

اهمیت صورتهای مالی تلفیقی

در گزارشگری مالی

شرکتهای سرمایه‌گذاری

سخنرانی آقای سیداحمد میرمطهری در سمینارمبانی تهیه و ارائه صورتهای مالی تلفیقی



سرمایه‌گذاری چیست؟ طرح چنین پرسشی و پاسخگویی به آن ساده به نظر می‌رسد. لیکن ضرورت نگرش علمی به موضوعات پیرامونی، ایجاب می‌کند که مسائل را به صورت ریشه‌ای و از مبانی آن مورد توجه قرار دهیم.

هر چند که در علم حسابداری سرمایه‌گذاریها به کوتاهمدت، میانمدت و درازمدت طبقه‌بندی می‌شوند، اما واژه **سرمایه** در اساس، نوعی **تخصیص وجوه برای دوره‌های درازمدت** را به ذهن متبادر می‌سازد و به همین سبب نیز در طبقه‌بندی سرمایه‌گذاری در اوراق مالی، یکی از مشکلات عملی مدیران، حسابداران و حسابرسان این است که سیاستها، مبانی و روشهای مربوط به تفکیک سرمایه‌گذاریهای مالی را، به‌ویژه در ارتباط با سرمایه‌گذاریهای میانمدت و درازمدت تعریف و مشخص کنند. اما دشواریها فقط با تشریح این سیاستها و روشها پایان نمی‌گیرد، زیرا با توجه به نوع فعالیت هر شرکت، اقدامی که در یک شرکت، **سرمایه‌گذاری** شمرده شود، در شرکت دیگر ممکن است سرمایه‌گذاری به حساب نیاید. ما چنین آموخته‌ایم که در شرکتهای تولیدی، تخصیص وجوه برای خرید زمین، ساختمان، ماشین‌آلات و تجهیزات و به‌طور کلی برای خرید اقلام داراییهای ثابت، نوعی

حسابداری سرمایه‌گذاری درازمدت است، "سرمایه‌گذاری نوعی دارایی است که واحد سرمایه‌گذار برای افزایش ثروت، از طریق دریافت بازده (مانند بهره، حق امتیاز، سود سهام و اجاره)، بالا رفتن ارزش سرمایه یا سایر مزایا، مانند مزایای ناشی از مناسبات تجاری، نگهداری می‌کند."

بنابراین تعریف فوق هدف از سرمایه‌گذاری، افزایش ثروت سرمایه‌گذار است و چنین افزایشی از طریق دریافت بازده و یا بالا رفتن ارزش سرمایه حاصل می‌شود.

همچنین هرگاه بخواهیم خود را در چارچوب تعریف فوق که جامع، کامل و علمی به نظر می‌رسد، محدود سازیم، باید چالشی دیگر را نیز پذیرا

سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و به همین سبب نیز در صورت گردش وجوه نقد این طبقه‌بندی مورد توجه قرار می‌گیرد. حال در شرایط فوق و در یک شرکت سرمایه‌گذاری مالی آیا می‌توانیم تخصیص وجوه برای خرید داراییهای ثابت را **سرمایه‌گذاری** تلقی کنیم و آیا اساساً در یک شرکت سرمایه‌گذاری که نقش آن بیشتر جنبه ستادی دارد و به کنترل سرمایه‌گذاریها و سیاستگذاری برای آنها می‌پردازد، آیا اساساً برخوردار بودن چنین شرکتی از داراییهای ثابت درخور ملاحظه، ارزش شمرده می‌شود؟

