

Бенько И.Д.

кандидат экономических наук, доцент

Тернопольский национальный экономический университет, Украина

e-mail: idbenko@gmail.com

tel. +380972242949

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ (IFRS) В ТОРГОВЫХ КОМПАНИЯХ

Постановка проблемы.

Глобализационные процессы определяют постановку новых проблемных вопросов в сфере бухгалтерского учета, одним из которых является преодоление разногласий в регулировании бухгалтерского учета, возникающих между странами. Наличие таких разногласий приводит к усложнению коммуникационных процессов между субъектами в международном бизнесе.

Развитие глобализации в мире создает экономические предпосылки разработки и внедрения общепринятых требований к ведению бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности на основе международных стандартов финансовой отчетности. Исторически сложившиеся национальные модели бухгалтерского учета и отчетности не всегда обеспечивают отражение глобальных хозяйственных явлений и процессов, что усложняют обмен экономической информацией. Один из главных международных процессов, происходящих сегодня в мире, – согласование национальных систем учета и финансовой отчетности разных стран.

Международные стандарты финансовой отчетности (IFRS) являются инструментом реализации экономической политики, основная цель использования которого заключается в обеспечении прозрачности информации о деятельности субъектов хозяйствования. Целью разработки и внедрения МСФО также является создание достоверной базы для определения доходов и расходов, оценки активов и обязательств, раскрытия существующих финансовых рисков, сравнения результатов деятельности [9].

Рост мобильности капитала, расширение взаимосвязей отдельных стран, увеличение объемов международной торговли, создание международных и транснациональных корпораций и множество других факторов способствуют постепенному развитию экономических отношений, сложившихся на

сегодняшний день в мировой экономике и характеризующихся дальнейшим развитием глобализационных процессов.

Создание глобальной финансовой информационной системы способствует изменению требований к учету, анализу и аудиту.

В мировой учетной системе возникла проблема гармонизации и стандартизации учетной практики.

В современных условиях хозяйствования одним из важнейших направлений экономической политики государства, направленной на эффективное государственное регулирование и макроэкономическую стабильность, является правильное использование конкурентоспособного реального сектора экономики. Опыт многих стран мира показывает, что основной движущей силой экономики является малое торговое предпринимательство, поскольку оно играет важную роль в становлении рыночных отношений и быстро реагирует на конъюнктуру рынка. Однако, в условиях финансового кризиса, неустойчивой экономической и политической ситуации, деятельности таких предприятий препятствует наличие существенных проблем в данной сфере [3].

На сектор розничной торговли влияет значительное количество факторов, включая глобальный и локальный спрос, мировые экономические показатели и тенденции, а также принятие международных стандартов. Кроме этого, есть и другие факторы и тенденции, значительно влияющие на этот сектор. В частности к ним относятся социально-экономические, культурные и демографические сдвиги, которые в корне меняют поведение потребителей. Например, на их решение касающиеся покупок, влияет информация о брендах, технологии – Интернет, социальные медиа и мобильные платформы. Таким образом, у компаний розничной торговли появляется возможность сблизиться с покупателями, и улучшить свою работу. Развитые рынки растут медленно, в то время как на развивающихся рынках, отмечается быстрый рост. Этот фактор усиливает регулирующее воздействие на сектор розничной торговли.

Анализ последних исследований и публикаций.

Проблемы организации учета финансово-хозяйственной деятельности торговых компаний в период внедрения международных стандартов учета исследовали ведущие украинские и зарубежные ученые: А.С. Бородкин, Ф.Ф.

Ефимова, С. Ф. Голов, И.В.Жолнер, В.М.Костюченко, М.В. Кужельный, М.Р. Лучко, В.Ф.Палий, Хорунжак Н.М., Яцишин С.В. и другие [8, 12, 13].

