



Developing a Financial Reporting Model Based on the Concept of Business Model

Sasan Mehrani

*Corresponding Author, Associate Prof., Department of Accounting, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: smehrani@ut.ac.ir

Mohammad Moradi

Assistant Prof., Department of Accounting, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: moradimt@ut.ac.ir

Mojtaba Ghanbarzadeh

Ph.D., Department of Accounting, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: ghanbarzadeh.mojt@ut.ac.ir

Abstract

Objective: During the last decade, some researchers and accounting professional associations have expressed their interest in applying the concept of business model in their research in order to eliminate the shortcomings and weaknesses of the existing financial reporting. Considering the role and importance of financial reporting as one of the important sources of the available information in capital markets and consequently the researchers' efforts to increase the quality of financial reporting as a tool for social responsibility and business environment, the present study seeks to provide a model of financial reporting based on the concept of business model with the aim of practically eliminating the weaknesses of the existing financial reporting and increasing the quality of financial reporting.

Methodology: The present study is a synthesis study in terms of the nature of data and methods of analysis based on consecutive exploratory strategy. Using this strategy, three general steps have been taken: 1) extraction of the dimensions and components affecting financial reporting based on the concept of business model (qualitative method) using thematic analysis method; 2) determining the indicators of the reporting model and their screening using fuzzy Delphi technique (quantitative method); and 3) introducing the common indicators among the experts and proposing the ultimate model.

Findings: After reviewing the results of the qualitative and quantitative stages of the research, the ultimate model was proposed which includes six dimensions of transparency and validity, social accountability, key stimuli, stakeholder management, justice and fairness in the distribution of reports, as well as the presentation and disclosure of information which entails 24 components and 50 indicators that can be used as a native and innovative model for financial reporting.

Conclusion: With the increasing need for information about the operations of business units, it seems that traditional financial reporting can not meet all the demands of the users. The results of the fuzzy Delphi technique in this study also showed that none of the 62 indicators were observed in the financial reporting and are not currently disclosed. In other words, the existing financial reporting has not met the needs of stakeholders in disclosure of the business model indicators including social responsibility and accountability of the corporates. Accordingly, the proposed financial reporting model based on the concept of business model in this study, not only meets the needs of the stakeholders of the business unit, but can also play an important role in improving the content of the financial reportings.

Keywords: Financial Reporting, Information Disclosure, Business Model, Competitive Advantage, Stakeholders.

Citation: Mehrani, Sasan; Moradi, Mohammad & Ghanbarzadeh, Mojtaba (2020). Developing a Financial Reporting Model Based on the Concept of Business Model. *Journal of Business Management*, 12(4), 976 - 1005. (in Persian)

Journal of Business Management, 2020, Vol. 12, No.4, pp. 976 - 1005

DOI: 10.22059/jibm.2020.296570.3758

Received: February 15, 2020; Accepted: September 18, 2020

Article Type: Research-based

© Faculty of Management, University of Tehran



ارائه مدل گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار (BM)

ساسان مهرانی

* نویسنده مسئول، دانشیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: smehrani@ut.ac.ir

محمد مرادی

استادیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: moradimt@ut.ac.ir

مجتبی قنبرزاده

دکتری حسابداری، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: ghanbarzadeh.mojt@ut.ac.ir

چکیده

هدف: در دهه اخیر، برخی از پژوهشگران و انجمن‌های حرفه‌ای حسابداری، به منظور رفع کاستی‌ها و ضعف‌های گزارشگری مالی فعلی، به استفاده از مفهوم الگوی کسب و کار در پژوهش‌های خود علاقه‌مند شده‌اند. با عنایت به نقش و اهمیت گزارشگری مالی، به‌عنوان یکی از منابع مهم اطلاعاتی در دسترس بازارهای سرمایه و به‌تبع آن، تلاش پژوهشگران برای افزایش کیفیت گزارشگری مالی، به‌عنوان ابزاری برای ادای مسئولیت پاسخ‌گویی اجتماعی و محیط کسب و کار، پژوهش حاضر نیز، به‌دنبال ارائه مدلی از گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار است تا هم ضعف‌های گزارشگری مالی فعلی را رفع کند و هم کیفیت آن را افزایش دهد.

روش: پژوهش حاضر، به‌لحاظ ماهیت داده‌ها و روش‌های تحلیل، از نوع ترکیبی - راهبرد اکتشافی متوالی است. با بهره‌گیری از این راهبرد، سه گام کلی اجرا شده است. گام نخست: استخراج ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار (روش کیفی) با استفاده از روش تحلیل تیم؛ گام دوم: تعیین شاخص‌های مدل گزارشگری و غربالگری آنها با استفاده از تکنیک دلفی فازی (روش کمی)؛ گام سوم: معرفی شاخص‌های مورد اجماع خبرگان و ارائه مدل پیشنهادی نهایی.

یافته‌ها: پس از مرور نتایج به‌دست‌آمده در مراحل کیفی و کمی پژوهش، مدل نهایی به‌دست آمد که شامل ۶ بُعد، ۲۴ مؤلفه و ۵۰ شاخص است. مدل به‌دست‌آمده می‌تواند به‌عنوان مدل بومی و بدیع برای گزارشگری مالی به‌کار برده شود.

نتیجه‌گیری: با گسترش روزافزون نیازهای اطلاعاتی در خصوص عملیات واحدهای تجاری، به نظر می‌رسد که گزارشگری مالی به شکل سنتی، پاسخ‌گوی تمام نیازهای استفاده‌کنندگان نیست. بر این اساس، مدل پیشنهادی گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار در این پژوهش، نه تنها نیازهای ذی‌نفعان واحد تجاری را تأمین می‌کند، بلکه در بهبود محتوای اطلاعاتی صورتهای مالی نیز، نقش بسزایی ایفا خواهد کرد.

کلیدواژه‌ها: گزارشگری مالی، افشای اطلاعات، مدل (الگوی) کسب و کار، مزیت رقابتی، ذی‌نفعان.

استناد: مهرانی، ساسان؛ مرادی، محمد؛ قنبرزاده، مجتبی (۱۳۹۹). ارائه مدل گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار (BM). *مدیریت بازرگانی*، ۱۲(۴)، ۹۷۶-۱۰۰۵.

مدیریت بازرگانی، ۱۳۹۹، دوره ۱۲، شماره ۴، صص. ۹۷۶-۱۰۰۵

DOI: 10.22059/jibm.2020.296570.3758

دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۲۶، پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۲۸

نوع مقاله: عملی پژوهشی

© دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

مقدمه

محصول اصلی و مرکزی گزارشگری مالی، صورتهای مالی است. گزارشگری مالی، بر ارائه اطلاعات کافی و مهم در صورتهای مالی تأکید دارد و خواستار افشای اطلاعات مربوط در صورتهای مالی است؛ به گونه‌ای که از یک طرف، امکان اتخاذ تصمیم‌های آگاهانه را برای استفاده‌کنندگان صورتهای مالی فراهم کند و از طرف دیگر، باعث گمراهی آنان نشود (مهرآذین و عباس‌نژاد، ۱۳۹۲). صورتهای مالی یکی از ابزارهای بسیار مهم برای انتقال اطلاعات از واحد تجاری به استفاده‌کنندگان است و تدوین‌کنندگان استانداردها، همواره تلاش می‌کنند تا به منظور افزایش سطح شفافیت گزارشگری مالی، کیفیت این صورتهای را بهبود دهند (ویشانی و شاه^۱، ۲۰۰۸). بررسی‌ها نشان می‌دهد که کیفیت بالا در گزارشهای مالی و مدیریتی شرکت‌ها، اهمیت بسیار زیادی دارد. هرچه کیفیت افشا افزایش یابد، اطلاعات ارائه شده اعتبار بیشتری پیدا می‌کند و عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش می‌دهد (کردستانی و موسویان خلیل آباد، ۱۳۹۲).

با گسترش روزافزون نیازهای اطلاعاتی درباره عملیات واحدهای تجاری، دیگر ارائه صورتهای مالی به روش سنتی، پاسخ‌گوی همه نیازهای استفاده‌کنندگان نیست (ودیدی، خلیلیان موحد، هزارخانی و توسلی، ۱۳۹۲). از آنجا که گزارشگری مالی سنتی نمی‌تواند ضعف‌ها و قوت‌های واحد تجاری را به خوبی نشان دهد با انتقادهایی مواجه شده است؛ زیرا اعتقاد بر این است که این شیوه گزارشگری، وضعیت مالی گذشته را فقط به صورت تصویری و آنی نشان می‌دهد و با محدودکردن خود به تخصیص ارزش‌های پولی، قادر نیست پاسخ‌گوی موضوعات نگران‌کننده و مختلف عمومی (مانند موضوعات اجتماعی و محیطی) باشد (لایز و جیمز و کلیر^۲، ۲۰۱۵). بنابراین، مشکل اصلی و اولیه، ناکارآمدی گزارشگری مالی، به شیوه سنتی است (لایز و همکاران، ۲۰۱۵؛ رحمانی و مسافری، ۱۳۹۰؛ طالب‌نیا، علیخانی و مران‌جوری، ۱۳۹۱). امروزه توجه به موضوع آثار زیست‌محیطی و اجتماعی فعالیت‌های سازمانی در سطح بین‌الملل، در حال رشد است. حسابداری و گزارشگری مالی فعلی، به اندازه کافی نمی‌تواند نیازهای اندازه‌گیری این آثار را برآورده سازد و نیاز به گزارشگری گسترده‌تر در سازمان‌ها، بیش از پیش احساس می‌شود. امروزه، موفقیت هر سازمانی، منوط به منافع اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی مختلفی است و بسیاری از ذی‌نفعان این منافع را به دنبال می‌کنند (بچه‌لرز و روزنتال^۳، ۲۰۰۵). در دوره‌ای که تغییرات به سرعت شکل می‌گیرد، این خطر که گزارشگری مالی از تغییرات عقب بماند و نتواند نیازهای استفاده‌کنندگان را برآورده سازد، در حال افزایش است. بنابراین، امروزه باید بیش از هر زمان دیگر، گزارشگری مالی، هم‌گام با نیازهای استفاده‌کنندگان دگرگون شود؛ زیرا در غیر این صورت، اهمیت و مربوط بودن خود را از دست خواهد داد (رحمانی و مسافری، ۱۳۹۰).

یکی از راه‌حل‌های رفع این مشکل، افشای خارج از چارچوب‌های فعلی است. چنانچه افشا، خارج از چارچوب‌های فعلی گزارشگری باشد، ممکن است انواع دیگری از گزارشگری همچون گزارشگری چندستونی (لویز و پندریل^۴، ۲۰۰۴) یا گزارشگری مرکب (شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه^۵، ۲۰۱۷) یا گزارشگری مبتنی بر مفهوم الگوی کسب‌وکار را موجب شود. بر این اساس، به منظور رفع کاستی‌های گزارشگری مالی فعلی (سنتی) و افزایش کیفیت اطلاعات

1. Vishani and Shah

3. Buchholz and Rosenthal

5. International Integrated Reporting Council (IIRC)

2. Lys, James & Clare

4. Lewis and Pendrill

حسابداری، بسیاری از پژوهشگران دهه اخیر، در پژوهش‌های حسابداری و مدیریت خود از واژه الگوی کسب و کار (BM)^۱ استفاده کرده‌اند، بنابراین می‌توان گفت که این مفهوم فقط در حوزه اقتصاد یا مدیریت کسب و کار استفاده نمی‌شود، بلکه برای سایر نظام‌بخشی‌ها از جمله حسابداری نیز کاربرد دارد (تیس^۲، ۲۰۱۰). به‌علاوه، بعضی از پژوهشگران، نهادها و انجمن‌های حرفه‌ای و تخصصی از قبیل استاندارد‌گذاران بین‌المللی (مانند هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری^۳ و هیئت استانداردهای حسابداری مالی^۴)، تدوین‌کنندگان مقررات مالی (همچون شورای گزارشگری مالی بریتانیا^۵) و سازمان‌های حرفه‌ای عضو مجامع بین‌المللی (مثل انجمن حسابداران خبره انگلستان و ولز^۶) نیز، به استفاده از مفهوم الگوی کسب و کار در تحقیقات خود علاقه‌مند شده‌اند (مچلی، سیمینی و مازوچتی^۷، ۲۰۱۷؛ فرنزاک^۸، ۲۰۱۹).

پژوهشگران تلاش می‌کنند الگوها و طرح‌های مشخصی ارائه کنند تا بتوانند ضعف‌های موجود در شیوه گزارشگری مالی را برطرف کنند (سوخاری و دی‌ویلبرز^۹، ۲۰۱۹). یکی از این الگوها و طرح‌ها، استفاده از مفهوم الگوی کسب و کار در حسابداری به‌صورت عام و گزارشگری مالی به‌طور خاص است. مفهوم الگوی کسب و کار، برای نخستین بار، در حوزه کسب و کار الکترونیک استفاده شد (تیمرز^{۱۰}، ۱۹۹۸) و پس از آن، به سایر صنایع و نظام‌بخشی‌ها سرایت کرد (آفوا و توسی^{۱۱}، ۲۰۰۱؛ بیپ^{۱۲}، ۲۰۰۴؛ استروالد، پینگیور و توسی^{۱۳}، ۲۰۰۵؛ شافر، اسمیت و لیندر^{۱۴}، ۲۰۰۵؛ ریچاردسون^{۱۵}، ۲۰۰۸). اخیراً نیز استفاده از این واژه در نظام‌بخشی حسابداری آغاز شده است (انجمن حسابداران خبره انگلستان و ولز، ۲۰۱۰). عاملی که انگیزه به‌کارگیری مفهوم الگوی کسب و کار در حسابداری را ایجاد کرده است، فراهم کردن اطلاعات مربوطتر به استفاده‌کنندگان اطلاعات حسابداری است (لیزنرینگ، لینزیمیر، شیپر و ترات^{۱۶}، ۲۰۱۲). شورای گزارشگری مالی بریتانیا، در بررسی‌های خود به این نتیجه رسید که همه سرمایه‌گذاران روی این مسئله اتفاق نظر دارند که اطلاعات مربوط به الگوی کسب و کار واحد تجاری، به‌منظور درک، تحلیل، ارزیابی عملکرد، موقعیت و چشم‌انداز شرکت، مهم و اساسی تلقی می‌شود و معتقدند که این اطلاعات هم در مرحله سرمایه‌گذاری اولیه^{۱۷} و هم در نظارت‌های مستمر^{۱۸} بعدی آنان و مسئولیت‌های مباشرتی^{۱۹} مفید خواهد بود (شورای گزارشگری مالی بریتانیا، ۲۰۱۶). افشای الگوی کسب و کار، فقط به‌منظور ارزیابی و تحلیل شرکت‌ها به‌کار گرفته نمی‌شود، بلکه از ظرفیت بالقوه‌ای برخوردار است که می‌تواند همراه با سایر اطلاعات موجود در گزارشگری سالیانه، افشا شود و ذی‌نفعان را به نحو مطلوبی بهره‌مند سازد (شورای گزارشگری مالی بریتانیا، ۲۰۱۶).

