

تدوین استانداردهای حسابداری با رویکرد مدل کسب و کار وضعیت موجود و افق پیش رو

مجتبی قنبرزاده^۱

^۱دکترای حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ایران (نویسنده مسئول)

چکیده

در یکی دو دهه اخیر، پژوهشگران، نهادها و انجمن‌های حرفه‌ای و تخصصی و سازمان‌های حرفه‌ای عضو مجامع بین‌المللی حسابداری علاقه‌مندی خود را در به‌کارگیری مفهوم مدل کسب و کار در تحقیقات نشان داده‌اند. از نظر سرمایه‌گذاران، لازمه بهبود گزارشگری مالی و اطلاعات مربوط، ارتباط و پایداری بین مدل کسب و کار و سایر اطلاعات مندرج در گزارش‌های سالیانه است. آن‌ها معتقدند، محرک‌های کلیدی مدل‌های کسب و کار می‌توانند از طریق برقراری ارتباط ذاتی و محتوایی به صورت واضح و مبرهن در افشای اطلاعات مربوط به مدل کسب و کار واحد تجاری تشریح شود. از طرفی، استانداردسازی بخشی از سلسله مراتب توسعه فراگیر است که در اصطلاح به آن مدرنیته گفته می‌شود. در جامعه مدرن، هماهنگ‌سازی استانداردهای حسابداری امری لازم و ضروری است. از آنجا که درک صحیح، اهمیت و ضرورت اجرای استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی از الزام‌های پذیرش آن است، در این مقاله سعی شده است با توجه به استفاده مفهوم مدل کسب و کار در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۹، ضمن بیان و توصیف نقش و اهمیت این مفهوم، از وضعیت موجود در به‌کارگیری آن در استانداردهای رایج حسابداری گزارشی ارائه نموده و دیدگاه‌های صاحب‌نظران و سرمایه‌گذاران در افق پیش‌روی استانداردهای گزارشگری مالی را بیان نماید.

واژه‌های کلیدی: استانداردهای حسابداری، استانداردهای بین‌المللی حسابداری، گزارشگری مالی، افشای اطلاعات، مدل کسب و کار.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. مقدمه

شفافیت در بازارهای مالی و کاهش نبود تقارن اطلاعاتی بین سرمایه‌گذاری و صاحبان شرکت‌ها از مهم‌ترین عوامل مؤثر در رابطه با عملکرد مناسب تخصیصی بازارهای مالی است. کشورهای مختلف در شرایط عادی، استانداردهای متفاوتی برای محاسبه سود و تهیه صورت‌های مالی دارند که حاصل این امر، وجود تفاوت‌های درخور توجه در نحوه و نتیجه‌های گزارشگری است (پیوندی و همکاران، ۱۳۹۴).

وجود تفاوت‌ها در نحوه گزارشگری مالی می‌تواند به عنوان یک محدودیت برای سرمایه‌گذار در رابطه با موقعیت‌های بیشتر برای سرمایه‌گذاری قلمداد شود. صورت‌های مالی که با استفاده از مجموعه‌ای از استانداردهای حسابداری مشترک ارائه شوند، می‌توانند سرمایه‌گذار را در فهم بهتر شرایط مختلف سرمایه‌گذاری یاری کنند. از این‌رو، دلیل اهمیت پذیرش استانداردهای بین‌الملل و استانداردسازی گزارشگری مالی را می‌توان ایجاد یکپارچگی و یکسان‌سازی رویه‌های حسابداری و مقایسه‌پذیر بودن صورت‌های مالی شرکت‌ها میان کشورهای مختلف و افزایش سرمایه‌گذاری‌های برون‌مرزی استنتاج کرد (پالیا، ۲۰۱۳). استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی از سوی هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری^۱ تدوین و منتشر می‌شوند. هدف این امر آن است که مقایسه‌های بین‌المللی را تا حد ممکن افزایش دهد. به‌تازگی بیش از ۱۴۰ کشور تصمیم گرفته‌اند تا خود را برای استفاده از این استانداردها در گزارشگری مالی، وفق دهند. برای مثال، تمام شرکت‌های اروپایی پذیرفته شده در بازارهای سرمایه اروپا، از ژانویه سال ۲۰۰۵ در حال استفاده از استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی برای گزارشگری مالی بوده‌اند و ژاپن در سال ۲۰۱۱ با این استانداردها سازگار شده‌اند.

با این حال، آغاز هزاره سوم با رسوایی‌های مالی در سطح بین‌المللی همراه شده است. این موضوع نگرانی‌هایی را در ارتباط با کیفیت گزارشگری مالی پدید آورده و انگشت اتهام را به‌سوی گزارشگری مالی ضعیف نشانه رفته است (مرادی، ۱۳۹۴). علت بخشی از این نگرانی‌ها را باید در ضعف‌های موجود در افشای اطلاعات، جست‌وجو کرد (مهرانی و همکاران، ۱۳۹۹).

دریافت اطلاعات نامتقارن بدون وجود کیفیت لازم توسط فعالان بازار سرمایه و اعتباردهندگان منجر به افزایش هزینه سرمایه ناشی از گزینش نادرست و نیزهزینه فرصت از دست رفته ناشی از سرمایه‌گذاری ناکارآمد می‌گردد. سرمایه‌گذاری ناکارآمد منجر به افزایش ریسک دستکاری فعالیت‌های مالی و عملیاتی شرکت می‌گردد (رشیدی باغی، ۱۳۹۷). لمبرت و همکاران^۲ (۲۰۰۷) اثبات کردند که کیفیت اطلاعات حسابداری می‌تواند هزینه سرمایه را هم مستقیم و هم غیرمستقیم تحت تأثیر قرار دهد. از طرفی با کاهش کیفیت گزارش‌های مالی که شامل اطلاعات تعهدی است، سرمایه‌گذاران پایداری در اقلام تعهدی را کمتر برآورد می‌کنند و در نتیجه منجر به قیمت‌گذاری نادرست سهام می‌شود (وآن و جف، ۲۰۱۰). بتچریا و همکاران^۳ (۲۰۱۳) عنوان می‌کنند که کیفیت گزارشگری مالی ضعیف، با عدم تقارن اطلاعاتی بالاتر در بازارهای سرمایه ارتباط دارد. این شرکت‌ها احتمالاً دارای مشخصه‌هایی هم‌چون رقابت ناقص میان سرمایه‌گذاران هستند که در آن سرمایه‌گذاران خبره احتمال می‌رود مزیت اطلاعاتی بیشتری نسبت به معامله‌گران دارای انگیزه نقد شونده باشند. گال و همکاران^۴ (۲۰۱۸) در این حوزه نشان می‌دهند که رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و عدم تقارن اطلاعاتی، با محیط اطلاعاتی شرکت مرتبط است و کیفیت ضعیف بویژه برای شرکت‌های کوچک‌تر پر هزینه‌تر است.

بر این اساس، نهادهای حرفه‌ای از جمله هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری همواره به دنبال ارائه راه‌کارهای جدید و استفاده از مفاهیم مالی هم‌چون مدل قیمت‌گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای^۵ و مفاهیم مدیریت مانند مدل

^۱Palea

^۲International Accounting Standard Board (IASB)

^۳Lambert, R., Leuz, C. and R. Verrecchia

^۴Waelen and Jeef

^۵Gul, Ferdinand A., Khedmati, M.; Edwin Kia Yang Lim, and Navissi, F.

^۶Capital Asset Pricing Model (CAPM)

کسب‌وکار هستند تا بتوانند نقاط ضعف موجود در سیستم گزارشگری مالی را برطرف نموده و آن را بهبود دهند. مفهوم مدل کسب‌وکار یکی از موضوعات مهمی است که نظر جامعه دانشگاهی و دست‌اندرکاران کسب‌وکار بین‌المللی را به خود جلب نموده است (زوت و همکاران، ۲۰۱۱). محققان و دست‌اندرکاران اجرایی سعی دارند درباره چستی این مفهوم، عملکرد آن و نحوه انعکاس آن بر گزارش‌های مالی، تحقیقات کاملی ارائه نمایند (لاسینی^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). واژه مدل کسب‌وکار را اولین بار این هیئت در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۹ (IFRS#9) با عنوان ابزارهای مالی^۲ استفاده کرد که هدفش طبقه‌بندی و اندازه‌گیری دارایی‌های مالی بود. در این استاندارد، طبقه‌بندی و اندازه‌گیری دارایی‌ها، به مدل کسب‌وکار واحد تجاری برای مدیریت دارایی‌هایش بستگی دارد.

با توجه به اهمیت به‌کارگیری این مفهوم در استانداردهای حسابداری و تسری آن به سایر استانداردها در آینده‌ای نزدیک، در این مقاله سعی شده است با توجه به استفاده مفهوم مدل کسب‌وکار در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۹، ضمن بیان و توصیف نقش و اهمیت این مفهوم، از وضعیت موجود در به‌کارگیری آن در استانداردهای رایج حسابداری گزارشی ارائه نموده و دیدگاه‌های صاحب‌نظران و سرمایه‌گذاران در افق پیش‌روی استانداردهای گزارشگری مالی را بیان نماید.

