

**اولویت بندی شرکت‌ها بر
مبنای پارامترهای مالی و
غیر مالی**

مژگان مرادی

مسمود باجلان

سنجش و مقایسه عملکرد شرکت‌ها از جمله اطلاعات حائز اهمیتی است که سرمایه‌گذاران و سایر استفاده‌کنندگان را در امر تصمیم‌گیری اقتصادی یاری می‌رساند. در واقع رتبه‌بندی شرکت‌ها از نظر معیارهای مالی و غیرمالی اطلاعات شفاف و قابل‌فهمی را به استفاده‌کنندگان درون‌سازمانی و برون‌سازمانی ارائه می‌کند. به‌علاوه مطالعات نشان داده جایگاه و رتبه شرکت بر عملکرد و هم‌چنین کیفیت و میزان اطلاعاتی که در اختیار قرار می‌دهد، اثر دارد. از سوی دیگر، شفافیت و افشای داوطلبانه در گزارش‌های مالی اعتماد سرمایه‌داران را جلب می‌کند و زمینه را برای ایجاد بازار کارا مهیا می‌سازد.

مطالعات بر زمینه تاثیر شهرت شرکت بر رفتار شرکت بسیار ناچیز است. هم‌چنین، باتوجه به اینکه اکنون در ایران موسسه‌ای وجود ندارد که شرکت‌ها را براساس معیارهای شهرت رتبه‌بندی کند، بنابراین، مطالعات صورت گرفته در این زمینه تنها به رتبه‌بندی شرکت براساس شاخص‌های مالی و بعضاً غیرمالی‌کمی بستده می‌شود. سابقه مطالعات در مورد افشای اختیاری در سال‌های اخیر گسترش یافته است، اما مطالعاتی که هم‌زمان این دو عامل را بررسی کنند، صورت نگرفته است. در این کتاب، ابتدا مسأله اصلی مطالعه، اهمیت و ضرورت آن مورد بحث قرار می‌گیرد. سپس توضیحاتی راجع به اهداف و فرضیات مطالعات و کاربرد نتایج آن ارائه شده و در نهایت، ارائه شرح مختصری از چگونگی اندازه‌گیری متغیرهای مدل به کار گرفته شده در این مطالعه، کتاب به پایان خواهد رسید.

تصمیمات اقتصادی براساس اطلاعات مالی و غیرمالی قابل‌انکاسا اتخاذ می‌شود. هرچند صورت‌های مالی اطلاعات بسیار مهمی در رابطه با وضعیت مالی و عملکرد مالی شرکت در اختیار قرار می‌دهد، با این همه، استفاده‌کنندگان افزون بر این به یک سری اطلاعات مقایسه‌ای نیز نیاز دارند. این اطلاعات نه‌تنها در رابطه با معیارهای مشخص (مالی و غیرمالی) روند گذشته شرکت‌ها را هم با خود و هم با دیگر شرکت‌ها مقایسه می‌کند، بلکه جایگاه و رتبه آن‌ها را نیز مورد سنجش قرار می‌دهد. در واقع رتبه‌بندی شرکت از نظر معیارهای مالی و غیرمالی اطلاعات شفاف و قابل‌فهمی را به استفاده‌کنندگان درون‌سازمانی و برون‌سازمان ارائه می‌کند. استفاده‌کنندگان برون‌سازمانی از جمله سرمایه‌گذاران و اعتبار دهنندگان، به منظور تصمیم‌گیری درباره سرمایه‌گذاری و اعتباردهی از این اطلاعات استفاده می‌کنند. هم‌چنین، مدیران هم به عنوان استفاده‌کنندگان درون‌سازمانی با سنجش عملکرد خود در مورد استفاده بهینه از منابع شرکت تصمیم‌گیری می‌نمایند.

