

دانشگاه سام نور

حسابداری پیشرفته ۲

(رشته حسابداری)

دکتر عبدالکریم مقدم سید مجتبی حسینی

«امروزه کتاب‌خوانی و علم‌آموزی، نه تنها یک وظیفه‌ی ملی، که یک واجب دینی است.»^۱

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتاب‌خوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چند هزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه‌ی فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان فرزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... همچنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مقابل عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه‌ی الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پربار است. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجامع و سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه‌ی مطالعه‌ی هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نمی‌باشد.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره‌ی دانش و معرفت است و کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه‌ی دستاوردهای بشر در سراسر عمر جهان، تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه‌ی بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاورد انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین

۱. پیام مقام معظم رهبری به مناسبت آغاز هفته کتاب ۷۲/۱۰/۴

سوره‌ای که بر آن فرستاده‌ی عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد شده‌است: «اقْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه‌ی انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده‌اند.

دانشگاه پیام‌نور با گستره‌ی جغرافیایی ایران‌شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه‌جا و همه‌وقت، به‌عنوان دانشگاهی کتاب‌محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه‌سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جویای علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره‌گیری از تجربه‌های گرانقدر استادان و صاحب‌نظران برجسته کشورمان، کتاب‌ها و منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام‌نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به‌طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب‌نظران و دانشجویان محترم، ما را در انجام این وظیفه‌ی مهم و خطیر یاری‌رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزانی که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه‌ی خطیر یاری می‌رسانند، سپاسگزاری می‌نماییم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام‌نور را منزلگاه اندیشه‌سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده‌اند، صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام‌نور

فهرست مطالب

نه	پیشگفتار
۱	فصل اول: سرمایه‌گذاری‌ها و حسابداری سرمایه‌گذاری‌ها
۱	هدف کلی
۱	هدف‌های یادگیری
۱	مقدمه
۲	۱-۱ انواع سرمایه‌گذاری
۲	۱-۱-۱ انواع سرمایه‌گذاری از نظر نوع اوراق
۲	۱-۱-۲ انواع سرمایه‌گذاری از نظر بعد زمان
۳	۱-۱-۳ انواع سرمایه‌گذاری از نظر هدف
۴	۲-۱ حسابداری سرمایه‌گذاری‌ها
۶	۳-۱ توسعه شرکت‌ها با ترکیب‌های تجاری
۶	۱-۳-۱ توسعه افقی
۷	۲-۳-۱ توسعه عمودی
۷	۳-۳-۱ توسعه باهدف متنوع‌سازی
۸	۴-۱ ترکیب شرکت‌ها به لحاظ حقوقی
۱۰	۵-۱ حسابداری ترکیب‌های تجاری
۱۰	۱-۵-۱ تشخیص وجود نفوذ مؤثر و کنترل
۱۲	۲-۵-۱ تشخیص شرکت تحصیل‌کننده
۱۲	۳-۵-۱ تعیین بهای تمام‌شده ترکیب و تاریخ تحصیل
۱۳	۴-۵-۱ تشخیص و تعیین مابه‌التفاوت پرداختی و تخصیص آن
۱۴	۶-۱ روش ارزش ویژه (تلفیق یک سطری)
۱۷	۷-۱ اثر ارزش منصفانه بر ارزش ویژه
۲۰	۸-۱ وجود مابه‌التفاوت و اثر آن در روش ارزش ویژه
۲۴	۹-۱ سرقفلی

۲۶	۱۰-۱ مثال جامع
۲۸	خلاصه فصل اول
۲۸	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول
۳۲	خودآزمایی تشریحی فصل اول

فصل دوم: تهیه صورت‌های مالی تلفیقی در تاریخ تحصیل

۳۵	هدف کلی
۳۵	هدف‌های یادگیری
۳۵	مقدمه
۳۸	۱-۲ شخصیت تلفیقی
۴۰	۲-۲ چگونگی تهیه صورت‌های مالی تلفیقی
۴۱	۱-۲-۲ تلفیق در تاریخ تحصیل با مالکیت ۱۰۰٪ و به ارزش دفتری (فرض ۱)
۴۳	۲-۲-۲ تلفیق در تاریخ تحصیل، با مالکیت کمتر از ۱۰۰٪ و به ارزش دفتری (فرض ۲)
۴۷	۳-۲-۲ تلفیق در تاریخ تحصیل با مالکیت ۱۰۰٪ و به بیش از ارزش دفتری (فرض ۳)
۴۹	۴-۲-۲ تلفیق در تاریخ تحصیل با مالکیت کمتر از ۱۰۰٪ و به بیش از ارزش دفتری (فرض ۴)
۵۳	۵-۲-۲ تلفیق در تاریخ تحصیل با مالکیت ۱۰۰٪ و به کمتر از ارزش دفتری (فرض ۵)
۵۵	۶-۲-۲ تلفیق در تاریخ تحصیل با مالکیت کمتر از ۱۰۰٪ و به کمتر از ارزش دفتری (فرض ۶)
۵۸	۳-۲ مثال جامع
۵۹	خلاصه فصل دوم
۶۰	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوم
۶۴	خودآزمایی تشریحی فصل دوم

