

МСФО 14 «Сегментная отчетность»

МСФО 14 посвящен исключительно вопросам раскрытия информации - о признании и оценке элементов отчетности речь в нем не идет. В случае представления консолидированной финансовой отчетности и отдельных финансовых отчетов материнской компании, сегментная информация должна представляться только на основе консолидированной финансовой отчетности. //Л.И. Черникова, независимый эксперт, к.э.н. Методический журнал "МСФО и МСА в кредитной организации". № 3/2004
// "МСФО и МСА в кредитной организации"

Цель МСФО 14 - установить принципы представления в отчетах финансовой информации по сегментам (информации относительно различных типов товаров и услуг, производимых компанией, и различных географических районах, в которых она работает), с тем чтобы помочь пользователям финансовых отчетов:- понять показатели работы компании в прошлых периодах;

- оценить риски и прибыли компании;
- принимать более обоснованные решения относительно компании в целом.

Показатели рентабельности, возможности для развития (например, в связи с ростом населения), перспективы на будущее (например, вступление в ЕС, в ВТО), а также инвестиционные риски могут значительно отличаться в зависимости от хозяйственно-отраслевого или географического сегмента. Поэтому для оценки рисков и перспектив диверсифицированных компаний пользователям необходима сегментная информация, которая не всегда очевидна из сводных данных.

Многие компании производят группы товаров или услуг, или работают в географических районах с разными нормами рентабельности, возможностями развития, перспективами на будущее и рисками. Информация о разных типах товаров и услуг компании и ее операциях в разных географических районах, часто называемая сегментной информацией, имеет значение для оценки рисков и прибыли диверсифицированной международной компании, но может быть неопределима из совокупных данных.

Таким образом, сегментная информация широко рассматривается как необходимая для удовлетворения потребностей пользователей финансовых отчетов.

МСФО 14 должен применяться в полных комплектах публикуемой финансовой

отчетности, которая соответствует Международным стандартам финансовой отчетности.

Полный комплект финансовой отчетности включает бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, отчет, показывающий изменения в капитале, и примечания, как это предусмотрено в МСФО 1 «Представление финансовой отчетности».

МСФО 14 должен применяться компаниями, чьи долевые или долговые ценные бумаги свободно обращаются, и компаниями, находящимися в процессе выпуска долевых или долговых ценных бумаг на открытых рынках ценных бумаг. Такие компании называются «публичными» компаниями.

Если компания, чьи ценные бумаги свободно не обращаются, готовит финансовые отчеты, соответствующие Международным стандартам финансовой отчетности, такая компания поощряется к добровольному раскрытию информации по сегментам.

Если компания, чьи ценные бумаги свободно не обращаются, предпочитает добровольно раскрывать сегментную информацию в финансовых отчетах, соответствующих Международным стандартам финансовой отчетности, такая компания должна полностью соблюдать требования МСФО 14.

Если один финансовый отчет содержит как сводную финансовую отчетность компании, чьи ценные бумаги обращаются свободно, так и отдельные финансовые отчеты материнской или одной или нескольких дочерних компаний, сегментная информация должна представляться только на основе сводной финансовой отчетности.

Если дочерняя компания сама является компанией, чьи ценные бумаги свободно обращаются, она будет представлять сегментную информацию в своем отдельном финансовом отчете.

Аналогично, если один финансовый отчет содержит как финансовые отчеты компании, чьи ценные бумаги свободно обращаются, так и отдельные финансовые отчеты, составленные по методу долевого участия (ассоциированной компании или совместного предприятия), в которых компания имеет финансовый интерес, сегментная информация должна представляться только на основе финансовых отчетов компании.

Если ассоциированная компания или совместное предприятие, включенные в отчетность по методу долевого участия сами являются компаниями, чьи ценные бумаги свободно обращаются, они будут представлять сегментную информацию в своем собственном отдельном финансовом отчете.

Определения, используемые в МСФО 14

Определения из других Международных стандартов финансовой отчетности

Следующие термины используются в МСФО 14 в значениях, указанных в МСФО 8 «Чистая прибыль или убыток за период, фундаментальные ошибки и изменения в учетной политике» и МСФО 18 «Выручка»:

- операционная деятельность - основная, приносящая доход деятельность компании и прочая деятельность, кроме инвестиционной и финансовой деятельности;
- учетная политика - это основополагающие принципы, методы, процедуры, правила и практика, принятые компанией для подготовки и представления финансовой отчетности;
- доходы - это валовой приток экономических выгод за период, возникающий в ходе обычной деятельности компании, когда такой приток приводит к увеличению капитала, иному, чем за счет взносов акционеров.

