



Assessment of Strategy Disclosure Drivers in Annual Company Report: A Meta-Synthesis Analysis

Akram Taftiyan

*Corresponding Author, Assistant Prof., Department of Accounting, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran. E-mail: taftiyan@iauyazd.ac.ir

Mohammad Salari Abarghuoi

PhD Candidate, Department of Accounting, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran. E-mail: salarimohammad1363@gmail.com

Abstract

Objective

Disclosure of strategy in annual reports by companies is a method of transmitting information related to the performance of the company's strategy and its effects on stakeholders, and identifying the drivers and factors affecting it is considered important due to the important role of this type of reporting in making correct and informed decisions. The purpose of this study is to investigate the drivers of strategy disclosure in the companies' annual reports. Revealing a company's corporate strategy to the public is seen as reliable because managers prioritize safeguarding their reputation. This commitment to transparency encourages a company's leadership to make meaningful investments in the strategy. While disclosing forward-looking statements, like the progress of business strategies' implementation, in annual reports offers insight into the company's direction from management to financial analysts, it can also entail certain costs by potentially harming the company's competitive position.

Methods

In 2021, this study conducted a comprehensive qualitative analysis and meta-synthesis of prior research findings. A total of 191 articles were extracted and analyzed, and after analyzing the desired components, 26 articles were finalized. After identifying and determining the components, Shannon's entropy method was used to validate the meta-synthesis findings. Therefore, a survey was conducted among 15 experts who were selected using the snowball sampling method to comprehensively classify the conceptual codes. Experts were engaged to validate the elements associated with the extracted codes. Consequently, a table depicting the codes and components was presented to them, and their insights and opinions were solicited on this matter. Due to the absence of specific requirements and standards for preparing strategy disclosure reports in Iran, it appears that individuals working in this field may lack adequate theoretical knowledge on the subject. Therefore, we tried to use the opinions of experts who are theoretically familiar with the subject. These individuals were experts, professors, and researchers who had

conducted research in the areas of reporting and capital markets over the past few years. They had accumulated a minimum of 15 years of experience in the fields of accounting and finance.

Results

The findings indicated that strategy disclosure in annual reports is classified into 12 components and 32 codes. Among the identified components of a company's vision, the mission statement, statement of strategy, naming, scope, and strategic reference were deemed more significant than other components.

Conclusion

This research, by comprehensively examining the factors affecting strategy disclosure, tried to provide a new perspective in examining the drivers of annual reports and improve the awareness of the stakeholders in identifying the drivers and factors affecting this type of reporting.

Keywords: Annual reports, Disclosure of strategy, Disclosure of non-financial information, Meta-synthesis approach.

Citation: Taftiyan, Akram & Salari Abarghuoi, Mohammad (2023). Assessment of Strategy Disclosure Drivers in Annual Company Report: A Meta-Synthesis Analysis. *Financial Research Journal*, 25(4), 614- 640. <https://doi.org/10.22059/FRJ.2023.358210.1007458> (in Persian)

Financial Research Journal, 2023, Vol. 25, No.4, pp. 614- 640

Published by University of Tehran, Faculty of Management

<https://doi.org/10.22059/FRJ.2023.358210.1007458>

Article Type: Research Paper

© Authors

Received: April 23, 2023

Received in revised form: July 23, 2023

Accepted: August 22, 2023

Published online: January 20, 2024



واکاوی محرک‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه شرکت:

کاربست فراترکیب

اکرم تفتیان*

* نویسنده مسئول، استادیار، گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران. رایانامه: taftiyan@iauyazd.ac.ir

محمد سالاری ابرقویی

دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران. رایانامه: salarimohammad1363@gmail.com

چکیده

هدف: امروزه با توجه به تحولات اقتصادی، اطلاعات در فرایند سرمایه‌گذاری نقش مهمی را ایفا می‌کند؛ از این رو قوانین و مقررات شرکت‌ها را ملزم می‌کند که اطلاعات مالی و عملیاتی و انعطاف‌پذیری خود را در صورت‌های مالی سالانه و یادداشت‌های توضیحی افشا کنند. امروزه افشای اطلاعات، فقط به اطلاعات در خصوص وضعیت مالی، عملکرد مالی و جریان‌های نقدی واحد تجاری در چارچوب گزارش‌های مالی محدود نمی‌شود، بلکه شرکت‌ها معمولاً دسته‌ای از اطلاعات غیرمالی درباره عملکرد و چشم‌انداز خود را نیز با هدف اثرگذاری بر تصمیمات استفاده‌کنندگان افشا می‌کنند. همچنین شکاف گزارشگری میان انتظارات سرمایه‌گذاران و واحد تجاری، افشای اطلاعات درباره وضعیت آتی شرکت‌ها را به امری مهم و حیاتی برای تسهیل فرایند تصمیم‌گیری و سرمایه‌گذاری تبدیل کرده است. افشای اطلاعات توسط شرکت‌ها، یکی از ابزارهای مهم مدیران، به‌منظور انتقال اطلاعات مربوط به عملکرد مالی به سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان و سایر افراد ذی‌نفع بوده است. از دید ذی‌نفعان بیرونی، افشای اطلاعات اهمیت بسزایی دارد؛ زیرا مدیران نگران شهرت خود هستند. چنین افشایی باعث می‌شود که مدیریت شرکت، سرمایه‌گذاری‌های ارزشمندی را برای استراتژی انجام دهد. افشای استراتژی از سوی شرکت‌ها، برای سرمایه‌گذاران لازم است و به بهبود گزارشگری و نیز فرایند تصمیم‌گیری منجر می‌شود. افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه توسط شرکت‌ها، روشی برای انتقال اطلاعات مربوط به عملکرد استراتژی شرکت و آثار آن بر ذی‌نفعان به‌شمار می‌آید که شناسایی محرک‌ها و عوامل مؤثر بر آن، به‌دلیل نقش مهم این نوع گزارشگری در تصمیم‌گیری‌های صحیح و آگاهانه، امری مهم و اثرگذار تلقی می‌شود. هدف از پژوهش حاضر، واکاوی محرک‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه شرکت است.

روش: این پژوهش در سال ۱۴۰۱ با رویکرد کیفی و ابزار فراترکیب (متاستتزی)، به ارزیابی و تحلیل نظام‌مند نتایج و یافته‌های پژوهش‌های پیشین پرداخته است. در این پژوهش، در مجموع ۱۹۱ مقاله استخراج و پس از تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های مدنظر، در نهایت ۲۶ مقاله برای بررسی انتخاب شد. با استفاده از روش کمی آنتروپی شانون، بر اساس رویکرد تحلیل محتوا، به تعیین ضرایب اثر اجزای شناسایی‌شده در پژوهش‌های نهایی شده، پرداخته شد.

یافته‌ها: یافته‌ها حاکی از آن است که افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه، در ۱۲ مؤلفه و ۳۲ کد طبقه‌بندی می‌شود. در بین مؤلفه‌های شناسایی‌شده، چشم‌انداز شرکت، بیانیه مأموریت، بیان استراتژی و نام‌گذاری و دامنه و مرجع استراتژیک، از بُعد زمانی نسبت به سایر مؤلفه‌ها، اهمیت بیشتری دارند. الگوی افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه، قابلیت اتکای بسیار زیادی دارد و می‌توان از آن، برای پاسخ‌گویی به ذی‌نفعان بهره برد.

نتیجه‌گیری: این پژوهش با بررسی جامع عوامل مؤثر بر افشای استراتژی، چشم‌انداز جدیدی در بررسی محرک‌های گزارش‌های سالانه، در اختیار استفاده‌کنندگان نتایج پژوهش قرار می‌دهد و آگاهی ذی‌نفعان را در شناسایی محرک‌ها و عوامل مؤثر بر این نوع گزارشگری بهبود و ارتقا می‌بخشد.

کلیدواژه‌ها: افشای استراتژی، افشای اطلاعات غیرمالی، رویکرد کیفی فراترکیب، گزارش‌های سالانه.

استناد: تفتیان، اکرم و سالاری ابرقویی، محمد (۱۴۰۲). واکای محرک‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه شرکت: کاربست فراترکیب. *تحقیقات مالی*، ۲۵(۴)، ۶۱۴-۶۴۰.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۳

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۰۵/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۳۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۰/۳۰

doi: <https://doi.org/10.22059/FRJ.2023.358210.1007458>

تحقیقات مالی، ۱۴۰۲، دوره ۲۵، شماره ۴، صص. ۶۱۴-۶۴۰

ناشر: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان



مقدمه

شکاف رو به افزایش بین افشای قانونی شرکت‌ها و نیازهای واقعی سرمایه‌گذاران و سهام‌داران با توسعه شیوه‌های تجاری و گسترش ابزارهای سرمایه‌گذاری پیچیده‌تر بیش‌ازپیش آشکار شده است. علاوه بر این، موضوع شفافیت در گزارش سالانه در چند سال گذشته به‌ویژه پس از وقایعی مانند رسوایی‌های حسابداری پارمالات و وردکام^۱، از اهمیت بالایی برخوردار شده است (أریگان^۲، ۲۰۱۰). بر اساس نظریه نمایندگی، سیستم راهبری شرکتی خوب، مستلزم افشای اطلاعات شفاف‌تر، به‌ویژه در گزارش‌های سالانه شرکت‌هاست که منبع اصلی اطلاعات ارائه شده به سرمایه‌گذاران محسوب می‌شود (کرمی و صدیقی خودیک، ۱۳۹۴). مدیران اطلاعات بهتری نسبت به افراد بیگانه دارند. همچنین آن‌ها انگیزه‌هایی دارند برای سوگیری مطلوب اطلاعاتی که در اختیار بیگانگان می‌گذارند و اقداماتی که انجام می‌دهند که به رفاه از دست‌رفته و در نتیجه کاهش ارزش سهام منجر می‌شود (جنسن و مک‌لینگ^۳، ۱۹۷۶؛ واتس و زیمرمن^۴، ۱۹۸۶). عدم تقارن اطلاعات بین شرکت و اشخاص ثالث اعم از سرمایه‌گذاران، بستانکاران، کارکنان یا مقامات دولتی، به‌عنوان یکی از عوامل اصلی بحران مالی و اقتصادی در نظر گرفته شده است (یئو^۵، ۲۰۱۰)؛ بنابراین، به همان میزان که شفافیت با شیوه‌های افشای شرکتی ارتباط تنگاتنگی دارد، افشا چه به‌صورت داوطلبانه و چه اجباری، دارای مزیت‌های کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، امکان کنترل مؤثر مدیران و پایه‌ریزی مجدد حکمرانی خوب خواهد بود. علاوه بر این، افشای شرکت‌ها برای عملکرد بازار سرمایه کارآمد بسیار مهم است (هیلی و پالپو^۶، ۲۰۰۱).

