

УДК 657.37

Вовк М.О.

аспірант кафедри обліку підприємницької діяльності  
Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана

## ФОРМУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ЩОДО ЗВІТНИХ СЕГМЕНТІВ

### FORMATION OF ELEMENTS OF ACCOUNTING POLICY OF ENTERPRISE REGARDING REPORTABLE SEGMENTS

#### АНОТАЦІЯ

Визначено елементи облікової політики щодо формування інформації про звітні сегменти. Запропоновано методіку формування облікової політики та її елементів. На основі отриманих результатів зроблено висновки, що на формування облікової політики підприємства щодо звітних сегментів впливає низка факторів. Проте її формування сприяє упорядкуванню облікових процесів та є основою взаємозв'язку внутрішніх підрозділів компанії, які беруть участь у підготовці звітності.

**Ключові слова:** облікова політика підприємства, звітні сегменти.

#### АННОТАЦИЯ

Определены элементы учетной политики относительно формирования информации про учетные сегменты. Предложена методика формирования учетной политики и ее элементов. На базе полученных результатов сделаны выводы, что на формирование учетной политики предприятия влияет ряд факторов. Однако ее формирование способствует упорядочению учетных процессов и является основой взаимосвязи внутренних подразделений компании, которые берут участие в подготовке отчетности.

**Ключевые слова:** учетная политика предприятия, отчетные сегменты.

#### ANNOTATION

The aim of the study is identification of elements of accounting policy regarding reportable segments. The author proposes methodology of accounting policy and its elements. Received results led to conclusion that range of factors affects the formation of accounting policy. However, its organization contributes to the formation of streamline of accounting processes and works as basis of the relationship between internal divisions of the company that participate in the preparation of financial reporting.

**Keywords:** accounting policy of enterprise, reporting segments.

**Постановка проблеми.** Облікова політика становить основу методологічного забезпечення підготовки звітності за сегментами. Відповідно до положень вітчизняних та міжнародних стандартів фінансової звітності, облікова політика – це сукупність принципів, правил та процедур, які використовуються компанією в процесі підготовки та подання фінансової звітності, адже формування звітності можливе лише за наявності єдиної методологічної бази, тобто конкретних методів та способів збору, реєстрації та групування інформації про всі господарські операції звітних сегментів.

**Мета статті.** Дослідити визначення елементів облікової політики щодо формування інформації про звітні сегменти.

**Виклад основного матеріалу.** Відповідно до ЗУ «Про бухгалтерський облік та фінансову

звітність в Україні» облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [1, с. 1].

Пунктом 17 П(С)БО 29, а також Наказом Міністерства Фінансів України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства та внесення змін до деяких наказів Міністерства фінансів України» № 625 визначено, що «обліковою політикою підприємства визначаються види сегментів, пріоритетний вид сегмента, засади ціноутворення у внутрішньогосподарських розрахунках» [5, п. 17]. Хоча в МСЗФ 8 таке поняття, як облікова політика для операційних сегментів не використовується, це не означає, що відповідно до цього документу облікової політики для цілей формування звітності за сегментами не існує. По-перше, керівництво приймає рішення щодо розкриття окремої інформації, що, своєю чергою, може бути елементом облікової політики підприємства. По-друге, формування звітності за сегментами можливе лише за наявності єдиної методологічної бази, тобто конкретних методів та способів збору, реєстрації та групування інформації про всі господарські операції звітних сегментів.

Отже, облікова політика щодо формування звітності за сегментами – це частина облікової політики підприємства, яка охоплює сукупність принципів, методів і процедур, які забезпечують формування показників звітності за полягає у визначенні єдиного методологічного підходу щодо ідентифікації, реєстрації та групування інформації про звітні сегменти з метою її відображення у фінансовій звітності суб'єкта господарювання.

На нашу думку, облікова політика підприємства повинна містити елементи, наведені на рисунку 1.