Несмотря на большое количество научных исследований финансово-хозяйственной деятельности предприятий возникает потребность в их систематизации, совершенствовании, унификации и адаптации к конкретному субъекту деятельности. Это позволит сохранить прочные рыночные позиции в условиях жесткой конкуренции предприятий, определить конкурентоспособность предприятия, его финансовую стабильность, платеже и кредитоспособность, степень использования финансовых ресурсов и капитала в период внедрения и применения международных стандартов учета.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблематики. Разностороннее рассмотрение проблематики организации учета торговых компаний свидетельствует о наличии специфических аспектов и значительный интерес к этим вопросам. Вместе с тем комплексное исследование хозяйственной деятельности торговых компаний как объекта учета и отчетности, его методологии и организации почти не проводилось. Не решен ряд проблем в исследовании теоретико-методологических основ бухгалтерского учета торговых компаний. Все это требует совершенствования методологии и организации бухгалтерского учета, применение современных информационных технологий, что обусловило выбор темы исследования и его актуальность.

Цель статьи.

Главной целью этой работы является разработка системы предложений по совершенствованию организации учета в торговых компаниях в Украине в период имплементации международных стандартов финансовой отчетности.

Изложение основного материала.

В секторе розничной торговли доход является одним из важнейших показателей, используемых для информирования заинтересованных сторон о результатах деятельности компании.

Может показаться, что особых проблем с расчетом доходов у компаний розничной торговли быть не должно. Однако не стоит недооценивать масштаб проблем, с которыми приходится сталкиваться розничным операторам. Одним из таких проблемных направлений является учет средств стимулирования продажи,

включая различные программы повышения лояльности покупателей, скидки и ваучеры. Правила учета средств стимулирования продажи по МСФО в последние годы приобрели более директивный характер и теперь раскрываются компаниями розничной торговли в своей финансовой отчетности.

Закупка и управление запасами – наиболее важные факторы успеха компаний розничной торговли. Как правило, последние удерживают достаточно большие объемы запасов, чтобы выполнить различные, постоянно меняющиеся требования разных групп потребителей.

Некоторые розничные операторы ежедневно отслеживают потребительский спрос для того, чтобы обеспечить достаточный уровень запасов в своих магазинах.

Различные продукты, реализуемые компаниями, имеют ограниченный срок хранения, некоторые из них меняются под влиянием моды и спроса, и, наконец, на большинство из них оказывают давление цены конкурентов. Все эти риски требуют проведения регулярных проверок запасов на предмет наличия признаков обесценивания. Другие трудности, с которыми сталкиваются компании розничной торговли, – это порядок расчета скидок, полученных от поставщиков, и порядок расчета себестоимости запасов [1].

Практически все компании раскрывают информацию о порядке расчета себестоимости запасов по методам средневзвешенной стоимости и ФИФО, некоторые компании также применяли метод розничных продаж.

Следующей проблемой является обеспечение учета структурных характеристик потребителей (соотношение взрослого населения и детей, разграничение по половому признаку и пр.), а также географическое расположение и плотность населения.

Демографические характеристики потребителей в различных регионах могут отличаться, поэтому выбор места расположения магазина является одним из важнейших факторов успеха компании розничной торговли.

В розничных операторов, как правило, есть инвестиционный план для каждого региона или района, в которых они работают, включая стратегию приобретения или аренды объектов имущества.

Хотя с операционной точки зрения нет существенных различий между

покупкой компанией объектов основных средств и их арендой, в соответствии с действующими МСФО, значительное влияние на показатели бухгалтерского баланса могут произвести факты аренды магазинов по договорам операционной аренды, которые отвечают критериям, установленным для учета операционной аренды [3].

Для более 75% компаний основные средства составляют свыше 20% всех активов, а для трети компаний их часть превышает 70%. Для начисления амортизации применялся прямолинейный метод, несмотря на то, что сроки полезного использования основных средств, похожих по своим характеристикам, в разных компаниях значительно отличались. Для дальнейшей оценки основных средств компании применяют модель оценки по фактической стоимости [5].

Активность в проведении сделок по объединению бизнеса в секторе розничной торговли чаще всего зависит от характера операционной деятельности компании. Большие универсальные магазины более ориентированы на рост, чем сетевые магазины. Основным фактор, влияющий на реализацию таких сделок в секторе - это наличие возможностей консолидации на рынке и выхода на новые рынки.

Количество и масштабы сделок по объединению бизнеса напрямую зависят от финансового положения компаний. В последние годы компании были ограничены в своих возможностях по привлечению необходимых средств из-за снижения доступности капитала и экономического спада.