فصل سوم: تهیه صورت‌های مالی تلفیقی بعد از تاریخ تحصیل

۶۷	هدف کلی
۶۷	هدف‌های یادگیری
۶۷	مقدمه
۶۹	۱-۳ چگونگی تهیه صورت‌های مالی تلفیقی بعد از تاریخ تحصیل
۶۹	۱-۱-۳ تلفیق بعد از تاریخ تحصیل با مالکیت ۱۰۰٪ و به ارزش دفتری (فرض ۱)
۷۳	۲-۱-۳ تلفیق بعد از تاریخ تحصیل، با مالکیت کمتر از ۱۰۰٪ و به ارزش دفتری (فرض ۲)
۷۶	۳-۱-۳ تلفیق بعد از تاریخ تحصیل با مالکیت ۱۰۰٪ و به بیش از ارزش دفتری (فرض ۳)
۸۱	۴-۱-۳ تلفیق بعد از تاریخ تحصیل با مالکیت کمتر از ۱۰۰٪ و به بیش از ارزش دفتری (فرض ۴)
۸۸	۵-۱-۳ تلفیق در تاریخ تحصیل با مالکیت کمتر از ۱۰۰٪ و به کمتر از ارزش دفتری (فرض ۵)
۹۱	خلاصه فصل سوم
۹۲	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم
۹۶	خودآزمایی تشریحی فصل سوم

فصل چهارم: معامله در بین اعضای گروه: انتقال کالا و خدمات

۹۹	هدف کلی
۹۹	هدف‌های یادگیری
۹۹	مقدمه
۱۰۰	۴-۱ اثر انتقال کالا در بین اعضای گروه و ثبت‌های تعدیلی آن
۱۰۶	۴-۲ انتقال کالا از اصلی به فرعی
۱۱۹	۴-۳ فروش کالا به خارج از گروه به‌صورت تدریجی
۱۲۱	۴-۴ انتقال کالا از فرعی به اصلی
۱۳۱	۴-۵ انتقال کالا با زیان
۱۳۴	۴-۶ تهیه صورت‌های مالی تلفیقی درحالت استفاده از روش ادواری
۱۳۷	۴-۷ انتقال خدمات در بین اعضای گروه
۱۳۸	خلاصه فصل چهارم
۱۳۸	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم
۱۴۳	خودآزمایی تشریحی فصل چهارم
۱۴۷	فصل پنجم: معامله در بین اعضای گروه: انتقال دارایی‌های ثابت
۱۴۷	هدف کلی
۱۴۷	هدف‌های یادگیری
۱۴۷	مقدمه
۱۴۸	۵-۱ انتقال دارایی‌های ثابت استهلاک‌ناپذیر (از اصلی به فرعی)
۱۶۰	۵-۲ انتقال دارایی‌های ثابت استهلاک‌ناپذیر (از فرعی به اصلی)
۱۶۳	۵-۳ انتقال دارایی‌های ثابت استهلاک‌پذیر (از اصلی به فرعی)
۱۸۰	۵-۴ انتقال دارایی‌های ثابت استهلاک‌پذیر (از فرعی به اصلی)
۱۸۴	۵-۵ انتقال دارایی‌های ثابت استهلاک‌پذیر در ابتدای سال
۱۸۶	۵-۶ انتقال دارایی‌های ثابت استهلاک‌پذیر در طی سال
۱۹۰	۵-۷ مثال جامع
۱۹۳	خلاصه فصل پنجم
۱۹۴	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم
۱۹۸	خودآزمایی تشریحی فصل پنجم
۲۰۳	فصل ششم: معامله در بین اعضای گروه: انتقال اوراق قرضه
۲۰۳	هدف کلی
۲۰۳	هدف‌های یادگیری
۲۰۳	مقدمه
۲۰۵	۶-۱ انتقال اوراق قرضه به‌روش مستقیم
۲۰۹	۶-۲ انتقال اوراق قرضه به‌طور غیرمستقیم (متشرکننده اوراق، شرکت اصلی)
۲۲۱	۶-۳ انتقال اوراق قرضه به‌طور غیرمستقیم (متشرکننده اوراق، شرکت فرعی)
۲۳۰	۶-۴ انتقال اوراق قرضه به‌طور غیرمستقیم (در ابتدای سال)

۲۳۲

۲۳۳

۲۳۶

۲۳۹

۲۴۱

خلاصه فصل ششم

خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل ششم

خودآزمایی تشریحی فصل ششم

پاسخنامه

منابع

پیشگفتار

خدایا جهان پادشاهی تو راست ز ما خدمت آید خدایی تو راست
پناه بلندی و پستی تویی همه نیستند آنچه هستی تویی
(نظامی)

هدف حسابداری به عنوان یک سیستم اطلاعاتی، تأمین و رفع نیازهای اطلاعاتی استفاده کنندگان در قالب گزارش های مالی است. گزارش های مالی مبنای قضاوت و تصمیم های آگاهانه است. از طرف دیگر در اقتصاد پیچیده و متغیر امروز، چرخه عمر محصولات کوتاه تر شده در نتیجه بیشتر شرکت ها سعی می کنند ترکیب های متنوعی از محصولات و خدمات را ارائه کنند. به همین دلیل شرکت ها در حوزه های مختلفی سرمایه گذاری می کنند. به طوری که برخی از این شرکت ها به نام شرکت های مادر یا هولدینگ شناخته می شوند. از آنجا که صورت های مالی شرکت مادر به تنهایی تصویر کاملی از فعالیت های اقتصادی و وضعیت مالی گروه شرکت ها (شامل شرکت مادر و زیرمجموعه هایش) را به خوبی نشان نمی دهد در نتیجه باید صورت های مالی تلفیقی تهیه و ارائه شود. از ترکیب صورت های مالی شرکت مادر و زیرمجموعه های آن صورت های مالی تلفیقی تهیه شده که وضعیت مالی گروه را در مجموع و به عنوان یک شخصیت فرضی و منفرد نشان می دهد. در نتیجه هدف این کتاب آموزش روش تهیه صورت های مالی تلفیقی به طور ساده و گام به گام است.

