



## Policymaking in Corporate Reporting in Iran: A Scenario Analysis and Robust Planning Approach

Morteza Adlzadeh 

Assistant Professor, Department of Accounting,  
Faculty of Management and Accounting, Shahid  
Beheshti University, Tehran, Iran

### Abstract

The complexities and continuous changes in the business environment have raised significant doubts about the ability of corporate reporting systems to meet stakeholders' needs. Additionally, the unique characteristics of Iran's economic environment necessitate careful consideration of the forces shaping the future of corporate reporting and appropriate policymaking by stakeholders. This research evaluates the policy options using a mixed-method approach, employing scenario analysis for corporate reporting in Iran. In the first stage, semi-structured interviews with experts and a fuzzy Delphi survey were conducted to identify the drivers affecting the future of corporate reporting in Iran. Next, using the Schwartz model, the importance and uncertainty of the key drivers were determined. The findings revealed that the three most critical and uncertain drivers are "increasing the connection with the global economy," "privatization of property," and "credit-oriented financial system". In the final stage, corporate reporting issues were categorized into five groups, and ten action options were developed. Robust planning analysis indicated that the optimal policy option includes expanding the target audience, prioritizing public interests, recognizing intangible assets, moving toward international standards, and advancing non-financial reporting with updated requirements. The results of this research offer valuable

– Corresponding Author: m\_adlzadeh@sbu.ac.ir

**How to Cite:** Adlzadeh, M. (2024). Policymaking in Corporate Reporting in Iran: A Scenario Analysis and Robust Planning Approach, *Empirical Studies in Financial Accounting*, 21(83), 77-120. DOI: 10.22054/qjma.2024.80329.2583

applications and recommendations for policymakers and stakeholders in corporate reporting.

**Keywords:** Corporate Reporting, Policymaking, Robust Planning, Scenario Analysis.

### **1. Introduction**

Corporate reporting plays an essential role in the effective functioning of the global economy and significantly contributes to shaping our understanding of the current and future drivers of value creation in business and the financial sector. It is constantly evolving to meet the demands of a diverse and expanding range of users, with ongoing efforts to adapt reporting procedures to the continuous changes in the regulatory and business environment. Policymakers and various stakeholders in corporate reporting must develop innovative approaches for forecasting and policymaking, considering future developments in the field. In this context, there is a growing demand for increased transparency and improved reporting mechanisms. Consequently, professional and academic authorities, standard-setting organizations, regulatory bodies, and other interested parties have begun conducting studies, proposing solutions, and establishing requirements to improve the corporate reporting system. Legislative institutions and standard-setting organizations have consistently aimed to provide standards and recommendations through an evolutionary process to enhance reporting and address the information needs of investors in resource allocation. Thus, The formulation of appropriate policies to accommodate changes in the corporate reporting system is critical. Corporate reporting requires well-informed decisions by policymakers to address these challenges. Based on this need, the main research questions of this study are as follows:

1. What are the main scenarios for the possible future of corporate reporting in Iran's economic environment?
2. According to different scenarios, what should be the appropriate policies for corporate reporting stakeholders?

### **2. Methodology**

This study is applied research, employing a mixed methodology to achieve its objectives. Semi-structured interviews were conducted following the approach outlined by Kvale and Brinkman (2009) to

identify the driving forces shaping the future of corporate reporting. Thematic analysis was used to analyze the interview data. For the qualitative analysis, appropriate methods aligned with Creswell (2008) approach were employed. In the second step, fuzzy Delphi analysis was conducted to reach a consensus on the identified drivers. Subsequently, to assess the level of importance and uncertainty, a questionnaire containing the list of consensus drivers was distributed to the experts who participated in the earlier stages of the research. The expert panel method was used to identify policy issues in corporate reporting, and corresponding action options were developed for each issue. The evaluation of these policy options was then carried out using a questionnaire tool based on expert opinions. The results from the questionnaire analysis were processed using MATLAB software, incorporating the development of a fuzzy inference system.

### **3. Results**

During the exploratory interview phase with experts, 37 effective drivers of corporate reporting were identified. After two stages of fuzzy Delphi implementation, a total of 18 drivers were approved and agreed upon by the experts. These agreed-on drivers served as the foundation for developing scenarios based on the Schwartz model (1991). Among these, three drivers of "entering the global economic arena with the removal of sanctions," "privatization of ownership," and "changing the collateral-based financing system to a credit-based system" were identified as having both high importance and high uncertainty, making them the primary basis for developing distinct corporate reporting scenarios. Considering that three drivers are the basis for designing the scenarios. Given that each of these three drivers can exist in two possible states, a total of eight scenarios were designed. Five main corporate reporting challenges were identified to evaluate policy options, and ten action options were developed. Finally, based on the analysis of policy option evaluation using robust planning criteria, the best policy option was determined.

### **4. Conclusion**

The evaluation of different scenarios indicates that scenario number 1, characterized by increased linkage with the global economy, privatization of ownership, and credit-oriented financing, is a favorable scenario for corporate reporting. In this scenario, there is a

more suitable platform, greater demand, and an improved environment for the development and advancement of corporate reporting. However, it is important to note that this scenario also raises expectations for corporate reporting. If these expectations are not adequately addressed, stakeholders may increasingly rely on alternative information mechanisms. Based on the analysis of policy options evaluated using robust planning criteria, the best policy option was identified. This option includes expanding the target audience group, prioritizing public interests, increasing recognition of intangible assets, adopting international standards, and advancing non-financial reporting types with new requirements. This policy option demonstrates appropriate and acceptable performance across different scenarios, making it the most suitable choice for corporate reporting.



## سیاست گذاری در گزارشگری شرکتی ایران: رویکرد تحلیل سناریو و برنامه ریزی پابرجا

استادیار، گروه حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

مرتضی عدلزاده \* ID

### چکیده

پیچیدگی‌ها و تغییرات مستمر در محیط کسب و کارها، تردیدهای عمده‌ای در خصوص تأمین نیازهای ذینفعان از طرف نظام گزارشگری شرکتی ایجاد کرده است. علاوه بر این، ویژگی‌های خاص محیط اقتصادی ایران، توجه ویژه به نیروهای شکل‌دهنده آینده گزارشگری در این محیط و سیاست گذاری مناسب از سوی ذینفعان را ضروری می‌سازد. این پژوهش به سناریوپردازی گزارشگری شرکتی در ایران و ارزیابی گزینه‌های سیاست گذاری با بهره‌گیری از روش پژوهش آمیخته پرداخته است. بدین منظور در مرحله نخست برای شناسایی پیشران‌های مؤثر بر آینده گزارشگری شرکتی در ایران از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان و پیمایش دلفی فازی استفاده شد. در مرحله بعدی مطابق با مدل شوارتز، اهمیت و عدم قطعیت پیشران‌های کلیدی پژوهش مشخص شد. نتایج حاصله نشان داد سه پیشران «افزایش پیوند با اقتصاد جهانی»، «خصوصی‌سازی مالکیت» و «نظام مالی اعتبار محور»، دارای بیشترین سطح اهمیت و عدم قطعیت توأمان بوده و لذا مبنای طراحی سناریوهای آینده گزارشگری شرکتی قرار گرفتند و ۸ سناریوی محتمل گزارشگری شرکتی تدوین گردید. در مرحله نهایی مسائل گزارشگری شرکتی در ۵ دسته تقسیم‌بندی شده و ۱۰ گزینه اقدام توسعه یافت. مطابق با رویکرد برنامه‌ریزی پابرجا، گزینه اول سیاست گذاری بر اساس هر ۵ معیار برنامه‌ریزی پابرجا، گزینه سیاست گذاری مشتمل بر افزایش گروه مخاطبان هدف، اولویت‌دهی بیشتر به منافع عمومی، شناخت بیشتر دارایی‌های نامشهود، حرکت به سمت پذیرش استانداردهای بین‌المللی و توسعه انواع گزارشگری غیرمالی با الزامات جدید است. نتایج این پژوهش ضمن تعمیق شناخت نسبت به نیروهای مؤثر بر آینده گزارشگری شرکتی، دارای دیدگاه‌ها و توصیه‌هایی برای سیاست‌گذاران و گروه‌های ذینفع در گزارشگری شرکتی است.

کلیدواژه‌ها: گزارشگری شرکتی، سیاست‌گذاری، سناریوپردازی، برنامه‌ریزی پابرجا.

\* نویسنده مسئول: m\_adlzadeh@sbu.ac.ir

## مقدمه

گزارشگری شرکتی نقشی ضروری در کارکرد اثربخش اقتصاد جهانی ایفا می‌کند و سهم با اهمیتی در شکل‌گیری درک ما نسبت به محرک‌های فعلی و آتی ارزش‌آفرینی در کسب‌وکار و بخش مالی دارد. لیکن عوامل فشار بیرونی، ضرورت بررسی مجدد مدل فعلی گزارشگری شرکتی را سبب شده‌اند (CIMA & PWC, 2016). به سبب نقش انکارناپذیر اطلاعات در بازار سرمایه، برخی آن را گران‌ترین دارایی در بورس می‌دانند و مبنای تصمیم‌گیری فعالان بازار است؛ از این رو، به موقع، مربوط، کامل و فهم‌پذیر بودن اطلاعات برای بهره‌گیری مناسب از آن ضروری می‌باشد (حسینی و شفیع‌زاده، ۱۳۹۸). موسسه حسابرسی KPMG در پژوهش خود در سال ۲۰۱۳، گزارشگری شرکتی خوب و با کیفیت را یک عامل بسیار اساسی در احیای اعتماد ازدست‌رفته سرمایه‌گذاران می‌داند. انجمن حسابداران مدیریت خبره و موسسه پرایس واترهاوس کوپرز در مطالعه مشترک خود در سال ۲۰۱۶ اظهار می‌دارند که درک محرک‌های ارزش‌آفرینی در کسب‌وکار در گرو گزارشگری شرکتی مناسبی است. علیرغم اهمیت گزارشگری شرکتی، ادبیات گسترده‌ای چه در حوزه آکادمیک و چه در مراجع حرفه‌ای در خصوص کاستی‌ها و عدم کفایت گزارشگری شرکتی سنتی و ضرورت تغییر و تجدیدنظر در آن شکل گرفته است (et al., 2011; Cohen et al., 2012 Adams). ذینفعان گزارشگری شرکتی، خواستار افزایش اطلاعات کیفی می‌باشند که بینش آن‌ها را نسبت به راهبری، استراتژی و چشم‌انداز سازمان عمیق‌تر سازد (IIIRC, 2013). فدراسیون حسابداران اروپا (۲۰۱۵) در مطالعه خود تأکید دارد گزارشگری شرکتی در حال حاضر صرفاً بر تأمین‌کنندگان سرمایه شامل سهامداران، اعتباردهندگان و سایر بستانکاران تمرکز دارد و احتمالاً به همین خاطر در تشخیص حقیقت گسترش مخاطبان ذینفع، ناکام مانده است.

اگرچه گزارشگری شرکتی موضوعی جهانی محسوب می‌گردد، لیکن تفاوت‌های نهادی منجر به ایجاد سطوح و شکل‌های متفاوت گزارشگری می‌گردد. در این زمینه لئوز (۲۰۱۰) با اشاره به تأثیر تفاوت‌های نهادی و نظارتی کشورها در تنظیم‌گری و

مقررات گذاری گزارشگری شرکتی، نتیجه گیری می نماید که علیرغم تلاش برای هماهنگ سازی استانداردهای گزارشگری شرکتی، همگرایی در سطح جهانی دور از انتظار است. بر این اساس همان گونه که توجه به توجه به آینده گزارشگری شرکتی در سطح جهانی مورد توجه قرار گرفته است، توجه به نیروهای شکل دهنده آینده گزارشگری شرکتی در محیط اقتصادی ایران نیز ضروری است. بدین ترتیب تصمیم گیران، سیاست گذاران و ذینفعان مختلف در عرصه گزارشگری شرکتی در ایران، نیازمند توسعه رهیافت های جدید پیش بینی و سیاست گذاری در گزارشگری شرکتی با توجه به تحولات آینده هستند.

در همین راستا و با توجه به ضرورت شناسایی سناریوهای احتمالی پیش روی گزارشگری شرکتی در ایران و ارزیابی گزینه های سیاست گذاری در این حوزه، این پژوهش به سناریوپردازی نظام گزارشگری شرکتی از طریق مدل شوارتز و توسعه و ارزیابی گزینه های سیاست گذاری با رویکرد برنامه ریزی پابرجا پرداخته است. این مقاله نخستین پژوهش با رویکرد سناریوپردازی و تطابق گزینه های سیاست گذاری با سناریوهای احتمالی آینده گزارشگری شرکتی می باشد. همچنین این رویکرد برای ارزیابی گزینه های سیاست گذاری، دارای نوآوری در پژوهش های حوزه حسابداری بوده و می تواند در سایر موضوعات مرتبط با مسائل حسابداری و حسابرسی کشور مورد استفاده قرار گیرد. نتایج این پژوهش می تواند به شناخت بهتر در مورد سناریوهای سیستم گزارشگری شرکتی منتهی گردیده و سیاست گذاران را در تصمیم گیری بهتر و آگاهانه تر را یاری دهد. نتایج این پژوهش با شناسایی نیروها و عوامل کلیدی پیشران در گزارشگری شرکتی، ۸ سناریوی اصلی آینده گزارشگری شرکتی را شناسایی کرده و با تبیین مسائل سیاست گذاری و گزینه های اقدام در این خصوص، استراتژی دارای بیشترین پایداری در سناریوهای مختلف را تبیین نموده است. نتایج پژوهش نشان می دهد توجه به سیاست هایی نظیر گسترش مخاطبان گزارشگری شرکتی، توجه به منافع عمومی در گزارشگری شرکتی، تسهیل شناخت بیشتر دارایی های نامشهود، پذیرش استانداردهای بین المللی گزارشگری مالی و ایجاد الزامات جدید در توسعه گزارشگری غیرمالی می تواند در سناریوهای مختلف آینده

نتایج مناسب‌تری داشته باشد. در ادامه به تبیین مسئله پژوهش و پیشینه آن پرداخته شده، سپس روش‌شناسی پژوهش تبیین گردیده و پس از آن یافته‌های حاصل از اجرای پژوهش توضیح داده شده است. در نهایت نیز بحث و نتیجه‌گیری در خصوص یافته‌های پژوهش صورت پذیرفته است.