با عنایت به نقش و اهمیت گزارشگری مالی، به‌عنوان یکی از منابع مهم اطلاعاتی بازارهای سرمایه و به‌تبع آن، تلاش استادان، پژوهشگران و اهل حرفه حسابداری، برای افزایش کیفیت گزارشگری مالی، به‌عنوان ابزاری برای

- | | |
|--|--|
| 1. Business Model (BM) | 2. Teece |
| 3. International Accounting Standard Board (IASB) | 4. Financial Accounting Standard Board (FASB) |
| 5. Financial Reporting Council (FRC) | |
| 6. Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW) | |
| 7. Mechelli, Cimini, & Mazzocchetti | 8. Franczak |
| 9. Sukhari and De Villiers | 10. Timmers |
| 11. Afuah and Tucci | 12. Yip |
| 13. Osterwalder, Pigneur and Tucci | 14. Shafer, Smith, and Linder |
| 15. Richardson | 16. Leisenring, Linsmeier, Schipper, and Trott |
| 17. Initial Investment | 18. Ongoing Monitoring |
| 19. Stewardship Responsibilities | |

پاسخ‌گویی به نیازهای جامعه (مدرس و حصارزاده، ۱۳۸۷) و محیط کسب‌وکار از یک سو و وجود ضعف‌های موجود در گزارشگری مالی رایج، پژوهش حاضر، به‌دنبال ارائه مدلی از گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب‌وکار است تا ضمن پوشش دادن ضعف‌های گزارشگری مالی فعلی، کیفیت اطلاعات حسابداری را افزایش دهد.

پیشینه نظری پژوهش

مدل (الگوی) کسب‌وکار (BM)

در ادبیات مدیریت، واژه الگوی کسب‌وکار به صورت‌های متفاوتی تعبیر شده است، از جمله: شرح و بیان^۱ (استوارت و ژائو^۲، ۲۰۰۰)، توصیف^۳ (اپل‌گیت^۴، ۲۰۰۰ و ویل و ویتیل^۵، ۲۰۰۱)، نمایش یا ارائه^۶ (موریس، اشیندهوت و آلن^۷، ۲۰۰۵؛ شیفر و همکاران، ۲۰۰۵)، معماری^۸ (دوباسون - توربی، استروالد و پنگیور^۹، ۲۰۰۰؛ تیمرز^{۱۰}، ۱۹۹۸)، الگو یا ابزار مفهومی^{۱۱} (استروالد، ۲۰۰۴؛ استروالد و همکاران، ۲۰۰۵؛ تیس^{۱۲}، ۲۰۱۰)، قالب ساختاری^{۱۳} (زوت و آمیت^{۱۴}، ۲۰۰۵)، روش^{۱۵} (آفوا و توسی، ۲۰۰۱)، چارچوب^{۱۶} (آفوا، ۲۰۰۴)، انگاره یا طرح^{۱۷} (بروسئو و پنارد^{۱۸}، ۲۰۰۶) و مجموعه^{۱۹} (سلوس و مایر^{۲۰}، ۲۰۰۷). از سویی، در ادبیات حسابداری تعاریف صورت گرفته از الگوی کسب‌وکار محدود بوده است. از نقطه نظر بینی، داینلی و گیوتتا^{۲۱} (۲۰۱۶) ارائه تعریف منحصر به فرد از الگوی کسب‌وکار، شاید آنچنان هم ضروری نباشد. سنیگلتن - گرین^{۲۲} (۲۰۱۴) معتقد است که تعریف یا توافق روی تعریف واحد از واژه الگوی کسب‌وکار، درک موضوعات مرتبط با گزارشگری مالی را بهبود نمی‌بخشد. کمیته بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری (IASB)، از واژه الگوی کسب‌وکار در استاندارد حسابداری شماره ۹ (IFRS#9) خود استفاده کرده است؛ اما تعریفی از آن ارائه نداده است. کمیته بین‌المللی گزارشگری یکپارچه (IIRC)، الگوی کسب‌وکار را این گونه تعریف کرده است:

«سیستم انتخابی واحد تجاری، ورودی‌ها، فعالیت‌های کسب‌وکار، خروجی‌ها و نتایجی را شامل می‌شود که در بازه‌های زمانی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت، به ارزش‌آفرینی برای واحد تجاری منجر می‌شوند». بر اساس این تعریف، هر الگوی کسب‌وکار دارای چهار جزء اصلی است:

- ورودی‌ها^{۲۳} یا منابع شش‌گانه که عبارت‌اند از: سرمایه مالی، سرمایه تولیدی، سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه طبیعی و سرمایه اجتماعی و ارتباطی؛
- فعالیت‌های کسب‌وکار^{۲۴} که سرمایه‌های شش‌گانه یا همان ورودی‌ها را جذب می‌کنند. جذب ورودی‌ها به

1. Statement

3. Discreption

5. Weill and Vitale

7. Morris, Schindehute and Allen

9. Dubosson-Torbay, Osterwalder and Pigneur

11. Conceptual Tool or Model

13. Struetural Template

15. Method

17. Pattern

19. Set

21. Bini, Dainelli and Giunta

23. Inputs

2. Stewart and Zhao

4. Applegate

6. Representation

8. Architecture

10. Timmers

12. Teece

14. Zott and Amit

16. Framework

18. Brousseau and Penard

20. Seelos and Mair

22. Singleton-Green

24. Business Activities

شکل‌های مختلف سرمایه، به‌خودی خود ارزش آفرینی نمی‌کنند. خلق ارزش از طریق فعالیت‌های کسب و کار واحد تجاری و جذب سرمایه‌های گوناگون حاصل می‌شود؛

- خروجی‌ها^۱ که حاصل فعالیت‌های کسب و کار واحد تجاری هستند و محصولات و خدمات اصلی، به‌علاوه ضایعات یا سایر محصولات فرعی را شامل می‌شوند که ارزش‌افزایی یا تخریب ارزش را به همراه دارند؛
- دستاوردهایی^۲ از الگوی کسب و کار واحد تجاری که ممکن است از طریق مواردی همچون افزایش فروش محصولات، افزایش سودآوری، افزایش سهم بازار، ارتقای محبوبیت و شهرت، ارتباطات مؤثر با آحاد جامعه، رضایتمندی مشتریان، کاهش یا افزایش آثار زیست‌محیطی طبیعی و آثار خارجی مثبت یا منفی ارزیابی شوند.

در واقع با تأسیس هر بنگاه تجاری، یک الگوی کسب و کار، خواه به‌صورت آشکار (عینی، تشریحی) و خواه به‌صورت نهانی (ذهنی، تکوینی) (تیس، ۲۰۱۰؛ جانسون^۳، ۲۰۱۰) برای طراحی ساختار تعاملات آن به‌کار گرفته می‌شود. اگر الگوی کسب و کار را منطق اصلی شرکت و انتخاب‌های راهبردی آن برای ایجاد و جذب (سهم خواهی از) ارزش درون یک شبکه ارزش در نظر بگیریم (لمبرت^۴، ۲۰۰۸)، ناتوانی در تشخیص یک الگوی کسب و کار مناسب، به ناکامی سازمان‌ها در دستیابی به اهداف آن منجر می‌شود (روحانی و رضوانی، ۱۳۹۲). سازمان‌ها در هر اندازه‌ای که باشند، به یک الگوی کسب و کار کاربردی نیاز دارند (کاسادسوس - ماسانل و ریکارت^۵، ۲۰۱۰) و این موضوع، حتی برای شرکت‌های سراسر جهان نیز اهمیت دارد. میل به رشد شرکت‌های جهانی، باعث می‌شود که آنها برای حضور در همه قاره‌ها، از راهبردها و الگوهای کسب و کار چندگانه بهره ببرند و اغلب عملیات خود را در واحدهای کسب و کار متفاوت ساختاردهی کنند (بستام، مشبکی، کردنائیج و آذر، ۱۳۹۴). کوالکانت، کستینگ و اوهای^۶ (۲۰۱۱) خاطرنشان کردند که نیاز سازمان‌ها به معرفی پویایی خود، به درک آنها از الگوهای کسب و کار برمی‌گردد. به عقیده هامل^۷ (۲۰۰۰) هر سازمان یک الگوی کسب و کار دارد که به‌سادگی نحوه کسب و کار و فعالیت‌هایش را نشان می‌دهد. برای هر شرکتی ضروری است که درک روشنی از الگوی کسب و کار خود داشته باشد؛ زیرا این موضوع منبع مزیت رقابتی برای شرکت‌ها تلقی می‌شود (استروالدر، ۲۰۰۴). الگوی کسب و کار در واحدهای تجاری، یکی از عوامل کلیدی سرنوشت‌ساز موفقیت (SCF)^۸ به‌شمار می‌رود و بدون بهره‌مندی از الگوی کسب و کار مطلوب، مزیت رقابتی و در نهایت موفقیت اقتصادی برای شرکت‌ها عملی نخواهد شد (استروالدر، ۲۰۰۴؛ زوت و آمیت، ۲۰۱۲؛ تیس، ۲۰۱۰).

ارزیابی ذی‌نفعان از الگوهای کسب و کار

ارزیابی ذی‌نفعان از الگوهای کسب و کار، در توضیح و ارزیابی عملکرد شرکت نقش کلیدی دارد (زوت، آمیت و ماسا^۹، ۲۰۱۱). از آنجا که الگوی کسب و کار، به توصیف پیاده‌سازی مفهوم کسب و کار^{۱۰} می‌پردازد، بسیاری معتقدند که موفقیت یا شکست

1. Outputs

3. Johnson

5. Casadesus-Masanell and Ricart

7. Hamel

9. Zott, Amit and Massa

2. Outcomes

4. Lambert

6. Cavalcante, Kesting and Ulhøi

8. Success Critical Factor(SCF)

10. Business Concept

هر کسب‌وکار، به‌خاطر الگویی است که برای آن انتخاب شده است (لمبرت،^۱ ۲۰۰۸). به همین علت است که الگوی کسب‌وکار را ساختاری واحد برای توضیح مزیت رقابتی و عملکرد شرکت (آفوا و توسی، ۲۰۰۳) و ابزار قدرتمند سازمان‌ها برای تحلیل، آزمون و ارزیابی انتخاب‌های راهبردی شرکت‌ها در نظر می‌گیرند (شفر و همکاران، ۲۰۰۵). الگوی کسب‌وکار سازمان، به‌عنوان فرایند اتخاذ تصمیم‌های راهبردی، هیچ‌وقت کامل نمی‌شود و ارزیابی الگوهای کسب‌وکار، بایستی به‌صورت مداوم و مکرر انجام شود. ارزیابی منظم الگوهای کسب‌وکار می‌تواند مبنایی برای بهبود مستمر آنها باشد و به محرکی برای ایجاد تغییرات جدی و نوآورانه در مدل تبدیل شود (استروالدر و پنگیور، ۲۰۱۰).

الگوی کسب‌وکار واحدهای تجاری با روابط ذی‌نفعان گره خورده است و هنگام طراحی مطلوب الگوی کسب‌وکار، باید به این روابط توجه اساسی کرد (هاسلام، تسیتسیانیس و اندرسون^۲، ۲۰۱۵). آنچه اهمیت ویژه‌ای دارد، این است که الگوی کسب‌وکار واحد تجاری، بدون در نظر گرفتن تمامی گروه‌های ذی‌نفع و درک روابط بین آنان، نمی‌تواند برای واحد تجاری مزیت رقابتی ایجاد کند. ذی‌نفعان برای تعیین الگوی کسب‌وکار و راهبردها، علاقه‌مندی‌های خود را مشخص و به سازمان ارائه می‌کنند. با تحلیل و ارزیابی علاقه‌مندی‌های تمامی ذی‌نفعان و درک اشتراکات بین این علاقه‌مندی‌ها، سازمان به انتخاب راهبردها پرداخته و الگوی کسب‌وکار خود را مشخص می‌کند. علاقه‌مندی‌های ذی‌نفعان، نشان‌دهنده مسئولیت‌هایی است که سازمان در قبال ذی‌نفعان و ذی‌نفعان در قبال یکدیگر دارند (ناسی^۳، ۱۹۹۵). بنابراین، ارزیابی ذی‌نفعان واحدهای تجاری از الگوهای کسب‌وکار، به برخورداری از اطلاعات مالی و غیرمالی الگوهای کسب‌وکار نیاز دارد. مشارکت تمامی گروه‌های ذی‌نفع و استفاده حداکثری از ظرفیت‌های بالقوه آنان، در طراحی و اجرای الگوی کسب‌وکار اثربخش، مستلزم پاسخ‌گویی و ارائه اطلاعات مفید واحد تجاری به آنان است. انتظار بر این است که حسابداری از طریق گزارشگری مالی و غیرمالی الگوهای کسب‌وکار، به‌عنوان مهم‌ترین منبع اطلاعاتی برای انعکاس نتایج عملکرد، وضعیت مالی و جریان‌های نقدی واحدهای تجاری، بتواند در این خصوص نقش اصلی خود را به شکل صحیحی ایفا کند.

مفهوم الگوی کسب‌وکار (BM)، مبنایی نوین برای گزارشگری شرکتی

مدل گزارشگری مالی فعلی، برای تصمیم‌گیری در خصوص سرمایه‌گذاری‌ها، اطلاعات کاملی را در اختیار استفاده‌کنندگان، قرار نمی‌دهد، بنابراین نیاز به مدل گزارشگری مالی نوین و ارتقایافته‌ای که به میزان بیشتری اطلاعات مربوط به سرمایه‌های عملیاتی و هوشمند را در گزارش‌های مالی منعکس کند، به‌وضوح احساس می‌شود. در واقع، فلسفه ایجاد مدل نوین گزارشگری مالی، رفع ضعف گزارش‌های مبتنی بر اصول پذیرفته‌شده حسابداری است که نمی‌تواند به نیازهای مدرن در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی پاسخ مناسبی دهد (مرادزاده فرد و اصلانی لوحه‌سرا، ۱۳۸۹). تدوین چارچوب جدید، متناسب با محیط سرمایه‌گذاری ارتقا یافته با شتاب هرچه بیشتر، در حال تکمیل شدن است (آندرس، جاویر و شریدنال^۴، ۲۰۰۹). پیشرفت‌های اخیر نشان می‌دهد که شرکت‌ها به سیستم گزارشگری جدیدی نیاز دارند که تمامی عوامل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی و [راهبری] مؤثر بر عملیات شرکت را به‌عنوان مجموعه واحد در نظر بگیرد و در این

1. Lambert
3. Nasi

2. Hoslam, Tsitsianis, Andersson
4. Andres, Javier, & Sheridanl

خصوصاً، حرفه حسابداری و حسابداران حرفه‌ای باید سیستم گزارشگری جدیدی طراحی کنند (کالیسکان^۱، ۲۰۱۴). انتقادهای شدیدی در خصوص الگوی گزارشگری استانداردهای حسابداری و توانایی یا ناتوانایی آن برای ارائه اطلاعات مطلوب و مناسب الگوی کسب و کار مطرح شده است (لاسنینی، لیونزو و روزیگنلی^۲، ۲۰۱۶). این موضوعات در جلسه سالانه انجمن حسابداری آمریکا (AAA)^۳ در سال ۲۰۱۰ به بحث گذاشته شد و اعضای حاضر در جلسه با موضوع شکست الگوی گزارشگری و شناسایی مشکلات گوناگون مرتبط به آن موافق بودند.