در این کتاب سعی شده است موارد زیر رعایت شود. اول، کتاب براساس استانداردهای حسابداری ایران نوشته شده است. حسابداری سرمایه گذاری ها و ترکیب های تجاری آن چنان مهم است که استانداردهای حسابداری شماره های ۱۵، ۱۸، ۱۹ و ۲۰ به این موضوع پرداخته اند. بنابراین پیشنهاد می شود هم زمان با مطالعه این کتاب، استانداردهای اشاره شده نیز مطالعه شوند. دوم، نویسندگان سعی کرده اند با اتکا به تجربه خود و همچنین باتوجه به چگونگی ارائه مطالب در منابع مشابه، کتاب را به صورت خودآموز تهیه کرده بنابراین از مباحث نظری کاسته شده و بیشتر به حل مثال پرداخته شده است. همچنین به دلیل وجود محدودیت در تعداد صفحه ها براساس تعداد واحد درسی در دانشگاه پیام نور، در نتیجه مطالب فقط در ۶ فصل ارائه شد. بنابراین دانشجویان علاقه مند مطالب بیشتر را از منابع دیگری مطالعه کنند. سوم، در این کتاب سعی شده است دلایل و مفاهیم به صورت منطقی و ساده و حتی با تصویرسازی به دانشجویان انتقال داده شود. همچنین برای درک بهتر مطالب سعی شده است حالت های مختلف در جدول های مقایسه ای ارائه شده تا زمینه قیاس و فهم بهتر و بیشتر مطالب فراهم شود.

از همه اساتید گرانقدر و همکاران گرامی صمیمانه بابت کاستی های این کتاب عذرخواهی کرده خواهشمندیم از نظرات ارزشمند خود به ویژه در مورد اصلاح اشتباه ها ما را محروم نکرده و نقطه نظرهای خود را به آدرس زیر ایمیل کنند.

در پایان، اگر مادر، همسر و فرزندانمان شکیبایی و هم دلی نکرده بودند بی تردید این اثر نوشته نشده بود. به خاطر همه وقت هایی که از شما گرفتیم اینجا برای همیشه می گوئیم دوستان داریم.

حسنیت به اتفاق ملاحظت جهان گرفت آری به اتفاق جهان می توان گرفت
(خواجه شیراز)

عبدالکریم مقدم - سید مجتبی حسینی

smojhoseini@yahoo.com

فصل اول

سرمایه گذاری ها و حسابداری سرمایه گذاری ها

هدف کلی

آشنایی با انواع سرمایه گذاری ها، چگونگی توسعه شرکت ها و روش ارزش ویژه.

هدف های یادگیری

از شما انتظار می رود پس از مطالعه این فصل بتوانید:

۱. انواع سرمایه گذاری را درک کرده و روش حسابداری مربوط به آن ها را یاد بگیرید.
۲. انواع توسعه شرکت ها را فراگرفته و پرکاربردترین شیوه آن را تشخیص دهید.
۳. انواع ترکیب شرکت ها به لحاظ حقوقی را بدانید.
۴. چگونگی حسابداری به روش ارزش ویژه را یاد بگیرید.

مقدمه

در دنیای اقتصاد امروزی کمتر روزی است که از واژه سرمایه گذاری استفاده نشود. واژه سرمایه گذاری مفاهیمی همچون تولید، بهره وری، اشتغال و... را در اذهان ایجاد می کند. بسیاری از کشورها به دنبال جذب سرمایه گذاری خارجی در هر زمینه ای هستند. هرچه سرمایه گذاری بیشتر باشد رفاه جامعه بهبود بیشتری خواهد یافت. بنابراین این واژه می تواند برای هر دولتی مترادف با خواب آشفته باشد.

سرمایه‌گذاری‌ها با انگیزه‌های مختلفی انجام می‌شود که از جمله می‌توان به افزایش سودآوری، کاهش ریسک تجاری، گسترش مناسبات تجاری و... اشاره کرد. اما سؤال اصلی این است آیا حسابداری این نوع سرمایه‌گذاری‌ها با یکدیگر متفاوت است؟ به این منظور ابتدا انواع مختلف سرمایه‌گذاری از جنبه‌های گوناگون زیر بررسی می‌شود:

۱. انواع سرمایه‌گذاری از نظر نوع اوراق
۲. انواع سرمایه‌گذاری از نظر بعد زمان
۳. انواع سرمایه‌گذاری از نظر هدف

۱-۱ انواع سرمایه‌گذاری

۱-۱-۱ انواع سرمایه‌گذاری از نظر نوع اوراق

سرمایه‌گذاری از نظر نوع اوراق به دودسته زیر تقسیم می‌شود:

۱. سرمایه‌گذاری در اوراق بدهی یک شرکت مثل اوراق قرضه
 ۲. سرمایه‌گذاری در اوراق مالکیت یک شرکت مثل سهام
- اوراق بدهی اوراقی هستند که سرمایه‌گذار با خرید آن اوراق، بستانکار شرکت خواهد شد. جایگاه گزارشگری این اوراق در ترازنامه شرکت سرمایه‌پذیر در قسمت بدهی‌های شرکت بوده و رابطه مالکانه با شرکت سرمایه‌پذیر ایجاد نمی‌شود. درحقیقت صاحب این اوراق در حالت معمول حق رأی و تصمیم‌گیری در شرکت سرمایه‌پذیر را نخواهد داشت.

اما سرمایه‌گذاری در اوراق مالکیت باعث ایجاد یک رابطه مالکانه با شرکت سرمایه‌پذیر می‌شود. بنابراین فردی که این اوراق را خریداری می‌کند در جایگاه حقوق صاحبان سهام در ترازنامه قرار گرفته و به‌طور معمول از حق رأی برخوردار خواهد شد.