در استاندارد بین‌المللی حسابداری شماره ۲۵ که موضوع آن

شویم. این چالش این است که اگر تعریف فوق را بپذیریم و هرگاه مدیری در یک شرکت سرمایه‌گذاری، بخش عمده وجوه خود را، با این فرض که تورم مستمر و چشمگیری در جامعه وجود دارد، صرف خرید اقلام داراییهای ثابت و یا کالاهای کمیاب کند، و عملکرد چنین مدیری با سودآوری درخور توجهی نیز همراه باشد، آیا چنین عملکردی را می‌توانیم **ارزشی** که سهامدار را نیز راضی می‌سازد، به حساب آوریم؟ چنین مدیری مانند آنچه در شرکتهای مضاربه‌ای اتفاق می‌افتاد، از شرایط تورمی جامعه خود سود می‌برد و ثروت واحد سرمایه‌گذار را ارتقا می‌دهد. لیکن آیا چنین عملکردی مورد تایید جامعه ماست و آیا، عملکرد مدیریت محسوب می‌شود یا شرایط نامناسب اقتصادی است که عملکرد مدیریت را مطلوب به نظر می‌رساند؟ هدف پاسخگویی به این گونه سئوالات و پرسشها نیست، بلکه با طرح این گونه نکات می‌خواهم متذکر شوم که مبحث صورتهای مالی تلفیقی، از ریشه و مبنا دارای چنان نقاط حساس و ظریفی است که یقیناً شایسته توجه بیشتر و عالمانه‌تری است.

فارغ از جنبه‌ها و تعریفهای تئوری محض که شایسته بحث و رایزنی است، موضوع دیگری که در امر سرمایه‌گذاری نیازمند توجه و دقت نظر است، مسئله ارزشگذاری یا قیمتگذاری سرمایه‌گذار است. فرصتی که در اختیار دارم اجازه بحث در کلیت موضوع را نمی‌دهد و لذا ناگزیرم فقط به موضوع ارزشگذاری سرمایه‌گذاریهایی مالی و در محدوده آن فقط به طرح برخی مسائل مرتبط با قیمتگذاری سهام و آن هم سهام شرکتهای سرمایه‌گذاری بسنده کنم و در مورد اهمیت صورتهای مالی تلفیقی و مسائل و مشکلاتی که در تهیه چنین صورتهای مالی وجود دارد تنها اشاره‌ای گذرا داشته باشم.

عوامل موثر در قیمتگذاری سهام
به‌طور کلی در موضوع قیمتگذاری سهام، عوامل موثر در قیمتگذاری به دو گروه کلی تقسیم می‌شوند، **عوامل درون‌سازمانی** و **عوامل برون‌سازمانی**. هر یک از این عوامل، حتی در شرکتهایی که در یک صنعت قرار دارند ممکن است متفاوت باشد و اساساً هر شرکت شرایط، ویژگیها و خصوصیات خاص خود را دارد و

بعضاً در کشور ما

این تصور وجود

دارد که تهیه

صورتهای مالی

تلفیقی امری

بیهوده و یا از

نظر علم و فن

حسابداری کاری

تجملی است

به سبب همین شرایط خاص نیز شرایط قیمتگذاری سهام هر شرکت از ویژگی خاص همان شرکت برخوردار است و به تعداد شرکتهایی که در بازار سهام مورد معامله قرار می‌گیرد، ویژگیهای خاص وجود دارد. این گونه ویژگیها اگر چه ممکن است در بسیاری از موارد در شرکتهای مشترک باشد ولی واقعاً به‌دشواری می‌توان دو شرکت را پیدا کرد که عیناً مانند یکدیگر باشند. این مقوله مانند لباسی است که باید به

قامت هرکس اندازه کرد.

از این‌رو، من نیز در این بخش اولاً به شرکتهای سرمایه‌گذاری خواهیم پرداخت و ثانیاً فقط عوامل مشترک بین این شرکتهای را مورد توجه قرار خواهیم داد.

پرسش این است که در شرکتهای سرمایه‌گذاری کدام عوامل در تعیین قیمت سهام دخالت دارند؟ در این بخش نیز من خواهم کوشید عمدتاً به عوامل درون‌سازمانی بپردازم زیرا مباحث برون‌سازمانی، نیازمند جامع‌نگری خاص دیگری است که فرصتی برای پرداختن به آنها نخواهد بود.