Определения отраслевого сегмента и географического сегмента

Термин отраслевой сегмент и географический сегмент применяются в МСФО 14 в следующих значениях:

- отраслевой сегмент - это выделяемый компонент компании, который участвует в производстве отдельного товара или услуги или группы связанных товаров или услуг, и который подвержен рискам и прибылям, отличным от рисков и прибылей других отраслевых сегментов. При определении того, являются ли товары и услуги связанными, должны рассматриваться следующие факторы:
 - характер товаров или услуг;
 - характер производственных процессов;
 - тип или класс клиента для товаров или услуг;
 - методы, использованные для распространения товаров или предоставления услуг;
 - если это применимо, характер регулирующей среды, например банковские, страховые и коммунальные предприятия;
- географический сегмент - это выделяемый компонент компании, который участвует в производстве товаров или услуг в конкретной экономической среде, и который подвержен рискам и прибылям, отличным от рисков и прибылей компонентов, действующих в других экономических условиях. При определении географических сегментов должны учитываться следующие факторы:
 - сходство экономических и политических условий;

- отношения между операциями в разных географических районах;
 - близость операций;
 - специальные риски, связанные с операциями в конкретном районе;
 - правила валютного контроля;
 - лежащие в основе валютные риски;
- отчетный сегмент - это отраслевой или географический сегмент, определенный на основе приведенных выше определений, для которого согласно настоящего стандарта требуется представление сегментной информации.

Факторы, перечисленные для определения отраслевых и географических сегментов, приведены в произвольном порядке.

Один отраслевой сегмент не включает товары и услуги со значительно отличающимися рисками и прибылями. Тогда, как могут возникать расхождения в отношении одного или нескольких факторов в определении отраслевого сегмента, предполагается, что товары и услуги, включенные в один отраслевой сегмент, должны быть сходны относительно большинства факторов.

Точно так же географический сегмент не включает операции в экономических средах со значительно различающимися рисками и прибылями. Географическим сегментом может быть одна страна, группа из двух или более стран или регион внутри страны.

Доминирующие источники рисков влияют на то, как организуются и управляются большинство компаний. Таким образом, МСФО 14 предусматривает, что организационная структура компании и ее внутренняя система финансовой отчетности являются основой определения ее сегментов. Риски и прибыли компании зависят как от географического расположения ее операций (где производится ее продукция или где базируется ее деятельность по предоставлению услуг), так и от расположения ее рынков (где ее продукция продается или предоставляются ее услуги). Определение разрешает, чтобы географический сегмент был основан на месте:

- расположения производственных и сервисных мощностей и других активов компании;
- расположения ее рынков и клиентов.

Организационная структура компании и ее структура внутренней отчетности обычно будут предоставлять доказательства того, является ли основным источником географических рисков расположение ее активов (происхождение ее продаж) или расположение ее клиентов (назначение продаж). Соответственно компания рассматривает эту структуру для того, чтобы определить, на чем должны основываться ее географические сегменты: на расположении ее активов или на расположении ее

клиентов.

Определение состава отраслевого или географического сегментов предполагает определенную долю субъективного решения. При принятии такого решения управление компании учитывает цель представления финансовой информации по сегменту и качественные характеристики финансовых отчетов, как они определены в «Принципах подготовки и составления финансовой отчетности». Эти качественные характеристики включают следующие понятия: уместность, надежность и сопоставимость во времени финансовой информации, представляемой в отчетах относительно различных групп товаров и услуг компании, о ее операциях в конкретных географических районах, и полезность информации для оценки рисков и прибылей компании в целом.

Определения сегментного дохода, расходов, результатов, активов и обязательств

С целью достоверного представления информации по сегментам МСФО 14 использует дополнительные термины в следующих значениях:

