جهت کسب منافع شخصی، بی‌توجهی به قانون و عدم توجه به مسئولیت‌های اجتماعی مطرح می‌شود)؛ اخلاق در حوزه صاحبان بنگاه و ذینفعان (حقوق سهامداران و سرمایه‌گذاران، بانک‌ها، وام‌دهندگان، کارکنان و سایر ذینفعان)
	عملکرد مالی	C۱-C۲-C۳-C۵-C۷-C۲۲-C۲۳-C۲۴-C۲۵-C۲۶-C۲۷-C۲۸	سود ناخالص، نرخ بازگشت سرمایه، رشد فروش، نسبت نقدینگی، بازده سرمایه، بازده دارایی، کیفیت دارایی، نسبت هزینه به درآمد، نسبت وام به دارایی، نسبت سودآوری و درآمد، سود عملیاتی، رشد سریع فروش، ایجاد جریان‌های نقدی، ارزش‌افزوده اقتصادی، قیمت‌گذاری، اهرم‌های مالی و عملکردی
	عملکرد غیرمالی	C۱-C۲۰-C۲۴-C۲۶-C۲۵-C۲۸-C۴۴	شهرت نام تجاری، سهم بازار، رضایت کارکنان، سایر شاخص‌های عملکرد غیرمالی، فرایندهای درون‌سازمانی، فراگیری و رشد، مشتری، شناسایی انتظارات و رضایت مشتری
	برنامه‌ریزی	C۲۱-C۲۶-C۲۷	چشم‌انداز و مأموریت، اهداف عملیاتی سازمان همراه با برنامه‌ریزی، تاکتیک‌ها، اهداف تکمیل‌کننده هدف اولیه مبتنی بر زمان و قابل‌اندازه‌گیری
	سازمان‌دهی	C۲۱-C۲۸-C۲۹	طراحی سازمان‌دهی، فرهنگ، شبکه اجتماعی، الگوی عقلایی، الگوی طبیعی، الگوی ترکیبی
اهداف و استراتژی شرکت	رهبری	C۲۱-C۳۰	رهبری، اتخاذ تصمیم، تعامل با تیم و گروه، انگیزه، تعیین مسیر استراتژیک؛ توسعه سرمایه انسانی، حفظ فرهنگ همکاری اثربخش، توانایی پیش‌بینی، تعیین افق، حفظ انعطاف‌پذیری، تفکر استراتژیک و کار با دیگران
	کنترل	C۱۵-C۲۱	شاخص سازمانی و ساختاری، شاخص رشد علمی و فناوری، شاخص رشد مالی، سیستم پردازش، منابع انسانی استراتژیک
	منابع	C۲۲-C۲۳-C۲۳-C۲۴	سرمایه فیزیکی، سرمایه مالی، سرمایه عقلایی، سرمایه انسانی، سرمایه تولیدی، سرمایه طبیعی، سرمایه اجتماعی، سرمایه ارتباطی، منابع اصلی مالی در دسترس شرکت (به‌طور نمونه ساختار سرمایه، مدیریت مالی و منابع اصلی غیرمالی در دسترس شرکت (به‌طور نمونه سرمایه فکری و انسانی و) و آرایش فعالیت‌ها و منابعی که به‌منظور خلق ارزش برای مشتری ضروری هستند
	ریسک	C۲۴-C۲۳-C۳۳	آگاهی از تأثیر فعالیت‌ها بر مردم، محیط طبیعی و اقتصاد و مدیریت آن . سرمایه‌گذاری در توسعه پایدار LOTOS و محیط‌زیست، مراقبت از رشد ارزش شرکت که به منافع برای سهامداران تبدیل خواهد شد .ریسک‌ها به دودسته تقسیم می‌شوند: استراتژیک، عملیاتی، مالی، شهرت و انطباق با مقررات .مدیریت ریسک سازمانی ERM ؛ مطابق با استاندارد ISO 31000 که توسط یک ابزار IT داخلی اجرا و پشتیبانی می‌شود.
	ارتباطات	C۵-C۲۲-C۲۳-C۳۳-C۳۵-C۳۷	تعامل با مشتری، کانال‌های توزیع، ارتباط با مشتری، کمک‌های شخصی، خدمات خودکار، انجمن‌ها، ارتباط شفاهی و غیرشفاهی، ارتباط اصلی بین شرکت و ذینفعان آن-مدیریت روابط با مشتری (افراد یا تمرکز بر مشتریان برگزیده، فرایند یا مدیریت دانش، فن‌آوری یا فناوری مشتری محور، سازمان مشتری محور)- گوش دادن مؤثر، مهارت همدلی، مهارت اجتماعی، خود گوشه‌دگی، حمایت اجتماعی، نفوذ آرمایی و الهام بخشی، خود نظمی، تحریک فرهیختگی، مثبت‌گرایی