تا به حال رتبه‌بندی شرکت‌ها بر اساس شاخص‌های مالی و غیرمالی مورد توجه بسیاری قرار گرفته است. در رتبه‌بندی براساس شاخص‌های مالی، به بررسی آن دسته از نسبت‌های مالی می‌پردازد که بیشتر مورد توجه تحلیل‌گران مالی قرار می‌گیرد. رتبه‌بندی شرکت براساس شاخص‌های غیرمالی نیز با توجه به داده‌های مورد استفاده و نحوه انجام آن به روش‌های مختلفی انجام می‌گیرد. در یک روش که با استفاده از داده‌های کمی، مانند حجم معاملات، تعداد دفعات معامله و تعداد خریداران، برپایه ترکیبی از قدرت نقدشوندگی سهام و میزان اثرگذاری شرکت‌ها بر بازار رتبه‌بندی صورت می‌گیرد. در روش دیگر با استفاده از داده‌های کیفی از جمله کیفیت مدیریت، کیفیت محصولات، خلاقیت و نوآوری، مسئولیت پذیری اجتماعی، محیط زیست، شهرت و اعتبار شرکت را از این منظر مورد سنجش قرار می‌دهد. در واقع، شهرت یک دارایی نامشهود است که در طول زمان کسب می‌شود. انتظار می‌رود همان‌گونه که این شهرت و اعتبار که در پی یکسری اقدامات و عملیات و مدیریت صحیح به دست آمده، بر تصمیم‌گیری و اقدامات بعدی عملیاتی و مالی شرکت، گزارشگری و افشاء تاثیر داشته باشد.

۹	مقدمه
۱۵	فصل اول
۱۵	رتبه‌بندی
۱۶	رتبه‌بندی شرکت‌ها
۱۷	شاخص مهم رتبه‌بندی شرکت‌ها
۱۹	فصل دوم
۱۹	مدل‌های رتبه‌بندی شرکت‌ها
۱۹	تجزیه و تحلیل بنیادی
۲۲	تحلیل پوششی داده‌ها (AHP)
۲۴	روش تاکسونومی (TAXONOMY)
۲۴	رویکردهای تصمیم‌گیری چند معیاره (MCDM)
۲۵	تصمیم‌گیری چند شاخصه (MADM)
۲۵	فرآیند تحلیل سلسله مراتبی
۲۶	تحلیل سلسله مراتبی فازی
۲۷	روش تاپسیس (TOPSIS)
۳۱	فصل سوم
۳۱	رتبه‌بندی شرکت‌ها توسط بورس
۳۳	رتبه‌بندی شرکت‌ها در ایران
۳۳	رتبه‌بندی شرکت‌های برتر بورس ایران
۳۵	رتبه‌بندی شرکت‌ها از نظر کیفیت افشا و اطلاع‌رسانی مناسب
۳۵	رتبه‌بندی شرکت‌ها توسط سازمان مدیریت صنعتی
۳۹	فصل چهارم
۳۹	افشای اطلاعات
۳۹	افشا
۴۱	اهداف افشای اطلاعات
۴۲	چه اطلاعاتی لازم است افشا شود؟
۴۳	چه میزان اطلاعات لازم است افشا شود؟

۴۴	 اصل افشای کامل
۴۵	 تئوری الزامات افشای شرکت و گزارشگری مالی
۴۶	 دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت‌های ثبت شده نزد سازمان بورس اوراق بهادار
۴۷	 مجامع عمومی
۴۷	 اطلاعات مهم
۴۷	 دستورالعمل اجرایی "نحوه گزارش‌دهی دارندگان اطلاعات نهانی"
۴۸	 آیین نامه انضباطی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس
۴۸	 شفافیت اطلاعات
۴۸	 ماهیت شفافیت گزارشگری در متون مالی
۴۹	 نقش شفافیت در گزارشگری مالی
۵۰	 آیا شفافیت همیشه مطلوب است؟
۵۳	 فصل پنجم
۵۳	 اصول گزارشگری شفاف
۵۴	 سطوح شفافیت
۵۷	 محدودیت‌های افشای اطلاعات و افزایش شفافیت
۵۸	 افشای الزامی یا داوطلبانه؟
۵۹	 افشای داوطلبانه
۵۹	 اهمیت شفافیت و افشای داوطلبانه
۶۰	 منافع افشای داوطلبانه اطلاعات
۶۱	 افزایش قابلیت نقدشوندگی اوراق بهادار در بازار
۶۲	 کاهش هزینه سرمایه
۶۵	 افزایش محتوای اطلاعاتی قیمت سهام
۶۹	 کاهش هزینه های ناشی از دعاوی حقوقی
۷۰	 مسائل اصلی در افشای داوطلبانه
۷۰	 راهبری رقابتی شرکت و افشای داوطلبانه
۷۲	 شاخص‌های افشای داوطلبانه
۷۴	 اقلام شاخص افشا
۷۵	 استفاده‌کنندگان صورتهای مالی و نیازهای اطلاعاتی آنان
۷۷	 منابع و مآخذ
۷۷	 منابع
۷۷	 منابع فارسی