|  |
| --- |
| Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 14 «Сегментная отчетность» |
| **Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 14 «Сегментная отчетность»**  **Цель**  Цель настоящего стандарта заключается в том, чтобы установить принципы отражения в отчетности финансовой информации по сегментам, т.е. информации о различных типах продукции и услуг, производимых предприятием, и о различных географических областях, в которых оно действует, для того чтобы помочь пользователям финансовой отчетности:  (a)           лучше понять результаты прошлой деятельности предприятия;  (b)          лучше оценить риски и доходы предприятия; и  (c)           сделать более информированные суждения о предприятии в целом.  Многие предприятия производят группы продуктов и оказывают группы услуг или действуют в географических областях, для которых характерны различные ставки доходности, возможности роста, будущие перспективы и риски. Информация о различных типах продуктов и услуг предприятия и о его деятельности в разных географических областях, часто именуемая сегментной информацией, является уместной для оценки рисков и доходности диверсифицированного или международного предприятия, но не может быть получена из агрегированных данных. В связи с этим сегментная информация обычно считается необходимой для удовлетворения потребностей пользователей финансовой отчетности.    **Сфера применения**  1              Настоящий стандарт применяется в полных комплектах публикуемой финансовой отчетности, соответствующей Международным стандартам финансовой отчетности (IFRS).  2              Полный комплект финансовой отчетности включает бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, отчет об изменениях в собственном капитале и примечания в соответствии с МСФО (IAS) 1 *«Представление финансовой отчетности»*.  3              Настоящий стандарт должен применяться предприятиями, долевые или долговые ценные бумаги которых обращаются на открытом рынке, а также предприятиями, которые находятся в процессе эмитирования долевых или долговых ценных бумаг на открытые рынки ценных бумаг.  4              Если предприятие, ценные бумаги которого не обращаются на открытом рынке, готовит финансовую отчетность, соответствующую Международным стандартам финансовой отчетности (IFRS), то добровольное раскрытие таким предприятием финансовой информации с разбивкой по сегментам приветствуется.  5              Если предприятие, ценные бумаги которого не обращаются на открытом рынке, принимает решение о добровольном раскрытии сегментной информации в финансовой отчетности, соответствующей Международным стандартам финансовой отчетности, то это предприятие должно полностью выполнять требования настоящего стандарта.  6              Если в едином финансовом отчете содержится как консолидированная финансовая отчетность предприятия, ценные бумаги которого обращаются на открытом рынке, так и отдельная финансовая отчетность материнского предприятия или одного или нескольких дочерних предприятий, то сегментная информация должна быть представлена только на основе консолидированной финансовой отчетности. Если дочернее предприятие само является предприятием, ценные бумаги которого обращаются на открытом рынке, то оно представляет сегментную информацию в своем собственном отдельном финансовом отчете.  7              Аналогичным образом, если в едином финансовом отчете содержится как финансовая отчетность предприятия, ценные бумаги которого обращаются на открытом рынке, так и отдельная финансовая отчетность ассоциированного предприятия, отражаемого по методу долевого участия, или совместного предприятия, в котором указанное предприятие имеет финансовую долю участия, то сегментная информация должна представляться только на основе финансовой отчетности самого этого предприятия. Если такое ассоциированное предприятие или совместное предприятие, отражаемое по методу долевого участия, само является предприятием, ценные бумаги которого обращаются на открытом рынке, то оно представляет сегментную информацию в своем собственном отдельном финансовом отчете.    **Определения**  **Определения из других стандартов**  8              Перечисленные ниже термины используются в настоящем стандарте в значениях, определенных в МСФО (IAS) 7 *«Отчеты о движении денежных средств»*, МСФО (IAS) 8 *«Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки»* и МСФО (IAS) 18 *«Выручка»*:  *Операционная деятельность* - основная приносящая доходы деятельность предприятия и прочая деятельность, отличная от инвестиционной и финансовой деятельности.  *Учетная политика* - конкретные принципы, основы, условные обозначения, правила и практика, применяемые предприятием при подготовке и представлении финансовой отчетности.  *Выручка* - валовые поступления экономических выгод в течение периода, возникающие в ходе обычной деятельности предприятия, когда такие поступления приводят к увеличению собственного капитала, отличному от его увеличения, связанного с вкладами участников капитала.    **Определения бизнес-сегмента и географического сегмента**  9              Термины «бизнес-сегмент» и «географический сегмент» используются в настоящем стандарте в следующих значениях:  *Бизнес-сегмент*- различимый компонент предприятия, занимающийся производством отдельного продукта или оказанием отдельной услуги или группы взаимосвязанных продуктов или услуг, для которого характерны риски и доходность, отличные от рисков и доходности, присущих другим бизнес-сегментам. Факторы, учитываемые при определении того, связаны ли между собой продукты и услуги, включают следующие:  (a)           характер продуктов или услуг;  (b)           характер производственных процессов;  (c)           тип или класс покупателей таких продуктов или услуг;  (d)           методы, используемые для сбыта продуктов или оказания услуг; и  (e)           в соответствующих случаях - характер системы регулирования, например в отношении банковских, страховых или коммунальных услуг.  *Географический сегмент* - различимый компонент предприятия, занимающийся производством продуктов или оказанием услуг в рамках определенной экономической среды, для которого характерны риски и доходность, отличные от рисков и доходности компонентов, действующих в другой экономической среде. Факторы, учитываемые при выделении географических сегментов, включают следующие:  (a)           схожесть экономических и политических условий;  (b)           связи между подразделениями, осуществляющими деятельность в различных географических областях;  (c)           близость подразделений;  (d)           особые риски, связанные с деятельностью на определенной территории;  (e)           правила валютного контроля; и  (f)            основные валютные риски.  *Отчетный сегмент* - бизнес-сегмент или географический сегмент, выделенный на основе указанных выше определений, в отношении которого требуется раскрытие сегментной информации в соответствии с настоящим стандартом.  10            Факторы, указанные в пункте 9 для выделения бизнес-сегментов и географических сегментов, перечислены без соблюдения какого-либо определенного порядка.  11            В единый сегмент не включаются продукты и услуги со значительными различиями в рисках и доходности. Несмотря на возможные различия в отношении одного или нескольких факторов при определении бизнес-сегмента, ожидается, что продукты и услуги, включенные в единый бизнес-сегмент, схожи для большинства факторов.  12            Аналогичным образом, в единый географический сегмент не объединяется деятельность в экономических средах со значительными различиями в рисках и доходности. Географический сегмент может быть одной страной, группой из двух или более стран или регионом внутри страны.  