شکل (۳): ابعاد و مؤلفه‌های افشای مدل کسب و کار

### گام ششم: کنترل کیفیت و تحلیل محتوا

برای کنترل کیفیت جهت پایایی مقالات منتخب از روش توافق بین ارزیاب‌ها استفاده می‌شود، به این ترتیب که محقق دیگری این مقاله را مورد بررسی قرار می‌دهد. چنانچه نظر این دو ارزیاب به هم نزدیک باشد، نشان‌دهنده پایایی است. برای ارزیابی پایایی با این روش از ضریب کاپای کوهن استفاده می‌شود. اگر مقدار این ضریب از  $0/7$  بیشتر باشد، توافق مناسب بین دو ارزیاب وجود دارد (رت و همکاران، ۲۰۱۹). نتایج تحلیل‌های حاصل از نرم‌افزار آمار SPSS در جدول ۸ نشان داده شده است. همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود ضریب کاپا برابر  $0/816$  است که مبین توافق خوب بین دو ارزیاب در خصوص مقالات منتخب است و بر پایایی مناسب آن‌ها دلالت دارد.

جدول (۶): مقادیر اندازه توافق

مقدار	عدد معناداری
$0/816$	$0/001$
کاپای مقدار توافق	تعداد موارد
	۴۵

همچنین برای ارزیابی پایایی مفاهیم استخراجی نیز می‌توان از روش توافق بین دو کدگذار استفاده کرد، بدین صورت که جهت کدگذاری اولیه علاوه بر کدگذاری خود محقق از محقق دیگری خواسته می‌شود تا همان متنی را که خود محقق کدگذاری نموده را بدون آگاهی از کدهای پژوهشگر و به صورت مستقل کدگذاری نماید، در صورت نزدیکی کدهای استخراجی دو محقق به هم نشان‌دهنده توافق بیش از حد بین دو کدگذار و بیان‌کننده پایایی است (دیلمی، ۱۳۸۹). همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، برای ارزیابی پایایی ضریب کاپای کوهن استفاده

می‌شود؛ اگر مقدار این ضریب بزرگ‌تر از  $0/7$  باشد، توافق مناسب بین دو کد گزار وجود دارد. بر اساس جدول (۷) مقدار ضریب کاپای حاصل‌شده برابر  $0/725$  که مبین توافق خوب بین نتایج کدگذاری دو کدگذار است و بر پایایی مناسب این پژوهش دلالت دارد. از سوی دیگر چون برای شاخص کاپا سطح معناداری کوچک‌تر از  $0/05$  است بنابراین سطح توافق، موردپذیرش و معتبر است به‌عبارت‌دیگر فرض ارتباط میان کدهای استخراجی توسط محقق و کدگذار دیگر تأیید و یکنایی کدهای استخراج‌شده رد می‌شود، بنابراین می‌توان ادعا کرد که کدهای استخراجی از پایایی کافی برخوردار است (ویرا و همکاران، ۲۰۰۵).

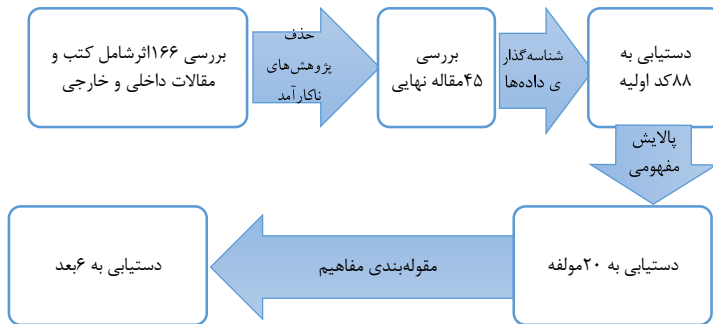
جدول (۷): کنترل کیفیت تحلیل

مقدار به‌دست‌آمده	شاخص‌های کنترل کیفیت تحلیل
$0/810$	ضریب هولستی
$0/775$	ضریب بی‌اسکات
$0/725$	شاخص کاپای کوهن
$0/790$	آلفای کریندروف

میزان همبستگی به‌دست‌آمده از دیدگاه خبرگان با محاسبه ضریب هولستی (PAO) یا «درصد توافق مشاهده‌شده»  $0/810$  به دست آمد مقدار قابل‌توجهی است. علیرغم محاسبه میزان همبستگی به روش هولستی اما با توجه به معایبی که به این روش وارد است شاخص بی-اسکات نیز محاسبه‌شده است که میزان آن  $0/775$  به‌دست‌آمده است. چهارمین شاخص برآورد اعتبار تحقیقات کیفی شاخص کاپای کوهن است. شاخص کاپای کوهن در این مطالعه  $0/725$  به‌دست‌آمده است. درنهایت نیز از آلفای کریندروف استفاده‌شده است و میزان آن در این مطالعه  $0/790$  برآورد گردیده است.

همچنین در این پژوهش، روش‌های ذیل برای نگهداری کیفیت پژوهش در نظر گرفته شد:

- ✓ در سراسر پژوهش، تلاش گردید توضیحات مشخص‌شده و آشکار برای گزینه‌های تحقیق عرضه گردد.
- ✓ از هر دو روش جستجوی الکترونیک و دستی برای جستجوی بررسی‌ها بهره‌مند گردید.