۱-۱-۲ انواع سرمایه‌گذاری از نظر بعد زمان

سرمایه‌گذاری از این دیدگاه به دودسته کوتاه‌مدت و بلندمدت تقسیم می‌شود. براساس استاندارد حسابداری شماره ۱۵، جهت تقسیم‌بندی یک سرمایه‌گذاری به بلندمدت و کوتاه‌مدت باید به قصد مدیریت از این سرمایه‌گذاری توجه کرد. اگر مدیریت شرکت سرمایه‌گذار قصد دارد از این سرمایه‌گذاری به‌منظور استفاده مستمر در فعالیت‌های

تجاری استفاده کند بنابراین قصد نگهداری آن تا بلندمدت را خواهد داشت. در نتیجه این سرمایه‌گذاری غیرجاری بوده و از نوع بلندمدت خواهد بود. طبق استاندارد ۱۵، سرمایه‌گذاری بلندمدت در اوراق بهادار شامل موارد زیر است:

- سرمایه‌گذاری در واحد تجاری و وابسته یا تسهیلات بلندمدت اعطایی به این واحدها
 - سرمایه‌گذاری‌هایی که در اصل جهت حفظ، تسهیل و گسترش فعالیت یا روابط تجاری موجود انجام می‌شود.
 - سرمایه‌گذاری‌هایی را که نمی‌توان واگذار کرد، یا بدون تأثیر عمده بر فعالیت‌های واحد تجاری قابل‌واگذاری نیست و
 - سرمایه‌گذاری‌هایی که با قصد استفاده مستمر توسط واحد تجاری نگهداری می‌شود و هدف آن نگهداری مجموعه‌ای از سرمایه‌گذاری‌ها جهت تأمین درآمد و یا رشد سرمایه برای صاحبان سرمایه واحد تجاری است.
- سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت در یک عبارت ساده سرمایه‌گذاری‌هایی هستند که بلندمدت نباشند. درحقیقت سرمایه‌گذاری‌هایی که مدیریت، قصد یا توان نگهداری آن در بلندمدت را ندارد در طبقه کوتاه‌مدت و جاری قرار می‌گیرند. لازم به ذکر است معیار طبقه‌بندی یک سرمایه‌گذاری قصد مدیریت است. پس اگر مدیریت قصد نگهداری یک سرمایه‌گذاری تا بلندمدت را نداشته باشد آن سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت است حتی اگر برای مدت طولانی نگه‌داری شود.

۱-۱-۳ انواع سرمایه‌گذاری از نظر هدف

سرمایه‌گذاری‌ها با دو هدف صورت می‌گیرد:

۱. به قصد کسب منفعت در کوتاه‌مدت

۲. به قصد ایجاد رابطه تجاری

شرکت‌ها در چرخه فعالیت خود ممکن است در مقاطع زمانی کوتاه وجوه نقد مازاد داشته باشند. این وجوه نقد مازاد می‌تواند در موقعیت‌های مختلفی سرمایه‌گذاری شود مانند سرمایه‌گذاری در سپرده‌های بانکی یا سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار به قصد کسب منفعت ناشی از تغییرات قیمت یا بهره و سود تقسیمی. اما برخی دیگر از سرمایه‌گذاری‌ها به دلیل داشتن وجوه مازاد نیست، بلکه باهدف ایجاد رابطه تجاری در دیگر شرکت‌ها

است. رابطه تجاری زمانی ایجاد می‌شود که شرکت سرمایه‌گذار بتواند در تعیین سیاست‌های مالی و عملیاتی یک واحد تجاری مشارکت کرده و یا آن را هدایت کند.

بنابراین به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاری‌هایی که به قصد ایجاد رابطه تجاری خریداری می‌شوند، سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت باشند. به این دلیل که مدیریت قصد نگهداری آن تا بلندمدت را خواهد داشت. در این نوع سرمایه‌گذاری‌ها، مدیریت شرکت سرمایه‌گذار، از راه انتخاب هیئت‌مدیره شرکت سرمایه‌پذیر، آن شرکت را تحت کنترل یا نفوذ خود قرار خواهد داد.

۲-۱ حسابداری سرمایه‌گذاری‌ها

سرمایه‌گذاری از مسائل حیاتی دنیای اقتصادی امروزی است بنابراین حسابداری صحیح آن بسیار حساس است. این حساسیت زمانی بیشتر می‌شود که انواع گوناگون سرمایه‌گذاری‌ها و تغییرات آن‌ها باعث پیچیدگی هرچه بیشتر آن‌ها خواهد شد. به همین دلیل دسته‌بندی بالا ارائه شد. حال سؤال این است که آیا بین دسته‌بندی بالا ارتباطی وجود دارد؟ پاسخ آری است.

معمولاً سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت به قصد کسب منفعت در کوتاه‌مدت است بنابراین مدیریت از یک سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت هدفی جز کسب سود از طریق تغییر قیمت‌ها و یا تقسیم سود و بهره ندارد. بنابراین این نوع سرمایه‌گذاری در اوراقی انجام می‌شود که درصد بازدهی موردانتظار آن بیشتر باشد و بین اوراق‌بدهی و اوراق مالکیت تفاوتی وجود ندارد. اما مدیریت در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری بلندمدت انجام می‌دهد که قصد ایجاد رابطه تجاری با آن شرکت را داشته باشد. بنابراین باید اوراقی را خریداری کند که دارای حق رأی هستند. پس به طور حتم اوراق مالکیت را انتخاب می‌کند. البته این بدان معنا نیست که سرمایه‌گذاری در اوراق بدهی نمی‌تواند بلندمدت باشد. همان‌طور که مشخص است قصد مدیریت از انواع سرمایه‌گذاری متفاوت است. در نتیجه نمی‌توان یک روش حسابداری را برای انواع سرمایه‌گذاری‌ها استفاده کرد. در مجموع دو روش برای حسابداری سرمایه‌گذاری‌ها ارائه شده است:

۱. حسابداری سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت

درخصوص سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت چون هدف مدیریت ایجاد رابطه تجاری نیست پس حسابداری آن براساس استاندارد حسابداری شماره ۱۵ ایران است.