13            Преобладающие источники риска оказывают воздействие на то, как организовано большинство предприятий и как осуществляется их управление. В связи с этим пункт 27 настоящего стандарта предусматривает, что основой для определения сегментов должна служить организационная структура предприятия и его система внутренней финансовой отчетности. На риски и доходность предприятия оказывают воздействие как географическое *местонахождение его деятельности* (местонахождение подразделений, производящих продукты или оказывающих услуги), так и местонахождение его рынков (место продажи продуктов или оказания услуг). Согласно определению географические сегменты могут выделяться либо:  (a)           на основе местонахождения производственных средств предприятия или средств обслуживания, и прочих его активов; либо  (b)           на основе местонахождения его рынков и клиентов.  14            Организационная структура предприятия и структура его внутренней отчетности обычно предоставляют свидетельства в отношении того, что преобладающим источником его географических рисков - местонахождение активов (происхождение продаж) или местонахождение клиентов (назначение продаж). Соответственно, предприятие анализирует эту структуру для того, чтобы определить, следует ли выделять географические сегменты на основе местонахождения его активов или на основе местонахождения его клиентов.  15            Определение состава сегмента бизнеса или географического сегмента до некоторой степени предполагает использование профессионального суждения. При вынесении такого суждения руководство предприятия учитывает цель представления финансовой информации с разбивкой по сегментам, изложенную в настоящем стандарте, а также качественные характеристики финансовой отчетности, определенные в *«Концепции подготовки и представления финансовой отчетности»*. Указанные качественные характеристики включают уместность, надежность и сопоставимость с течением времени финансовой информации, представляемой в отношении различных групп продуктов и услуг предприятия и его деятельности в определенных географических областях, а также пользу такой информации для оценки рисков и доходности предприятия в целом.    **Определение доходов, расходов, результатов, активов и обязательств сегмента**  16           В настоящем стандарте используются следующие дополнительные термины в указанных значениях:  *Выручка сегмента* - выручка, отраженная в отчете о прибылях и убытках предприятия, которая непосредственно относится к сегменту, и соответствующая часть выручки предприятия, которая может быть отнесена на сегмент на разумной основе, как от продаж внешним клиентам, так и от операций с другими сегментами того же предприятия. Выручка сегмента не включает:  (a)           [удалено]  (b)           процентный доход или полученные дивиденды, в том числе проценты по авансам или займам, предоставленным другим сегментам, если деятельность этого сегмента не носит в основном финансовый характер; или  (c)           прибыль от продажи инвестиций или прибыль от погашения задолженности, если деятельность этого сегмента не носит в основном финансовый характер.  Выручка сегмента включает долю предприятия в прибылях или убытках ассоциированных предприятий, совместных предприятий или иных объектов инвестиций, учитываемых по методу долевого участия, только если такие статьи включены в консолидированную выручку или в общую сумму выручки предприятия.  Выручка сегмента включает долю участника совместного предпринимательства в выручке совместно контролируемого предприятия, которая учитывается по методу пропорциональной консолидации в соответствии с МСФО (IAS) 31 *«Участие в совместном предпринимательстве»*.  *Расходы сегмента* - расходы, возникшие в результате операционной деятельности сегмента, которые непосредственно относятся к сегменту, и соответствующая часть расходов, которая может быть отнесена на сегмент на разумной основе, включая расходы, относящиеся к продажам внешним клиентам, и расходы, относящиеся к операциям с другими сегментами того же предприятия. Расходы сегмента не включают:  (a)           [удалено]  (b)           процентные расходы, в том числе проценты по авансам или займам, полученным от других сегментов, если деятельность этого сегмента не носит в основном финансовый характер;  (c)           убытки от продажи инвестиций или убытки от погашения задолженности, если деятельность этого сегмента не носит в основном финансовый характер;  (d)           долю предприятия в убытках ассоциированных предприятий, совместных предприятий или иных объектов инвестиций, учитываемых по методу долевого участия;  (e)           расходы по налогу на прибыль; или  (f)            общие административные расходы, расходы головного офиса и прочие расходы, возникающие на уровне предприятия и относящиеся к предприятию в целом. Однако затраты иногда производятся на уровне предприятия в интересах сегмента. Такие затраты представляют собой расходы сегмента, если они связаны с операционной деятельностью сегмента и могут быть непосредственно отнесены или распределены на сегмент на разумной основе.  Расходы сегмента включают долю участника совместного предпринимательства в расходах совместно контролируемого предприятия, которая учитывается по методу пропорциональной консолидации в соответствии с МСФО (IAS) 31.  Применительно к деятельности сегмента, которая носит в основном финансовый характер, процентные доходы и процентные расходы могут отражаться в целях сегментной отчетности как единая чистая сумма только в случае представления этих статей в консолидированной финансовой отчетности или в отчетности предприятия на нетто-основе.  *Результат сегмента* - Выручка сегмента за вычетом расхода сегмента. Результат сегмента определяется до внесения каких-либо корректировок применительно к доле миноритарных акционеров.  *Активы сегмента* - операционные активы, которые задействованы сегментом в своей операционной деятельности и которые либо непосредственно относятся к сегменту, либо могут быть отнесены на сегмент на разумной основе.  Если результаты какого-либо сегмента включают доходы в виде процентов или дивидендов, то активы такого сегмента включают соответствующую дебиторскую задолженность, займы, инвестиции или иные приносящие доход активы.  Активы сегмента не включают активы по налогу на прибыль.  Активы сегмента включают инвестиции, учитываемые в соответствии с методом долевого участия, только если прибыль или убыток от таких инвестиций включается в выручку сегмента. Активы сегмента включают долю участника совместного предпринимательства в операционных активах совместно контролируемого предприятия, учитываемую по методу пропорциональной консолидации в соответствии с МСФО (IAS) 31.  Активы сегмента определяются после вычета соответствующих оценочных резервов, которые отражаются в бухгалтерском балансе предприятия как прямые взаимозачеты.  *Обязательства сегмента* - операционные обязательства, которые возникают в результате операционной деятельности сегмента и либо непосредственно относятся к сегменту, либо могут быть отнесены на сегмент на разумной основе.  Если результаты сегмента включают процентные расходы, то обязательства этого сегмента включают соответствующие обязательства, на которые начисляются проценты.  Обязательства сегмента включают долю участника совместного предпринимательства в обязательствах совместно контролируемого предприятия, учитываемую по методу пропорциональной консолидации в соответствии с МСФО (IAS) 31.  