شکل (۴): الگوریتم خروجی کنترل کیفیت شاخص‌های پژوهش

### گام هفتم: ارائه گزارش و یافته

در این گام از سبک فراترکیب، نتایج مراحل قبل ارائه می‌شود. در ادامه به شناسایی شاخص‌های پژوهش پرداخته می‌شود. از شاخص‌های استخراج شده از متون مقالات مرتبط، با حذف شاخص‌های هم‌معنی و پرتکرار و درنهایت با مقوله و دسته‌بندی شاخص‌های نهایی، ۲۰ مؤلفه و ۸۸ کد حاصل گردید. در این مرحله از کدگذاری، مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش مشخص شدند. در این مرحله جهت نشان دادن میزان پشتیبانی تحقیق‌های گذشته از یافته‌های این تحقیق به صورت آماری، از روش آنالیز شانون استفاده شد. در مبحث پردازش داده‌ها در زمینه تحلیل کیفی برپایه روش آنالیز شانون، پردازش داده‌ها به صورت کمی و کیفی انجام می‌شود. برای اندازه‌گیری عدم اطمینان که به وسیله یک توزیع احتمال بیان می‌شود از شاخص آنالیز شانون استفاده می‌شود. (استراتف<sup>۶۷</sup>، ۲۰۰۳: ۴). با شناسایی شاخص‌های تحقیق برپایه تجزیه و تحلیل محتوا و نیز شناخت مقیاس‌های تجزیه و تحلیل (کلمه‌ها و مضامین)، از روش آنالیز شانون برای تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت روابط زیر بهره‌برداری خواهد شد:

ابتدا بر اساس تحلیل محتوا می‌بایست فراوانی هر یک از مقوله‌های شناسایی شده مشخص گردد. ماتریس فراوانی‌های مورد نظر باید به‌همین‌جهت باشد. برای این منظور از روش نرمال‌سازی خطی رابطه (۱) استفاده می‌شود:

رابطه (۱)

$$n_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum x_{ij}}$$

درجه یا مرتبه اطلاعاتی هر مقوله بایستی ارزیابی گردد. برای این منظور از رابطه (۲) و (۳) استفاده می‌شود:

رابطه (۲)

$$k = \frac{1}{\ln(a)}; a = \text{تعداد گزینه‌ها}$$

رابطه (۳)

$$E_j = -k \sum [n_{ij} \ln(n_{ij})]$$

ضریب اهمیت هر مقوله بایستی ارزیابی گردد. هر مقوله که دارای درجه یا مرتبه اطلاعاتی بیشتری باشد، از درجه اهمیت بالاتری بهره‌مند است. برای محاسبه ضریب اهمیت هر مقوله از رابطه (۴) استفاده می‌شود:

رابطه (۴)

$$W_j = \frac{E_j}{\sum E_j}$$

بنابراین در مرحله نخست پس از تشکیل ماتریس تصمیم امتیازات به‌دست‌آمده مربوط به مسئله موردنظر در جدول (۸) ارائه شده است:

جدول (۸): تعیین میزان اهمیت و تأکید پژوهش‌های گذشته

رتبه	ضریب اهمیت Wj	عدم اطمینان E <sub>j</sub>	$\sum P_{ij} \times knP_{ij}$	فراوانی	کد
۶	۰/۰۵۲۷	۰/۰۵۰۰	-۰/۱۴۹۸	۴	چارچوب ایجاد ارزش
۶	۰/۰۵۲۷	۰/۰۵۰۰	-۰/۱۴۹۸	۴	زنجیره ارزش فرایند
۲	۰/۰۷۵۱	۰/۰۷۱۲	-۰/۲۱۳۲	۷	نقطه تمایز شرکت
۱۶	۰/۰۳۲۵	۰/۰۳۰۸	-۰/۰۹۲۲	۲	توصیف فعالیت‌های تجاری شرکت
۲۰	۰/۰۱۹۳	۰/۰۲۸۳	-۰/۰۵۴۸	۱	ساختار واحد اقتصادی
۵	۰/۰۶۱۰	۰/۰۵۷۸	-۰/۱۷۳۳	۵	تخصص/صلاحیت شرکت
۱۰	۰/۰۴۳۴	۰/۰۴۱۱	-۰/۱۲۳۱	۳	حاکمیت شرکتی
۱۰	۰/۰۴۳۴	۰/۰۴۱۱	-۰/۱۲۳۱	۳	اجتماعی
۱۰	۰/۰۴۳۴	۰/۰۴۱۱	-۰/۱۲۳۱	۳	اقتصادی
۱۶	۰/۰۳۲۵	۰/۰۳۰۸	-۰/۰۹۲۲	۲	زیست‌محیطی
۶	۰/۰۵۲۷	۰/۰۵۰۰	-۰/۱۴۹۸	۴	اخلاق
۱	۰/۱۰۰۲	۰/۰۹۵۰	-۰/۲۸۴۶	۱۲	عملکرد مالی
۲	۰/۰۷۵۱	۰/۰۷۱۲	-۰/۲۱۳۲	۷	عملکرد غیرمالی
۱۰	۰/۰۴۳۴	۰/۰۴۱۱	-۰/۱۲۳۱	۳	برنامه‌ریزی
۱۰	۰/۰۴۳۴	۰/۰۴۱۱	-۰/۱۲۳۱	۳	سازمان‌دهی
۱۶	۰/۰۳۲۵	۰/۰۳۰۸	-۰/۰۹۲۲	۲	رهبری
۱۶	۰/۰۳۲۵	۰/۰۳۰۸	-۰/۰۹۲۲	۲	کنترل
۶	۰/۰۵۲۷	۰/۰۵۰۰	-۰/۱۴۹۸	۴	منابع
۱۰	۰/۰۴۳۴	۰/۰۴۱۱	-۰/۱۲۳۱	۳	ریسک
۴	۰/۰۶۸۴	۰/۰۶۴۸	-۰/۱۹۴۳	۶	ارتباطات