محققان حسابداری، ضمن بررسی سطوح افشا در یادداشتهای صورت‌های مالی، درباره اینکه چه اطلاعاتی با الگوی کسب و کار واحد تجاری ارتباط مؤثری برقرار می‌کند، از جمله ترکیب الگوهای کسب و کار و دارایی‌های نامشهود، به بحث پرداخته‌اند (لاسنینی و همکاران، ۲۰۱۶؛ ریتز، پیستویا، اولریچ و گوتل^۴، ۲۰۱۶). بنابراین، به‌منظور شناسایی الگوی حسابداری و افشای مناسب و مطلوب اطلاعات، محققان زیادی مفهوم الگوی کسب و کار را بررسی کرده‌اند (پنمن^۵، ۲۰۰۷؛ بروهام^۶، ۲۰۱۲؛ لیزنرینگ و همکاران ۲۰۱۲؛ پیچ^۷، ۲۰۱۴؛ سینگلتن - گرین، ۲۰۱۴). پیچ (۲۰۱۴)، واژه الگوی کسب و کار را واژه جدیدی در فرهنگ لغت گزارشگری مالی معرفی می‌کند (پیچ، ۲۰۱۴). جوناسون و مالماستروم^۸ (۲۰۱۳) معتقدند که با افشای اطلاعاتی که بر الگوهای کسب و کار تمرکز یافته‌اند، هزینه‌های بنگاه نیز کمتر خواهد شد. شفافیت اطلاعات الگوهای کسب و کار، همواره ابزار قدرتمندی برای علامت‌دهی و متقاعدسازی سرمایه‌گذارانی است که قصد تأمین منابع مالی کسب و کارها را دارند و با دریافت سیگنال‌های مناسب، آنان را در تصمیم خود مصمم خواهد کرد (مچلی و همکاران، ۲۰۱۷). میشرای و زارچاری^۹ (۲۰۱۵) معتقدند که کارآفرینان تمایل دارند درباره منابعی (در قالب یکی از اجزای اصلی الگوهای کسب و کار) که در سیاست‌ها و راهبردهای خود برای کارآفرینان رقیب به کار می‌گیرند، اطلاعاتی را به‌عنوان علامتی برای توانایی و کیفیت تصمیم‌های خود، به سرمایه‌گذاران بالقوه و شرکای راهبردی مخابره کنند. لیزنرینگ و همکارانش (۲۰۱۲) بیان می‌کنند که حسابداری الگوهای کسب و کار، اطلاعات مربوطتری را فراهم می‌آورد، چون این اطلاعات هستند که مشخص می‌کنند چگونه ارزش‌ها (یا به عبارتی همان جریان‌های نقد) تحقق خواهند یافت. در واقع، سرمایه‌گذاران با ارزیابی میزان ارتباط تحقق جریان‌های نقدی و افشای اطلاعات، مربوط بودن اطلاعات الگوهای کسب و کار را می‌سنجند. بروهام (۲۰۱۲) توضیح می‌دهد که استفاده از الگوهای کسب و کار [...] اطلاعات مربوطتری را در اختیار استفاده‌کنندگان قرار می‌دهد. برای درک مربوط بودن اطلاعات الگوهای کسب و کار برای استفاده‌کنندگان و آثار مطلوب آن در تصمیم‌هایشان، باید یادآور شد که واحدهای تجاری با افشای اختیاری اطلاعات الگوهای کسب و کار (با هدف کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، ارسال سیگنال و علامت به بازار و کسب مشروعیت) موجب غنی شدن محیط اطلاعاتی (کلین و کوتاریبی^{۱۰}، ۱۹۸۹: ۱۴۵) خواهند شد. این امر موجب می‌شود که سرمایه‌گذاران بتوانند با استفاده از اطلاعات در دسترس، ارزش آتی واحدهای تجاری را که ارزش ارتباطی مثبتی بین ارقام حسابداری آنها وجود دارد،

1. Caliskan

3. American Accounting Association (AAA)

5. Penman

7. Page

9. Mishra and Zachary

2. Lassini, Lionzo, & Rossignoli

4. Wirtz, Pistoia, Ullrich, & Gottel

6. Brougham

8. Johansson and Malmstrom

10. Collin and Kothari

پیش‌بینی کنند (مچلی و همکاران، ۲۰۱۷). گزارش جنکینز^۱ (۱۹۹۴)، افشای الگوی کسب‌وکار را به‌عنوان بخشی از راه‌حل گزارشگری گسترده کسب‌وکار ارائه کرده است (نیلسن و روزلندر^۲، ۲۰۱۵). تلاش‌های قبلی، در خصوص درک واژه الگوی کسب‌وکار و آثار آن بر گزارشگری مالی، بر نقش توانایی یا ناتوانی تنظیم‌کنندگان مقررات (و استانداردهای حسابداری) دلالت دارد که برای بیان فرایند ارزش‌آفرینی واحد تجاری و انگیزه‌های چندگانه، مشوق راهبردهای گزارشگری مالی هستند (گراهام، هاروی و راجگوپال^۳، ۲۰۰۵؛ انجمن حسابداران خبره انگلستان و ولز، ۲۰۱۰). انجمن حسابداران خبره مدیریت (CIMA)^۴، فدراسیون بین‌المللی حسابداران (IFAC)^۵ و مؤسسه پرایز واترهاوس کوپرز (PWC)^۶ گزارشگری فعلی الگوهای کسب‌وکار را به این صورت تشریح می‌کنند: ناسازگار، مقایسه‌ناپذیر و ناقص^۷ (انجمن حسابداران خبره مدیریت، ۲۰۱۳). در حیطه ادبیات گزارشگری مالی، اصل بر این است که گزارشگری مالی، باید منعکس‌کننده این حقیقت باشد که واحدهای تجاری دقیقاً چه می‌کنند و کارهای خود را به چه سبک و سیاقی و با چه شیوه‌ای انجام می‌دهند (لاسینی و همکاران، ۲۰۱۶). بر این اساس، الگوی کسب‌وکار برای حوزه‌های مختلف حسابداری، از جمله صورت‌های مالی (از قبیل ترازنامه، صورت سود و زیان و صورت جریان وجوه نقد)، گزارشگری غیرمالی (که اشاره بر جنبه کیفی گزارش‌های مالی دارد)، تفسیر مدیریت یا سایر گزارش‌های داوطلبانه، مفهوم کلیدی محسوب می‌شود (لیزنینگ و همکاران، ۲۰۱۲؛ شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه، ۲۰۱۳؛ پیچ، ۲۰۱۴؛ سینگلتون - گرین، ۲۰۱۴؛ ملونی^۸، ۲۰۱۵).

تدوین‌کنندگان مقررات مالی و جامعه استانداردگذاران حسابداری نیز، در تلاش‌اند تا زمینه‌های افشای اطلاعات الگوی کسب‌وکار را در یادداشت‌های روایی گزارش‌های مالی سالانه فراهم کنند. برای مثال، هیئت استانداردهای حسابداری مالی (FASB) در سال ۲۰۰۹، پیش‌نویس چارچوب یادداشت مدیریت را تهیه کرد. در این پیش‌نویس به عناصر زیادی از جمله الگوی کسب‌وکار واحد تجاری اشاره شده است. در سال ۲۰۱۰، آیین‌نامه حاکمیت شرکتی بریتانیا (UKCGC)^۹ پیشنهاد کرد که مدیران باید مبانی‌ای که شرکت برای ایجاد یا حفظ ارزش‌های خود طی یک دوره بلندمدت (الگوی کسب‌وکار) استفاده کرده است و راهبرد خدمت‌رسانی و تحقق اهداف شرکت را در گزارش‌های مالی سالانه توضیح دهند (شورای گزارشگری مالی بریتانیا، ۲۰۱۰: ۱۸). هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری و شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه (۲۰۱۳: ۲)، دیدگاه مشترکی ارائه کرده‌اند که در آن، گام بعدی در ارزیابی گزارشگری شرکتی، بررسی میزان ارتباط الگوی کسب‌وکار و ارزش‌آفرینی واحد تجاری است.

پیشینه تجربی پژوهش

از آنجا که ورود مفهوم الگوی کسب‌وکار به ادبیات حسابداری، یک دهه قدمت دارد، پژوهشگران داخلی به اندازه کافی درباره این حوزه بحث و بررسی نکرده‌اند و دامنه پژوهش‌های دانشگاهی آن بسیار محدود و اندک است. برعکس

1. The Jenkins Report

3. Graham, Harvey and Rajgopal

5. International Federation of Accountants (IFAC)

7. Inconsistent, Incomparable and Incomplete

9. UK Corporate Governance Code(UKCGC)

2. Nielsen and Roslender

4. Chartered Institute of Management Accountants (CIMA)

6. Price Waterhouse Cooper(PWC)

8. Melloni

پژوهش‌های اندک و انگشت‌شمار داخلی رشته حسابداری در خصوص ارتباط حسابداری و الگوهای کسب و کار، پژوهش‌های خارجی وسیع‌تری در این باب صورت گرفته که در جدول ۱ به اهم آنها اشاره شده است.

جدول ۱. مروری بر پیشینه پژوهش

مؤلفان (سال پژوهش)	عنوان پژوهش	یافته‌ها
بینی، سیمونی، داینلی و گیونتا (۲۰۱۸)	الگوی کسب و کار و افشای شاخص‌های کلیدی غیرمالی عملکرد	به‌زعم مؤلفان افشای الگوی کسب و کار ابزار ارتباطی شرکت‌ها برای ایجاد اثربخشی افشای شاخص‌های کلیدی غیرمالی عملکرد است. در واقع، الگوهای کسب و کار چارچوب یکپارچه‌ای را ایجاد می‌کنند که از این طریق توانایی درک ارزش آفرینی، به‌وسیله سرمایه‌های مختلف و ترکیب آنها با یکدیگر تسهیل می‌شود.
رزلندر و نیلسن (۲۰۱۸)	حسابداری الگوهای کسب و کار	حرفه حسابداری با به‌کارگیری مفهوم الگوی کسب و کار فرصتی را برای نوآوری‌های آتی فراهم می‌آورد و می‌تواند اطلاعات مطلوبی را به مدیران بازرگانی برای تحلیل مناسب بازار و مشتریان ارائه کند.
فابیو و آوالونه (۲۰۱۸)	الگوهای کسب و کار در حسابداری: بررسی اجمالی	علی‌رغم علاقه‌ای که اخیراً به این مفهوم شده است، به نظر می‌رسد در بین جامعه دانشگاهی، رشته حسابداری هنوز در مراحل اولیه خود گام برمی‌دارد. آنها در کار پژوهشی خود به برخی از جریان‌ها و بخش‌های خاص در حسابداری که امکان بهبود و توسعه داشته‌اند، اشاره می‌کنند.
مچلی، سیمینی و مازوچتی (۲۰۱۷)	سودمندی افشای الگوی کسب و کار برای قضاوت سرمایه‌گذاران در واحدهای گزارشگر مالی	شرکت‌هایی که اقدام به افشای بیشتر اطلاعات در خصوص الگوی کسب و کار خود کرده‌اند، نسبت به شرکت‌هایی که کمتر این اطلاعات را منتشر کرده‌اند، از ارتباط ارزشی بیشتری برخوردارند.
میچالاک، ریمل، بیوش و جونال (۲۰۱۷)	افشای الگوی کسب و کار در گزارش واحدهای تجاری (شرکتی)	اگر توصیف و تشریح الگوی کسب و کار بتواند وضعیت شرکت را برای ذی‌نفعان 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 ذی‌نفعان مربوط تلقی شود. آنها معتقدند که افشای اطلاعات مربوط به الگوهای کسب و کار می‌تواند به ذی‌نفعان در ارزیابی پایداری الگوهای کسب و کار و کل شرکت کمک کند.
لاسینی، لیونزو و روزیگنلی (۲۰۱۶)	آیا الگوی کسب و کار بر انتخاب‌های حسابداری تأثیر دارد؟ تحلیل تجربی از شرکت‌های بورسی اروپا	به نظر نویسندگان با اینکه استفاده از مفهوم الگوهای کسب و کار در تحقیقات حسابداری مالی، به‌طور فزاینده‌ای رشد داشته است، توانایی گزارشگری مالی در استفاده از ویژگی‌های الگوهای کسب و کار رضایت‌بخش نبوده است. آنها با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، ۱۰۳ شرکت بورسی اروپایی را انتخاب کرده و ارتباط انتخاب‌های حسابداری از قبیل معیارهای اندازه‌گیری، رفتار حسابداری و سطوح افشا را با میزان افشای الگوهای کسب و کار بررسی کردند. یافته‌های آنها نشان می‌دهد که هیچ ارتباط با اهمیتی بین آنها وجود ندارد.