- доходы сегмента - это доходы, представленные в отчете о прибылях и убытках компании, которые непосредственно относятся на сегмент, и соответствующая часть доходов компании, которая обоснованно может быть отнесена на сегмент, получаемая из операций со сторонами вне компании или от операций с другими сегментами этой же компании;
- расходы сегмента - это расходы, возникающие в результате операционной деятельности сегмента, которые непосредственно распределяются на него, и соответствующая часть расходов, которые могут быть обоснованно распределены на сегмент, в том числе расходы, относящиеся к продажам внешним клиентам и расходы, относящиеся к операциям с другими сегментами одной и той же компании;
- результаты сегмента - это доходы сегмента за вычетом его расходов. Результаты сегмента определяются до выполнения любых корректировок для доли меньшинства;
- активы сегмента - это те операционные активы, которые используются сегментом в его операционной деятельности, и которые либо непосредственно распределяются на сегмент, или могут обоснованно относиться на сегмент;
- обязательства сегмента - это те операционные обязательства, которые возникают в результате операционной деятельности сегмента, и которые либо непосредственно распределяются на сегмент либо могут быть обоснованно отнесены на него;
- учетная политика сегмента - это учетная политика, утвержденная для подготовки и представления финансовых отчетов группы или компании, а также учетная политика, которая непосредственно относится к отчетности сегмента.

Далее необходимо рассмотреть, что собой представляют перечисленные объекты.

Доходы сегмента

Доходы сегмента не включают:

- результаты чрезвычайных обстоятельств;
- процентный или дивидендный доход, включая проценты, полученные на авансы или ссуды другим сегментам, если только операции сегмента не носят главным образом финансового характера;
- прибыли от продажи инвестиций или прибыли от погашения долгов, если только операции сегмента не носят главным образом финансового характера.

Доходы сегмента включают долю компании в прибылях или убытках ассоциированных компаний, совместных предприятий, или других инвестициях, учтенных по методу участия, только если эти статьи включаются в сводный доход или доход компании.

Доходы сегмента включают долю совместного предпринимателя в доходах совместно контролируемого предприятия, которая учитывается по методу пропорциональной консолидации в соответствии с МСФО 31 «Финансовая отчетность об участии в совместной деятельности».

Расходы сегмента

Расходы сегмента не включают:

- результаты чрезвычайных обстоятельств;
- проценты, в том числе проценты на авансы или ссуды от других сегментов, если только операции сегмента не носят в основном финансовый характер;
- убытки от продаж инвестиций или убытки от погашения долгов, если только операции сегмента не носят в основном финансовый характер;
- долю компании в убытках ассоциированных компаний, совместных предприятий, или других инвестициях, учтенных по методу участия;
- отчисления налога на прибыль;
- общие административные расходы, расходы головной конторы, и прочие расходы,

возникшие на уровне компании и относящиеся к компании в целом.

Однако затраты иногда возникают на уровне компании от имени сегмента. Такие затраты являются расходами сегмента, если они относятся к операционной деятельности сегмента, и могут быть непосредственно распределены или обоснованно отнесены на сегмент.

Расходы сегмента включают долю совместного предпринимателя в расходах совместно контролируемого предприятия, которое учитывается по методу пропорциональной консолидации в соответствии с МСФО 31.

Для операций сегмента, носящих в основном финансовый характер, процентный доход и процентный расход может представляться в отчетах для целей отчетности сегмента как одна чистая сумма, только если эти статьи сводятся в сводных финансовых отчетах или финансовых отчетах компании.

Если результат сегмента включает процентный или дивидендный доход, его активы включают соответственные дебиторские задолженности, инвестиции или другие производящие доход активы.

Активы сегмента

Активы сегмента не включают активы налога на прибыль.

Активы сегмента включают инвестиции, учтенные в соответствии с методом участия, только если прибыль или убыток от таких инвестиций включается в доходы сегмента. Активы сегмента включают долю совместного предпринимателя в операционных активах совместно контролируемого предприятия, которое учитывается по методу пропорциональной консолидации в соответствии с МСФО 31.

Активы сегмента определяются после вычитания соответствующих скидок, которые представляются как прямые зачеты в бухгалтерском балансе компании.

Обязательства сегмента

Если результат сегмента включает процентный расход, то его обязательства включают соответствующие обязательства, содержащие проценты.

Обязательства сегмента включают долю совместного предпринимателя в обязательствах совместно контролируемого предприятия, которое учитывается по методу участия в соответствии с МСФО 31.

Обязательства сегмента не включают обязательства по налогам на прибыль.

Определения доходов сегмента, его расходов, активов и обязательств включают суммы таких статей, которые непосредственно распределяются на сегмент, и суммы таких статей, которые могут быть обоснованно отнесены на него. Компания рассматривает свою систему внутренней финансовой отчетности как отправную точку для определения тех статей, которые могут быть непосредственно распределены или обоснованно отнесены на сегменты, то есть, предполагается, что суммы, которые были идентифицированы с сегментами для целей внутренней финансовой отчетности, непосредственно распределяются или обосновано относятся на сегменты для целей измерения доходов отчетного сегмента, его расходов, активов и обязательств.