В связи с этим неудивительно, что значительное количество компаний провела такие сделки, однако размеры этих сделок зачастую были небольшими. Наибольшие трудности в учете объединения бизнеса у компаний розничной торговли, как правило, вызывает выявление нематериальных активов, которые ранее не признавались приобретенными предприятием, включая, например, бренды, созданные таким предприятием, и нематериальные активы, отражающие взаимоотношения с клиентами [7].

Нематериальные активы, в том числе бренды, товарные знаки, отражающие взаимоотношения с клиентами и играют важную роль в успешной деятельности компаний розничной торговли. Несмотря на то, что эти активы имеют большое значение, как правило, они не представляют собой крупных сумм

по статьям в бухгалтерском балансе. Одна из причин заключается в том, что в отношении таких активов часто действует высокое пороговое значение признания, которого обычно придерживаются при их прямом приобретении или приобретении в результате объединения бизнеса, но которое сложнее соблюсти, когда активы создаются самим предприятием. С целью расширения бизнеса розничные операторы часто заключают договоры на использование своих брендов и товарных знаков. В частности, такая тенденция распространена на рынке предметов роскоши, а также среди розничных магазинов, практикующих модель франчайзинга.

Чаще всего в бухгалтерском балансе показывают активы, например, такие как программное обеспечение, а также значительное сальдо фиксируют по брендам, товарными знакам и лицензиям [8].

Компании розничной торговли подвержены ряду рисков, связанных с текущей и прошлой деятельностью, которые могут привести к оттоку денежных средств в будущем. Эти риски чаще всего касаются реализованной продукции, судебных разбирательств с конкурентами и клиентами, обязательств по различным программам реструктуризации и закрытия магазинов.

МСФО содержат жесткие критерии подходов о резервах на реструктуризацию, а также требования к детальному раскрытию информации о характере обязательства и сроках оттока денежных средств на его выполнение.

Все компании раскрывают свои подходы к информации о резервах в учетной политике. Наиболее часто раскрывается информация о резервах по реструктуризации, обременительных контрактах и расходах на вывод из эксплуатации или закрытия магазинов [13].

Для оценки результатов финансовой и операционной деятельности компании розничной торговли используют широкий спектр ключевых показателей эффективности. Чаще всего такие показатели должны давать акционерам и аналитикам возможность сформировать точное и полное представление о финансовом состоянии и представляют собой меры, которым в инвестиционном сообществе придается огромное значение. Наиболее распространенными показателями операционной деятельности является количество магазинов и общий размер торговых площадей.

С целью привлечения большего количества покупателей торговые компании предоставляют широкий спектр скидок. Их правильный учет очень важен для оценки результатов деятельности и факторов, влияющих на них.

Предположим, что в соответствии с маркетинговой политикой, закрепленной в договорах, компания предоставляет скидку в соответствии с объема продаж:

- а) при продаже товаров на сумму 200 000 долл. – 0%;
- б) при продаже товаров на сумму 200 001 до 300 000 долл. – 5%;
- в) при продаже товаров на сумму 300 001 долл. – 8%.

Указанные скидки являются перспективными, то есть новая цена действует на покупку, превышающую указанный лимит. Расчеты с покупателями проводятся после окончания периода.

В отчетном периоде покупатель А приобрел товаров на сумму 520 000 долл., покупатель В – на сумму 280 000 долл. В учете и отчетности дебиторская задолженность и доход всех покупателей были отражены по указанным номинальными суммами. Бухгалтер планировал осуществить корректировку в следующем отчетном периоде, когда будут проведены все расчеты и покупателям будут выписаны счета, по которым осуществлено корректировки.

Учитывая требования МСФО 18 доход и дебиторскую задолженность покупателей А и В, необходимо отразить не в сумме 800 000 долл. (520 000 + 280 000), а с учетом скидок: за покупателем А $(300000 - 200001) \times 5\% + (520000 - 300001) \times 8\% = 22600$ долл.; за покупателем В $(280000 - 200001) \times 5\% = 4000$ долл. Всего корректировки дохода и дебиторской задолженности необходимо провести на сумму 26600 долл. (22600 + 4000). Размер таких скидок признается для целей налогообложения в том периоде, в котором скидка будет предоставлена и подтверждена документально.