۲. تعریف مدل کسب‌وکار

تعاریف ارائه شده از مدل کسب‌وکار، براساس دیدگاه‌های ارائه دهندگان، متفاوت است که در ادامه طبقه‌بندی و چارچوب-های مختلف در خصوص این مفهوم بیان می‌شود. نکته جالب این است که در اغلب مطالعات انجام شده، تعریف صریح و مشخصی از واژه مدل کسب‌وکار ارائه نشده است. زوت و همکاران (۲۰۱۰) با بررسی ۱۰۳ مجله علمی-پژوهشی و تحقیقاتی حرفه‌ای در ادبیات مدل کسب‌وکار به این نتیجه رسیدند که بیش از یک سوم (۳۷٪) آن‌ها هیچ تعریفی از این واژه ارائه نکرده بودند. کمتر از نیمی (۴۴٪) نیز از طریق استخراج اجزای اصلی آن به‌صورت صحیح و روشن این واژه را تعریف یا مفهوم‌سازی نموده‌اند. مابقی متون منتشره، یعنی ۱۹٪ هم به‌کار سایر محققان اشاره داشته و تعاریف صورت گرفته توسط آن‌ها را نقل قول کرده‌اند (زوت و همکاران، ۲۰۱۰). اما اولین قدم در فهم واقعی مدل کسب‌وکار و تشخیص مشخصات آن، تعریف دقیق آن است.

در ادبیات موجود، در تعاریف ارائه شده برای مدل کسب‌وکار وفاق کلی وجود ندارند و به همین دلیل، طرح و دسته‌بندی آن‌ها راه را برای درک مفهوم و انواع مدل کسب‌وکار هموار می‌سازد. در اولین گام شاید بهتر باشد به روش تجزیه‌ای، هر دو جزء مدل کسب‌وکار را به‌صورت جداگانه تعریف نمود؛ مدل، ساختار ساده‌ای از واقعیت است. هم‌چنین، کسب‌وکار اساساً با ایجاد ارزش^۴ و کسب ارزش^۵ ایجاد شده مرتبط است (لمبرت، ۲۰۰۶). مدل کسب‌وکار به‌عنوان فعالیتی برای فراهم بودن کالاها و خدمات که در برگیرنده جنبه‌های صنعتی، مالی و تجاری است. بنابراین مدل کسب‌وکار تلاشی جهت تقسیم فعالیت‌ها به چیزهایی ساده‌تر و ملموس‌تر است (لمبرت، ۲۰۰۸). بسیاری از محققان تلاش کرده‌اند واژه مدل کسب‌وکار را تعریف کنند، و لیکن تاکنون اجماعی برای یک تعریف استاندارد از مدل کسب‌وکار حاصل نگردیده است.

تعاریف مدل کسب‌وکار را از نظر کانون توجه می‌توان با توجه به سه رویکرد اقتصادی، عملیاتی و راهبردی طبقه‌بندی کرد. رویکرد اقتصادی بر سود شرکت‌ها تمرکز دارد. متغیرهای اصلی آن منابع درآمد، ساختار هزینه و سود مورد انتظار است. این رویکرد درآمدزایی و حفظ موجودیت و بقا را در کانون توجه خود دارد. رویکرد عملیاتی بر فرایندهای

^۱ Lassini

^۲ Financial Instruments

^۳ Zott, Amitt and Massa

^۴ Value creation

^۵ Value capture

^۶ Lambert

داخلی شرکت و زیرساختارهایی توجه دارد که امکان ایجاد ارزش را برای شرکت فراهم می‌کنند. عناصر اصلی آن روش‌های تحویل کالا و خدمات، فرایندهای اداری، جریان‌های درآمد و مدیریت دانش است. هدف این سیستم‌های مرتبط، طراحی کسب‌وکار رقابتی برای حفظ سازمان است. در رویکرد راهبردی، تأکید بر ایجاد و رشد فرصت‌ها است و از چگونگی انتخاب مشتریان و تعیین و متمایز ساختن ارزشی که به آن‌ها ارائه می‌کند، ایجاد مطلوبیت برای مشتریان و تعیین وظایف محوله در سازمان یا برون سپاری آنها، حمایت می‌کند. همچنین، بر متغیرهای تصمیم در شناسایی سهامداران، تعیین چشم اندازها، ارزش‌ها، شبکه‌ها و هم پیمانان پیکربندی منابع و در نهایت سودآوری تأکید دارد (کوجالا و همکاران، ۲۰۱۳).

با توجه به تعاریف گوناگون در جدول (۱) مهم‌ترین تعاریف ارائه شده از مفهوم مدل کسب‌وکار توسط صاحب نظران ارائه می‌شود تا یک تصویر جامعی از رویکردهای موجود در ارتباط با این مفهوم حاصل گردد.

جدول (۱): تعاریف مدل کسب‌وکار

تعریف	نویسنده/ نویسندگان
مدل کسب‌وکار عملیاتی بر ارزش مشتری توجه داشته و همچنین به تعامل فرآیندهای عملیاتی، سیستم‌های مدیریت، ساختارهای سازمانی و فرهنگ سازمانی اشاره دارد تا از آن طریق یک شرکت را در ایفای تعهدات خود قادر سازد.	تریسی و ویرزما (۱۹۹۷)
یک مدل کسب‌وکار ترکیبی منحصر به فرد از سه جریان است که برای کسب‌وکار حیاتی هستند. این سه جریان عبارتند از: جریان ارزش برای شرکای کسب‌وکار و خریداران، جریان درآمد و جریان منطقی.	مهدوان (۲۰۰۰)
یک مدل کسب‌وکار به سادگی نشان می‌دهد که یک کسب‌وکار در عمل چگونه است و مفهوم مدل کسب‌وکار، دارای چهار جزء اصلی است؛ راهبرد اصلی، منابع راهبردی، رابط مشتری، شبکه ارزش.	هامل (۲۰۰۰)
یک مدل کسب‌وکار منطق اصلی سازمان برای ایجاد ارزش است. مدل کسب‌وکار یک شرکت انتفاعی نشان می‌دهد که این شرکت چگونه پول به دست می‌آورد. از آنجا که سازمان‌ها برای مشتریان و منابع رقابتی می‌کنند، بنابراین یک مدل کسب‌وکار خوب، فعالیت‌ها و رویکردهای متمایزی را برجسته می‌کند که سبب موفقیت شرکت در جذب مشتریان، کارکنان و سرمایه‌گذاران و همچنین ارائه خدمات و محصولات سودآور می‌شود.	لیندر و کانترل (۲۰۰۰)
مدل کسب‌وکار خوب برای موفقیت سازمان چه جدید و چه قدیمی ضروری است. مدل‌های کسب‌وکار هر چیزی که هستند اما محرمانه‌اند. یک مدل کسب‌وکار خوب به سوالات پیتر دراگر جواب می‌دهد: چه کسی مشتری است؟ و چه چیزی ارزش مشتری است؟ و همچنین مدل کسب‌وکار به پرسشهای اساسی مدیر باید جواب دهد. اینکه چگونه می‌توان در این کسب‌وکار پول درآورد؟ با چه منطق اقتصادی و چطور می‌توانیم با هزینه مناسب برای مشتریان ارزش ایجاد کنیم؟	ماگرتا (۲۰۰۲)
مدل کسب‌وکار چارچوب منسجمی را فراهم می‌کند که ویژگی‌ها و پتانسیل‌های فناوری را به‌عنوان ورودی می‌گیرد و آن‌ها را از طریق مشتریان و بازار به ورودی اقتصادی تبدیل می‌کند. بنابراین مدل کسب‌وکار به‌عنوان یک وسیله متمرکز که واسطه بین توسعه فناوری و ایجاد ارزش اقتصادی باشد، در نظر گرفته می‌شود.	چسبرو و روزلیوم (۲۰۰۲)
مدل کسب‌وکار چارچوبی برای پول‌سازی است و مجموعه‌ای از فعالیت‌های است که یک شرکت انجام می‌دهد و نشان دهنده چگونگی انجام آنهاست تا از طریق این فعالیت‌ها بتواند به مشتریان	آفوا و توسی (۲۰۰۳)