В некоторых случаях, однако, доходы, расходы, актив или обязательство могут относиться на сегмент для внутренней финансовой отчетности на основе, понятной для управления компании, но представляющей субъективной, спорной или трудной для понимания для внешних пользователей финансовых отчетов. Такое распределение не представляло бы собой обоснования, согласно определениям доходов сегмента, его расходов, активов и обязательств в настоящем стандарте. И наоборот, компания может предпочесть не распределять какую-либо статью дохода, расходов, актива или обязательства для целей внутренней финансовой отчетности, несмотря на то что для этого имеется основание. Такая статья распределяется согласно определений доходов сегмента, его расходов, активов и обязательств, приведенных в МСФО 14.

Примеры активов сегмента включают краткосрочные активы, которые используются в операционной деятельности сегмента, основные средства, активы, которые являются предметом финансовой аренды (МСФО 17 «Аренда»), и нематериальные активы. Если конкретная статья амортизации включается в расходы сегмента, соответствующий актив также включается в активы сегмента. Активы сегмента не включают активы, использованные для общих целей компании или головной конторы. Активы сегмента включают операционные активы, которые делят между собой два или более сегментов, если для распределения существует надежное основание. Активы сегмента включают деловую репутацию, которая непосредственно распределяется на сегмент или может быть обосновано отнесена на него, а расходы сегмента включают соответствующую амортизацию деловой репутации.

К примерам обязательств сегмента относятся торговые и прочие дебиторские задолженности к погашению, начисленные обязательства, авансовые платежи клиентов, резервы на гарантийное обслуживание продукции и прочие претензии, относящиеся к предоставлению товаров и услуг.

Обязательства сегмента не включают заемные средства, обязательства по активам, которые являются предметом финансовой аренды (МСФО 17), и прочие обязательства, которые были приняты скорее для финансовых, чем для операционных целей. Если процентные расходы включаются в результат сегмента, то соответствующее обязательство, содержащее проценты, включается в обязательства сегмента.

Обязательства сегментов, чьи операции не носят в основном финансового характера, не включают заемные средства и аналогичные обязательства, потому что результат сегмента представляет операционные, а не чисто финансовые прибыль или убыток. Кроме того, в силу того, что фондовые обязательства часто выпускаются на уровне головной конторы в масштабах всей компании, часто невозможно непосредственно распределить или обоснованно отнести обязательство, содержащее проценты, на сегмент.

Оценка активов и обязательств

Оценка активов и обязательств сегмента включает корректировки основных балансовых сумм отдельных активов и обязательств сегмента компании, приобретенной при объединении компаний. Сегмент компании, учтенный как покупка, даже если эти корректировки делаются только для целей подготовки сводных финансовых отчетов и не записываются ни в финансовые отчеты материнской компании, ни в отдельные финансовые отчеты дочерней компании. Точно так же, если основные средства подверглись переоценке после приобретения в соответствии с альтернативным методом учета, разрешенным МСФО 16, измерения активов сегмента отражают эти переоценки.

Некоторые указания для распределения затрат могут быть найдены в других Международных стандартах финансовой отчетности. Например, МСФО 2 «Запасы» дает указания по распределению и отнесению затрат на запасы, МСФО 11 «Договоры подряда» дает указания по распределению и отнесению затрат на договоры. Эти указания могут быть полезными при распределении или отнесении затрат на сегменты,

МСФО 7 «Отчеты о движении денежных средств» дает указание относительно того, должны ли банковские овердрафты включаться в качестве компонента денежных средств или должны представляться как заемные средства.

Доходы сегмента, его расходы, активы и обязательства определяются до того, как ликвидируются внутригрупповые сальдо и внутригрупповые операции, что происходит в процессе сведения. Исключение делается тогда, когда такие внутригрупповые сальдо и операции происходят между компаниями группы в рамках одного сегмента.

Тогда как учетная политика, используемая при подготовке и представлении финансовых отчетов компании в целом, также является фундаментальной учетной политикой сегмента, учетная политика сегмента включает, кроме того, политику, которая относится специально к отчетности сегмента, такую, как определение сегментов, метод ценообразования межсегментных передач, и основа для распределения доходов и расходов на сегменты.