شفافیت یکی از عوامل مهمی است که شرکت را از دیدگاه سرمایه‌گذاران جذاب می‌کند. شفافیت در گزارشگری مالی، می‌تواند اعتماد جامعه سرمایه‌گذاران را افزایش دهد (بارث، وین و مارک^۷، ۲۰۱۰). اطلاعات شفاف یکی از ابزارهای ایفای مسئولیت پاسخ‌گویی مدیران است. به هر میزان اطلاعات افشا شده توسط مدیران بیشتر، صحیح‌تر و شفاف‌تر باشد، امکان اتخاذ تصمیمات آگاهانه و پاسخ‌گویی آنها چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی، درباره چگونگی تحصیل و مصرف منابع بیشتر می‌شود و امکان افزایش فساد کاهش می‌یابد. شفافیت اطلاعات افشا شده توسط مدیریت واحد تجاری، سطوح متفاوتی دارد. به هر میزان که اطلاعات افشا شده توسط مدیریت شفاف باشد، به همان میزان نیز مدیریت پاسخ‌گو بوده است. افشا در حسابداری واژه‌ای فراگیر است و تقریباً تمامی فرایندهای گزارشگری مالی را دربرمی‌گیرد (شهریاری، ۱۴۰۱). کیفیت گزارشگری مالی عاملی کلیدی و تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری اقتصادی سرمایه‌گذاران تلقی می‌شود؛ زیرا اطلاعات حسابداری باکیفیت تاثیر مهم و انکارناپذیری بر تصمیم‌های بهینه سرمایه‌گذاران دارد و می‌تواند در بهینگی تخصیص منابع، مؤثر واقع شود (رسولی، غیور و دیدار، ۱۴۰۰). سیستم گزارشگری مالی و حسابداری، منبع مهمی از اطلاعات تأییدشده است که در مباشرت و سنجش مدیران و نیز تصمیمات

1. Parmalat & Worldcom
2. O'Regan
3. Jensen & Meckling
4. Watts & Zimmerman
5. Yeoh
6. Healy & Palepu
7. Barth, Wayne & Mark

و استراتژی‌های آن‌ها سودبخش است (واتس و زیمرمن، ۱۹۸۶؛ بوشمن و اسمیت^۱، ۲۰۰۱). شرکت‌ها از شیوه گزارش‌های مالی تنظیم‌شده، مانند صورت‌های مالی، یادداشت‌های همراه صورت‌های مالی، گزارش تفسیری مدیریت و سایر پرونده‌های تنظیم‌شده، فرایند افشاسازی را فراهم می‌سازند (هیلی و پالپو، ۲۰۰۱). آنچه افشا می‌شود، اطلاعاتی است که ممکن است در قالب اطلاعات مالی (ماهیت کمی یا عددی) یا اطلاعات غیرمالی (روایت‌ها، متن کیفی) باشد (بیتی^۲، ۲۰۱۴). روایت‌های حسابداری مجموعه‌ای بسیار غنی و پیچیده از نوشته‌ها را ارائه می‌دهد و نوع متمایزی از ارتباطات تجاری را نشان می‌دهد (رادرفورد^۳، ۲۰۰۵ و ۲۰۱۳). گزارشگری روایی مکمل گزارشگری حسابداری مالی است و شامل مباحثی پیرامون نگرش و خطرهای مدیریت در آینده، ملاحظات ارزش ویژه برند و پاسخ مدیریت برنامه‌ریزی‌شده در بین دیگران است (یئو، ۲۰۱۰؛ حسنین و حسینی^۴، ۲۰۱۵). سیاست‌گذاران مدت‌هاست که اهمیت افشای روایی را در کمک به سرمایه‌گذاران برای درک عملکرد مالی و خطرات شرکت تأکید می‌کنند (لیونگ، پارکر و کورتیس^۵، ۲۰۱۵).

با توجه به موارد ذکرشده، مطالعه محرک‌های افشای استراتژی از دو جهت اهمیت دارد. اول اینکه، شرکت‌های ایرانی در مقایسه با اکثر کشورهای دنیا، در خصوص افشای استراتژی غفلت کرده‌اند. با توجه به روند جهانی شدن بازار سرمایه و پیوستن به جامعه جهانی و احتمال ورود شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران بین‌المللی در ایران و اهمیت شفافیت اطلاعاتی از طریق افشای استراتژی، لازم است تا پژوهشی در خصوص بررسی محرک‌های افشای استراتژی انجام شود. دوم اینکه، در سال‌های گذشته، پژوهش‌هایی در داخل کشور، در حوزه افشای استراتژی از جمله در زمینه ابعاد غیرمالی، افشای داوطلبانه و مسئولیت اجتماعی شرکت انجام شده که به تبیین و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های افشای اطلاعات آینده‌نگر و ارزیابی شرکت‌های ایرانی از لحاظ میزان افشای استراتژی پرداخته‌اند و تفاوت آن‌ها با پژوهش حاضر، منظور نکردن عوامل جهت‌گیری کلی استراتژیک شرکت و استراتژی کسب‌وکار، به‌عنوان عوامل مؤثر بر افشای استراتژی است. بنابراین با بررسی مطالعات و پژوهش‌های داخلی و خارجی مشابه با موضوع پژوهش در زمان تدوین این مطالعه، پژوهشی که به‌صورت جامع به بررسی محرک‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه شرکت‌ها پرداخته باشد، مشاهده نشده است. تمرکز این بررسی بر روایت‌های حسابداری، به‌ویژه افشای استراتژی است. استراتژی شرکت، یک طرح بازی است که مدیریت برای مشخص کردن موقعیت بازار، اجرای عملکردهای خود، جذب و جلب رضایت مشتریان، رقابت غالب و رسیدن به اهداف سازمانی از آن بهره می‌برد (آرتور و تامپسون^۶، ۲۰۱۷). بررسی فعلی به درک استراتژی و افشای آن در گزارش‌های سالانه برای شرکت‌های فهرست شده کمک می‌کند و با ایجاد چارچوبی برای تفسیر معانی استراتژی و تحقیق در افشای استراتژی، به ادبیات استراتژی کمک می‌کند. چارچوب نظری استفاده‌شده در این پژوهش، نظریه‌های عاملیت و علامت‌دهی است. این بررسی همچنین از تجزیه و تحلیل محتوا برای بررسی عملکرد افشای

1. Bushman & Smith
2. Beattie
3. Rutherford
4. Hassanein & Hussainey
5. Leung, Parker & Courtis
6. Arthur & Thompson

استراتژی استفاده کرده است؛ بنابراین، هدف این پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های استراتژی است که در بیشترین و کمترین میزان در گزارش‌های سالانه افشا شده‌اند. پژوهش حاضر عوامل تعیین‌کننده افشای استراتژی را بررسی می‌کند و با بررسی میزان افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه، به تئوری مربوط به افشاگری استراتژی و به بحث دربارهٔ تحولات مربوط به استراتژی خلق ارزش و به تئوری حسابداری در خصوص تحقیقات بازار سرمایه در زمینه تنظیم و افشای اطلاعات حسابداری کمک می‌کند و با پیوند بین تئوری حسابداری و تئوری استراتژی، یک شاخص افشا ایجاد می‌کند که می‌تواند به تحقیقات آینده کمک کند. در ادامه، پس از مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش، سؤال‌های پژوهش مطرح می‌شود؛ سپس روش پژوهش ارائه شده و سرانجام به ارائه یافته‌ها و نتایج پرداخته می‌شود.

مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

افشای استراتژی

فرریرا و رزندی^۱ (۲۰۰۷) مدعی شدند افشای اطلاعات اهمیت بسزایی از دید ذی‌نفعان بیرونی دارد زیرا مدیران نگران شهرت خود هستند. چنین افشایی باعث می‌شود که مدیریت شرکت سرمایه‌گذاری‌های ارزشمندی را برای استراتژی انجام دهد. سانتما، هوکرت، ون دی ریجت و ون اویژن^۲ (۲۰۰۵) این‌طور استدلال کردند که افشای استراتژی تأثیر مثبتی بر صحنه بازار بین‌المللی خواهد داشت. بتیس^۳ (۱۹۸۳) اظهار داشت که اگرچه افشاگری ممکن است واکنش رقابتی ایجاد کند، اما ممکن است هزینه سرمایه را نیز کاهش دهد. برتا و بوزولان^۴ (۲۰۰۸) استدلال کردند که هرچند افشای اظهارات آینده‌نگر، مانند مرحله اجرای استراتژی‌های تجاری، در گزارش‌های سالانه، تصویری از شرکت را از طریق مدیریت به تحلیلگران مالی ارائه می‌دهد؛ اما ممکن است با آسیب رساندن به موقعیت رقابتی شرکت، هزینه‌های اختصاصی را متحمل شود. تئوری‌های مختلف انگیزه‌های مدیریتی را برای افشا اختیاری توضیح می‌دهند. این تئوری‌ها شامل نمایندگی، علامت‌دهی، مشروعیت و نظریه سهام‌داران در بین دیگران است (مرکل و برینان^۵، ۲۰۰۷).