ادامه جدول ۱. مروری بر پیشینه پژوهش

مؤلفان (سال پژوهش)	عنوان پژوهش	یافته‌ها
پیچ و اسپیرا (۲۰۱۶)	حاکمیت شرکتی به‌عنوان حامی الگوی کسب‌وکار	مؤلفان معتقدند که یکی از روش‌های سودمند در ارتباط با اجرای مؤثر حاکمیت شرکتی، این است که می‌تواند در اجرای الگوهای کسب‌وکار واحدهای تجاری نقش ویژه‌ای ایفا کند. دیدگاه الگوی کسب‌وکار دارای این مزیت است که جنبه‌های نظارتی و اجرایی حاکمیت را از طریق نقش‌های مشاوره‌ای و راهبردی مدیران یکپارچه کند.
بینی، داینلی و گیونتا (۲۰۱۶)	افشای الگوی کسب‌وکار در گزارش راهبری: به‌کارگیری سرمایه‌فکری در فرایند خلق ارزش	هدف از اجرای پژوهش، ارزیابی افشای الگوهای کسب‌وکار است. برای تحلیل افشای الگوی کسب‌وکار، مدل روش‌شناختی سنجیده‌ای پیشنهاد شده که زیربنای فکری آن را تحقیق استروالدر و همکاران (۲۰۰۵) تشکیل داده است. این مدل از چهار جزء اصلی شامل: تولید، میانجی و رابط مشتری، مدیریت زیربنایی و جنبه‌های مالی تشکیل شده است.
هاسلام، تسیستیانیس و اندرسون (۲۰۱۵)	حسابداری برای الگوهای کسب و کار - افزایش وسعت دید ذی‌نفعان	هدف از انتشار این مقاله، مفهوم‌سازی الگوی کسب‌وکار واحد تجاری با به‌کارگیری نظریه ذی‌نفعان، به‌عنوان زیربنای تئوریک برای تعبیر اهداف گزارشگری مالی الگوی کسب‌وکار و افشای آن بوده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که روابط ذی‌نفعان در پایداری مالی ارزش پیشنهادی الگوی کسب‌وکار واحد تجاری نقش اساسی دارد.
سورنتینو و اسمارا (۲۰۱۵)	واژه الگوی کسب‌وکار در گزارشگری مالی: آیا نیازی به تعریف مناسبی برای این واژه احساس می‌شود؟	آنان در کار تحقیقاتی خود پرسش‌هایی مطرح کرده‌اند، از جمله اینکه: آیا هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری (IASB) باید از الگوی کسب‌وکار، تعریف مشخصی ارائه دهد؟ نتیجه نهایی این پژوهش نشان می‌دهد که رسیدن به تعریف جامعی از الگوی کسب‌وکار، کار چندان راحتی نبوده و از طرفی، به‌کارگیری واژه الگوی کسب‌وکار در بهبود درک موضوعات گزارشگری مالی نیز سودمند نیست.
کاتارزبانا ویتک - هاجوک و زابورک (۲۰۱۵)	آیا الگوی کسب‌وکار بر اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتها (CSR) تأثیر دارد؟ مطالعه موردی از شرکت‌های خدماتی و تولیدی لهستان	آنان از واژه‌شناسی الگوی کسب‌وکار توسعه‌یافته توسط دودزیک و ویتک - هاجوک ^۱ برای بخش اصلی چارچوب مفهومی خود بهره گرفته‌اند که بر اساس، آن پنج نوع مدل را شناسایی می‌کند: سنت‌گرایان، سفته‌بازان، قراردادگرایان، توزیع‌گران و ائتلاف‌گرایان. آنها معتقدند که طبق ویژگی‌های مشترک بین این پنج الگوی کسب‌وکار، میزان ارتباط سفته‌بازان و ائتلاف‌گرایان با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نسبت به سنت‌گرایان، قراردادگرایان و توزیع‌گران بیشتر است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ نتیجه اجرا، توسعه‌ای - کاربردی است و به‌لحاظ ماهیت داده‌ها و روش‌های تحلیل، از نوع ترکیبی - راهبردی اکتشافی متوالی^۲ است و از میان رویکردهای موجود در روش‌شناسی، رویکرد تفسیری مناسب تشخیص داده

شده است. راهبرد (طرح) اکتشافی متوالی، شامل گردآوری و تحلیل داده‌های کیفی در مرحله اول و به دنبال آن، گردآوری و تحلیل داده‌های کمی در مرحله دوم است. گفتنی است که داده‌های کمی مرحله دوم، بر اساس نتایج کیفی مرحله اول مشخص شده است. در این پژوهش، با بهره‌گیری از راهبرد (طرح) اکتشافی متوالی، به منظور ارائه مدل مناسب گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار، سه گام کلی طی شده است:

گام اول: استخراج ابعاد و مؤلفه (تم)های مؤثر بر گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار، بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و نظرخواهی از خبرگان، از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و تحلیل داده‌ها به روش تحلیل تماتیک استقرایی (روش کیفی).

گام دوم: طراحی و تدوین مدل اولیه گزارشگری مالی، تعیین شاخص‌های گزارشگری، غربالگری و بررسی میزان اهمیت آنها (روش کمی). برای تعیین میزان اهمیت شاخص‌ها و غربالگری آنها، از تکنیک دلفی با رویکرد فازی استفاده شده است.

گام سوم: در مرحله سوم یا گام نهایی، شاخص‌های کلیدی و مؤثری که به اجماع خبرگان رسید، معرفی و مدل پیشنهادی نهایی ارائه شده است.

پرسش‌های پژوهش

پرسش اساسی این پژوهش عبارت است از: مدل مناسب برای گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار چیست؟ بدین منظور باید ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های گزارشگری تعیین شوند. بنابراین سه پرسش زیر در این خصوص مطرح شد:

پرسش اول: ابعاد تشکیل‌دهنده گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار کدام‌اند؟

پرسش دوم: مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده ابعاد گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار کدام‌اند؟

پرسش سوم: شاخص‌های تشکیل‌دهنده ابعاد و مؤلفه‌های گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار کدام‌اند؟

پرسش چهارم: آیا در سیستم گزارشگری مالی فعلی، شاخص‌های تعیین‌شده در مدل گزارشگری مالی پیشنهادی رعایت می‌شوند؟

بخش نخست: روش تحقیق کیفی

جامعه آماری پژوهش را اساتید دانشگاه، متخصصان و کارشناسان اجرایی (حسابرسان، کارگزاران بورس، مدیران) آشنا با مفاهیم گزارشگری مالی و الگوهای کسب و کار تشکیل داده‌اند. نمونه‌گیری در بخش کیفی پژوهش، بر اساس روش هدفمند (نمونه‌گیری نظری) با روش ارجاع زنجیره‌ای (روش گلوله برفی^۱) و با معرفی مصاحبه‌شوندگان قبلی به محققان انجام شده است. روش نمونه‌گیری گلوله برفی که ابتدا توسط کلمن^۲ (۱۹۵۸) و گودمن^۳ (۱۹۶۱) معرفی شد، جزء روش‌های نمونه‌گیری ارجاع زنجیره‌ای و روش آسان و کم‌هزینه برای نمونه‌گیری از جمعیت‌های با دسترسی سخت است

(بیرناکی و والدروف^۱، ۱۹۸۱؛ بیرناکی، ۱۹۸۶). در نمونه‌گیری گلوله برفی، شرکت‌کنندگانی انتخاب می‌شوند که به نحوی با یکدیگر پیوند دارند و پژوهشگر را به دیگر افراد همان جامعه راهنمایی می‌کنند (حریری، ۱۳۸۵)، به طوری که نفر اول، شخص دوم را به پژوهشگر معرفی می‌کند و نفر بعدی نیز همین‌طور و این روند ادامه می‌یابد (بالتار و برون^۲، ۲۰۱۲). نمونه‌گیری تا وقتی که نمونه‌ها به حد مدنظر (اشباع نظری) برسند، ادامه دارد (برنز و گراو^۳، ۱۹۹۳). در این روش، محقق در پی افرادی است که از موضوع تحقیق دارای تجربه غنی هستند و توان بیان و تمایل به مشارکت در تحقیق را دارند (استروبرت و کارپنتر^۴، ۲۰۰۷؛ هالووی و فرسواتر^۵، ۲۰۰۷).

در ابتدا، برای شناسایی افراد نمونه، چند ویژگی در نظر گرفته شد؛ به طوری که افراد منتخب برای مصاحبه، حداقل یکی از ویژگی‌ها را داشته باشند. این ویژگی‌ها عبارت بودند از: عضو هیئت علمی دانشگاه با حداقل مرتبه استادیاری و داشتن تخصص در حوزه گزارشگری مالی یا الگوهای کسب‌وکار؛ دکتری حسابداری، مدیریت یا اقتصاد و عضو هیئت مدیره در مؤسسه‌های مالی و اعتباری یا شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار؛ دکتری حسابداری یا مدیریت و داشتن حداقل ۱۰ سال سابقه مدیریت مالی و اجرایی. برای انجام مصاحبه، چند نفر با ویژگی‌های مدنظر انتخاب شدند و پس از مصاحبه، آنان درخواست شد تا افرادی را با ویژگی‌های مشابه خودشان، به محقق معرفی کنند. در این بخش، ابتدا ۵ نفر به قضاوت محققان انتخاب شد، سپس با روش گلوله برفی، خبرگان بعدی مشخص شدند و در نهایت تا رسیدن به اشباع نظری، با ۲۳ نفر از خبرگان، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام گرفت.

برای گردآوری داده‌های بخش کیفی، از روش‌های زیر استفاده شده است:

- مطالعات کتابخانه‌ای (بررسی متن‌ها): ۲۵ متن برای تحلیل انتخاب شد و این متن‌ها از T۰۱ تا T۲۵ شماره‌گذاری شدند.
- مصاحبه: مصاحبه‌ها در دو مرحله سپری شد. در مرحله نخست، سه مصاحبه اکتشافی با سه نفر از خبرگان انجام گرفت، از دید محقق، این افراد در زمینه گزارشگری مالی و حوزه کسب‌وکار صاحب‌نظر بودند. مصاحبه‌های اکتشافی هر سه به صورت حضوری بود و متن آن ضبط و از EI۰۱ تا EI۰۳ شماره‌گذاری شد. در مرحله دوم، ۲۰ مصاحبه اصلی انجام گرفت. مصاحبه‌های اصلی از MI۰۱ تا MI۲۰ شماره‌گذاری شدند. این مصاحبه‌ها نیز به صورت حضوری بود و متن آنها ضبط شد.

روش تحلیل داده‌های بخش کیفی - تحلیل تم

روش اصلی تحلیل داده‌ها، تحلیل تم^۶ است. رویکردهای کیفی، متنوع و پیچیده‌اند، در این میان تحلیل تم را می‌توان روشی دانست که از رویکردی مناسب و انعطاف‌پذیر برای تحلیل داده‌های کیفی بهره می‌برد. تحلیل تم روشی است برای شناسایی، تحلیل و گزارشگری الگوها (تم‌ها)ی درون داده‌ها (براون و کلارک^۷، ۲۰۰۶). در این پژوهش از روش براون و کلارک (۲۰۰۶) استفاده شد که مراحل شش‌گانه آن عبارت است از: ۱. آشنایی با داده‌ها؛ ۲. ایجاد کدهای اولیه؛ ۳.

1. Biernacki and Waldrof
3. Burns and Grove
5. Holloway and Freshwater
7. Braun and Clarke

2. Baltar and Brunet
4. Streubert and Carpentre
6. Thematic Analysis

جست‌وجوی تیم‌ها؛ ۴. بازبینی تیم‌ها؛ ۵. تعریف و نام‌گذاری تیم‌ها؛ ۶. تهیه گزارش. پس از مرور متن‌ها و مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته، برای تحلیل داده‌ها (مصاحبه‌ها)، محقق با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شد و بازخوانی مکرر داده‌ها و خواندن داده‌ها را به صورت فعال (جست‌وجوی معانی و الگوها) آغاز کرد و از سه مرحله کدگذاری باز^۱، کدگذاری محوری^۲ و کدگذاری گزینشی^۳ بهره برد.

برای تأمین روایی و پایایی مطالعه، از روش ارزیابی گوبا و لینکولن^۴ (۱۹۹۴) استفاده شد که معادل روایی و پایایی در تحقیقات کمی است. بدین منظور و بر پایه این روش، چهار معیار موثق بودن و اعتبار (باورپذیری)^۵، انتقال‌پذیری^۶، اطمینان‌پذیری^۷ و تأییدپذیری^۸ برای ارزیابی در نظر گرفته شد:

۱. اعتبارپذیری: از دو کدگذار برای کدگذاری چهار نمونه مصاحبه به منظور کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران بهره برده شد؛

۲. انتقال‌پذیری: از پنج خبره که در فرایند پژوهش حضور نداشتند، در خصوص یافته‌های پژوهش کنکاش شد؛

۳. قابلیت اطمینان: مستندات فایل‌های صوتی مصاحبه‌ها و متن‌های کدگذاری شده آنها موجود است؛

۴. تأییدپذیری: کلیه جزئیات فرایند تحلیل تیم، در تمامی مراحل به دقت ثبت و ضبط شده است.

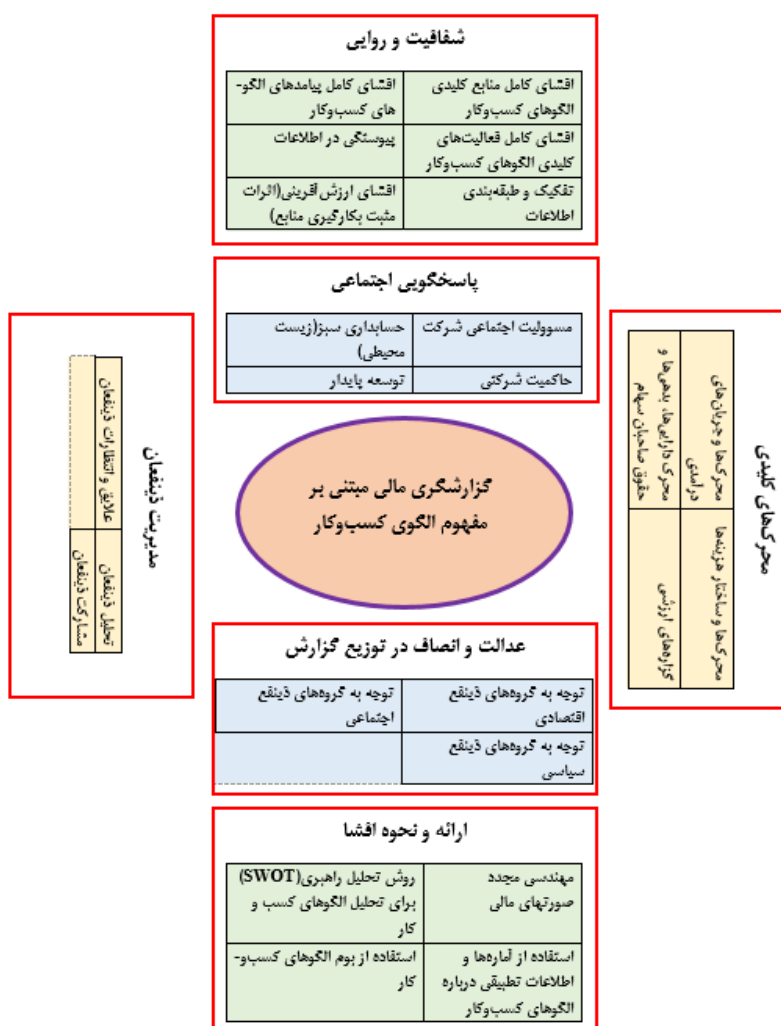
در پژوهش حاضر برای محاسبه پایایی مصاحبه، از روش‌های بازآزمون و ضریب کاپای کوهن استفاده شده است. در روش بازآزمون (شاخص ثابت) از بین مصاحبه‌های صورت گرفته، تعداد دو مصاحبه انتخاب می‌شود و محققان هر یک از آنها را دو بار، در فاصله زمانی ۳۰ روزه کدگذاری می‌کنند. سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی، با یکدیگر مقایسه و بر اساس میزان توافق‌ها و مخالفت‌ها، به محاسبه شاخص ثابت اقدام خواهد شد. همچنین، برای محاسبه ضریب کاپای کوهن، از رابطه ۱ استفاده شده است:

$$k = (p_o - p_e) / (1 - p_e) \quad \text{رابطه ۱}$$

در این رابطه، p_o نسبت واحدهایی است که در خصوص آنها توافق وجود دارد و p_e نیز نسبت واحدهایی است که احتمال دارد توافق تصادفی باشد (بوون و بوون^۹، ۲۰۰۸). بر اساس محاسبات انجام شده، ضریب کاپای کوهن و ضریب بازآزمون (شاخص ثابت) به ترتیب ۹۵ درصد و ۹۰ درصد به دست آمد. به اعتقاد لندیس و کوخ^{۱۰} (۱۹۹۷)، چنانچه ضریب کاپای کوهن، بیش از ۶۰ درصد باشد، مناسب است. همچنین کوال (۱۹۹۶) معتقد است که درصد بیش از ۶۰ برای ضریب بازآزمون (شاخص ثابت) کفایت می‌کند. در ادامه، نتیجه نهایی حاصل از تحلیل تماتیک استقرایی در بخش کیفی در شکل شماره ۱ آورده شده است.