Обязательства сегмента не включают обязательства по налогу на прибыль.  *Учетная политика в отношении сегментов* - принципы учетной политики, принятой для подготовки и представления финансовой отчетности консолидированной группы или предприятия, а также те принципы учетной политики, которые относятся непосредственно к сегментной отчетности.  17            Определения выручки сегмента, расходов сегмента, активов сегмента и обязательств сегмента включают суммы тех статей, которые непосредственно относятся к сегменту, и суммы тех статей, которые могут быть отнесены на сегмент на разумной основе. Предприятие рассматривает свою систему внутренней финансовой отчетности как отправную точку для определения тех статей, которые могут быть непосредственно отнесены к сегменту или могут быть отнесены к нему на разумной основе. Таким образом, делается допущение о том, что суммы, которые были соотнесены с сегментами в целях внутренней финансовой отчетности, непосредственно относятся к сегменту или могут быть отнесены на него на разумной основе в целях измерения выручки сегмента, расходов сегмента, активов сегмента и обязательств сегмента применительно к отчетным сегментам.  18            Тем не менее, в некоторых случаях распределение выручки, расходов, активов или обязательств по сегментам в целях внутренней финансовой отчетности осуществляется на основе, понятной руководству предприятия, но кажущейся субъективной, произвольной или трудной для понимания внешним пользователям финансовой отчетности. Такое распределение не составляло бы разумную основу в соответствии с определениями выручки сегмента, расходов сегмента, активов сегмента и обязательств сегмента, представленными в настоящем стандарте. С другой стороны, предприятие может принять решение не производить распределение статей выручки, расходов, активов или обязательств в целях внутренней финансовой отчетности, даже если существует разумная основа для такого распределения. Такая статья распределяется в соответствии с определениями выручки сегмента, расходов сегмента, активов сегмента и обязательств сегмента, представленными в настоящем стандарте.  19            Примерами активов сегмента являются краткосрочные активы, которые используются в операционной деятельности сегмента, основные средства, активы, являющиеся предметом финансовой аренды (МСФО (IAS) 17 *«Аренда»*), и нематериальные активы. Если определенная статья амортизации включается в расходы сегмента, то соответствующий актив включается в активы сегмента. В состав активов сегмента не входят активы, используемые для общих целей предприятия или головного офиса. Активы сегмента включают операционные активы, используемые двумя или более сегментами, если существует разумная основа для их распределения. Активы сегмента включают гудвил, который непосредственно относится к сегменту или может быть отнесен на сегмент на разумной основе, а расходы сегмента включают любые убытки от обесценения, признанные по гудвилу.  20            Примерами обязательств сегмента являются торговая и прочая кредиторская задолженность, начисленные обязательства, авансы клиентов, резервы по гарантийным обязательствам по продукции и прочие требования, относящиеся к поставке товаров и оказанию услуг. В состав обязательств сегмента не входят заимствования, обязательства, относящиеся к активам, которые являются предметом финансовой аренды (МСФО (IAS) 17), а также прочие обязательства, возникшие в связи с финансовыми, а не операционными целями. Если результаты сегмента включают процентные расходы, то соответствующее обязательство, по которому начисляются проценты, включается в обязательства сегмента. Обязательства сегментов, деятельность которых не носит в основном финансовый характер, не включают в себя заимствования и аналогичные обязательства, поскольку результаты сегмента представляют собой операционные прибыли и убытки, нежели прибыли и убытки с учетом финансовых прибылей и убытков. Кроме того, поскольку задолженность часто возникает на уровне головного офиса в отношении всего предприятия, обязательство, на которое начисляются проценты, зачастую невозможно непосредственно отнести на сегмент или распределить между сегментами на разумной основе.  21            Измерение активов и обязательств сегмента включает корректировки сложившейся до момента приобретения балансовой стоимости идентифицируемых активов и обязательств сегмента, приобретенных предприятием в сделке по объединению бизнеса, даже если эти корректировки делаются только в целях подготовки консолидированной финансовой отчетности и не признаются в отдельной финансовой отчетности материнского или индивидуальной финансовой отчетности дочернего предприятия. Аналогичным образом, если после приобретения основные средства были переоценены в соответствии с моделью учета по переоцененной стоимости, представленной в МСФО (IAS) 16, то измерение активов сегмента отражает эту переоценку.  22            Определенные указания в отношении распределения затрат можно найти в других стандартах. Например, в пунктах 11-20 МСФО (IAS) 2 *«Запасы»* (в редакции 2003 г.) содержатся указания по отнесению затрат на запасы и распределению их между запасами, а в пунктах 16-21 МСФО (IAS) 11 *«Договоры на строительство»* - указания по отнесению затрат на договоры и распределению их между договорами. Эти указания могут быть полезны при отнесении затрат на сегменты или распределении их между сегментами.  23            В МСФО (IAS) 7 *«Отчеты о движении денежных средств»* содержится указание в отношении того, следует ли рассматривать банковские овердрафты в качестве компонентов денежных средств или же отражать их как заимствования.  24            Выручка сегмента, расходы сегмента, активы сегмента и обязательства сегмента определяются до того, как в рамках процесса консолидации исключаются остатки по операциям внутри группы, за исключением тех случаев, когда остатки по операциям внутри группы относятся к операциям между предприятиями группы, входящими в один сегмент.  25            Несмотря на то, что принципы учетной политики, использованные при подготовке и представлении финансовой отчетности предприятия в целом, также являются основополагающими принципами учетной политики сегмента, принципы учетной политики сегмента также включают принципы, относящиеся непосредственно к сегментной отчетности, такие, как определение сегментов, метод установления трансфертных цен по межсегментным операциям и основа для распределения выручки и расходов по сегментам.    **Определение отчетных сегментов**  **Первичный и вторичный форматы сегментной отчетности**  26           Преобладающий источник и характер рисков и доходов предприятия имеет главенствующее значение при определении того, что является первичным форматом сегментной отчетности - бизнес-сегменты или географические сегменты. Если на риски и ставки доходности предприятия преимущественное воздействие оказывают различия в производимых продуктах и оказываемых услугах, то первичным форматом представления сегментной информации в отчетности являются бизнес-сегменты, а вторичным форматом - географические сегменты. Аналогичным образом, если на риски и ставки доходности предприятия преимущественное воздействие оказывает тот факт, что оно действует в разных странах или разных географических областях, то первичным форматом представления сегментной информации в отчетности являются географические сегменты, а вторичным форматом - представление информации по группам взаимосвязанных продуктов и услуг.  