تعریف	نویسنده/ نویسندگان
خود منافی عرضه کنند که ایشان حاضر به پرداخت پول در مقابل این منافع باشند، می‌دهد.	
مدل کسب‌وکار یک ابزار مفهومی در برگیرنده مجموعه‌ای از عوامل و مفاهیم و روابط بین آن‌ها جهت ارائه منطق اصلی یک شرکت خاص است. بنابراین بایستی توجه شود که کدامین مفاهیم و روابط ارائه ارزش در نظر گرفته شده برای مشتری را بهتر توصیف و نمایش می‌دهد و چطور این فرآیند ارائه ارزش انجام می‌پذیرد و چه پیامدهایی دارد.	استروالد، پیگنیور و توسی (۲۰۰۵)
یک مدل کسب‌وکار نمایشی است مختصر از چگونگی ارتباط مجموعه متغیرهای تصمیم‌گیری در زمینه‌های سرمایه‌های با ریسک بالا، معماری، و اقتصاد که به منظور ایجاد مزیت رقابتی پایدار در بازارهای تعریف شده، مورد بحث قرار گرفته‌اند.	موریس (۲۰۰۵)
مدل کسب‌وکار نشان دهنده محتوا، ساختار و عوامل مبادلات طراحی شده جهت خلق ارزش از طریق بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار است.	آمیت و زوت (۲۰۰۷)
مدل کسب‌وکار متشکل از چهار عنصر به هم پیوسته است که به اتفاق یکدیگر، ایجاد و ارائه ارزش می‌کنند و به بدین شرح است: پیشنهاد ارزش به مشتری، فرمول سود، منابع کلیدی و فرآیندهای کلیدی.	جانسون، کریستینسن و ارتگا (۲۰۰۸)
نویسندگان مدل‌های کسب‌وکار را مجزای از راهبرد و تاکتیک تعریف می‌کنند: مدل کسب‌وکار به منطق شرکت اشاره دارد، و راهی است که در آن نحوه عمل و چگونگی ایجاد ارزش برای ذی‌نفعان مشخص می‌شود.	کاسادوسوس و رایکارت (۲۰۰۹)
مدل کسب‌وکار به‌عنوان تصویری از "محتوا، ساختار، و عوامل معاملات طراحی شده برای ایجاد ارزش از طریق بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار است.	زوت و امیت (۲۰۱۰)
مدل کسب‌وکار روش عملیات سازمان جهت اطمینان از پایداری آن است و مرتبط با ارزش پیشنهادی، سازمان دورنی و بیرونی، منابع و شایستگی‌های یک شرکت است.	انجمن مدل کسب‌وکار (۲۰۱۲)
مدل کسب‌وکار به‌عنوان چارچوبی در نظر گرفته می‌شود که نشان می‌دهد یک شرکت چگونه کسب‌وکارش را هدایت می‌نماید و سیستمی را توصیف می‌نماید که متشکل از فعالیت‌های وابسته و مکانیزم‌های هماهنگی است که توسط یک شرکت و شرکای تجاریش به‌کار گرفته می‌شود.	آمیت و زوت (۲۰۱۵)

منبع: قنبرزاده (۱۳۹۹)

همانطور که ملاحظه می‌شود، تعاریف نشان دهنده مجموعه‌ای از اختلافات در ساختار و موضوع مدل کسب‌وکار است. اغلب این نویسندگان به ساختار مدل کسب‌وکار اشاره نموده‌اند و بعضاً مدل‌های زیر مجموعه هر مدل کسب‌وکار را در قالب چندین مدل جزئی بیان نموده‌اند. لیکن تاکنون اجماعی برای یک تعریف استاندارد از مدل کسب‌وکار حاصل نگردیده است.

۳. مبانی نظری افشای اطلاعات مدل کسب‌وکار

ظهور و انتشار گزارشگری روایی و افشای داوطلبانه اطلاعات فعلی از جمله اطلاعات مدل کسب‌وکار را می‌توان از چندین دیدگاه نظری تشریح کرد. مطابق نظریه سهام‌داران، نظریه کارگزار-عامل^۱، نظریه اقتصادی هزینه مبادله^۲، افشای داوطلبانه

^۱ Partial model

^۲ Principal-Agent Theory

^۳ Transaction-Cost Economics (TCE) Theory

اطلاعات، ریسک‌های اطلاعاتی سرمایه‌گذاران یا عامل را کاهش می‌دهد و همین امر موجب کاهش هزینه‌های عدم اطمینان بنگاه را به همراه خواهد داشت (حسین و همکاران، ۱۹۹۵؛ هیلی و پالپو، ۲۰۰۱). بدین ترتیب، عدم اطمینان و هزینه‌های بنگاه کاهش یافته و منجر به کاهش هزینه سرمایه، افزایش قیمت سهام و افزایش نقدینگی خواهد شد (ورکچیا، ۲۰۰۱؛ ریچاردسون و ولکر، ۲۰۰۱؛ لاند هولم و وان وینکل، ۲۰۰۶). افشا و ارائه اطلاعات اضافی ممکن است علائمی را به سرمایه‌گذاران بالقوه درباره قابلیت‌ها و توانایی‌های واحد تجاری نشان دهد؛ در نتیجه، ارزیابی‌های شرکت دقیق‌تر خواهد شد (دیدز و همکاران، ۱۹۹۷).

از سوی دیگر، نظریه مشروعیت^۷ چنین استدلال می‌کند که شرکت‌ها به منظور مشروعیت بخشیدن به دیدگاه‌های جامعه اقدام به افشای اطلاعات می‌کنند (دیگان، ۲۰۰۲، ۲۰۰۶). مشروعیت به شرایط و موقعیتی اطلاق می‌شود که در آن سیستم ارزش واحد تجاری با سیستم ارزشی یک سیستم اجتماعی بزرگ‌تر که واحد تجاری نیز بخشی از آن است، تناسب و تجانس داشته باشد (لیندبلوم). بنابراین، افشای داوطلبانه اطلاعات، نظارت بر شرکت‌ها را با طیف گسترده‌ای از سهام‌داران تسهیل کرده و کنترل اجتماعی را امکان‌پذیر می‌سازد. شرکت‌ها هنگامی تمایل به افشای بیشتر اطلاعات دارند که از طریق افزایش هزینه‌های ناشی از عدم مشروعیت، مثل تحریم محصولات یا مشکلات به‌کارگیری افراد متعدد و خیره تهدید شوند (هوگنر، ۱۹۸۲؛ پیتن، ۱۹۹۲؛ دیگان، ۲۰۰۲). از طرفی، نظریه ذی‌نفعان به‌عنوان نقطه مقابل نظریه سهام‌داران، چنین استدلال می‌کند که افشای داوطلبانه، اطلاعات درخواستی و مورد نیاز طیف وسیع‌تری از استفاده‌کنندگان اطلاعات و نه فقط سهام‌داران بلکه مشتریان، کارمندان، سازمان‌های دولتی و جوامع محلی را نیز فراهم می‌آورد (گری و همکاران، ۱۹۹۵). افشای داوطلبانه اطلاعات، موفقیت مستمر شرکت را تسهیل کرده و سبب می‌شود تا حمایت و پشتیبانی طرف‌های ذی‌نفع مختلف را برای خود فراهم سازد. در این نظریه، تعادل منافع ذی‌نفعان مختلف از اهمیت بسزایی برخوردار است (دونالدسون و پرستون، ۱۹۹۵). با این حال، دستیابی به اطلاعاتی که نیازمند تعادل‌سازی هستند مشکلاتی را ایجاد می‌کند؛ چون افشای بیش از حد اطلاعات ممکن است هزینه‌بردار بوده و مزیت رقابتی را نیز از دست بدهد و همین امر امکان دارد برای سهام‌داران زیان‌آور باشد و به آن‌ها آسیب برساند (دارو و استوتن، ۱۹۹۰؛ الیوت و جاکبسون، ۱۹۹۴؛ هانلی و هابگ، ۲۰۰۱).

بنابراین، دیدگاه‌های نظری مختلف بر ویژگی‌های خاصی متمرکز شده و اغلب به دریافت‌کننده خاصی از افشای داوطلبانه اطلاعات / گزارشگری روایی تمرکز دارند. این نظریه‌ها را می‌توان به سه دسته تقسیم‌بندی کرد. دو گروه اول، همان دریافت‌کننده اصلی افشای اطلاعات یعنی سهام‌داران هستند. در گروه اول، نظریه‌هایی وجود دارد که براساس دیدگاه منطقی / مالی، برای کاهش ریسک‌ها، کاهش هزینه‌ها و کاهش عدم اطمینان به‌کار گرفته می‌شوند. گروه دوم، جنبه‌های مثبت‌تری از واحد تجاری (پتانسیل‌های خاص، قابلیت‌ها و توانایی‌ها) را به منظور دستیابی به وضعیت بهتر (ارزش بالاتر و

^۱ Hossain

^۲ Healy and Palepu

^۳ Verrecchia

^۴ Richardson and Welker

^۵ Lundholm and Van Winkle

^۶ Deeds et al

^۷ Legitimacy Theory

^۸ Deegan

^۹ Lindblom

^{۱۰} Hogner

^{۱۱} Patten

^{۱۲} Gray et al

^{۱۳} Donaldson and Preston

^{۱۴} Darrough and Stoughton

^{۱۵} Elliott and Jacobson

^{۱۶} Hanley and Hoberg

در نتیجه قیمت سهم بالاتر) نشان می‌دهد. در نهایت، گروه سوم که علاقه‌مندی بیشتری به موضوعات اجتماعی داشته و خواسته‌های گروه وسیعی از ذی‌نفعان را دنبال می‌کند (میچالاک و همکاران، ۲۰۱۷).