1. Open Coding
3. Selective Coding
5. Credibility
7. Dependability
9. Bownen and Bowen

2. Axiad Coding
4. Guba and Lincoln
6. Transferability
8. Confirmability
10. Landis and Koch



شکل ۱. ابعاد و مؤلفه‌های گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار

بخش دوم: روش تحقیق کمی

در بخش کمی، با استفاده از نتایج بخش کیفی و روش استدلال قیاسی، مدل اولیه گزارشگری مالی (صورت‌های مالی نمونه) با رویکرد الگوی کسب و کار طراحی و تدوین شد. سپس با بعضی از اساتید دانشگاه و صاحب‌نظران مصاحبه به عمل آمد و تعداد ۶۲ شاخص گزارشگری مدل پیشنهادی مشخص شد. در ادامه با استفاده از روش دلفی با رویکرد فازی، به غربالگری شاخص‌های شناسایی شده اقدام شد. هدف این روش، جمع‌بندی عقاید کارشناسان و اشخاص متخصص در رابطه با سیاست‌گذاری و وقایع مدنظر آینده و رسیدن به اجماع نظر است. منظور از اجماع، رسیدن به اتفاق نظر در خصوص یک ایده و گاه تلاش برای مشخص ساختن تفاوت‌هاست. اجماع، به معنای یافتن پاسخ صحیح نیست، بلکه صرفاً توافق شرکت‌کنندگان در یک سطح خاص در موضوع است (کندی^۱، ۲۰۰۴؛ پاول^۲، ۲۰۰۳). البته دستیابی به توافق ۱۰۰ درصد امکان‌پذیر نیست؛ زیرا زمینه سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و علمی افراد متفاوت است (لاندا، ۲۰۰۶).

یکی از مزیت‌های بسیار مهم تکنیک دلفی فازی نسبت به تکنیک دلفی سنتی، انتخاب و غربال شاخص‌های آن است که می‌توان از یک راند (دوره) برای تلخیص و غربال شاخص‌ها استفاده کرد. به بیان دیگر، در این حالت، تنها یک‌بار پرسش‌نامه بین خبرگان توزیع و نظر آنان دریافت می‌شود. این ویژگی دلفی فازی، در افزایش کارایی تحقیق اهمیت فراوانی دارد (حیبی، ایزدیار و سرافرازی، ۱۳۹۳). در این پژوهش، از عدد فازی مثلثی برای بررسی نظر خبرگان استفاده شد تا بتوان به روش دلفی فازی، آنها را تجزیه و تحلیل کرد (احمدی، نصیریانی و ابادری، ۱۳۸۷). جدول ۲ اعداد فازی مثلثی متناظر با متغیرهای کلامی را نشان می‌دهد.

جدول ۲. اعداد فازی مثلثی متناظر با متغیرهای کلامی و مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای

خیلی مهم	مهم	متوسط	کم اهمیت	خیلی کم اهمیت
(۱، ۱، ۰/۷۵)	(۱، ۰/۷۵، ۰/۵)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰، ۰/۲۵، ۰/۵)	(۰، ۰، ۰/۲۵)

منبع: حیبی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۳

برای گردآوری داده‌های بخش کمی، از روش پرسش‌نامه‌ای استفاده شده است. پرسش‌نامه در دو بخش تنظیم شد. بخش اول مربوط به اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان بود. در بخش دوم، سؤال‌ها در ۶ بخش اصلی تنظیم شدند که هر سؤال دو بخش داشت. بخش اول هر سؤال، شامل دو گزینه موافق و مخالف بود و خبرگان باید میزان مخالفت یا موافقت خود را در خصوص سؤال‌های مطرح شده، بیان می‌کردند. در بخش دوم هر سؤال، از خبرگان درخواست شده بود که در شرایط فعلی و در گزارشگری مالی رایج، میزان رعایت یا وجود شاخص مطرح‌شده در سؤال را نیز مشخص کنند. برای تأمین روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه با چند نفر از متخصصان صاحب‌نظر بحث و تبادل نظر شد و پس از اخذ نظرها و اعمال اصلاحات در پرسش‌نامه، پرسش‌نامه نهایی تدوین شد. همچنین، به منظور اندازه‌گیری و بررسی پایایی یا قابلیت اعتماد پرسش‌نامه، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. بر این اساس، نتایج آلفای کرونباخ برای بخش اول ۰/۷۹ و برای بخش دوم ۰/۸۸ به دست آمد که گویای قابلیت اعتماد یا پایایی کافی پرسش‌نامه بود.

در بخش کمی پژوهش به شیوه دلفی، تعداد مناسب اعضا، نکته مهمی است که در تشکیل پانل متخصصان باید به آن توجه شود. نمونه مورد مطالعه، باید به نحوی انتخاب شود تا افراد متخصص و خبره در موضوع تحقیق که اعضای گروه دلفی هستند، به‌عنوان نمایندگان جامعه مدنظر، در نظرسنجی نقش اساسی ایفا کنند. به نظر هارمن و پرس (۱۹۷۵)، گروه متخصص در پژوهش دلفی، گروهی است که از نمایندگان گروه‌های مختلف تشکیل شده است و اعضای آن، علم و آگاهی عمیق و وسیعی در زمینه تحقیق دارند (هارمن و پرس^۱، ۱۹۷۵). به همین دلیل، روش‌های نمونه‌گیری تصادفی برای انتخاب این افراد مناسب نیست، بلکه در این قبیل پژوهش‌ها، اشخاص صاحب‌نظر از طریق بررسی دانش و تجربه‌هایی که دارند، انتخاب می‌شوند.

محققان مختلف، از نظر تعداد بهینه افراد مشارکت‌کننده در فرایند دلفی فازی، هیچ‌گاه به اجماع نرسیده‌اند و نظرهای مختلفی وجود دارد (مولن^۲، ۲۰۰۳). اغلب مطالعات دلفی، بین ۱۵ تا ۲۰ پاسخ‌دهنده را کافی می‌دانند (لودوینگ^۳،

1. Harman and Press
3. Ludwig

2. Mullen

۱۹۹۷: ۲) و بیان می‌کنند که بیش از این تعداد، به تکرار نظرها منجر می‌شود (عبدل غفار اسلامی و کرمیلا هنیم کمیل، ۲۰۱۰؛ به نقل از حسینی، دهقان دهنوی، قربانی‌زاده، امیری و رجایی باغسیائی، ۱۳۹۷). همچنین آذر و فرجی معتقدند که اگر بین اعضای پانل تجانس وجود داشته باشد، حدود ۱۰ تا ۲۰ عضو کفایت می‌کند (آذر و فرجی، ۱۳۸۱). برخی از محققان بین ۱۰ تا ۵۰ نفر را مجاز می‌دانند (تیروف^۱، ۱۹۷۰؛ به نقل از مولن، ۲۰۰۳) و برخی دیگر، گروه ۸ تا ۱۲ نفره را اعلام کرده‌اند (کاوالی اسفورا و اورتولانو^۲، ۱۹۸۴). اما فیلیپس این تعداد را بین ۷ تا ۱۲ نفر مناسب می‌داند (فیلیپس، ۲۰۰۰؛ به نقل از مولن، ۲۰۰۳). به عقیده اوکولی و پول‌اوسکی^۳ (۲۰۰۴)، ۱۰ تا ۱۸ نفر برای پانل خبرگان کفایت می‌کند. در این پژوهش، ۳۵ پرسش‌نامه در قالب مقیاس ۵ سطحی لیکرت، حاوی ۶۲ سؤال بین متخصصان و خبرگان واجد شرایط، شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها، مدیران مالی و اجرایی شرکت‌های دولتی و خصوصی، مدیران و متخصصان حسابرسی و کارشناسان بورس و اوراق بهادار توزیع شد. پس از پیگیری‌های انجام شده، ۳۰ پاسخ دریافت شد که از بین آنها ۳ پرسش‌نامه مخدوش بود که از سبد داده‌ها و اطلاعات دریافتی حذف شد. ویژگی‌های خبرگان در روش دلفی فازی، در جدول ۳ درج شده است.

جدول ۳. ویژگی خبرگان در روش دلفی فازی

ویژگی‌ها	خبرگان حائز شرایط
عضویت در هیئت علمی دانشگاه‌ها	۹ نفر از ۲۷ نفر
بیش از ۱۰ سال سابقه انجام امور حسابرسی و مشاوره مالی	۲۱ نفر از ۲۷ نفر
بیش از ۱۰ سال عضویت در انجمن‌های تخصصی و حرفه‌ای حسابداری یا مدیریت	۱۹ نفر از ۲۷ نفر
راهنمایی پایان‌نامه / یا ثبت بیش از ۱۰ مقاله در حوزه حسابداری و مدیریت / یا تألیف کتاب در این حوزه	۱۸ نفر از ۲۷ نفر

روش تحلیل داده‌های بخش کمی – دلفی فازی

هر پاسخ دریافت شده‌ای، سه مقدار برای بررسی دارد؛ یعنی کمترین مقدار m_1 ، منطقی‌ترین مقدار n و بیشترین مقدار m_3 (مناکندان، رزنا، مَهْد ریدهوآن و پریا^۴، ۲۰۱۷: ۲۲۸). برای تجمیع نظرات n پاسخ‌دهنده، روش‌های مختلفی پیشنهاد شده است (چنگ و تنگ، ۲۰۰۹؛ سو، چن، دیگلوریا و وو^۵، ۲۰۱۰؛ وو و فانگ^۶، ۲۰۱۱؛ سو، لی و رنج، ۲۰۱۰). در واقع، این روش‌های تجمیع، روش‌های تجربی ارائه شده پژوهشگران مختلف هستند. در این پژوهش، برای محاسبات فازی از رابطه ۲ استفاده شده است (سو و همکاران، ۲۰۱۰).

$$\bar{a}_{ij} = f_i = (l_i^k \cdot m_i^k \cdot u_i^k) \cdot i = 1.2.3 \dots n ; k = 1.2.3 \dots m \quad (\text{رابطه ۲})$$

$$F_{AVE} = \left(\left\{ \frac{\sum l_i^k}{n} \right\} \cdot \left\{ \frac{\sum m_i^k}{n} \right\} \cdot \left\{ \frac{\sum u_i^k}{n} \right\} \right) = (l_{ij} \cdot m_{ij} \cdot u_{ij}) = (m_1 \cdot m_2 \cdot m_3)$$

در رابطه‌های بالا، اندیس k به فرد خبره و اندیس i به شاخص تصمیم‌گیری اشاره دارد و $f_i = (l_i^k \cdot m_i^k \cdot u_i^k)$

1. Turoff

3. Okoli and Pawlowski

5. Su, Chen, DeGloria, & Wu

2. Cavalli-Sforza and Ortolano

4. Manakandan, Rosnah, Mohd Ridhuan & Priya

6. Wu and Fang

عدد فازی مثلثی دیدگاه افراد خبره است. ساده‌ترین روش برای تجمیع دیدگاه خبرگان، روش محاسبه میانگین فازی (F_{AVE}) است. زمانی که طیف فازی مناسب انتخاب و عملیات فازی روی مقادیر انجام شد، در نهایت به نتایجی خواهید رسید که قاعدتاً فازی خواهند بود. این نتایج فازی به سادگی فهم‌پذیر و تفسیرپذیر نیستند. بنابراین باید به اعداد قطعی (معمولی) تبدیل شوند. فرایند تبدیل اعداد فازی به اعداد قطعی را فازی‌زدایی یا وافاسازی می‌گویند. فرایند غیرفازی کردن، به منظور استفاده از نتایج حاصل از فرایند رتبه‌بندی هر مؤلفه برای تعیین سطح اهمیت آن است. این فرایند رتبه‌بندی، برای تعیین بودن یا نبودن شاخص‌ها به کار می‌رود (مناکندان و همکاران، ۲۰۱۷: ۲۲۸). بدین منظور، باید اعداد فازی به اعداد قطعی تبدیل شود. تاکنون روش‌های مختلفی برای فازی‌زدایی مطرح شده است. زنگ و تنگ^۱ (۱۹۹۳) روش مرکز سطح (COA) را ارائه کرده‌اند. در این پژوهش، از رابطه ۳ که روش تعدیل شده مرکز سطح است، برای فازی‌زدایی اعداد فازی استفاده شده است (وو و فانگ، ۲۰۱۱).

$$A_{max} = DF_{ij} = \frac{[(u_{ij} - l_{ij}) + (m_{ij} - l_{ij})]}{3} + l_{ij} = \frac{1}{3}(m_1 + m_2 + m_3) \quad \text{(رابطه ۳)}$$

تعیین قابلیت پذیرش مؤلفه‌ها و اتفاق نظر

برای تعیین قابلیت پذیرش مؤلفه‌ها و درصد اجماع متخصصان و خبرگان روی شاخص‌ها، دو پیش‌نیاز تکمیل شده است. ابتدا مقدار ارزش اکتسابی هر شاخص (A_{max}) با مقدار آستانه تحمل^۲ (\bar{s}) مقایسه شد. در این تحقیق با توجه به نوع پژوهش و قانون ۳۰-۷۰ و نیز، به پیروی از تحقیقات انجام شده (سو و همکاران، ۲۰۱۰؛ وو و فانگ، ۲۰۱۱ و حبیبی همکاران، ۱۳۹۳) مرز قابل قبول بودن معیار، حدود ۰/۷ در نظر گرفته شده است. اگر مقدار دی‌فازی شده عدد فازی مثلثی با توجه به نظر خبرگان، نزدیک به ۰/۷ یا بیشتر باشد، به عنوان معیار قابل قبول پذیرفته خواهد شد. سپس، میزان توافق خبرگان و متخصصان از نسبت تعداد (d)های کوچک‌تر یا مساوی ۰/۲ به کل تعداد خبرگان (۲۷ خبره) که بایستی بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۷۵ باشد، به دست می‌آید. شاخص‌های با توافق کمتر از آن کنار گذاشته می‌شوند. مقدار d خبره ۱ام برای شاخص زام از رابطه ۴ به دست می‌آید (مناکندان و همکاران^۳، ۲۰۱۷؛ محمد، امبی و نورالدین^۴، ۲۰۱۵؛ کمارولزمان، جمهاری، رائوس و یوسف^۵، ۲۰۱۵). تمامی محاسبات لازم در این پژوهش، با استفاده از نرم‌افزار اکسل و SPSS انجام شده است.