### بیان مسئله

توسعه حسابداری در طول تاریخ متأثر از مدرنیسم بوده و با تأثیرگذاری مدرنیسم بر اقتصاد و جامعه عمدتاً از رهگذر توسعه نظام سرمایه‌داری و بازار سرمایه بوده است (آراد و همکاران، ۱۳۹۸). روش‌های حسابداری نیز به تناسب تغییرات مذکور دچار تحول و دگرگونی شده‌اند (باباجانی و عدل‌زاده، ۱۳۹۹). کروثر (۲۰۱۲) تحولات گزارشگری شرکت را تحت تأثیر یک جریان دیالکتیکی بین سازمان و محیط می‌داند و اظهار می‌دارد گزارشگری شرکتی تا قبل از دهه ۱۹۴۰ شرکتی به‌مثابه یک جریان ساده داخلی درون سازمان برای ارتباط بین مدیران و مالکان کسب‌وکار تلقی می‌شده است. از ۱۹۴۰ تا ۱۹۷۵ تحت تأثیر اهمیت محیط بیرونی و نیاز به جذب سرمایه‌گذاری خارجی، جهت‌گیری گزارشگری از توجه صرف به سرمایه‌گذاران فعلی به سرمایه‌گذاران بالقوه نیز تغییر یافت. در نتیجه بخشی از اهداف گزارشگری شرکتی در این دوره، جذب افراد بیشتر در قالب سرمایه‌گذاران بود. از سال ۱۹۷۵ تا ۲۰۰۰ تأکید بر ارائه چشم‌انداز آتی کسب‌وکار، از اهمیت بیشتری نسبت به عملکرد گذشته برخوردار شد و در نتیجه گزارش‌ها از ماهیت آینده‌نگرانه بیشتری برخوردار شدند. همچنین در گزارش‌های این دوره حقوق سایر ذینفعان مورد تأیید قرار گرفته و مفهوم شهروند شرکتی مورد تأکید قرار گرفت. این مفهوم بر رابطه متوازن با ذینفعان و تأمین منافع کارکنان، جامعه، مشتریان و جامعه محلی استوار بود.

در طول دو دهه اخیر گزارشگری شرکتی تغییرات و تحولات مستمری از ابعاد گوناگون اعم از محتوا، ابزارهای گزارشگری، مخاطبان هدف، انواع گزارش، طراحی و ... داشته است و روندهای نوظهور مؤثر بر گزارشگری شرکتی، به‌طور مستمر در حال



تحول و شکل‌گیری می‌باشند. به‌طور خلاصه می‌توان به تحولاتی از قبیل افزایش ذینفعان گزارشگری شرکتی، افزایش پاسخ‌خواهی و تقاضا برای اطلاعات، افزایش اهمیت مسائل محیطی و اجتماعی، توسعه استفاده از فناوری کلان‌داده‌ها، توسعه هوشمندی کسب‌وکار، توسعه به‌کارگیری سیستم‌های یکپارچه، توسعه شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های ارتباطی، افزایش حجم و پیچیدگی قوانین و مقررات، مدل‌های جدید کسب‌وکار (۲۰۱۲)، ACCA (IMA &) و ... اشاره نمود. از این رو، گزارشگری شرکتی به‌منظور تأمین تقاضاهای طیف متنوع و رو به گسترش استفاده‌کنندگان در حال تحول دائمی بوده و تلاش شده است تا رویه‌های گزارشگری با تغییرات مستمر محیط مقرراتی و کسب‌وکار تطبیق یابند (ICAEW, 2017).

موسسه حسابرسی KPMG بر نقش مؤثر گزارشگری شرکتی در احیای اعتماد از دست‌رفته تأکید می‌کند و تقاضای ذینفعان برای شفافیت بیشتر پیرامون استراتژی‌ها، مدل‌های کسب‌وکار، ریسک و چشم‌انداز تجاری شرکت‌ها را برجسته می‌سازد (KPMG, 2013). تقاضا برای اطلاعات شرکتی را می‌توان از منظر مشروعیت، نظریه ذینفعان و پاسخگویی در نظر گرفت. گروه‌های ذینفع معمولاً اهداف متفاوتی در راستای کسب اطلاعات شرکت دارند (ایوانی و همکاران، ۱۴۰۲). در این شرایط تقاضای فزاینده‌ای برای افزایش شفافیت و بهبود مکانیزم‌های گزارشگری وجود دارد و از این رو مراجع حرفه‌ای و دانشگاهی، مراجع استاندارد‌گذار، نهادهای تنظیم‌گر و سایر گروه‌های ذینفع در گزارشگری شرکتی دست به انجام مطالعات، ارائه راهکار، الزامات و موارد مشابه زده‌اند تا موجب بهبود نظام گزارشگری شرکتی شوند. در این خصوص نهادهای قانون‌گذار و سازمان‌های تدوین‌کننده استاندارد همواره در یک فرآیند تکاملی سعی بر ارائه استانداردها و توصیه‌هایی برای بهبود گزارشگری و رفع نیازهای اطلاعاتی سرمایه‌گذاران در امر تخصیص منابعشان داشته‌اند (دوانی‌پور و همکاران، ۱۴۰۰). از این رو سیاست‌گذاری مناسب برای تغییرات در نظام گزارشگری شرکتی از اهمیت بالایی برخوردار است.

از سوی دیگر باید بیان داشت که به‌طور کلی در هنگام طرح یک جهت‌گیری استراتژیک

و تعیین اولویت‌هایی که هدایت‌گر استراتژی و تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران خواهد بود، کمتر تکنیکی به قدرت و استحکام طرح‌ریزی سناریو است. سناریوها در واقع دیدگاه‌هایی در مورد رخدادهای بالقوه و پیامدهای آن‌ها هستند و بافتی ایجاد می‌کنند که در آن سیاست‌گذاران امکان تصمیم‌گیری بهتر و آگاهانه‌تر را خواهند داشت (Godet & Durance, 2011). مایکل پورتر در کتاب خود با عنوان مزیت رقابتی بیان می‌دارد که سناریو پیشگویی نیست بلکه یک نگرش پایدار درونی به آینده احتمالی است. سناریو یکی از پیامدهای احتمالی آینده است. اولین مزیت تحلیل سناریو در خصوص آینده گزارشگری شرکتی درک بهتر شکل تغییرات سیستم گزارشگری شرکتی است. طراحی سناریو باعث درکی بهتر از شیوه تأثیرگذاری متقابل عوامل مؤثر بر سیستم گزارشگری شرکتی می‌شود و می‌تواند پیوند میان عوامل ظاهراً غیرمرتبط را به خوبی نشان دهد و از آن مهم‌تر دیدگاه بهتری در مورد نیروهای شکل‌دهنده به آینده سیستم گزارشگری شرکتی را ارائه کند. مزیت دیگر تحلیل سناریو در خصوص آینده سیستم گزارشگری شرکتی، دعوت به کنشگری در فرآیند طراحی استراتژی توسط سیاست‌گذاران است. طراحی سناریو به باز شدن فضا برای ایده‌ها، طرح‌ها و دیدگاه‌ها در بافتی گسترده‌تر کمک می‌کند (Godet & Durance, 2011). همچنین سناریوها محرک خلاقیت و نوآوری می‌باشند. این سناریوها به گروه‌های مختلف ذینفع در سیستم گزارشگری شرکتی اجازه می‌دهد درک مناسبی از محیط خود داشته باشند، دانش را به اشتراک بگذارند، آینده را در نظر بگیرند و گزینه‌های استراتژیک خود را ارزیابی کنند. بدین ترتیب این پژوهش به دنبال توسعه انتخاب‌های استراتژیک بر اساس بصیرت‌های به دست آمده از سناریوها است. در این پژوهش با توجه به سناریوهای اصلی شناسایی شده، یک استراتژی پابرجا که قابل دوام در برابر هر سناریویی بوده و آسیب‌پذیری کمتری در برابر رخدادهای بیرونی و مشکلات درونی داشته باشد، توسعه خواهد یافت. استراتژی پابرجا پاسخ محافظه‌کارانه به محیطی است که به صورت ماندگار و ذاتی غیرقابل پیش‌بینی بوده و تأسّف نسبتاً کوچکی را در گستره وسیعی از حالات مختلف محیطی ایجاد می‌کند فلذا این استراتژی آسیب‌پذیری کمتری در برابر رخدادهای بیرونی و درونی دارد، تکامل‌یابنده است و سبدي از اقدامات جانبی را به همراه دارد. استراتژی پابرجا می‌تواند در محیط‌های متنوع کامیاب باشد و در صورت مقایسه با استراتژی‌های دیگر، در تعداد زیادی از آینده‌های ممکن عملکرد مناسبی دارد. استراتژی پابرجا الزاماً در

تمامی آینده‌های ممکن بهینه نیست (Adair, 2006). بر این اساس مسئله اصلی این پژوهش آن است که «چگونه با رویکرد آینده‌پژوهی، می‌توان چارچوبی از سناریوهای آینده سیستم گزارشگری شرکتی در محیط اقتصادی ایران را طراحی نمود تا بر مبنای آن، سیاست گذاری لازم و استراتژی پابرجای گزارشگری شرکتی توسعه یابد؟».

### مبانی نظری پژوهش

گزارشگری شرکتی به‌عنوان مکانیزم‌های ارتباطی شرکت و ذینفعان تعریف شده است. گزارشگری شرکتی را می‌توان در چارچوب گسترده‌تر مفهوم «ارتباطات شرکتی»<sup>۱</sup> مورد بررسی قرار داد. در واقع گزارشگری شرکتی بخشی از چارچوب گسترده ارتباطات شرکتی می‌باشد. این باور رایج در دنیای مدیریت وجود دارد که در جامعه امروز، موفقیت آتی هر شرکتی به‌طور کلیدی وابسته به دیدگاه و تصویری است که ذینفعان کلیدی آن نظیر سهامداران و سرمایه‌گذاران، مشتریان و مصرف‌کنندگان، کارکنان و اعضای جامعه‌ای که شرکت در آن به فعالیت می‌پردازد از آن دارند. جهانی‌سازی، رسوایی‌های شرکتی و بحران‌های مالی اخیر، باعث مستحکم‌تر شدن این باور، بیش از هر زمان دیگری شده است. امروزه مدیران عامل و مدیران ارشد بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌های چندملیتی، حفاظت از اعتبار شرکت خود را بسیار حیاتی دانسته و آن را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اهداف راهبردی خود می‌شناسند (PWC, 2015). بر این اساس، ایجاد، تداوم و حفاظت از اعتبار شرکت، وظیفه اصلی ارتباطات شرکتی می‌باشد.

تا دهه ۱۹۷۰، اغلب از اصطلاح «روابط عمومی» برای توصیف ارتباطات با ذینفعان استفاده می‌شد. کارکرد این روابط عمومی، اغلب به ارتباطات با رسانه‌ها بازمی‌گشت. زمانی که سایر ذینفعان، در داخل و خارج از شرکت، شروع به تقاضای اطلاعات بیشتر از شرکت نمودند، ارتباطات شرکتی به‌عنوان موضوعی فراتر از روابط عمومی صرف مطرح گردید. این امر ریشه نگاه جدید به کارکرد ارتباطات شرکتی بود. این کارکرد جدید،

کلیه سطوح و لایه‌های سازمان، شامل طراحی شرکت، تبلیغات، ارتباطات داخلی با کارکنان، مدیریت بحران و مسائل خاص، روابط رسانه‌ای و ارتباطات و امور عمومی را تحت تأثیر قرار داد (Argenti, 1996). مهم‌ترین ویژگی این کارکرد جدید، تمرکز بر سازمان به‌عنوان یک مجموعه کلی یکپارچه بود و مهم‌ترین وظیفه آن تعیین چگونگی ارائه سازمان به ذینفعان داخلی و خارجی انگاشته می‌شد.

ونریل ارتباطات شرکتی را به‌عنوان «ابزار مدیریتی که با استفاده از آن تمام اشکال ارتباطات داخلی و خارجی که به‌طور آگاهانه مورد استفاده قرار می‌گیرد، به‌طور مؤثر و کارآمد با تناسب ممکن هماهنگ می‌شوند» تعریف می‌کند و هدف اصلی آن را ایجاد یک پایه مطلوب برای روابط با گروه‌هایی می‌داند که شرکت به آن‌ها وابسته است می‌داند (VanRiel, 1995). این تعریف از ارتباطات شرکتی، به این شکل، به‌وضوح آن را با کلیه سطوح فعالیت‌های سازمان نظیر برنامه‌ریزی، هماهنگی، مشاوره به مدیرعامل و مدیران ارشد اجرایی، و همچنین فعالیت‌هایی نظیر تولید و توزیع محتوا و ارائه پیام مربوط به ذینفعان مرتبط می‌داند. از نظر گوودمن ارتباطات شرکتی اصطلاحی است که برای توصیف انواع وظایف مدیریت راهبردی مورد استفاده قرار می‌گیرد. بسته به سازمان، ارتباطات شرکتی می‌تواند شامل: روابط عمومی، روابط بحران، روابط جامعه، روابط رسانه‌ای، روابط با سرمایه‌گذاران، روابط با کارکنان، روابط با دولت، روابط بازاریابی، روابط مدیریت، برندسازی شرکت و تصویرسازی و تبلیغات باشد (Goodman, 2004).