۴. استفاده از مفهوم مدل کسب‌وکار در استانداردهای رایج حسابداری

واژه مدل کسب‌وکار را اولین بار هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۹ (IFRS#9) با عنوان ابزارهای مالی استفاده کرد که هدفش طبقه‌بندی و اندازه‌گیری دارایی‌های مالی بود. در این استاندارد، طبقه‌بندی و اندازه‌گیری دارایی‌ها، به مدل کسب‌وکار واحد تجاری برای مدیریت دارایی‌هایش بستگی دارد. در این استاندارد، تعریفی از مدل کسب‌وکار صورت نگرفته، لیکن به برخی از نکات به شرح ذیل اشاره شده است:

- ✓ کارکنان و پرسنل کلیدی مدیریت واحد تجاری (همان‌گونه که در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۲۴ با عنوان افزایش اطلاعات اشخاص وابسته^۱ تعریف گردیده) مسئول تعیین هدف مدل کسب‌وکار هستند.
- ✓ مدل کسب‌وکار واحد تجاری یک انتخاب محسوب نمی‌شود؛ بلکه موضوعی حقیقی و واقعی^۲ است که می‌تواند از طریق روشی که واحد تجاری مدیریت می‌شود و اطلاعات را به مدیریت ارائه می‌دهد، مشاهده شود.
- ✓ هر واحد تجاری به منظور مدیریت ابزارهای مالی خود ممکن است بیش از یک مدل کسب‌وکار داشته باشد.
- ✓ مدل کسب‌وکار با قصد و نیت مدیریت متفاوت است و می‌تواند با هر یک از ابزارهای مالی مرتبط باشد.

هم‌چنین، در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۱۰ (IFRS #10) تحت عنوان صورت‌های مالی تلفیقی، گزارشگری سرمایه‌گذاری در برخی از واحدهای تجاری فرعی را به صورت تلفیق مجاز نمی‌داند (پاراگراف ۲۲۶ BC)؛ چون معتقد است واحدهای تجاری سرمایه‌گذار، مدل کسب‌وکار منحصر به فردی دارند که باعث می‌شود گزارشگری آن به اشخاص وابسته بتواند اطلاعات مربوط تری را نسبت به حالت تلفیق در اختیار استفاده‌کنندگان قرار دهد (جلسه شورای مشورتی استانداردهای حسابداری؛ ۲۰۱۴). در جلسه هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری در نوامبر سال ۲۰۱۳، این هیئت موافقت کرد تا موضوع ایده تحقق جریان‌های نقدی مبتنی بر مدل کسب‌وکار واحد تجاری به صورت آزمایشی مورد بررسی قرار گیرد - موضوعی که به مدیریت واقعی دارایی‌های مالی به منظور ایجاد جریان‌های نقدی و خلق ارزش برای واحد تجاری اشاره دارند و به چگونگی طبقه‌بندی دارایی‌های مالی مرتبط می‌شوند. در سال ۲۰۱۱، هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری پروژه فراهوانی عمومی و نظرخواهی از متخصصان و افراد حرفه‌ای را برای کمک به شناسایی اولویت‌های گزارشگری مالی در دستور کار خود قرار داد. اکثر افرادی که در این خصوص اظهار نظر کرده بودند، موضوع چارچوب مفهومی را به عنوان اولویت اصلی کار هیئت اعلام کردند. در نتیجه، این هیئت نیز تصمیم گرفت تا پروژه چارچوب مفهومی و تغییرات احتمالی مورد نیاز در آن را که در سال ۲۰۱۰ به حالت تعلیق درآمده بود را مجدداً در دستور کار خود قرار دهد. لذا مقاله‌ای را در سال ۲۰۱۳ به منظور بحث و بررسی به‌عنوان اولین گام خود در راستای اصلاح چارچوب مفهومی منتشر کرد. در این مقاله، با عنوان مروری بر چارچوب مفهومی گزارشگری مالی^۳، هیئت تعریفی از دیدگاه مدل کسب‌وکار ارائه نکرد؛ لیکن در عوض، به نکاتی اشاره نمود:

- ۱) صورت‌های مالی در صورتی مربوط تر تلقی می‌شوند که هنگام بهبود و اصلاح برخی از استانداردهای خاص، به چگونگی هدایت و انجام فعالیت‌های کسب‌وکار واحد تجاری نیز توجه شود.
- ۲) بخش‌های مورد اشاره زیر از این مقاله به چگونگی هدایت و انجام فعالیت‌های کسب‌وکار واحد تجاری پرداخته است:

^۱ Related Party Disclosures

^۲ A Matter of Fact

^۳ Management's Intentions

^۴ Accounting Standards Advisory Forum (ASAF)

^۵ A Review of the Conceptual Framework for Financial Reporting

۱-۴. بخش ۶- اندازه گیری

هیئت (بین المللی تدوین استانداردهای حسابداری) باید مشخص کند که چگونه دارایی‌ها بر جریان‌های نقد آتی تأثیر و نقش دارند و هنگام تصمیم‌گیری براساس یک روش اندازه‌گیری مناسب، چگونه بدهی‌ها تسویه یا بازپرداخت خواهند شد.

۲-۴. بخش ۷- ارائه یا افشا^۱

در تعیین سطح ارائه یا عدم ارائه صورت‌های مالی اولیه، هیئت یا واحد تجاری باید بررسی کند که چگونه این آیتم‌ها در کسب‌وکار واحد تجاری مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۳-۴. بخش ۸- ارائه در صورت (های) سود و زیان یا سود و زیان جامع

در خصوص تصمیم‌گیری درباره معیارهای متفاوت فعلی در سود و زیان و صورت وضعیت مالی (یعنی آیتم‌هایی که پل ارتباطی تلقی می‌گردند) هیئت باید (بین سایر موارد) چگونگی استفاده از این آیتم‌ها در کسب‌وکارهای واحد تجاری را مورد بررسی قرار دهد. بسیاری از پاسخ‌دهندگان که از تفکر و ایده اولیه هیئت حمایت کرده بودند، اعتقاد داشتند که هیئت باید مفهوم مدل کسب‌وکار در چارچوب مفهومی را تعریف کرده یا طبقه‌بندی‌های بیشتری از آن ارائه دهد؛ در غیر این صورت، در عمل تفاسیر متفاوتی از ایده مدل کسب‌وکار صورت خواهد گرفت. اکثر پاسخ‌دهندگان معتقد بودند که هیئت باید چگونگی هدایت و انجام فعالیت‌های کسب‌وکار واحد تجاری را هنگام تعیین موضوعات مرتبط با اندازه‌گیری، ارائه و افشا مورد توجه قرار دهد.

۵. به کارگیری مفهوم مدل کسب‌وکار در استاندارد بین‌المللی گزارشگری مالی شماره ۹ (IFRS #9)

بسیاری از اولین استانداردهای وضع شده در ارتباط با اندازه‌گیری و طبقه‌بندی ابزارهای مالی، برای اولین بار در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۳۹ (IAS#۳۹) با عنوان ابزارهای مالی: شناخت و اندازه‌گیری^۲ مطرح شد. در آن زمان، این استاندارد بعد از بحران‌های مالی بوجود آمده در ایالات متحده (دهه ۱۹۹۰) که به سپرده‌گذاران و اعتباردهندگان مربوط می‌شد، منتشر گردید و بر معیار اندازه‌گیری ابزارهای مالی تأکید داشت. این بحران پیش‌آمده آشکار کرد که نهادهای اعتباری و سپرده‌گذاری، دارایی‌های خود را براساس بهای تاریخی^۳ اندازه‌گیری کرده بودند و ارزش واقعی بازار این دارایی‌ها در طی بروز این بحران‌ها از دست رفته بود. کل دارایی‌ها بیش از واقعیت ارزش‌گذاری شده بودند و این خود دلیلی بود که استانداردگذاران معتقد بودند که باید در قواعد اندازه‌گیری ابزارهای مالی و استفاده از رویکرد ارزش منصفانه به‌عنوان یک معیار بهتر و عینی‌تر تغییرات جدی صورت گیرد. در این استاندارد، برای طبقه‌بندی دارایی‌های مالی چهار طبقه معرفی شده است. هر یک از این طبقات قواعد اندازه‌گیری متفاوتی دارند. طبقه‌بندی‌های اصلی در استاندارد شماره ۳۹ مشابه با طبقه‌بندی‌های اصول پذیرفته‌شده همگانی آمریکا، شامل «ارزش منصفانه از طریق سود و زیان»^۴، «بدهی‌ها و دریافتنی‌ها»^۵، «نگهداری شده تا سررسید»^۶ و «آماده برای فروش»^۷ است (ثورنتن^۸، ۲۰۰۹). باید توجه داشت که این طبقه‌بندی برای مقاصد ارزشیابی و اندازه‌گیری و شناخت سود و زیان (و نه لزوماً برای ارائه در صورت‌های مالی) به کار می‌رود.