براساس این استاندارد، حسابداری سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت به ارزش بازار یا اقل بهای تمام‌شده و ارزش بازار (خالص ارزش فروش) است.

۲. حسابداری سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت

اگر مدیریت قصد نگهداری یک سرمایه‌گذاری تا بلندمدت را دارد به‌طورحتم اهدافی فراتر از منافع کوتاه‌مدت دارد. بنابراین در اینجا حسابداری باید به رجحان محتوا بر شکل توجه داشته باشد. چرا مدیریت قصد دارد سهام مالکیت شرکتی را تا بلندمدت نگهداری کند؟ آیا درصد مالکیت نیز مهم است؟

جدول ۱-۱. ارتباط بین روش حسابداری سرمایه‌گذاری باهدف از سرمایه‌گذاری و درصد مالکیت

هدف مدیریت	رابطه تجاری	نوع سرمایه‌گذاری	روش حسابداری	درصد مالکیت ^۱	نام رابطه
کسب منفعت در کوتاه‌مدت	فاقد نفوذ مؤثر و کنترل	سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت	ارزش بازار یا اقل بهای تمام‌شده و ارزش بازار	کمتر از ۲۰٪	-
ایجاد رابطه تجاری	دارای نفوذ مؤثر	سرمایه‌گذاری بلندمدت	روش ارزش ویژه	بیش از ۲۰٪	اصلی و وابسته
ایجاد رابطه تجاری	دارای کنترل	سرمایه‌گذاری بلندمدت	روش بهای تمام‌شده یا تجدیدارزیابی	بیش از ۵۰٪	اصلی و فرعی

حسابداری سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت در کتاب‌های قبلی بیان شده‌است. در این کتاب به موضوع حسابداری سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت پرداخته خواهد شد. برای درک بهتر اینکه چرا شرکت‌ها اقدام به سرمایه‌گذاری بلندمدت می‌کنند باید به موضوع ترکیب‌های تجاری پرداخت. بنابراین درآمدسه ترکیب‌های تجاری و اشکال توسعه شرکت‌ها بیان می‌شود.

۱. به یاد داشته باشید در حسابداری «خط‌کش» وجود ندارد. یعنی ابزار مورد توافق همگان در همه شرایط زمانی و مکانی وجود ندارد. بنابراین درصدهای بیان‌شده در بالا الزاماً درست نیست. برای مثال ممکن است در شرایطی با وجود درصد مالکیت کمتر از ۲۰٪ اما نفوذ مؤثر وجود داشته باشد.

۱-۳ توسعه شرکت‌ها با ترکیب‌های تجاری

فرض کنید شرکت مایکروسافت که تاکنون در زمینه نرم‌افزار فعالیت داشته قصد دارد فعالیت‌های خود را به هوش مصنوعی نیز توسعه دهد. دو پرسش در اینجا مطرح است. اول، چرا این شرکت قصد توسعه دارد؟ دوم، چگونه این توسعه را انجام می‌دهد؟ ابتدا پاسخ به پرسش دوم: مدیران شرکت‌ها دو راه برای توسعه فعالیت‌های شرکت تحت مدیریت خود دارند یا اینکه خود اقدام به خرید و سرمایه‌گذاری در فعالیت جدید کنند (به اصطلاح چرخ را مجدد اختراع کنند) و یا اینکه یکی از شرکت‌های فعال در این زمینه را خریداری کنند (به اصطلاح اسب زین‌شده را سوار شوند). ترکیب‌های تجاری پر شمار گذشته نشان می‌دهد که بیشتر شرکت‌ها برای توسعه، ترجیح می‌دهند اسب زین‌شده را سوار شوند.

اما در پاسخ به پرسش اول چرا توسعه، باید گفت شرکت‌ها به دلایل مختلفی همچون تنوع محصولات، کاهش هزینه‌ها، بهبود دسترسی به مواد اولیه، کاهش ریسک تجاری و... اقدام به توسعه فعالیت‌های خود می‌کنند. این توسعه می‌تواند به سه شکل زیر باشد:

۱. توسعه افقی
۲. توسعه عمودی
۳. توسعه باهدف متنوع‌سازی

۱-۳-۱ توسعه افقی

در این شکل از ترکیب، شرکت سرمایه‌گذار اقدام به خرید شرکت‌های رقیب خود می‌کند. در واقع شرکت‌هایی خریداری می‌شوند که کالاها یا محصولات هایی مشابه شرکت اصلی تولید می‌کنند. به عنوان مثال شرکت خطوط هوایی دلتا (تأسیس ۱۹۲۴) در سال ۱۹۸۷ اقدام به خرید رقیب خود یعنی شرکت خطوط هوایی وسترن (تأسیس ۱۹۲۵) کرد. شرکت دلتا اکنون به لحاظ درآمد و ظرفیت جابه‌جایی مسافر، دومین شرکت خطوط هوایی در جهان است. در نمونه‌ای دیگر در سال ۱۹۹۸، شرکت‌های ماشین‌سازی دایملر - بنز (تأسیس ۱۹۲۶) با شرکت کرایسلر (تأسیس ۱۹۲۵) ترکیب شده و شرکت جدید دایملرکرایسلر ایجاد شد. یکی از دلایل این نوع ترکیب‌ها، حذف هزینه‌های بسیار زیاد ناشی از رقابت و دستیابی به سهم بازار رقبا است.