$$d(m.n) = \sqrt{\frac{1}{3}[(m_1 - n_1)^2 + (m_2 - n_2)^2 + (m_3 - n_3)^2]} \quad \text{(رابطه ۴)}$$

یافته‌های پژوهش

طبق نتایج به دست آمده در جدول ۴، پس از غربالگری و محاسبه میانگین لیکرت، میانگین نمره‌های فازی پاسخ‌ها، مقدار

1. Tzeng and Teng

3. Manakandam and et al

5. Kamarulzaman, Jomhari, Raus, & Yusoff

2. Threshold

4. Mohamad, Embi and Nordin

فازی‌زدایی و درصد توافق پاسخ‌گویان، برای ۱۲ شاخص، مقدار دی‌فازی شده عدد فازی مثلثی - عدد قطعی (A_{max}) کمتر از ۰/۷ محاسبه شد و در فاز اول، حد نصاب لازم به‌دست نیامد. برای ۵۰ شاخص باقی‌مانده، مقدار دی‌فازی شده عدد فازی مثلثی - عدد قطعی، بیشتر از ۰/۷ به‌دست آمد و همگی میزان درصد اجماع یا اتفاق نظر بالای ۷۵ درصدی داشتند که باید در مدل پیشنهادی لحاظ می‌شدند. همان‌طور که گفته شد، در پرسش‌نامه تنظیمی، از پاسخ‌دهندگان خواسته شده بود که هم موافقت یا مخالفت خود را در خصوص شاخص‌های مؤثر در گزارشگری مالی با رویکرد الگوی کسب‌وکار اعلام کنند و هم، درباره وضعیت موجود آن شاخص در گزارشگری مالی رایج در ایران که هم اکنون بر اساس استانداردهای ملی حسابداری تهیه و ارائه شده و مورد قبول سازمان بورس و اوراق بهادار است، اظهار نظر کنند. نتایج حاصل از تکنیک دلفی فازی در این بخش، نشان می‌دهد که هیچ یک از ۶۲ شاخص مطرح شده، در گزارشگری مالی حضور ندارند و در حال حاضر افشا نمی‌شوند. به بیان دیگر، گزارشگری مالی فعلی، نیازهای ذی‌نفعان را در خصوص افشای شاخص‌های الگوهای کسب‌وکار، از جمله پاسخ‌گویی اجتماعی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برآورده نمی‌کند.

جدول ۴. میانگین فازی، دی‌فازی و درصد توافق شاخص‌های گزارشگری مالی

ابعاد گزارشگری	شاخص‌های گزارشگری	میانگین لیکرت	m_1	m_2	m_3	A_{max}	مقدار آستانه	درصد توافق	نتیجه نهایی
تفکیک و روانی	اطلاعات مربوط به وضعیت مالی فعالیت‌های کلیدی الگوهای کسب‌وکار	۴/۱۱	۰/۵۳	۰/۷۸	۰/۹۵	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	اطلاعات منابع کلیدی الگوهای کسب‌وکار	۴/۱۵	۰/۵۴	۰/۷۹	۰/۹۵	۰/۷۶	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	اطلاعات هزینه‌های عملیاتی الگوهای کسب‌وکار	۴/۳۰	۰/۵۷	۰/۸۲	۰/۹۹	۰/۸۰	۰/۷۰	۰/۹۶	پذیرش
	پیامدهای اقتصادی الگوهای کسب‌وکار	۴/۱۵	۰/۵۴	۰/۷۹	۰/۹۶	۰/۷۶	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	پیامدهای اجتماعی الگوهای کسب‌وکار	۳/۹۶	۰/۴۹	۰/۷۴	۰/۹۸	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	پیامدهای زیست‌محیطی الگوهای کسب‌وکار	۳/۹۶	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۷	۰/۷۳	۰/۷۰	۰/۸۱	پذیرش
	اطلاعات مربوط به دارایی‌ها و بدهی‌های خارج از ترازنامه الگوهای کسب‌وکار	۲/۴۷	۰/۱۴	۰/۳۷	۰/۶۲	۰/۳۸	۰/۷۰	-	رد
	اطلاعات تفکیکی درآمدهای عملیاتی الگوهای کسب‌وکار	۴/۱۵	۰/۵۲	۰/۷۷	۰/۹۵	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	اطلاعات مربوط به به‌کارگیری رویکرد الگوهای کسب‌وکار به‌عنوان یک رویه حسابداری در طبقه‌بندی و ارزیابی دارایی‌های واحد تجاری	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۷	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	اطلاعات مربوط به شرکای کلیدی یا ذی‌نفعان کلیدی الگوهای کسب‌وکار	۴/۱۱	۰/۵۳	۰/۷۸	۰/۹۸	۰/۷۶	۰/۷۰	۰/۹۳	پذیرش
	مخارج برآوردی سرمایه‌گذاری در طرح‌های الگوهای کسب‌وکار	۲/۴۴	۰/۱۴	۰/۳۶	۰/۶۱	۰/۳۷	۰/۷۰	-	رد
	اطلاعات تفکیکی مربوط به اعطای پاداش و حقوق اعضای هیئت مدیره در الگوهای کسب‌وکار	۴/۳۰	۰/۵۷	۰/۸۲	۱/۰۰	۰/۸۰	۰/۷۰	۱/۰۰	پذیرش

ادامه جدول ۴. میانگین فازی، دی فازی و درصد توافق شاخص‌های گزارشگری مالی

ابعاد گزارشگری	شاخص‌های گزارشگری	میانگین لیکرت	m_1	m_2	m_3	A_{max}	مقدار آستانه	درصد توافق	نتیجه نهایی
	اطلاعات مربوط به اهداف اجتماعی الگوهای کسب و کار	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۷	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	اطلاعات مربوط به رعایت الزامات شرعی و قانونی الگوهای کسب و کار	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۷	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	اطلاعات مربوط به روش (نحوه) کسب و درآمد (درآمدزایی) الگوهای کسب و کار	۲/۶۷	۰/۱۸	۰/۴۲	۰/۶۷	۰/۴۲	۰/۷۰	-	رد
	اطلاعات حاکمیت شرکتی الگوهای کسب و کار	۴/۴۴	۰/۶۱	۰/۸۶	۱/۰۰	۰/۸۲	۰/۷۰	۱/۰۰	پذیرش
	اطلاعات مربوط به هزینه تحصیل منابع (مالی، تولیدی، انسانی، فکری، طبیعی و اجتماعی) الگوهای کسب و کار	۴/۳۰	۰/۵۷	۰/۸۲	۰/۹۸	۰/۷۹	۰/۷۰	۰/۹۳	پذیرش
	اطلاعات مربوط به میزان کارایی روش‌های مصرف منابع الگوهای کسب و کار	۴/۲۲	۰/۵۶	۰/۸۱	۰/۹۷	۰/۷۸	۰/۷۰	۰/۹۳	پذیرش
	اطلاعات مربوط به میزان اثربخشی روش‌های مصرف منابع الگوهای کسب و کار	۴/۴۸	۰/۶۲	۰/۸۷	۱/۰۰	۰/۸۳	۰/۷۰	۱/۰۰	پذیرش
	اطلاعات مربوط به منابع انسانی الگوهای کسب و کار	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۶	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	اطلاعات مربوط به منابع فکری الگوهای کسب و کار	۴/۱۱	۰/۵۳	۰/۷۸	۰/۹۸	۰/۷۶	۰/۷۰	۰/۹۳	پذیرش
	اطلاعات مربوط به منابع طبیعی الگوهای کسب و کار	۴/۱۱	۰/۵۳	۰/۷۸	۰/۹۶	۰/۷۶	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	اطلاعات مربوط به منابع ارتباطی و اجتماعی الگوهای کسب و کار	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۵	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	اطلاعات تفکیکی در صورت سود و زیان الگوهای کسب و کار در جهت تعامل و اعتماد ذی‌نفعان	۴/۱۵	۰/۵۴	۰/۷۹	۰/۹۸	۰/۷۷	۰/۷۰	۰/۹۳	پذیرش
	اطلاعات تفکیکی در صورت سود و زیان الگوهای کسب و کار برای مشروعیت بخشیدن به واحد تجاری	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۷	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	صورت سود و زیان الگوهای کسب و کار واحد تجاری	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۶	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	توزیع مناسب عملکرد یا سود و زیان الگوهای کسب و کار	۴/۲۲	۰/۵۶	۰/۸۱	۰/۹۹	۰/۷۸	۰/۷۰	۰/۹۶	پذیرش
	اطلاعات تفکیکی الگوهای کسب و کار برای ارزیابی عملکرد واحد تجاری	۴/۲۲	۰/۵۶	۰/۸۱	۱/۰۰	۰/۷۹	۰/۷۰	۱/۰۰	پذیرش
	اطلاعات تفکیکی الگوهای کسب و کار برای اخذ تصمیمات کلیدی ذی‌نفعان	۴/۱۵	۰/۵۴	۰/۷۹	۰/۹۷	۰/۷۰	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	تعیین سهم ذی‌نفعان واحد تجاری از سود و زیان الگوهای کسب و کار	۴/۰۷	۰/۵۲	۰/۷۷	۰/۹۸	۰/۷۶	۰/۷۰	۰/۹۳	پذیرش
	جداسازی و تفکیک اطلاعات الگوهای کسب و کار برای افزایش عملکرد، انسجام و عملکرد اجتماعی	۴/۲۲	۰/۵۶	۰/۸۱	۰/۹۹	۰/۷۸	۰/۷۰	۰/۹۶	پذیرش
	جداسازی و تفکیک اطلاعات مربوط به مخارج مرتبط با اجرای برنامه‌های عملیاتی الگوهای کسب و کار برای ارزیابی و تحلیل عملکرد الگوهای کسب و کار	۴/۰۷	۰/۵۲	۰/۷۷	۰/۹۶	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش

ادامه جدول ۴. میانگین فازی، دی فازی و درصد توافقی شاخص‌های گزارشگری مالی

ابعاد گزارشگری	شاخص‌های گزارشگری	میانگین لیکرت	m_1	m_2	m_3	A_{max}	مقدار آستانه	درصد توافق	نتیجه نهایی
مدیریت ذی‌نفعان	اجرای حسابرسی مالی سالانه الگوهای کسب‌وکار	۴/۴۱	۰/۶۰	۰/۸۵	۰/۹۸	۰/۸۱	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	اجرای حسابرسی عملیاتی الگوهای کسب‌وکار	۴/۰۷	۰/۵۲	۰/۷۷	۰/۹۸	۰/۷۶	۰/۷۰	۰/۹۳	پذیرش
	ریسک‌ها و فرصت‌های رشد الگوهای کسب‌وکار	۲/۴۴	۰/۱۳	۰/۳۶	۰/۶۱	۰/۳۷	۰/۷۰	-	رد
	اطلاعات برنامه‌ریزی، مدیریت و کنترل مشارکت (تعامل) ذی‌نفعان واحد تجاری در الگوهای کسب‌وکار	۲/۶۳	۰/۱۹	۰/۴۴	۰/۶۹	۰/۴۴	۰/۷۰	-	رد
	اطلاعات برنامه‌ریزی، مدیریت و کنترل علایق ذی‌نفعان واحد تجاری در الگوهای کسب‌وکار	۲/۴۱	۰/۱۲	۰/۳۵	۰/۶۰	۰/۳۶	۰/۷۰	-	رد
محورهای کلیدی	اطلاعات برنامه‌ریزی، مدیریت و کنترل انتظارات ذی‌نفعان واحد تجاری در الگوهای کسب‌وکار	۲/۴۸	۰/۱۷	۰/۳۷	۰/۶۲	۰/۳۹	۰/۷۰	-	رد
	محورهای کلیدی مربوط به فعالیت‌های اصلی الگوهای کسب‌وکار	۲/۵۶	۰/۱۷	۰/۴۰	۰/۶۵	۰/۴۰	۰/۷۰	-	رد
	محورهای کلیدی درآمدهای عملیاتی الگوهای کسب‌وکار	۲/۵۲	۰/۱۵	۰/۳۸	۰/۶۳	۰/۴۰	۰/۷۰	-	رد
	محورهای کلیدی درآمدهای غیرعملیاتی الگوهای کسب‌وکار	۲/۴۷	۰/۱۵	۰/۳۷	۰/۶۲	۰/۳۹	۰/۷۰	-	رد
	اطلاعات مربوط به ظرفیت اسمی، ظرفیت عملی و ظرفیت واقعی الگوهای کسب‌وکار	۴/۲۶	۰/۵۶	۰/۸۱	۰/۹۹	۰/۷۹	۰/۷۰	۰/۹۶	پذیرش
عدالت و انصاف در توزیع گزارش	گزاره‌های ارزشی - مالی الگوهای کسب‌وکار	۴/۱۵	۰/۵۴	۰/۷۹	۰/۹۷	۰/۷۷	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	گزاره‌های ارزشی - غیرمالی الگوهای کسب‌وکار	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۶	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	در نظر گرفتن منافع هر یک از ذی‌نفعان در الگوهای کسب‌وکار و هم‌سو نکردن منافع آنان با منافع سهام‌داران اصلی	۴/۱۱	۰/۵۳	۰/۷۸	۰/۹۸	۰/۷۶	۰/۷۰	۰/۹۳	پذیرش
	افشای اجباری عناصر الگوهای کسب‌وکار	۲/۳۷	۰/۱۵	۰/۳۴	۰/۵۹	۰/۳۶	۰/۷۰	-	رد
	اجرای تکنیک مدیریت ذی‌نفعان توسط واحد تجاری	۴/۰۷	۰/۵۲	۰/۷۷	۰/۹۶	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	حذف اضافه بار اطلاعاتی	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۵	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	تعیین گروه‌های ذی‌نفع اجتماعی الگوهای کسب‌وکار واحد تجاری	۴/۰۰	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۵	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	اطلاعات تکمیلی الگوهای کسب‌وکار در گزارش مسئولیت پاسخ‌گویی اجتماعی مدیریت	۴/۲۶	۰/۵۶	۰/۸۱	۱/۰۰	۰/۷۹	۰/۷۰	۱/۰۰	پذیرش
	ارائه اطلاعات تفکیکی و جداگانه ترازنامه الگوهای کسب‌وکار به‌منظور مبادله آگاهانه سهام و حذف عدم تقارن	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۵	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	ارائه اطلاعات تفکیکی و جداگانه سود و زیان الگوهای کسب‌وکار به‌منظور مبادله آگاهانه سهام و حذف عدم تقارن	۴/۳۳	۰/۵۸	۰/۸۳	۰/۹۹	۰/۸۰	۰/۷۰	۰/۹۶	پذیرش