^۱ Presentation and Disclosure

^۲ Financial Instruments: Recognition and Measurement

^۳ Cost/Historical Method

^۴ Fair Value through Profit and Loss

^۵ Loans and Receivables

^۶ Held to Maturity

^۷ Available for Sale

^۸ Grant Thornton

طبقه اول یعنی طبقه ارزش منصفانه از طریق سود و زیان، مبتنی بر قصد و نیت مدیریت است و برای فروش در یک دوره کوتاه مدت نگهداری و به ارزش منصفانه ارزشیابی می‌شود و تغییر در ارزش منصفانه آن باعث شناسایی سود و زیان دوره می‌شود. در طبقه دوم یعنی طبقه بدهی‌ها و دریافتی‌های شرکت، هیچ قصد و نیتی برای فروش آن‌ها وجود ندارد. در طبق سوم یعنی طبقه نگهداری شده تا سررسید، به بهای تمام شده مستهلک شده ارزشیابی می‌شود و در طبقه چهارم یعنی دارایی‌های مالی آماده برای فروشی که سرمایه‌گذاری در آن‌ها در سه طبقه پیشین قرار نمی‌گیرند، به ارزش منصفانه ارزشیابی می‌شوند و تغییر در ارزش منصفانه آن باعث شناسایی سود و زیان (تحقق نیافته) در قسمت سایر اقلام سود و زیان جامع می‌شود (ثورنتن، ۲۰۰۹). به نظر می‌رسد که استاندارد شماره ۳۹، استفاده از بهای تاریخی را در بیشتر مواردی که به ابزارهای مالی مرتبط می‌شوند را ممنوع کرده و آن را به دو طبقه اصلی محدود کرده است، به نحوی که تقریباً همه دارایی‌های مالی در پرتفویهای غیربانکی و حدود ۳۳ درصد پرتفویهای بزرگ بانکی، مشمول «قاعده شناسایی» می‌شوند. در این استاندارد، طبقه‌بندی ابزارهای مالی مبتنی بر معیار «قصد و نیت مدیریت» بوده، لیکن استانداردگذاران جزئیات این معیار را تشریح نکرده‌اند و همه چیز متکی بر قضاوت حرفه‌ای و تأثیرات آن بر سود بنا نهاده شده است. قصد و نیت مدیریت نیز از طرح‌های مدیریت برای انجام عملیات کسب‌وکار واحد تجاری و نتایج حاصل شده از این طرح‌ها ناشی می‌شود. بدین معنا که ابزارهای مالی در یکی از طبقات ذکر شده، براساس طرح‌های مدیریت و ارتباط آن‌ها با این ابزارها قرار می‌گیرد. سؤال اصلی اینجاست که در صورت تغییر قصد و نیت مدیریت در اثر تغییرات عوامل اقتصادی بر این ابزارها چه اتفاقی رخ خواهد داد؟

تغییر در قصد و نیت مدیریت رفتار و اندازه‌گیری سودها و زیان‌های مرتبط با دارایی‌های مالی یک واحد تجاری را تحت تأثیر قرار خواهد داد و در نتیجه، ارقام صورت‌های مالی را با نوسان‌های زیاد مواجه می‌کند. پژوهشگران در خصوص اینکه ارزش منصفانه یا بهای تاریخی کدام یک اصل اندازه‌گیری بهتری هستند (لاووس و لووز، ۲۰۰۹) بحث کرده‌اند. اعتقاد بر این بود که استاندارد شماره ۳۹ یکی از استانداردهای حسابداری بسیار فنی به حساب می‌آمد که هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری، قواعدی را برای هر ابزار مالی بنا نهاده است؛ از جمله، قواعد مرتبط با طبقه بندی ابزارهای مالی را منتشر نمود که در آن چهار طبقه مانع‌الجمع با رفتار حسابداری متفاوت مشاهده می‌گردد. بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۸، معیار طبقه‌بندی توجه استانداردگذاران را یک‌بار دیگر به خود جلب کرد و لذا، این استاندارد را به استاندارد بین‌المللی گزارشگری مالی شماره ۹ (IFRS #9) تغییر دادند. استاندارد شماره ۹، مدل «قصد و نیت مدیریت» را کنار گذاشت و به جای آن از معیار «مدل کسب‌وکار» برای طبقه‌بندی دارایی‌های مالی در سه طبقه استفاده کرد:

✓ طبقه بهای تمام شده مستهلک شده^۱

✓ طبقه ارزش منصفانه از طریق سود و زیان (FVTPL)

✓ طبقه ارزش منصفانه از طریق سایر اقلام سود و زیان جامع (FVTOCI)

با کاهش تعداد طبقات، در استاندارد شماره ۹ رفتار حسابداری ابزارهای مالی ساده شده است. هدف از معرفی معیار جدید طبقه‌بندی تحت عنوان مدل کسب‌وکار این است که اطلاعات مربوطتر، مقایسه پذیرتر، عینی‌تر و شفاف‌تری را برای استفاده‌کنندگان فراهم نماید. براساس استاندارد بین‌المللی گزارشگری مالی شماره ۹، برای اینکه سرمایه‌گذاری در اوراق بدهی در طبقه «بهای تمام شده مستهلک شده» قرار گیرد، باید از دو آزمون سربلند بیرون آید:

(الف) آزمون ویژگی جریان‌های نقدی: به این مفهوم که سرمایه‌گذاری در اوراق بدهی، شامل تاریخ‌های معینی باشد که جریان‌های نقدی مربوط به اصل و سود تضمین شده را مشخص کند.

^۱ Laux and Leuz

^۲ The Amortized Cost

^۳ Financial Asset or Liability at Fair Value through Profit or Loss

^۴ Fair Value Through the Statement of Other Comprehensive Income

(ب) آزمون مدل کسب و کار: به این مفهوم که سرمایه‌گذاری در اوراق بدهی، در مدل کسب و کار قرار داشته باشد که طبق آن مدل، سرمایه‌گذاری با هدف کسب جریان‌های نقدی قراردادی (و نه کسب جریان‌های نقدی از طریق فروش آن سرمایه‌گذاری‌ها) نگهداری شود. جریان‌های نقد قراردادی شامل مبالغ اصل و سود تضمین‌شده مرتبط با سرمایه‌گذاری است. به عبارت ساده‌تر، سرمایه‌گذاری در اوراق بدهی، با هدف استفاده از جریان‌های نقدی و نه فروش، نگهداری شود.

در حال حاضر طبق استاندارد بین‌المللی گزارشگری مالی شماره ۹، تغییر طبقه‌بندی سرمایه‌گذاری در اوراق بدهی، بین طبقه «ارزش منصفانه از طریق سود و زیان» و طبقه «بهای تمام‌شده مستهلک‌شده» تنها زمانی مجاز است که شرکت «مدل کسب و کار» خود را تغییر داده باشد. همچنین طبق استاندارد یادشده، تغییر طبقه‌بندی سرمایه‌گذاری در اوراق مالکانه، بین طبقه «ارزش منصفانه از طریق سود و زیان» و طبقه «ارزش منصفانه از طریق سایر اقلام سود و زیان جامع» مجاز نیست. مدل کسب و کار به استفاده مدیریت یا وضعیت دارایی‌ها و درکی که آن‌ها از این اقدامات با انگیزه سودآوری دارند، اشاره دارد (لیزنرینگ و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین، استاندارد شماره ۹ در مقایسه با استاندارد شماره ۳۹ از قواعد طبقه‌بندی جزئی‌تری برخوردار است. طبق گفته‌های فوق، دو مدل (مدل قصد و نیت مدیریت و مدل کسب و کار) از لحاظ سطح عملیاتی با یکدیگر متفاوت هستند. مدل کسب و کار در سطح کل واحد تجاری عمل می‌کند، در حالی که مدل قصد و نیت مدیریت در سطح خرد و آیتم‌های فردی^۳ عمل می‌کند (همان). همچنین، همان مؤلفان به این نکته اشاره دارند که مدل کسب و کار به شرایط اقتصادی (نگهداشت یا استفاده از دارایی) بستگی داشته و این موضوع از ثبات بیشتری برخوردار است، چون معرف راهبرد کل شرکت بوده که مبتنی بر یک پرتفوی کلی می‌باشد. مدل کسب و کار از طریق پرسنل کلیدی یا مدیریت شرکت تعیین می‌شود (لیزنرینگ و همکاران، ۲۰۱۱)، در حالی که در تفکر قصد و نیت مدیریت به صورت موردی به موضوعات پرداخته و تغییرات در این مدل هنگام طبقه‌بندی مجدد واضح و روشن نیست.