در محدوده این بررسی، تئوری نمایندگی و تئوری علامت‌دهی به درک اینکه چرا شرکت‌ها از افشای اختیاری استفاده می‌کنند، کمک می‌نماید. موریس^۶ (۱۹۸۷) تأکید کرد که فرض هر دو تئوری نمایندگی و علامت‌دهی بر این است که شرکت‌کنندگان بازار، از افزایش‌های منطقی ثروت هستند. علاوه بر این، سیگنال‌ها از طریق افشای اطلاعات با ارزش‌تر مثل استراتژی می‌توانند با ابزار نظارت و پیوند در تئوری نمایندگی مثل جبران خسارت مدیریتی، محدودیت سود تقسیمی، موافقت‌های بدهی قراردادی و غیره سازگار باشند. اغلب برنامه‌های جبران خسارت مدیریتی سطح سود آستانه‌ای را تعیین می‌کنند که اگر در زیر این سطح سود باشد، هیچ پاداشی پرداخت نمی‌شود. با این حال، یک مدیر با کیفیت بهتر ممکن است به صورت فرصت طلبانه سطح سود بالاتری را برای متمایز کردن خود از مدیران با کیفیت

1. Ferreira & Rezende

2. Santema, Hoekert, Van De Rijdt & Van Oijen

3. Bettis

4. Beretta & Bozzolan

5. Merkl-Davies & Brennan

6. Morris

پایین تر برای به حداکثر رسانیدن پاداش خود در نظر بگیرد. همچنین اگر سود خالص کمتر از میزانی باشد که به مدیر پاداش تعلق گیرد، در مدیران این انگیزه به وجود می‌آید تا سود را باز هم پایین تر گزارش کنند تا احتمال دریافت پاداش سال بعد افزایش یابد (هیلی، ۱۹۸۵). تحقیقات مرتبط با جبران خسارت مدیریتی و افشای اطلاعات محدود است (نیگی، نندا و ویسوکا، ۲۰۰۳). در حالی که تحقیقات مرتبط با بدهی و افشاگری‌ها، نشان می‌دهد شرکت‌هایی که بدهی بیشتر دارند، هزینه نظارتی بیشتری را متحمل می‌شوند و آن‌ها با افشای اطلاعات باارزش تر در گزارش‌های سالانه، درصدد کاهش این هزینه‌ها هستند (میک، رابرت و گری، ۱۹۹۵)؛ بنابراین، به نظر می‌رسد که مدیران می‌توانند کیفیت و توانایی‌شان را در شناسایی، سنجش و مدیریت استراتژی‌شان نشان دهند و از این رو می‌توانند خودشان را از مدیرانی متمایز کنند که شفافیت کمتری در استراتژی دارند. طبق نظریه نمایندگی، مدیران داوطلبانه اطلاعات داخلی را برای کاهش عدم تقارن اطلاعات و هزینه نمایندگی افشا می‌کنند. در صورت لزوم آن‌ها اطلاعات بیشتر را ارائه می‌دهند. با این حال، نظریه علامت‌دهی فرض می‌کند که کیفیت عملکرد خوب (اخبار خوب) به طور مثبت با افشای بهتر (بیشتر) اطلاعات به‌ویژه اطلاعات باارزشی که می‌توانند ارزیابی عملکرد شرکت و چشم‌اندازهای آتی مثل اطلاعات مربوط به استراتژی را بالا ببرند، در ارتباط است. تئوری نمایندگی و علامت‌دهی با یکدیگر سازگار هستند، آن‌ها یکدیگر را کامل می‌کنند؛ اما معادله یکدیگر نیستند. به بیان ساده‌تر، تئوری علامت‌دهی باعث توسعه تئوری نمایندگی در درک افشای اختیاری اطلاعات باارزش در حذف یا کاهش انتخاب نامطلوب و هزینه‌های علامت‌دهی می‌شود.

پیشینه تجربی پژوهش

لی و ها^۳ (۲۰۲۲) در تحقیقی به مطالعه رأی‌گیری الکترونیکی و افشای استراتژیک قبل از مجمع سهام‌داران پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که رأی‌گیری الکترونیکی، باعث افشای استراتژیک توسط مدیران می‌شود و به‌طور چشمگیری محیط اطلاعات شرکت را تغییر می‌دهد. شی، چن و چن^۴ (۲۰۲۱) در تحقیقی به مطالعه نقش تهدید فروش کوتاه‌مدت در استراتژی‌های افشای محیطی شرکت در چین پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که شرکت‌ها ممکن است نوع افشای محیطی را تغییر دهند تا تماس‌های خود را با تهدید فروش کوتاه کاهش دهند و شواهدی از اثر منظم فروش کوتاه بر افشای محیطی فراهم کنند. فیالکوفسکا و پاترک^۵ (۲۰۲۰) به بررسی افشای استراتژی در گزارش یکپارچه پرداختند. نتایج حاکی از آن است که اطلاعات قبلی درباره استراتژی موردنظر یک شرکت توسط سرمایه‌گذاران درخواست می‌شود، اما عمدتاً غیرمالی است و اغلب قابل تأیید نیست، بنابراین اعتبار آن ممکن است زیر سؤال رود.

وینتر و زولچ^۶ (۲۰۱۹) به بررسی عوامل تعیین‌کننده کیفیت افشای استراتژی: شواهد تجربی از آلمان پرداختند. نتایج

1. Nagar, Nanda & Wysocki
2. Meek, Roberts & Gray
3. Lee & Ha
4. Xie, Chen & Chen
5. Fijałkowska & Paterek
6. Winter & Zülch

نشان می‌دهد که اندازه شرکت، رشد شرکت و شدت سرمایه، افشای استراتژی داوطلبانه را به‌طور معنادار و مثبت تعیین می‌کند. در مقابل، سن شرکت، اهرم مالی، ساختار مالکیت و سودآوری رابطه معناداری با افشای داوطلبانه استراتژی ندارد. فالو، یاسین، پادیا و محمد^۱ (۲۰۱۹) در تحقیقی به مطالعه تطبیقی افشای استراتژی بین بازارهای نوظهور و بازارهای توسعه‌یافته پرداختند. نتایج حاکی از آن بود که شرکت‌های بازارهای نوظهور و توسعه‌یافته در گزارش‌های سالانه خود به ترتیب، افشای استراتژی متوسط تا خوب و پایین را نشان می‌داد.

در کشور درحال توسعه ایران برخی محققان از جمله مرادی و بردبار (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی تدوین چارچوب جامع افشای اطلاعات در مؤسسات اعتباری با استفاده از روش فراترکیب پرداختند. نتایج حاکی از آن است که افشای مواردی مانند طرح علاج و افشای مبلغ تسهیلات تکلیفی از سوی دولت به کارایی سیستم بانکداری کمک می‌کند.

تفتیان، ناظمی اردکانی و فتوحی خانکهدانی (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر مقوله‌های الگوی افشای اطلاعات آینده‌نگر پرداختند. نتایج حاکی از آن است که شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر بر پدیده مقوله محوری و از طرفی مقوله محوری بر راهبردها ارتباط معناداری دارد. درنهایت، راهبردها بر ارتباط میان مقوله محوری بر پیامدها تأثیر میانجی و معناداری دارد. درنهایت الگوی افشای اطلاعات آینده‌نگر از ویژگی پیش‌بینی زیاد بهره‌مند بوده و به‌عنوان عوامل مؤثر بر افشای اطلاعات آینده‌نگر می‌توان از آن سود برد.

عزلتی، نوری فرد، امام وردی، دارابی و حاجیها (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی افشای داوطلبانه اطلاعات غیرمالی و آثار آن‌ها (با تأکید بر انطباق تئوری‌های علامت‌دهی و مشروعیت) پرداختند. نتایج حاکی از آن است که افشای داوطلبانه اطلاعات غیرمالی موجب کاهش هزینه‌های نمایندگی، ریسک پیش‌رو، هزینه حقوق صاحبان سهام و هزینه بدهی و موجب تقویت نقد شوندگی سهام شرکت و ارزش بازار شرکت می‌گردند.

شیرازی دهخوارقانی و حقگو مهرداد (۱۳۹۷) در تحقیقی به بازبینی پیوند استراتژی تجاری با گزارشگری مالی متقلبانانه با اشاره مؤکد بر نقش کیفیت افشا پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که استراتژی تدافعی و استراتژی تهاجمی مدیریت بر گزارشگری مالی متقلبانانه به ترتیب تأثیر معکوس و مستقیم معنادار دارد، همچنین کیفیت افشا از طرفی بر ارتباط بین استراتژی تدافعی مدیریت و گزارشگری مالی متقلبانانه تأثیر معکوس و معنادار دارد و از طرفی دیگر بر رابطه بین استراتژی تهاجمی مدیریت و گزارشگری مالی متقلبانانه تأثیر معناداری ندارد.

مطالعه حاضر، محرک‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه توسط شرکت‌ها را با استفاده از رویکرد کیفی و ابزار فراترکیب (متاستنز) مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد که مطالعات انجام شده در کشور، در زمینه بررسی محرک‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه توسط شرکت‌ها بسیار محدود است. همچنین با وجود اهمیت شفافیت اطلاعاتی از طریق افشای استراتژی، پژوهشی که محرک‌های افشای استراتژی را بررسی و تحلیل کند، تاکنون در کشور انجام نشده است. از این رو، در پژوهش حاضر این ابعاد بررسی و تحلیل می‌شود.