27           Внутренняя организационная структура предприятия, его структура управления и система внутренней финансовой отчетности перед старшим руководящим персоналом (например, перед советом директоров и генеральным директором) обычно составляют основу для определения преобладающего источника и характера рисков и различий в ставках доходности, с которыми сталкивается предприятие, а, следовательно, для определения того, какой формат отчетности является первичным, а какой - вторичным, с учетом исключений, предусмотренных в подпунктах (a) и (b) ниже:  (a)           если на риски и ставки доходности предприятия сильное воздействие оказывают как различия в производимых продуктах и оказываемых услугах, так и различия географических областей, в которых оно осуществляет свою деятельность, что подтверждается «матричным подходом» к управлению компанией и к системе внутренней отчетности перед старшим руководящим персоналом, то предприятие должно использовать бизнес-сегменты в качестве первичного формата сегментной отчетности, а географические сегменты в качестве вторичного формата отчетности; и  (b)           если внутренняя организационная структура предприятия и его структура управления и система внутренней финансовой отчетности перед ключевыми членами руководящего персонала не основываются ни на отдельных продуктах или услугах или группах взаимосвязанных продуктов/услуг, ни на географическом распределении, то старший руководящий персонал предприятия должен определить, с чем больше связаны риски и доходность предприятия - с производимыми продуктами и оказываемыми услугами или с географическими областями, в которых оно осуществляет свою деятельность, и, как следствие, выбрать либо бизнес-сегменты, либо географические сегменты в качестве первичного формата сегментной отчетности, при этом другой формат становится вторичным форматом сегментной отчетности.  28            Для большинства предприятий преобладающий источник рисков и доходности определяет то, каким образом организовано предприятие и как осуществляется его управление. Организационная структура и структура управления предприятия, а также его система внутренней финансовой отчетности обычно предоставляют наилучшее свидетельство преобладающего источника рисков и доходности в контексте сегментной отчетности. Таким образом, за исключением редких случаев, предприятие представляет сегментную информацию в своей финансовой отчетности на той же основе, что и внутреннюю отчетность перед старшим руководящим персоналом. Преобладающий источник рисков и доходности предприятия становится его первичным форматом сегментной отчетности. Вторичный источник рисков и доходности предприятия становится его вторичным форматом сегментной отчетности.  29            «Матричное представление» - как бизнес-сегментов, так и географических сегментов в качестве первичного формата сегментной отчетности с полным раскрытием информации по сегментам на той и иной основе - часто дает полезную информацию, если на риски и ставки доходности предприятия сильное воздействие оказывают как различия в производимых товарах и оказываемых услугах, так и различия географических областей, в которых оно осуществляет свою деятельность. Настоящий стандарт не требует «матричного представления», но и не запрещает его.  30            В некоторых случаях организация предприятия и его внутренняя отчетность могли развиваться безотносительно различий по типам производимых продуктов и оказываемых услуг или безотносительно географических областей, в которых оно осуществляет свою деятельность. Например, внутренняя отчетность может быть организована исключительно в разрезе юридических лиц, что ведет к тому, что внутренние сегменты состоят из групп не связанных между собой продуктов и услуг. В таких необычных случаях данные по сегментам, представляемые в рамках внутренней отчетности, не будут соответствовать целям настоящего стандарта. Соответственно, согласно пункту 27(b) старший руководящий персонал предприятия должен определить, чем в большей степени обусловлены риски и доходность предприятия - продуктами/услугами или географическим распределением, и выбрать либо бизнес-сегменты, либо географические сегменты в качестве первичного формата сегментной отчетности предприятия. Цель заключается в том, чтобы достичь разумной степени сопоставимости с другими предприятиями, повысить понятность получаемой в результате информации и удовлетворить выраженные потребности инвесторов, кредиторов и прочих лиц в информации о рисках и доходности, связанных с продуктами/услугами или с географическими областями.    **Сегменты бизнеса и географические сегменты**  31           В целях внешней отчетности сегменты бизнеса и географические сегменты предприятия представляют собой те структурные единицы, информация о которых представляется в отчетности старшему руководящему персоналу для оценки результатов деятельности такого подразделения в прошлом и принятия решений о будущем распределении ресурсов, с учетом исключений, предусмотренных в пункте 32.  32           Если внутренняя организационная структура и структура управления предприятия, а также его система внутренней финансовой отчетности перед старшим руководящим персоналом не основываются ни на отдельных продуктах или услугах или группах взаимосвязанных продуктов/услуг, ни на географическом распределении, то в соответствии с пунктом 27(b) ключевые члены руководящего персонала предприятия должны выбрать в качестве первичного формата сегментной отчетности либо бизнес-сегменты, либо географические сегменты на основе своей оценки того, что отражает первичный источник рисков и доходности предприятия, при этом другой формат становится вторичным форматом сегментной отчетности. В этом случае старший руководящий персонал предприятия должен определить его бизнес-сегменты и географические сегменты в целях внешней отчетности на основе факторов, указанных в определениях, содержащихся в пункте 9 настоящего стандарта, а не на основе системы внутренней финансовой отчетности перед старшим руководящим персоналом, руководствуясь следующим:  (a)           если один или более сегментов, представленных во внутренней отчетности перед старшим руководящим персоналом, являются бизнес-сегментом или географическим сегментом на основе факторов, указанных в определениях, содержащихся в пункте 9 настоящего стандарта, и при этом другие сегменты не являются таковыми, то приведенный ниже подпункт (b) применяется только к тем внутренним сегментам, которые не соответствуют определениям, содержащимся в пункте 9 (то есть сегмент, представленный во внутренней отчетности, который соответствует определению, не делится на более мелкие сегменты);  (b)           в отношении сегментов, представленных во внутренней отчетности перед старшим руководящим персоналом, которые не соответствуют определениям, содержащимся в пункте 9, руководству предприятия следует использовать следующий, более низкий уровень внутренней сегментации, обеспечивающий информацию в разрезе типов продуктов и услуг или географических областей, в зависимости от того, что более уместно исходя из определений, содержащихся в пункте 9; и  (c)           если такой сегмент более низкого уровня, представленный во внутренней отчетности, соответствует определению бизнес-сегмента или географического сегмента на основе факторов, указанных в определениях, содержащихся в пункте 9 настоящего стандарта, то к такому сегменту применяются критерии определения отчетных сегментов, указанные в пунктах 34 и 35.  