



صندوق النقد العربي
ARAB MONETARY FUND

تحديات تطبيق المعايير المحاسبية
في العصر الرقمي

إعداد

جنان الحسني زينب الأعظمي

صندوق النقد العربي
2022

© صندوق النقد العربي 2022
حقوق الطبع محفوظة

يعد الفنيون في صندوق النقد العربي دراسات وأوراق بحثية، تتعلق بالقضايا النقدية والمصرفية والمالية والتجارية وأسواق المال وانعكاساتها على الاقتصادات العربية.

الآراء الواردة في هذه الورقة لا تمثل بالضرورة وجهة نظر صندوق النقد العربي، وتبقى معبرة عن وجهة نظر مُعديها.

لا يجوز نسخ أو اقتباس أي جزء من هذه الدراسات أو ترجمتها أو إعادة طباعتها بأي صورة دون موافقة خطية من صندوق النقد العربي إلا في حالات الاقتباس القصير، مع وجوب ذكر المصدر.

توجه جميع المراسلات إلى العنوان التالي:

الدائرة الاقتصادية

صندوق النقد العربي

ص.ب. 2818 – أبو ظبي – دولة الإمارات العربية المتحدة

هاتف: +97126171552

فاكس: +97126326454

البريد الإلكتروني: Economic@amfad.org.ae

الموقع الإلكتروني: <https://www.amf.org.ae>

قائمة المحتويات

4	المقدمة
4	أولاً: مفهوم الاقتصاد الرقمي وأهم خصائصه وأدواته
4	1. مفهوم الاقتصاد الرقمي
5	2. خصائص الاقتصاد الرقمي
6	ثانياً: تأثير الاقتصاد الرقمي على البيانات المالية
7	1. المعايير المحاسبية أساس إعداد البيانات المالية
9	2. أدوات تحليل القوائم المالية
10	ثالثاً: الأصول غير الملموسة والعالم الرقمي
10	1. تعريف الأصول غير الملموسة
11	2. الاعتراف والتقييم للأصول غير الملموسة
12	3. القضايا المحيطة بالأصول غير الملموسة في ظل العالم الرقمي
14	4. تحديات الاعتراف بالأصول غير الملموسة للشركات الرقمية
15	رابعاً: فعالية البيانات المالية في ظل العالم الرقمي
15	1. البيانات المالية للشركات الرقمية
17	2. كيف يتفاعل المستخدمون مع البيانات المالية للشركات الرقمية
18	3. مؤشرات الأداء المالية التقليدية والشركات الرقمية
18	خامساً: الملخص والاستنتاجات
20	سادساً: قائمة المراجع

شهدت دول العالم تحولاتٍ كبيرةً خلال العقود الماضية كنتيجة للتطورات التكنولوجية المتسارعة. فبالرغم من بُعد المسافات، أدى تزايد وتيرة استخدام البرمجيات وأجهزة الحاسوب وغيرها من التقنيات إلى تلاشي المسافات وتعزيز التواصل بين المتعاملين، وهذا الاتصال والتواصل تحقق وتزايد عبر شبكات عالمية منها الشبكة الدولية للمعلومات.

أدى الانتشار الكبير في استخدام الشبكة الدولية للمعلومات إلى ثورة رقمية أحدثت تحولات جوهرية وجذرية في هيكل الاقتصاد وغيّرت النظم، ورسخت أسس نظام اقتصادي جديد يُعرف بالاقتصاد الرقمي، أو اقتصاد الشبكة العنكبوتية العالمية، وهو ما نتج عنه آثار ملموسة اتسع نطاقها ليشمل العديد من القطاعات الاقتصادية، والأعمال التجارية، والإدارة العامة. كما عزز هذا النظام مستويات الرفاه الاقتصادي ويمكن الأفراد والمؤسسات من التواصل فيما بينهم لإجراء مقارنات الأسعار واتخاذ قرارات الشراء بالتالي اختيار المنتجات والخدمات الأنسب لهم. لم يعد التحول الرقمي ترفاً أو خياراً، بل بات ضرورةً حتميةً فرضها التطور البشري في مجالات التقنيات الرقمية، وعززها احتياج الإنسان دائماً إلى بلوغ ما هو أفضل.

إن أي تطور هيكلي يصاحبه العديد من الفرص وكذلك التحديات التي تتطلب التعامل معها لتعظيم الفائدة والتقليل من تأثيراتها السلبية. في هذا الإطار، تلقي هذه الورقة الضوء على التحديات المتنامية التي صاحبت ظهور الاقتصاد الرقمي على البيانات المالية والمحاسبية والقوائم ذات الصلة بالشركات والمؤسسات الرقمية وآليات الإفصاح والعرض المناسبة لها باعتبارها تحدياتٍ فريدةٍ وتداعياتها لازالت مستمرةً ومنتزيدةً وأغلبها لا يزال محل النقاش والدراسة.

في هذا الصدد، تؤثر كفاية وطبيعة ونزاهة البيانات المالية والمحاسبية وآلية الإفصاح عنها على القرارات الاستثمارية والإدارية والمالية وعلى توجيه الموارد وتخصيصها، مما يستلزم تطوير القواعد والسياسات والمعايير المالية الدولية لتشمل التعامل مع خصوصية بيانات الشركات التي بزغت في سياق الاقتصاد الرقمي تأسيساً على طبيعة أصولها والالتزامات الناشئة عن ممارسة أعمالها وأنشطتها عبر الأسواق المالية والدولية، من خلال تقنيات رقمية متزايدة التطور وبالغة التعقيد والتخصص.

أولاً: مفهوم الاقتصاد الرقمي وأهم خصائصه وأدواته

1. مفهوم الاقتصاد الرقمي

إن مفهوم "الاقتصاد الرقمي" المستخدم بكثرة حالياً يشير إلى عملية التحوّل الرقمي (أي الاستخدام الواسع للتقنيات والشبكة الدولية للمعلومات التي أصبحت أكثر انتشاراً وتأثيراً في جميع القطاعات الحيوية وخاصةً الاقتصادية منها)⁽¹⁾. من جانبها، عرفت شركة "ديلويت" المتخصصة في تقديم الخدمات الاستشارية، الاقتصاد الرقمي بأنه "نشاط اقتصادي يربط بين ملايين الناس والشركات والأجهزة والبيانات والعمليات يومياً عبر الشبكة الدولية للمعلومات". يعتبر الاتصال فائق السرعة العمود الفقري للاقتصاد الرقمي، بما يعني استمرار الزيادة في الاتصال بين الناس والمؤسسات والآلات عبر الشبكة الدولية للمعلومات والهواتف المحمولة وإنترنت الأشياء⁽²⁾.

يمكن كذلك الإشارة إلى التعريف المقترح من قبل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للاقتصاد الرقمي بكونه يمثل "جميع الأنشطة الاقتصادية التي تعتمد على استخدام المدخلات الرقمية بما في ذلك التقنيات، والبنية التحتية والخدمات الرقمية، والبيانات أو تلك الأنشطة التي يساعد استخدام مدخلات رقمية على دعمها وتعزيزها بشكل كبير، بما يشمل جميع المنتجين والمستهلكين والقطاع الحكومي"⁽³⁾.

(1) لمزيد من التفاصيل يمكن الرجوع إلى البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة، الاقتصاد الرقمي.

(2) المرجع السابق ذكره.

(3) المرجع السابق ذكره.

بناءً على ما سبق، نلاحظ أن ثمة عدة تعريفات للاقتصاد الرقمي إحداهما يتضمن "التعريف الأساسي" (Core definition) الذي يحتوي على الأنشطة الاقتصادية لمنتجات المحتوى الرقمي وسلع وخدمات الاتصالات وتقنية المعلومات، و"التعريف الضيق" (Narrow definition) الذي يشتمل إضافةً إلى الأنشطة المتضمنة في "التعريف الأساسي" الأنشطة الاقتصادية التي تعتمد بصورة أساسية على مدخلات رقمية، فيما يشتمل "التعريف الواسع" (Wide definition) إضافةً إلى الأنشطة الاقتصادية المتضمنة وفق التعريفين السابقين، على الأنشطة الاقتصادية المحفزة بشكل كبير باستخدام المدخلات الرقمية. بينما يُمكن تعريف "المجتمع الرقمي" بكونه يمثل المنظور الأوسع والأشمل الذي يشتمل على كافة التفاعلات المجتمعية المحفزة من خلال الرقمنة(4).

2. خصائص الاقتصاد الرقمي

إن التطور المستمر والمتلاحق والانتشار الواسع للبيانات بالإضافة إلى متطلبات حمايتها وحفظها بشكل آمن وهو ما يعرف بإجراءات الأمن المعلوماتي، إضافةً إلى تطبيق الإستراتيجيات التي من شأنها تسخير هذه المعلومات وتحليلها وتفسيرها بشكلٍ فعّالٍ لمتخذي القرار يُعتبران من أبرز دعائم الاقتصاد الرقمي. نتج عن ذلك ترابطٌ وثيقٌ ومتداخلٌ بين كمياتٍ كبيرة الحجم من البيانات، ومن ثم أصبح الأمن الخاص بالمعلومات أو ما يعرف بالأمن بالسيبراني ضرورةً للحفاظ على هذه البيانات التي باتت ذات قيمة كبيرة في إطار الاقتصاد الرقمي.

فالبيانات تمثل العمود الفقري للاقتصاد الرقمي، حيث تشكل أساس تبادل المعرفة التي يقوم عليها النظام الرقمي بأكمله، حيث إنها بمثابة رأس المال وأهم عامل اقتصادي لإنتاج السلع والخدمات الرقمية. وهذا الدور الجديد للبيانات له آثار على الإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات وكذلك على مستقبل الحوسبة(5). في هذا الإطار، توقع تقرير حديث أصدرته مؤسسة "دبي للمستقبل" بالشراكة مع "اقتصادية دبي" بعنوان "اقتصاد البيانات الجديد"، ارتفاع قيمة سوق البيانات الضخمة عالمياً من نحو 70.5 مليار دولار في عام 2020، إلى 243.4 مليار دولار بحلول عام 2027، علماً وأن هذا القطاع يشكل ما بين 7 في المائة و10 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي لعدد من الاقتصادات المتقدمة مثل ألمانيا والمملكة المتحدة وهولندا، حيث تكتسب البيانات المفتوحة أهمية كبيرة لدورها المحوري في تعزيز جهود الحكومات لبناء اقتصادٍ معرفي ذكي ومتطور.

ويشهد سوق البيانات الضخمة ونظم تحليلها نمواً مطرداً على مستوى العالم، فيما تشكل عمليات جمع البيانات وتحليلها وتوظيفها قطاعاً اقتصادياً قائماً بذاته يولد فرصاً وأسواقاً جديدة ونماذج أعمال مبتكرة غير تقليدية باستخدام خوارزميات البرمجة وتقنيات الذكاء الاصطناعي وغيرها من التقنيات المستقبلية. ومع الدور الجديد للبيانات كرأس مال، أصبحت الشركات تعولّ عليها لزيادة الإيرادات وتعزيز الربحية كما أصبحت كذلك مجالاً للتنافس ما بين المؤسسات. كما يفوق الموقع الجديد للبيانات في سلسلة القيمة المؤسسات إلى البحث المستمر عن طرق أفضل لاستخلاص القيمة من رأس المال الجديد والمتمثل في البيانات والتقنيات المبتكرة(6).