## ۵- بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش به‌کارگیری رویکرد فراترکیب (متاستز) جهت شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه می‌باشد. بدین منظور با استناد به یافته‌های پژوهش، با استفاده از روش فراترکیب، ۴۵ مقاله به‌صورت دقیق بررسی شده‌اند و درنهایت ۲۰ مؤلفه و ۸۸ کد استخراج شده است. درنهایت این ۲۰ مؤلفه در ۶ بعد دسته‌بندی شده‌اند. از بین روش‌های متعددی که به‌منظور تعیین وزن شاخص‌ها وجود دارد از روش آنتروپی شانون استفاده شده است. این روش یکی از بهترین روش‌ها برای تعیین اثر عوامل شناسایی شده

می‌باشد. با استناد به نتایج به‌دست‌آمده از روش آنتروپی شانون، میزان اهمیت و تأکید پژوهش‌های گذشته بر روی کدهای شناسایی‌شده مشخص گردید. شواهد حاصل از این پژوهش پشتوانه‌ای بر این مدعا فراهم می‌کند که مؤلفه‌هایی مانند ارزش‌آفرینی، نقطه تمایز شرکت، عملکرد مالی و غیرمالی نسبت به سایر مفاهیم اهمیت بیشتری دارند. که ارزش‌آفرینی، بر اساس چارچوب ایجاد ارزش و زنجیره ارزش فرایند (تیوزچر و لاودین، ۲۰۱۸؛ بونز و فروند، ۲۰۱۳)، در جهت‌دهی افشای سالیانه شرکت تأثیرگذار است. ارزش‌آفرینی در جهت افشای صحیح اطلاعات، می‌تواند ثبات عملکرد در بلندمدت را برای شرکت ایجاد نماید. همچنین نقطه تمایز شرکت (آنگریر و ورستیر، ۲۰۱۵) بر ساختار، نگارش و اهمیت افشای گزارشگری سالیانه تأکید دارد. ماهیت کسب‌وکار، بر اساس ساختار واحد اقتصادی (مودینو و ولاسو، ۲۰۱۸)، در جهت‌دهی افشای سالیانه شرکت تأثیرگذار است. توصیف فعالیت‌های تجاری شرکت (نیگوین، ۲۰۱۴) و تخصص/صلاحیت شرکت (آنگریر، ۲۰۱۳؛ روزیچکوا و نواک، ۲۰۱۰) بر ساختار، نگارش و اهمیت افشای گزارشگری سالیانه تأکید دارد. مشروعیت و پایداری شرکت، بر اساس زیست‌محیطی (حیاتی و همکاران، ۱۳۹۷)، در جهت‌دهی افشای سالیانه شرکت تأثیرگذار است. حاکمیت شرکتی (رسولی و همکاران، ۱۳۹۹؛ مکاهیری و ویرمیولین، ۲۰۱۴)، اجتماعی و اقتصادی (حساس یگانه و برزگر، ۱۳۹۲؛ ایوبرایرت و همکاران، ۲۰۰۹) و اخلاق (هاوادانا و همکاران، ۲۰۱۶؛ نایب زاده و جعفریان، ۱۳۹۸) بر ساختار، نگارش و اهمیت افشای گزارشگری سالیانه تأکید دارد. عملکرد بر اساس عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی (قربانی و همکاران، ۱۳۹۶؛ حسینقلی پور و آقازاده، ۱۳۸۴)، در جهت‌دهی افشای سالیانه شرکت تأثیرگذار است. اهداف و استراتژی شرکت، بر اساس رهبری و کنترل (آریلند و هایت، ۲۰۰۵)، در جهت‌دهی افشای سالیانه شرکت تأثیرگذار است. برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی (مازور، ۱۹۹۸؛ حسینقلی پور و آقازاده، ۱۳۸۴) بر ساختار، نگارش و اهمیت افشای گزارشگری سالیانه تأکید دارد. مدیریت زیرساخت، بر اساس ریسک (جاستیناو زوبسزیک، ۲۰۲۰؛ مهرانی و همکاران، ۱۳۹۹)، در جهت‌دهی افشای سالیانه شرکت تأثیرگذار است. منابع و ارتباطات (آنگریر و ورستیر، ۲۰۱۵؛ آنگریر، ۲۰۱۳) بر ساختار، نگارش و اهمیت افشای گزارشگری سالیانه تأکید دارد. از طرف دیگر برخی عوامل مثل سازمان‌دهی، رهبری، کنترل، توصیف فعالیت‌های تجاری شرکت، ساختار واحد اقتصادی با توجه به رتبه‌بندی نقش به‌سزایی بر افشای محرک‌های مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه شرکت ندارند.