۶. اثرات قواعد طبقه‌بندی ابزارهای مالی بر کیفیت اطلاعات حسابداری

ویژگی‌های اصلی اطلاعات حسابداری مربوط بودن،^۴ قابلیت تأیید^۵ و قابلیت مقایسه^۶ است. معیارها و ضوابطی که استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۳۹ تعیین کرده بود و مبتنی بر تفکر و رویکرد قصد و نیت مدیریت است، هدف مربوط بودن صورت‌های مالی برای استفاده‌کنندگان را دنبال می‌کرد. گروه‌بندی ابزارهای مالی در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۳۹ بدین مفهوم است که مدیریت واحد تجاری رویکردی منحصر به فرد نسبت به تمامی ابزارها داشته و در مورد هر ابزار مالی براساس قصد و نیت نگهداشت تا تاریخ سررسید یا فروش یا هر دوی آن‌ها بحث می‌کند. دلیل این امر نیز مربوط بودن اطلاعات است. حسابداری نیز از طریق بکارگیری رویکرد قصد و نیت مدیریت سعی دارد تا معیار مربوط بودن را محقق سازد؛ چون اطلاعات زمانی از ویژگی مربوط بودن برخوردار هستند که مفید باشند و زمانی اطلاعات مفید هستند که بتوانند بر تصمیم‌گیری‌های کسب و کار استفاده‌کنندگان تأثیر بگذارند. تأکید بر ویژگی مربوط بودن، هدف اصلی و کلیدی استانداردگذاران در هنگام تدوین استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۳۹ بوده است (گورانکا و همکاران،^۷ ۲۰۱۵). اما رویکرد قصد و نیت مدیریت اصل قابلیت مقایسه را دنبال نمی‌کند. چنین به نظر می‌رسد که با استفاده از این رویکرد دو واحد تجاری متفاوت، طبقه‌بندی متفاوتی از ابزارهای مالی یکسان انجام دهند.

^۱ Leisenring

^۲ The Level of Entity as a Whole

^۳ The Level of the Individual Item

^۴ Relevance

^۵ Verifiability

^۶ Comparability

^۷ Goranka Knežević

در صورتی که قصد و نیت مدیریت آن‌ها با یکدیگر متفاوت باشد، از طریق رویکرد و طبقه‌بندی قصد و نیت مدیریت، ویژگی قابلیت تأیید نیز حمایت نمی‌شود؛ چون نیازمند این هستیم که از قصد و نیت مدیریت اطمینان حاصل کرده و مدیران واحد تجاری نیز باید شواهد و مدارکی را دال بر ادعای خود افشا نمایند (همان). در عمل، این امر از طریق یادداشت‌هایی که شرکت در صورت‌های مالی خود منتشر می‌کند محقق شده و مدیران قصد و نیت خود را از نحوه طبقه‌بندی در آنجا تشریح و توضیح می‌دهند؛ چنین تفسیری در اکثر موارد مبتنی بر اصل کپی‌برداری از استانداردهای مرتبط بوده و قواعدی که برای ابزارهای خاص استفاده شده است، توضیح مناسب و درخوری را ارائه نمی‌دهد. به منظور بهبود و توسعه ویژگی‌های مربوط بودن، قابلیت تأیید و قابلیت مقایسه بین موضوعات افشاشده توسط واحد تجاری و ابزارهای مالی، معیار و ضابطه مدل کسب‌وکار برای طبقه‌بندی دارایی‌های مالی معرفی شده است. مدل کسب‌وکار موجب می‌شود که اطلاعات مربوط تری فراهم شود؛ چون معرف شواهد عینی برای گروه دارایی‌های مالی هستند. این شواهد به قرار ذیل می‌باشند (KPMG، ۲۰۱۴):

- ۱) چگونه عملکرد مدل کسب‌وکار مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و از طریق پرسنل کلیدی واحد تجاری گزارش می‌شود.
- ۲) ریسک‌هایی که بر عملکرد این مدل مؤثرند و روشی که این ریسک‌ها مدیریت می‌شوند.
- ۳) چگونه به مدیرانی که مدل‌های کسب‌وکار را اجرا می‌کنند، پاداش تعلق می‌گیرد (با استفاده از ارزش منصفانه دارایی‌ها یا جریان‌های نقدی).

ویژگی مربوط بودن زمانی محقق می‌شود که استفاده‌کنندگان اطلاعات کافی برای مشاهده جریان‌های نقد ایجاد شده توسط دارایی‌ها را در اختیار داشته باشند. با استفاده از موارد گفته‌شده، زمانی که استفاده‌کنندگان با مدل کسب‌وکاری مواجه می‌شوند، می‌توانند به راحتی جریان‌های نقد و چشم اندازهای آتی این ابزارها را ارزیابی کنند. بنابراین، طبق ویژگی مربوط بودن، مدل کسب‌وکار و قواعد طبقه‌بندی مطرح‌شده در استاندارد بین‌المللی گزارشگری مالی شماره ۹ مربوط تر تلقی می‌شود (گورانکا و همکاران، ۲۰۱۵).

از طرفی استفاده از رویکرد مدل کسب‌وکار، موجب خدشه‌دار شدن ویژگی قابلیت مقایسه می‌شود؛ چون به نظر می‌رسد که دو ابزار مالی مشابه بتوانند به صورت متفاوتی در دو واحد تجاری طبقه‌بندی شوند. این همان چیزی است که در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۳۹ نیز وجود دارد. هر دوی این استانداردها (شماره ۳۹ و ۹) نمی‌توانند ویژگی قابلیت مقایسه را محقق کنند. از طریق کسب شواهد بیشتر در رویکرد مدل کسب‌وکار، می‌توان به ویژگی قابلیت تأیید یعنی هدفی که استاندارد شماره ۹ (IFRS 9) دنبال می‌کند، دست یافت. رویکرد مدل کسب‌وکار می‌تواند مربوط تر و مقبول تر انگاشته شود و می‌توان آن را یک موضوع واقعی در نظر گرفت (IFRS 9, BC 27). شپپر (۲۰۱۲) معتقد است: «اگر یک مدل کسب‌وکار طرحی برای انجام یک عمل تلقی شود و قصد و نیت مدیریت نیز هدف نهایی عمل (اقدام) محسوب گردد... پس باید گفت که تفاوت این دو (اقدام عمل) و نیت) به سطح عملیاتی شرکت بستگی خواهد داشت» (شپپر، ۲۰۱۲).

۷. افق پیش‌رو در استفاده از مفهوم مدل کسب‌وکار در گزارشگری مالی

نحوه عمل شرکت‌ها در گزارشگری مدل کسب‌وکار متفاوت است و افشای مدل کسب‌وکار می‌تواند در دامنه‌ای انجام شود که یک جهت آن ارائه اطلاعات به همراه جزئیات زیاد و پوشش مجموعه‌ای از اطلاعات متفاوت و جهت دیگر آن ارائه اطلاعات اندکی باشد که عموماً نیازهای استفاده‌کنندگان را برآورده نخواهد کرد. این تنوع، نشان‌دهنده و منعکس‌کننده میزان درک شرکت‌ها از اهمیت مدل کسب‌وکار واحد تجاری خود برای سرمایه‌گذاران است. هنگامی که شرکت‌ها در بیان فصاحت مدل کسب‌وکار مطلوب خود عاجز باشند، عملاً موجب نگرانی سرمایه‌گذاران نیز خواهند شد که اذعان دارند در

حال حاضر بسیاری از گزارش های سالیانه، در افشای مدل کسب و کار واحد تجاری نتوانسته اند نیازهای آن ها را برآورده سازند.

شکل (۱) اطلاعات کلیدی و مهمی که سرمایه گذاران در آزمایشگاه گزارشگری مالی جست و جو کرده اند را به تصویر کشیده است. سرمایه گذاران انتظار داشتند که شرکت ها مدل کسب و کار خود را به نحو مطلوبی افشای کنند (شورای گزارشگری مالی بریتانیا: آزمایشگاه گزارشگری مالی، ۲۰۱۶).



شکل (۱): سلسله مراتب درخواست های استفاده کنندگان

سرمایه گذاران نیازمند اطلاعات به روزی هستند که جزئیات بیشتری از نحوه انجام کسب و کار و چگونگی کسب پول را تشریح نماید. سرمایه گذاران درخواست می کنند که شرکت ها فرض را بر این بگذارند که خواننده اطلاعات زیادی درباره شرکت یا واحد تجاری ندارد و اطلاعاتی را افشا کنند که نشان دهد مدل کسب و کار واحد تجاری چیست و چگونه براساس آن فعالیت می کند؛ به عبارت دیگر، واحد تجاری متکی به آن مدل کسب و کار بوده و فعالیت های خود را بر طبق آن تنظیم کرده است. این همان موضوع مهمی است که در اغلب مواقع، شرکت ها در گزارشگری و افشای اطلاعات خود از آن غافل بوده یا در بخش های دیگری از گزارشگری سالیانه بیان می شوند یا اینکه آن را برعهده خواننده گذاشته و انتظار دارند که از دانش اکتسابی خود به آن پی ببرند. به ویژه اینکه، سرمایه گذاران در اغلب مواقع افشای اطلاعاتی را جستجو می کنند که بتواند پاسخ پرسش های آن ها را بدهد.