إن تنوع البيانات وسرعتها وحجمها المتزايد باستمرار، يدفع المؤسسات في ظل العالم الرقمي إلى البحث عن أدوات إدارة أكثر فاعلية لحفظها بشكل آمن والتأكد من دقتها وسلامتها وملائمتها باستمرار في بيئة عمل يكتنفها التغيير المستمر كونها باتت جزءاً رئيساً من عوامل الإنتاج وتشكل قيمة مضافة.

أدى ذلك إلى ظهور وتنامي أهمية الحلول المتطورة لأنظمة إدارة البيانات الكبيرة، بما يشمل قواعد البيانات، ومستودعات وأنظمة إدارة البيانات الكبيرة لأغراض تحليلها. تزامن ذلك مع تحديات ناتجة عن تزايد سرعة ووتيرة الأعمال في ظل تزايد انتشار البيانات.

لا توجد شركة يمكنها العمل بمفردها دون التعاون مع الآخرين كأحد الشروط الأساسية للنجاح في العالم الافتراضي، وبناءً على نموذج العمل المختار يجب على الشركة ذات الصلة تحديد أنشطتها الأساسية والتعاون مع المؤسسات الأخرى للمساعدة في تنفيذ العمليات الداعمة في سياق عالم رقمي أزال الحدود وعوائق الاتصال بين منتجي وشركاء المحتوى والتجار والموردين وما إلى ذلك.

(4) هبة عبد المنعم، وسفيان قعلول (2021). "نحو بناء مؤشر مركب لرصد تطور الاقتصاد الرقمي في الدول العربية"، صندوق النقد العربي، سلسلة دراسات اقتصادية، مايو.

(5) Andrew W. Lo (2016). "The Rise of Data Capital", MIT Technology Review Custom Produced in Partnership with Oracle.

(6) خلفان بلهول، ومحمد شاعل السعدي (2021). "تقرير اقتصاد البيانات الجديد"، مؤسسة دبي للمستقبل

من السمات الأخرى للاقتصاد الرقمي الطلب المتزايد على التطبيقات والأجهزة التي تساعد على الاتصال السريع بالمعلومات. لذلك فإن سمات الاقتصاد الرقمي تنبثق من طبيعته القائمة على الاتصالات اليومية المتزايدة عبر الشبكة الدولية للمعلومات. إضافة إلى ما سبق، يتميز الاقتصاد الرقمي بعدد من الخصائص الرئيسية التالية:

• سهولة الوصول أو المرور إلى مصادر البيانات

تطور الاقتصاد الرقمي مرهون بشكل أساسي بقدرة الأفراد والمؤسسات على المشاركة في شبكات المعلومات والشبكة الدولية للمعلومات والوصول إلى البيانات من مصادرها المختلفة. كما يمثل توفر البنية التحتية الملائمة أحد الركائز الرئيسية للاشتراك الفعّال في تلك الشبكات ومن ثم المساهمة في الاقتصاد الرقمي. كما تعد المهارات الفردية وقدرات التعليم والتدريب والموارد المالية والقدرة على استخدام الأموال الإلكترونية مثل بطاقات الائتمان من المقومات الضرورية لنجاح الاقتصاد الرقمي.

• هيكل السوق وطبيعة المنافسة في ظل الاقتصاد الرقمي

تؤثر تقنية المعلومات على درجة المنافسة وأساليبها وتؤدي إلى تحسين المراكز التنافسية، وبالتالي فهيكّل السوق في إطار الاقتصاد الرقمي يتحدد بناءً على درجة تطبيق التقنية والابتكار على المستويين المحلي والدولي. كما تزداد المنافسة بشكل كبير في إطار الاقتصاد الرقمي، ففي العالم الافتراضي يواجه العملاء مجموعة متنوعة من الشركات التي تقدم منتجات أو خدمات مماثلة، وعند اختيار السلعة أو الخدمة ينظر المستهلك في معاملاته إلى الشركات التي تقدم منتجات أو خدمات أرخص وأفضل وأسرع مقارنةً بنظيراتها لتوفر العديد من البدائل المُتاح الوصول إليها بدون تكلفة كبيرة، بالتالي يستمر العميل في البحث عن الشركات التي تقدم له فائدة أكبر.

• الابتكار

في إطار الاقتصاد الرقمي والعالم الافتراضي تقدم المؤسسات منتجاتها وخدماتها لجمهور المستهلكين على مدى الأربعة والعشرين ساعة عوضاً عن الثماني ساعات المعتادة لعمل المؤسسات في العالم الحقيقي، كما أنه من الصعب للغاية الحفاظ على الميزة التنافسية، بدون السعي المستمر نحو الابتكار السريع من أجل البقاء والتواجد في خضمّ المنافسة.

ثانياً: تأثير الاقتصاد الرقمي على البيانات المالية

لم يقتصر تأثير الاقتصاد الرقمي على هيكلية المشروعات وأساليب إدارتها فحسب، بل امتد ليشمل البيانات التي تشكّل حجر الزاوية في إعداد التقارير المالية والإفصاح عن نتائج الأعمال، حيث أوضح الكثير من الخبراء والمتابعين لتأثيرات الاقتصاد الرقمي على النواحي المالية والتجارية بأن آلية عمل البيانات الخاصة بالشركات الرقمية وأهميتها تختلف عن تلك المتعلقة بالشركات والمؤسسات التقليدية.

بناءً عليه، طُرح البعض السؤال التالي، "لماذا يتفاعل المستثمرون بشكل سلبي مع خسائر البيانات المالية لشركة تقليدية ويتجاهلون مثل هذه الخسائر بالنسبة لشركة رقمية؟" وهو ما يُشير إلى أن البيانات المالية التقليدية لم تستطع إنقاط القيمة التي تخلقها الشركات الرقمية الحديثة بالدقة المطلوبة⁽⁷⁾. كما يرون أن نتائج الأعمال وفق نظم المحاسبة التقليدية باتت غير مهمة فعلياً في تقييم أداء المؤسسات الرقمية والتقنية لاسيما في ظل عدم قدرة نماذج أو قواعد المحاسبة المالية التقليدية على أن تعكس محرك القيمة الرئيس لشركات التقنية ممثلاً في تنامي أصولها غير الملموسة التي بإمكانها العمل على زيادة العوائد وتحقيق الأرباح.

في السياق ذاته، أشار كتاب بعنوان "نهاية المحاسبة" إلى أنه على مدار المائة عاماً الماضية أو نحو ذلك، "أصبحت التقارير المالية أقل فائدة في دعم قرارات المستثمرين في الأسواق المالية". تماشياً مع ما خلصت إليه الكتابات والآراء السابقة فإن البيانات المالية للشركات الرقمية أصبحت مغايرةً للمألوف وأصبح هناك صعوبة في محاولة استخدام هذا النوع من البيانات المالية لفهم القيمة المتزايدة للشركات الرقمية.⁽⁸⁾

⁽⁷⁾Govindarajan. V, et al (2018). "Why Financial Statements Don't Work for Digital Companies" publisher, February.

⁽⁸⁾Ibid.

يُشار إلى أنه، يجب أن تتوفّر عدد من المعايير من أجل الإفصاح عن الأصول في المركز المالي ومن أهمها أن تكون هذه الأصول "لمموسة" أو "مادية" ومملوكة للشركة. بالتالي يكمن التحدي بالنسبة للعديد من شركات التقنية أو الشركات الرقمية، في أن معظم أصولها تعتبر غير ملموسة (بيانات، برامج، علامات تجارية، حسن نية، تقنيات، براءات اختراع، ... إلخ). كما تتكون نماذج الأعمال الأساسية لشركات التقنية والشركات الرقمية من الإستراتيجيات التنظيمية، والبحث والتطوير التقني، والمنتجات والعلامات التجارية، والنظام الإيكولوجي، وشبكات البائعين، والعلاقات الاجتماعية والعملاء، وقواعد البيانات والحوسبة والبرمجيات ورأس المال البشري (المهندسين والعلماء والعاملين في مجال البرمجيات)، كلها عوامل رئيسية لنجاح تلك المؤسسات ويُمكن النظر إليها في إطار أنظمة بيئية كبيرة تمتد إلى الخارج متخطية المعايير التقليدية الخاصة بحدود الشركة، فإدارة هذه الشركات مبنية في الأساس على التوسع اللامحدود لصالح المستهلك على حساب النواحي التنظيمية. فالشركات مثل أوبر، وأمازون، وإير بي إن بي (9) وغيرها من الشركات التي تعتمد على التقنية والقاسم المشترك بينها جميعاً هو عدم امتلاكها لأصول مادية مهمة أو مخزون للإفصاح عنه، ومن ثم يؤثر كافة ماسبق على مدلولات البيانات التي تفصح عنها القوائم المالية للشركات الرقمية.

1. المعايير المحاسبية أساس إعداد البيانات المالية

نتيجة للتطورات الاقتصادية الهائلة والمتلاحقة التي يشهدها العالم وانعكاسه بشكل كبير ومؤثر على كافة الأنشطة ومناحي الحياة المختلفة، تزامناً مع بروز القطاع الخاص كأحد ركائز التنمية المستدامة في دول العالم، وزيادة الانفتاح الاقتصادي عالمياً وما صاحبه من ولادة نظام اقتصادي عالمي جديد قائم على فصل الملكية عن الإدارة وتشابك المصالح الاقتصادية وتداخلها من خلال عدة ركائز لعل أهمها وأكثرها تأثيراً العولمة المالية، إضافة إلى تنامي دور المؤسسات الدولية ليمتد نشاطها ليغطي أكثر عدد من الدول المختلفة لجذب المزيد من الاستثمارات الدولية وما تبعها من زيادة حدة المنافسة بين الدول، ظهرت بعض الخلافات والقضايا المالية والمحاسبية الجديدة.

من ثم أدرك المسؤولون والمهتمون بالشأن المالي والاقتصادي بصفة عامة والمحاسبية بصفة خاصة أهمية المعلومات والبيانات المالية في عالم يكتنفه التغيير المستمر وصعوبة التنبؤ بالأحداث، والحاجة الملحة في ظل هذه التحديات والمتغيرات الجوهرية إلى وجود معايير محاسبية تكون بمثابة الموجه في تحديد المبادئ المناسبة لتتبع وعرض الأداء المالي والإفصاح عنها بانتظام وفق قوائم مالية مُعبّرة، إذ تعد الوظائف والمهام المحاسبية أحد الأدوات المهمة التي تساعد في ضبط أعمال المؤسسات بأنواعها المتباينة وتوجيه أعمالها ومساعدة القائمين على إدارتها لاتخاذ قرارات سليمة تكفل استمرار تلك المؤسسات وتعزز مساهمتها في تقوية وتدعيم الاقتصاد الوطني ودفع عجلة التنمية.