سؤال‌های پژوهش

با توجه به اینکه پژوهش حاضر کیفی است، سؤال‌های پژوهش به شرح زیر است:

۱. محرک‌ها و عوامل مؤثر بر افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه شرکت کدام‌اند؟
۲. رتبه‌بندی محرک‌ها و عوامل مؤثر بر افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه شرکت به چه صورت است؟

روش‌شناسی پژوهش

از آنجایی که هدف کلی این پژوهش، شناسایی محرک‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه شرکت است، از نظر رویکرد، طبیعت‌گرایانه؛ از لحاظ هدف پژوهش، کاربردی؛ از لحاظ نوع پژوهش، کیفی و از نظر روش شناخت، توصیفی از نوع پیمایشی است (دانایی‌فرد، الوانی و آذر، 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^۱، ۲۰۰۱). به بیان دیگر فراترکیب نتایج مطالعات کیفی در زمینه مربوطه را مجدداً تغییر شکل می‌دهد (فینفگلد^۲، ۲۰۰۸). اقتدار و پایبندی به اصول فوق پژوهشگران و فراترکیب‌گران مطالعه کیفی را در موقعیتی قرار می‌دهد که از ماهیت، بینش و ویژگی‌های خاص پژوهش‌های کیفی از جمله بینش بازنمایشی و انتقادی این پژوهش‌ها و ماهیت پیوسته پدیداری طرح‌های آن صیانت کنند و بتوانند از ارائه تفاسیر غلط و غیر واقعی از نتایج پژوهش و تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در آن اجتناب کنند (ساندلوسکی و باروسو^۳، ۲۰۰۷). برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، روش‌های مختلفی ارائه شده است که مبنای آن‌ها در صدگیری 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^۴، ۲۰۲۱). پس از شناسایی و تعیین مؤلفه‌ها برای اعتبار سنجی یافته‌های متاستز از روش آنتروپی شانون استفاده شده است. همچنین اعتبار سنجی خروجی روش فراترکیب با استفاده از نظر خبرگان قابل اجرا است (بنچ و دی^۵، ۲۰۱۰). بنابراین از تعداد ۱۵ نفر خبره که استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده‌اند، جهت دسته‌بندی جامع کدهای مفهومی، نظرسنجی انجام شد. مبنای انتخاب خبرگان، تخصص، تجربه و میزان آشنایی آن‌ها با موضوع پژوهش بود. از نظرهای خبرگان برای تأیید مؤلفه‌های مرتبط با کدهای استخراج شده استفاده شد، 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 استراتژی 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 تسلط کافی را نداشته باشند، به همین دلیل تلاش شد از نظر متخصصانی که از جنبه تئوری بر موضوع احاطه دارند، بهره گرفته شود. خبرگان،

1. Sarasvathy
2. Finfgeld
3. Sandelowski & Barroso
4. Azimi
5. Bench & Day

اساتید و محققانی بودند که طی سال‌های اخیر، تحقیقاتی در زمینه گزارشگری و بازار سرمایه انجام داده و حداقل ۱۵ سال سابقه فعالیت در حوزه حسابداری و مالی داشته‌اند و از نظر دانشگاهی نیز دارای مدرک دکتری 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
معیار فرعی طبقه‌بندی		زن	مرد	کارشناسی ارشد	دکتری	مدیریت حسابداری
تعداد		۶	۹	۴	۱۱	۱۰
معیار اصلی		تجربه کاری		سمت		
معیار فرعی طبقه‌بندی		۱۰ تا ۱۵ سال	بیش از ۱۵ سال	عضویت هیئت‌علمی دانشگاه	مدیران مالی	تحلیلگران بازار سرمایه
تعداد		۱۲	۳	۸	۵	۱

یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر به منظور شناسایی محرک‌های افشای استراتژی گزارش‌های سالانه، از روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو^۱ (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

منبع: 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 استراتژی در گزارش‌های سالانه مورد سؤال قرار گرفته است.

جدول ۲. پرسش‌های پژوهش

پارامتر	مفهوم
چه چیزی (What)	شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه
چه کسی (Who)	مقاله و اسناد مرتبط در پایگاه‌های معتبر علمی در زمینه افشای استراتژی در گزارش‌های 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 استراتژی در گزارش‌های سالانه در آن‌ها پرداخته یا به آن اشاره‌شده باشد با توجه به اینکه بسیاری از پژوهش‌ها فقط به اهمیت افشای استراتژی پرداخته‌اند طبیعی است که از بررسی در این پژوهش کنار گذاشته‌شده‌اند. بازه زمانی انتخاب‌شده، یعنی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ میلادی و ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۰ خورشیدی تا زمان انجام پژوهش است.

گام دوم: بررسی نظام‌مند متون

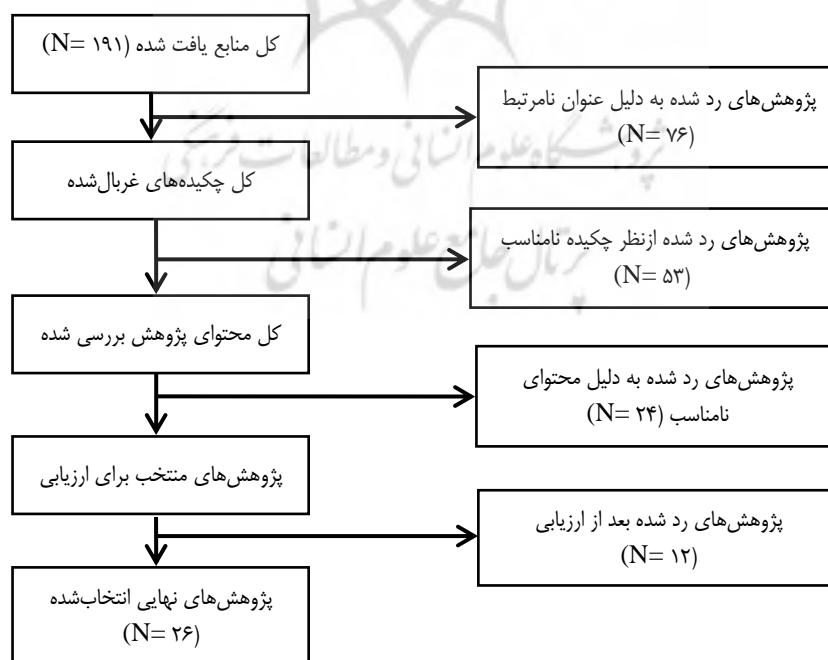
در این مرحله پژوهشگر به جست‌وجوی سیستماتیک مقالات منتشرشده در مجلات علمی مختلف و معتبر داخلی و خارجی و همچنین منابع عمومی و سراچه‌های سازمان‌های معتبر خارجی و داخلی باهدف تعیین اسناد معتبر، موثق و مرتبط درباره زمانی مناسب می‌پردازد. یکی از تنگناهای این پروژه عدم دستیابی کامل به منابع علمی بین‌المللی 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 جست‌وجو قرار گرفته‌اند.

جدول ۳. کلیدواژه‌های مورد استفاده برای جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاعاتی

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

گام سوم: جست‌وجو و انتخاب متون

در این مرحله مشخص شده 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 حذف شده‌اند و از فرایند پژوهش خارج شده‌اند. مراحل کنترل و بازبینی و نهایت انتخاب مقالات استفاده شده در پژوهش در شکل ۲ به صورت مختصر نشان داده شده است. ابزاری که به طور معمول برای ارزیابی کیفیت مقالات استفاده می‌شود، ابزاری است که به پژوهشگر در راستای مشخص کردن اعتبار، دقت و اهمیت مطالعه‌های کیفی یاری می‌کند. (دیانتی 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 محقق و شرکت‌کنندگان، ملاحظات اخلاقی، دقت تجزیه و تحلیل، تبیین روند یافته‌ها و بهای تحقیق قابل استفاده است. چگونگی انتخاب مقاله‌ها بدین حالت است که محقق با اعطای امتیاز و اعتبار به هر یک از شاخصه‌ها از ضعیف (۱) تا عالی (۵) در هر یک از معیارهای ده‌گانه 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 ۲۶ مطالعه در فرایند ارزیابی پذیرفته شدند. به این ترتیب پس از چهار مرحله پالایش از میان ۱۹۱ مطالعه، ۱۶۵ مورد آن حذف و ۲۶ پژوهش که در جدول ۴ ارائه شده است برای تجزیه و تحلیل اطلاعات انتخاب شد.



شکل ۲. فرایند بازبینی و انتخاب

جدول ۴. ارزیابی مقالات با روش CASP

کد مقاله	اهداف پژوهش	پدرو بودن	طرح پژوهش	روش نمونه‌برداری	جمع‌آوری داده‌ها	انعکاس‌پذیری	ملاحظات اخلاقی	دقت تجزیه و تحلیل داده‌ها	بیان روشن یافته‌ها	ارزش پژوهش	جمع امتیازات	درجه کیفی مقاله	تأیید
C۰۱	۵	۴	۵	۲	۵	۴	۴	۵	۵	۳	۴۲	E	بله
C۰۲	۲	۵	۵	۴	۳	۴	۲	۴	۳	۳	۳۴	VG	بله
C۰۳	۵	۲	۵	۴	۴	۴	۴	۴	۳	۴	۳۷	VG	بله
C۰۴	۵	۴	۵	۲	۳	۴	۴	۴	۴	۳	۳۷	VG	بله
C۰۵	۵	۲	۴	۴	۴	۲	۴	۳	۳	۴	۳۲	VG	بله
C۰۶	۵	۲	۵	۴	۴	۴	۴	۴	۳	۴	۳۷	VG	بله
C۰۷	۲	۵	۵	۳	۳	۴	۲	۴	۳	۳	۳۴	VG	بله
C۰۸	۵	۵	۵	۳	۵	۴	۵	۵	۴	۳	۴۴	E	بله
C۰۹	۵	۴	۵	۲	۵	۴	۴	۵	۵	۳	۴۲	E	بله
C۱۰	۲	۵	۵	۳	۳	۴	۲	۴	۳	۳	۳۴	VG	بله
C۱۱	۵	۵	۵	۳	۵	۴	۵	۵	۴	۳	۴۴	E	بله
C۱۲	۵	۲	۵	۴	۳	۴	۴	۳	۳	۴	۳۷	VG	بله
C۱۳	۲	۵	۵	۳	۳	۴	۲	۴	۳	۳	۳۴	VG	بله
C۱۴	۵	۵	۵	۳	۵	۴	۵	۵	۴	۳	۴۴	E	بله
C۱۵	۲	۵	۵	۳	۳	۴	۲	۴	۳	۳	۳۴	VG	بله
C۱۶	۲	۲	۴	۳	۱	۴	۳	۱	۱	۳	۲۵	G	بله
C۱۷	۵	۲	۵	۳	۴	۲	۲	۴	۳	۳	۳۳	VG	بله
C۱۸	۴	۵	۵	۳	۵	۴	۵	۵	۴	۳	۴۴	E	بله
C۱۹	۴	۲	۴	۳	۳	۴	۴	۳	۴	۳	۳۷	VG	بله
C۲۰	۲	۲	۴	۳	۱	۴	۴	۱	۱	۳	۲۵	G	بله
C۲۱	۲	۲	۴	۳	۱	۳	۴	۱	۱	۱	۲۲	G	بله
C۲۲	۴	۲	۴	۳	۳	۴	۲	۳	۳	۳	۳۱	VG	بله
C۲۳	۲	۲	۴	۳	۱	۴	۳	۱	۱	۳	۲۵	G	بله
C۲۴	۲	۲	۴	۳	۱	۴	۳	۱	۱	۳	۲۵	G	بله
C۲۵	۵	۴	۵	۲	۳	۴	۴	۳	۴	۳	۳۷	VG	بله
C۲۶	۴	۲	۵	۳	۳	۴	۳	۳	۳	۳	۳۲	VG	بله

گام چهارم: استخراج اطلاعات مقالات

پس از شناسایی و انتخاب منابع مناسب در این مرحله تک تک مقالات منتخب مورد بررسی دقیق و چندباره قرار گرفته و اطلاعات مرتبط با موضوع پژوهش از آن‌ها استخراج شد و سپس مقالات بر اساس نام نویسندگان، سال انتشار و عنوان مقالات دسته‌بندی شده‌اند. جدول ۵ استخراج کدها از مقالات منتخب را نشان می‌دهند.