33            В соответствии с настоящим стандартом большинство предприятий выделяют свои бизнес-сегменты и географические сегменты как структурные единицы, информация по которым предоставляется ключевым членам руководящего персонала или главному органу, принимающему операционные решения, который в некоторых случаях может состоять из группы людей, для оценки результатов деятельности каждой структурной единицы в прошлом и для принятия решений о будущем распределении ресурсов. Даже если предприятие обязано применить пункт 32 в связи с тем, что его внутренние сегменты не соответствуют разбивке по продуктам/услугам или по географическим областям, оно должно использовать следующий, более низкий уровень внутренней сегментации, обеспечивающий информацию в разрезе продуктов и услуг или географических областей, а не создавать сегменты исключительно в целях внешней отчетности. Этот подход обращения к организационной структуре и структуре управления предприятия, а также к его системе внутренней финансовой отчетности для определения сегментов бизнеса и географических сегментов предприятия в целях внешней отчетности иногда именуется «управленческим подходом», а структурные компоненты, представленные во внутренней отчетности, иногда именуются «внутренние сегменты».    **Отчетные сегменты**  34           Два или более бизнес-сегмента или географических сегмента, представленные во внутренней отчетности, которые характеризуются значительным сходством, могут быть объединены в один бизнес-сегмент или географический сегмент. Два или более бизнес-сегмента или географических сегмента характеризуются значительным сходством, только если:  (a)           они демонстрируют сходные долгосрочные финансовые результаты; и  (b)           они аналогичны с точки зрения всех факторов соответствующего определения, содержащегося в пункте 9.  35           Бизнес-сегмент или географический сегмент определяется как отчетный сегмент, если бóльшая часть его доходов поступает от продаж внешним клиентам и:  (a)           его выручка от продаж внешним клиентам и от операций с другими сегментами составляют 10 или более процентов от общей суммы выручки, как от внешних, так и внутренних продаж, всех сегментов; или  (b)           результаты такого сегмента, будь то прибыль или убыток, составляют 10 или более процентов от объединенного результата всех сегментов по прибыли или объединенного результата всех сегментов по убыткам в зависимости от того, какая сумма в абсолютном измерении больше; или  (c)           его активы составляют 10 или более процентов от общей суммы активов всех сегментов.  36           Если сегмент, представленный во внутренней отчетности, не достигает ни одного из пороговых значений, указанных в пункте 35, то:  (a)           такой сегмент может быть определен как отчетный сегмент безотносительно своего размера;  (b)           если он не определен как отчетный сегмент безотносительно своего размера, такой сегмент может быть объединен в отдельный отчетный сегмент с одним или несколькими другими сходными сегментами, представленными во внутренней отчетности, которые также не достигают ни одного из пороговых значений, указанных в пункте 35 (два или несколько бизнес-сегментов или географических сегментов являются сходными, если они аналогичны с точки зрения большинства факторов соответствующего определения, указанного в пункте 9); и  (c)           если такой сегмент не представляется в отчетности в качестве отдельного сегмента и не объединяется с другими сегментами, он отражается как нераспределенная балансирующая статья.  37           Если общая сумма внешней выручки, относимая на отчетные сегменты, составляет менее 75 процентов общей консолидированной выручки или выручки предприятия, то в качестве отчетных сегментов следует выделять дополнительные сегменты, даже если они не достигают десятипроцентных порогов, указанных в пункте 35, до тех пор, пока с отчетными сегментами не будет соотноситься, по меньшей мере, 75 процентов общей суммы консолидированной выручки или выручки предприятия.  38            Десятипроцентные пороги, установленные настоящим стандартом, не должны служить в качестве ориентира при определении существенности применительно к какому-либо аспекту финансовой отчетности, помимо определения отчетных сегментов бизнеса и географических сегментов.  39            Ограничивая отчетные сегменты теми сегментами, которые получают бóльшую часть своей выручки от продаж внешним клиентам, настоящий стандарт не требует, чтобы различные стадии вертикально интегрированной деятельности выделялись в отдельные бизнес-сегменты. Однако в некоторых отраслях существует практика представления отчетности по определенным видам вертикально интегрированной деятельности как по отдельным бизнес-сегментам, даже если они не приносят значительной выручки от внешних продаж. Например, многие международные нефтяные компании представляют свою деятельность по разведке и добыче и свою деятельность по переработке и сбыту как отдельные бизнес-сегменты, даже если все продукты от деятельности по разведке и добыче (сырая нефть) или их бóльшая часть передается для переработки внутри того же предприятия.  40            Согласно настоящему стандарту приветствуется, но не требуется добровольное представление отчетности по видам вертикально интегрированной деятельности как по отдельным сегментам с соответствующим описанием, включая раскрытие информации об основе установления трансфертных цен по межсегментным операциям в соответствии с требованиями, содержащимися в пункте 75.  41           Если система внутренней отчетности предприятия рассматривает виды вертикально интегрированной деятельности как отдельные сегменты и предприятие не представляет их во внешней отчетности как бизнес-сегменты, то сегмент продаж должен объединяться с одним или несколькими сегментами-покупателями при выделении бизнес-сегментов для внешней отчетности, за исключением случаев, когда для этого не существует разумной основы, и в этих случаях сегмент продаж отражается как нераспределенная балансирующая статья.  42           Сегмент, выделенный в качестве отчетного сегмента в непосредственно предшествующем периоде в связи с тем, что он достигал соответствующего десятипроцентного порога, должен оставаться отчетным сегментом в текущем периоде, несмотря на то, что его выручка, результат и активы уже не превышают 10-процентный порог, если руководство предприятия считает, что данный сегмент сохраняет свою важность.  43           Если сегмент выделен в качестве отчетного сегмента в текущем периоде в связи с тем, что он достигает соответствующего десятипроцентного порога, то данные по сегменту за предыдущий период, представленные в целях сравнения, должны быть пересчитаны с целью отражения нового отчетного сегмента в качестве отдельного сегмента, даже если этот сегмент не достигал десятипроцентного порога в предыдущем периоде, за исключением случаев, когда это практически невозможно.    **Учетная политика в отношении сегментов**  44           Информация по сегментам готовится в соответствии с принципами учетной политики, принятой для подготовки и представления финансовой отчетности консолидированной группы или предприятия.  45            Делается допущение о том, что принципы учетной политики, выбранные директорами и руководителями предприятия для использования при подготовке консолидированной финансовой отчетности или финансовой отчетности предприятия в целом, представляют собой принципы, которые директора и руководители считают наиболее приемлемыми в целях внешней отчетности. Поскольку цель сегментной информации заключается в том, чтобы помочь пользователям финансовой отчетности лучше понять предприятие и вынести более информированные суждения о предприятии в целом, настоящий стандарт требует использования при подготовке сегментной информации принципов учетной политики, выбранных директорами и руководителями. Тем не менее, это не означает, что консолидированная учетная политика или учетная политика предприятия должна применяться в отношении отчетных сегментов, как если бы эти сегменты были отдельными самостоятельными отчетными предприятиями. Результат подробного расчета, выполненного при применении определенного принципа учетной политики на уровне всего предприятия, может быть распределен между сегментами, если для этого существует разумная основа. Расчеты пенсий, например, часто делаются по предприятию в целом, однако общие цифры по предприятию могут быть распределены между сегментами на основе сведений о заработной плате и демографической информации по сегментам.  