وبالرجوع إلى التجارب والخبرات المتركمة، يمكن استنتاج أن غياب تطبيق المبادئ المحاسبية وعدم إظهار البيانات والمعلومات الحقيقية التي تعبر عن الأوضاع المالية العادلة ونقص الإفصاح والشفافية كان السبب وراء انهيار أداء عدة مؤسسات وهو ما نتج عنه فقدان الثقة في المعلومات المالية (10).

وتقديراً للدور الحيوي الذي تلعبه المخرجات المحاسبية التي تعد بمثابة بيانات متخصصة وعلى رأسها القوائم المالية على المستوى الاقتصادي بما توفره من معلومات أنية وتفصيلية ومنتظمة ومعبرة لمستخدمي التقارير المالية، وتأثيرها على قرارات التخطيط والتمويل والاستثمار، قامت الدول بتنظيم سياساتها المحاسبية وقواعدها المالية وبدأت الجهود تركز على وضع أسس وقواعد لمهنة المحاسبة من خلال وضع معايير محاسبية، تحكم قواعد العرض والإفصاح العادل في التقارير المالية، واستمر بعد ذلك صدور المعايير المحاسبية المختلفة تبعاً لحاجة مستخدمي القوائم المالية والتنظيم المنسق للأعمال التي يقوم بها مدققو الحسابات ويصدرون على أساسها الرأي المحاسبي (11).

(9)Ibid.

(10) شركة ديلويت أند تاتش (2018). "معايير المحاسبة الدولية في القطاع العام نحو إدارة مالية متطورة".

(11) مجدي مليجي (2014). "أثر التحول إلى معايير التقارير المالية الدولية على جودة المعلومات المحاسبية وقيمة الشركات المسجلة في بيئة الأعمال السعودية دراسة نظرية تطبيقية".

في هذا السياق، فإن زيادة فاعلية البيانات والمعلومات المحاسبية يتطلب تنظيمياً في استخدامها وتوظيفها بشكل عادل ومتسق لتحقيق الغاية منها، ويكون ذلك من خلال وضع سياسات وقواعد محاسبية ومعايير دولية منظمة لاستخدام وعرض هذه البيانات فيما يُعرف بالمعايير المحاسبية الدولية. تطلب وضع المعايير المحاسبية الدولية وصياغتها جهداً وتعاوناً حتى لاقت قبولاً عالمياً في الأوساط المالية والاقتصادية العالمية والإقليمية والمحلية بما يتناسب مع نمو حجم الأعمال وطبيعتها وتنوعها وذلك كونها يتوفر بها عدد من الخصائص أهمها:

- الجودة العالية، من خلال توحيد المعايير المحاسبية والتغلب على الاختلاف الذي يميز مزاوله مهنة المحاسبة الوطنية إزاء المواضيع التي تكون مجالاً للمعايير.
- المرونة، نتيجة لما تقدمه من حلول ترضي مختلف مستعملها، ومن ثم بات أهم ما يميز المعايير ليس ما تسمح به، بل ما تمنعه.
- عدم إلزامية التطبيق بنص قانوني، حيث يُسمح للمنشآت بتطبيقها طواعية وبشكل تدريجي.
- الاستناد إلى مبدأ استقلالية المحاسبة عن البيئة القانونية والضريبية.

نتج عن استخدام وعرض البيانات المالية والمحاسبية وفق هذه الأسس الدولية والقواعد المرجعية ظهور قوائم مالية منسقة عالمياً تعرف بأنها "سجلات معتمدة توثق وتوضح نتائج المعاملات والأنشطة التجارية وتبرز الأداء المالي للمؤسسة". بحسب المعايير الدولية تلتزم كافة المؤسسات والشركات المالية، والوكالات الحكومية، بتدقيق بياناتها المالية ونتائج أعمالها من قبل جهات محاسبية مستقلة. حيث تلتزم كل مؤسسة تخضع للقوانين المحاسبية بإعداد قوائم مالية عند نهاية الدورة المحاسبية، تزامناً مع القيام بعمليات جرد محددة لغايات وأهداف محاسبية وقانونية وإدارية. تُستخدم القوائم المالية من قبل عدّة جهات لأغراض مختلفة، كالمستثمرين، والأفراد والمحللين الماليين، والدائنين، وأصحاب المصلحة، وذلك لأهميتها في تحليل النتائج وتقييم الأداء المالي الخاص بالمؤسسة، وتحديد اتجاه نمو سعر سهم المؤسسة، وتقييم الحالة المالية لها، ونسبة الربح المحتملة، ويُعدّ التقرير السنوي الخاص بالمؤسسة من أهم المصادر الموثوقة للبيانات المالية في هذا الصدد.

تلعب القوائم والبيانات المالية إضافة إلى الرأي المستقل بشأن نزاهتها دوراً مهماً في تنظيم أسلوب تزويد وإحاطة المعنيين ومستخدمي البيانات المحاسبية بالمعلومات التي تيسر لهم تقييم أداء المؤسسة وتعكس قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها، ومن ثم فأي ضبابية في المعلومات المضمنة في هذه القوائم من شأنه أن يفقدها أهميتها، ويؤثر على قرارات الاستثمار الذي يتطلب أن تتسم البيانات المنشورة بقدر معقول من المصداقية ليتمكن الوثوق بها والاعتماد عليها للتخطيط والرقابة وتقييم أداء المؤسسات والوقوف على مراكزها المالية.

كل هذه التحديات كان لها تأثيراً ملموساً في تطوير أساليب الإفصاح والنشر وكيفية إيصال مخرجات النظام المحاسبي إلى المستخدمين بشكل يضمن صحتها في الوقت المناسب لتسهيل لهم مهمة اتخاذ القرار وذلك من خلال إيجاد وتطوير ممارسات محاسبية تتماشى مع معايير المحاسبة الدولية، وقواعد الإبلاغ المالي الدولي لتوحيد اللغة المحاسبية وإعطاء رأي موحد وواضح للقوائم المالية من خلال اتسام المعلومات التي توفرها القوائم المالية بقدر من المصداقية والاتساق والمعقولية لتعزيز إمكانية الوثوق بها والاعتماد عليها⁽¹²⁾.

بذلك فإن خصائص المعلومات المحاسبية تتلخص فيما يلي:

القابلية للفهم، وهي أحد أهم الخصائص الأساسية للمعلومات المتضمنة في القوائم المالية، حيث يتطلب الأمر أن تكون تلك القوائم قابلةً للفهم من قبل المستخدمين لهذه المعلومات، وأن تتضمن المعلومات اللازمة التي تمكنهم من دراستها وتحليلها بالقدر الملائم من العناية.

قابلية المقارنة، والمقصود إمكانية الاستفادة من البيانات لأغراض التحليل والمقارنة بين الفترات المختلفة مما يتطلب توحيد أسس الإعداد.

الملائمة، حيث تمكن القوائم المالية المستخدمين من التكهّن بأحداث متوقعة في المستقبل لاتخاذ القرار بناءً على بيانات حدثت في الماضي أو الحاضر.

الموثوقية، تضمن القوائم المالية الثقة والمصداقية بصحة المعلومات المالية وتؤكد الحيادية وعدم وجود خطأ مادي.

(12) ز غدار أحمد، وسفير محمد (2009). "خيار الجزائر بالتكيف مع متطلبات الإفصاح وفق معايير المحاسبة الدولية"، مجلة الباحث.

تعزيراً لمبدأ الموثوقية، يتوجب على مُعدي البيانات المالية أخذ الحيطة والحذر وتبني درجة من الانتباه عند إجراء أية تقديرات لازمة، بحيث تعكس بيانات الأصول والخصوم ونتائج الأعمال الموقف المالي الحقيقي والعاقل للمؤسسة ومن ثم تكون البيانات المالية محايدة وموثوقة.

كما تمت الإشارة مسبقاً، تتصف المعلومات المحاسبية بالملائمة والموثوقية إلا أن مستخدمي تلك البيانات قد تواجههم بعض التحديات في الفهم والتحليل الخاصة بهذه المعلومات، والاستناد إليها في اتخاذ القرار، لأنه في الواقع هناك ثمة تفاوت في قدرة مستخدمي القوائم المالية على قراءتها واستيعابها، إضافة إلى اختلاف أغراض مستخدمي تلك البيانات.

تتضمن القوائم المالية أربعة عناصر رئيسة على النحو التالي:

1. بيان الدخل: يُعرّف بأنه أحد القوائم التي توضح وتحلل إيرادات المؤسسة خلال فترة زمنية محددة غالباً ما تكون سنة، كما يتضمن المصروفات المرتبطة بتحقيق هذه الإيرادات.
 2. المركز المالي: يوضح ممتلكات المؤسسة من أصول وما يترتب عليها من التزامات، وحقوق للمساهمين، والموقف المالي لها ككلّ في تاريخ محدد. ويتم إعداد الميزانية دورياً بحسب القواعد ولوائح العمل الداخلية، (قد تكون شهرية، ربع سنوية، نصف سنوية، أو نهاية السنة).
- يشتمل المركز المالي على ثلاثة عناصر رئيسة هي:

- الأصول: تُمثّل الموارد المالية التي بحوزة المؤسسة كالنقد، وأرصدة الاستثمار في الودائع، والاستثمارات المالية، والحسابات المدينة قصيرة الأجل وطويلة الأجل. أما الأصول الثابتة، فتتضمن أصول ملموسة كالممتلكات، الأراضي، الآلات والمعدات، أصول غير ملموسة كبراءة الاختراع، البرامج، والعلامات تجارية، وحسن نية، والتقنيات.
 - الالتزامات: تمثل مجموع المبالغ المالية التي تدين بها المؤسسة من خلال التمويل أو المعاملات التجارية. تصنف الالتزامات إلى حسابات دائنة قصيرة الأجل كالمصروفات المستحقة وحسابات دائنة طويلة الأجل كالقروض البنكية والسندات.
 - حقوق المساهمين أو حقوق الملكية: تمثل الأصول مخصصاً منها للالتزامات (الخصوم)، أي المبالغ المتبقية العائدة للمستثمرين أو المالكين بعد دفع جميع الالتزامات المترتبة على المؤسسة. تتكون حقوق المساهمين من رأس المال المدفوع، والاحتياطيات والأرباح المحتجزة.
3. بيان التدفقات النقدية: يُشير إلى تدفق حركة الأموال من وإلى المؤسسة، أي أنه يوضّح حجم المبالغ المالية المستلمة والمدفوعة خلال فترة معينة من نشاط العمليات، ونشاط التمويل أو الاستثمار.
 4. بيان التغيير في حقوق المساهمين: يُشير إلى التغيير السنوي في حقوق الملكية، حيث تسهم الزيادة في حقوق المساهمين في رفع القيمة السوقية للشركة، حيث يصبح المزيد من المستثمرين مهتمين بتملك أسهم الشركة.