از سوی دیگر ارتباطات شرکتی در بازار سرمایه از اهمیتی ویژه برخوردار است. فرآیندهای ارتباطی در بازار سرمایه که به‌عنوان جریان اطلاعاتی مشخص می‌گردد، بنا بر تعبیر بارکر (۱۹۹۸) ساختاری سه‌جانبه می‌باشد. ساختار سه‌جانبه به معنای آن است که سه گروه مشخص کلیدی، در محور جریان اطلاعات درگیر می‌باشند: «تیم مدیریتی»، «تحلیل‌گران مالی» و «سرمایه‌گذاران». در این جریان اطلاعاتی، مدیران عرضه‌کننده اطلاعاتی مالی بوده، سرمایه‌گذاران از این اطلاعات استفاده می‌کنند و تحلیل‌گران به‌عنوان واسطه اطلاعاتی بین تیم مدیریتی و سرمایه‌گذاران عمل می‌کنند. در چنین شرایطی،

تحلیل گران، مبادله اطلاعات قال اتکا بین تیم مدیریتی و سرمایه گذاران را تسهیل نموده و نقش مهمی در کاهش مسئله عدم تقارن اطلاعاتی سازمان ایفا می کنند ( Healy & Palepu, 2001). بررسی فرآیندهای ارتباطی بین تیم مدیریتی و تحلیل گران مالی در بازار سرمایه، دارای اهمیت می باشد. علاوه بر زمان و سرمایه مصرفی در شرکت ها برای این فرآیندهای ارتباطی، تیم مدیریتی نیازمند اتخاذ یک راهبرد روشن در خصوص شیوه ارتباطی و تعیین محدوده اطلاعاتی مورد نظر می باشد. افزایش درک ما نسبت به شیوه واقعی کارکرد فرآیندهای ارتباطات شرکتی، برای معلوم شدن ظرفیت واقعی آن جهت کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و در نتیجه تسهیم بهینه منابع در بازار سرمایه ضروری می باشد. هالند (۱۹۹۷) چنین نتیجه گیری نمود که افشای داوطلبانه اطلاعات خصوصی بین مدیریت و تحلیل گران متداول و شایع بوده و هر دو طرف، آن را به عنوان ارتقای فرآیندهای ارتباطی همراه با کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در نظر می گیرند. بارکر (۱۹۹۸) دریافت که تحلیل گران خود را دارای ارزش افزوده، از طریق مهارت تفسیر، تلقی می نمایند. در نتیجه، ارتباط بین مدیریت و تحلیل گران مالی، برای کل فرآیندهای اطلاعاتی در بازار سرمایه سودمند می باشد. هیلی و پالپو (۲۰۰۱) این بحث را مطرح نمودند که این تقاضا برای تحلیل گران مالی وجود دارد که در فرآیند تولید اطلاعات خصوصی مشارکت داشته باشند.

بیش از سه دهه از مقاله آرنولد و مویزر (۱۹۸۴) در خصوص تحلیل جامع فرآیند ارتباطات شرکتی از منظر استفاده کنندگان می گذرد. از آن زمان تا کنون، تغییرات زیادی به وقوع پیوسته و شرایط ارتباطات شرکتی را به طور کامل دگرگون ساخته است. جهانی سازی افزایش یافته و توجه زیادی به جهان شرکت ها معطوف شده است. در دهه گذشته همچنین شاهد افزایش مالکیت سهام در بین عموم مردم، هم از طریق پس اندازهای بازنشستگی و هم پس اندازهای عمومی، بوده ایم که منجر به گسترش دامنه افراد سرمایه گذار، چه مستقیم و چه غیر مستقیم، در بازار سرمایه شده است. این امر منجر به گسترده تر شدن مخاطبان و در نتیجه تقاضای بیشتر برای افشای اطلاعات شرکتی شده است

(Ihator, 2004). در نتیجه شرکت‌ها با تصدیق اهمیت برقراری روابط مناسب با مالکان فعلی و بالقوه، سرمایه‌گذاری سنگینی در نظام‌های روابط خود با سرمایه‌گذاران نموده‌اند (ICCO, 1999). بر این اساس گوودمن (۲۰۰۶) تأکید دارد که فرصت شرکت‌ها برای موفقیت، بستگی به سرعت آن‌ها در پذیرش ابزارها و فناوری‌های جدید ارتباطی دارد. ابزارهای الکترونیکی ارتباطی جدید، منجر به افزایش قابلیت دسترسی به اطلاعات شده و می‌توانند تناوب ارتباطات بین مدیریت و تحلیل‌گران مالی را تغییر دهند.

امروزه شرکت‌ها بیش از هر زمان دیگری، در فعالیت‌های ارتباطی خود با بازار سرمایه، سرمایه‌گذاری نموده‌اند. ونور کیوم و آرتس (۲۰۰۸) از ارتباطات شرکتی به‌عنوان نقطه عطف راهبردهای عملیاتی شرکت‌ها یاد نمودند و گوودمن (۲۰۰۶) آن را به‌عنوان بنیانی برای موفقیت شرکت ذکر می‌کند. ارتباطات شرکتی، نه تنها برای موفقیت شرکت ضروری می‌باشند، بلکه مهم‌ترین مسئله کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و در نتیجه حفظ تسهیم بهینه منابع از این طریق می‌باشد (Yang et al., 2008). این عقیده بر پایه این تصور تئوریک استوار است که افزایش افشای شرکت، منجر به کاهش ریسک برآوردی و هزینه معاملات (Diamond & Verrecchia, 1991)، کاهش هزینه سرمایه هم از طریق حقوق مالکانه (Botosan & Plumlee, 2002) و هم از طریق بدهی (Sengupta, 1998)، کاهش شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش (Petersen & Plenborg, 2003) و افزایش نقدشوندگی سهام (Healy et al., 1999) می‌گردد. همگی این موارد در مجموع منجر به افزایش کارایی تسهیم منابع می‌گردند. بر این اساس ارتباط بین مدیران و بازیگران بازار سرمایه که استفاده‌کنندگان حرفه‌ای اطلاعات شرکت می‌باشند، برای تسهیم بهینه منابع ضروری است. بر این اساس گزارشگری شرکتی در چارچوب گسترده ارتباطات شرکتی قابل تحلیل است و اهمیت آن مشخص می‌شود. گزارشگری شرکتی در شرایط فعلی بر فراهم‌کنندگان سرمایه شامل سهامداران، اعتباردهندگان و سایر بستانکاران تمرکز نموده و در نتیجه بیشتر با گزارشگری مالی مرتبط می‌باشد؛ و شاید به همین دلیل در تشخیص حقیقت گسترش مخاطبان ذینفع، با شکست مواجه شده است. هرگونه توسعه و پیشرفتی در

گزارشگری شرکتی باید به گونه‌ای طراحی شود که برآورده‌سازی نیازهای گروه‌های گسترده ذینفعان را مدنظر قرار دهد (FEE, 2015). جامعه شرکت‌ها را مجبور ساخته است که عملکرد خود را فراتر از توجه صرف به سرمایه و سود مورد ارزیابی قرار دهند. درحالی که مخاطبان گزارشگری شرکتی در حال گسترش با اهمیت می‌باشند، به احتمال بیشتری به تداوم رشد، تغییر و تنوع خود در آینده ادامه خواهند داد. برای برآورده ساختن تغییرات موردنیاز مخاطبان گسترش یافته و پویاتر، ارزیابی آن که کدام روندهای توسعه‌ای در گزارشگری شرکتی می‌تواند منجر به فراهم ساختن اطلاعات مفیدتر برای آن‌ها گردد ضروری می‌باشد.

### پیشینه پژوهش

لئوز (۲۰۱۰) با بررسی رویکردهای مختلف برای مقررات گذاری گزارشگری شرکتی، بیان می‌دارد تفاوت‌های در تنظیم‌گری و مقررات گذاری گزارشگری شرکتی، تحت تأثیر تفاوت‌های نهادی و نظارتی کشورها است. بر اساس یافته‌های حاصل از این پژوهش، علیرغم تلاش برای هماهنگ‌سازی استانداردهای گزارشگری شرکتی، بعید است همگرایی در سطح جهانی محقق گردد. اریکسن و همکاران (۲۰۱۱) به تجزیه و تحلیل استراتژی‌های گزارشگری شرکتی با اتکا بر تئوری‌های ارتباطی پرداختند. نویسندگان بیان می‌دارند اصلاحات نظارتی در ایالات متحده، نظیر قانون افشای منصفانه و یا قانون ساربنز آکسلی بر اهمیت گزارش به موقع و شفاف شرکت‌ها تأکید می‌کنند. در این میان نظریه‌های ارتباطات می‌تواند اطلاعات مفیدی در اختیار ذینفعان قرار دهد. نویسندگان با خلاصه‌سازی گونه‌شناسی بازسازی تصویر بر مبنای نظریه بنویت، پیشنهادهایی برای استفاده بالقوه از آن در تجزیه و تحلیل استراتژی‌های ارتباطی مدیریت در گزارشگری مالی ارائه می‌دهند.

فیشر و نیلر (۲۰۱۶) به بررسی شکاف انتظارات موجود بین فعالان حرفه حسابرسی و سایر ذینفعان در خصوص گزارشگری شرکتی در اینترنت پرداختند. نتایج این پژوهش نشانگر شکاف انتظارات بین انتظارات حسابرسان و سایر ذینفعان در خصوص نقش و مسئولیت حسابرسان در گزارشگری شرکتی اینترنتی بوده و استانداردهای ناقص و

انتظارات غیرمنطقی از مهم‌ترین مؤلفه‌های این شکاف انتظارات است. این پژوهش بیان می‌دارد که انتشار بیانیه‌های راهنمای مناسب، می‌تواند به کاهش این شکاف انتظارات کمک کند. نتایج این پژوهش دارای پیشنهادهایی جهت سیاست‌گذاری در این حوزه است. هالر و همکاران (۲۰۱۷) با تکیه بر این نظریه که ارتباط کارا و اثربخش در زبان، نیازمند استفاده از واژگان و مفاهیم با معنای مشترک و دقیق است، به تجزیه و تحلیل اطلاعات غیرمالی که بر مبنای رویه‌های اخیر اتحادیه اروپا به‌عنوان یک بخش ضروری گزارشگری شرکتی تبدیل شده است، پرداختند. شواهد به‌دست‌آمده از این پژوهش نشان می‌دهد که تاکنون، نه یک درک مشترک و نه یک تعریف پذیرفته‌شده عمومی از این اصطلاح وجود نداشته است. الحثیت و الحثیت (۲۰۱۷) به بررسی تأثیر پدیده کلان داده بر گزارشگری شرکتی پرداختند. شواهد حاصل از این پژوهش نشان داد که سه حوزه عمده توانایی توضیح در خصوص رابطه کلان داده و گزارشگری شرکتی را دارند: (۱) وضعیت ذهنی کلان داده و گزارشگری شرکتی، (۲) نقش حسابداران در آینده کلان داده و (۳) فرصت‌ها و ریسک‌های کلان داده. در مجموع تفسیر نتایج پژوهش بیانگر آن است که داده‌های بزرگ نقش با اهمیتی در آینده صورت‌های مالی ایفا خواهند کرد. همچنین در این زمینه پارادوکس‌های فناوری وجود دارد که وضعیت رابطه گزارشگری شرکتی و کلان داده را متأثر می‌سازد. روپلی و همکاران (۲۰۱۷) سیر تحول گزارشگری شرکتی، از گزارشگری مستقل مسئولیت‌های اجتماعی تا گزارشگری یکپارچه را مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها بیان داشتند که هم گزارشگری مالی و هم گزارشگری مسئولیت‌های اجتماعی هر دو با محدودیت‌های جهانی مواجه هستند. هامفرلی و همکاران (۲۰۱۷) به نظریه‌پردازی مجدد درباره پیکربندی زمینه‌های سازمانی گزارشگری شرکتی پس از ظهور شورای بین‌المللی گزارشگری یکپارچه (IIRC) اقدام کردند، این پژوهش نشان می‌دهد چشم‌انداز IIRC برای موفقیت در پیکربندی مجدد زمینه گزارشگری شرکتی، به توانایی آن در ارتباط با جریان اصلی سرمایه‌گذاری بستگی دارد. این امر اهمیت ارتباطات بین سازمانی و بازیگران میدانی را نشان می‌دهد. یونرمن و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی حسابداری اثرات



جانبی (عوامل خارجی) و اثر آن بر گزارشگری شرکتی پرداختند. این آثار شامل اثرات اقتصادی، اجتماعی و یا زیست‌محیطی ناشی از فعالیت‌های یک واحد تجاری است که حداقل در کوتاه‌مدت بر دیگران اثرگذار است. این عوامل خارج از حوزه گزارشگری قرار داشته است. این پژوهش نشان می‌دهد که چالش اصلی در استفاده از چنین اطلاعاتی، دشواری ذاتی کمی‌سازی اطلاعات اثرات جانبی است. این پژوهش حاوی پیشنهادهایی در خصوص راهکارهای درونی‌سازی اثرات جانبی و انعکاس بیشتر آن در گزارشگری مالی است. افیموا و رژنوا (۲۰۱۸) به بررسی توسعه گزارشگری شرکتی در عصر اقتصاد دیجیتال پرداختند. این پژوهش به بررسی اثر داده و فناوری بر توسعه گزارشگری (اعم از جمع‌آوری داده، تحلیل، تفسیر و استفاده از داده در تهیه و افشای گزارش‌های مالی و غیرمالی) پرداخته است. پژوهش نشان می‌دهد چگونه داده و فناوری می‌تواند به‌طور بالقوه موجب تغییر فرآیند گزارشگری مالی جهت مؤثرتر شدن آن و در نتیجه ایجاد شفافیت بیشتر برای فراهم‌کنندگان سرمایه گردد. ژوال (۲۰۱۸) به بررسی روند و ابعاد تحول گزارشگری شرکتی از اعداد به روایت پرداخته است. این پژوهش با بررسی روند گذار از اعداد به روایت و نقش الزامات و یا اقدامات داوطلبانه، نشان می‌دهد یکی از چالش‌های اصلی پیش روی گزارشگری شرکتی، ایجاد تعادل بین اعداد و روایت است. لومباردی و سکوندو (۲۰۲۰) به بررسی تحول دیجیتالی گزارشگری شرکتی اقدام نمودند. این پژوهشگران با به‌کارگیری روش مرور سیستماتیک ادبیات، به بررسی رابطه بین فناوری‌های هوشمند و دیجیتال و فرآیندهای گزارشگری سازمان‌ها پرداختند. این مقاله با تجزیه و تحلیل انواع گزارش‌ها سازمان‌ها، تأثیر داده‌ها و فناوری دیجیتال بر فرایند گزارش شرکتی را بررسی نموده است. نتایج مرور سیستماتیک ادبیات پژوهشی دو دهه اخیر نشانگر چند جریان اصلی نوظهور در خصوص تحول دیجیتالی گزارشگری شرکتی است که عبارت‌اند از: ۱) فناوری دیجیتال برای مدیریت اطلاعات شرکتی و فرآیندهای تصمیم‌گیری، ۲) فناوری دیجیتال به‌عنوان ابزاری برای مشارکت ذینفعان و رویه‌های گزارشگری پایداری و ۳) فناوری دیجیتال به‌عنوان راهکاری برای پرداختن به مسائل مدیریت سود، مسئولیت