با عنایت به اهمیت تأثیر افشای مدل کسب‌وکار بر عملکرد شرکت‌ها و بالابردن سطح پاسخگویی و به دنبال آن شفافیت اطلاعاتی به مدیران پیشنهاد می‌شود که به قدرت، نفوذ و اهمیت ذینفعان در تحقق اهداف شرکت توجه گردد و نیازهای آن‌ها را به‌طور دقیق شناسایی

نموده و آن‌ها را درک کنند و سپس جهت جلب رضایت ذینفعان خود برنامه‌ریزی کنند. با توجه به نقش مهم ذینفعان در ایجاد فشار بر شرکت جهت افشای اطلاعات مدل کسب‌وکار به سهامداران و سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود تا نظارت خود را بر مدیران در راستای پاسخ‌دهی آنان در زمینه افشای مدل کسب‌وکار شرکت با حضور در مجامع عمومی افزایش دهند و همچنین اطلاعات خود را نسبت به مسئولیت‌های اعضای هیئت‌مدیره ارتقا دهند. علاوه بر موارد بیان‌شده، دست‌اندرکاران بازار سرمایه می‌توانند با برنامه‌های تشویقی همانند درجه‌بندی شرکت‌ها بر اساس میزان افشاء مدل کسب‌وکار و بالا بردن سطح آگاهی مدیران از افشاء مدل کسب‌وکار، به فرهنگ‌سازی افشاء و شفافیت در گزارشات سالانه بپردازند. هرچند جهت بررسی پژوهش حاضر منابع‌ها و مستندات متعدد و مختلفی مورد مطالعه قرار گرفت اما در این پژوهش به دلیل محدودیت دسترسی به برخی منابع ممکن است، تاکنون مؤلفه‌هایی قابل‌شناسایی باشند که مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی علاوه بر بررسی منابع جدید و به‌روز، با انجام مصاحبه‌های هدفمند و از طریق سایر روش‌ها از جمله نظریه داده بنیاد و با رویکرد استقرایی از نظر طیف وسیع‌تری از افراد مطلع در صنایع مختلف، جهت شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشاء مدل کسب‌وکار در گزارشات سالانه استفاده شود.

## یادداشت‌ها

- |                        |                            |
|------------------------|----------------------------|
| 1. Michalak            | 35. Lundholm & Van Winkle  |
| 2. Eccles & Krzus      | 36. Deeds et al.           |
| 3. FRC                 | 37. Deegan                 |
| 4. ACCA                | 38. Lindblom               |
| 5. IIRC                | 39. Hogner                 |
| 6. Cohen et al.        | 40. Patten                 |
| 7. Wollmert            | 41. Gray                   |
| 8. Bukh                | 42. Donaldson & Preston    |
| 9. Nielsen & Roslender | 43. Darrough & Stoughton   |
| 10. Morris             | 44. Elliott & Jacobson     |
| 11. Jensen             | 45. Hanley & Hoberg        |
| 12. Fielt              | 46. Holland                |
| 13. Lun & Nielsen      | 47. FRRP                   |
| 14. Schüle et al.      | 48. FRC                    |
| 15. Lambert            | 49. Sterwalder & Pygnier   |
| 16. Nielsen et al.     | 50. Magretta               |
| 17. Tweedie et al.     | 51. Stefanovic & Milosevic |
| 18. Groth & C. Nielsen | 52. Zott & Amit            |
| 19. Lüttgens & Diener  | 53. Chesbrough             |
| 20. Sachsenhofer       | 54. Teece                  |



- |                        |                        |
|------------------------|------------------------|
| 21.Haslam et al.       | 55.Porter et al.       |
| 22.IFAC                | 56.Giunta et al.       |
| 23.Alberti et al.      | 57.Beattie & Smith     |
| 24.Hopwood             | 58.Szewieczek et al.   |
| 25.AICPA               | 59.Bini et al.         |
| 26.Beattie             | 60.Roslender & Nielsen |
| 27.Dumay               | 61.Fabio & Avallone    |
| 28.IASB                | 62.Mechelli et al.     |
| 29.Soper & Dolphin     | 63.Michalak et al.     |
| 30.Smith & Smith       | 64.Sarasvathy          |
| 31.Hossain et al.      | 65.Finfgeld            |
| 32.Heal & Palepu       | 66.Azimi               |
| 33.Verrecchia          | 67.Bench & Day         |
| 34.Richardson & Welker |                        |