ادامه جدول ۴. میانگین فازی، دی فازی و درصد توافقی شاخص‌های گزارشگری مالی

ابعاد گزارشگری	شاخص‌های گزارشگری	میانگین لیکرت	m_1	m_2	m_3	A_{max}	مقدار آستانه	درصد توافق	نتیجه نهایی
عدالت و انصاف در توزیع گزارشگری	کاهش سوگیری و جانب‌داری با به‌کارگیری رویکرد الگوهای کسب و کار در طبقه‌بندی و ارزیابی دارایی‌های واحد تجاری	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۶	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	تعیین سهم هر یک از ذی‌نفعان واحد تجاری از اجرای الگوهای کسب و کار	۴/۳۷	۰/۵۹	۰/۸۴	۱/۰۰	۰/۸۱	۰/۷۰	۱/۰۰	پذیرش
	ارتقای اخلاق و منطق کسب و کار با ارائه اطلاعات تفکیکی الگوهای کسب و کار	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۷	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۸۹	پذیرش
	تطابق الگوهای کسب و کار با آموزه‌های دینی - فرهنگی و ارزش‌های ایرانی - اسلامی	۴/۲۲	۰/۵۶	۰/۸۱	۰/۹۸	۰/۷۸	۰/۷۰	۰/۹۳	پذیرش
ارائه نحوه افشا	ترازنامه جداگانه و تلفیقی الگوهای کسب و کار	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۴	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۱	پذیرش
	صورت سود و زیان جداگانه و تلفیقی الگوهای کسب و کار	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۵	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	صورت جریان وجوه نقد جداگانه و تلفیقی الگوهای کسب و کار	۴/۳۷	۰/۸۶	۰/۸۴	۰/۹۹	۰/۸۱	۰/۷۰	۰/۹۶	پذیرش
	اطلاعات مربوط به تجزیه و تحلیل سوآت (SWOT) از الگوهای کسب و کار	۴/۱۵	۰/۵۴	۰/۷۹	۰/۹۷	۰/۷۷	۰/۷۰	۰/۹۳	پذیرش
	اطلاعات مربوط به تغییرات کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت الگوهای کسب و کار	۴/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۶	۰/۹۶	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۸۵	پذیرش
	بوم یا تابلوی الگوی کسب و کار	۲/۴۸	۰/۱۲	۰/۳۵	۰/۶۰	۰/۳۶	۰/۷۰	-	رد

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با گسترش روزافزون نیازهای اطلاعاتی درباره عملیات واحدهای تجاری، اکنون، ارائه صورت‌های مالی به روش سنتی پاسخ‌گوی همه نیازهای استفاده‌کنندگان نیست (ودیدی و همکاران، ۱۳۹۲). بسیاری از صاحب‌نظران، در خصوص مفیدبودن گزارشگری مالی (صورت‌های مالی) کنونی تردید دارند (ادوینسون، ۲۰۱۳؛ جونز، ۲۰۱۱؛ کانگ و گری، ۲۰۱۱؛ دانگ، ۲۰۱۰؛ آکس و سورش، ۲۰۰۴؛ اُپریند، ۲۰۰۹). از دلایل اصلی نظر این محققان، فقدان اطلاعات مرتبط با مفاهیم ناملموس در صورت‌های مالی و از دست‌رفتن ویژگی مربوط بودن صورت‌های مالی است. یک راه‌حل برای این مشکلات، افشای خارج از چارچوب‌های فعلی، همچون گزارشگری چندستونی (لویز و پندریل، ۲۰۰۴) یا گزارشگری مرکب (شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه، ۲۰۱۷) یا گزارشگری مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار است.

استفاده از مفهوم الگوی کسب و کار، در استانداردهای حسابداری، از جمله استاندارد شماره ۹ بین‌الملل، در دهه اخیر، نشان از اهمیت موضوع دارد. در این پژوهش، به معرفی مدلی برای گزارشگری مالی مبتنی بر الگوی کسب و کار پرداخته شد. بدین منظور با استفاده از رویکرد ترکیبی - راهبرد اکتشافی متوالی، در بخش کیفی، با استفاده از روش تحلیل تم استقرایی، ابعاد و مؤلفه‌های اصلی گزارشگری مالی الگوهای کسب و کار استخراج شد. در بخش کمی، با به‌کارگیری استدلال قیاسی، مدل اولیه گزارشگری مالی (صورت‌های مالی نمونه) طراحی شد و پس از مصاحبه با چند تن از اساتید

دانشگاه و متخصصان امر، ۶۲ شاخص برای آن به دست آمد. برای غربالگری شاخص‌های تعیین شده، از تکنیک دلفی با رویکرد فازی استفاده شد که برای اجرای این تکنیک و دریافت نظر خبرگان، پرسش‌نامه‌ای محقق ساخته، حاوی ۶۲ سؤال، در اختیار خبرگان قرار گرفت. بر اساس نتایج، از بین ۶۲ شاخص، خبرگان ۵۰ شاخص را در قالب ۶ بُعد اصلی، شامل شفافیت و روایی، پاسخ‌گویی اجتماعی، محرک‌های کلیدی، مدیریت ذی‌نفعان، عدالت و انصاف در توزیع گزارش و نحوه ارائه و افشا، تأیید کردند. همچنین نتایج دلفی فازی بخش دوم سؤال‌های پرسش‌نامه، نشان داد که هیچ یک از ۶۲ شاخص مطرح‌شده، در گزارشگری مالی فعلی حضور ندارد و در حال حاضر افشا نمی‌شود. بر این اساس، مدل پیشنهادی گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب‌وکار در این پژوهش، نه تنها نیازهای ذی‌نفعان واحد تجاری را تأمین می‌کند، بلکه در بهبود محتوای اطلاعاتی صورتهای مالی نیز نقش بسزایی ایفا خواهد کرد. مقایسه نتایج به دست آمده با برخی از تحقیقات انجام شده سازگار است. برای مثال، به‌زعم شورای گزارشگری مالی بریتانیا، افشای محرک‌های کلیدی الگوی کسب‌وکار، موجب اطمینان‌بخشی سرمایه‌گذاران خواهد شد و شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه، افشای منابع کلیدی الگوهای کسب‌وکار را موجب افزایش کیفیت گزارشگری مالی می‌داند. خبرگان نیز در بخش شفافیت و روایی، بر این دو موضوع تأکید کردند. در تحقیقات آزمایشگاه گزارشگری مالی شورای گزارشگری مالی بریتانیا، درآمدهای کلیدی و محرک‌های سودآور و همچنین، دارایی‌ها و بدهی‌های مهمی که از الگوی کسب‌وکار حمایت می‌کنند، در کانون توجه قرار گرفته است. نتایج بخش محرک‌های کلیدی نیز، مؤید نتایج به دست آمده است.

به نظر می‌رسد، مهم‌ترین پیشنهاد کاربردی پژوهش حاضر، این است که سازمان حسابرسی، به‌عنوان مسئول تعیین استانداردهای حسابداری و حسابرسی در سطح ملی و همچنین سازمان بورس و اوراق بهادار، به‌عنوان مقام ناظر، می‌توانند با توجه به اهمیت رویکرد الگوی کسب‌وکار و نتایج به دست آمده از این تحقیق، در خصوص برخی از استانداردها تجدیدنظر کرده و دیدگاه «الگوی کسب‌وکار» را جایگزین دیدگاه «قصودنیت مدیریت» کنند.

با عنایت به فقدان پژوهش‌های داخلی، باید در این زمینه تحقیقات وسیع‌تری صورت گیرد. در همین راستا، برای

تحقیقات آتی پیشنهادهایی ارائه شده است:

- تحلیل سیستماتیک و ارزیابی ابعاد و مؤلفه‌های گزارشگری مالی الگوهای کسب‌وکار واحدهای تجاری؛
- بررسی تغییرات، در سیستم گزارشگری مالی شرکت‌های ایرانی با تأکید بر مفهوم الگوی کسب‌وکار؛
- تدوین چارچوب مفهومی الگوهای کسب‌وکار، در گزارشگری مالی؛
- آسیب‌شناسی وضعیت گزارشگری مالی فعلی، در خصوص به‌کارگیری رویکرد الگوی کسب‌وکار.

از محدودیت‌های کلی در اجرای این پژوهش، می‌توان به عدم دسترسی به افراد خبره‌ای اشاره کرد که دانش و مهارت لازم را هم در حوزه حسابداری و هم در حوزه مدیریت کسب‌وکار داشته باشند. به دلیل ماهیت پژوهش‌های کیفی، ممکن است نتایج از سویه‌ها و گرایش‌های پژوهشگر تأثیر بپذیرند، این تأثیرپذیری احتمالی را نیز می‌توان از محدودیت‌های بخش کیفی تحقیق حاضر دانست، هرچند تلاش شد که با برنامه‌ریزی مناسب، تعصب‌ها و قضاوت‌های احتمالی شخصی به حداقل رسانده شود.

منابع

- آذر، عادل؛ فرجی، حجت (۱۳۸۷). علم مدیریت فازی، تهران: نشر مهربان نشر.
- احمدی، فضل‌اله؛ نصیریانی، خدیجه؛ ابادری، پروانه (۱۳۸۷). تکنیک دلفی: ابزاری در تحقیق. *مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی*، ۱۸(۱)، ۱۷۵-۱۸۵.
- بستام، هادی؛ مشبکی، اصغر؛ کردنائیچ، اسداله؛ آذر، عادل (۱۳۹۴). مدل کسب و کار انطباقی (مورد مطالعه: صنایع غذایی). *فصلنامه کاوش‌های مدیریت بازرگانی*، ۷(۱۴)، ۱۴۹-۱۷۹.
- حبیبی، آرش؛ ایزدیبار، صدیقه؛ سرافرازی، اعظم (۱۳۹۳). *تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی*. رشت: کتیبه گیل.
- حریری، نجلا (۱۳۸۵). *اصول و روش‌های پژوهش کیفی*. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- حسینی، سید محمد؛ دهقان دهنوی، محمدعلی؛ قربانی‌زاده، وجه‌اله؛ امیری، میثم؛ رجایی باغسیائی، محمد (۱۳۹۷). تبیین مدل عاملی مؤثر بر اعتبارات بانکی ایران با رویکرد دلفی فازی. *چشم‌انداز مدیریت مالی*، ۲۱(۲)، ۱۱۵-۱۳۱.
- رحمانی، علی؛ مسافری، جنت (۱۳۹۰). تغییر در مدل ارائه صورت‌های مالی: نگرش جامعه حسابداری ایران. *فصلنامه پژوهش‌های حسابداری*، ۱(۲)، ۳۵-۵۶.
- روحانی، امیررضا؛ رضوانی، حمیدرضا (۱۳۹۲). رابطه مدل کسب و کار و راهبرد محصول در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط ایران. *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۷(۲)، ۴۵-۷۳.
- طالب‌نیا، قدرت‌اله؛ علیخانی، راضیه؛ مران‌جوری، مهدی (۱۳۹۱). ارزیابی کمیّت و ماهیت افشای اطلاعات حسابداری زیست محیطی و اجتماعی در ایران. *بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، ۱۹(۳)، ۴۳-۶۰.
- کردستانی، غلامرضا؛ موسویان خلیل‌آباد، سید حمید رضا (۱۳۹۲). رقابت بین سرمایه‌گذاران آگاه برای کسب اطلاعات محرمانه و قیمت‌گذاری عدم تقارن اطلاعاتی. *فصلنامه مدیریت دارایی و تأمین مالی*، ۱(۲)، ۱۲۷-۱۴۴.
- مدرس، احمد؛ حصارزاده، رضا (۱۳۸۷). کیفیت گزارشگری مالی و کارایی سرمایه‌گذاری. *فصلنامه بورس اوراق بهادار*، ۱(۲)، ۸۵-۱۱۶.
- مردزاده فرد، مهدی؛ اصلانی لوحه سرا، مرتضی (۱۳۸۹). بررسی مدل گزارشگری تجاری ارتقا یافته (EBR) جهت تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی صنایع پتروشیمی در ایران. *فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۲(۵)، ۱۷۷-۲۰۰.
- مهرآذین، علیرضا؛ عباس نژاد، فاطمه (۱۳۹۲). اثر محافظه‌کاری و افشا بر هزینه سرمایه سهام عادی. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۳(۱)، ۹۰-۱۱۰.
- ودیعی، محمدحسین، خلیلیان موحد، علی، هزارخانی، سیداسماعیل؛ توسلی فدیه، فاطمه بماه (۱۳۹۲). بررسی آخرین تحولات گزارشگری مالی یکپارچه. *یازدهمین همایش ملی حسابداری ایران*، دانشگاه فردوسی مشهد.

References

- Afuah, A., & Tucci, C. (2003). *Internet Business Models and Strategies*. New York: McGraw-Hill.

- Afuah, A. (2004). *Business models: A strategic management approach*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Ahmadi, F., Nasiriani, Kh., Abazari, P. (2009). Delphi technique: a tool in research. *Iranian Journal of Education in Medical Sciences*, 8 (1), 175-185. (in Persian)
- Alex, D., and R. Suresh, (2004). The Declining Value-relevance of Accounting Information and Non-Information-based Trading: An Empirical Analysis. *Contemporary Accounting Research*, 21(4), 795–812.
- Andres, A., Javier, S. & Sheridan, T. (2009). Firms' Stakeholders and the Costs of Transparency. *Journal of Economics & Management Strategy*, 18(3), 871-900.
- Applegate, L.M. (2000). *E-Business Models: Making Sense of the Internet Business Landscape. In Information Technology and the New Enterprise: Future Models for Managers*. Edited by L. M. Applegate, Gary W. Dickson, and Gerardine DeSanctis. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Association of Chartered Certified Accountants (ACCA). (2015). *Using the business model of a company to help analyze its performance*. Available in: <https://www.accaglobal.com>.
- Azar, A., Faraji, H. (2009). *Science of Fuzzy Management*. Tehran: Mehraban Nashr. (in Persian)
- Baltar, F., & Brunet, I. (2012). Social research 2.0: virtual snowball sampling method using Facebook. *Internet Research*, 22(1), 57-74.
- Bastam, H., Moshabaki, A., Kurdnaeej, A. & Azar, A. (2015). Adaptive business model (case study: food industry). *Journal of Business Management Research*, 7(14), 179-149. (in Persian)
- Biernacki, P. (1986). *Pathways from Heroin Addiction. Recovery Without Treatment*. Philadelphia: Temple University press.
- Biernacki, P., & Waldorf, D. (1981). Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. *Sociological Methods & Research*, 10(2), 141-163.
- Bini, L., Dainelli, F., & Giunta, F. (2016), Business model disclosure in the Strategic Report. Entangling intellectual capital in value creation process. *Journal of Intellectual Capital*, 17(1), 83-102.
- 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.
- Bowen, C., Bowen, W. (2008). Content analysis: In Kaifeng Yang and Gerald, Miller, Handbook of research method in public administration. *Taylor and Francis group*, 27(2), 141-168.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Brougham, A. (2012). Discussion of Business-model (intent)-based accounting. *Accounting and Business Research*, 42(3), 345-347.