عناوین عوامل موثر بر قیمت سهام شرکتهای سرمایه‌گذاری عبارت است از:

- درآمد هر سهم،
- استمرار سودآوری شرکت،
- رشد سود قبل از مالیات در هر سال
- نسبت به سال قبل در مقایسه با رشد مبلغ سرمایه،
- ترکیب درآمد شرکت از نظر سود سهام دریافتی، سود حاصل از فروش سرمایه‌گذاریهی و سایر درآمدهای شرکت،
- سیاست تقسیم سود و درصد سود تقسیم شده به سود قبل از مالیات،
- ارزش سبد سهام شرکت،
- درجه گستردگی سرمایه‌گذاری در بین شرکتهای سرمایه‌پذیر از نظر درصد آن جهت کاهش ریسک سرمایه‌گذاری،
- درجه گرایش شرکت به سرمایه‌گذاری در یک نوع صنعت خاص،
- ترکیب سبد سهام شرکت از نظر شرکتهای داخل بورس و خارج از بورس،
- میزان نفوذ مدیریت شرکت اصلی در کنترل و سیاستگذاری شرکتهای فرعی،
- درجه حساسیت و تاثیرپذیری کالاهای تولیدی شرکتهای فرعی از

شرایط اقتصادی کشور،

• توان مدیریتی و استمرار دوره مدیریت مدیران شرکت اصلی و شرکتهای فرعی،

• میزان توانمندی شرکت از نظر تشکیل ستادی از کارشناسان و مشاوران ذیصلاح و سیاستهای شرکت جهت ارتقای توانمندی آنها و جذب این گونه کارشناسان،

• درجه اتکالی شرکت اصلی و شرکتهای فرعی از نظر استفاده از سیستمهای مناسب جهت بهبود سیستم کنترلهای داخلی و سیستم دریافت گزارش از شرکتهای فرعی و توان ارزیابی این گزارشها،

• توان شرکت اصلی در کنترل نظاممند شرکتهای فرعی از طریق تعیین هدف و بودجه برای آنان، و مقایسه بودجه با عملکرد واقعی شرکتهای تجزیه و تحلیل دلایل انحراف عملکرد واقعی از بودجه.

نگاهی اجمالی به عنوانهای عوامل موثر پیشگفته به خوبی نشان می دهد که بررسی و تحلیل کلیه عوامل فوق موضوعی است که به بحث مستقل نیاز دارد و ناگزیر تنها به عنوان کردن عوامل فوق و بررسی موضوع درآمد هر سهم در شرکتهای سرمایه گذاری بسنده می شود.

درآمد هر سهم در شرکتهای سرمایه گذاری عموماً ناشی از سود سهام دریافتی از شرکتهای سرمایه پذیر، سود حاصل از فروش سرمایه گذاریها و سود حاصل از انجام سایر فعالیتهاست. نکات عمده مرتبط با سود شرکتهای سرمایه گذاری به شرح ذیل طبقه بندی می شود:

۱- ترکیب و درصد هر یک از درآمدهای برشمرده فوق در مجموع درآمد شرکت اصلی بسیار مهم است.

الف) شرکتهایی که بخش عمده ای از درآمد آنها از محل سود حاصل از شرکتهای فرعی تأمین می شود و چنین سودی نیز از استمرار و رشد برخوردار است، در پیش بینی و اعلام

سود خود ثبات بیشتری دارند.

ب) شرکتهایی که بخش عمده درآمد آنها از محل خرید و فروش سهام یا سرمایه گذاریها تأمین می شود، از توان کارشناسی بیشتری برخوردارند و در عین حال نیز ریسک بیشتری را پذیرا می شوند.