2. أدوات تحليل القوائم المالية

يُعرف التحليل المالي بأنه عملية مراجعة منتظمة ومنظمة للبيانات المالية للمؤسسة للحصول على معلومات تستخدم لاتخاذ القرارات، وتقييم الأداء، والتنبؤ. ولغاية التحليل المالي، يجب جمع وتصحيح البيانات المالية لتقديمها بشكل مختصر يتناسب مع اتخاذ القرار وطبيعته. يستهدف التحليل المالي تقييم ركائز رئيسة تتمثل في التركيبة المالية للمؤسسة، والدورة التشغيلية، وإدارة رأس المال، إضافة إلى اتجاهات الأداء والتخطيط خلال فترات زمنية كافية ومناسبة.

هناك عدة أدوات تستخدم لتحليل القوائم المالية، ويعكس تباين هذه الأدوات اختلافاً في الحاجة المرجوة من استخدام هذه القوائم المالية بالتالي تباين في استخدام نتائج التحليل.

تتضمن الأدوات الأساسية المستخدمة لتحليل القوائم المالية نوعين من أنواع التحليل كالتالي:

- **التحليل الأفقي**، تحليل القيم المالية ونسب التغيير في بيانات القوائم المالية بين فترة مالية وأخرى.

● **التحليل الرأسي**، أي تحليل نسبة كل عنصر من عناصر القائمة المالية إلى بند أساسي في تلك القائمة ويستخدم كأساس لقياس نسبة توزيع عناصر القائمة المالية، ومن الأمثلة على ذلك قياس نسبة النقد أو نسبة الممتلكات والمعدات إلى إجمالي الأصول. بهذا يكون التحليل الرأسي مهتماً بقياس النسب المئوية لكل عنصر في القائمة المالية من إجماليات بعض العناصر المالية بما يساعد الإدارة على فهم مكونات القوائم المالية بسهولة. إضافة لذلك، يوضح هذا التحليل الروابط بين بعض العناصر في القوائم المالية سواءً كانت تلك العناصر في نفس القائمة المالية أم عناصر مشتقة من قائمة المركز المالي وقائمة الدخل.

إضافة لما ذكر، يُمكن استخدام بيان المركز المالي من تقييم مستويات السيولة في المنشأة في أي وقت زمني، أو تقييم هيكل رأس المال لتحديد المصادر التي تستخدمها المؤسسة للتمويل، بمعنى هل تعتمد المؤسسة في التمويل على رأس المال أم على المديونية.

ثالثاً: الأصول غير الملموسة والعالم الرقمي

تندرج الأصول غير الملموسة ضمن الأصول الإجمالية التي تمتلكها المؤسسة ذلك على الرغم من كونها غير محسوسة ولا يمكن رؤيتها وإنما يتم تقديرها معنوياً ومادياً، بناءً على قيمتها التي يتم تسجيلها وتوثيقها في القيود والدفاتر المحاسبية، فضلاً عن توثيقها في المركز المالي باعتبارها أحد البنود الرئيسية. من أهم الأمثلة على هذا النوع من الأصول براءات الاختراع، والقيمة السوقية للعلامات التجارية، وحقوق النشر وغيرها. هذه الأصول على الرغم من طبيعتها غير المادية، إلا أنها تمثل جزءاً مهماً في تقدير أصول المؤسسات لاسيما الرقمية منها عند الشروع في عمليات الاستحواذ أو الدمج أو بيع حصة من الشركة في الأسواق المالية لمستثمر رئيس.

يأتي الاهتمام بتناول موضوع الأصول غير الملموسة وأهمية الإفصاح عنها عند عرض المراكز المالية للمؤسسات إنطلاقاً من الحرص على توافر قدر أكبر من الشفافية بما يعزز الثقة في المؤسسات، ويُحسن من تصنيفها الائتماني، الذي بدوره يساهم في حصولها على التمويل بتكلفة أقل ويُعزز من ربحيتها على المدى المتوسط والطويل. يتفاوت الاهتمام بالإفصاح عن الأصول غير الملموسة من مؤسسة لأخرى، حيث تكون المؤسسات الكبيرة أكثر اهتماماً بذلك من المؤسسات الصغيرة.

أظهرت التجارب والدروس المستفادة من الأزمات المالية العالمية الدور الحيوي والفعال الذي تلعبه درجة الإفصاح والشفافية المتعلقة بالأصول غير الملموسة في تعزيز قدرة المؤسسات والأسواق المالية أيضاً على امتصاص تداعيات الأزمات، وتعزيز السلامة المالية التي تنعكس بالضرورة في زيادة ثقة المستثمرين، وتوفير مناخاً ملائماً للاستثمار يساهم في تحقيق الاستدامة المالية.

من هذا المنطلق نشأ الاهتمام من قبل واضعي المعايير المحاسبية بإيجاد الحلول والوسائل التي تضمن الاعتراف بالأصول غير الملموسة، ويحد من الاعتماد على المناهج التي تقلل من الشفافية المحاسبية، من خلال تشجيع تنفيذ واستخدام المفاهيم التي ترفع من مستويات وجودة الإفصاح المحاسبي، فضلاً عن توفير المبادئ والمنهجيات التي تشجع المؤسسات على زيادة درجة الشفافية. من جانب آخر، تُعد الأصول غير الملموسة أحد أهم العناصر التي يُعتمد بها عند تحديد التباين بين قيمة الشركة، بحسب القيود المحاسبية الخاصة بها، وقيمتها السوقية.

1. تعريف الأصول غير الملموسة

يعرّف الأصل غير الملموس، بحسب المعيار الدولي رقم (38) الصادر عن مجلس المعايير المحاسبية الدولي (IAS 38)، على أنه: "أصل غير مالي يُمكن تعريفه ولكن ليس له جوهر مادي". يأتي هذا التعريف كإضافة للتعريف القياسي للأصل والذي يتطلب حدثاً وقع في الماضي وأدى إلى ظهور مورد تتحكم فيه المؤسسة، ويتوقع أن تتدفق منه عوائد اقتصادية في المستقبل. بالتالي، فإن المتطلبات الإضافية للإعداد بالأصل غير الملموس هي إمكانية تعريفه بموجب المعيار المشار إليه. كما يستوجب هذا المعيار أن يكون الأصل غير الملموس مستقلاً عن الكيان أو أن تؤول ملكيته للمؤسسة بموجب حق تعاقدية أو قانوني.⁽¹³⁾

يعتبر المعيار المحاسبي الدولي رقم (38) أن الأصول غير الملموسة تنسم بالخصائص الأساسية التالية:

(13) مجلس المعايير المحاسبية الدولي (IAS 38)، الأصول غير الملموسة.

- تفتقر إلى الجوهر المادي.
 - خاضعة لسيطرة المنشأة، حيث يعرف المعيار السيطرة على أنها القدرة على الحصول على المنافع الاقتصادية المستقبلية الناتجة عن امتلاك الأصل والقدرة على تقييد وصول الآخرين إلى تلك المنافع. عادة ما ينتج التحكم في الأصل من الحقوق القانونية، بالطريقة نفسها التي يتم بها حماية حقوق الطبع والنشر، أو من خلال اتفاقيات تجارية مقيدة أو واجب قانوني يُلزم الموظفين بالحفاظ على سرية المعلومات على سبيل المثال الفوائد الاقتصادية الناشئة عن المعرفة السوقية والتقنية.
 - تسهم في توليد منافع اقتصادية مستقبلية للمنشأة، بما يشمل على سبيل المثال الإيرادات المتوقعة من بيع المنتجات أو الخدمات التي يساهم الأصل غير الملموس في توليدها، كما تشمل أيضاً وفورات التكلفة أو المنافع الأخرى الناتجة عن استخدام الأصل غير الملموس من قبل المنشأة. فقد يؤدي استخدام الملكية الفكرية إلى وفورات في عملية الإنتاج ناتجة عن تقليل تكاليف الإنتاج المستقبلية عوضاً عن زيادة الإيرادات.
 - توفر القدرة على تحديد الأصل غير الملموس، وذلك عندما يكون الأصل غير الملموس إما (أ) قابلاً للفصل، مما يعني أنه يمكن فصله أو تقسيمه عن الكيان وبيعه أو نقله أو ترخيصه أو تأجيره أو تبادله، إما بشكل فردي أو بعقد ذي صلة، بغض النظر عما إذا كان الكيان ينوي القيام بذلك أم لا، أو (ب) ينشأ من الحقوق التعاقدية أو القانونية الأخرى، بغض النظر عما إذا كانت هذه الحقوق قابلة للتحويل أو الانفصال عن المؤسسة أو عن الحقوق والالتزامات الأخرى.
- يتم تصنيف البند الذي له هذه الخصائص على أنه أصل غير ملموس بغض النظر عن سبب امتلاك المؤسسة لذلك الأصل.

غالبًا ما تتكبد الشركات نفقات لامتلاك جميع أنواع الأصول غير الملموسة مثل المعرفة العلمية أو التقنية وتصميم وتنفيذ العمليات أو الأنظمة الجديدة، والتراخيص والملكية الفكرية، ومعرفة السوق والعلامات التجارية، وعاووين النشر. تشمل الأمثلة التي تندرج تحت هذه العناوين برامج الحاسب الآلي، وبراءات الاختراع، وحقوق النشر، وأفلام الصور المتحركة، وقوائم العملاء، والامتيازات، وعلاقات العملاء أو الموردين، وولاء العملاء، والحصة السوقية وحقوق التسويق وغيرها من الأصول غير الملموسة الأخرى.

على الرغم من أن هذه البنود المذكورة في المعيار السابق الإشارة إليه، إلا أن غالبية الأصول غير الملموسة لن تفي بجميع المعايير القياسية للاعتراف بها كأصل غير ملموس، لاسيما فيما يتعلق بقابلية التحديد، والسيطرة على الموارد، ووجود منافع اقتصادية مستقبلية. حيث يتم احتساب النفقات على البنود التي لا تستوفي المعايير الثلاثة عند تكبدها، إلا إذا نشأت في سياق دمج الأعمال.

كما يمكن تصنيف الأصل غير الملموس على أنه إما غير محدد أو محدد. مثال على أصل غير ملموس غير محدد هو اسم العلامة التجارية للشركة لأنها تبقى مع الشركة طالما أنها تواصل عملياتها. في ضوء ما سبق، يمكن أن يكون الأصل غير الملموس ذي قيمة للشركة ويشكل عنصراً حاسماً لتفوقها أو إخفاقها على المدى البعيد، في حين لا يمتلك ذات القيمة المادية الواضحة للأصول المادية الأخرى مثل المصانع أو المعدات. فالعلامة التجارية لأي من شركات المشروبات العالمية على سبيل المثال تحدد كون الشركة ناجحة من عدمه. رغم كونها لا تُمَثَّل أصلاً مادياً يمكن رؤيته أو لمسه، إلا أن لها أثر بالغ الأهمية على مبيعاتها.

2. الاعتراف والتقييم للأصول غير الملموسة

يحدد المعيار المحاسبي الدولي رقم (38) الشروط المحاسبية للأصول غير الملموسة، بأنها أصول غير نقدية أو مادية ولكن يمكن تقديرها، وقد تكون ناشئة عن حقوق تعاقدية أو قانونية أخرى، كما أنها لا بد أن تكون قابلة للفصل.