- Brousseau, E., & Penard, T. (2006). The economics of digital business models: A framework for analyzing the economics of platforms. *Review of Network Economics*, 6(2), 81-110.
- Buchholz, R.A. & Rosenthal, S.B. (2005). Toward a Contemporary Conceptual Framework for Stakeholder Theory. *Journal of Business Ethics*, 58(1), 137-148.
- Burns, N., & Grove, SK. (1993). *The practice of nursing research: Conduct, critique and utilization*. 2nd edition. Philadelphia: Saunders.
- Caliskan, A.O. (2014). How accounting and accountants may contribute in sustainability? *Social Responsibility Journal*, 10(2), 246-267.
- Casadesus-Masanell, R. & Ricart, J. E. (2010). From Strategy to Business Models and onto Tactics. *Long Range Planning*, (43), 195-215.
- Cavalcante, S., Kesting, P. and Ulhøi, J. (2011). Business model dynamics and innovation: (re)establishing the missing linkages. *Management Decision*, 49(8), 1327-1342.
- Cavalli-Sforza, V. & Ortolano, L. (1984). Delphi forecasts of land use: Transportation interactions. *Journal of Transportation Engineering*, 110(3), 324-339.
- Cheng, J.H., & Tang, C.H. (2009). An application of fuzzy Delphi and fuzzy AHP for multi-criteria evaluation on bicycle industry supply chains. *WSEAS Trans Syst Control*, 4(1):21-34.
- Collins, D.W. & Kothari, S.P. (1989). An analysis of intertemporal and cross-sectional determinants of earnings response coefficients. *Journal of Accounting and Economics*, 11(2-3), 143-181.
- Dubosson-Torbay, M., Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2002). E-business model design, classification, and measurements. *Thunderbird International Business Review*, 44(1), 5-23.
- Dung, N.V. (2010). *Value-Relevance of Financial Statement Information: A Flexible Application of Modern Theories to the Vietnamese Stock Market*. Paper presented at the Development and Policies Research Center, Vietnam.
- Edvinsson, L. (2013). IC 21- Reflections from 21 years of IC Practice and Theory. *Journal of Intellectual Capital*, 14(1).
- EFRAG. (2014). *The Role of the Business Model in Financial Statements*. Research Paper. Available at: <https://www.efrag.org>.
- Fabio, D. C. & Avallone, F. (2018). Business Model in Accounting: An Overview. *Journal of Business Models*, 6(2), 25-31.
- Financial Reporting Council (FRC). (2016). *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.
- Franczak, I. (2019). The relations between the quality of financial statements and corporate governance. *International Journal of Management and Economics*, 55(2), 118-126.
- Graham, J.R., Harvey, C., Rajgopal, S. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40(1-3), 3-73.

- Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2(163-194), 105.
- Habibi, A., Izdiar, S., Sarafrazi, A. (2015). *Fuzzy multi-criteria decision making*, Rasht, Katibeh Gial. (in Persian)
- Hamel, G. (2000). The end of progress. *Business Strategy Review*, (11), 69–78.
- Hariri, N. (2007). *Principles and methods of qualitative research*. Tehran: Islamic Azad University, Science and Research Branch. (in Persian)
- Harman, A.J., Press, S.J. (1975). *Collecting and analyzing expert group judgment data*. Santa Monica, Calif.
- Haslam, C., Tsitsianis, N., Andersson, T. (2015). Accounting for Business Models: Increasing the Visibility of Stakeholders. *Journal of Business Models*, 3(1), 62-80.
- Holloway, I., & Freshwater, D. (2007). *Narrative Research in Nursing*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Hosseini, S.M., Dehghan Dehnavi, M.A., Ghorbanizadeh, V., Amiri, M., Rajaei Baghsiaei, M. (2019). Explaining the effective model on Iranian bank credits with fuzzy Delphi approach. *Financial management perspective*, (21), 115-131. (in Persian)
- Hsu, Y. L., Lee, C. H. & Kreng, V. B. (2010). The application of Fuzzy Delphi Method and Fuzzy AHP in lubricant regenerative technology selection. *Expert Systems with Applications*, 37(1), 419–425.
- ICAEW. (2010). *Business Models in Accounting: The Theory of the Firm and Financial Reporting*. London: Institute of Chartered Accountants in England and Wales.
- International Integrated Reporting Council (IIRC). The International <IR> Framework. Last retrieval on 13January 2017at: <http://integratedreporting.org/wpcontent/uploads/08-12-13/03/2015-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK--21.pdf>.
- Johansson, J.M. & Malmstrom, M. (2013). The business model transparency paradox in innovative growth ventures: Trade-offs between competitive advantages and agency costs. *Entrepreneurship Research Journal*, (3), 238–263.
- Johnson, M. W. (2010). *Seizing the white space: Business model innovation for growth and renewal*. Boston: Harvard Business Press.
- Jones, S. (2011). Does the Capitalization of Intangible Assets Increase the Predictability of Corporate Failure? *Accounting Horizons*, 25(1), 41-70.
- Kamarulzaman, N., Jomhari N., Raus, N., & Yusoff, M. Z. M. (2015). Applying the fuzzy delphi method to analyze the user requirement for user centred design process in order to create learning applications. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(32), 1-7.
- Kang, H., Gray, S.J. (2011). The Content of Voluntary Intangible Asset Disclosures: Evidence from Emerging Market Companies. *Journal of International Accounting Research*. 10(1), 109-125.
- Katarzyna Witek-Hajduk, M. & Zaborek, P. (2016). Does Business Model Affect CSR Involvement? A Survey of Polish Manufacturing and Service Companies, *Sustainability, MDPI, Open Access Journal*, 8(2), 1-20.

- Kennedy, H.P. (2004). Enhancing Delphi research: methods and results. *Journal of Advanced Nursing*, 45(5), 504-11.
- Kurdistani, G. & Mousavian Khalilabad, S.H.R. (2013). Competition between informed investors for confidential information and pricing information asymmetry. *Asset Management and Financing*, 1(2), 144-127. (in Persian)
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lambert, S. (2008). A Conceptual Framework for Business Model Research. *BLED 2008 Proceedings*. Slovenia.
- Landeta, J. (2006). Current validity of the Delphi method in social sciences. *Technological Forecasting and Social Change*, 73(5), 467-82.
- Landis, J., & Koch, G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174.
- Lassini, U., Lionzo, A. & Rossignoli, F. (2016). Does business model affect accounting choices? An empirical analysis of European listed companies. *Journal of Management & Governance*, 20(2), 229-260.
- Leisenring, J., Linsmeier, T., Schipper, K. & Trott, E. (2012). Business-Model (intent)-Based Accounting. *Accounting and Business Research*, 42, 329-344.
- Lewis, R. & Pendrill, D. (2004). *Advanced Financial Accounting* (Seventh Edition). Harlow/Essex/ England: Pearson Education Limited.
- Ludwig, B. (1997). Predicting the Future: Have You Considered Using the Delphi Methodology. *Journal of Extension*, 35(5), 1-4.
- Lys, T., James P.N., & Clare, W. (2015). Signaling Through Corporate Accountability Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 60(1), 56-72.
- Manakandan, S. K., Rosnah I., Mohd Ridhuan J. & Priya R. (2017). Pesticide applicators Questionnaire content validation: fuzzy Delphi method. *Med J Malaysia*, 72(4), 228-235.
- 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.
- Mehrazin, A. & Abbasnejad, F. (2013). The effect of conservatism and disclosure on the cost of common stock capital. *Empirical Accounting Research*, 3(1), 90-110. (in Persian)
- Melloni, G. (2015). Intellectual capital disclosure in integrated reporting: an impression management analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 16(3), 661-680.
- Michalak, J., Rimmel, G., Beusch, P. & Jonäll, K. (2017). Business Model Disclosures in Corporate Reports. *Journal of Business Models*, 5(1), 51-73.
- Mishra, C. S. & Zachary, R. K. (2015). The theory of entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*, 5, 251-268.
- Modares, A & Hesarzadeh, R. (2008). Financial Reporting Quality and Investment Efficiency. *Journal of Security Exchange*, 1(2), 85-116. (in Persian)

- Mohamad, S.N.A., Embi, M.A., & Nordin, N. (2015). Determining e-portfolio elements in learning process using fuzzy delphi analysis. *International Education Studies*, 8(9), 171-176.
- Moradzadeh Fard, M. & Aslani Lohe Sara, M. (2010). Investigating the Advanced Business Reporting (EBR) Model for Decision-Making of Users of Petrochemical Industries Financial Statements in Iran. *Journal of Financial Accounting and Auditing Research*, 2 (5), 177-200. (in Persian)
- Morris, M., Schindehutte, M., & Allen, J. (2005). The entrepreneur's business model: Toward a unified perspective. *Journal of Business Research*, 58, 726-735.
- Mullen, P.M. (2003). Delphi: myths and reality. *Journal of Health Organization and Management*, 17(1), 37-52.
- Nasi, J. (1995). *Understanding Stakeholder Thinking*, Finland: LSR Publications.
- Nielsen, C., & Roslender, R. (2015). Enhancing financial reporting: The contribution of business models. *British Accounting Review*, 47(3), 262-274.
- Okoli, C., & Pawlowski, S. (2004). The Delphi method as a research tool: an example, design considerations and applications. *Information & Management*, 42(1), 15-29.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Osterwalder, A. (2004). The business model ontology: A proposition in a design science approach. *PhD Thesis*, University of Lausanne, Switzerland.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Tucci, C. L. (2005). Clarifying business models: Origins, present and future of the concept. *Communications of the Association for Information Systems, Lausanne*, 16, 1-25.
- Oyerinde, D.T. (2009). Value relevance of accounting information in emerging stock market in Nigeria. *Proceedings of the 10th Annual International Conference*. International Academy of African Business and Development (IAABD), Uganda.
- Page, M. & Spira, F. L. (2016). Business models, financial reporting and corporate governance, *Journal of Management & Governance*, 20, 209-211.
- Page, M. (2014). Business models as a basis for regulation of financial reporting. *Journal of Management & Governance*, 18(3), 683-695.
- Penman, S.H. (2007). Financial Reporting Quality: Is Fair Value a Plus or Minus? *Accounting and Business Research Special Issue: International Accounting Policy Forum*, 37, 33-44.
- Powell, C. (2003). The Delphi technique: myths and realities. *J Adv Nurs*, 41(4): 376-382.
- Price Waterhouse Coopers (PWC). (2016). *Reporting your business model Emerging practices and future trends*. Available in: www.pwc.co.uk.
- Rahmani, A., Mosafiri, J. (2011). Changes in the financial statement presentation model: Attitudes of the Iranian accounting community. *Journal of Accounting Research*, 2, 56-35. (in Persian)
- Richardson, J. (2008). The business model: An integrative framework for strategy execution. *Strategic Change*, 17, 133-144.

- Roslender, R. & Nielsen, C. (2018). Accounting Through the Business Model. *Journal of Business Models*, 6(2), 78-83.
- Rouhani, A.R., Rezvani, H.R. (2013). Relationship between business model and product strategy in small and medium e-businesses in Iran. *Strategic Management Thought*, 7(2), 45-73. (in Persian)
- Seelos, C. and Mair, J. (2007). Profitable Business Models and Market Creation in the Context of Deep Poverty: A Strategic View. *Academy of Management Perspectives*, 21, 49-63.
- Shafer, S.M., Smith, H.J., & Linder, J.C. (2005). The power of business models. *Business Horizons*, 48, 199–207.
- Singleton-Green, B. (2014). Should financial reporting reflect firms' business models? What accounting can learn from the economic theory of the firm. *Journal of Management & Governance*, 18(3), 697-706.
- Sorrentino, M. and Smarra, M. (2015). The Term “Business Model” in Financial Reporting: Does It Need a Proper Definition? *Open Journal of Accounting*, 4, 11-22
- Stewart, D.W. & Zhao, Q. (2000) Internet Marketing, Business Model, and Public Policy. *Journal of Public Policy and Marketing*, 19, 287-296.
- Streubert, H., & Carpenter, D. (2007). *Qualitative Research in Nursing Advancing the Humanistic Imperative*. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins.
- Su, Sh. X., Chen, D., DeGloria, S. & Wu, J. (2010). Integrative fuzzy set pair model for land ecological security assessment. *Stochastic Environmental Research and Risk Assessment*, 24(5), 639–647.
- Sukhari, A. & De Villiers, C. (2019). The Influence of Integrated Reporting on Business Model and Strategy Disclosures. *Australian Accounting Review*, 29(4), 708-725.
- Talebnia, GH., Alikhani, R., Maranjori, M. (2012). Assessment of the Quantitative and Nature of Social and Environmental Information Disclosure in Iran. *Accounting and Auditing Review*, 19(3), 43-60. (in Persian)
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194.
- Timmers, P. (1998). Business models for electronic markets. *Electronic Markets*, 8, 3–8.
- Tzeng, G. H. & Teng, J, Y. (1993). Transportation investment project selection with fuzzy multi-objectives. *Transportation Planning and Technology*, 17(2), 91-112.
- Vadiee, M.H., Khalilian Movahed, A., Hezarkhani, S.I. & Tavassoli Fadiyeh, F.B. (2013). Review of the latest developments in integrated financial reporting. *11th National Accounting Conference of Iran*, Ferdowsi University of Mashhad. (in Persian)
- Vishnani, S. & Shah, B.K. (2008). Value relevance of published financial statements—with special emphasis on impact of cash flow reporting, *International Research Journal of Finance and Economics*, 17(1), 84-90.
- Weill, P. and Vitale, M.R. (2001). *Place to Space: Migrating to eBusiness Models*, Boston: Harvard Business School Press.

- Wirtz, B., Pistoia, A., Ullrich, S., & Gottel, V. (2016). Business Models: Origin, Development and Future Research Perspectives. *Long Range Planning*, 49(1), 36-54.
- Wu, C.H., & Fang, V.C. (2011). Combining the Fuzzy Analytic Hierarchy Process and the fuzzy Delphi method for developing critical competences of electronic commerce professional managers. *Quality & Quantity*, vol.45, 751-768.
- Yip, G. S. (2004). Using strategy to change your business model. *Business StrategyReview*, 15, 17-24.
- Zott, C. & Amit, R. (2010). Business Model Design: An Activity System Perspective. *Long Range Planning*, 43(2-3), 216-226.
- Zott, C., Amit, R. & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, 37(4), 1019-1042.