۲- شرکتهایی که بخش عمده سبد سهام آنها ناشی از سرمایه گذاریهای درازمدت و دارای قدمت است، سرمایه گذاریهای خود را به اقل بهای

مبحث صورتهای

مالی تلفیقی، از

ریشه و مبنا

دارای چنان نقاط

حساس و ظریفی

است که یقیناً

شایسته توجه

بیشتر و

عالمانه تری است

تمام شده یا ارزش بازار ارزیابی می کنند. در واقع این گروه شرکتهای ناگزیر از اتخاذ چنین رابطه ای هستند زیرا در صورتی که در شرایط تورمی بهای سرمایه گذاری خود را براساس ارزش بازار ارزیابی کنند، با سود تحقق نیافته رو به رو می شوند که تقسیم چنین سودی به هیچ وجه عادلانه نیست. از سوی دیگر این گونه شرکتهای در شرایط حاد تورمی، هرگاه نسبت به

ارزش جاری سرمایه گذاریهای خود بی اعتنا باشند، اطلاعات منعکس در ترازنامه آنها در مورد ارزش واقعی سرمایه گذاریها اطلاعات حقیقی نخواهد بود و به همین سبب نیز در بورس تهران، ارزش جاری سبد سهام شرکتهای سرمایه گذاری به صورت ماهانه در اختیار استفاده کنندگان قرار می گیرد. باید توجه کرد که حتی ارزشهای جاری در مورد شرکتهای فرعی ارزشهای حقیقی نیستند زیرا قیمت های بازار براساس معاملات سهام خرد شکل می گیرد در حالی که سهام عمده (بیش از ۵ درصد) از نظر قیمت گذاری تابع شرایط خاص و عموماً قیمت های بالاتر است که بعضاً با بهای جاری بازار تفاوت چشمگیری دارد.

۳- نکته بسیار مهم دیگر که مربوط به موضوع بحث حاضر است این است که در مورد سود سهام دریافتی از شرکتهای فرعی، در صورتی که ضوابط مربوط به تهیه صورتهای مالی تلفیقی رعایت نشود، سود ممکن است با خطر واقعی نبوده مواجه شود و در شرایط خاص، سهامداران شرکت را به گمراهی بکشاند و یا در شرایط خاص اقتصادی سودی بین سهامداران تقسیم شود که به صورت اشتباه و موهوم شناسایی شده است. تنها عاملی که ممکن است از چنین خطری جلوگیری کند، تهیه صورتهای مالی تلفیقی است و واقعاً در این زمینه راه حل دیگری نمی شناسیم. در حالی که بعضاً در کشور ما این تصور وجود دارد که تهیه صورتهای مالی تلفیقی امری بیهوده و یا از نظر علم و فن حسابداری کاری **تجملی** است. هر اندازه مبادلات و معاملات بین شرکتهای فرعی بیشتر باشد خطر غیرواقعی بودن چنین سودی نیز بیشتر خواهد بود.

۴- خطر دیگر این است که در تصمیم گیری در مورد صورتهای مالی شرکت اصلی به موارد مشروط مندرج در گزارشهای حسابرسی شرکتهای

فرعی بی توجه باشیم. هرگونه عمل در این مورد ممکن است پیامدهای بسیار خطرناکی در پی داشته باشد. چگونه ممکن است در مورد یک کلیت قضاوت صحیح داشته باشیم بدون آنکه به اجزا و مشکلات اجزا توجه کنیم؟ باید توجه داشت که مطمئناً گزارش حسابرسی شرکت اصلی، بدون تهیه صورتهای مالی تلفیقی و داشتن گزارش حسابرسی در مورد آنها، ممکن است گمراه کننده باشد. به همین سبب است که استاندارد حسابداری شماره ۱۸ که کاربرد آن از سوی سازمان حسابرسی الزامی شناخته شده است، به استثنای موارد محدود، تهیه صورتهای مالی تلفیقی را واجب و ضروری شناخته است.

۵- سرانجام، نکته دیگر در مورد آن گروه از شرکتهای فرعی است که در بورس پذیرفته نشده اند. بدون تردید شفافیت اطلاعات و گزارشگری در مورد شرکتهای پذیرفته شده، بسیار بیشتر از شرکتهای خارج بورس است. اگر در ترکیب سبد سهام شرکت سرمایه گذاری، نقش این گونه شرکتهای خارج از بورس و یا سرمایه گذاریهایی که بورس به صورت مستمر در مورد آنها اطلاعات شفاف ندارد، زیاد باشد، خطر قیمتگذاری نامناسب افزایش می یابد. تنها روشی که ممکن است چنین خطری را کاهش دهد، تهیه صورتهای مالی تلفیقی است تا از این طریق بتوان در مورد شرکتهای خارج از بورس اطلاعات موثر و مفیدی گرد آورد.