يجب الاعتراف بالبند الذي يفي بتعريف الأصل غير الملموس فقط إذا كان من المحتمل في وقت الاعتراف الأولي شريطة:

- أن يسهم مستقبلاً في تدفق منافع اقتصادية مستقبلية متوقعة للمؤسسة نتيجة امتلاك الأصل.
- يمكن قياس تكلفة الحصول عليه بشكل موثوق.

يقتضي المعيار المشار إليه من المؤسسة الاعتراف بالأصل غير الملموس، سواء تم شراؤه أو تم إنشاؤه داخلياً، على أن يتم تقييمه بسعر التكلفة، وعدم الاعتداد في تقييمه بما قد يتدفق على المؤسسة من منافع اقتصادية في المستقبل جراء امتلاك هذا الأصل. كما يجب أن تستند تقديرات المنافع الاقتصادية المستقبلية إلى افتراضات معقولة وداعمة حول الظروف التي ستكون موجودة على مدى عمر الأصل ومدعومة بالمستندات والدراسات الموثوقة، وهو ما يلزم توفره بالنسبة لكافة الأصول غير الملموسة التي يتم حيازتها بشكل منفصل أو بإطار دمج الأعمال، وسواء تم شراء الأصل غير الملموس من الخارج أو تم إنشاؤه داخلياً.

في حال لم تتحقق معايير الاعتراف وكان الأصل غير الملموس لا يفي بشكل كامل بكل من تعريف ومعايير الاعتراف به كأصل غير ملموس، فإن معيار المحاسبة الدولي رقم (38) يتطلب الاعتراف بالنفقات التي يمكن التعرف عليها لامتلاك ذلك الأصل غير الملموس، كمصروفات عند تحققها. غير أن ذلك يستلزم في كل الأحوال أن يكون الأصل غير الملموس قابلاً للفصل (أي يمكن بيعه بشكل منفصل عن الأعمال الأساسية نفسها)، أو ينشأ عن حقوق قانونية أو تعاقدية. إذا كان العنصر يفي بأي من هذه الشروط، فإنه يتم الاعتراف به كأصل غير متداول.

أما من حيث معايير التقييم، يتم الاعتراف بالأصل مبدئياً بالتكلفة، نظراً لأن استخدام نموذج التكلفة بسيط ومباشر، ويساعد على إطفاء التكلفة على مدى العمر الإنتاجي المتوقع للأصل. عموماً يتم إطفاء الأصول غير الملموسة حسب توقعات العمر ذات العلاقة بها، ويمكن أن يكون عمر التشغيل محدد أو غير محدد. ويتم استهلاك الأصول غير الملموسة التي لها عمر تشغيل نافع محدد عبر العمر الاقتصادي أو القانوني لها، أيهما أقصر، على أساس ثابت ومباشر.

بهذا الصدد، يجب التفريق بين العمر الإنتاجي المحدد وغير المحدد للأصل غير الملموس، فبالنسبة للأصل الذي لا ينطوي على عمر إنتاجي محدد، يتم إهلاكه محاسبياً في بداية الفترة المحاسبية التي شهدت امتلاكه فيها، ولكن يتم إعادة احتساب قيمته مع نهاية كل فترة محاسبية لتحديد انخفاض/ارتفاع القيمة ومن ثم يتم احتساب الإهلاك الذي يخص الفترة، والذي يمكن تقديره بالتدفقات النقدية المترتبة على حيازة الأصل غير الملموس مطروحاً منها تكاليف الاحتفاظ به، مثال ذلك، رسوم تجديد التراخيص، وحقوق الملكية الفكرية أو العلامة التجارية غير محددة المدة.

ومن الأمثلة على الأصول غير الملموسة التي لديها أعمار إنتاجية محددة براءات الاختراع وحقوق الطبع والنشر. وبحيث يتم إعادة التقييم كل عام للأصول غير الملموسة التي لديها أعمار إنتاجية محددة، تحسباً لانخفاض قيمتها. وعندما يكون هناك نقص في قيمتها، تحتم المعايير المحاسبية الاعتراف بقيمة تلك الانخفاضات كخسائر، وتحدد الخسائر الناتجة عن نقص القيمة عن طريق خصم القيمة العادلة للأصل من القيمة الدفترية له.

كما تم الإشارة مسبقاً، يمكن للشركات إنشاء الأصول غير الملموسة داخلياً أو شراؤها. وإذا تم إنشاؤها داخلياً مثل براءة اختراع فيمكن للشركة شطب النفقات المنصرفة على الاختراع من قيمة الأصل بمجرد بدء حدوث تدفقات نقدية من دخوله حيز التنفيذ والاستفادة منه، مثل تقديم طلب براءة الاختراع، وتوظيف محام، ودفع التكاليف الأخرى ذات العلاقة، كذلك، يتم صرف جميع النفقات خلال فترة إنشاء الأصل غير الملموس.

مع ذلك، فإن الأصول غير الملموسة التي أنشأتها الشركة ليس لها قيمة دفترية مسجلة ولا تظهر في المركز المالي. لهذا السبب، عند عملية شراء شركة، في معظم الأحيان يكون سعر الشراء أكثر من القيمة الدفترية للأصول في المركز المالي. أما في حال شراء الأصول غير الملموسة فإنها تظهر في المركز المالي. مثال بسيط لذلك، إذا اشترت شركة XX براءة اختراع من الشركة YY بمبلغ متفق عليه قدره 1 مليون دولار، فإن الشركة المشتري ستسجل المعاملة بقيمة مليون دولار من الأصول غير الملموسة التي تظهر ضمن الأصول طويلة الأجل.

3. القضايا المحيطة بالأصول غير الملموسة في ظل العالم الرقمي

منذ مطلع القرن الواحد والعشرين، شهد الدور الذي يلعبه رأس المال غير الملموس في الاقتصاد العالمي تطوراً مضطرباً، وبات يعتقد به كمؤشر هام وحيوي في تحديد الأفق المستقبلية للشركات، وترتيبها وأهميتها في حلقات القيمة العالمية. جاءت مكانة الأصول غير الملموسة في تحديد مستقبل وثروات الشركات انطلاقاً من دورها في تحديد مستوى نجاح الشركات في اختراق الأسواق من خلال منتجات تتسم بالمظهر اللائق والانطباع الجيد لدى جمهور المستهلكين بشأن العلامات التجارية، وهو الذي يشجعهم على الاستهلاك ويوجه اختياراتهم، فضلاً عن

الدور الذي يلعبه امتلاك حقوق الملكية الفكرية، كوسيلة لتأمين مكانة الشركات التنافسية وهي كما هو معلوم تندرج ضمن الأصول غير الملموسة.

لا يعد من قبيل المبالغة القول بأن الأصول غير الملموسة ستكون خلال فترة وجيزة المحدد الرئيس لمكاسب الشركات، ووضعها على خارطة سلاسل القيمة العالمية بحسب تقرير الملكية الفكرية العالمي لعام 2017 حول "دور رأس المال غير الملموس في سلاسل القيمة العالمية"⁽¹⁴⁾.

في هذا الخصوص، أشار التقرير إلى بعض النقاط المتعلقة بأهمية الأصول غير الملموسة في تحديد وجهة التجارة العالمية من جهة، والعوائد المالية للمؤسسات وموقعها من سلاسل القيمة العالمية من جهة أخرى. من أهم النقاط الواردة بالتقرير:

• ساهم رأس المال غير الملموس في المتوسط، بما نسبته 30.4 في المائة من إجمالي قيمة البضائع المصنوعة المباعة خلال الفترة (2000 - 2014).

• ارتفاع دخل الأصول غير الملموسة بالأسعار الحقيقية بنسبة 75 في المائة خلال الفترة (2000 - 2014)، حيث وصلت إلى 5.9 تريليون دولار أمريكي عام 2014.

• تشكل إيرادات الأصول غير الملموسة في مجموعات المنتجات الغذائية، والمنسوجات، والمركبات حوالي 50 في المائة من مجموع الإيرادات الناتجة عن رأس المال غير الملموس في حلقات القيمة العالمية للإنتاج.

حالياً تلعب الأصول غير الملموسة دوراً أكبر بكثير مما اعتادت أن تقوم به في السابق، والذي كانت فيه الأصول المادية تشكل غالبية القيمة لعدد كبير من الشركات والمؤسسات.

ساهم ظهور البيانات الكبيرة والثورة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في إحداث تغيير جذري في عمليات صنع القرار، حيث تتيح هذه التقنيات الجديدة إمكانية الربط المباشر بين العرض والطلب وبالتالي تعديل عمليات إنشاء القيمة التقليدية. كذلك، ظهرت أنماط حديثة من المعاملات مع ظهور المنصات المشتركة لعرض المنتجات مثل طلبات (Talabat)، والاقتصاد التشاركي مثل بلابلكار (Blablacar)، حيث يكون المستهلك جزءاً لا يتجزأ من عملية خلق القيمة وتحسين تجربة العملاء هي جوهر القيمة بالنسبة لإيرادات الشركات.

من المتوقع أن يغير السياق الرقمي الجديد الإدارة المالية والمحاسبية. كما يكمن الربط بين هذا السياق الرقمي الجديد وقيمة الشركة في إدارة المعرفة، وينعكس في رأس المال الفكري، وهو فكر يتم الإفصاح عنه كأصول غير ملموسة في المحاسبة المالية. كما يتميز الاقتصاد الرقمي بالمنافسة المتصاعدة على حيازة حقوق الملكية الفكرية، وخلق آليات وتشريعات لحمايتها. وقد أحدث اقتصاد المعلومات سمة تنافسية في شكل ما يسمى الأصول غير الملموسة وبالتالي يجب الإفصاح بشكل ملموس عن هذه الأصول الجديدة في البيانات المالية لتزويد المساهمين والمستثمرين بصورة منصفة عن قيمة الشركة.

استناداً إلى ماسبق، وعلى الرغم من أن المعايير المحاسبية الدولية [(المعيار 38 IAS)، والمعيار الدولي لإعداد التقارير المالية (IFRS3)] قد تضمنت تعريفاً للأصول غير الملموسة بكونها تمثل الأصول غير النقدية القابلة للتحديد بدون مضمون مادي وقابلة للفصل أي يمكن فصلها وبيعها ونقلها وترخيصها واستئجارها فكيف يمكن على سبيل المثال تعريف "العلامة التجارية" كأصل غير ملموس بشكل منطقي؟.

من المنظور المالي والمحاسبي، فإن الأسئلة الجوهرية المتعلقة بالأصول غير الملموسة تتعلق بتعريفها، والإفصاح عنها (قيمة المركز المالي، ومعالجة التغيرات في قيمتها بمرور الوقت) وتأثير الاعتراف بها على البيانات المالية. في الأغلب، لا يتم الإبلاغ عن معظم الأصول غير الملموسة في المركز المالي لأن المعايير المحاسبية لا تعترف بها حتى تحدث معاملة لدعم قيمتها مثل عمليات الاندماج أو الشراء والاستحواذ. وفي حين أن العديد من مديري المحاسبة يرون هذا كإجراء حكيم تجنباً للتقييم غير الدقيق لهذه الأصول فإن هذا يعني أن العديد من الأصول غير الملموسة عالية القيمة لا تظهر في التقارير المالية.