46            Настоящий стандарт не запрещает раскрывать дополнительную сегментную информацию, подготовленную на основе принципов учетной политики, отличных от принципов, принятых для консолидированной финансовой отчетности или финансовой отчетности предприятия, при условии, что (a) такая информация предоставляется в рамках внутренней отчетности старшему руководящему персоналу для принятия решений о выделении ресурсов для сегмента и оценки результатов его деятельности, и (b) представлено четкое описание основы для измерения такой дополнительной информации.  47           Активы, которые совместно используются двумя или несколькими сегментами, распределяются между сегментами тогда и только тогда, когда связанные с ними выручка и расходы также распределяются между этими сегментами.  48            То, каким образом статьи активов, обязательств, выручки и расходов распределяются между сегментами, зависит от таких факторов, как характер этих статей, виды деятельности, осуществляемые сегментом, и относительная автономность такого сегмента. Установить единую основу для распределения, которой должны пользоваться все предприятия, не представляется возможным или целесообразным. Также неправильно было бы вынуждать предприятие распределять статьи активов, обязательств, выручки и расходов, которые относятся совместно к двум или более сегментам, если имеющаяся единственная основа для такого распределения является произвольной или трудной для понимания. В то же время определения выручки сегмента, расходов сегмента, активов сегмента и обязательств сегмента взаимосвязаны, и суммы, распределяемые в соответствии с такими определениями, должны быть согласованными. Следовательно, совместно используемые активы распределяются между сегментами тогда и только тогда, когда связанные с ними выручка и расходы также распределяются между этими сегментами. Например, актив включается в активы сегмента тогда и только тогда, когда соответствующая сумма амортизации вычитается при измерении результатов сегмента.    **Раскрытие информации**  49            В пунктах 50-67 указывается, какая информация должна раскрываться в отношении отчетных сегментов *первичного* формата сегментной отчетности предприятия. Пункты 68-72 определяют, какая информация должна раскрываться в отношении *вторичного* формата отчетности. Приветствуется, когда предприятия представляют всю информацию, которую требуется раскрывать в отношении первичных сегментов согласно пунктам 50-67, применительно к каждому вторичному отчетному сегменту, несмотря на то, что согласно пунктам 68-72 для вторичного формата требуется раскрытие значительно меньшего объема информации. В пунктах 74-83 рассматриваются некоторые другие аспекты раскрытия информации по сегментам. Приложение В к настоящему стандарту иллюстрирует применение этих стандартов раскрытия информации.    **Первичный формат отчетности**  50           Требования к раскрытию информации, указанные в пунктах 51-67, применяются к каждому отчетному сегменту на основе первичного формата отчетности предприятия.  51           Предприятие раскрывает информацию о выручке сегмента по каждому отчетному сегменту. Выручка сегмента от продаж внешним клиентам и выручка сегмента от операций с другими сегментами отражаются отдельно.  52           Предприятие раскрывает информацию о результатах сегмента по каждому отчетному сегменту, представляя результат продолжающейся деятельности отдельно от результата прекращенной деятельности.  52A        Предприятие пересчитывает результаты сегмента за предыдущие периоды, представленные в финансовой отчетности, таким образом, чтобы информация о прекращенной деятельности, раскрываемая в соответствии с требованиями пункта 52, относилась ко всей деятельности, отнесенной к категории прекращенной на отчетную дату последнего представленного периода.  53            Если предприятие может рассчитать прибыль или убыток сегмента или какой-либо другой показатель доходности сегмента, отличный от результатов сегмента, без произвольного распределения, то отражение в отчетности такой суммы (таких сумм) с соответствующим описанием в дополнение к результатам сегмента приветствуется. Если этот показатель подготовлен на основе, отличной от принципов учетной политики, принятых для консолидированной финансовой отчетности или финансовой отчетности предприятия, то предприятие включает в свою финансовую отчетность четкое описание основы для измерения.  54            Примером показателя результатов деятельности сегмента, более общего, чем результаты сегмента в отчете о прибылях и убытках, является показатель валовой прибыли от продаж. Примерами показателей результатов деятельности сегмента, более детальных, чем результаты сегмента в отчете о прибылях и убытках, являются показатель прибыли или убытка от обычной деятельности (до или после налогов на прибыль) и показатель прибыли или убытка.  55           Предприятие раскрывает общую балансовую стоимость активов сегмента по каждому отчетному сегменту.  56           Предприятие раскрывает информацию об обязательствах сегмента по каждому отчетному сегменту.  57           Предприятие раскрывает общую сумму затрат, понесенных в течение периода для приобретения активов сегмента (основные средства и нематериальные активы), которые, как ожидается, будут использоваться в течение более чем одного периода, по каждому отчетному сегменту. Несмотря на то, что это иногда именуется приростом капитала или капитальными затратами, измерение в соответствии с требованиями настоящего принципа производится на основе метода начисления, а не кассового метода.  58           Предприятие раскрывает информацию об общей сумме расходов, включенных в результаты сегмента, на амортизацию активов сегмента за период по каждому отчетному сегменту.  59           Приветствуется (но не требуется), когда предприятие раскрывает характер и сумму любых статей выручки сегмента и расходов сегмента, имеющих такой размер, характер или влияние, что их раскрытие представляется уместным для объяснения результатов деятельности каждого отчетного сегмента за период.  60            Согласно МСФО (IAS) 1, если статьи доходов и расходов являются существенными, их характер и размер должны раскрываться отдельно. В МСФО (IAS) 1 приводится ряд примеров, включая списание запасов и основных средств, создание резервов по затратам на реструктуризацию, выбытие основных средств и долгосрочных инвестиций, прекращенную деятельность, урегулирование судебных споров и восстановление резервов. Пункт 59 не преследует цель изменения классификации любых таких статей или изменения оценки таких статей. При этом раскрытие информации, которое приветствуется этим пунктом, действительно меняет уровень оценки значимости таких статей для целей раскрытия информации с уровня предприятия до уровня сегмента.  61           По каждому отчетному сегменту предприятие раскрывает общую сумму значительных неденежных расходов, за исключением расходов на амортизацию, отдельное раскрытие которых требуется согласно пункту 58 и которые были включены в расходы сегмента и, следовательно, вычтены при измерении результатов сегмента.  