## کتابنامه

- اسدالله، مهسا؛ ثانوی فرد، رسول و حمیدی زاده، علی. (۱۳۹۸). الگوی کسب‌وکار بانکداری الکترونیک مبتنی بر ظهور فینتک‌ها و استارت‌های مالی. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، ۲۷(۲): ۱۹۵-۲۴۸.
- قنبر زاده، مجتبی. (۱۴۰۰). افشای اطلاعات الگوی کسب‌وکار: رویکردی ذی‌نفع محور برای بهبود محتوای اطلاعاتی گزارشگری مالی. فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۵(۵۵): ۹۲-۱۱۴.
- کردستانی، غلامرضا و راستگویان، حسین. (۱۳۹۹). ارتباط افشای مدل کسب‌وکار با ارزش بازار سهام شرکت. حسابداری مدیریت، ۱۳(۴۶): ۱۷۳-۱۸۵.
- دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل دیانتی دیلمی. (۱۳۹۸). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: انتشارات اشراقی.
- دیانتی دیلمی، زهرا. (۱۳۸۹). کتاب روش تحقیق کیفی و کمی در حسابداری با نرم‌افزار SPSS. تهران: انتشارات عدالت نوین
- مهرانی، ساسان؛ مرادی، محمد و قنبر زاده، مجتبی. (۱۳۹۹). ارائه مدل گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب‌وکار (BM). مدیریت بازرگانی، ۱۲(۴): ۹۷۶-۱۰۰۵.

## References

- AICPA. (1994). Improving Business Reporting – A Customer Focus: Meeting the Information Needs of Investors and Creditors; and Comprehensive Report of the Special Committee on Financial Reporting. New York: American Institute of Certified Public Accountants.
- Alberti, L. B., Giunta, F. & Verrucchi, F. (2009). Business Model Disclosure: Much Ado

- Amit, R. & Zott, C. (2001). Value creation in e-business. *Strategic management journal*, 22(6-7): 493-520.
- Asadollah, M., Sanavifard, R., Hamidizadeh, A. (2019). Introducing a New E-Banking Model Based on the Rise of FinTechs and Startups (A Case of a Private Bank In Iran). *Journal of Technology Development Management*, 7(2): 195-248. (In Persian)
- Association of Chartered Certified Accountants (ACCA). (2012). Re-assessing the value of corporate reporting. <http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDF-technical/financial-reporting/reassessing-value.pdf>. (Accessed 17 September 2016).
- Association of Chartered Certified Accountants (ACCA). (2013). Understanding investors: directions for corporate reporting. <http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDF-technical/financial-reporting/pol-afb-ui02.Pdf>. (Accessed 10 October 2016).
- Azimi, M., (2021). Investigation of Health System Assumptions in Curriculum of Fourth Grade Elementary Textbooks Using Shannon Entropy Content analysis. *Journal of Community Health Research*, 10(1): 41-51.
- Beattie, V. & Smith, S. J. (2013). Value creation and business models: refocusing the intellectual capital debate. *The British Accounting Review*, 24(4): 243-254.
- Beattie, V. (2014). Accounting narratives and the narrative turn in accounting research: Issues, theory, methodology, methods and a research framework. *The British Accounting Review*, 46(2): 111-134.
- Bench, S., and T. Day. (2010). The user experience of critical care discharges: a meta-synthesis of qualitative research. *International journal of nursing studies*, 487-499.
- Bini, L., Simoni, L., Dainelli, F. & Gunta, F. (2018). Business Model and Non-Financial Key Performance Indicator Disclosure. *Journal of Business Models*, 6(2): 5-9.
- Bukh, N. P., Johansson, U. (2003). Research and knowledge interaction: Guidelines for intellectual capital reporting. *Journal of Intellectual Capital*, 4(4): 576-587.
- Chesbrough, H. (2007). Business model innovation: it's not just about technology anymore. *Strategy & leadership*, 35(6): 12-17.
- Cohen, J., L. L. Holder-Webb, L. Nath and D. Wood. (2012). Corporate Reporting on Non-financial Leading Indicators of Economic Performance and Sustainability. *Accounting Horizons*, 26(1): 65-90.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage publications.
- Darrough, M. N., & Stoughton, N. M. (1990). Financial disclosure policy in an entry game. *Journal of Accounting and Economics*, 12(1): 219-243.