وقت جلسه این امکان را نمی دهد تا در مورد موضوع فوق العاده مهم **اطمینان از شناسایی درآمد و سود شرکتهای سرمایه گذاری** مطالب بیشتری را بیان کنیم. بنابراین بخش پایانی صحبت را به موانع و مشکلاتی که در راه تهیه صورتهای مالی تلفیقی وجود دارد، اختصاص می دهیم تا با ارزیابی اهمیت این گونه دشواریها، رسالت حسابداران کشور در موضوع

تهیه صورتهای مالی تلفیقی و حسابرسی صورتهای مالی مزبور بیشتر آشکار شود.

مشکلات تهیه صورتهای مالی تلفیقی
در راه تهیه صورتهای مالی تلفیقی، حسابرسی این گونه صورتهای، تجزیه و تحلیل آنها و در نهایت، تصمیمگیری براساس نتایج حاصل از صورتهای مالی تلفیقی، موانع، دشواریها و اختلاف دیدگاههای متعددی وجود دارد.

**در مورد سود سهام
دریافتی از شرکتهای
فرعی، در صورتی
که ضوابط مربوط
به تهیه صورتهای
مالی تلفیقی رعایت
نشود، سود ممکن
است با خطر
واقعی نبودن مواجه
شود**

۱- اولین نکته این است که اساساً در جامعه ما و به ویژه در میان مدیران و کارشناسان مالی ما نیاز به تهیه چنین صورتهای مالی احساس نشده است. شاید بهتر باشد که بگوییم، سهامداران عمده هر شرکت اصلی اساساً این نیاز را احساس نکرده اند که خواسته خود را به حسابداران منتقل کنند تا آنها ناگزیر باشند در جهت ارتقای این بخش از علم حسابداری قدمهای

موثری بردارند. برای این پدیده، دلایل متعددی را می توان برشمرد که به چند دلیل عمده آن اکتفا می کنم.

الف) اساساً اندیشه داشتن گروه واحدهای تجاری و استفاده از آن برای به حداکثر رساندن منافع و نگاهداری منافع در محدوده شرکتهای گروه، زاییده جامعه سرمایه داری پیشرفته و خصوصی است. در چنین جامعه ای سرمایه دار عمده نمی تواند فعالیتهای خود را فقط به زمینه های خاص محدود سازد. گسترده گی دامنه فعالیتهای از یک سو و ضرورت نگرش تخصصی و تفکیک این فعالیتهای در قالب شرکتهای متعدد از سوی دیگر، و در نهایت، تلاش برای تحصیل سود بیشتر از طریق انجام کلیه فعالیتهای چارچوب گروه و در زنجیره فعالیتهای مکمل یکدیگر، سبب ایجاد اندیشه استفاده از گروه شرکتهای شده است. در سالهای قبل از انقلاب، در قسمتی از بخش خصوصی آن زمان و به صورت بسیار محدود، چنین تجربه ای آزموده شده است. گروه صنعتی ملی، گروه شرکتهای توسعه صنایع به شهر، گروه شرکتهای مینو و داروپخش از جمله مصداقهای بارز چنین پدیده ای هستند. با وقوع انقلاب و اجرایی شدن قانون حفاظت و تاسیس سازمان صنایع ملی، ارتباط بین شرکت اصلی و شرکتهای فرعی آن، از نظر شیوه کنترل آنها گسسته شد و هر یک از شرکتهای فرعی، به سبب الزامات آن زمان، در اختیار و تحت مدیریت یک گروه خاص قرار گرفتند. مثلاً گروه صنایع برقی و لوازم برقی، گروه نساجی، گروه شرکتهای خودروساز و امثال آنها. در چنین شرایطی شرکت فرعی تحت سیاستها و شیوه سرمایه پذیری اداری گروه تخصصی خود بود و نفوذ درخور ملاحظه شرکت اصلی در شرکتهای فرعی عملاً بی معنی شده بود. بعد از سالهای اولیه انقلاب نیز، سیاستهای کلان کشور در جهت رشد اقتصاد دولتی عملاً

زمینه‌ای برای رشد گروه شرکتها در بخش خصوصی فراهم نکرد.