Определение отчетных сегментов

Первичный и вторичный форматы сегментной отчетности

Доминирующий источник и характер рисков и прибылей компании должны определять будут ли первичным форматом сегментной отчетности отраслевые сегменты или географические. Если риски и нормы прибыли компании главным образом зависят от различий в производимых товарах и услугах, ее первичным форматом для представления сегментной информации должны быть отраслевые сегменты, при этом вторичная информация представляется по географическому признаку. Точно так же, если риски и нормы прибыли компании в основном зависят от того факта, что она работает в разных странах или разных географических зонах, ее первичным форматом для представления сегментной информации должны быть географические сегменты, при этом вторичная информация будет представляться для групп соответствующих товаров и услуг.

Обычно определение наиболее значимых рисков и различающихся уровней рентабельности осуществляется исходя из структуры внутренней отчетности компании.

Как правило, внутренняя отчетность структурируется так, чтобы обеспечить руководство информацией, которая позволяет оптимально контролировать каждую существенную часть бизнеса, будь то по видам продукции или по географическим регионам. Эта информация также будет небезынтересна пользователям.

Выбор первичной и вторичной основы сегментации зависит от основных источников и характера рисков и прибыльности компании.

Если на риски и нормы прибыли компании главным образом влияют различия в производимых товарах и предоставляемых услугах, тогда в качестве первичных сегментов используются хозяйственно-отраслевые сегменты;

Если на риски и нормы прибыли компании главным образом влияет география ее деятельности, тогда в качестве первичных сегментов используются географические сегменты.

При этом вторичная основа сегментации - та, которая не стала первичной.

Внутренняя организационная и управленческая системы компании, а также ее система внутренней финансовой отчетности совету директоров и генеральному директору обычно должны составлять основу для выявления доминирующего источника и характера рисков и отличающихся норм прибыли, с которыми сталкивается компания.

Для определения того, какой формат отчетности будет для компании первичным, а какой вторичным, используются следующие правила:

- компания должна использовать отраслевые сегменты в качестве первичного формата отчетности и географические сегменты - в качестве вторичного формата отчетности, когда риски и нормы прибыли компании находятся под сильным влиянием как различий в

производимых товарах и услугах, так и различий в географических районах своей деятельности¹ ;

- если внутренняя организационная и управленческая структура и ее система внутренней финансовой отчетности совету директоров и генеральному директору не основываются ни на отдельных продуктах или услугах, а также на группах связанных продуктов/услуг, ни на географии, директора и управление компании должны определять, с чем в большей степени связаны риски и нормы прибыли компании с производимыми товарами и услугами или географическими районами ее деятельности, и только после этого должны выбрать, какие сегменты, отраслевые или географические, использовать в качестве первичного формата сегментной отчетности.

Для большинства компаний основной источник рисков и прибылей определяет то, как компания организована и управляется. Организационная и управленческая структуры компании и ее система внутренней отчетности обычно дает наилучшее доказательство относительно основного источника рисков и прибылей компании для целей ее сегментной отчетности. Таким образом, за редким исключением компания будет представлять сегментную информацию в своих финансовых отчетах на той же основе, что во внутренних отчетах для высшего руководства. Ее вторичный источник рисков и прибылей становится ее вторичным форматом сегментной отчетности.

«Матричное» представление - как отраслевых, так и географических сегментов, в качестве первичного формата сегментной отчетности с полными раскрытиями сегмента на каждой основе - часто будет обеспечивать полезную информацию, если риски и нормы прибыли компании сильно зависят как от различий в производимых товарах и услугах, так и от различий в географических районах, где действует компания. МСФО 14 не требует, но и не запрещает «матричное представление».

В некоторых случаях организация и внутренняя отчетность компании может развиваться в направлениях, не связанных ни с различиями в производимых типах товаров и услуг, ни с географическими районами, в которых работают компании. Например, внутренняя отчетность может быть организована только юридическим лицом, это приводит к тому, что внутренние сегменты состоят из групп несвязанных товаров и услуг. В таких необычных случаях, сегментные данные внутренней отчетности не будут отвечать цели МСФО 14. Соответственно МСФО 14 требует, чтобы директора и управление компании определяли, от чего больше зависят риски и нормы прибыли компании - от товаров/услуг или от географического расположения, и выбирали отраслевые или географические сегменты в качестве первичной основы сегментной отчетности компании.

Цель определения сегментов состоит в достижении необходимой степени сопоставимости с другими компаниями, улучшении доходчивости итоговой информации, и удовлетворении выраженных потребностей инвесторов, кредиторов и других пользователей в информации о рисках и прибылях, связанных с товарами/услугами и географическим расположением.