بسیاری از شرکت ها نگرانی شان را از افشای اطلاعات مربوط به مدل کسب و کار به عنوان یک مزیت رقابتی اعلام کرده و معتقدند که مزیت رقابتی شرکت ها یک موضوع حساس تجاری است و افشای آن ممکن است آینده و چشم انداز شرکت را دچار مخاطره کند. با این وجود، سرمایه گذاران معتقدند که شرکت ها می توانند از طریق اصل کفایت افشای^۱ اطلاعات، برای توانمند کردن آنان در جهت درک اینکه چه چیزهایی برای واحد تجاری متفاوت است، نسبت به متعادل کردن حساسیت تجاری خود اقدام کنند. آن ها معتقدند که ما به دنبال دریافت موضوعات محرمانه شرکت نیستیم و انتظار نداریم شرکت این مسائل را افشا کند (شورای گزارشگری مالی بریتانیا، ۲۰۱۶). از نظر سرمایه گذاران، لازمه بهبود گزارشگری مالی و اطلاعات مربوط، ارتباط و پایداری^۲ بین مدل کسب و کار و سایر اطلاعات مندرج در گزارش های سالیانه

^۱ Competitive Advantage

^۲ Sufficient Disclosure

^۳ Linkage and Consistency

است. آن‌ها معتقدند، محرک‌های کلیدی مدل‌های کسب‌وکار می‌توانند از طریق برقراری ارتباط ذاتی و محتوایی به صورت واضح و مبرهن در افشای اطلاعات مربوط به مدل کسب‌وکار واحد تجاری تشریح شود.

اکثر کشورها، درباره افشای مدل کسب‌وکار شرکت‌های خود تعهدی ندارند. بریتانیا یکی از معدود کشورهایی است که در آن شرکت‌ها براساس قوانین موجود ملزم هستند اطلاعات مربوط به مدل کسب‌وکار خود را در گزارش راهبردی افشا کنند. لذا، شرکت‌ها مدل‌های کسب‌وکار خود را با استفاده از انواع مختلفی از ابزارهای ارتباطی شرکت از قبیل: گزارش راهبردی همراه با گزارش سالانه، گزارش سرمایه معنوی (فکری) (IC)، گزارشگری یکپارچه (IR)، گزارش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (CSR)، نامه مدیریت، عرضه اولیه سهام (IPO) و وب سایت‌های شرکت، افشا می‌کنند.

بر اساس انتقادات صورت گرفته در خصوص بهبود صورت‌های مالی و به منظور توانایی و غلبه بر دستکاری گزارش‌های عملکردی، اقدامات خوبی صورت گرفته است (مارتن و ویگن هوفر^۳؛ ۲۰۱۰؛ لیزنرینگ و همکاران^۴؛ ۲۰۱۲). در نتیجه وقوع بحران مالی سال ۲۰۰۸، به نظر می‌رسد این بهبود و پیشرفت‌ها تغییر مسیر داده‌اند؛ برای مثال، پیشنهادهای هیئت تدوین استانداردهای حسابداری مالی ایالات متحده و هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری با هدف کمک به کاهش دستکاری^۵ به سمت بهای تاریخی و شناخت درآمد واقعی سوق پیدا کرده است (سینگلتون - گرین، ۲۰۱۰).

در ادبیات حسابداری مالی، افشای مدل کسب‌وکار با دو چالش مهم یعنی افشا و اندازه‌گیری در صورت‌های مالی روبه‌رو است. محققان حسابداری از مدل اندازه‌گیری مناسب^۶ صحبت می‌کنند (بهای تاریخی، بهای جایگزینی، ارزش منصفانه) و معتقدند واحدهای تجاری باید برای اندازه‌گیری دارایی‌های خود که از نظر ماهیت با دارایی‌های واحدهای تجاری دیگر یکسان و مشابه هستند، مدل کسب‌وکار خود را در انتخاب روش‌های مختلف اندازه‌گیری دخالت دهند (انجمن حسابداری خبره انگلستان و ولز، ۲۰۱۰). هم‌چنین، محققان حسابداری سطوح افشا در یادداشت‌های صورت‌های مالی را بررسی کرده‌اند و درباره اینکه چه اطلاعاتی می‌توانند با مدل کسب‌وکار واحد تجاری ارتباط مؤثری فراهم کنند، از جمله ترکیب مدل‌های کسب‌وکار و دارایی‌های نامشهود، به بحث پرداخته‌اند (لاسنی و همکاران، ۲۰۱۵). بنابراین، به منظور شناسایی الگوی حسابداری و افشای مناسب و مطلوب اطلاعات، محققان زیادی مفهوم مدل کسب‌وکار را مورد بررسی قرار داده‌اند (پنین، ۲۰۰۷^۷؛ بروآم، ۲۰۱۲^۸؛ لیزنرینگ و همکاران ۲۰۱۲^۹؛ پیچ، ۲۰۱۴^{۱۰}؛ سینگلتون - گرین، ۲۰۱۴^{۱۱}؛ حکمت و همکاران، ۲۰۲۰^{۱۲}؛ زانگ، ۲۰۲۰^{۱۳}؛ احمدی و همکاران، ۲۰۱۸^{۱۴}) و این روند هم‌چنان ادامه دارد.

۸. بحث و نتیجه‌گیری

گزارشگری مالی و افشای اطلاعات ابزار مهمی برای مدیریت انتقال اثربخش اطلاعات به ذی‌نفعان است (اعتمادی و همکاران، ۱۳۹۱). در ادبیات موجود، فرضیه‌ها و نظریه‌های متعددی در رابطه با افشای اطلاعات بیان شده و بارها به پیامدهای اقتصادی افشا و اثرات مثبت آن اشاره شده است (همان). اگر شرکت به لحاظ گزارشگری مالی خوشنام باشد و درباره فعالیت‌های خود اطلاعات بیشتری اعلام و افشا کند، توانایی بیشتری در جذب سرمایه خواهد داشت؛ زیرا اعتماد

^۱ Strategic Report

^۲ To Manipulate Performance Reports

^۳ Marton and Wagenhofer

^۴ Leisenring et al

^۵ Manipulation

^۶ Proper Measurement Model

^۷ Penman

^۸ Brougham

سرمایه‌گذاران را به خود جلب خواهد کرد (لانگ و همکاران،^۱ ۲۰۰۱). گزارشات قابل اتکا و به‌موقع سبب می‌شود که افراد بتوانند به‌درستی چشم‌اندازهای آتی شرکت را ارزیابی کنند.

نگرانی اصلی در گزارشگری یا روایی حسابداری^۲ این است که امروزه مشکلی به نام افشای اطلاعات تکراری و غیرضرور^۳ وجود دارد که معمولاً ویژگی‌های عمومی را بیان کرده و از زبان غیر اختصاصی استفاده می‌کنند. از این‌رو، انتقادهای شدیدی علیه افشاکری اطلاعات تکراری و غیرضرور وجود داشته و همین امر خود دلیلی است که برخی بر این باور باشند که توصیف مدل کسب‌وکار دیدگاه متفاوتی است که باعث بهبود گزارشگری مالی خواهد شد (پیچ، ۲۰۱۴). بنابراین محققان و افراد حرفه‌ای به دنبال ارائه اطلاعاتی هستند که بتواند اطلاعات مرتبط با راهبرد، حاکمیت، عملکرد و اثرات اجتماعی و زیست‌محیطی بر بخش‌های روایی گزارشگری مالی را با به‌صورت یکجا ارائه کند (یعنی همان گزارشگری یکپارچه^۴). چارچوب افشای اطلاعات در هر صنعت، با توجه به قوانین، ضوابط، دستورالعمل‌ها و سایر شرایط محیطی حاکم بر آن متفاوت است؛ به عبارت دیگر باید بین مدل کسب‌وکار واحد تجاری و شکل گزارشگری آن هماهنگی وجود داشته باشد (گروه مشورتی گزارشگری مالی اروپا^۵؛ ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴). سیستم حسابداری و گزارشگری مالی نه‌تنها باید منعکس‌کننده ترجیحات سرمایه‌گذاران شرکت باشد، بلکه باید بین استفاده‌های مختلف از سیستم حسابداری نیز توازن برقرار کند. به‌علاوه، هنگامی که نتوان تابع ترجیحات جامعه را تعیین کرد، انتخاب سیستم حسابداری به‌ناچار جزئی از یک فرایند سیاسی می‌شود (دمسکی^۶؛ ۱۹۷۳). پژوهش‌های اخیر نشان دادند که افشای داوطلبانه بیشتر، باعث افزایش ارزش شرکت و کاهش هزینه تأمین مالی می‌شود (آرنس و همکاران، ۲۰۰۹). هم‌چنین، اکثر مطالعات پیشین به این نتیجه رسیدند که افشای داوطلبانه بیشتر باعث کاهش نامتقارنی اطلاعاتی بین شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران می‌شود (دیاموند و ورچیا^۷؛ ۱۹۹۱: ۱۳۴۸). از این رو، افشای داوطلبانه اطلاعات (به‌خصوص اطلاعات مدل کسب‌وکار) می‌تواند به کاهش شکاف اطلاعاتی و بهبود اعتبار گزارشگری مالی (همان) و نیز درک نقش اطلاعات حسابداری در ارزش‌گذاری شرکت و تأمین مالی آن، کمک کند (کر^۸؛ ۲۰۰۴). همان‌طور که دیدیم، هیأت‌ها، کمیته‌ها و مراکز رسمی و معتبر در حوزه حسابداری در خصوص به‌کارگیری مدل کسب‌وکار مطالعات و تحقیقات کاملی را صورت داده‌اند که خود نشانی از با اهمیت بودن موضوع بوده و لذا، برنامه‌ریزی برای افشای اطلاعات مالی و غیرمالی شرکت‌ها بر اساس مفهوم مدل کسب‌وکار در سیستم‌های گزارشگری مالی و تدوین استانداردهای حسابداری با رویکرد مدل کسب‌وکار ضروری به نظر می‌رسد.