ب) شرکتهای سرمایه‌گذاری فاقد قوانین خاص مربوط به خود هستند و بنابراین زمینه قانونی مناسب نیز برای مشخص کردن ضوابط لازم در اداره شرکتهای اصلی و فرعی فراهم نشده است.

ج) از نظر استانداردهای حسابداری، تا سالهای اخیر، الزامات شدید و استانداردهای خاصی نداشته‌ایم که حسابداران را ناگزیر از توجه به صورتهای مالی تلفیقی سازد. انتشار استاندارد صورتهای مالی تلفیقی یکی از اقدامات اولیه در جهت جلب نظر کارشناسان مالی به این امر مهم است.

د) در قوانین مالیاتی نیز پی‌بردن به سود واقعی در گروه شرکتها اساساً مورد عنایت قرار نگرفته است و هر شرکت به صورت منفرد در مرکز توجه قرار داشته است.

۲- دومین دشواری در تهیه صورتهای مالی تلفیقی این است که به سبب اهمیت کافی ندادن به موضوع صورتهای مالی تلفیقی، تلاش لازم نیز برای فراهم کردن سیستمهای لازم جهت تهیه اطلاعات مورد لزوم صورت نگرفته است و سیستمهای اطلاعاتی لازم به صورت مناسب استقرار نیافته و مورد بهره‌برداری واقع نشده است. برای آنکه صورتهای مالی تلفیقی به طور صحیح تهیه شود، می‌باید اقدامات اساسی زیر انجام گیرد.

الف) فروش کالا و خدمات بین شرکتهای گروه باید کاملاً در هر یک از شرکتهای گروه براساس مستندسازی‌های لازم شناسایی شود و مهمتر آنکه قیمت تمام‌شده این گونه کالاها و خدمات و سود حاصل از آنها نیز به صورت کامل، صحیح و شفاف مشخص گردد. این امر مهم باید در طی سال مالی مورد توجه قرار گیرد و اجرای آن نباید به پایان سال موکول گردد. براساس استانداردهای مربوط و پس از مرحله ترکیب صورتهای مالی

می‌باید سودهای تحقق‌نیافته ناشی از مبادلات درون‌گروهی که در مبلغ ثبت‌شده داراییها، نظیر موجودیهای جنسی و داراییهای ثابت منظور شده است، کلاً حذف شود. انجام چنین امر مهمی صرفاً مشروط به آن است که پیشاپیش سیستمهای لازم جهت ارائه اطلاعات راجع به این گونه تعدیلهای فراهم شده باشد و یکی از وظایف مهم

باید توجه داشت که مطمئناً گزارش

حسابرسی شرکت

اصلی، بدون تهیه

صورتهای مالی

تلفیقی و داشتن

گزارش حسابرسی

در مورد آنها، ممکن

است گمراه‌کننده

باشد

شامل فروش، هزینه‌ها و سود سهام، کلاً حذف شود. لازم است انجام این امر مهم، این است که هرگونه وجهی که توسط هر یک از شرکتهای گروه به حساب بدهکار یا بستانکار شرکت دیگر منظور می‌شود با استناد به اعلامیه بدهکار یا بستانکار مربوط صورت پذیرد و در صورت پذیرش اعلامیه‌هایی تاییدیه ناشی از پذیرش موضوع از شرکت مقابل دریافت شود. شرکتهای عضو گروه باید همه ماهه حسابهای بین یکدیگر را مقابله نمایند؛ صورت مغایرات حسابهای فیما بین را تهیه کنند؛ و انجام این امر مهم را به پایان سال موکول نکنند. این گونه صورت مغایرات باید به امضای مسئولان ارشد مالی دو شرکت نیز برسد تا از بروز هرگونه اختلاف نظر جلوگیری شود.