(14) التقرير العالمي للملكية الفكرية، (2017). "رأس المال غير الملموس في سلاسل القيمة العالمية"، المنظمة العالمية للملكية الفكرية- (الويبو)، جنيف.

إذاً القضية هنا هي كيفية تعريف الأصول. فالأصل يعتبر بنبدأً يمكن تحديد قيمة اقتصادية له موجبة للشركة، أي بند يولد دخلاً تتحكم فيه الشركة نتيجة لأحداث سابقة، ويُتوقع منه منافع اقتصادية مستقبلية. بموجب المعايير المحاسبية الراهنة، يمكن الإقرار بالأصول غير الملموسة كأصول بمجرد أن يكون لها الطبيعة الاقتصادية من حيث القابلية للتوظيف أو للاستثمار.

لا يتعرف النموذج المحاسبي الراهن على الكثير من الأصول غير الملموسة القائمة على المعرفة، مما يثير مخاوف بشأن قدرة المستثمرين على تقييم الشركات كثيفة رأس المال التي تعتمد بشكل أساسي على الأصول غير الملموسة مثل المعرفة والتقنية. على سبيل المثال، كشفت بعض شركات الاقتصاد الرقمي مثل (Facebook) أنها تستخدم البيانات لتعزيز دخلها وهوامش أرباحها، لكن مركزها المالي لا يعكس هذه الديناميكية.

وفي حين أن المعايير المحاسبية تتيح استخدام نموذج التكلفة، الذي قد يكون سهل التنفيذ، إلا أنه لا يظهر بالضرورة جوهر القيمة الحقيقية للأصل غير الملموس، خصوصاً في عالم الاقتصاد الرقمي. فقد تقوم الشركة برسمة التكاليف المستخدمة للحصول على تقنية جديدة، ولكن القيمة الحقيقية للتقنية من المتوقع أن تفوق بكثير تكلفة المدخلات المستخدمة في تطويرها حتى إتمامها.

في محاولة للتغلب على ذلك ينص معيار المحاسبة الدولي رقم (38) على أنه يمكن للمؤسسات أن تختار الاحتفاظ بأصول غير ملموسة بموجب نموذج إعادة التقييم. في هذه الحالة، يتمثل التحدي في أن تطبيق نموذج إعادة التقييم غير مفضل في الممارسات المحاسبية العملية، حيث ينص نفس المعيار المحاسبي على أنه لا يمكن القيام بذلك إلا في حالات وجود سوق نشط لهذه النوعية من الأصول، في حين يعترف المعيار نفسه بأن وجود سوق نشطة لتقييم هذه الأصول غير الملموسة أمراً نادر الحدوث، وحتى الأمثلة التي يقدمها (فيما يتعلق بتراخيص الصيد، وتراخيص سيارات الأجرة، وحصص الإنتاج) تقترب من جوهر الاقتصاد الرقمي، والأصول غير الملموسة، وهو ما يحول دون قدرة القوائم المالية للشركات الرقمية على أن تعكس بوضوح قيمة الأصول غير الملموسة.

كذلك في حالة تطبيق نموذج التكلفة، لا يوجد ارتباط فعلي بين التكلفة وقيمة الأصل غير الملموس. في بعض الحالات، يُمكن للشركة أن تنفق مبالغ كبيرة على البحث والتطوير، وقد لا تصل إلى شيء. وفي حالات أخرى، يمكن للشركة أن تنفق مبالغ قليلة على البحث والتطوير، تؤدي إلى تطوير أصول غير ملموسة تبلغ قيمتها الملايين.

4. تحديات الاعتراف بالأصول غير الملموسة للشركات الرقمية

في ظل الوضع الراهن، تحتاج الشركات بشكل متصاعد إلى الاستثمار في الأصول غير الملموسة. بالرغم من هذا، في معظم الحالات، لا تنعكس هذه الاستثمارات في الميزانية العمومية بسبب المعايير التقليدية المقيدة للغاية للاعتراف بهذه الأصول وتقييمها.

لذلك، أصبحت البيانات المالية أقل قدرة على التعبير عن الموقف المالي الحالي والمستقبلي للشركات، فهي توفر بشكل متزايد معلومات موثوقة، لكن ليس لها علاقة بقيمة هذه الشركات.

من هذا المطلق، تبرز حاجة ملحة إلى تغيير أو على الأقل توسيع نطاق النموذج المحاسبي التقليدي، الذي تم تطويره في البداية للشركات، التي كان نشاطها الأساسي ذو طبيعة إنتاجية ملموسة، ليعكس الأصول غير الملموسة، بما سيسهم في تحسين جودة وموثوقية المعلومات المحاسبية، من خلال الأخذ بالاعتبار التحول الرقمي الناتج عن التطورات التقنية وتقنية المعلومات الرئيسية، وبزوغ اقتصاد جديد قائم على المعرفة.

في نموذج محاسبي قائم على التكلفة، تشتري الشركة أصلاً مقابل مبلغ معين من المال، وتسجله في الميزانية العمومية بالمبلغ المدفوع، وتالياً تستهلك أو تطفئ هذا الأصل. في نموذج المحاسبة المختلط، يتم قياس الأصول الملموسة استناداً إلى التكلفة. وإذا تم الحصول على الأصول غير الملموسة من خلال عملية دمج الأعمال يتم قياسها بالقيمة العادلة وتسجيلها في المركز المالي في هذه الحالة فقط، بينما لا تظهر في المركز المالي في حال تم إنشائها داخلياً، هذه الفرضية تخلق تحدياً بالنسبة للإفصاح عن المعلومات المحاسبية والمالية. فإذا تم الاعتراف بأصول معينة ذات قيمة لأنها تعتبر مهمة في سياق الاستحواذ أو دمج الأعمال، فلماذا تكون غير مهمة عند تطويرها داخلياً؟

في هذه الحالة يكون النموذج المحاسبي معيباً لأنه يفتقر إلى التعبير عن المركز المالي بشكل كامل بالقيمة العادلة، حيث أنه يعتبر نموذج مختلط، يتم تسجيل بعض الأصول به بقيمة التكلفة، فيما يتم تسجيل الأصول الأخرى به بالقيمة العادلة. كذلك فوفق النظم المحاسبية التقليدية لا يتم الاعتراف بالأصول غير الملموسة بشكل عام في المركز المالي ما لم يتم الحصول عليها من خلال عمليات دمج الأعمال.

هناك أيضاً تحديات تواجه شركات التواصل الاجتماعي التي لديها قوائم من العملاء وبيانات ضخمة أدت إلى شهرة الشركة وارتفاع قيمتها السوقية، لكن بسبب التقييد بالمعايير المحاسبية الدولية، لا يمكن الاعتراف بمثل هذه الأصول في المركز المالي. حسب المعيار المحاسبي الدولي رقم (35)، فمن الشروط التي يجب أن يستوفيهما الأصل غير الملموس أن تكون الشركة لديها القدرة على السيطرة على هذا الأصل. ولكن في حالة شركات التواصل الاجتماعي، وبالرغم من جهودها في بناء العلاقات العملاء وتعزيز ولائهم لها، فليس لديها الحقوق القانونية لحماية العلاقات مع العملاء والسيطرة عليها، وعلى ولائهم لها. بالتالي فإن العلاقات مع العملاء غير التعاقدية تقدم دليلاً على أن هذه الشركات ليس لديها سيطرة كافية على المنافع الاقتصادية المستقبلية المتوقعة التي تتدفق من علاقات العملاء والولاء، ولهذا لا تلبى تعريف الأصول غير الملموسة.

- أمثلة على التحديات التي تواجه الشركات الرقمية:

➤ في بعض الأوقات، بعد الاستحواذ مثلاً، يُطلب من الشركات تقييم الأصول غير الملموسة، بحيث يجب على المشتري تفصيل الأصول غير الملموسة مثل: قيمة العلامة التجارية، وقوائم العملاء، وتحديث قيمتها سنوياً وهو الأمر صعب التنفيذ علمياً⁽¹⁵⁾.

➤ يقضي قسم المحاسبة في شركة (Perrigo Co.)، أسابيع في نهاية كل عام لتقييم ومراجعة الأصول غير الملموسة التي اشترتها شركة الأدوية التي تتخذ من دبلن مقراً لها على مدى السنوات العديدة الماضية، وبالتالي سيستغرق القيام بنفس الشيء كل ربع سنة لإعداد القوائم المالية الكثير من الوقت⁽¹⁶⁾.

➤ إن تحديد قيمة الأصول غير الملموسة لشركة مثل راديو شاك وبيعها استغرق حوالي ثمانية أسابيع، ووصلت قيمة علامتها التجارية وبيانات عملائها إلى 26.2 مليون دولار أمريكي. وذلك النوع من التقييم للأصول غير الملموسة مثل العلاقة التجارية في الميزانيات العمومية أمراً مهماً لتمكين المستثمرين من التقييم العادل لقيمة الشركة⁽¹⁷⁾.

رابعاً: فعالية البيانات المالية في ظل العالم الرقمي

1. البيانات المالية للشركات الرقمية

في الوقت الحالي، معظم الشركات الرقمية لديها فجوة كبيرة بين القيمة الدفترية والقيمة السوقية نتيجة لعدم قدرتها على الاعتراف بالأصول غير الملموسة، مما يؤثر على البيانات المالية لتلك الشركات. على سبيل المثال، تقدر القيمة السوقية لشركة "فيسبوك" بحوالي 778 مليار دولار أمريكي، في حين بلغ إجمالي أصولها وفق البيانات المحاسبية المعلنه 159 مليار دولار أمريكي في نهاية سنة 2021. يمكن أن يكون الاختلاف بين الاثنين بمثابة قيمة أصول الشركة غير الملموسة من واقع علاقاتها مع المستخدمين وبياناتهم التي في حوزتها. بذلك تبلغ قيمة الأصول غير الملموسة المملوكة لشركة فيسبوك نحو خمسة أضعاف أصولها الملموسة مثل النقد والممتلكات والمعدات⁽¹⁸⁾.

كذلك من الأمثلة التي تقدم توضيحاً لهذا، قيام شركة "إيباي" بشراء شركة "سكايب" في سبتمبر من عام 2005 مقابل 2.6 مليار دولار أمريكي، في حين أن قيمتها الدفترية لم تكن تتعد 20 مليون دولار أمريكي. ولأغراض المحاسبة، تم دمج أولاً شركة "سكايب" التي تم الاستحواذ عليها في حسابات شركة "إيباي"، ثم قامت الشركة

(15) Monga. V. (2016). "Accounting's 21st Century Challenge: How to Value Intangible Assets".

(16) Ibid.

(17) Ibid.

(18) Anne Jenny, (2017). "What impact will the digital economy have on accounting? The challenge of intangible assets' recognition."

