

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА 14 \"ФИНАНСОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО СЕГМЕНТАМ\"

Введение

1. Настоящий стандарт разработан на основе Международного стандарта бухгалтерского учета 14 \"Представление сегментарной информации\", принятого Комитетом по МСБУ в 1981 году и пересмотренного в 1994 году.

Цель

2. Целью настоящего стандарта является обеспечение пользователей финансовых отчетов информацией об объеме деятельности, вкладе в прибыль и тенденциях развития отдельных сегментов многопрофильного предприятия. Уровень рентабельности, возможности развития, перспективы и будущие риски, связанные с инвестициями, могут значительно отличаться по промышленным и географическим сегментам. Необходимость сегментарной информации обусловлена тем, что пользователи не могут получить такие сведения из общей информации, представленной в финансовых отчетах.

Сфера действия

3. Настоящий стандарт распространяется на предприятия, занимающиеся предпринимательской деятельностью и зарегистрированные в Республике Молдова, ценные бумаги которых свободно продаются на фондовых биржах, а также на другие хозяйствующие субъекты, включая дочерние предприятия, уровень доходов и прибыли которых, активы и количество работающих довольно значительны в регионах, где происходит их основная производственная деятельность.

Определения

4. В данном стандарте использованы термины со следующим содержанием:

Промышленный сегмент - отдельная составная часть предприятия, производящая определенные виды продукции или оказывающая определенные услуги в основном сторонним организациям. В качестве сегментов выступают дочерние предприятия, филиалы и другие структурные подразделения, применительно к которым могут быть четко выделены от предприятия в целом активы, доходы и расходы.

Географический сегмент - отдельная составная часть предприятия, осуществляющая хозяйственную деятельность в одной стране или в нескольких странах в пределах определенного географического региона.

Сегментарный доход - доход, непосредственно полученный от деятельности сегмента, или определенная часть дохода предприятия, образуемая от операций со сторонними организациями и с другими сегментами этого же предприятия, которая может быть распределена между сегментами пропорционально установленной базе.

Сегментарные расходы - расходы, непосредственно связанные с сегментом, или определенная часть расходов предприятия, которая может быть распределена между сегментами пропорционально установленной базе.

Финансовая информация по сегментам

5. Сегментарная информация не предполагает рассмотрения сегментов как независимых предприятий или сравнения сходных сегментов различных предприятий одной группы.

6. Предприятие самостоятельно устанавливает критерии определения промышленных и географических сегментов, распределения доходов и расходов между сегментами. Раскрытие информации о критериях позволит пользователям финансовых отчетов лучше понять итоговые данные о деятельности многопрофильного предприятия и оценить его перспективы в будущем.

Характеристика и критерии определения сегментов

7. При определении промышленных сегментов учитываются как основные, так и дополнительные факторы. Основными факторами являются уровень рентабельности, сходство и различие видов продукции и типов деятельности,

наличие рисков и перспективы увеличения объема производства и расширения деятельности, относительная значимость производственной и маркетинговой сфер внутри предприятия как единого целого. Дополнительные факторы - регулирующие (установленные законодательством) и специфические требования (например, в банковской и страховой сфере). Кроме того, при определении промышленных сегментов необходимо учитывать взаимосвязь видов деятельности предприятия. В качестве отдельных промышленных сегментов не могут быть приняты такие виды деятельности предприятия, которые в значительной степени интегрированы и взаимосвязаны. Эти критерии не обязательны при определении географических сегментов.

8. Организационные группы, такие как подразделения, дочерние предприятия или филиалы, обычно созданные руководством, часто соответствуют определенным сегментам многопрофильного предприятия, упрощая таким образом сегментарную отчетность. Там, где этого нет, для сегментарной отчетности может потребоваться перегруппировка данных о деятельности предприятия.

9. В качестве критериев при определении географического сегмента используется местонахождение производства и/или рынков сбыта продукции. Хозяйственная деятельность предприятия на внутреннем рынке обычно рассматривается как отдельный географический сегмент.

10. При определении промышленного или географического сегмента, кроме критериев, указанных в параграфах 7 и 9, для ограничения количества сегментов до приемлемого целесообразно исходить из принципа существенности. Составная часть предприятия может считаться промышленным или географическим сегментом, если составляет, например, 10% консолидированной выручки, прибыли от хозяйственной деятельности или всех активов, хотя такие критерии, определяемые количественно, не являются единственным фактором при определении сегментов.

