

# **МСФО (IFRS) 8 ОПЕРАЦИОННЫЕ СЕГМЕНТЫ**

---

официально введен в действие  
с 1 января 2009 года



## Суть стандарта IFRS 8

---

IFRS 8 устанавливает требования к раскрытию информации об операционных сегментах компании, а также о производимой компанией продукции и предоставляемых услугах, географических регионах, в которых осуществляется ее деятельность, и крупных клиентах



# Сфера применения

---

IFRS 8 применяется в отношении отдельной или индивидуальной финансовой отчетности компании, а также консолидированной отчетности группы с материнской компанией:

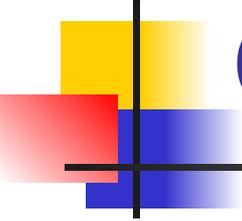
- долговые или долевые ценные бумаги которой свободно обращаются на открытом рынке
- Которая подала или находится в процессе подачи своей финансовой отчетности в комиссию по ценным бумагам или в другую регулирующую организацию с целью выпуска инструментов любого класса для обращения на открытом рынке



# Операционный сегмент – это компонент компании:

---

- осуществляющий хозяйственную деятельность, которая позволяет получить выручку и предусматривает несение расходов (включая выручку и расходы, связанные с операциями с другими сегментами той же компании)
- результаты деятельности которого регулярно анализируются ответственным лицом компании, принимающим операционные решения
- по которому имеется отдельная финансовая информация



# Отчетные сегменты

---

- Предприятие должно отдельно представлять информацию о каждом операционном сегменте, который:
  - (а) был идентифицирован в соответствии с пунктами 5-10 или является следствием агрегирования двух или более таких сегментов в соответствии с пунктом 12, и
  - (б) превышает количественные пороги, описанные в пункте 13.

# Агрегирование (объединение) сегментов



---

Два или более операционных сегментов могут быть объединены в единый операционный сегмент, если такие сегменты имеют схожие экономические характеристики, а также схожи по всем следующим факторам:

- характеру продукции или услуг
- характеру производственных процессов
- виду или категории клиентов их продукции или услуг
- способам распространения продукции или предоставления услуг
- специфике нормативно-правовой базы, например, в области банковской, страховой деятельности, или коммунального хозяйства



# Количественные пороговые значения

---

Компания должна представлять отдельно информацию по операционному сегменту, если его показатели превосходят любое из следующих количественных пороговых значений:

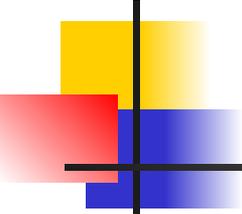
- его выручка от продажи внешним клиентам, а также от операций с другими сегментами составляет не менее **10 процентов** от совокупной выручки (внутренней и внешней) всех операционных сегментов;
- результат соответствующего сегмента, независимо от того, является ли он прибылью или убытком, составляет не менее **10 процентов** от совокупной прибыли или совокупного убытка (в зависимости какая величина больше в абсолютном выражении)
- его активы составляют не менее **10 процентов** от совокупных активов всех операционных сегментов



# Количество выделенных сегментов

---

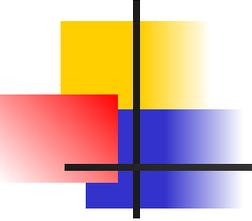
- Если совокупная выручка от продажи внешним клиентам по операционным сегментам составляет **менее 75 процентов** от общей выручки компании, то следует дополнительно выделить операционные сегменты (даже если они не отвечают критериям) до тех пор, пока, как минимум, 75 процентов выручки компании не будет приходиться на отчетные сегменты
- Однако рекомендуется не выделять больше **десяти** отчетных сегментов, так как сверх этого значения сегментная информация может стать неоправданно детальной



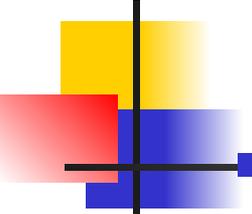
---

Информацию о других видах хозяйственной деятельности и операционных сегментах, которые не являются отчетными, необходимо объединить и раскрыть по категории **«все прочие сегменты»**.