بإعادة تقييم عدد معين من الأصول والاعتراف بالأصول الجديدة، وجزء كبير منها غير ملموس (مثل اسم العلامة التجارية، وتكاليف البحث والتطوير الجارية، والعمليات).

من خلال عملية تقييم سعر الشراء، تمكنت شركة "إيباي" من التعرف على 280 مليون دولار أمريكي فقط من قيمة الأصول غير الملموسة. حيث قامت بإعادة تقييم براءات الاختراع، ورسملة قوائم العملاء، والعلامة التجارية. بالرغم من ذلك، أظهرت حسابات شركة "إيباي" شهرة بقيمة 2.3 مليار دولار أمريكي من تكلفة الاستحواذ البالغة 2.6 مليار دولار أمريكي. عادة ما يتم احتساب قيمة هذه الشهرة كقيمة متبقية بين قيمة عملية الدمج والاستحواذ والقيمة الدفترية للشركة. وفي حالة شركة سكايب، مثلت الشهرة 88 في المائة من قيمة الشراء. فكيف يمكن شرح تقييم شركة سكايب البالغ 2.6 مليار دولار أمريكي؟ تم إنشاء الشركة في عام 2002 وفي سبتمبر 2005، كان لديها 54 مليون مستخدم وتغطية عالمية واسعة النطاق، ووضعت شركة إيباي فواتير الاتصالات بين المشترين والبائعين على منصة المزاد الخاصة بها لأغراض التقييم، لذلك كان سعر صفقة شراء شركة سكايب موضوعياً من وجهة نظر نموذج أعمالها واستناداً إلى آفاق نمو قوية متوقعة. (19)

قدرت إيرادات شركة "سكايب" بنحو 60 مليون دولار أمريكي في عام 2005، و200 مليون دولار أمريكي في عام 2006، بينما كانت إيراداتها لعام 2004 نحو 7 ملايين دولار أمريكي فقط، حيث لم تكن الشركة حتى ذلك الوقت مربحة. وفي نوفمبر 2011، وبعد خمس سنوات من استحواذ شركة "إيباي" على شركة "سكايب"، قامت ببيع 70 في المائة من حصتها في "سكايب" بقيمة 2.75 مليار دولار أمريكي وذلك لتحقيق أرباح رأسمالية. أخيراً، قامت شركة "مايكروسوفت" بشراء "سكايب" مقابل 8.5 مليار دولار أمريكي. وبهذا، فإن سعر شراء الشركة البالغ 2.6 مليار دولار أمريكي في البداية ليس بالضرورة أن يكون قد تم وفق تقييم عادل للشركة. (20)

من الأمثلة الأخرى، تبلغ القيمة السوقية لشركة (Alphabet)، وهي الشركة الأم لشركة جوجل، نحو 1180 مليار دولار أمريكي مقارنة بإجمالي الأصول البالغ 319 مليار دولار أمريكي في بيان مركزها المالي في نهاية سنة 2020؛ وتشكل الأصول غير الملموسة المعترف بها 22 مليون دولار أمريكي فقط من هذا الإجمالي. حيث تعتبر شركة (Alphabet) رائدة في مجال الابتكار والتطوير، وفي مقدمة الشركات التي تتمتع بارتفاع القيمة الحقيقية للتقنية والخوارزميات وبيانات العملاء الضخمة التي تستحوذ عليها، وهو ما يجعل الشركة ذات قيمة كبيرة. بالرغم من ذلك، يكافح عالم المحاسبة لإيجاد نموذج دقيق لإظهار تلك القيمة. (21)

كذلك، تمتلك شركة (إير بي إن بي) شبكة واسعة من مالكي المنازل، ووجهات الاتصال التي استخدمتها لإنشاء علامتها التجارية، ولكن لم يتم الاعتراف أو إظهار أي من هذه الأصول في البيانات المالية. حيث تم تسجيل الأجهزة والحواد والأصول الملموسة الأخرى، ولكن لم يتم تسجيل الأصول غير الملموسة، وبالتالي فبياناتها المالية لا تعكس القيمة الحقيقية للشركة.

نخلص مما سبق أنه غالباً ما تنشأ القيمة في البيانات المالية الموحدة عند الاستحواذ على شركة ما. في هذه الحالات، يتم الاعتراف بها بالقيمة العادلة، حيث تصبح بعد ذلك جزءاً من الأصول المقتنية للشركة التابعة. بما أن الأصول غير الملموسة تشكل جزءاً من سعر الشراء، لذلك يتم تخصيص قيمة لها عند الاستحواذ. التساؤل هو أنه، إذا كان من الممكن تخصيص قيمة عادلة في حالة الاستحواذ، فلماذا لا يمكن تخصيصها في مجموعة فردية من البيانات المالية؟.

هذا الأمر يسلط الضوء على مشكلة تتمثل في صعوبة الاعتراف المحاسبي بالأصول غير الملموسة للشركات الرقمية.

(19) Ibid.

(20) Ibid.

(21) Ibid.

2. كيف يتفاعل المستخدمون مع البيانات المالية للشركات الرقمية

أشارت إحدى الدراسات إلى أن التقارير المالية أصبحت أقل فائدة في قرارات سوق رأس المال. وأوضحت أن الأرباح المحاسبية باتت غير ذات صلة عملياً بأداء الشركات الرقمية. حيث لا يمكن لنموذج المحاسبة المالية الحالي أن يلتقط مُنشأ القيمة الأساسي للشركات الرقمية متمثلاً في زيادة الاستثمارات في الأصول غير الملموسة (22).

في 13 فبراير 2018، ذكرت صحيفة نيويورك تايمز أن شركة "أوبر" لنقل الأفراد تخطط لطرح عام أولي وقدرت قيمة الشركة ما بين 48 و70 مليار دولار أمريكي على الرغم من إبلاغ الشركة عن تحقيقها لخسائر خلال الأعوام السابقة، وعلى مدى السنوات الأربع التالية، استمرت الشركة كذلك في الإبلاغ عن الخسائر. ودفعت شركة "فيسبوك" 19 مليار دولار أمريكي مقابل شراء شركة "واتساب" في 2014 عندما لم يكن لدى الأخيرة أي إيرادات أو أرباح. فلماذا يتجاهل المستثمرون مثل خسائر الشركات الرقمية، بينما يتفاعلون بشكل سلبي مع خسائر البيانات المالية للشركات التقليدية؟ وذلك لأن الشركات التقليدية تتعامل مع الأصول المادية والسلع، ويقدم المركز المالي لها صورة مقبولة عن الأصول الإنتاجية ويوفر بيان الدخل تقريباً مقبولاً للنفقات المطلوبة لإنشاء القيمة بالنسبة للمساهمين، وذلك بخلاف الشركات الرقمية.

جوهر عمل أي شركة رقمية هو البحث والتطوير، والعلامات التجارية، والاستراتيجية التنظيمية، وشبكات الموردين، وقائمة العملاء، والعلاقات الاجتماعية، والبيانات والأنظمة، ورأس المال البشري، حيث لا يوجد اختلاف بين الغرض الاقتصادي لهذه الاستثمارات غير الملموسة والغرض الاقتصادي من إنشاء مصانع ومباني الشركات الصناعية على سبيل المثال. بالرغم من ذلك، فبالنسبة للشركات الرقمية، لا يتم رسملة الاستثمارات كأصول؛ بينما يتم معاملتها كمصروفات في حساب الأرباح. لذلك كلما استثمرت شركة رقمية في بناء مستقبلها، زادت خسائرها. وبالتالي ليس لدى المستثمرين خيار سوى تجاهل الأرباح والخسائر في قراراتهم الاستثمارية.

على عكس الأصول المادية في الشركات الصناعية التي تنخفض قيمتها مع الاستخدام، فإن قيمة الأصول غير الملموسة قد ترتفع مع الاستخدام. مثال ذلك، شركة "فيسبوك" حيث تزداد قيمة الشركة، كلما زاد عدد المستخدمين لأن الفوائد تزداد مع ولوج كل مستخدم جديد. يعني هذا أنه يتم دعم نمو قيمة الشركة من خلال الشبكة القائمة، وليس من خلال زيادة تكاليف التشغيل كما هو الحال في الشركات الصناعية. لذلك فإن تحقيق الريادة في السوق هو أهم هدف للشركات الرقمية. بالرغم من ذلك، حالياً لا يوجد مكان في المحاسبة المالية لمفهوم تأثيرات الشبكة، أو الريادة في السوق، أو زيادة قيمة المورد باستخدامه. لذا، فإن الفكرة الجوهرية وراء تفوق الشركات الرقمية تتناقض مع مبدأ أساسي للمحاسبة المالية الذي يقضي بانخفاض الأصول مع الاستخدام.

بناءً عليه، أصبح المركز المالي غير مقبول من ناحية الامتثال التنظيمي، ويقدم فائدة قليلة أو معدومة للمستثمرين. كما أصبح أقل فائدة لقرارات البنوك بمنح الائتمان، لأن البنوك تعتمد على تغطية الأصول لمستويات القروض الممنوحة. ونظراً لأن الشركات الرقمية أصبحت أكثر ظهوراً في الاقتصاد، ولكون الشركات المادية اتجهت بشكل أكبر نحو رقمنة عملياتها، فقد أدى ذلك إلى تراجع أهمية بيانات الدخل في قرارات المستثمرين.

نظراً لأن المركز المالي يخفق بشكل كبير في عكس قيمة الشركات الرقمية، يتساءل الرؤساء التنفيذيون عما يجب عليهم فعله. كذلك السؤال الذي يطرح نفسه: ما الذي يحققه إعداد ومراجعة القوائم المالية القائمة على الاستحقاق؟ ألن تكون الشركات الرقمية في موقف أفضل بمجرد الإفصاح عن ملخص لمعاملاتها النقدية؟، وما الذي يمكن أن تفعله الشركات الرقمية كي تكون بياناتها المالية أكثر تعبيراً عن مركزها المالي.

ليست هناك إجابات واضحة بعد على هذه الأسئلة السابقة، حيث أنه من المستبعد أن تتغير معايير المحاسبة في المستقبل القريب للموافقة على قيام الشركات الرقمية برسملة استثماراتها في الأصول غير الملموسة. وحتى إذا قامت الشركات الرقمية برسملة أصولها غير الملموسة، فلن تتمكن من تقديم تفسيرات مقنعة حول التقديرات المتعلقة بقيمتها السوقية الحالية.

- (22) Baruch Lev, (2016). "The End of Accounting and the Path Forward for Investors and Managers", John Wiley & Sons, Inc.