На формування облікової політики підприємства впливає низка факторів, зокрема:

- нормативно – правове регулювання, стандарти формування фінансової звітності;
- види діяльності компанії;
- масштаб діяльності компанії;
- фінансові ресурси компанії, матеріально-технічне забезпечення та рівень автоматизації облікової системи;

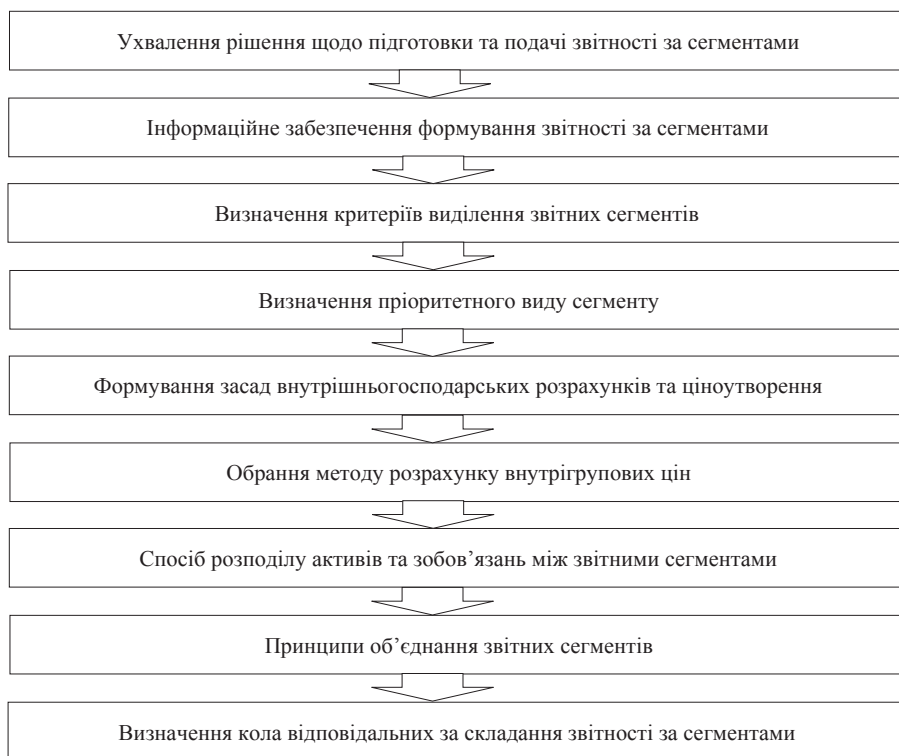


Рис. 1. Формування елементів облікової політики підприємства щодо звітних сегментів

- рівень взаємоузгодженості облікових політик;
- організаційно-управлінська структура підприємства;
- система внутрішньої управлінської звітності;
- стратегія діяльності підприємства.

**Ухвалення рішення щодо підготовки та подачі звітності за сегментами.** Норми П(С)БО 29 визначають методологічні засади формування інформації про звітні сегменти та її розкриття у фінансовій звітності. Норми та положення П(С)БО 29 не розповсюджуються на суб'єкти малого підприємництва, некомерційні організації, банки, бюджетні установи та компанії, які згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» повинні складати фінансову звітність згідно з МСФЗ 8 [5, п. 1]

Узагальнюючи підходи двох стандартів, звітність за сегментами (незалежно від того у відповідності за яким стандартом вона складена) є обов'язковою для складання для двох груп суб'єктів господарювання:

- по-перше, це для підприємств, що оприлюднюють свою річну фінансову звітність (у тому числі підприємства, що торгують борговими інструментами чи інструментами власного капіталу);
- по-друге, для підприємств, діяльність яких є об'єктом державного регулювання (монополісти, чи підприємства, ціна продукцію яких регулюється державою).

Слід додати, що жодним стандартом не заборонено складати звітність за сегментами за

власним бажанням. Відтак облікова політика повинна охоплювати рішення щодо формування та подання звітності за сегментами.

**Інформаційне забезпечення формування звітності за сегментами.** Одним із факторів, які впливають на формування облікової політики підприємства щодо формування інформації про звітні сегменти, є рівень забезпечення фінансовими, матеріало-технічними ресурсами та рівень автоматизації облікової системи.

Отже, інформаційне забезпечення формування звітності за сегментами, на нашу думку, складається з:

- налагодженої автоматизованої фінансової та управлінської системи;
- документів, за допомогою яких передаються облікові дані щодо діяльності сегментів та графік їх руху.

Цей етап є досить громіздким і залежить від людських та технічних можливостей компанії. Проте саме результат його налагодження означатиме зниження витрат на підготовку звітності за сегментами та надання більш узгодженої інформації для її формування.

**Визначення критеріїв виділення звітних сегментів.** Відповідно до ПСБО 29 звітним (господарським чи географічним) вважається сегмент, який визначений підприємством за критеріями, наведеними у пункті 9 ПСБО 29 (рис. 2).