جدول ۵. مقالات منتخب

نماد	نویسنده	عنوان
C۰۱	پادیا و یاسین ^۱ (۲۰۱۰)	An examination of strategy disclosure in the annual reports of South African listed companies
C۰۲	سانتیمما و ریجت ^۲ (۲۰۰۱)	Strategy Disclosure in Dutch Annual Reports
C۰۳	بهاتیا و بریمنیر ^۳ (۲۰۱۴)	Language Arts & Disciplines' Strategy disclosure in annual reports across Europe: A study on differences between five countries'
C۰۴	سانتیمما و ریجت (۲۰۰۵)	Strategy disclosure in annual reports across Europe: A study on differences between five countries
C۰۵	سانچز، جولیانا و برونزونی ^۴ (۲۰۱۱)	Strategy disclosure in annual reports: an analysis of cultural dimensions, legal system, and corporate governance in companies of four countries
C۰۶	پاگلیاروسی و جونیور ^۵ (۲۰۱۱)	Strategy Disclosure in the Annual Reports of Brazilian Companies
C۰۷	آنگرییر ^۶ (۲۰۱۳)	A comparative analysis of strategy disclosure reporting trends in South Africa in 2010
C۰۸	وینتر و زولچ (۲۰۱۹)	Determinants of strategy disclosure quality: empirical evidence from Germany
C۰۹	آنگرییر و ورستر ^۷ (۲۰۱۵)	Strategy disclosure reporting trends in South Africa
C۱۰	ریاحی و مونیرا ^۸ (۲۰۱۱)	Disclosure Frequency and Earnings Management an Analysis in the Tunisian Context
C۱۱	موریس و ترونیز ^۹ (۲۰۱۵)	The determinants of voluntary strategy disclosure: an international comparison
C۱۲	سایبر، وایسنبرگر، اوبردورستر و باتنگی ^{۱۰} (۲۰۱۴)	Let's talk strategy: the impact of voluntary strategy disclosure on the cost of equity capital
C۱۳	قربانی، حسینی غنچه و محمدیلر (۱۳۹۶)	بررسی تأثیر افشای اطلاعات استراتژیک، غیرمالی و مالی بر مدیریت سود
C۱۴	حسن و لحنیانی ^{۱۱} (۲۰۱۹)	Media, independent non-executive directors and strategy disclosure by non-financial listed firms in the UAE
C۱۵	جیاپونی و شراگا ^{۱۲} (۲۰۰۸)	National Culture and Competitive Strategy Disclosure in Global Airline Strategic Alliances
C۱۶	هدایت ^{۱۳} (۲۰۱۲)	The Influence of Corporate Strategy Disclosure in Annual Report towards Corporate Financial Performance (A Financial Accounting Research)
C۱۷	پارسیان، کاظمی و رضازاده (۱۳۹۷)	شناسایی مؤلفه‌های افشای داوطلبانه بین نظام راهبری شرکتی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران

1. Padia & Yasseen

2. Santema & Rijt

3. Bhatia & Bremner

4. Sanches, Giuliana & Bronzoni

5. Pagliarussi & Junior

6. Ungerer

7. Ungerer & Vorster

8. Riahi & Mounira

9. Morris & Tronnes

10. Sieber, Weißenberger, Oberdörster & Baetge

11. Hassan & Lahyani

12. Giapponi & Scheraga

13. Hidayat

نماد	نویسنده	عنوان
C18	ساسون ^۱ (۲۰۱۷)	Talking the Talk: An Empirical Investigation into the Economic Effects of Strategy Disclosure
C19	وین ابل ^۲ (۲۰۱۴)	Strategy disclosure in South Africa: 2012 Banking and Retail Analysis
C20	سهار، بلال و طفیل ^۳ (۲۰۱۴)	Determinants of Voluntary Disclosure in Annual Report: A Case Study of Pakistan
C21	اویار، کرم اغلو و بایورت ^۴ (۲۰۱۳)	Association between firm characteristics and corporate voluntary disclosure: Evidence from Turkish listed companies
C22	نگوین (۲۰۱۴)	Factors influencing voluntary disclosure of vietnamese listed companies
C23	کلوخی، مهرآذین و مسیح‌آبادی و شورورزی ^۵ (۲۰۱۸)	Voluntary Information Disclosure: A Tool for Organizational Leadership
C24	لین ^۶ (۲۰۱۷)	Study on the Effects of the Performance of Thematic Tourism Listed Companies on Voluntary Information Disclosure
C25	گنجی و آنجلو ^۷ (۲۰۱۶)	The Virtuous Circle of Corporate Social Performance and Corporate Social Disclosure”
C26	هانيفا و کوک ^۸ (۲۰۰۰)	Culture, corporate governance and disclosure in malaysian corporations

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 ۲۶ 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 توجیه کننده گروه بندی شد تا محورهای تبیین کننده عوامل مؤثر بر شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه در قالب مؤلفه‌های پژوهش شناسایی شوند. در جدول ۶ مقوله‌های اصلی و کدهای مربوط به افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه حاصل از تحلیل کیفی ارائه شده است.

1. Sasson
2. Venables
3. Sehar, Bilal & Tufail
4. Uyar, Karamahmutoğlu & Bayyurt
5. Koloukhi, Mehrazeen, Massihabadee & Shorvarzi
6. Lin
7. Gangi & Angelo
8. Haniffa & Cooke

جدول ۶. مؤلفه‌های اصلی و کدهای مربوطه

ابعاد	مؤلفه	مفاهیم	منابع
استراتژی شرکت	جهت‌گیری کلی استراتژیک	چشم‌انداز شرکت: تأثیر استراتژی بر عملکرد آینده، تداوم و ثبات عملکرد شرکت	C1-C2-C4- C7-C8-C9-C10- C12- C13-C14-C15-C19-C20- C21-C22- C24-C26
		بیانیه مأموریت	C1-C2-C4- C7-C8-C9-C10- C11- C13-C14-C15-C19-C20- C21-C22- C24-C26
	اهداف استراتژیک شرکت	بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی اهداف کلی	C1-C2-C4- C7-C8- C9-C10- C13- C15-C20- C21-C23-C26
		بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی مالی	C1-C2-C4- C7-C8- C9-C10- C12- C13-C15-C20- C21-C23-C26
		بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی بازاریابی	C1-C2-C4- C7-C8- C9-C10- C12- C13-C15-C20- C21-C23-C26
		بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی اجتماعی	C1-C2-C4- C7-C8- C9-C10- C12- C13-C15-C20- C21-C23-C26
استراتژی کسب‌وکار	اهداف استراتژیک کسب‌وکار	اهداف کلی توسعه استراتژیک	C1-C2-C4- C12-C15
		تعیین اهداف درآمد بلندمدت	C1-C2-C4- C12-C15
		تعیین اهداف سودآوری بلندمدت	C1-C2-C4- C12-C15
	جزئیات استراتژی کسب‌وکار	موقعیت استراتژیک عوامل تجاری/تمایز	C1-C2-C4- C12-C15
		بازارهای استراتژیک کلیدی در وضع موجود	C1-C2-C4- C12-C15
		بازارهایی برای رشد آینده	C1-C2-C4- C12-C15
		محصولات/خدمات استراتژیک کلیدی در وضعیت موجود	C1-C2-C4- C12-C15
		محصولات/خدمات برای رشد آینده	C1-C2-C4- C12-C15
		برنامه‌های کلیدی سرمایه‌گذاری برای دستیابی به اهداف استراتژیک	C1-C2-C4- C12-C15
استراتژی ایجاد ارزش	C1-C2-C4- C12-C15		
تجزیه و تحلیل SWOT	نقاط قوت	شناسایی دارایی‌های سازمانی استراتژیک حیاتی (ملموس یا ناملموس)، قابلیت‌های اصلی، شایستگی‌های اصلی و متمایز	C1-C4- C15
		شناسایی شکاف منابع، کمبودهای اساسی	C4- C14- C15
	فرصت‌ها	شناسایی عوامل/نیروها/گرایش‌های خارجی (رقابتی، اقتصادی، سیاسی/حقوقی، اجتماعی/فرهنگی، تکنولوژیکی) که فرصت‌ها را ایجاد می‌کند.	C1- C15
		شناسایی عوامل/نیروها/گرایش‌های خارجی (رقابتی، اقتصادی، سیاسی/حقوقی، اجتماعی/فرهنگی،	C4- C14- C15

ابعاد	مؤلفه	مفاهیم	منابع
پیاده‌سازی استراتژی	ارتباط با/انگیزه کارکنان	تکنولوژیکی که تهدیدکننده هستند.	
		در دسترس بودن/شرح مدیریت کل شرکت سیستم	CY-C8-C9-C12-C19
	تحقق استراتژی	بازتاب اهداف استراتژیک در سیستم‌های تشویقی	CY-C8-C9-C12-C19
		تدوین متراکم استراتژی ارتباطات	CY-C8-C9-C12-C19
		اجرای برنامه‌های کلیدی در حال اجرا/راه‌اندازی	CY-C8-C9-C12-C19
	وضعیت برنامه‌های استراتژیک در حال انجام و به‌روزرسانی در مورد دستیابی به اهداف	CY-C8-C9-C12-C19	
کنترل استراتژی	تغییرات در استراتژی	تغییرات قابل توجه در اهداف استراتژیک نسبت به سال قبل	C1-C2-C4-C8
		توضیح تغییرات قابل توجه در اهداف استراتژیک نسبت به سال قبل	C1-C2-C4-C8
		تغییرات قابل توجهی در استراتژی شرکت‌ها نسبت به سال قبل	C1-C2-C4-C8
		توضیح تغییرات قابل توجه در استراتژی شرکت نسبت به سال قبل	C1-C2-C4-C8
	دستیابی به اهداف استراتژیک	بیانیه در مورد وضعیت دستیابی به اهداف استراتژیک	C8

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 آماری اسپاس در جدول ۸ نشان داده شده است. همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود ضریب کاپا برابر $0/884$ است که مبین توافق خوب بین دو ارزیاب در خصوص مقالات منتخب است و بر پایایی مناسب آن‌ها دلالت دارد.