62            Согласно МСФО (IAS) 7 предприятие должно представлять отчет о движении денежных средств, в котором отдельно отражены потоки денежных средств от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. В МСФО (IAS) 7 указывается, что раскрытие информации о движении денежных средств по каждому отраслевому и географическому отчетному сегменту важно для понимания общего финансового положения, ликвидности и потоков денежных средств предприятия. МСФО (IAS) 7 приветствует раскрытие такой информации. Настоящий стандарт также одобряет раскрытие информации о движении денежных средств по сегментам, которое приветствуется МСФО (IAS) 7. Кроме того, он приветствует раскрытие значительных статей неденежной выручки, включенных в выручку сегмента и, следовательно, добавленных при измерении результатов сегмента.  63           Предприятие, раскрывающее информацию о движении денежных средств по сегментам, которая приветствуется МСФО (IAS) 7, не обязано также раскрывать расходы на амортизацию в соответствии с пунктом 58 или неденежные расходы в соответствии с пунктом 61.  64           Применительно к каждому отчетному сегменту предприятие раскрывает информацию об агрегированной доле предприятия в прибыли или убытке ассоциированных предприятий, совместных предприятий или прочих объектов инвестиций, учитываемых по методу долевого участия, если практически вся деятельность таких ассоциированных предприятий приходится на данный сегмент.  65            Несмотря на то, что в соответствии с предшествующим пунктом раскрывается единая агрегированная сумма, каждое из ассоциированных и совместных предприятий или иных объектов инвестиций, учитываемых по методу долевого участия, оценивается индивидуально для определения того, приходится ли практически вся деятельность соответствующего предприятия или объекта инвестиций на один сегмент.  66           Если агрегированная доля предприятия в прибыли или убытке ассоциированных предприятий, совместных предприятий или иных объектов инвестиций, учитываемых по методу долевого участия, раскрывается с разбивкой по отчетным сегментам, то агрегированные инвестиции в эти ассоциированные и совместные предприятия также должны раскрываться с разбивкой по отчетным сегментам.  67           Предприятие представляет выверку между информацией, раскрытой по отчетным сегментам, и совокупной информацией, представленной в консолидированной или отдельной финансовой отчетности. При представлении данной выверки предприятие сверяет выручку сегмента с выручкой предприятия от внешних клиентов (включая раскрытие суммы выручки предприятия от внешних клиентов, не включенной ни в один из сегментов); результат сегмента от продолжающейся деятельности сверяется со сравнительной оценкой операционной прибыли или убытка предприятия от продолжающейся деятельности, а также с прибылью или убытком предприятия от продолжающейся деятельности; результат сегмента от прекращенной деятельности сверяется с прибылью или убытком предприятия от прекращенной деятельности; активы сегмента сверяются с активами предприятия; а обязательства сегмента сверяются с обязательствами предприятия.    **Вторичный формат отчетности**  68            В пунктах 50-67 определяются требования к раскрытию информации, применяемые к каждому отчетному сегменту на основе первичного формата отчетности предприятия. В пунктах 69-72 определяются требования к раскрытию информации, применяемые к каждому отчетному сегменту на основе вторичного формата отчетности предприятия, при этом:  (a)           если первичным форматом отчетности предприятия являются бизнес-сегменты, то информация, подлежащая раскрытию во вторичном формате, определяется пунктом 69;  (b)           если первичным форматом отчетности предприятия являются географические сегменты на основе местонахождения активов (местонахождения подразделений, производящих продукты или оказывающих услуги), то информация, подлежащая раскрытию во вторичном формате, определяется пунктами 70 и 71;  (c)           если первичным форматом отчетности предприятия являются географические сегменты на основе местонахождения его клиентов (место продажи продуктов или оказания услуг), то информация, подлежащая раскрытию во вторичном формате, определяется пунктами 70 и 72.  69           Если первичным форматом представления сегментной информации предприятия являются его бизнес-сегменты, то также должна быть представлена следующая информация:  (a)           выручка сегмента от внешних клиентов с разбивкой по географическим областям на основе географического местонахождения его клиентов в отношении каждого географического сегмента с выручкой от продаж внешним клиентам, составляющим 10 или более процентов от общей суммы выручки предприятия от продаж всем внешним клиентам;  (b)           общая балансовая стоимость активов сегмента с разбивкой по географическому местонахождению активов в отношении каждого географического сегмента с активами сегмента, составляющими 10 или более процентов от общей суммы активов всех географических сегментов; и  (c)           общая сумма затрат, понесенных в течение периода для приобретения активов сегмента (основные средства и нематериальные активы), которые, как ожидается, будут использоваться в течение более чем одного периода, с разбивкой по географическому местонахождению активов в отношении каждого географического сегмента с активами сегмента, составляющими 10 или более процентов от общей суммы активов всех географических сегментов.  70           Если первичным форматом представления сегментной информации предприятия являются географические сегменты (основанные как на местонахождении активов, так и на местонахождении клиентов), то предприятие также представляет следующую сегментную информацию по каждому бизнес-сегменту, выручка которого от продаж внешним клиентам составляет 10 или более процентов от общей выручки предприятия от продаж всем внешним клиентам, или с активами сегмента, составляющими 10 или более процентов от общей суммы активов всех бизнес-сегментов:  (a)           выручка сегмента от внешних клиентов;  (b)           общая балансовая стоимость активов сегмента; и  (c)           общая сумма затрат, понесенных в течение периода для приобретения активов сегмента (основные средства и нематериальные активы), которые, как ожидается, будут использоваться в течение более чем одного периода.  71           Если первичным форматом представления сегментной информации предприятия являются географические сегменты, основанные на местонахождении активов, и если местонахождение его клиентов отличается от местонахождения его активов, то предприятие также отражает выручку от продаж внешним клиентам по каждому географическому сегменту, основанному на местонахождении клиентов, выручка которого от продаж внешним клиентам составляет 10 или более процентов от общей выручки предприятия от продаж всем внешним клиентам.  72           Если первичным форматом представления сегментной информации предприятия являются географические сегменты, основанные на местонахождении клиентов, и если активы предприятия расположены в географических областях, отличных от местонахождения его клиентов, то предприятие также представляет следующую сегментную информацию по каждому географическому сегменту, основанному на местонахождении активов, выручка которого от продаж внешним клиентам или активы которого составляют 10 или более процентов от соответствующих консолидированных сумм или общих сумм по предприятию:  (a)           общая балансовая стоимость активов сегмента с разбивкой по географическому местонахождению активов; и  (b)           общая сумма затрат, понесенных в течение периода для приобретения активов сегмента (основные средства и нематериальные активы), которые, как ожидается, будут использоваться в течение более чем одного периода, с разбивкой по местонахождению активов.    **Примеры раскрытия информации по сегментам**  73            В приложении Б к настоящему стандарту представлены примеры раскрытия информации применительно к первичному и вторичному форматам отчетности согласно требованиям настоящего стандарта.    **Прочие вопросы раскрытия информации**  74           Если бизнес-сегмент или географический сегмент, информация по которому представляется старшему руководящему персоналу, не является отчетным сегментом, поскольку бóльшая часть его выручки поступает от продаж прочим сегментам, однако при этом его выручка от продаж внешним клиентам составляет 10 или более процентов от общей выручки предприятия от продаж всем внешним клиентам, то предприятие должно раскрыть этот факт, а также суммы выручки от (a) продаж внешним клиентам и (b) внутренних продаж прочим сегментам.  75           При измерении и представлении в отчетности выручки сегмента от операций с другими сегментами межсегментные операции измеряются на той же основе, которая была использована предприятием при установлении трансфертных цен по таким операциям. Основа для установления трансфертных цен по межсегментным операциям и любое изменение в этой основе подлежат раскрытию в финансовой отчетности.  76           Изменения в принципах учетной политике, принятых для сегментной отчетности, оказывающие существенное воздействие на сегментную информацию, подлежат раскрытию, а сегментная информация за предыдущий период, представленная для сравнения, пересчитывается, за исключением случаев, когда это практически невозможно. Такое раскрытие информации включает описание характера изменения, указание причин внесения изменения, того факта, что сравнительная информация была пересчитана или что сделать это практически невозможно, а также указание финансового эффекта этого изменения, если его можно обоснованно определить. Если предприятие меняет основу для определения своих сегментов и не пересчитывает сегментную информацию за предыдущий период с использованием новой основы в связи с тем, что сделать это практически невозможно, то для целей сравнения предприятие представляет сегментную информацию с использованием как старой, так и новой основы сегментации в том году, в котором оно изменило определение своих сегментов.  77            Изменения в учетной политике, принятые предприятием, рассматриваются в МСФО (IAS) 8. Согласно МСФО (IAS) 8 изменения в учетную политику должны вноситься только в том случае, когда этого требует какой-либо стандарт или разъяснение или когда изменение обеспечивает представление надежной и более уместной информации об операциях, других событиях или условиях в финансовой отчетности предприятия.  78            Изменения в учетной политике, принятые на уровне предприятия, которые оказывают воздействие на сегментную информацию, учитываются в соответствии с МСФО (IAS) 8. За исключением случаев, когда какой-либо новый стандарт или разъяснение устанавливает иное, МСФО (IAS) 8 требует, чтобы:  (a)           изменение в учетной политике применялось ретроспективно, а информация за предыдущий период пересчитывалась, за исключением случаев, когда практически невозможно определить либо кумулятивное воздействие изменения, либо воздействие изменения, относящееся к данному периоду;  (b)           если ретроспективное применение практически невозможно для всех представленных периодов, новая учетная политика применялась ретроспективно с наиболее ранней практически возможной даты; и  (c)           если практически невозможно определить кумулятивное воздействие от применения новой учетной политики по состоянию на начало текущего периода, такая политика применялась перспективно с наиболее ранней практически возможной даты.  79            Некоторые изменения в учетной политике относятся конкретно к сегментной отчетности. Среди примеров можно назвать изменения в определении сегментов и изменение основы для распределения выручки и расходов между сегментами. Такие изменения могут оказывать существенное воздействие на представленную сегментную информацию, но не изменят совокупную финансовую информацию, отраженную в отчетности предприятия. Для того чтобы пользователи могли понять изменения и оценить тенденции, сегментная информация за предыдущий период, включенная в финансовую отчетность в целях сравнения, пересчитывается, если это практически возможно, для отражения новой учетной политики.  80            Пункт 75 требует, чтобы в целях сегментной отчетности межсегментные операции измерялись на той же основе, которая была использована предприятием для установления трансфертных цен по этим операциям. Если предприятие изменяет метод, фактически используемый для установления трансфертных цен по межсегментным операциям, то это не является изменением учетной политики, при котором сегментная информация за предыдущий период должна пересчитываться в соответствии с пунктом 76. Однако согласно пункту 75 требуется раскрытие информации о таком изменении.  81           Предприятие указывает виды продуктов и услуг, включенные в каждый представленный в отчетности бизнес-сегмент, а также указывает состав каждого представленного в отчетности географического сегмента как в первичном, так и во вторичном формате, если это не раскрыто иным образом в финансовой отчетности или в каком-либо другом компоненте финансового отчета.  82            Для оценки воздействия таких явлений, как изменение в характере спроса, изменение в цене на ресурсы или другие факторы производства, а также разработка альтернативных продуктов и процессов, относящихся к данному бизнес-сегменту, необходимо знать, какая деятельность осуществляется данным сегментом. Аналогичным образом, для оценки воздействия изменений в экономических и политических условиях на риски и ставки доходности, характерные для географического сегмента, важно знать состав такого географического сегмента.  83            Сегменты, представленные в отчетности за предыдущие периоды, которые перестают удовлетворять количественным пороговым значениям, не отражаются отдельно. Они могут перестать удовлетворять таким пороговым значениям, например, в связи со снижением спроса или изменением стратегии управления или в связи с тем, что часть деятельности сегмента была продана или объединена с другими сегментами. Объяснение причин, по которым ранее отражавшийся в отчетности сегмент более не представлен в отчетности, может также быть полезным для подтверждения ожиданий в отношении сужающихся рынков и изменений в стратегии предприятия.    **Дата вступления в силу**  84           Настоящий стандарт вступает в силу применительно к финансовой отчетности, охватывающей периоды, начинающиеся 1 января 1999 г. или после этой даты. Досрочное применение приветствуется. Если вместо первоначального МСФО (IAS) 14 предприятие применяет настоящий стандарт в отношении финансовой отчетности за периоды, начинающиеся до 1 июля 1998 г., то предприятие обязано раскрыть этот факт. Если финансовая отчетность включает сравнительную информацию за периоды до даты вступления в силу или более раннего добровольного принятия настоящего стандарта, требуется пересчет сегментной информации, включенной в такую финансовую отчетность, в соответствии с требованиями настоящего стандарта за исключением случаев, когда сделать это практически невозможно, и тогда предприятие обязано раскрыть этот факт. |