ج) دوره مالی شرکتهای عضو گروه باید ترجیحاً یکسان باشد تا میان گزارشگری و فراهم کردن اطلاعات و مقابله آنها با دشواری رو به رو نگردد و نهایتاً اختلاف زمانی دوره‌های مالی بر اساس استانداردهای مربوط، بیش از سه ماه نباشد. انجام این امر مشروط به آن است که هماهنگیهای لازم در این مورد از سوی شرکت اصلی به عمل آمده باشد.

د) مهمترین روشهای حسابداری باید در شرکتهای عضو گروه ترجیحاً یکسان باشد. یکنواخت نبودن رویه‌های حسابداری یقیناً سبب خواهد شد که در پایان دوره مالی تعدیلهای لازم جهت یکنواخت‌سازی این گونه رویه‌ها الزامی باشد.

۳- سومین نکته مهم در تهیه صورتهای مالی تلفیقی، توجه به موضوع **قیمتهای انتقالی**^۱ است. یکی از موضوعهایی که همواره، موجب ایجاد تنش بین مدیران شرکتهای فرعی می‌گردد، تعیین قیمت فروش کالاها و خدماتی است که بین شرکتهای گروه مبادله می‌شود. مدیران فروشنده کالا و خدمات همواره مایلند که کالاهای خود

حسابرسان شرکتهای اصلی این است که از استقرار سیستم کنترل‌های داخلی مناسب جهت فراهم کردن این گونه اطلاعات، اطمینان لازم به دست آورند؛ در حالی که در گزارشهای حسابرسان این گونه شرکتهای، تاکنون مشاهده نشده است که به این نکته مهم توجه شده باشد.

ب) در تهیه صورتهای مالی تلفیقی یکی از اقدامات مهم این است که مانده حسابهای فیما بین و مبادلات بین واحدهای تجاری عضو گروه،

را به بهایی مناسب و نزدیک به قیمت بازار به شرکتهای فرعی دیگر به فروش رسانند. استدلال آنها این است که اگر شرکت فرعی خریدار نمی‌تواند بهای مناسبی را به شرکت فروشنده بپردازد، آنها کالاهای خود را به شرکتهای خارج از گروه خواهند فروخت. آنها قیمت‌های بازار را مبنای مناسبی برای کالاهای خود می‌دانند و معتقدند مبادلات باید در شرایط آزاد و رقابتی صورت پذیرد. در سمت مقابل، شرکتهای خریدار مایلند کالاهای و خدمات خود را به بهای ارزانتر تهیه کنند. استدلال آنها این است که اجبار در خرید از شرکت فرعی باید توأم با مزیتی برای آنان باشد، زیرا هرگاه قرار باشد هیچ‌گونه مزیتی در میان نباشد، ترجیح می‌دهند فروشنده مناسب دیگری را جستجو کنند. از دیدگاه شرکت اصلی، هدف آن است که مبادلات شرکتهای فرعی ترجیحا" در درون گروه انجام پذیرد تا از انتقال سود به خارج از گروه اجتناب شود. از سوی دیگر برای شرکت اصلی بسیار مهم است که ظرفیت تولیدی شرکتهای فرعی به صورت کامل مورد بهره‌برداری قرار گیرد و اساسا" خوشایند نیست که یک شرکت فرعی نتواند کالای خود را به شرکت فرعی دیگر بفروشد و با ظرفیت استفاده نشده روبه‌رو باشد. همچنین شرکت اصلی توجه دارد که در صورتی که در تمامی موارد قیمت‌های بازار بر مبادلات بین شرکتهای گروه حاکم گردد، ممکن است محصولات نهایی گروه از نظر بازاریابی و در شرایط رقابتی با دشواری مواجه شود؛ در عین حال شرکت اصلی می‌داند که عملکرد مدیران شرکتهای فرعی را باید براساس سودآوری آنها مورد ارزیابی قرار دهد. مجموع شرایط فوق، وضعیتی را ایجاد می‌کند که نیازمند دخالت آگاهانه شرکت اصلی در تعیین قیمت محصولات مورد مبادله در بین شرکتهای فرعی است. بی‌توجهی به مراتب فوق، ممکن است تهیه صورت‌های مالی تلفیقی را تحت‌الشعاع