جدول ۷. مقادیر اندازه توافق

عدد معناداری	مقدار	
$0/001$	$0/884$	کاپای مقدار توافق
	۲۶	تعداد موارد

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 کرده 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 ۰/۷ باشد، توافق مناسب بین دو کدگذار وجود دارد. بر اساس جدول ۸، مقدار ضریب کاپای حاصل شده برابر ۰/۷۰۶ 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 ۰/۰۵ است بنابراین سطح توافق، مورد پذیرش و معتبر است به عبارت دیگر فرض ارتباط میان کدهای استخراجی توسط محقق و کدگذار دیگر تأیید و یکتایی کدهای استخراج شده رد می‌شود، بنابراین می‌توان ادعا کرد که کدهای استخراجی از پایایی کافی برخوردار است (ویرا و همکاران^۱، ۲۰۰۵).

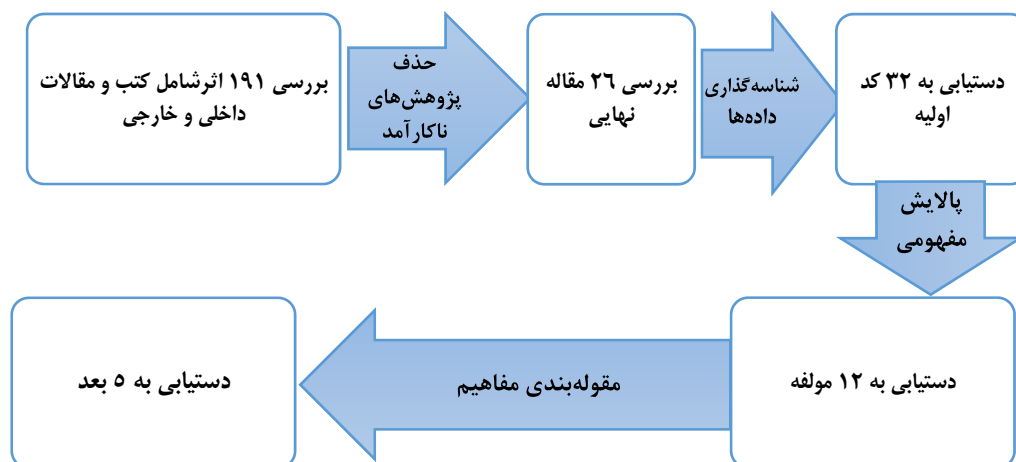
جدول ۸. کنترل کیفیت تحلیل

مقدار به دست آمده	شاخص‌های کنترل کیفیت تحلیل
۰/۸۶۵	ضریب هولستی
۰/۷۲۳	ضریب پی اسکات
۰/۷۰۶	شاخص کاپای کوهن
۰/۸۲۳	آلفای کرپیندروف

میزان هم‌بستگی به دست آمده از دیدگاه خبرگان با محاسبه ضریب هولستی^۲ یا «درصد توافق مشاهده شده» ۰/۸۶۵ است که مقدار قابل توجهی است. با توجه به ایراداتی که به روش هولستی وارد است شاخص پی-اسکات نیز محاسبه شده است که میزان آن ۰/۷۲۳ به دست آمده است. چهارمین شاخص برآورد اعتبار تحقیقات کیفی شاخص کاپای کوهن است. شاخص کاپای کوهن در این مطالعه ۰/۷۰۶ به دست آمده است. در نهایت نیز از آلفای کرپیندروف استفاده شده است و میزان آن در این مطالعه ۰/۸۲۳ برآورد شده است.

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

- در سراسر پژوهش، تلاش شد توضیحات مشخص شده و آشکار برای گزینه‌های تحقیق عرضه گردد.
- از هر دو روش جست‌وجوی الکترونیک و دستی برای جست‌وجوی بررسی‌ها بهره‌مند شد.



شکل ۳. الگوریتم خروجی کنترل کیفیت شاخص‌های پژوهش

گام هفتم: ارائه گزارش و یافته‌های پژوهش

در این گام از سبک فراترکیب، نتایج مراحل قبل ارائه می‌شود. در ادامه به شناسایی شاخص‌های پژوهش پرداخته می‌شود. از شاخص‌های استخراج‌شده از متون مقالات مرتبط، با حذف شاخص‌های هم‌معنی و پرتکرار و درنهایت با مقوله‌بندی شاخص‌های نهایی، ۱۲ مؤلفه و ۳۲ کد حاصل شد. 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 آنروپی شانون استفاده شد. در مبحث پردازش داده‌ها در زمینه تحلیل کیفی بر پایه روش آنروپی شانون، پردازش داده‌ها به صورت کمی و کیفی انجام می‌شود. برای اندازه‌گیری عدم اطمینان که به وسیله یک توزیع احتمال بیان می‌شود، از شاخص آنروپی استفاده شده است. با شناسایی شاخص‌های تحقیق بر پایه تجزیه و تحلیل محتوا و نیز شناخت مقیاس‌های تجزیه و تحلیل (کلمه‌ها و مضامین)، از روش آنروپی 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 موردنظر باید به هنجار شود. برای این منظور از روش نرمال‌سازی خطی رابطه (۱) استفاده می‌شود:

$$n_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum x_{ij}} \quad \text{رابطه ۱}$$

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

$$k = \frac{1}{\ln(a)}; a = \text{تعداد گزینه‌ها} \quad \text{رابطه ۲}$$

$$E_j = -k \sum [n_{ij} \ln(n_{ij})] \quad \text{رابطه ۳}$$

ضریب اهمیت هر مقوله بایستی ارزیابی شود. 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:

$$W_j = \frac{E_j}{\sum E_j} \quad \text{رابطه (۴)}$$

بنابراین در مرحله نخست پس از تشکیل ماتریس تصمیم امتیازهای به دست آمده مربوط به مسئله مورد نظر در جدول ۹ ارائه شده است.

جدول ۹. تعیین میزان اهمیت و تأکید پژوهش‌های گذشته

رتبه	ضریب اهمیت W_j	عدم اطمینان E_j	$\sum P_{ij} \times knP_{ij}$	فراوانی	کد
۱	۰/۶۷۰۴۰	۰/۰۶۱۹۳	-۰/۲۱۴۶۵	۱۷	چشم‌انداز شرکت: تأثیر استراتژی بر عملکرد آینده، تداوم و ثبات عملکرد شرکت
۱	۰/۶۷۰۴۰	۰/۰۶۱۹۳	-۰/۲۱۴۶۵	۱۷	بیانیه مأموریت
۶	۰/۰۵۶۹۴	۰/۰۵۲۶۰	-۰/۱۸۲۳۱	۱۳	بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی اهداف کلی
۳	۰/۰۵۹۶۳	۰/۰۵۵۰۹	-۰/۱۹۰۹۳	۱۴	بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی مالی
۳	۰/۰۵۹۶۳	۰/۰۵۵۰۹	-۰/۱۹۰۹۳	۱۴	بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی بازاریابی
۳	۰/۰۵۹۶۳	۰/۰۵۵۰۹	-۰/۱۹۰۹۳	۱۴	بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی اجتماعی
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	اهداف کلی توسعه استراتژیک
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	تعیین اهداف درآمد بلندمدت
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	تعیین اهداف سودآوری بلندمدت
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	موقعیت استراتژیک عوامل تجاری/تمایز
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	بازارهای استراتژیک کلیدی در وضع موجود
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	بازارهایی برای رشد آینده
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	محصولات/خدمات استراتژیک کلیدی در وضعیت موجود
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	محصولات/خدمات برای رشد آینده
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	برنامه‌های کلیدی سرمایه‌گذاری برای دستیابی به اهداف استراتژیک
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	استراتژی ایجاد ارزش
۲۶	۰/۰۲۰۳۰	۰/۰۱۸۷۵	-۰/۰۶۴۹۸	۳	شناسایی دارایی‌های سازمانی استراتژیک حیاتی (ملموس یا ناملموس)، قابلیت‌های اصلی، شایستگی‌های اصلی و متمایز
۲۶	۰/۰۲۰۳۰	۰/۰۱۸۷۵	-۰/۰۶۴۹۸	۳	شناسایی شکاف منابع، کمبودهای اساسی
۲۹	۰/۰۱۴۸۵	۰/۰۱۳۷۲	-۰/۰۴۷۵۵	۲	شناسایی عوامل/نیروها/گرایش‌های خارجی (رقابتی، اقتصادی، سیاسی/حقوقی، اجتماعی/فرهنگی، تکنولوژیکی) که فرصت‌ها را ایجاد می‌کند

رتبه	ضریب اهمیت W_j	عدم اطمینان E_j	$\sum P_{ij} \times knP_{ij}$	فراوانی	کد
۲۶	۰/۰۲۰۳۰	۰/۰۱۸۷۵	-۰/۰۶۴۹۸	۳	شناسایی عوامل/نیروها/گرایش‌های خارجی (رقابتی)، اقتصادی، سیاسی/حقوقی، اجتماعی/فرهنگی، تکنولوژیکی) که تهدیدکننده هستند
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	در دسترس بودن/شرح مدیریت کل شرکت سیستم
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	بازتاب اهداف استراتژیک در سیستم‌های تشویقی
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	تدوین متراکم استراتژی ارتباطات
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	اجرای برنامه‌های کلیدی در حال اجرا/راه‌اندازی
۷	۰/۰۲۹۶۷	۰/۰۲۷۴۱	-۰/۰۹۵۰۰	۵	وضعیت برنامه‌های استراتژیک در حال انجام و به‌روزرسانی در مورد دستیابی به اهداف
۲۲	۰/۰۲۵۱۹	۰/۰۲۳۲۷	-۰/۰۸۰۶۵	۴	تغییرات قابل توجه در اهداف استراتژیک نسبت به سال قبل
۲۲	۰/۰۲۵۱۹	۰/۰۲۳۲۷	-۰/۰۸۰۶۵	۴	توضیح تغییرات قابل توجه در اهداف استراتژیک نسبت به سال قبل
۲۲	۰/۰۲۵۱۹	۰/۰۲۳۲۷	-۰/۰۸۰۶۵	۴	تغییرات قابل توجهی در استراتژی شرکت‌ها نسبت به سال قبل
۲۲	۰/۰۲۵۱۹	۰/۰۲۳۲۷	-۰/۰۸۰۶۵	۴	توضیح تغییرات قابل توجه در استراتژی شرکت نسبت به سال قبل
۳۰	۰/۰۰۸۵۵	۰/۰۰۷۹۰	-۰/۰۲۷۳۸	۱	بیانیه در مورد وضعیت دستیابی به اهداف استراتژیک