۱-۳-۲ توسعه عمودی

شرکت‌های تولیدی مواد اولیه را خریداری کرده و آن را به محصول خود تبدیل می‌کنند. همین محصول ممکن است به‌عنوان موادخام در شرکت تولیدی دیگر مورد استفاده قرار گرفته تا محصول نهایی تولید شود. به‌عنوان مثال شرکت فولاد مبارکه از سنگ آهن به‌عنوان موادخام استفاده کرده و ورق‌های گالوانیزه را تهیه می‌کند. شرکت‌های تولیدی دیگری نیز وجود دارند که این ورق‌های گالوانیزه را خریداری کرده و با آن‌ها محصولات دیگری را تولید می‌کنند. به این زنجیره، زنجیره ارزش می‌گویند. شرکت فولاد مبارکه در بالای زنجیره ارزش بوده و شرکت‌های بعدی در پایین زنجیره ارزش قرار دارند. در این حالت شرکت‌ها در طول یکدیگر قرار دارند و رقیب یکدیگر نبوده بلکه به یکدیگر وابسته هستند و محصولات‌های مختلفی را تولید می‌کنند. بنابراین اگر در این حالت شرکت‌ها با یکدیگر ترکیب شوند یک توسعه عمودی رخ داده‌است. در حالی که در حالت قبل یک توسعه افقی رخ داده‌است. به‌عنوان مثال در سال ۲۰۰۴ شرکت بزرگ‌زاد استراتون، سیمپلیستی را تحصیل کرد. شرکت بزرگ‌زاد استراتون بزرگ‌ترین شرکت تولیدکننده موتورهای بنزینی در دنیا است در حالی که شرکت سیمپلیستی در زمینه تولید دستگاه‌های چمن‌زنی فعالیت می‌کند. همچنین شرکت دیزنی در سال ۱۹۹۵ شرکت تلوزیونی ای بی سی را خریداری کرد تا از این طریق دستیابی آسان به بازار رسانه‌ای گسترده‌ای را برای محصولات خود فراهم کند. از دلایل این نوع ترکیب می‌توان به دستیابی آسان‌تر به مواد اولیه مورد نیاز و یا تسهیل فروش محصولات در بازار اشاره کرد.

۱-۳-۳ توسعه باهدف متنوع‌سازی

در این نوع ترکیب شرکت‌های ترکیب‌شونده نه در عرض و نه در طول یکدیگر قرار دارند. بلکه محصول‌ها و خدمت‌های متنوع و غیرمرتبطی را برای بازار فراهم می‌کنند. این نوع ترکیب زمانی رخ می‌دهد که شرکت‌ها قصد دارند با ایجاد تنوع در محصول‌های تولیدی، ریسک ناشی از عدم فروش محصول خود را کاهش دهند. در واقع وقتی شرکتی فقط یک نوع محصول را تولید می‌کند، در صورتی که نیاز بازار به این محصول از بین برود آنگاه شرکت با ریسک تعطیلی روبه‌رو خواهد بود. ولی اگر از قبل محصولات خود را متنوع کرده‌باشد آنگاه این ریسک کاهش خواهد یافت. از نمونه‌های این ترکیب می‌توان به ترکیب شرکت تولیدکننده تنباکو فیلیپ موریس با شرکت مواد غذایی کرافت در اوایل

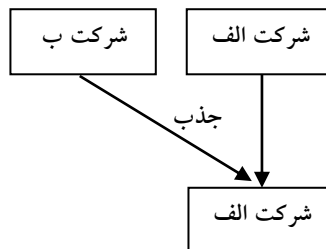
قرن نوزدهم اشاره کرد. در سال ۱۹۹۱ نیز شرکت عظیم مخابراتی ای تی اند تی شرکت تولید سخت افزارهای رایانه ای ان سی آر را خریداری کرد.

اگر یک شرکت مخابراتی قصد دارد در صنعت رایانه نیز وارد شود دو راه دارد: اول اینکه یک شرکت جدید تأسیس کرده و خطوط تولید رایانه را خریداری و از ابتدا شروع به تولید رایانه نماید و دوم اینکه یک شرکت تولید رایانه را خریداری کند. کدام بهتر است؟ در پاسخ باید گفت راه دوم یعنی ترکیب تجاری نسبت به روش اول می تواند بهتر باشد چون دارای مزایای زیر است:

- این روش ارزان تر است.
- دارای ریسک کمتری بوده و زمان راه اندازی آن کوتاه تر است.
- می توان از تجربیات مدیران و مشتریان شرکت ترکیب شده استفاده کرد.

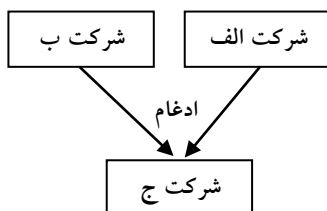
۱-۴ ترکیب شرکت ها به لحاظ حقوقی

از بحث بالا چنین برداشت می شود که شرکت ها ممکن است به دلیل دستیابی به بازارهای جدید و یا محصول های جدید و متنوع اقدام به خرید دیگر شرکت ها کنند. همه این شرکت ها دارای شخصیت های حقوقی متفاوتی هستند. بنابراین پس از ترکیب شدن این شرکت ها شخصیت حقوقی هریک از این شرکت ها چه تغییری خواهد کرد؟ پاسخ به این پرسش بستگی به نوع ترکیب این شرکت ها خواهد داشت. سه شکل حقوقی این ترکیب ها عبارت است از: جذب قانونی، ادغام قانونی و تحصیل سهام. در حالت جذب یکی از شرکت ها منحل شده و تمام دارایی ها و بدهی های آن به شرکت جذب کننده منتقل می شود. در این حالت فقط شخصیت حقوقی شرکت جذب کننده باقی مانده و دارایی و بدهی شرکت دیگر را در دفاتر خود ثبت خواهد کرد. حسابداری این نوع ترکیب موضوع این کتاب نیست. به شکل ۱-۱ توجه کنید:



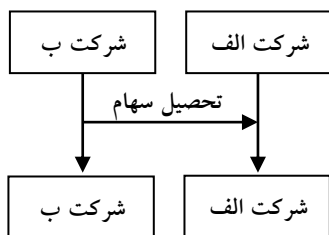
شکل ۱-۱. ترکیب شرکت ها به صورت جذب

در حالت ادغام هر دو شرکت منحل شده و شخصیت حقوقی آن‌ها از بین خواهد رفت. بنابراین شرکتی جدید با شخصیت حقوقی جدید ایجاد شده و دارایی‌ها و بدهی‌های هر دو شرکت قبلی به شرکت جدید منتقل می‌شود. حسابداری این نوع ترکیب نیز موضوع این کتاب نیست. به شکل ۱-۲ توجه کنید:



شکل ۱-۲. ترکیب شرکت‌ها به صورت ادغام

در حالت تحصیل سهام، هیچ‌یک از ۲ شرکت منحل نشده و هر ۲ شرکت به فعالیت خود ادامه خواهد داد. بنابراین هریک از شرکت‌ها دارای دفاتر جداگانه بوده و به حسابداری خود ادامه می‌دهند. به شکل ۱-۳ توجه کنید (فرض بر این است الف اکثر سهام ب را تحصیل کرده است):



شکل ۱-۳. ترکیب شرکت‌ها به صورت تحصیل سهام

همان‌طور که گفته شد حالت‌های جذب و ادغام مشمول تهیه صورت‌های مالی تلفیقی نبوده و موضوع این کتاب نیست اما اگر شرکتی بیشتر سهام دارای حق رأی شرکت دیگری را خریداری کند این یک سرمایه‌گذاری ساده نیست بلکه ممکن است یک سرمایه‌گذاری بلندمدت و به قصد ایجاد رابطه تجاری باشد. در حالت تحصیل سهام هر دو شرکت همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهند اما فعالیت‌های یکی (تحصیل‌شونده) تحت تأثیر نفوذ یا کنترل دیگری (تحصیل‌کننده) است. حال پرسش این است آیا برای این نوع ترکیب روش حسابداری خاصی باید در نظر گرفته شود؟ پاسخ مثبت بوده و تشخیص

اینکه حسابداری برای این نوع سرمایه‌گذاری چه روشی را باید در پیش گیرد موضوع این کتاب است. در ادامه روش حسابداری در ترکیب‌های تجاری بیان می‌شود.

۱-۵ حسابداری ترکیب‌های تجاری

حسابداری ترکیب‌های تجاری تا سال ۲۰۰۱ به دوروش اتحاد منافع و روش خرید بود. اما از این سال به بعد هیئت تدوین استانداردهای مالی آمریکا روش اتحاد منافع را منسوخ کرد. از سال ۲۰۰۴ نیز این روش از استانداردهای بین‌المللی حذف شد. در استانداردهای ایران نیز پس از تجدیدنظر در استاندارد شماره ۱۹ روش اتحاد منافع حذف شده بنابراین فقط روش خرید برای ترکیب‌های تجاری تجویز شده است. مفهوم کلی روش خرید این است، خرید یک شرکت (بیشتر سهام آن شرکت) با خرید یک دارایی تفاوتی نداشته اما موارد اساسی زیر باید مشخص شود:

۱. تشخیص وجود نفوذ مؤثر و کنترل
۲. تشخیص شرکت تحصیل‌کننده
۳. تعیین بهای تمام‌شده ترکیب و تاریخ تحصیل
۴. تشخیص و تعیین مابه‌التفاوت پرداختی و تخصیص آن

۱-۵-۱ تشخیص وجود نفوذ مؤثر و کنترل

ترکیب‌های تجاری باهدف توسعه بوده و در صورت موفقیت باعث کسب بازدهی بیشتر، کاهش هزینه‌های رقابت و بهبود تأمین مواد اولیه تولید می‌شوند. در این نوع سرمایه‌گذاری‌ها به‌طور معمول شرکت سرمایه‌گذار تعدادی از سهام دارای حق رأی شرکت سرمایه‌پذیر را خریداری می‌کند به‌شکلی که در این شرکت یا دارای نفوذ مؤثر شده و یا کنترل واحد تجاری را به‌دست می‌گیرد. در واقع با انجام این خرید، مالکان شرکت سرمایه‌گذار صاحب دو شرکت سرمایه‌گذار و سرمایه‌پذیر می‌شوند. اما آیا وجود نفوذ مؤثر یا کنترل توسط شرکت سرمایه‌گذار تأثیری بر حسابداری سرمایه‌گذاری دارد؟ بلی تأثیر دارد. در بند ۷ استاندارد ۱۸ ایران بیان می‌شود که در صورت وجود کنترل، ارائه فقط صورت‌های مالی شرکت سرمایه‌گذار به‌تنهایی تصویری از وضعیت مالی کل گروه (شامل سرمایه‌گذار و سرمایه‌پذیر) را ارائه نمی‌کند. در بند ۱۵ استاندارد شماره ۲۰ نیز

دلیل استفاده از روش ارزش ویژه در سرمایه‌گذاری‌ها با وجود نفوذ مؤثر را چنین بیان می‌کند: از آنجاکه واحد سرمایه‌گذار در واحد تجاری وابسته دارای نفوذ قابل ملاحظه است، نسبت به عملکرد آن واحد نیز مسئولیت دارد. در نتیجه باید سهم خود از نتایج عملکرد شرکت سرمایه‌پذیر را نیز نشان دهد.

سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت که باهدف ایجاد رابطه تجاری با شرکت سرمایه‌پذیر است به‌طور معمول در دو سطح هستند: دارای نفوذ مؤثر در شرکت سرمایه‌پذیر و یا دارای کنترل بر شرکت سرمایه‌پذیر. براساس استاندارد شماره ۱۸ ایران شرکت سرمایه‌گذار زمانی دارای کنترل است که دارای «توانایی راهبری سیاست‌های مالی و عملیاتی یک واحد تجاری به‌منظور کسب منافع از فعالیت‌های آن» باشد. در بند ۱۰ همین استاندارد فرض بر این است در صورتی که مالکیت شرکت سرمایه‌گذار بیش از ۵۰٪ سهام باشد آنگاه کنترل وجود دارد مگر آنکه اثبات شود شرکت سرمایه‌گذار توانایی راهبری را ندارد. به این نوع رابطه تجاری «رابطه اصلی و فرعی» گفته می‌شود. همچنین در مواردی که مالکیت سهام به ۵۰٪ نمی‌رسد در صورت وجود یکی از عوامل زیر، کنترل وجود دارد:

- تسلط بر بیش از نصف حق رأی از طریق توافق با سایر سهامداران
 - توانایی راهبری سیاست‌های مالی و عملیاتی از طریق قانون یا توافق
 - توانایی عزل و نصب اکثریت اعضای هیئت مدیره یا سایر ارکان اداره‌کننده شرکت فرعی
- حسابداری سرمایه‌گذاری در شرکت‌های فرعی به‌روش بهای تمام‌شده پس از کسر کاهش ارزش و یا روش تجدیدارزیابی است و باید صورت‌های مالی تلفیقی تهیه شود (از فصل دوم به بعد چگونگی تهیه صورت‌های مالی تلفیقی بیان می‌شود). در این حالت به شرکتی که تحت کنترل شرکت اصلی است، شرکت فرعی گفته می‌شود. در استاندارد شماره ۲۰ نفوذ قابل ملاحظه به معنای «توانایی مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به سیاست‌های مالی و عملیاتی یک واحد تجاری، ولی نه در حد کنترل» است. در بند ۶ این استاندارد بیان می‌شود اگر شرکت سرمایه‌گذار حداقل ۲۰٪ از سهام دارای حق رأی شرکت سرمایه‌پذیر را داشته باشد فرض بر این است که دارای نفوذ قابل ملاحظه است مگر آنکه نبود چنین نفوذی را اثبات کرد. به شرکتی که تحت نفوذ شرکت سرمایه‌گذار است شرکت وابسته گفته می‌شود. حسابداری سرمایه‌گذاری در شرکت‌های وابسته به‌روش ارزش ویژه است. در ادامه این فصل روش ارزش ویژه بیان می‌شود.

۱-۵-۲ تشخیص شرکت تحصیل کننده

در کلیه ترکیب های تجاری باید واحد تحصیل کننده مشخص شود به این دلیل که شخصیت گزارشگر و مسئول تهیه صورت های مالی تلفیقی واحد تحصیل کننده است. همچنین از آنجاکه در روش خرید از دید واحد تحصیل کننده به ترکیب تجاری نگاه می شود در نتیجه تشخیص شرکت تحصیل کننده اهمیت زیادی دارد. شرکت تحصیل کننده واحد تجاری است که کنترل سایر واحدها را به دست آورد. اگر در مقابل خرید سهام وجه نقد یا دارایی های دیگری پرداخت شود تشخیص واحد تحصیل کننده سخت نیست و پرداخت کننده وجه واحد تحصیل کننده است. اما اگر یک شرکت برای خرید سهام شرکتی دیگر سهام دارای حق رأی خود را صادر کند تشخیص واحد تحصیل کننده دشوار می شود. پیشنهاد استانداردهای ایران در این حالت ها این است که به موارد زیر توجه شود:

۱. واحدی که ترکیب را آغاز کرده یا

۲. درآمدها و دارایی های آن (ارزش منصفانه آن) بیشتر بوده و یا

۳. تسلط بیشتری برای انتخاب اعضای هیئت مدیره ترکیب را دارد به احتمال واحد تحصیل کننده است.

۱-۵-۳ تعیین بهای تمام شده ترکیب و تاریخ تحصیل

ترکیب تجاری باید به بهای تمام شده منعکس شود. بهای تمام شده ترکیب تجاری برابر است با وجه نقد و معادل وجه نقد پرداختی و ارزش منصفانه سایر مابه ازاهای پرداخت شده در تاریخ تحصیل توسط واحد تحصیل کننده به اضافه هرگونه مخارج مستقیم ترکیب مانند مخارج ثبت و انتشار اوراق بهادار، حق الزحمه پرداختی به مشاور و... است. حسابداری ترکیب تجاری از تاریخ تحصیل آغاز می شود و تاریخ تحصیل، تاریخی است که در آن کنترل خالص دارایی ها و عملیات واحد تجاری تحصیل شده به طور مؤثر به واحد تجاری تحصیل کننده منتقل می شود (بند ۲۸ استاندارد شماره ۱۹ ایران).

مثال: شرکت ایران برای تحصیل ۱۰۰۰ برگ (۱۰۰٪) سهام شرکت زمین مبلغ ۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال در تاریخ ۹۷/۱/۲۵ به طور نقد پرداخت کرد. در این تاریخ ارزش اسمی هر برگ سهام شرکت زمین برابر ۱,۲۰۰ و ارزش بازار آن برابر ۱,۸۵۰ ریال و خالص دارایی های این شرکت برابر ۱,۷۰۰,۰۰۰ ریال است. علاوه بر این شرکت ایران