اجتماعی شرکت، پاسخگویی و شفافیت. رباتون و همکاران (۲۰۲۱) دیجیتالیزه شدن گزارشگری شرکتی و مسائل مرتبط با آن را مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها بیان داشتند برای تسهیل گزارش دیجیتالی شرکت‌ها و توانمندسازی رایانه‌ها برای «خواندن» اطلاعات حسابداری، تنظیم کنندگان استاندارد باید طبقه‌بندی را برای اختصاص «فرا داده» متنی ایجاد کنند که افشای ناشی از مفاهیم، استانداردها و شیوه‌های حسابداری را کدگذاری می‌کند؛ اما دیجیتالیزه شدن مشکلاتی را به گزارشگری شرکتی تحمیل می‌کند. نتایج این پژوهش نشانگر تأثیرات مهم دیجیتال‌سازی بر مباحث کلیدی حسابداری و گزارشگری است. لگنچو و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی مسائل پیش رو در دوره گذار تحول گزارشگری شرکتی پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد تحول گزارشگری شرکتی در دوره گذار قرار دارد. پژوهشگران بیان می‌دارند که طی دوره گذار تحول گزارشگری شرکتی، نیازمند توجه به مشکلات مفهومی، روش‌شناسی و سازمانی به صورت توأمان است. دیویلرز و دیمس (۲۰۲۳) به بررسی تأثیر تشکیل هیئت استانداردهای حسابداری پایدار بر گزارشگری یکپارچه پرداختند. آن‌ها بیان می‌دارند که فشارهای سرمایه‌گذاران ممکن است منجر به ترجیح افشای گزارشگری پایدار با جزئیات بیشتر نسبت به رویکرد کل‌نگر گزارشگری یکپارچه گردد. با این وجود، گزارشگری یکپارچه به دلیل همسویی با تحولات شیوه‌های حسابداری مدیریت و سایر اشکال داوطلبانه گزارشگری پایدار، می‌تواند به رشد خود در آینده ادامه دهد. استولوم و پاگام (۲۰۲۳) عوامل مؤثر بر احتمال همگرایی در گزارشگری پایدار را مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها ۴ عامل اصلی دارای تأثیر منفی بر همگرایی را شامل ناهمگونی مفاهیم و تعاریف پایدار، تعدد سازمان‌های مدعی مشروعیت در گزارشگری پایدار، تنوع الزامات گزارشگری در نهادهای تنظیم‌گر اصلی و تنوع اهداف سازمان‌های استانداردگذار را برشمرده و احتمال همگرایی را حداقل در کوتاه‌مدت محدود می‌دانند. پیزی و همکاران (۲۰۲۳) به تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر پذیرش دو چارچوب مهم تحول در گزارشگری شرکتی پرداختند. آن‌ها نشان دادند که پذیرش استانداردهای SASB عمدتاً تحت تأثیر عوامل مرتبط با پویایی مالی و پذیرش

استانداردهای GRI تحت تأثیر وجود مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی الهام گرفته از اصول پایداری و اخلاقی است. کومو و همکاران (۲۰۲۴) با استفاده از نمونه بزرگی از شرکت‌های غیرمالی اتحادیه اروپا نشان دادند که دستورالعمل گزارشگری غیرمالی اتحادیه اروپا منجر به افزایش شفافیت گزارشگری مسئولیت اجتماعی شده است. نتایج پژوهش از رویکرد اجباری سازی تغییرات در گزارشگری حمایت می‌کند.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ روش، اجرایی آمیخته محسوب می‌گردد. بر این اساس پژوهش در دو مرحله اصلی صورت پذیرفته است که هر یک دارای مراحل زیرمجموعه‌ای می‌باشند. مرحله نخست معطوف به تدوین سناریوها می‌باشد که از مدل شوارتز در این زمینه بهره گرفته شده است. مرحله دوم نیز به ارزیابی گزینه‌های سیاست گذاری با رویکرد برنامه‌ریزی پابرجا پرداخته است. در ادامه توضیح مختصری از این دو مرحله ارائه می‌شود.

مرحله اول (تدوین سناریوهای آینده گزارشگری شرکتی): در این مرحله برای تدوین سناریوهای آینده گزارشگری شرکتی از مدل سناریونویسی شوارتز استفاده شده است. مطابق با مدل شوارتز (۱۹۹۱)، شناسایی تغییرات آینده و نیروهای پیشران تغییرات شناخته شده گامی ضروری برای تدوین سناریو می‌باشد. بدین ترتیب و با توجه به هدف این پژوهش برای تدوین سناریوهای محتمل آینده گزارشگری شرکتی، در گام نخست پیشران‌های مؤثر بر آینده گزارشگری شرکتی از طریق مصاحبه با خبرگان و سپس تحلیل دلفی فازی مورد شناسایی و اجماع قرار گرفت. بر اساس مدل شوارتز رتبه‌بندی عوامل و نیروهای پیشران کلیدی بر اساس درجه اهمیت و عدم قطعیت برای تحلیل سناریو ضروری است. بدین ترتیب در گام بعدی به تعیین درجه اهمیت و عدم قطعیت پیشران‌های کلیدی مرحله دوم از منظر خبرگان پرداخته شد. پیشران‌هایی که دارای بیشترین امتیاز ترکیبی اهمیت و عدم قطعیت هستند، برای انجام تحلیل سناریو مدنظر قرار گرفتند. در گام بعد به

تحلیل ریخت‌شناسی پیشران‌های اصلی شناسایی شده پرداخته می‌شود. تحلیل ریخت‌شناسی به تعیین حالت‌های مختلفی می‌پردازد که هر یک از مؤلفه‌ها (پیشران‌ها) می‌توانند داشته باشند؛ به عبارت دیگر در این گام، حالت‌های ممکن هر یک از پیشران‌های اصلی شناسایی شده در مرحله قبل، در پنل خبرگان مورد بررسی قرار می‌گیرد تا در قالب عبارات کلامی مشخص شود. پس از تعیین حالت‌های احتمالی هر یک از پیشران‌ها به طریق شرح داده شده، جایگشت‌های مختلف حاصل از حالت‌های مختلف، به عنوان سناریوهای گزارشگری شرکتی تعیین می‌گردند.

در این مرحله به منظور شناسایی پیشران‌های مؤثر بر آینده گزارشگری شرکتی از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته مطابق با روش کوال و برینکمن (۲۰۰۹) و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها حاصل از مصاحبه نیز روش تحلیل تماتیک به کار گرفته شد. به منظور ارزیابی بخش کیفی از روش‌های متناسب با این نوع پژوهش مطابق رویکرد کرسول (۲۰۰۸) بهره گرفته شده است. در گام دوم و به منظور ایجاد اجماع در خصوص پیشران‌های شناسایی شده از تحلیل دلفی فازی استفاده شد. به منظور گردآوری داده‌های پژوهش در این مرحله از پرسشنامه و برای تحلیل داده‌ها از روش دلفی فازی با اعداد مثلثی استفاده شده است. (چنگ و لین، ۲۰۰۲). در ادامه برای سنجش سطح اهمیت و عدم قطعیت، پرسشنامه‌ای شامل فهرست پیشران‌های مورد اجماع مؤثر بر آینده گزارشگری شرکتی در اختیار خبرگان مشارکت‌کننده در مراحل قبلی پژوهش قرار گرفت. در این پرسشنامه در خصوص هر پیشران میزان اهمیت و عدم قطعیت پیشران در آینده مورد پرسش قرار گرفته و از خبرگان درخواست شد تا امتیازی بین صفر تا ۱۰ به هر پیشران داده شود. بر این اساس در خصوص سطح اهمیت امتیاز بالاتر به معنای بیشتر بودن اهمیت پیشران در شکل‌گیری آینده گزارشگری شرکتی از نظر خبرگان و در خصوص عدم قطعیت به معنای غیرقابل پیش‌بینی بودن وضعیت آینده آن پیشران می‌باشد.

مرحله دوم (ارزیابی گزینه‌های سیاست‌گذاری): برای ارزیابی گزینه‌های سیاست‌گذاری، در وهله نخست با روش پنل خبرگان، مسائل حوزه سیاست‌گذاری در

گزارشگری شرکتی احصا گردیده و گزینه‌های اقدام در هر موضوع توسعه یافت. سپس ارزیابی گزینه‌های سیاست گذاری مبتنی بر نظرخواهی از خبرگان با ابزار پرسشنامه صورت پذیرفته است. نتایج حاصل از تحلیل پرسشنامه با استفاده از نرم افزار متلب و توسعه یک سیستم استنتاج فازی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پرسشنامه، پس از تشریح داستان هر سناریو، خبرگان ارزیابی خود از مناسب بودن گزینه اقدام در آن سناریو را در قالب یک طیف لیکرت پنج تایی به صورت «خیلی خوب / خوب / متوسط / بد / خیلی بد» تبیین کرده‌اند.

جامعه مورد مطالعه متشکل از خبرگان هر یک از گروه‌های مختلف ذینفع در فرآیند گزارشگری شرکتی شامل مدیران، حسابرسان، نمایندگان مراجع نظارتی و استانداردگذار، سرمایه گذاران، تحلیل گران و اساتید دانشگاهی می باشد. با توجه به چند مرحله‌ای بودن فرآیند پژوهش، ابزار گردآوری، روش تحلیل داده و نمونه آماری به شرح جدول شماره ۱ خلاصه می شود:

جدول ۱. روش گردآوری، تحلیل و نمونه گیری در هر یک از مراحل پژوهش

هدف	ابزار گردآوری داده	روش تحلیل داده‌ها	نمونه آماری	روش نمونه گیری
شناسایی پیشران‌ها	مصاحبه	تحلیل تماتیک	۱۷ نفر از خبرگان	هدفمند (گلوله برفی)
اجماع پیشران‌ها	پرسشنامه	دلفی فازی	۳۵ نفر از خبرگان	هدفمند (نمونه گیری نظری)
تعیین اهمیت و عدم قطعیت	پرسشنامه	-	۱۸ نفر از خبرگان	هدفمند (نمونه گیری نظری)
احصای مسائل سیاست گذاری و توسعه گزینه‌های اقدام	پنل خبرگان	تحلیل تماتیک	۵ نفر از خبرگان	هدفمند (نمونه گیری نظری)
ارزیابی گزینه‌های سیاست گذاری	پرسشنامه	برنامه ریزی پابرجا	۱۵ نفر از خبرگان	هدفمند (نمونه گیری نظری)

در مرحله مصاحبه و مطابق با اکثر پژوهش‌های کیفی، نمونه به صورت هدفمند و با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی یا زنجیره‌ای انتخاب شده است. این فرآیند تا دست‌یابی به اشباع نظری در خصوص پیشران‌های مؤثر بر آینده گزارشگری شرکتی ادامه یافته است. برای توزیع پرسشنامه در سایر مراحل پژوهش از روش نمونه‌گیری نظری استفاده شده است. هدف از این نوع راهبرد نمونه‌گیری هدفمند، انتخاب گروه‌ها و اشخاصی است که شمول آن‌ها به محقق در توسعه و ایجاد نظریه کمک می‌کند؛ بنابراین اعضای گروه خبرگان با رعایت سه ویژگی حضور «نمایندگان گروه‌های متخصص»، «آگاهی عمیق در موضوع پژوهش» و «وسعت نظر و آگاهی» به صورت هدفمند انتخاب شده‌اند. اطلاعات جمعیت‌شناختی خبرگان به شرح جدول شماره ۲ قابل ارائه است:

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی خبرگان پژوهش

نام مرحله	جنسیت		تحصیلات			سابقه کاری		
	مرد	زن	کارشناسی ارشد	دکتری	۵ تا	۱۰ تا	۱۵ تا	بیشتر از
مصاحبه شناسایی پیشران‌ها	۱۶	۱	۱	۱۶	۱	۶	۱	۹
پرسشنامه دلفی فازی	۳۱	۴	۶	۲۹	۳	۸	۵	۱۹
پرسشنامه اهمیت و عدم قطعیت	۱۶	۲	۳	۱۵	۲	۵	۱	۱۰
پنل خبرگان	۵	-	-	۵	-	۱	۱	۳
پرسشنامه ارزیابی گزینه‌های سیاست‌گذاری	۱۴	۱	۱	۱۴	۱	۴	۱	۹

### یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که توضیح داده شد این پژوهش از دو مرحله «تدوین سناریوهای آینده گزارشگری شرکتی» و «ارزیابی گزینه‌های سیاست‌گذاری» تشکیل شده است. یافته‌های پژوهش به تفکیک هر یک از این مراحل در ادامه ارائه می‌گردد. شایان‌ذکر است از آنجا که تمرکز اصلی این پژوهش بر ارزیابی گزینه‌های سیاست‌گذاری می‌باشد، نتایج سایر مراحل به صورت خلاصه ارائه می‌گردد.