Стандартом визначено якісні та кількісні критерії визначення звітних сегментів підприємства. За цими критеріями інформація повинна відображатися у фінансовій звітності. Відтак з урахування вимог бухгалтерських стандартів, облікова політика щодо формування інформації про звітні сегменти у фінансовій звітності підприємства повинна містити критерії та вимоги, щодо того, які напрями діяльності компанії є звітними сегментами, а які ні.

**Визначення пріоритетного виду сегменту.** За характером впливу на фінансовий результат діяльності підприємства звітні сегменти поділяються на пріоритетні та допоміжні. При визначенні пріоритетного виду звітного сегмента враховується організаційна структура підприємства. Пріоритетним сегментом може бути визначено або господарський сегмент, або географічний виробничий сегмент, або географічний збутовий сегмент. Якщо організаційна структуризація виробничих та інших відокремлених підрозділів підприємства побудована за видами продукції (товарів, робіт, послуг), що

виробляється, то пріоритетним визнається господарський вид сегмента, а допоміжним – географічний. Якщо організаційна структуризація виробничих та інших відокремлених підрозділів підприємства здійснювалася за регіонами, в яких підприємство функціонує, то пріоритетним визнається географічний вид сегмента, а допоміжним – господарський. У разі відсутності чітких переваг залежності фінансових результатів і ризиків пріоритетним звітним сегментом визнається господарський сегмент, а допоміжним – географічний [5, п. 14–15].

У визначенні критеріїв щодо того є звітний сегмент пріоритетним чи допоміжним, на нашу думку, вирішальним є положення облікової політики щодо формування інформації про звітні сегменти. Адже саме вона, враховуючи завдання, які поставлені перед системою фінансової звітності керівництвом компанії та організаційну структуру компанії, містить вимоги щодо того, які саме сегменти можуть вважатися пріоритетними, а які допоміжними.

**Формування засад внутрішньогосподарських розрахунків та ціноутворення.** Ця частина облікової політики підприємства є основою бухгалтерського обліку за всіма операціями між звітними сегментами, адже внутрішньогосподарські розрахунки – це розрахунки, що виникають у результаті господарських операцій між структурними підрозділами підприємства, виділеними як сегменти з метою розкриття їх доходів, витрат, фінансових результатів, активів та зобов'язань [5, п. 4]. Оцінка операцій між сегментами суб'єкта господарювання визначається методами, які використовуються в системі обліку. Це, своєю чергою, впливає на показники фінансової звітності підприємства. І хоча внутрішньогосподарське ціноутворення має ознаки управлінського обліку, його методологічний характер дозволяє розглядати його як елемент облікової політики підприємства.

**Спосіб розподілу активів та зобов'язань між звітними сегментами.** Активами звітного сегмента визнаються активи господарського або географічного сегмента, які використовуються ним для виконання своєї звичайної діяльності і безпосередньо стосуються цього сегмента. Зобов'язаннями звітного сегмента визнаються зобов'язання господарського або географічного сегмента підприємства, що виникла

внаслідок виконання ним своєї звичайної діяльності і безпосередньо стосуються цього сегмента.

Активи та зобов'язання вважаються такими, що безпосередньо стосуються звітного сегмента підприємства, якщо доходи та витрати, пов'язані з їхнім використанням або виникненням, включаються до складу інформації про цей сегмент при складанні фінансової звітності.

Стандартами визначено такі основи, щодо розподілу активів та зобов'язань:

1) основні засоби і нематеріальні активи, які використовуються одночасно кількома звітними сегментами підприємства, включаються до того звітного сегмента, до витрат якого включено суму амортизації за такими необоротними активами;

2) зобов'язання, що виникли на рівні підприємства і стосуються кількох його звітних сегментів, розподіляються, якщо витрати на обслуговування боргу також розподіляються на такі звітні сегменти [5, п. 24–32].