با توجه به اهمیت به‌کارگیری این مفهوم در استانداردهای حسابداری به‌خصوص استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۹ و تسری آن به سایر استانداردها در آینده‌ای نزدیک، در این مقاله سعی شد ضمن بیان و توصیف نقش و اهمیت این مفهوم، گزارشی از وضعیت موجود در به‌کارگیری آن در استانداردهای رایج حسابداری ارائه نموده و دیدگاه‌های صاحب‌نظران و سرمایه‌گذاران در افق پیش‌روی استانداردهای گزارشگری مالی بیان گردد. به‌نظر می‌رسد مفهوم مدل کسب‌وکار در روند اصلاحات استانداردهای حسابداری نقش مهمی ایفا خواهد نمود و از آنجاییکه هیئت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابداری استفاده از این مفهوم را به‌طور جد در دستور کار خود قرار داده است، لذا درک این مفهوم و اصلاح استانداردهای بومی کشورها به‌منظور همگرا نمودن استانداردها از اوجب واجبات است. بدیهی است کارگزاران امر از جمله سازمان حسابرسی که در سطح ملی مسئول تعیین استانداردهای حسابداری و حسابرسی می‌باشد و همچنین سازمان

^۱ Lang

^۲ Accounting Narratives

^۳ Boilerplate

^۴ Integrated Reporting (IR)

^۵ European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)

^۶ Demski

^۷ Diamond and Verrecchia

^۸ Core

بورس و اوراق بهادار که به عنوان یک مقام ناظر عمل می کند، دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی بایسته است که نقش اصلی خود را در این مورد به درستی ایفا نمایند.

منابع فارسی

۱. اعتمادی، حسین؛ حصارزاده، رضا؛ محمدآبادی، مهدی؛ بذرافشان، آمنه. (۱۳۹۱). افشاء و ارزش شرکت: شواهدی از بازار نوظهور ایران. مجله حسابداری مدیریت، شماره ۱۳، ۶۷-۷۷.
۲. پیوندی، محمود؛ بهرامی نسب، علی؛ شاهی، علی (۱۳۹۴). اهمیت و ماهیت استانداردهای بین المللی گزارشگری مالی و تأثیر آن بر کیفیت گزارشگری مالی و حسابداری. مجله حسابرس، شماره ۸۰، ۱۳۶-۱۴۱.
۳. رشیدی باغی، محسن (۱۳۹۷). نقش کیفیت گزارشگری مالی در تغییر اعتماد به نفس بیش از اندازه مدیران و حق الزحمه حسابرسی. دانش حسابرسی، شماره ۷۵، ۲۵۱-۲۲۹.
۴. قنبرزاده، مجتبی (۱۳۹۹). ارائه مدل گزارشگری مالی مبتنی بر الگوی کسب و کار. رساله منتشر نشده دکتری حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران-پردیس البرز.
۵. مهرانی، ساسان؛ مرادی، محمد؛ قنبرزاده، مجتبی. (۱۳۹۹). مدل گزارشگری مالی مبتنی بر مفهوم الگوی کسب و کار. مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، ۱۲(۴)، ۱۰۰۵-۹۷۶.

References

۱. Ahmadi, F., Rahimi, M., and Rezaei, A. (2020). Study of relation between business model and sensemaking decisions. *Journal of humanities insights*, 2(2), 99-108.
۲. Core, J. E. (2001). A review of the empirical disclosure literature: discussion. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1-3), 441-456.
۳. EFRAG. (2013). The role of the Business Model in Financial Statements. Research Paper. Available at: <https://www.efrag.org>.
۴. EFRAG. (2014). The role of the Business Model in Financial Statements. Research Paper. Available at: <https://www.efrag.org>.
۵. Financial Reporting Council (FRC). (2011). Cutting clutter. Combating clutter in annual reports. <http://www.frc.org.uk/Our-Work/Publications/FRC-Board/Cutting-Clutter-Combating-clutter-in-annual-report.aspx>. (accessed 21 September 2016).
۶. Gul, F.A., Khedmati, M., KiaYang Lim, E., and Navissi, F. (2018). Managerial Ability, Financial Distress, and Audit Fees. *Accounting Horizons*, 32(1), 29-51.
۷. Healy, P. M.M., Palepu, K. P. (2001). Information Asymmetry, Corporate Disclosure, and the Capital Markets: A Review of the Empirical Disclosure Literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(3). 405-440.
۸. ICAEW. (2009). Developments in new reporting models. London: Institute of Chartered Accountants in England and Wales.
۹. ICAEW. (2010). Business Models in Accounting: The Theory of the Firm and Financial Reporting. London: Institute of Chartered Accountants in England and Wales.
۱۰. International Accounting Standards Board (IASB). (2011). IAS(1) presentation of financial statements.
۱۱. International Accounting Standards Board (IASB). (2013). A review of the conceptual framework for financial reporting. Discussion paper DP/2013/1.
۱۲. Kujala, S., Arto, K., Aaltonen, P., Turkulainen, V. (2013). Business models in project-based firms—Towards a typology of solution-specific business models. *International Journal of Project Management*, 28(2), 96-106.

۱۳. Knežević, K., Pavlović, V. and Stevanović, S. (2017). Reporting on sustainable development: Characteristics, disadvantages and perspectives in the Republic of Serbia. *Poslovna ekonomija*, ۱۱(۱), ۸۳-۱۰۲.
۱۴. Lambert, R., Leuz, C. and Verrecchia, R. (2007). "Accounting information, disclosure, and the cost of capital". *Journal of Accounting Research*, Vol. 45, 385-420.
۱۵. Lambert, S. (2006). A Business Model Research Schema. *Proceedings of the 19th Bled eConference eValues*. Accenture Institute for Strategic Change, Working Paper, May 24, 1-15.
۱۶. Lang, M. H., Lins, K. V., Miller, D. P. (2001). ADRs, Analysts, and Accuracy: Does Cross Listing in the United States Improve a Firm's Information Environment and Increase Market Value? *Journal of Accounting Research*, 41(2), 317-345.
۱۷. Lassini, U., Lionzo, A., and Rossignoli, F. (2016). Does business model affect accounting choices? An empirical analysis of European listed companies. *Journal of Management & Governance*, 20(2), 229-260.
۱۸. Leisenring, J., Linsmeier, T., Schipper, K., & Trott, E. (2012). Business-Model (intent)-Based Accounting. *Accounting and Business Research*, No.42, 329-344.
۱۹. Laux, C and Leuz, C. (2009). The Crisis of Fair-Value Accounting: Making Sense of the Recent Debate. *Accounting Organizations and Society*, 34(6-7), 826-834.
۲۰. Michalak, J., Rimmel, G., Beusch, P. and Jonäll, K. (2017). Business Model Disclosures in Corporate Reports, *Journal of Business Models*, 5(1), 51-73.
۲۱. Orens, R., Aerts, W., Lybaert, N. (2009). Intellectual capital disclosure, cost of finance and firm value. *Management Decision*, 47(10), 1536-54.
۲۲. Palea, V. (2013). IAS/IFRS and Financial Reporting Quality: Lessons from the European experience, *China Journal of Accounting Research*, 6(4), 247-263.
۲۳. Page, M. (2014). Business models as a basis for regulation of financial reporting. *Journal of Management & Governance*, 18(3), 683-695.
۲۴. Thomson, I. (2015). But does sustainability need capitalism or an integrated report? A commentary on The International Integrated Reporting Council. A story of failure, *Critical Perspectives on Accounting*, No.27, 18-22.
۲۵. Zhuang, Y. (2020). Research on the impact of business model innovation on financial accounting: Reform in the information age. *3rd international workshop on advances in social sciences*, 192-196.
۲۶. Zott, C. and Amit, R. (2010). Business Model Design: An Activity System Perspective. *Long Range Planning*, 43(2-3), 216-226.