### مرحله اول: تدوین سناریوهای آینده گزارشگری شرکتی

در مرحله مصاحبه اکتشافی با خبرگان در مجموع ۳۷ پیشران کلان مؤثر بر گزارشگری شرکتی احصا گردید و برای ایجاد اجماع بین خبرگان، پس از دو مرحله اجرای دلفی فازی، در مجموع ۱۸ پیشران مورد تأیید و اجماع خبرگان قرار گرفت. پیشرانهای مورد اجماع خبرگان به عنوان مبنای تدوین سناریو بر مبنای مدل شوارتز (۱۹۹۱) مدنظر قرار گرفتند. بدین منظور پرسشنامه‌ای شامل فهرست ۱۸ پیشران کلیدی مؤثر بر آینده گزارشگری شرکتی در اختیار ۲۷ نفر از خبرگان مشارکت کننده در مراحل قبلی پژوهش قرار گرفت. در این پرسشنامه در خصوص هر پیشران میزان اهمیت و عدم قطعیت پیشران در آینده مورد پرسش قرار گرفته و از خبرگان درخواست شد تا امتیازی بین صفر تا ۱۰ به هر پیشران داده شود. بر این اساس در خصوص سطح اهمیت امتیاز بالاتر به معنای بیشتر بودن اهمیت پیشران در شکل گیری آینده گزارشگری شرکتی از نظر خبرگان و در خصوص عدم قطعیت به معنای غیر قابل پیش بینی بودن وضعیت آینده آن پیشران می باشد. از ۲۷ پرسشنامه توزیع شده، پاسخ ۲۰ پرسشنامه دریافت گردید که نشانگر نرخ پاسخ ۷۴ درصدی می باشد. نتایج حاصل از میانگین امتیازات خبرگان به شرح جدول شماره ۳ ارائه می گردد:

جدول ۳. سطح اهمیت و عدم قطعیت پیشرانهای مؤثر بر آینده گزارشگری شرکتی

ردیف	عنوان پیشران	سطح اهمیت	سطح عدم قطعیت
۱	افزایش پیوند با اقتصاد جهانی	۸٫۸	۹٫۵
۲	توسعه شبکه‌های اجتماعی	۸٫۱	۲٫۶
۳	خصوصی سازی مالکیت	۸٫۳	۷٫۴
۴	توسعه دموکراسی	۴٫۹	۶٫۵
۵	افزایش سهامداران خرد	۷	۴
۶	نظام تأمین مالی اعتبار محور	۸٫۲	۷٫۲
۷	افزایش نقش آفرینی سازمان‌های مردم نهاد	۷٫۸	۴
۸	پذیرش مقررات و کنوانسیون‌های بین المللی	۴٫۱	۷٫۵
۹	توسعه بازار سرمایه	۹٫۱	۲

ردیف	عنوان پیشران	سطح اهمیت	سطح عدم قطعیت
۱۰	افزایش رقابت در بازار و کسب و کارها	۸,۱	۲,۳
۱۱	تسهیل در گردش آزاد اطلاعات	۷,۴	۳,۱
۱۲	توسعه کسب و کارهای دانش بنیان و استارت آپها	۸,۲	۳
۱۳	مطالبه شفافیت، پاسخ خواهی و فشار افکار عمومی	۸,۵	۲
۱۴	افزایش پیشگیری و کشف فساد	۸,۵	۴,۲
۱۵	افزایش سطح کارایی بازار سرمایه	۷,۴	۴,۵
۱۶	افزایش ایفای نقش نهادهای ناظر	۶,۶	۴,۱
۱۷	افزایش سواد و دانش مالی	۸,۱	۴
۱۸	مبارزه با پولشویی	۵,۳	۴

در رویکرد سناریوپردازی عدم قطعیت‌های بحرانی به روش شوارتز، پیشران‌هایی که هم سطح اهمیت و هم عدم قطعیت بالایی دارند برای سناریوپردازی حائز اهمیت هستند. برای این اساس از ۱۸ پیشران جدول شماره ۲، سه پیشران «افزایش پیوند با اقتصاد جهانی»، «خصوصی‌سازی مالکیت» و «نظام تأمین مالی اعتبار محور»، پیشران‌هایی هستند که به صورت توأمان دارای سطح اهمیت و عدم قطعیت بالاتر از ۵ می‌باشند. بر این اساس سه پیشران یادشده، مبنای اصلی تدوین سناریوهای متمایز گزارشگری شرکتی قرار گرفته و سایر پیشران‌ها نیز در هر سناریو جهت پربار کردن داستان سناریو مدنظر قرار گرفته‌اند. برای تدوین سناریوهای آینده گزارشگری شرکتی، برای هر یک از سه پیشران دارای عدم قطعیت، دو حالت احتمالی به شرح زیر مدنظر قرار گرفته است:

- «افزایش پیوند با اقتصاد جهانی» در مقابل «عدم افزایش پیوند با اقتصاد جهانی»
- «تأمین مالی اعتبار محور» در مقابل «تأمین مالی وثیقه محور»
- «خصوصی‌سازی مالکیت» در مقابل «عدم خصوصی‌سازی مالکیت»

با توجه به آنکه سه پیشران مبنای طراحی سناریوها قرار گرفته‌اند و هر یک دارای دو حالت مختلف احتمالی می‌باشند، در مجموع ۸ سناریو به شرح نمایه شماره ۱ قابل ارائه می‌باشد:



نمایه ۱. سناریوهای گزارشگری شرکتی

سناریو ۴	سناریو ۳	سناریو ۲	سناریو ۱
افزایش پیوند با اقتصاد جهانی	افزایش پیوند با اقتصاد جهانی	افزایش پیوند با اقتصاد جهانی	افزایش پیوند با اقتصاد جهانی
تأمین مالی وثیقه محور	تأمین مالی وثیقه محور	تأمین مالی اعتبار محور	تأمین مالی اعتبار محور
خصوصی سازی مالکیت	عدم خصوصی سازی مالکیت	عدم خصوصی سازی مالکیت	خصوصی سازی مالکیت

سناریو ۸	سناریو ۷	سناریو ۶	سناریو ۵
عدم افزایش پیوند با اقتصاد جهانی	عدم افزایش پیوند با اقتصاد جهانی	عدم افزایش پیوند با اقتصاد جهانی	عدم افزایش پیوند با اقتصاد جهانی
تأمین مالی وثیقه محور	تأمین مالی وثیقه محور	تأمین مالی اعتبار محور	تأمین مالی اعتبار محور
عدم خصوصی سازی مالکیت	خصوصی سازی مالکیت	عدم خصوصی سازی مالکیت	خصوصی سازی مالکیت

شایان ذکر است که هر یک از سناریوهای دارای داستان خاص خود با لحاظ اثر سایر پیشرانها می باشند که در پرسشنامه های ارزیابی گزینه های سیاست گذاری، به شرح مرحله بعد، داستان هر سناریو روایت شده است.

مرحله دوم: ارزیابی گزینه های سیاست گذاری

بر اساس ادبیات موجود حوزه گزارشگری شرکتی، برخی از چالش های کلیدی و مسائل پیش روی سیاست گذار قابل اشاره می باشد. در این بخش بار دیگر و با توجه به پیشرانها و سناریوهای شناسایی شده در این پژوهش، در یک جلسه پنل خبرگان، با حضور ۵ نفر از متخصصین حوزه گزارشگری شرکتی، این مسائل مرور شده و برخی موضوعات دیگر که ماحصل پیشرانهای شناسایی شده در این پژوهش می باشند به این فهرست اضافه گردید. حسب نظر خبرگان، علیرغم اهمیت موضوعات شکلی و مدیریتی، در این پژوهش بر مسائل محتوایی گزارشگری شرکتی تمرکز می شود. بر این اساس در نهایت ۵ چالش و مسئله و گزینه های اصلی پیش روی سیاست گذاران حوزه گزارشگری شرکتی شناسایی

شدند که در جدول شماره ۴ خلاصه شده‌اند:

جدول ۴. احصای مسائل سیاست‌گذاری و توسعه گزینه‌های اقدام

ردیف	مسائل سیاست‌گذاری	گزینه‌های اقدام
۱	گروه مخاطبان هدف گزارشگری شرکتی	۱) توسعه گروه مخاطبان هدف گزارشگری شرکتی به سایر ذینفعان ۲) تداوم محدودیت گروه مخاطبان به فراهم‌آوردندگان سرمایه
۲	توازن بین منافع عمومی و خصوصی	۱) توازن بین منافع عمومی و خصوصی ۲) تقدم منافع خصوصی شرکت‌ها در افشای اطلاعات
۳	مسئله حسابداری و گزارشگری دارایی‌های نامشهود	۱) تسهیل در شناخت طیف وسیع‌تری از دارایی‌های نامشهود در گزارشگری مالی ۲) تداوم رویکرد سخت‌گیرانه فعلی در شناخت دارایی‌های نامشهود
۴	پذیرش استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی	۱) پذیرش استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی ۲) تداوم استفاده از استانداردهای ملی گزارشگری
۵	توسعه گزارشگری غیرمالی: گزارشگری ریسک، پایداری و ...	۱) تعیین الزامات جدید برای توسعه انواع گزارشگری غیرمالی ۲) عدم تعیین الزامات جدید برای توسعه انواع گزارشگری غیرمالی

پس از تعیین گزینه‌های اقدام سیاست‌گذاری، نوبت به ارزیابی گزینه‌های توسعه‌یافته با رویکرد برنامه‌ریزی پابرجا می‌رسد. انتخاب راهبردهای پابرجا مبتنی بر معیارهایی می‌باشد که پابرجایی راهبرد در وضعیت‌های گوناگون را تضمین می‌کند. در این خصوص معیارهای مختلفی در ادبیات پژوهشی ارائه شده است. در این پژوهش از پنج معیار بیش‌بهینه، رضایت مکفی، مجموع مطلوبیت نسبی، کم-بیشینه تأسّف مطلق و کم-بیشینه تأسّف نسبی برای ارزیابی گزینه‌های سیاست‌گذاری استفاده شده است. بدین منظور پرسشنامه‌ای حاوی تشریح داستان هر سناریو و جدول نظرخواهی از ارزیابی خبرگان از هر گزینه در هر سناریو در اختیار گروه ۱۵ نفره از خبرگان که در کلیه مراحل پژوهش دارای همکاری بوده و در جریان کل فرآیند اجرای آن بوده‌اند، قرار گرفت و پاسخ ۱۲ پرسشنامه دریافت گردید. با استفاده از اطلاعات به‌دست آمده از پرسشنامه‌ی سوم، در نهایت ۱۰ پایگاه تشکیل گردید. این پایگاه‌ها که بر اساس میانگین نظرات خبرگان و بر اساس طیف

لیکرت ۵ تایی در هر اقدام به دست آمده‌اند و نتایج حاصل از تحلیل پرسشنامه با استفاده از نرم افزار متلب و توسعه یک سیستم استنتاج فازی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در ادامه نتایج حاصل از هر یک از مراحل فوق تشریح می گردد.

مسئله مورد بحث در تحقیق و گام های مربوط به اجرای برنامه ریزی پابرجا، با بهره گیری و تلفیق قابلیت های گوناگون نرم افزار متلب ایجاد شده است. این مسئله با نگارش حدود ۶۰۰ خط کد، ایجاد ۱۰ سیستم استنتاج فازی و بهره گیری از توابع ریاضی مربوط به کتابخانه های مختلف نرم افزار پیاده سازی شده است. در این پروژه و با استفاده از زبان برنامه نویسی متلب، در مرحله نخست ۱۰ سیستم استنتاج فازی بر اساس ۱۰ پایگاه دانش (حاصله از نظرات خبرگان در پرسشنامه سوم) تشکیل شد و سپس در ادامه، ۵ تحلیل مربوط به معیارهای مختلف پابرجایی (که در بخش قبل مورد اشاره قرار گرفت) بر روی نتایج اعمال گردید. تابع عضویت متغیرهای ورودی از نوع دوزنقه ای است و در بازه صفر تا یک تعریف شده‌اند. تعداد تابع عضویت در متغیرهای ورودی نیز دو عدد است که با وضعیت های بد و خوب تعریف شده است. همچنین برای متغیرهای خروجی نیز ۵ تابع عضویت از نوع دوزنقه ای در نظر گرفته شده است. این توابع با وضعیت های خیلی بد، بد، متوسط، خوب و خیلی خوب تعریف شده و بازه تعریف آن ها نیز از صفر تا یک می باشد. با توجه به تعداد سناریوهای قابل قبول (۸ سناریو)، در هر یک از پایگاه های دانش ایجاد شده نیز ۸ قانون وارد شده است. وزن تمام قوانین به کاررفته در پایگاه های دانش یکسان بوده و برابر ۱ در نظر گرفته شده است. همچنین در تعریف توابع عضویت، حرف SB نشان دهنده وضعیت بد، B وضعیت بد، M وضعیت متوسط، G وضعیت خوب و SG وضعیت خیلی خوب برای عامل مورد بررسی می باشد. L و H نیز نشان دهنده وضعیت پایین و بالا در مورد عامل های ورودی (پیشران های تعیین کننده سناریوها) می باشند. با توجه به برگزیده شدن ۱۰ اقدام، در مجموع ۳۲ استراتژی سیاست گذاری مختلف از ترکیب این اقدامات به دست آمده است.