Отже, облікова політика підприємства щодо формування інформації про звітні сегменти повинна містити положення щодо розподілу активів та зобов'язань. Наприклад, якщо актив використовується кількома звітними сегментами – чи розподіляється сума амортизації між цими активами, чи ні; або, наприклад, якщо

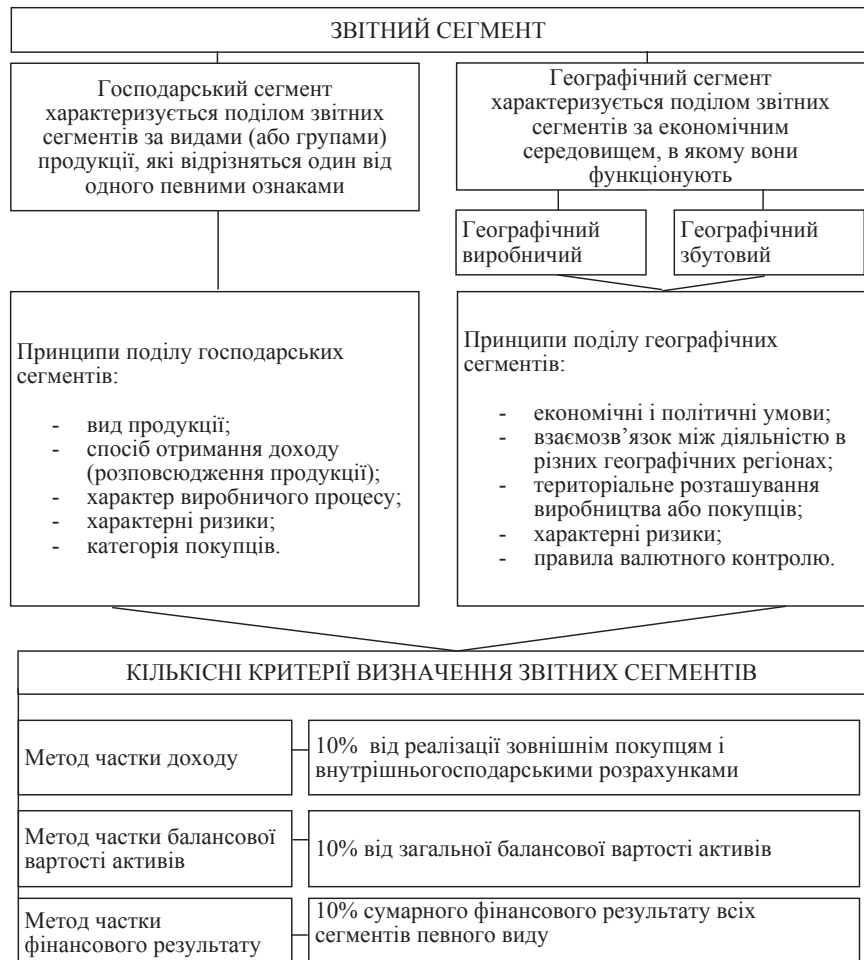


Рис. 2. Поділ звітних сегментів [4, с. 50]

витрати на обслуговування боргу понесені кількома звітними сегментами, то який коефіцієнт розподілу витрат необхідно брати.

**Визначення кола відповідальних за складання звітності за сегментами.** Останнім елементом облікової політики підприємства щодо формування інформації про звітні сегменти, на нашу думку, є визначення кола осіб, відповідальних за її складання. Тобто, цей пункт повинен містити список посад, осіб відповідальних за складання звітності за сегментами.

**Висновки.** В межах дослідження автором було сформульовано визначення облікової політики щодо звітних сегментів компанії. На основі аналізу вимог законодавства автором були виділені її елементи, що може забезпечити вирішення практичних завдань суб'єктів господарювання. Отримані результати дозволили зробити висновки, що на формування облікової політики підприємства щодо звітних сегментів впливають певні фактори. Слід зазначити, що формування облікової політики підприємства щодо формування інформації про звітні сегменти сприяє упорядкуванню облікових процесів та є основою взаємозв'язку внутрішніх підрозділів компанії, які беруть участь у підготовці звітності.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV станом на 02.12.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Міжнародний стандарт фінансової звітності 8 «Операційні сегменти», виданий Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку за змінами станом на 01.01.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995\\_k53](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_k53).
3. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства та внесення змін до деяких наказів Міністерства фінансів України : Наказ Міністерства Фінансів України, затв. 27.06.2013 № 635 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=382876](http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=382876).
4. Озеран А.В., Вовк М.О. Аудит звітності за сегментами / А.В. Озеран, М.О. Вовк // Незалежний аудитор. – 2014. – № 7(1). – С. 47–54.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 29 «Фінансова звітність за сегментами», затв. Наказом Мінфіну України від 19.05.2005 № 412 та зареєстровано у Мін'юсті України 03.06.2005 за № 621/10901 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0621-05>.