- Dayanti, D. Z. (2010). Book of qualitative and quantitative research methods in accounting with SPSS software. Tehran: Adalat Navin Publications. (In Persian)
- Deeds, D. L., Decarolis, D., & Coombs, J. E. (1997). The impact of firm-specific capabilities on the amount of capital raised in an initial public offering: Evidence from the biotechnology industry. *Journal of Business Venturing*, 12(1): 31-46.
- Deegan, C. (2002). Introduction: the legitimising effect of social and environmental disclosures-a theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3): 282-311.
- Deegan, C. (2006). *Legitimacy theory*. Methodological issues in accounting research: theories and methods, 161-182.
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1): 65-91.
- Dumay, J. (2016). A critical reflection on the future of intellectual capital: from reporting to disclosure. *Journal of Intellectual Capital*, 17(1): 168-184.
- Eccles, R., & Krzus, M. (2010). *One report; Integrated reporting for a sustainable strategy*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Elliott, R. K., & Jacobson, P. D. (1994). Costs and Benefits of Business information. *Accounting Horizons*, 8(4): 80-96.
- Fabio, D. C. & Avallone, F. (2018). Business Model in Accounting: An Overview. *Journal of Business Models*, 6(2): 25-31.
- Fielt, E. (2014). Conceptualising business models: Definitions, frameworks and classifications. *Journal of Business Models*, 1(1): 85-105.
- Financial Reporting Council (FRC). (2009). Louder than Words: Principles and Actions for Making Corporate Reports Less Complex and More Relevant. <http://frc.org.uk/getattachment/7d952925-74ea-4deb-b659-e9242b09f2fa/Louder-than-words.aspx>. (Accessed 20 September 2016).
- Financial Reporting Council (FRC). (2011). Cutting clutter. Combating clutter in annual reports. <http://www.frc.org.uk/Our-Work/Publications/FRC-Board/Cutting-Clutter-Combating-clutter-in-annual-report.aspx>. (Accessed 21 September 2016).
- Financial Reporting Council (FRC). (2012b). Financial Reporting Review Panel Annual Report 2012, from <https://www.frc.org.uk/Our-Work/Conduct/Corporate-Reporting-Review/Annual-activity-reports.aspx>. (Accessed 20 September 2016).
- Finfgeld, D. L. (2003). Metasynthesis: The state of the art-so far. *Qualitative health research*, 13(7): 893-904.
- Finfgeld-Connett, D. (2008). Meta-synthesis of caring in nursing. *Journal of clinical nursing*, 17(2): 196-204.
- Giunta, F., Bambagiotti-Alberti, L. & Verrucchi, F. (2014). Business Model Disclosure: Evidence from Annual Reports of Italian Listed Companies. *Oxford Journal: An International Journal of Business & Economics*, 8(1): pp.

- Gould, S. (2014). *Business Models in Integrated Reporting* - Learning from the Pioneers.
- Gray, S. J., Meek, G. K. & Roberts, C. B. (1995). International Capital Market Pressures and Voluntary Annual Report Disclosures by U.S. and U.K. Multinationals. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 6(1): 43-68.
- Groth, P. & C. Nielsen. (2015). Business Model Taxonomies: Using statistical tools to generate valid and reliable business model taxonomies. *Journal of Business Models*, 3(1): 4-21.
- Hanley, K. W., & Hoberg, G. (2010). The information content of IPO prospectuses. *Review of Financial Studies*, 23(7): 2821-2864.
- Haslam, C., Tsitsianis, N., Andersson, T., & Gleadle, P. (2015). Accounting for business models: Increasing the visibility of stakeholders. *Journal of Business Models*, 3(1): 62-80.
- Healy, P. M. and Palepu, K. P. (2001). Information Asymmetry, Corporate Disclosure, and the Capital Markets: A Review of the Empirical Disclosure Literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(3): 405-440.
- Hogner, R. H. (1982). Corporate social reporting: eight decades of development at US Steel. *Research in Corporate Performance and Policy*, 4(1): 243-250.
- Holland, J. (2005). A grounded theory of corporate disclosure. *Accounting and Business Research*, 35(3): 249-267.
- Hopwood, A. G. (1996). Introduction. *Accounting, Organizations and Society*, 21(1): 55-56.
- Hossain, M., Perera, M. H. B. and Rahman, A. R. (1995). Voluntary Disclosure in the Annual Reports of New Zealand Companies. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 6(1): 69-87.
- ICAEW. (2010). New Reporting Models for Business, International Accounting Standards Board (IASB). (2010). Practice Statement Management Commentary; [http:// www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Management-Commentary/IFRS-Practice-Statement/Pages/IFRS-Practice-Statement.aspx](http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Management-Commentary/IFRS-Practice-Statement/Pages/IFRS-Practice-Statement.aspx). (Accessed 10 September 2016).
- International Integrated Reporting Committee IIRC. (2011a). Towards integrated reporting: communicating value in the 21st century. <http://www.discussionpaper2011.theiirc.org>. (Accessed 10 September 2016).
- International Integrated Reporting Committee IIRC. (2011b). The need for <IR>. <http://www.theiirc.org/about/aboutwhy-do-we-need-the-iirc>. (Accessed 10 September 2016).
- Jensen, A. B. (2014). Do we need one business model definition?. *Journal of Business Models*, 1(1): 61-84.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4): 305-360.