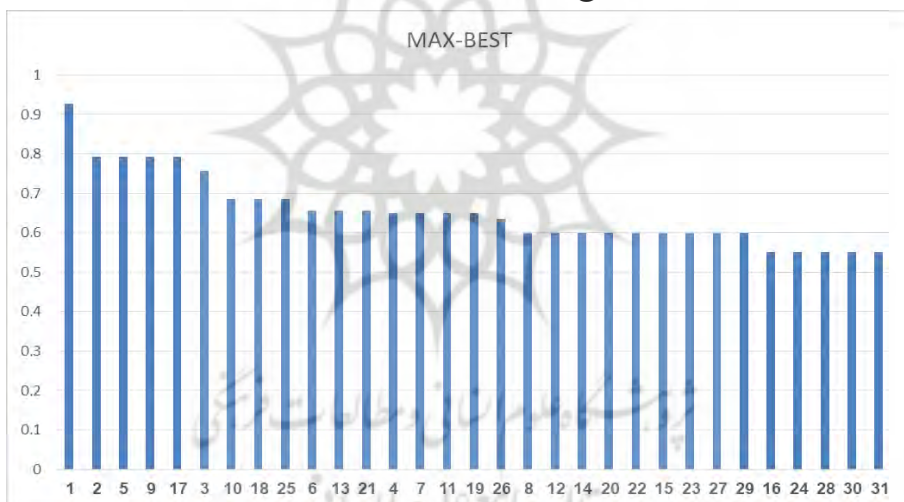
با مشخص شدن وضعیت استراتژی و شماره های اختصاص داده شده به آن ها، نوبت به

بررسی پابرجایی استراتژی‌ها خواهد رسید. نتایج حاصل از سیستم استنتاج فازی و پایگاه دانش با استفاده از ۵ معیار مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند که در ادامه خروجی‌های حاصل از هر یک از این معیارها ارائه می‌گردد.

#### ≠ معیار اول - بیش‌بهینه

در این معیار ابتدا در هر سطر (استراتژی) بیشترین امتیاز مشخص می‌گردد. زمانی که به ازای هر اقدام یا راهکار بیشترین امتیاز مشخص گردید، نهایتاً موردی انتخاب می‌گردد که در بین بیشترین‌ها، بیشترین باشد. نمایه شماره ۲ نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از این معیار را نشان می‌دهد.

نمایه ۲. نتایج خروجی تحلیل با معیار بهترین بیشینه



با استفاده از این معیار، استراتژی سیاست‌گذاری شماره ۱ بیشترین مقدار بیشینه‌ها را دارا خواهد بود. گزینه‌های سیاست‌گذاری شماره ۲ و ۵ نیز در رتبه‌های بعدی عملکرد قرار دارند. گزینه منتخب در این معیار اگرچه دارای بیشترین مطلوبیت است، اما می‌تواند دارای ریسک بالایی نیز باشد چراکه ممکن است نتایج آن در برخی سناریوها مناسب نباشد. در مجموع با توجه به این معیار، انتخاب گزینه سیاست‌گذاری شماره ۱ (افزایش گروه

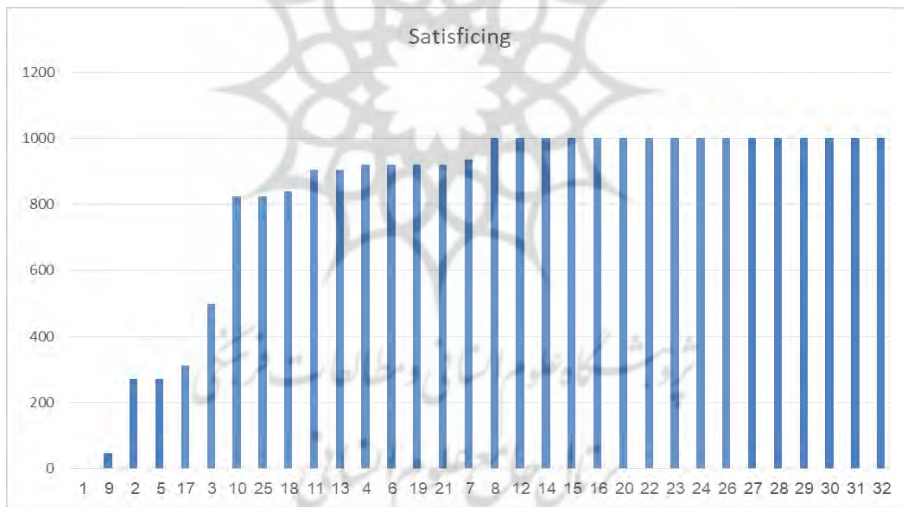
سیاست گذاری در گزارشگری شرکتی ایران: رویکرد تحلیل سناریو و برنامه ریزی پابرجا...؛ عدل زاده | ۱۰۵

مخاطبان هدف، اولویت دهی بیشتر به منافع عمومی، شناخت بیشتر دارایی های نامشهود، حرکت به سمت پذیرش استانداردهای بین المللی و توسعه انواع گزارشگری غیرمالی با الزامات جدید) پیشنهاد می گردد.

### ≠ معیار دوم- رضایت مکفی

در این معیار نخست یک سطح کف مطلوبیت در نظر گرفته می شود. بر این اساس مقدار ۰,۱۳۳، به عنوان سطح کف مطلوبیت در نظر گرفته شده است. سپس در هر سطر تعداد مواردی که مساوی یا کمتر از این کف مطلوبیت ۰,۱۳۳ هستند شناسایی شدند و در نهایت سطری انتخاب شد که کمترین تعداد را داشته باشد. علت انتخاب ۰,۱۳۳، به عنوان کف مطلوبیت در این معیار، مرزی بودن این عدد است. نمایه شماره ۳ نتایج تحلیل داده ها با استفاده از این معیار را نشان می دهد.

نمایه ۳. نتایج خروجی تحلیل با معیار رضایت مکفی

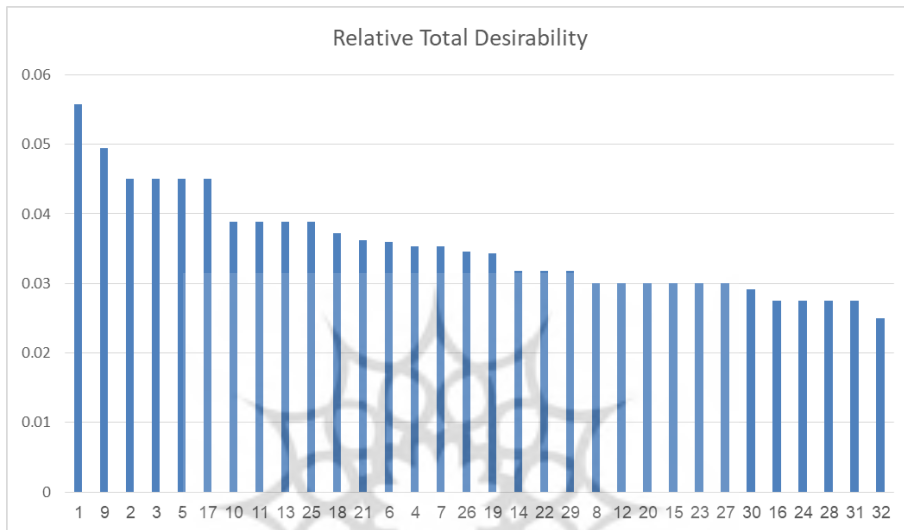


با استفاده از کف مطلوبیت ۰,۱۳۳، گزینه سیاست گذاری شماره ۱ در تمامی حالات در محدوده قابل قبول قرار داشته و در هیچ سناریویی از حالت مطلوبیت خارج نمی شود. نزدیک ترین گزینه به گزینه شماره ۱، گزینه سیاست گذاری شماره ۹ است.

≠ معیار سوم - مجموع مطلوبیت نسبی

نمایه شماره ۴ نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از معیار مجموع مطلوبیت نسبی را نشان می‌دهد.

نمایه ۴. نتایج خروجی تحلیل با معیار مجموع مطلوبیت نسبی

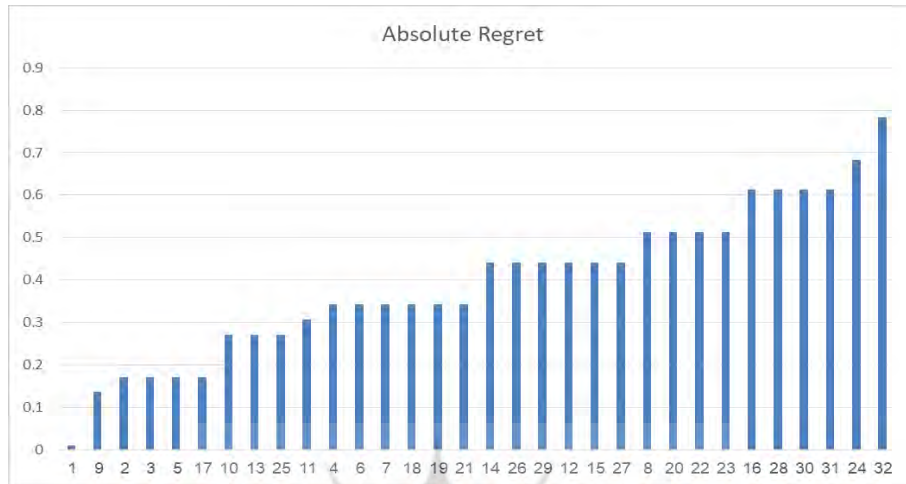


همان‌گونه که مشاهده می‌شود، گزینه سیاست‌گذاری شماره ۱ بر اساس این معیار بهترین عملکرد را از خود نشان می‌دهد. گزینه سیاست‌گذاری شماره ۹ و پس از آن نیز گزینه‌های ۲، ۳، ۵ و ۱۷ در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

≠ معیار چهارم - کم-بیشینه تأسف مطلق

نمایه شماره ۵ نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از معیار کم-بیشینه تأسف مطلق را نشان می‌دهد.

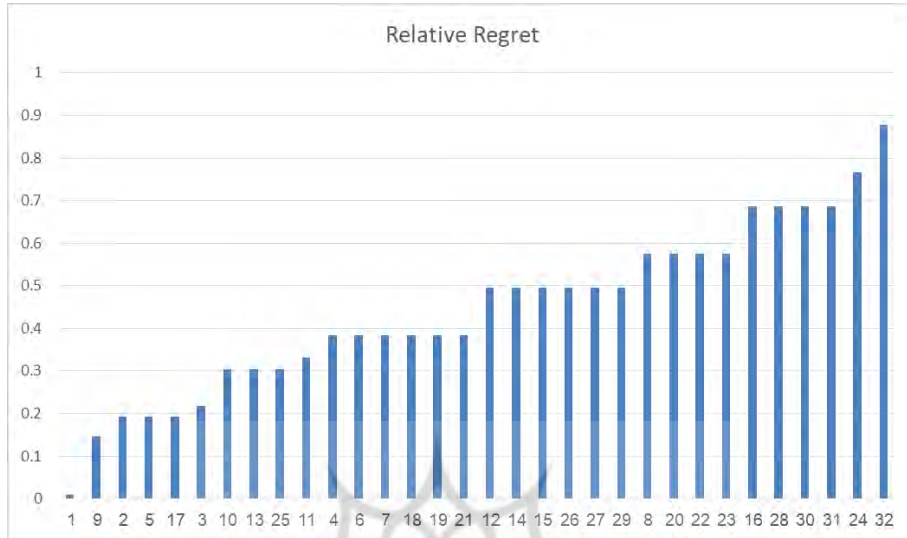
نمایه ۵. نتایج خروجی تحلیل با معیار کم بیشینه تأسف مطلق



بر اساس این نتایج به دست آمده، مشاهده می گردد که گزینه سیاست گذاری شماره ۱ بهترین عملکرد (کمترین تأسف) را خواهد داشت. پس از آن نیز گزینه شماره ۹ قرار دارد. این امر بیانگر آن است که گزینه سیاست گذاری شماره نه تنها دارای بیشترین مطلوبیت، مطابق با معیار اول است، بلکه به دلیل عملکرد مناسب در تمامی سناریوهای ممکن، دارای کمترین تأسف مطلق نیز بوده و چه با رویکرد جسورانه و پرسیک و چه با رویکرد محافظه کارانه، بهترین گزینه برای سیاست گذاری گزارشگری شرکتی است.

≠ معیار پنجم - کم بیشینه تأسف نسبی  
 نمایه شماره ۶ نتایج تحلیل داده ها با استفاده از معیار کم بیشینه تأسف نسبی را نشان می دهد.

نمایه ۶. نتایج خروجی تحلیل با معیار کم بیشینه تأسف نسبی



همان گونه که مشاهده می شود گزینه سیاست گذاری شماره ۱ دارای کمترین میزان تأسف نسبی) و در حقیقت دارای بهترین عملکرد است. پس از آن نیز گزینه سیاست گذاری شماره ۹ قرار دارد. نتایج به دست آمده از تحلیل بر مبنای این معیار نیز مشابه با معیار تأسف مطلق است.

در مجموع با توجه تحلیل نتایج ارزیابی گزینه های سیاست گذاری بر مبنای معیارهای پابرجایی (رب است پلنینگ)، گزینه های سیاست گذاری شماره ۱ و شماره ۹ دارای اولویت بوده و عملکرد بهتری نسبت به سایر گزینه ها دارند. بر این اساس بهترین گزینه های سیاست گذاری به شرح زیر قابل ارائه است:

≠ اولویت اول (گزینه سیاست گذاری شماره ۱): افزایش گروه مخاطبان هدف، اولویت دهی بیشتر به منافع عمومی، شناخت بیشتر دارایی های نامشهود، حرکت به سمت پذیرش استانداردهای بین المللی، توسعه انواع گزارشگری غیر مالی با الزامات جدید

≠ اولویت دوم (گزینه سیاست گذاری شماره ۹): افزایش گروه مخاطبان هدف،



اولویت دهی بیشتر به منافع خصوصی، شناخت بیشتر دارایی های نامشهود، حرکت به سمت پذیرش استانداردهای بین المللی، توسعه انواع گزارشگری غیر مالی با الزامات جدید

### بحث و نتیجه گیری

گزارشگری شرکتی به عنوان سازو کار اصلی انتقال اطلاعات به استفاده کنندگان، به کلیه مسیرهای ارتباطی بین شرکت ها و ذینفعان اطلاق می گردد. گزارشگری شرکتی سهم با اهمیتی در درک ما از ارزش آفرینی کسب و کارها دارد لیکن به دلیل چالش ها و تغییرات مستمر در محیط کسب و کارها، تردیدهای عمده ای در خصوص تأمین نیازهای ذینفعان از طرف نظام گزارشگری شرکتی وجود دارد. همان گونه که مشاهده گردید، این پژوهش در چند مرحله مختلف صورت پذیرفته و هر یک از مراحل پژوهش دارای دستاوردهای قابل تحلیل می باشد.