Представление финансовой информации по сегментам

11. Промышленные и географические сегменты используются как основа для представления сегментарной информации о хозяйственной деятельности. Предприятие представляет информацию, подготовленную на двух основах, если они обе применимы к его производственной деятельности.

12. Предприятие представляет информацию о своей деятельности по каждому промышленному сегменту и указывает состав каждого географического сегмента.

13. Финансовая информация представляется:

- а) по промышленным сегментам - по группам взаимосвязанных видов продукции и услуг и/или по группам заказчиков;
- б) по географическим сегментам - по месту нахождения производства и/или рынков сбыта.

Содержание сегментарной информации

14. Сегментарная финансовая информация включает данные об активах, доходах, расходах и финансовых результатах каждого сегмента.

15. Активы сегмента включают все нематериальные и материальные активы, используемые в его операционной деятельности с целью получения экономической выгоды (прибыли). Активы, являющиеся общими для двух или более сегментов, распределяются между ними пропорционально установленной базе.

Обязательства не учитываются по сегментам и не распределяются между ними, так как они относятся к предприятию в целом.

16. Сегменты получают доход, как правило, от операций со сторонними организациями. В отдельных случаях могут быть операции между сегментами. Доход от

продаж и другие операционные доходы между сегментами не всегда могут быть определены на основе принципа независимых сторон. Поэтому рекомендуется указать принципы и методы определения таких доходов и цен при продажах между сегментами (например, \"справедливая рыночная стоимость\", \"себестоимость\", \"рыночная цена за минусом скидки\").

Доходы и расходы предприятия в целом относят на сегмент:

а) прямым путем, когда они могут быть определены по конкретному сегменту;
б) косвенным путем, когда они не могут быть определены прямым путем. В этом случае они распределяются по сегментам пропорционально установленной базе. Общие статьи, такие как общие и административные расходы головного предприятия, не распределяются по отдельным сегментам, а отражаются в консолидированных финансовых отчетах отдельно.

17. Финансовый результат сегмента определяется как разница между его доходом и расходом и, как правило, отражает прибыль (убыток) от операционной деятельности. В сегментарный результат не включаются:

а) доход в виде процентов и расходы по выплате процентов, кроме случаев, когда деятельность сегмента является финансовой по своей сути;
б) налог на доход, доля меньшинства, чрезвычайные статьи.

Раскрытие информации

18. Финансовая информация по сегментам раскрывается:

а) в приложениях к финансовым отчетам предприятия в разрезе различных промышленных и географических сегментов, в которых оно действует;
б) в консолидированных финансовых отчетах в случаях, когда представляются как финансовые отчеты головной компании, так и консолидированные отчеты;
с) в отчетах дочерних предприятий в случаях, когда они публикуются. Если финансовые отчеты дочерних предприятий не публикуются, то сегментарная информация представляется в соответствии с пунктами а) и б) параграфа 18.

19. По каждому сегменту необходимо раскрывать следующую информацию:

а) описание деятельности каждого промышленного сегмента и состава каждого географического сегмента;
б) доход от продаж или другие операционные доходы с разграничением дохода, полученного от сторонних лиц и от других сегментов данного предприятия;
с) финансовый результат (прибыль или убыток);
д) используемые активы сегмента, выраженные либо в денежной форме, либо в процентах от общих активов;
е) основу межсегментарной ценовой политики;
ж) изменения в определении сегментов и в учетной политике, используемой при подготовке сегментарной информации, их причины и последствия в стоимостном выражении.

20. Предприятие может раскрыть также дополнительную информацию, относящуюся к деятельности сегмента, например:

- величину дохода каждого сегмента от инвестиций, учтенного по методу долевого участия;
- долю меньшинства;
- чрезвычайный результат;
- износ основных средств, истощение невозобновляемых природных ресурсов, амортизацию нематериальных активов;
- расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы;
- капитальные вложения;
- нефинансовую информацию (например, число работающих в каждом сегменте).

Согласование информации

21. Предприятию следует обеспечивать соответствие между суммой итогов по сегментам и итоговой информацией в финансовых отчетах по предприятию в целом. Правильность сумм итогов по сегментам и итоговой информации, полученной в финансовых отчетах, выявляется путем их сверки.

Дата вступления стандарта в силу

22. Данный стандарт вступает в силу с 1 января 1998 г.