# Раскрытие



**Предприятие должно раскрывать информацию, позволяющую пользователям его финансовой отчетности оценить характер и финансовые последствия деятельности, которую ведет предприятие, и экономической среды, в которое оно ведет свою деятельность**



**Предприятие должно раскрыть следующую информацию по каждому периоду, за который представляется отчет о совокупном доходе**

## 1.общая информация

Предприятие должно раскрывать следующую общую информацию:

- (а) факторы, используемые для идентификации отчетных сегментов предприятия, включая базис предприятия (например, определяет ли руководство структуру предприятия, принимая за основу различия в продуктах и услугах, географических областях, нормативно-правовых базах, или комбинации различных факторов, и были ли операционные сегменты агрегированы), и
- (б) виды продуктов и услуг, приносящие доход каждому отчетному сегменту.



---

2. Информация о заявленной в отчетности прибыли или убытке сегмента, включая конкретные доходы и расходы, включенные в заявленную прибыль или убыток сегмента, активы сегмента, обязательства сегмента и основу оценки

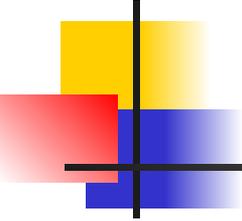


# Раскрытие информации о заявленной в отчетности прибыли или убытке сегмента по отчетному сегменту

---

Компания должна раскрывать следующую информацию по каждому отчетному сегменту:

- выручку от продажи внешним клиентам
- выручку по операциям, осуществляемым с другими сегментами
- процентные доходы
- процентные расходы
- амортизацию (в том числе нематериальных активов)
- существенные статьи доходов и расходов
- долю компании в прибыли или убытке ассоциированных компаний и совместных предприятий, которая отражается на основе долевого метода
- расход по налогу на прибыль
- существенные неденежные статьи, отличные от амортизации

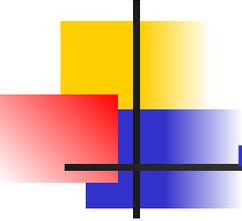


---

3. Сверку общих сумм доходов сегмента, прибыли или убытков сегмента, активов сегмента, обязательств сегмента и прочих существенных показателей сегмента с соответствующими показателями предприятия

## Предприятие должно произвести сверку следующих показателей:

- совокупной выручки отчетных сегментов и выручки предприятия.
- совокупной оценки прибыли или убытков отчетных сегментов и прибыли или убытков предприятия до учета расхода (дохода) по налогу на прибыль и прекращенной деятельности. Однако, если предприятие распределяет на отчетные сегменты такие статьи как расход (доход) по налогу на прибыль, то оно может произвести сверку совокупной оценки прибыли или убытков сегментов и оценки прибыли или убытков предприятия после учета указанных статей.

- 
- совокупных активов отчетных сегментов и активов предприятия.
  - совокупных обязательств отчетных сегментов и обязательств предприятия, если обязательства сегментов
  - совокупные показатели отчетных сегментов в отношении каждого существенного компонента информации, раскрытой по соответствующему показателю предприятия.



# Информация о продукции и услугах компании в целом

---

Компания должна представлять в отчетности выручку от продаж внешним клиентам по каждому виду продукции и услуг или по каждой группе схожей продукции и услуг.

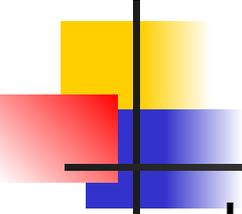


# Информация по географическим регионам компании в целом

---

Компания должна представить в отчетности следующую географическую информацию:

- выручку от продажи внешним клиентам, в том числе полученную от продаж в стране базирования компании и полученную во всех зарубежных странах (совокупный показатель), в которых компания получает выручку. Если выручка от продажи внешним клиентам, получаемая в отдельной зарубежной стране, является существенной, информация об этой выручке должна раскрываться отдельно.
- внеоборотные активы, размещенные в стране базирования компании и размещенные во всех зарубежных странах (совокупный показатель), в которых компания имеет активы. Если активы в отдельной зарубежной стране являются существенными, информация об этих активах должна раскрываться отдельно.



# Информация о крупных клиентах компании в целом

---

- Компания должна предоставить информацию о степени зависимости ее деятельности от крупных клиентов. Если выручка от продажи одному внешнему клиенту составляет **10 процентов** и более от выручки компании, компания должна указать совокупную выручку по каждому такому клиенту и сегменты, в отчетности которых отражена эта выручка.
- Группа компаний под единым контролем должна рассматриваться в качестве единого клиента, и государство (в лице национальных, региональных, территориальных, местных или зарубежных органов) и компании, контролируемые этим государством, должны рассматриваться в качестве единого клиента.