در مرحله نخست پیشران های مؤثر بر آینده گزارشگری شرکتی از طریق مصاحبه با خبرگان و تحلیل دلفی فازی مورد شناسایی قرار گرفت. پیشران های اقتصادی مورد نظر خبرگان، اغلب تقویت کننده انگیزه شرکت ها و کسب و کارها به منظور بهبود مکانیزم های گزارشگری شرکتی و ارتقای سطح کیفی آن می باشند. این پیشران ها می توانند با تغییر در ساختارهای تأمین مالی، تقاضای اطلاعاتی متفاوتی را نسبت به شرایط فعلی ایجاد نموده و منجر به تغییر رفتار گزارشگری شرکت ها و ایجاد الزامات جدید در این خصوص گردند. پیشران های حقوقی - سیاسی مورد اجماع خبرگان، زمینه ها و زیرساخت هایی را فراهم می سازند که سبب افزایش اهمیت گزارشگری شرکتی و نقش آن در فرآیندهای سیاسی و تصمیم گیری می گردد. همچنین پیشران های حوزه اجتماعی - فرهنگی بیانگر نیروهایی است که منجر به گسترش دایره ذینفعان و افزایش علاقه سایر گروه ها به مسائل شرکتی و در نتیجه نیاز به گزارشگری جامع تر و چندوجهی تر می گردد. این نیروها تقاضای اطلاعاتی خاصی را ایجاد نموده و سبب ارتقای سطح پاسخگویی می گردند. پیشران های حوزه فناوری، اغلب منجر به ایجاد پلتفرم های جدید گزارشگری، تغییر در مکانیزم ها و تسهیل در مسیرهای ارتباطی می گردند و می توانند راه حل های خلاقانه ای برای تأمین نیازهای

اطلاعاتی فزاینده گروه‌های مختلف ذینفع فراهم سازند. در نهایت پیشران‌های حوزه کسب و کار، بیانگر تغییر اساسی در فاکتورهای اساسی ارزش آفرینی گردیده و این امر بیانگر ضرورت تغییر در محورهای تمرکز گزارشگری سنتی مالی می‌باشد.

در این پژوهش از مدل شوارتز جهت طراحی سناریوها استفاده گردید. بدین منظور پس از شناسایی و تشخیص موضوع، شناسایی نیروها و عوامل کلیدی و تهیه فهرست نیروهای پیشران به شرح فوق، اهمیت و عدم قطعیت پیشران‌های کلیدی موردسنجش قرار گرفت. نتایج این تحلیل نشان داد ۳ پیشران ورود به عرصه اقتصادی جهانی، رفع تحریم‌ها و گسترش پیوند با سرمایه‌گذاران خارجی، خصوصی‌سازی مالکیت، تغییر نظام تأمین مالی وثیقه محور به اعتبار محور دارای بالاترین سطح اهمیت و عدم قطعیت توأمان می‌باشند. پس از تعیین ۳ پیشران فوق به‌عنوان مبنای تدوین سناریوها، حالت‌های احتمالی هر یک از آن‌ها تعیین گردیده و در نهایت ۸ سناریو بر مبنای جایگشت حالت‌های مختلف احتمالی مشخص گردید.

ارزیابی سناریوهای مختلف نشان می‌دهد، سناریوی شماره ۱ با شاخصه‌های اصلی افزایش پیوند با اقتصاد جهانی، خصوصی‌سازی مالکیت و تأمین مالی اعتبار محور، سناریوی مطلوب گزارشگری شرکتی می‌باشد که در آن بستر، تقاضا و فضای مناسب‌تر برای توسعه و پیشرفت گزارشگری شرکتی فراهم است. هرچند توجه به این نکته ضروری است که در این سناریو، سطح انتظارات از گزارشگری شرکتی نیز بالاتر بوده و در صورت عدم پاسخگویی مناسب به این نیازها، اتکای ذینفعان بر سایر مکانیزم‌های اطلاعاتی افزایش خواهد یافت.

تحلیل سناریوهای پژوهش نشان می‌دهد که تغییرات اجتماعی که منجر به افزایش تقاضای عمومی برای توسعه گزارشگری شرکتی می‌شود تقریباً در تمامی سناریوها محتمل است. در این شرایط سازمان‌های مردم‌نهاد مداخلات و نظارت شدیدی بر فعالیت‌های شرکت‌ها دارند و به‌طور کلی با توسعه و تعمیق دموکراسی و جریان آزاد اطلاعات، سطح مطالبه شفافیت و پاسخ‌خواهی و فشار افکار عمومی افزایش شدید می‌یابد. این روند در

دهه های اخیر در حوزه بین المللی نیز بسیار پررنگ بوده و منجر به ظهور خلاقیت های جدید در حوزه گزارشگری نظیر گزارشگری پایندگی شده است. از این رو انتظار می رود شرکت ها برای تأمین نیازهای گروه های مختلف ذینفع، ارتقای سطح گزارشگری را مورد توجه قرار داده و نهادهای ناظر نیز در این خصوص الزاماتی را ایجاد نمایند. در این شرایط، همگام با توسعه ابزارهای ارتباطی، توجه افکار عمومی به جنبه های مختلف عملیات شرکت ها و تأثیرات آن ها بر محیط پیرامونی افزایش می یابد و ذینفعان خواستار شفافیت و پاسخگویی شرکت ها در قبال عملیات خود می باشند.

برخی از پیشران های احصاء شده در این پژوهش ناظر بر مکانیزم های تأمین شرکت ها می باشند. بر این اساس پیشران های نظیر تأمین مالی اعتبار محور، توسعه بازار سرمایه و افزایش سطح کارایی بازار سرمایه می توانند موجب تحول در مکانیزم های تأمین مالی شرکتی شده و تقاضاهای اطلاعاتی نوینی را ایجاد نمایند. این پیشران ها می توانند سبب افزایش تقاضا برای اطلاعات جهت ارزیابی وضعیت اعتباری شرکت ها گردند. همچنین انگیزه شرکت ها برای بهبود وضعیت گزارشگری و شفافیت را به دنبال داشته باشد. افزایش سهامداران خرد منجر به توسعه دامنه اثر گذاری شرکت ها بر آحاد جامعه شده و افزایش حساسیت های گروه های مختلف مردمی به وضعیت اقتصادی شرکت ها را در پی خواهد داشت و در نتیجه سبب افزایش اهمیت شیوه های گزارشگری می گردد و بهبود در نظام گزارشگری را ضروری می سازد. توسعه بازار سرمایه نیز، چه از نظر افزایش تعداد شرکت ها و چه فعالان حاضر در بازار، می تواند منجر به تقاضای بیشتر برای اطلاعات شرکتی گردد.

در نهایت به ارزیابی گزینه های مختلف سیاست گذاری در گزارشگری با رویکرد برنامه ریزی پابرجا پرداخته شد. بدین منظور، پس از احصای مسائل سیاست گذاری گزارشگری شرکتی در ادبیات پژوهش، مسائل گزارشگری شرکتی در ایران در یک جلسه پنل خبرگان با حضور ۵ نفر از خبرگان گزارشگری شرکتی مورد بررسی قرار گرفت و ضمن بررسی چالش ها، گزینه های پیش روی سیاست گذاران احصا گردید. پس از انجام مراحل فوق، جهت ارزیابی گزینه های سیاست گذاری در سناریوهای مختلف و شناسایی

بهترین گزینه اقدام، از رویکرد برنامه‌ریزی پابرجا استفاده شد. ۳۲ گزینه سیاست‌گذاری حاصل از جایگشت حالت‌های مختلف، با استفاده از معیارهای برنامه‌ریزی پابرجا مورد ارزیابی قرار گرفته و رتبه‌بندی شدند. در مجموع با توجه تحلیل نتایج ارزیابی گزینه‌های سیاست‌گذاری بر مبنای معیارهای پابرجایی (رب است پلنینگ)، گزینه سیاست‌گذاری شماره ۱ مشتمل بر: افزایش گروه مخاطبان هدف، اولویت‌دهی بیشتر به منافع عمومی، شناخت بیشتر دارایی‌های نامشهود، حرکت به سمت پذیرش استانداردهای بین‌المللی، توسعه انواع گزارشگری غیرمالی با الزامات جدید، به‌عنوان بهترین گزینه سیاست‌گذاری در گزارشگری شرکتی شناسایی شد که در سناریوهای مختلف دارای عملکرد مناسب و قابل قبول است.

### پیشنهاد‌های پژوهش

بخش اصلی پیشنهاد‌های این پژوهش در قالب گزینه‌های سیاست‌گذاری ارائه شده است. علاوه بر موارد سیاستی کلی فوق، می‌توان بر مبنای نتایج و یافته‌های حاصل از پژوهش، پیشنهاد‌های دیگری را مطرح نمود. بر این اساس، تعریف محدود فعلی «استفاده‌کنندگان» اصلی گزارشگری شرکتی باید بازتعریف شده و شامل ذینفعان دیگری گردد که علاقه‌مند به امور شرکتی هستند. چارچوب گزارشگری شرکتی در آینده باید یک گزارش موجز، جامع و واحد را معرفی کند که نیازهای مخاطبان ذینفع گسترده را به شیوه‌ای قابل درک رفع نماید. همچنین، در حال حاضر مرز تمایز بین اطلاعات صورت‌های مالی و سایر اطلاعات، نظیر بحث و تفسیر مدیریت، به‌درستی توجیه نشده است. برخی از جنبه‌های گزارش مدیریت می‌تواند در افشائات صورت‌های مالی یکپارچه شود؛ برای مثال ارائه اظهارنظرهای مدیریتی در یادداشت توضیحی مربوطه یا انتقال یادداشت توضیحی به گزارش مدیریت بدون تکرار آن در یادداشت‌های توضیحی، با استفاده از عطف متقابل. این امر می‌تواند به اجتناب از تکرار اطلاعات و فراهم کردن آن به شکلی کاربرپسند منتهی گردد. مدل کسب و کار شرکت، عملکرد شرکت و مقاصد مدیریت، نمی‌تواند به‌سادگی از طریق تمرکز بر اطلاعات مالی و صورت‌های مالی درک شود. تفسیرهای یکپارچه‌شده

می‌تواند شامل متن، جداول، نمودار و سایر ابزارهای کمکی بصری باشد که نشان‌دهنده تفاوت در مقدار گزارش شده در طول زمان، تفاوت بین مقادیر از دوره‌ای به دوره دیگر و ... باشند. علاوه بر این در صورت استفاده از معیارهای مالی خارج از اصول حسابداری پذیرفته شده عمومی، نظیر شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI)، توسط مدیریت، می‌توان روابط بین مقادیر صورت‌های مالی و این اطلاعات را نشان داد. استفاده از هر دو دسته معیارهای اصول حسابداری پذیرفته شده عمومی و خارج از آن، برای راهبری و مدیریت شرکت ضروری است و افشای متصل و یکپارچه آن‌ها می‌تواند مزایای بیشتری نسبت به رویکرد فعلی ارائه جداگانه داشته باشد. از سویه عمدی گزارشگری شرکتی از طریق تغییر شاخص‌های کلیدی عملکرد به منظور ایجاد تصویری مثبت از شرکت و حذف شاخص‌های کلیدی عملکرد قبلی که تصویری منفی از شرکت ایجاد کرده بودند باید اجتناب شود. این امر نشان‌دهنده نیاز به یک رویکرد ساختاریافته‌تر برای گزارشگری شاخص‌های کلیدی عملکرد می‌باشد. این امر باعث ایجاد اطمینان از آن می‌شود که گزارشگری مالی صرفاً شامل اطلاعات مربوط می‌باشد و اطلاعات مربوط در بین حجم اطلاعات نامربوط ناپدید نشده‌اند.

علاوه بر این، اطلاعات غیرمالی می‌توانند حلقه ارتباطی مفقود شده بین ارزش دفتری (که در گزارشگری مالی انعکاس می‌یابد)، ارزش بازار (یا ارزش منصفانه) و فرآیندهای ارزش آفرینی شرکت باشند. ارزش و ارزش آفرینی در تمام عملیات سازمان، شامل فعالیت‌های که در استانداردهای گزارشگری مالی سنتی قابل انعکاس نیستند، وجود دارد. در نتیجه اطلاعات غیرمالی به تصمیم‌گیری مربوط بوده و برای ذینفعان با اهمیت می‌باشند. شرکت‌ها نیازمند شناسایی شیوه‌ها و راه‌هایی برای فراهم کردن این اطلاعات به صورت قابل اتکا، قابل درک و قابل مقایسه هستند.

همچنین با توجه به تحولات و سناریوهای آتی، توجه به ابزارهای جدید رسانه‌ای و ارتباطی در حوزه گزارشگری، کاهش دوره تناوب گزارشگری و توسعه شیوه‌های گزارشگری به هنگام و تسهیل در شیوه‌های دستیابی به گزارش‌های شرکتی می‌بایست

مدنظر قرار گیرد.

### محدودیت‌های پژوهش

پژوهش حاضر تحت تأثیر محدودیت‌های کلی پژوهش‌های کیفی از جمله ذهنی بودن، مشکلات تعمیم‌پذیری، دشواری تکرارپذیری و ملاحظات انتخاب نمونه قرار دارد. علاوه بر این، یکی از موضوعات کلیدی اثرگذار بر نتایج پژوهش، محدودیت دانش خبرگان در خصوص برخی از موارد، به‌ویژه حوزه‌های نوظهور و کمتر شناخته‌شده می‌باشد. به‌طور مثال علیرغم اهمیت پیشرانی نظیر فناوری بلاک چین در ادبیات پژوهش و از منظر برخی از خبرگان، لیکن این پیشران در تحلیل ساختاری به‌عنوان پیشران‌های کلیدی شناسایی نشده است. برخی از موارد از این قبیل می‌تواند تحت تأثیر محدودیت‌های اطلاعاتی موجود در زمان انجام این پژوهش باشد و در صورت تکرار فرآیندها در مقطع زمانی فعلی و یا انتخاب گروه دیگری از خبرگان در نمونه، نتایج دیگری حاصل آید.