قرار دهد و مدیران شرکتهای گروه را از همکاری لازم و یا پذیرش نتایج تلفیق باز دارد.

۴- چهارمین نکته‌ای که در تهیه صورت‌های مالی تلفیقی وجود دارد، رویه شرکت اصلی در فروش بخشی از سرمایه‌گذاریهی آن است. مسئله این است که بخشی از سود شرکت اصلی را سود حاصل از فروش سرمایه‌گذاریهی آن تشکیل می‌دهد. در برخی موارد شرکت اصلی خود را از

چگونه ممکن است در مورد یک کلیت قضاوت صحیح داشته باشیم بدون آنکه به اجزا و مشکلات اجزا توجه داشته باشیم؟

دسترسی به سود پیش‌بینی شده ناتوان می‌بیند. از سوی دیگر شرکت مادر می‌داند که ارزش برخی از شرکتهای فرعی آن به مراتب بیش از قیمت تمام شده آنهاست. ضرورتها و استانداردهای حسابداری نیز اجازه ارزیابی سرمایه‌گذاریهی آنها را به قیمت بازار فراهم نمی‌سازد. در چنین شرایطی متاسفانه برخی شرکتهای ناگزیر از فروش برخی از سرمایه‌گذاریهی خود

در زمان نزدیک به پایان سال مالی می‌شوند. این‌گونه شرکتهای اصلی پس از پایان سال مالی مجددا" دست به خرید سهام فروخته شده می‌زنند تا از دو مزیت بهره‌مند شوند؛ اولاً" با فروش سهام خود، از سود حاصل از فروش برخوردار شوند و ثانيا" با خرید دوباره سهام، سرمایه‌گذاری پیشین را احیا کنند. متاسفانه وضعیت فوق‌گانه بین دو شرکت سرمایه‌گذاری روی می‌دهد و به این ترتیب هر دو شرکت از مزایای چنین روشی بهره‌مند می‌شوند و در عین حال سرمایه‌گذاریهی اولیه خود را بعد از پایان سال مالی به دست می‌آورند. توجه به این‌گونه موارد تنها در حوصله و چارچوب رسیدگیهای حسابرسان معتمد بورس است تا بر افشای این گونه مراتب اصرار ورزند.

۵- پنجمین دشواری در تهیه صورت‌های مالی تلفیقی، نبود گزارشگری مالی مستمر در مورد شرکتهای فرعی خارج از بورس است. اهمیت این مورد شاید ایجاب کند که استانداردی خاص برقرار شود که شرکتهای فرعی خارج از بورس را به گزارشگری مستمر ملزم سازد.

در پایان سخن دو نکته مهم را قابل اشاره می‌دانم.

اول آن‌که از نظر بورس تهران، ارائه صورتهای مالی شرکت مادر، بدون دریافت صورتهای مالی تلفیقی حسابرسی شده شرکتهای گروه، قابل پذیرش و استناد نیست. و لذا ضروری است قوانینی فراهم شود که تقسیم سود را بدون تهیه و تنظیم صورتهای مالی تلفیقی محدود یا ممنوع سازد.

دوم آن‌که خلاءهای قانونی مربوط به شرکتهای سرمایه‌گذاری باید پُر شود. اگر همه کارشناسان بر این باشند که چنین نیازی وجود دارد، و باید به آن توجه شود، اقدامات عملی و همت بیشتری لازم خواهد آمد.

پانوشتها:

۱-- Earning Per Share (EPS)

۲-- Transfer Pricing