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف این پژوهش به کارگیری رویکرد فراترکیب (متاستنتز) جهت شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه بود. بدین منظور با استناد به یافته‌های پژوهش، با استفاده از روش فراترکیب، ۲۶ مقاله به‌صورت دقیق بررسی و ۱۲ مؤلفه و ۳۲ کد استخراج شد و این ۱۲ مؤلفه، در ۵ بعد دسته‌بندی شدند. از بین روش‌های متعددی که به‌منظور تعیین وزن شاخص‌ها وجود دارد، از روش آنروپی شانون استفاده شد. این روش، یکی از بهترین روش‌ها برای تعیین اثر عوامل شناسایی شده است. با استناد به نتایج به‌دست‌آمده از روش آنروپی شانون، میزان اهمیت و تأکید پژوهش‌های گذشته روی کدهای شناسایی شده، مشخص شد. شواهد حاصل از این پژوهش پشتوانه‌ای بر این مدعا فراهم می‌کند که مؤلفه‌هایی مانند چشم‌انداز شرکت: تأثیر استراتژی بر عملکرد آینده، تداوم و ثبات عملکرد شرکت، بیانیه مأموریت، بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی اهداف کلی، بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی مالی، بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی بازاریابی، بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی اجتماعی نسبت به سایر مفاهیم اهمیت بیشتری دارند که استراتژی شرکت، بر اساس چشم‌انداز شرکت: تأثیر

استراتژی بر عملکرد آینده، تداوم و ثبات عملکرد شرکت و بیانیه مأموریت (پادیا و یاسین^۱، ۲۰۱۰؛ سانتیما و راجت^۲، ۲۰۱۰)، در جهت‌دهی افشای سالیانه شرکت تأثیرگذار است. استراتژی شرکت در جهت افشای صحیح اطلاعات، می‌تواند ثبات عملکرد در بلندمدت را برای شرکت ایجاد نماید. همچنین بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی مالی، بیان استراتژی و نام‌گذاری (حسن و لحنیانی، ۲۰۱۹) و وسعت و مرجع زمانی بازاریابی (وینتر و زولچ، ۲۰۱۹) و بیان استراتژی و نام‌گذاری و وسعت و مرجع زمانی اجتماعی از مهم‌ترین اهداف استراتژیک شرکت، همگی بر ساختار، نگارش و اهمیت افشای گزارشگری سالیانه تأکید دارند. استراتژی کسب‌وکار، بر اساس اهداف کلی توسعه استراتژیک، تعیین اهداف درآمد بلندمدت، تعیین اهداف سودآوری بلندمدت، موقعیت استراتژیک عوامل تجاری، تمایز، بازارهای استراتژیک کلیدی در وضع موجود، بازارهایی برای رشد آینده، محصولات، خدمات استراتژیک کلیدی در وضعیت موجود، محصولات و خدمات برای رشد آینده، برنامه‌های کلیدی سرمایه‌گذاری برای دستیابی به اهداف استراتژیک و استراتژی ایجاد ارزش (سایر و همکاران، ۲۰۱۴؛ جیاپونی و شراگا، ۲۰۰۸)، در جهت‌دهی افشای سالیانه شرکت تأثیرگذار است. از طرف دیگر برخی عوامل مثل تجزیه و تحلیل SWOT، بر اساس شناسایی عوامل، نیروها، گرایش‌های خارجی (رقابتی، اقتصادی، سیاسی، حقوقی، اجتماعی و فرهنگی)، که فرصت‌ها را ایجاد می‌کند و شناسایی دارایی‌های سازمانی استراتژیک حیاتی (ملموس یا ناملموس)، قابلیت‌های اصلی، شایستگی‌های اصلی و متمایز و شناسایی شکاف منابع، کمبودهای اساسی و شناسایی عوامل، نیروها، گرایش‌های خارجی (رقابتی، اقتصادی، سیاسی و حقوقی، اجتماعی و فرهنگی، تکنولوژیکی) که تهدیدکننده هستند با توجه به رتبه‌بندی نقش به‌سزایی بر افشای محرک‌های استراتژی در گزارش‌های سالانه شرکت ندارند.

با عنایت به اهمیت تأثیر افشای استراتژی 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 کرده 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 استراتژی به سهام‌داران و سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود تا نظارت خود را بر مدیران در راستای پاسخ‌دهی آنان در زمینه افشای استراتژی شرکت با حضور در مجامع عمومی افزایش دهند و اطلاعات خود را نسبت به مسئولیت‌های اعضای هیئت‌مدیره ارتقا دهند. علاوه بر موارد بیان‌شده، دست‌اندرکاران بازار سرمایه می‌توانند با برنامه‌های تشویقی بر اساس میزان افشای استراتژی و بالا بردن سطح آگاهی مدیران از افشای استراتژی، به فرهنگ‌سازی افشا و شفافیت در گزارش‌های 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 روش تحلیل مضمون و با رویکرد اترید استرلینگ از نظر طیف وسیع‌تری از افراد مطلع در صنایع مختلف، جهت شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های افشای استراتژی در گزارش‌های سالانه استفاده شود.

منابع

- پارسیان، حسین؛ کاظمی، حسین و رضازاده، جواد (۱۳۹۷). شناسایی مؤلفه‌های افشای داوطلبانه بین نظام راهبری شرکتی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران. *اقتصاد مالی*، ۱۲(۴۳)، ۱۰۷-۱۳۲.
- تفتیان، اکرم؛ ناظمی اردکانی، مهدی و فتوحی خانکهدانی، محبوبه (۱۴۰۰). ارزیابی تأثیر مقوله‌های الگوی افشای اطلاعات آینده‌نگر. *دانش حسابداری مالی*، ۸(۱)، ۶۵-۹۲.
- دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل (۱۳۹۸). *روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع*. تهران: انتشارات اشراقی.
- دیانتی دیلمی، زهرا (۱۳۸۹). *روش تحقیق کیفی و کمی در حسابداری با نرم‌افزار SPSS*. تهران: انتشارات عدالت نوین.
- رسولی، محمد؛ غیور، فرزاد و دیدار، حمزه (۱۴۰۰). تأثیر چرخه‌های تجاری و بازار سرمایه بر رفتار عوامل مؤثر بر گزارشگری مالی مطلوب با رویکرد مبتنی بر گزارش حسابرسی. *تحقیقات مالی*، ۲۳(۲)، ۳۲۹-۳۵۰.
- شهریاری، احسان (۱۴۰۱). *کیفیت افشای اطلاعات حسابداری (با تأکید بر ویژگی شرکت‌های بورسی)*. شیراز: انتشارات کتیبه نوین.
- شیرازی دهخوارقانی، مجید و حقگو مهرداد، ناهید (۱۳۹۷). بررسی رابطه استراتژی تجاری با گزارشگری مالی متقلبانه با تأکید بر نقش کیفیت افشا. *چشم‌انداز حسابداری و مدیریت*، ۱(۱)، ۶۰-۷۶.
- عزلی، فاطمه؛ نوری فرد، یداله؛ امام وردی، قدرت اله؛ دارابی، رؤیا و حاجیها، زهره (۱۴۰۰). افشای داوطلبانه اطلاعات غیرمالی و آثار آن‌ها (با تأکید بر انطباق تئوری‌های علامت‌دهی و مشروعیت). *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۱۰(۳۸)، ۶۷-۸۶.
- قربانی، بهزاد؛ حسینی غنچه، سید جلال‌الدین و محمدیلر، زهرا (۱۳۹۶). تأثیر افشای اطلاعات استراتژیک، غیرمالی و مالی بر مدیریت سود. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۹(۳۵)، ۲۳-۴۰.
- کرمی، غلامرضا؛ صدیقی خویدک، فریده (۱۳۹۴). سطح افشا و عوامل تعیین‌کننده آن در بانک‌ها با تأکید بر سازوکارهای راهبری شرکتی و محوریت اسلامی. *تحقیقات مالی*، ۱۷(۲)، ۳۵۷-۳۷۶.
- مرادی، محمد و بردبار، راضیه (۱۴۰۰). تدوین چارچوب جامع افشای اطلاعات در مؤسسات اعتباری با استفاده از روش فراترکیب. *پژوهش‌های تجربی حسابداری*، ۱۱(۲)، ۱۸۳-۲۱۶.

References

- Arthur, A. & Thompson, J. (2017). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage*. McGraw-Hill.