Сегментная информация (выдержка)

Сегментная информация основывается на двух форматах: первичном, который отражает управленческую структуру группы, и вторичном, который ориентирован на виды банковских продуктов. Первичная сегментация, соответствующая распределению ответственности и географии деятельности, отвечает структуре управления группой. Основная отрасль, в которой работает группа, это кредитная. Управление этим видом деятельности осуществляется по трем географическим регионам. Прочие виды деятельности, главным образом, банковские продукты, управляются из единого центра на глобальной основе. Вторичный формат сегментации, по видам продукции, представлен шестью категориями (сегментами).

Отраслевой и географический сегменты

Для целей внешней отчетности отраслевой и географический сегменты компании должны быть теми организационными подразделениями, по которым информация представляется совету директоров и генеральному директору для оценки прошлых показателей деятельности подразделения, и принятия решений относительно будущего распределения ресурсов.

Если внутренняя организационная и управленческая структура и ее система внутренней финансовой отчетности совету директоров и генеральному директору не основываются ни на отдельных товарах или услугах или на группах связанных товаров/услуг, ни на географии, тогда директора и управление компании должны выбирать отраслевые или географические сегменты в качестве первичного формата на основании своей оценки. Это возможно когда одни отражают первичный источник рисков и прибылей компании, а другие представляют вторичный формат отчетности. В этом случае директора и управление компании должны определять свои отраслевые и географические сегменты для внешней финансовой отчетности на основании признаков, перечисленных в определении, данном в МСФО 14, а не на основе своей системы внутренней финансовой отчетности совету директоров и генеральному директору.

Руководствоваться в выборе первичного формата сегмента директора и управление компании должны следующими правилами:

- если один или несколько сегментов, представленных во внутренней отчетности совету директоров и управлению, является отраслевым или географическим сегментом на основании признаков, перечисленных в определениях МСФО 14, он не должен далее сегментироваться;
- для сегментов внутренней отчетности совету директоров и управлению, которые не

отвечают определениям МСФО 14, управление компании должно рассмотреть возможность следующего более низкого уровня внутренней сегментации, которая обеспечивает представление информации по товарным направлениям и услугам или по географическим направлениям;

- если такой сегмент внутренней отчетности более низкого уровня отвечает определению отраслевого или географического сегмента на основе признаков МСФО 14, к этому сегменту должны применяться критерии для определения отчетного сегмента, подлежащего представлению в отчетах.

Согласно МСФО 14 большинство компаний будут определять свои отраслевые и географические сегменты как организационные подразделения, информация для которых представляется совету директоров (в особенности контролирующим директорам без управленческих функций, если таковые имеются). Кроме этого информация представляется генеральному директору (самому высокопоставленному лицу, принимающему решения, которое в некоторых случаях может быть представлено группой из нескольких человек).

Эта информация представляется для оценки прошлых показателей деятельности подразделения и для принятия решений относительно будущего распределения ресурсов.

Такой подход обращения к организационной и управленческой структурам компании, к ее системе внутренней финансовой отчетности для определения отраслевых и географических сегментов компании для целей внешней отчетности иногда называется «управленческим подходом». Организационные компоненты, для которых представляет внутренняя информация, иногда называются «операционными сегментами».

Существует два подхода к географической сегментации:

- исходя из расположения активов;
- исходя из расположения клиентов.

Выбор того или иного подхода к сегментации зависит от обстоятельств. Основные правила подхода к сегментации представлены в таблице 1.

Правила сегментации

Первичный	Вторичный
Хозяйственно-отраслевой	Географический, исходя из расположения как клиентов, так и активов
Географический, исходя из расположения клиентов	Хозяйственно-отраслевой с дополнительной информацией о месторасположении активов (если оно отличается от расположения клиентов)
Географический, исходя из расположения активов	Хозяйственно-отраслевой с дополнительной информацией о расположении клиентов (если оно отличается от расположения активов)

МСФО 14 не является единственным стандартом, который содержит норму, касающуюся

Отчетные сегменты

Два или более существенно похожих отраслевых или географических сегмента внутренней отчетности могут объединяться в один отраслевой или географический сегмент.

Два или более отраслевых или географических сегмента существенно похожи в следующем случае:

- они показывают схожие долгосрочные финансовые показатели;
- они похожи по всем факторам из определения установленного МСФО 14.