3. مؤشرات الأداء المالية التقليدية والشركات الرقمية

مؤشرات الأداء الرئيسية المالية هي مقاييس مهمة للأرباح أو الإيرادات أو النفقات أو النتائج المالية الأخرى التي تركز بشكل خاص على العلاقات المشتقة من البيانات المحاسبية، وهي مرتبطة دائماً بقيمة أو نسبة مالية محددة. تقع معظم مؤشرات الأداء الرئيسية في أربع فئات عامة بناءً على نوع المعلومات التي تقيسها بما يشمل مؤشرات الأداء التالية: (23)

- 1- نسب الربحية، مثل هامش الربح الإجمالي وصافي ربحية السهم ونسبة السعر إلى الأرباح.
- 2- نسب السيولة، مثل نسب تغطية السيولة للالتزامات قصيرة ومتوسطة الأجل.
- 3- مؤشرات الفعالية، مثل معدل دوران المخزون ودوران الحسابات المدينة.
- 4- الكفاءة المالية، مثل نسب الديون إلى حقوق الملكية والعائد على حقوق الملكية.

تمكّن مؤشرات الأداء المالية الرئيسية قادة الأعمال من التركيز على الصورة الكبيرة، ومساعدتهم على توجيه الشركة وتحديد أي تحديات ملحة دون الانغماس في التفاصيل. يمكن أيضاً استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية للمساعدة في إدارة الشركة لتحقيق الأهداف المحددة.

بما أن التقارير المالية أصبحت أقل فائدة في قرارات سوق رأس المال كما تم شرحه مسبقاً، اكتشفت العديد من الشركات أن مؤشرات الأداء المالي التقليدية لم تعد فعالة في قياس نجاح الأعمال الرقمية. حيث تحتاج الشركات إلى النظر إلى ما وراء مؤشرات الأداء المالية الرئيسية التقليدية والتركيز على قياس ومراقبة مجموعة من المقاييس السلوكية الأساسية، مثل تواتر الاستخدام ومشاركة العملاء وعدد المستخدمين، والتي من خلالها يمكن للشركة الترويج لمنتج أو خدمة.

من ثم هناك دلالات يُمكن للشركات الرقمية استخدامها للتعبير للمستثمرين عن قيمتها الحقيقية. حيث إن المستثمرين يبحثون عن دلالات معينة حول تفوق نموذج أعمال الشركة، مثل إدخال خدمات ومنتجات جديدة، والتحالفات في مجال التقنية، وشبكات التسويق والتوزيع، واكتساب كبار العملاء، والتوزيع الجغرافي للعملاء، وأعداد المشتركين الجدد، والإيرادات لكل فئة من المشتركين. ويُمكن للشركات الكشف عن هذه العناصر والدلالات في القسم الخاص بمناقشة وتحليل الأداء في تقريرها السنوي، وهو ما تقوم به، على سبيل المثال به، شركة فيسبوك في تقريرها السنوي كمحاولة للتغلب على التحديات السابقة الإشارة إليها.

نظراً لأن معظم المستثمرين الحاليين يولون اهتماماً أكبر بالأفكار والخيارات بدلاً من الأرباح، ويفضلون المزيد من المعلومات حول الأصول التي تدر دخلاً في المستقبل وتدفقات نقدية مستقبلية، كان لزاماً على الشركات الرقمية الإبلاغ عن أي تطور مهم ذو علاقة بالقيمة وإدراجه بالتقرير السنوي. أيضاً، تعتبر عمليات الكشف عن مزايا الشبكة، مثل التحالفات الاستراتيجية وحركة المرور على الشبكة، ذات قيمة عالية من قبل المستثمرين، حيث تصبح مقاييس الأداء المالي أكثر ارتباطاً بالقيمة عند دمجها مع هذه الدلالات غير المالية.

خامساً: الملخص والاستنتاجات

نمت نسبة قيمة الأصول غير الملموسة إلى قيمة الأصول الملموسة في الشركات العامة والخاصة بشكل كبير خلال العقد الماضي، ومن المتوقع أن يستمر هذا الاتجاه. لهذا السبب، نحتاج إلى فهم دوافع القيمة. لم يعد باستطاعة المحللين والمستثمرين اقتصر عملهم على الاعتماد بالأرباح التاريخية، وتوقع معدلات النمو المستقبلية، حيث إنهم يحتاجون إلى فهم الأصول الاستراتيجية التي تعزز النمو والازدهار، مثل قوة ودرجة قبول وانتشار العلامة التجارية أو تميز التقنية، والمخاطر المقترنة بها، وتحديد ما إذا كان النمو مستداماً.

على الرغم من أن الكثير من القيم الواردة بالقوائم المالية يتم الاعتماد في تقديرها بشكل كبير على النظام الأساسي والأصول الحالية للشركة، فمن المهم فهم محددات إنشاء أصول استراتيجية مستقبلية، ترتبط برأس المال البشري،

(23) Scott Beaver (2021), "30 Financial Metrics and KPIs to Measure Success in 2021", Oracle Netsuit.

والفكري، والاجتماعي، والعلاقات. لذا أصبحت المقاييس مثل الاحتفاظ بالموظفين والاستنزاف أكثر أهمية من أي وقت مضى حيث أنهم يمثلون مخازن القيمة التي تشكل الأساس لخلق القيمة للمؤسسة.

كذلك تبين الدراسات أن أغلب خبراء الاستثمار يتفقون على أن الأصول غير الملموسة ذات أهمية عالية حيث إنها تحتوي على معلومات مهمة حول الآفاق المستقبلية لنموذج أعمال الشركة. كذلك، يتفق أغلب خبراء الاستثمار على أن المزيد من الشفافية سيكون مفيداً في تقييم الأصول غير الملموسة، وقد يكشف عن مزايا تنافسية خفية، ثمكّن من تحقيق عوائد محتملة أعلى.

من الواضح أن الوقت قد حان لكي تعيد هيئات المستثمرين والشركات التفكير في نماذج التقارير المالية التقليدية. مثلاً، قد يرغب صانعو المعايير في تشجيع الإفصاح المتعلق بالقيمة لكل عميل، والأرباح أو نتائج الإيرادات أو مقاييس أخرى محددة تتعلق بمشاريع محددة قيد التنفيذ، فضلاً عن توفير بيانات عن كيفية نشر مهارات البحث والتطوير والبرمجيات للشركات الرقمية. من غير المتوقع أن ينجح الاعتماد على المبادرات التطوعية للشركات في علاج مثل هذه التحديات لأن بعض المديرين التنفيذيين قد لا يرغبون في الكشف عن معلومات حساسة، ما لم يضطر منافسيهم إلى فعل الشيء نفسه.

بقيت القواعد المحاسبية للأصول غير الملموسة مستقرة لفترة طويلة، وهي تؤدي إلى تسجيل معقول للبنود بسعر التكلفة، كما أنها تعتبر جيدة في تقليل مخاطر قيم الأصول المتضخمة إلى حد كبير. على الرغم من كون هذه أسباب جيدة للإبقاء على الوضع الراهن، إلا أنها لا تعتبر مبرراً مقبولاً، في عصر الابتكار لعدم الاتجاه إلى تعديل المعايير المحاسبية الحالية.

في إحدى المؤتمرات، أقر (Hans Hoogervorst)، رئيس مجلس معايير المحاسبة الدولية (IASB)، أن واضعي المعايير يجب أن يعيدوا النظر في تقييم الأصول غير الملموسة. (24) إلا أن ذلك يصطدم بقضايا رئيسية يجب معالجتها مثل، هل يجب أن تستند قيمة الأصول غير الملموسة إلى تكلفة إنشائها، أم يجب على إدارة الشركة تقدير القيمة العادلة لتلك الأصول؟ في هذا الإطار، لا تزال الجهود في مراحلها الأولى، حيث يقوم مجلس معايير المحاسبة المالية بدراسة مدى إمكانية وضع قواعد للشركات لإدراج هذه الأصول في دفاترها. لكن حتى لو أضاف مجلس معايير المحاسبة المالية الأصول غير الملموسة إلى جدول أعماله، فقد تمر سنوات قبل أن يأتي بقاعدة محاسبية جديدة. حيث استغرق الأمر عقداً من النقاش والمراجعات حتى ترى القواعد المحاسبية الحالية النور وتدخل حيز التنفيذ.

(24) Adam Deller, (2019). "Intangible asset accounting stuck in a pre-digital mire", publisher.

سادساً: قائمة المراجع

مراجع باللغة العربية

- البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة، "الاقتصاد الرقمي".
- التقرير العالمي للملكية الفكرية، (2017)، "رأس المال غير الملموس في سلاسل القيمة العالمية"، المنظمة العالمية للملكية الفكرية- (الويبو) جنيف.
- خلفان بلهول، ومحمد شاعل السعدي، (2021). "تقرير اقتصاد البيانات الجديد"، مؤسسة دبي للمستقبل.
- ديلويت أند تاتش، (2018). " معايير المحاسبة الدولية في القطاع العام نحو إدارة مالية متطورة".
- مجدي مليجي، (2014). "أثر التحول إلى معايير التقارير المالية الدولية على جودة المعلومات المحاسبية وقيمة الشركات المسجلة في بيئة الأعمال السعودية دراسة نظرية تطبيقية".
- مجلس المعايير المحاسبية الدولي (IAS 38)، "الأصول غير الملموسة".
- هبة عبد المنعم، وسفيان فعلول (2021). "نحو بناء مؤشر مركب لرصد تطور الاقتصاد الرقمي في الدول العربية"، صندوق النقد العربي، سلسلة دراسات اقتصادية، مايو.
- زغدار أحمد، وسفير محمد (2009). "خيار الجزائر بالتكيف مع متطلبات الإفصاح وفق معايير المحاسبة الدولية"، مجلة الباحث.

مراجع باللغة الإنجليزية

- Adam Deller, (2019), "Intangible asset accounting stuck in a pre-digital mire", The global body for professional accountants.
- Andrew W. Lo (2016). "The Rise of Data Capital", MIT Technology Review Custom Produced in Partnership with Oracle, MIT TECHNOLOGY REVIEW CUSTOM
- Anne Jenny, (2017). "What impact will the digital economy have on accounting? The challenge of intangible assets' recognition".
- Baruch Lev, (2016). "The End of Accounting and the Path Forward for Investors and Managers", John Wiley & Sons, Inc.
- Govindarajan. V, et al (2018). "Why Financial Statements Don't Work for Digital Companies", Harvard Business Review, February.
- Kenney, Martin & Zysman, John (2016). "The rise of the Platform Economy, National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine", Arizona State University, Issues in Sciences and Technology.
- Monga. V. (2016). "Accounting's 21st Century Challenge: How to Value Intangible Assets", The Wall Street Journal
- Scott Beaver (2021). "30 Financial Metrics and KPIs to Measure Success in 2021", Oracle Netsuit.
- Ernst & Young LLP (2016). "International GAAP: The International Financial Reporting Group of EY", Volume1. Wiley.

للحصول على مطبوعات صندوق النقد العربي
يرجى الاتصال بالعنوان التالي:

صندوق النقد العربي

شبكة المعرفة

ص.ب. 2818

أبو ظبي - الإمارات العربية المتحدة

هاتف رقم: 6215000 (+9712)

فاكس رقم: 6326454 (+9712)

البريد الإلكتروني: Publications@amfad.org.ae

متوفرة إلكترونياً بموقع الصندوق على الشبكة العنكبوتية العالمية:

<https://www.amf.org.ae>