- 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.
- Barth, M. E., Wayne, R. L., & Mark, H. L. (2010). International Accounting Standards and Accounting Quality. *Journal of Accounting Research*, 46(3), 467-498.
- 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. & Day, T. (2010). The user experience of critical care discharges: a meta-synthesis of qualitative research. *International journal of nursing studies*, 487-499.
- Beretta, S. & Bozzolan, S. (2008). Quality versus quantity: the case of forward-looking disclosure. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 23(3), 333-376.
- Bettis, R. A. (1983). Modern financial theory, corporate strategy and public policy: Three conundrums. *Academy of Management Review*, 8(3): 406-415.
- Bhatia, V. & Bremner, S. (2014). Language Arts & Disciplines' Strategy disclosure in annual reports across Europe: A study on differences between five countries'. *European Business Review*, 17(4), 352-366.
- Bushman, R. M. & Smith, A. J. (2001). Financial accounting information and corporate governance. *Journal of accounting and Economics*, 32(1), 237-333.
- Giapponi, C. & Scheraga, C. (2008). National Culture and Competitive Strategy Disclosure in Global Airline Strategic Alliances. *Journal of the Transportation Research Forum*, 47(1), 57-72.
- Danaifard, H., Alwani, S. M. & Azar, A. (2018). *Qualitative research methodology in management: a comprehensive approach*, Tehran: Eshraghi Publications. (in Persian)
- Dayanti, D. Z. (2010). *The book of qualitative and quantitative research methods in accounting with SPSS software*, Tehran: Adalat Navin Publications. (in Persian)
- Ferreira, D. & Rezende, M. (2007). Corporate strategy and information disclosure. *The RAND journal of economics*, 38(1), 164-184.
- Fijałkowska, J. & Sobczyk-Paterek, M. (2020). Strategy disclosure in the integrated report. Scientific Papers of Silesian University of Technology. *Organization and Management Series*, (149), 143-153. DOI: 10.29119/1641-3466.2020.149.14
- 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.
- Gangi, F. & Angelo, E. (2016). The Virtuous Circle of Corporate Social Performance and Corporate Social Disclosure. *Modern Economy*, 7, 1396-1418.

- Ghorbani, B., Hosseini, Ghonche, S.J. & Mohammadiler, Z. (2016). The effect of disclosure of strategic, non-financial and financial information on earnings management. *Financial accounting and auditing researches*, 9(35), 23-40. (in Persian)
- Haniffa, R.M. & Cooke T. E. (2000). Culture, Corporate Governance and Disclosure in Malaysian Corporations. *ABACUS*, 38(3), 317-349.
- Hassan, M. K. & Lahyani, F.E. (2019). Media, independent non-executive directors and strategy disclosure by non-financial listed firms in the UAE. *Corporate Governance*, 20(2), 216-239.
- Hassanein, A. & Hussainey, K. (2015). Is forward-looking financial disclosure really informative? Evidence from UK narrative statements. *International Review of Financial Analysis*, 41, 52-61.
- Healy, P. M. & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of accounting and economics*, 31(1), 405-440.
- Healy, P. M. (1985). The effect of bonus schemes on accounting decisions. *Journal of accounting and economics*, 7(1-3), 85-107.
- Hidayat, T. (2012). The Influence of Corporate Strategy Disclosure in Annual Report towards Corporate Financial Performance (A Financial Accounting Research). *International Journal of Research in Management*, 2(2), 140-151.
- 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.
- Karami, G. & Sedigi, F. (2015). Disclosure level and its determinants in Banks with emphasis on corporate governance mechanisms and Islamic centrality. *Financial Research Journal*, 17(2), 357-376. (in Persian)
- Koloukhi, S. A., Mehrazeen, A. R., Massihabadee, A. & Shorvarzi, M. R. (2018). Voluntary Information Disclosure: A Tool for Organizational Leadership. *Iranian Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 2(2), 99-109.
- Lee, Y.E. & Ha, W. (2022). Electronic voting and strategic disclosure before shareholder meetings. *Economics Letters*, 219: October 2022, 110839.
- Leung, S., Parker, L. & Courtis, J. (2015). Impression management through minimal narrative disclosure in annual reports. *The British Accounting Review*, 47(3), 275-289.
- Lin, L. (2017). Study on the Effects of the Performance of Thematic Tourism Listed Companies on Voluntary Information Disclosure. *Journal of Service Science and Management*, 10, 465-481.
- Meek, G. K., Roberts, C. B. & Gray, S. J. (1995). Factors influencing voluntary annual report disclosures by US, UK and continental European multinational corporations. *Journal of international business studies*, 26(3), 555-572.

- Merkel-Davies, D. M. & Brennan, N. M. (2007). Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: incremental information or impression management? *Journal of accounting literature*, 27, 116-196.
- Moradi, M., & Bordbar, R. (2021). Development of a Comprehensive Information Disclosure Framework in Credit Institutions through Meta-synthesis Method. *Empirical Research in Accounting*, 11(2), 183-216. (in Persian)
- Morris, R. & Tronnes, P. (2018). The determinants of voluntary strategy disclosure: an international comparison. *Accounting Research Journal*, 31(4).
- Morris, R. D. (1987). Signalling, agency theory and accounting policy choice. *Accounting and Business Research*, 18(69): 47-56.
- Nagar, V., Nanda, D., & Wysocki, P. D. (2003). Discretionary disclosure and stock-based incentives. *Journal of Accounting and Economics*, 34: 283-309.
- Najm-Ul-Sehar, B. & Tufail, S. (2014). Determinants of Voluntary Disclosure in Annual Report: A Case Study of Pakistan. *Management and Administrative Sciences Review*, 2(2): 181-19.
- O'Regan, P. (2010). A dense mass of petty accountability: Accounting in the service of cultural imperialism during the Irish Famine, 1846–1847. *Accounting, Organizations and Society*, 35(4), 416-430.
- Ozlati, F., Noori Fard, Y., Emam Verdi, G., Darabi, R. & Hajiha, Z. (2021). Voluntary Disclosure of Non-financial Information, Audit Quality and Their Effects; With Emphasis on Matching Signaling Theory and Legitimacy Theory. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 10(38), 67-86. (in Persian)
- Padia, N. & Yasseen, Y. (2010). An examination of strategy disclosure in the annual reports of South African listed companies. *School of Accountancy, Faculty of Commerce, Law and Management*, 42(3), 27-36.
- Pagliarussi, M. S. & Junior, A. C. A. G. (2010). Strategy Disclosure in the Annual Reports of Brazilian Companies. *Fucape Working Papers* 28, Fucape Business School.
- Parsian, H., Kazemi, H., & Rezazadeh, J. (2017). Identifying the components of voluntary disclosure between the corporate governance system and information asymmetry in companies active in the Tehran Stock Exchange. *Financial Economy*, 12(43), 107- 132. (in Persian)
- Phala, M.L., Yasseen, Y., Padia, N., & Mohamed, W. (2019). A comparative study on strategy disclosure between emerging markets and developed markets. *Journal of Indian Business Research*, 11(1), 2-22.
- Rasouli, M., Ghayour, F., & Didar, H. (2021). The Impact of Stock Market and Business Cycles on the Behavior of Factors Affecting Favorable Financial Reporting using Audit report based Approach. *Financial Research Journal*, 23(2), 329-350. (in Persian)
- Riahi, Y. & Mounira, B.E.N. (2011). Disclosure Frequency and Earnings Management an Analysis in the Tunisian Context. *Journal of Accounting and Taxation*, 3(3): 47-59.

- Rutherford, B. A. (2005). Genre analysis of corporate annual report narratives: A corpus linguistics-based approach. *The Journal of Business Communication (1973)*, 42(4), 349-378.
- Rutherford, B. A. (2013). A genre-theoretic approach to financial reporting research. *The British Accounting Review*, 45(4), 297-310.
- Sanches, M., Giuliana, P. & Bronzoni, L. (2011). Strategy disclosure in annual reports: an analysis of cultural dimensions, legal system, and corporate governance in companies of four countries. *Universidade Presbiteriana Mackenzie. Walter Bataglia (Ed.)*, 12 (4), 155-181.
- Sandelowski, M. & Barros, J. (2007). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*. Springer publishing company Inc.
- Santema, S. & Rijt, J. V. (2001). Strategy Disclosure in Dutch Annual Reports. *European Management Journal*, 19(1), 101-108.
- Santema, S., Hoekert, M., Van De Rijt, J., & Van Oijen, A. (2005). Strategy disclosure in annual reports across Europe: a study on differences between five countries. *European Business Review*, 17(4), 352-366.
- Santema, S.C. & Rijt, J. (2005). Strategy disclosure in annual reports across Europe: A study on differences between five countries. *European Business Review*, 17(4), 352-366.
- 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.
- Sasson, A. (2017). *Talking the Talk: An Empirical Investigation into the Economic Effects of Strategy Disclosure*. BI Norwegian Business School -Master Thesis.
- Shahriari, E. (2023). *The quality of disclosure of accounting information (with emphasis on the characteristics of listed companies)*, Shiraz: Katiba Navin Publications. (in Persian)
- Shirazi Dehkharghani, M. & Haghgo Mehrdad, N. (2018). Investigating the relationship between business strategy and fraudulent financial reporting, emphasizing the role of disclosure quality. *Journal of Accounting and Management Vision*, 1(1), 60-76. (in Persian)
- Sieber, T., Weißenberger, B.E., Oberdörster, T. & Baetge, J. (2014). Let's talk strategy: the impact of voluntary strategy disclosure on the cost of equity capital. *Business Research*, 7(23), 263-312.
- Taftiyan, A., Nazmi Ardakani, M. & Fotouhi Khankahdani, M. (2021). Evaluating the impact of the categories of the Forward-Looking information disclosure pattern. *Financial Accounting Knowledge*, 8(1), 65-92. (in Persian)
- Ungerer, M. & Vorster, S. (2015). Strategy disclosure reporting trends in South Africa: A 2010-2011 comparative analysis for six industry clusters, Southern. *Southern African Business Review*, 19(3), 78-101.

- Ungerer, M. (2013). A comparative analysis of strategy disclosure reporting trends in South Africa in 2010. *Southern African Business Review*, 17(3), 27-56.
- Uyar, A., Karamahmutoğlu, M.K. & Bayyurt, N. (2013). Association between firm characteristics and corporate voluntary disclosure: Evidence from Turkish listed companies. *Intangible Capital*, 9(4), 1080-1112.
- Venables, G. (2014). Strategy disclosure in South Africa: 2012 Banking and Retail Analysis. *Research assignment presented in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration at Stellenbosch University*.
- Watts, R. L. & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive accounting theory*.
- Winter, S. & Zülch, H. (2019). Determinants of strategy disclosure quality: empirical evidence from Germany. *Problems and Perspectives in Management*, 17(4), 104-120.
- Xie, G., Chen, L. & Chen, X. (2021). The role of short selling threat in corporate environmental disclosure strategies: Evidence from China. *Resource and Energy Economics*, 66, 101256.
- Yeoh, P. (2010). Causes of the global financial crisis: Learning from the competing insights. *International Journal of Disclosure and Governance*, 7(1), 42-69.