### تعارض منافع

تعارض منافع ندارد.

### ORCID

Morteza Adlzadeh  <https://orcid.org/0000-0003-4577-2584>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## منابع

- آراد، حامد؛ رهنمای رودپشتی، فریدون؛ بنی‌مهد، بهمن؛ نیکومرام، هاشم. (۱۳۹۸)، مدرنیسم، پست‌مدرنیسم و تئوری حسابداری مالی، نشریه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال هشتم، شماره ۳۲، صص ۱-۱۶. [https://www.jmaak.ir/issue\\_2200\\_2355.html](https://www.jmaak.ir/issue_2200_2355.html)
- ایوانی، فرزاد، عبدی، حدیث، خیراللهی، فرشید؛ و مریدی، نسرين. (۱۴۰۲). مقایسه انتظارات تهیه‌کنندگان و استفاده‌کنندگان گزارش‌های مالی از گزارشگری مالی یکپارچه. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۲۰(۷۸)، ۱۹۱-۲۲۰. <https://doi.org/10.22054/qjma.2023.73639.2459>
- باباجانی، جعفر و عدل‌زاده، مرتضی. (۱۳۹۹). تحلیل ساختاری پیشران‌های مؤثر بر آینده گزارشگری شرکتی در ایران، فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲۷(۴)، ۵۲۳-۵۴۵. [10.22059/acctgrev.2021.80472](https://doi.org/10.22059/acctgrev.2021.80472)
- حسینی، سیدعلی؛ شفیع‌زاده، بهاره (۱۳۹۸)، تبیین مدلی برای حمایت از حقوق سرمایه‌گذاران با تأکید بر سازه‌های حسابداری، فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۶، شماره ۲، صص ۲۱۶-۱۹۳. [10.22059/acctgrev.2019.277289.1008139](https://doi.org/10.22059/acctgrev.2019.277289.1008139)
- دوانی پور، ایرج، بولو، قاسم؛ و امیری، مقصود. (۱۴۰۰). الگوی اندازه‌گیری کیفیت صورتهای مالی. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۱۸(۷۲)، ۱-۲۵. <https://doi.org/10.22054/qjma.2019.44845.2033>

## References

- ACCA. (2012). *Re-assessing the Value of Corporate Reporting*, [www.accaglobal.com](http://www.accaglobal.com).
- ACCA. (2013). *Understanding investors: the road to real-time reporting*, London: The Association of Chartered Certified Accountants
- ACCA & IMA. (2012). *100 drivers of change for the global accountancy profession*, available at: <http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDFtechnical/futures/pol-af doc.pdf>
- Adair, R. (2006). *Critical perspectives on politics and the environment*, New York: The Rosen Publishing Group.
- Adams, S., Fries, J., & Simnett, R. (2011). The Journey Toward Integrated Reporting, *Accountants Digest*, 558, 1-41.

- Al-Htaybat, K., & von Alberti-Alhtaybat, L. (2017). Big Data and corporate reporting: impacts and paradoxes. *Accounting, auditing & accountability journal*, 30(4), 850-873. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-07-2015-2139>
- Argenti, P.A. (1996). Corporate communication as a discipline: Toward a definition. *Management Communication Quarterly*, 10(1), 73-97. <https://doi.org/10.1177/0893318996010001005>
- Arnold, J., & Moizer, P. (1984). Share appraisal by investment analysts – portfolio vs non-portfolio managers. *Accounting and Business Research*, 14(56), 341-348. DOI: 10.1080/00014788.1984.9729227
- Barker, R.G. (1998). The market for information – evidence from finance directors, analysts and fund managers. *Accounting and Business Research*, 29(1), 3-20. <https://doi.org/10.1080/00014788.1998.9729563>
- Botosan, C.A., & Plumlee, M.A. (2002). A re-examination of disclosure level and the expected cost of equity capital. *Journal of Accounting Research*, 40(1), 21-40. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.00037>
- CIMA & PWC. (2016). *Tomorrow's corporate reporting: A critical system at risk*, available at: [http://www.cimaglobal.com/Documents/Thought\\_leadership\\_docs/Tomorrow's Corporate-Reporting.pdf](http://www.cimaglobal.com/Documents/Thought_leadership_docs/Tomorrow's%20Corporate-Reporting.pdf)
- Cuomo, F., Gaia, S., Girardone, C., & Piserà, S. (2024). The effects of the EU non-financial reporting directive on corporate social responsibility. *The European journal of finance*, 30(7), 726-752. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2022.2113812>
- Cohen, J., Holder-Webb, L. L., Nath, L., & Wood, D. (2012). Corporate Reporting on Nonfinancial Leading Indicators of Economic Performance and Sustainability. *Accounting Horizons*, 26, 65-90. <https://doi.org/10.1111/jifm.12015>
- Creswell, J. W. (2008), *Research Design: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*, London: Sage Publication.
- Crowther, D. (2012), *A social critique of corporate reporting: semiotics and web based integrated reporting*, 2nd ed, London: Gower Publishing Limited
- Crowther, D., & Carter, C. (1998). *Copernican Metonymy and Management Accounting*, Aston Working Paper Series RP9901.
- De Villiers, C., & Dimes, R. (2023). Will the formation of the International Sustainability Standards Board result in the death of integrated reporting?. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 19(2), 279-295. <https://doi.org/10.1108/jaoc-05-2022-0084>
- Diamond, D.W., & Verrecchia, R.E. (1991). Disclosure, liquidity, and the



- cost of capital. *Journal of Finance*, 46(4), 1325-1359. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1991.tb04620.x>
- Efimova, O., & Rozhnova, O. (2018). *The corporate reporting development in the digital economy*, In The 2018 International Conference on Digital Science, Springer, Cham.
- FEE. (2015). *The Future of Corporate Reporting – creating the dynamics for change*, available at: <http://www.fee.be/images/FEECogitoPaperTheFutureofCorporateReporting.pdf>
- Fisher, R. T., & Naylor, S. T. (2016). Corporate reporting on the Internet and the expectations gap: new face of an old problem. *Accounting and Business Research*, 46(2), 196-220. <https://doi.org/10.22495/cocv15i3c1p3>
- Godet, M., & Durance, P. (2011). *Strategic Foresight for Corporate and Regional Development*, Dunod and Unesco.
- Goodman, M.B. (2004). Today's corporate communication function. in Oliver, S.M. (Ed.), *Handbook of Corporate Communication and Public Relations: Pure and Applied*, Routledge, London
- Goodman, M.B. (2006). Corporate communication practice and pedagogy at the dawn of the new millennium. *Corporate Communication: An International Journal*, 11(3), 196-213. <https://doi.org/10.1108/13563280610680803>
- Haller, A., Link, M., & Groß, T. (2017). The term 'non-financial information'—a semantic analysis of a key feature of current and future corporate reporting. *Accounting in Europe*, 14(3), 407-429. <https://doi.org/10.1080/17449480.2017.1374548>
- Healy, P.M., Hutton, A.P., & Palepu, K.G. (1999). Stock performance and intermediation changes surrounding sustained increases in disclosure. *Contemporary Accounting Research*, 16(3), 485-520. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.1999.tb00592.x>
- 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, 405-40. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00018-0](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00018-0)
- Holland, J. (1997). *Corporate Communications with Institutional Shareholders: Private Disclosures and Financial Reporting*, The Institute of Chartered Accountants of Scotland, Edinburgh.
- Humphrey, C., O'Dwyer, B., & Unerman, J. (2017). Re-theorizing the configuration of organizational fields: the IIRC and the pursuit of 'Enlightened' corporate reporting. *Accounting and Business Research*, 47(1), 30-63. <https://doi.org/10.1080/00014788.2016.1198683>

- ICAEW, (2017). *What's next for corporate reporting*, London: Institute of Chartered Accountants in England and Wales.
- Ihator, A. (2004). Corporate communication: reflections on twentieth century change. *Corporate Communication: An International Journal*, 9(3), 243-253. <https://doi.org/10.1108/13563280410551169>
- International Integrated Reporting Council (IIRC). (2013). *The International Integrated Reporting Framework*, December, International Integrated Reporting Council, available at: [www.theiirc.org/international-ir-framework/](http://www.theiirc.org/international-ir-framework/)
- Johal, P. (2018). Corporate Reporting: from numbers to narrative. In *Contemporary Issues in Accounting* (pp. 105-123). Palgrave Macmillan, Cham.
- KPMG. (2013). *The future of corporate reporting: towards a common vision*, available at: [http://www.kpmg.at/uploads/media/The\\_Future\\_of\\_Corporate\\_Reporting\\_Web.pdf](http://www.kpmg.at/uploads/media/The_Future_of_Corporate_Reporting_Web.pdf)
- Legenчу, S., Vyhivska, I., Hrytsak, O., & Khomenko, H. (2021). Problems of the development of corporate reporting in the transition period: the vision of professional organizations. *Herald of Economics*, 1(99), 66-82. <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.01.066>
- Lombardi, R., & Secundo, G. (2020). The digital transformation of corporate reporting—a systematic literature review and avenues for future research. *Meditari Accountancy Research*, 29(5), 1179-1208. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-04-2020-0870>
- Murphy, G. J. (1979). *The evolution of corporate reporting practices in Canada*. in E N Goffman (ed.), Academy of Accounting Historians Working Paper Series Vol 1, Cleveland OH, pp. 329–368
- Leuz, C. (2010). Different approaches to corporate reporting regulation: How jurisdictions differ and why. *Accounting and business research*, 40(3), 229-256. <https://doi.org/10.1080/00014788.2010.9663398>
- Petersen, C., & Plenborg, T. (2003). *The level of disclosure and the cost of capital in a non-US setting*, working paper, Copenhagen Business School, Copenhagen.
- Pettigrew, A.M., & Richard, T.H. (2006). *Handbook of strategy and management*, London: Sage publication.
- Pizzi, S., Principale, S., & De Nuccio, E. (2023). Material sustainability information and reporting standards. Exploring the differences between GRI and SASB. *Meditari Accountancy Research*, 31(6), 1654-1674. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-11-2021-1486>
- Rupley, K. H., Brown, D., & Marshall, S. (2017). Evolution of corporate reporting: From stand-alone corporate social responsibility reporting

- to integrated reporting. *Research in Accounting Regulation*, 29(2), 172-176. <https://doi.org/10.1016/j.racreg.2017.09.010>
- Rowbottom, N., Locke, J., & Troshani, I. (2021). When the tail wags the dog? Digitalisation and corporate reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 92, 101226. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2021.101226>
- Sengupta, P. (1998). Corporate disclosure quality and the cost of debt. *The Accounting Review*, 73(4), 459-474. doi: 10.4236/tel.2019.97143.
- Sombart, W. (1915). *The Quintessence of Modern Capitalism*, New York, E P Dutton & Co.
- Stolowy, H., & Paugam, L. (2023). Sustainability reporting: Is convergence possible?. *Accounting in Europe*, 20(2), 139-165. <https://doi.org/10.1080/17449480.2023.2189016>
- Watts, R. G. (2002). *Innovative energy strategies for CO2 stabilization*. New York: Cambridge University Press.
- Van Riel, C.B.M. (1995). *Principles of Corporate Communication*, London: Prentice Hall
- Van Woerkum, C., & Aarts, N. (2008). Staying connected – the communication between organizations and their environment. *Corporate Communications: An International Journal*, 13(2), 197-211. 10.1108/13563280810869613
- Unerman, J., Bebbington, J., & O'dwyer, B. (2018). Corporate reporting and accounting for externalities. *Accounting and Business Research*, 48(5), 497-522. <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.147015>
- Yang, J.-S., Kwak, W., Kaizoji, T., & Kim, I.-M. (2008). Increasing efficiency in the stock markets. *The European Physical Journal*, 61(2), 241-6. <https://doi.org/10.1140/epjb/e2008-00050-0>

#### References [In Persian]

- Arad, H., Rahnamay Roodposhty, F., Banimahd, B., & Nikomaram, H. (2019). Modernism, Post modernism and Financial Accounting Theory. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 8(32), 1-16.
- Babajani, J., & Adlzadeh, M. (2021). Structural Analysis of the Drivers Affecting the Future of Corporate Reporting in Iran. *Accounting and Auditing Review*, 27(4), 523-545. Doi:10.22059/acctgrev.2021.80472
- Davanipour, I., Blue, G., & Amiri, M. (2021). A Pattern for Measuring Quality of Financial Statements. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 18(72), 1-25. <https://doi.org/10.22054/qjma.2019.44845.2033>

- Eivani, F., Abdi, H., Kheirollahi, F., & Moridi, N. (2023). Comparing the Expectations of Financial Reporting Preparers and Users of Integrated Financial Reporting. *Empirical Studies in Financial Accounting*, 20(78), 191-220. <https://doi.org/10.22054/qjma.2023.73639.2459>
- Hosseini, S. A., & Shafizadeh, B. (2019). Developing a Model for Protecting Investors' Rights with Emphasis on Accounting Constructs. *Accounting and Auditing Review*, 26(2), 193-216. Doi: 10.22059/acctgrev.2019.277289.1008139



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

**استناد به این مقاله:** عدل‌زاده، مرتضی. (۱۴۰۳). سیاست‌گذاری در گزارشگری شرکتی ایران: رویکرد تحلیل سناریو و برنامه‌ریزی پابرجا، *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، ۲۱(۸۳)، ۷۷-۱۲۰. DOI: 10.22054/qjma.2024.80329.2583



Empirical Studies in Financial Accounting is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.