- Kurdestani, G., Rastgouian, H. (2020). The Relationship between Exposing Business Model to Corporate Stock Market Value. *Management Accounting*, 13(46): 173-185. (In Persian)
- Lambert, S. (2015). The importance of classification to business model research. *Journal of Business Models*, 3(1): 49-61.
- Lindblom, C. K. (1994). "The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure". In *Critical perspectives on accounting conference, New York* (June, Vol. 120).
- Lund, M., & Nielsen, C. (2014). The evolution of network-based business models illustrated through the case study of an entrepreneurship project. *Journal of Business Models*, 2(1): 105-121.
- Lundholm, R., & Van Winkle, M. (2006). Motives for disclosure and non-disclosure: a framework and review of the evidence. *Accounting and Business Research*, 36(1): 43-48.
- Lüttgens, D., & Diener, K. (2016). Business Model Patterns Used as a Tool for Creating (new) Innovative Business Models. *Journal of Business Models*, 4(3): 19-36.
- Magretta, J. 2002. Why business models matter. *Harvard business review*, 80(5): 86-92.
- Mechelli, A., Cimini, R. & Mazzocchetti, F. (2017). The Usefulness of the Business Model Disclosure for Investors' Judgments in Financial Entities, *Spanish Accounting Review*, 20(1): 1-12.
- Mehrani, S., Moradi, M., Ghanbarzadeh, M. (2021). Developing a Financial Reporting Model Based on the Concept of Business Model. *Journal of Business Management*, 12(4): 976-1005. (In Persian)
- Michalak, J., Rimmel, G., Beusch, P. & Jonäll, K. (2017). Business Model Disclosures in Corporate Reports. *Journal of Business Models*, 5(1): 51-73.
- Morris, R. D. (1987). Signalling, agency theory and accounting policy choice. *Accounting and Business Research*, 18(69): 47-56.
- Morris, L. (2014). Business model warfare: The strategy of business breakthroughs. *Journal of Business Models*, 1(1): 13-37.
- Nielsen, C., & R. Roslender. (2015). Enhancing financial reporting: the contribution of business models. *British Accounting Review*, 47(3): 262-274.
- Nielsen, C., M. Lund & P. Thomsen. (2017). Killing the balanced scorecard to improve internal disclosure. *Journal of Intellectual Capital*, 18(1): 45-62.
- Patten, D. M. (1992). Exposure, legitimacy, and social disclosure. *Journal of Accounting and public policy*, 10(4): 297-308.
- Porter, M. E., Michael & Gibbs, i. (2001). *Strategy and the Internet*.
- Qanbarzadeh, M. (2021). Disclosure of business model information: a stakeholder-oriented approach to improve the information content of financial reporting. *specialized scientific quarterly of new research approaches in management and accounting*, 5(55): 92-114. (In Persian)

- Richardson, A. J., & Welker, M. (2001). Social disclosure, financial disclosure and the cost of equity capital. *Accounting, Organizations and Society*, 26(7): 597-616.
- Roslender, R. & Nielsen, C. (2018). Accounting Through the Business Model. *Journal of Business Models*, 6(2): 78-83.
- Sachsenhofer, W. (2016). Leveraging Business Model Components as Drivers of Business Model Portfolios. *Journal of Business Models*, 4(3): 37-47.
- Sandelowski, M. And Barros, J. (2007). Handbook for Synthesizing Qualitative Research. Springer publishing company Inc.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management Review*, 26(2): 243-263.
- Schüle, S., Schubert, M., Hoyer, C., & Dressel, K. M. (2016). Development of an Assessment Tool to Evaluate and Improve SME Business Models. *Journal of Business Models*, 4(3): 5-18.
- Smith, J. E., & Smith, N. P. (1971). Readability: a measure of the performance of the communication function of financial reporting. *The Accounting Review*, 46(3): 552-561.
- Soper, F. J., & Dolphin, R., Jr. (1964). Readability and corporate annual reports. *The Accounting Review*, 39(4): 358-362.
- Straathof, S. (2003). A note on Shannon's entropy as an index of product variety. *MERIT-Infonomics Research Memorandum series*.
- Stefanovic, I. & Milosevic, D. (2012). On conceptual differentiation and integration of strategy and business model, 30(1): 141-161.
- Szewieczek, A.; Dratwińska-Kania, B.; Ferens, A. (2021). Business Model Disclosure in the Reporting of Public Companies—An Empirical Study. *Sustainability* 2021,13, 10088. <https://doi.org/10.3390/su131810088>
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long range planning*, 43(2): 172-194.
- Tweedie, D., C. Nielsen & N. Martinov-Bennie. (2017). Evolution or abandonment? Contextualising the business model in Integrated Reporting, *accepted and forthcoming in Australian Accounting Review*.
- Verrecchia, R. E. (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1): 97-180.
- Wollmert, P. (2014). Connected reporting, responding to complexity and rising stakeholder demands. [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-assurance-faas-connected-reporting/\\$FILE/ey-assurance-faas-connected-reporting.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-assurance-faas-connected-reporting/$FILE/ey-assurance-faas-connected-reporting.pdf), (accessed 13 May 2017).
- Zott, C. & Amit, R. (2008). The fit between product market strategy and business model: implications for firm performance. *Strategic management journal*, 29(1): 1-26.
- Zott, C. & Amit, R. (2009). Business Model Design: An Activity System Perspective. *Long Range Planning*, 43(2/3)