Предположим, что в соответствии с маркетинговой политикой, закрепленной в договорах, компания предоставляет скидку в соответствии с своевременной оплатой:

- а) при полной предоплате за товар - 15%;
- б) при оплате в течение месяца после отгрузки товара - 8%;
- в) при оплате в течение 1-2 месяцев после отгрузки товара - 5%.

Предположим, что отчетность составляется этой компанией в течение месяца после отчетной даты. Соответственно, компания может учесть все скидки пункта а) и б), исходя из фактических данных после отчетной даты, и скорректировать отчетность за период, в котором были отражены продажи.

Предположим, что покупателей по признаку проведения оплаты можно разделить на следующие группы ($33\% + 47\% + 20\% = 100\%$):

- те, которые провели оплату в течение месяца после отгрузки - 33%;
- те, которые провели оплату в течение 1-2 месяцев после отгрузки - 47%;
- те, которые провели оплату позднее 2 месяцев после отгрузки - 20%.

Соответственно, если оплата в течение 1-2 месяцев после отгрузки товара составляет 820 000 долл., то величина скидки составит 19270 долл. ($820\,000 \times 47\% \times 5\%$). Поэтому на эту сумму необходимо скорректировать дебиторскую задолженность и доход по международным стандартам [2].

Если компания не осуществляет трансформацию, а ведет учет параллельно, то доход можно отразить следующим образом с учетом будущей скидки:

1. При осуществлении продажи товаров:

Дебет счета «Дебиторская задолженность» – 820 000 долл.

Кредит счета «Доход» - 800730 долл. ($820\,000 - 19\,270$)

Кредит счета «Резерв по потерянным скидкам» – 19270 долл.

2. При предоставлении скидки позже:

Дебет счета «Резерв по потерянным скидкам» – 19270 долл.

Кредит счета «Дебиторская задолженность» – 19 270 долл.

Счет «Резерв по потерянным скидкам» по такой схеме уменьшает величину дебиторской задолженности в балансе.

В торговой сети товары часто продают по определенным акциям (бесплатный товар при покупке определенного количества).

Предположим, что компания проводит акцию, согласно которой при приобретении более двух товаров покупатель получает один товар бесплатно. За отчетный период покупателям было передано 130 бесплатных товаров. Их продажная стоимость составляла 360 долл., а себестоимость – 240 долл. Таким образом, доход составит 46 800 долл. ($130 \text{ единиц} \times 360 \text{ долл.}$), а себестоимость – 31 200 долл. ($130 \text{ единиц} \times 240 \text{ долл.}$).

Согласно МСФО, доход от продажи бесплатных товаров не отражается, поскольку компания не предусматривала получить за них возмещение. Расходы на бесплатные товары целесообразно рассматривать как расходы на маркетинг и отразить следующим образом:

Дебет счета « Доход» – 46800 долл.

Кредит счета «Другие убытки» – 46800 долл.

и одновременно:

Дебет счета «Операционные расходы» – 31 200 долл.

Кредит счета «Себестоимость продажи» – 31 200 долл.

Кроме указанных скидок, существует много других маркетинговых акций. Однако в учетной практике они подпадают под правило: фактические и ожидаемые скидки корректируют доход по проданным товарам [10].

Если компания выпускает и распространяет рекламные листовки, то при их предъявлении при покупке покупатель получает определенную скидку. Расходы на выпуск и распространение листовок признаются в отчете о прибылях и убытках как расходы по продажам. Ожидаемые скидки компания может оценить, однако в учете и отчетности они не будут признаны до тех пор, пока не наступят оба события: покупатели предоставят открытки, а доход будет признан в учете.

В условиях широкого применения различных маркетинговых инструментов увеличения объемов продаж, важно своевременно получать достоверную информацию о наличии товаров. Оптимальное их наличие будет способствовать росту торгового оборота, а также увеличению прибыльности торгового предприятия. В этом контексте полезным будет использование, предложенного Н.М. Хорунжак [12] подхода, касающегося возможностей использования логико-статистической модели контроля объектов учета.

В частности, по аналогии с предложенной вышеупомянутой ученой моделью, разработанной для контроля финансового обеспечения, целесообразно определять и изменение состояния запасов. При этом следует определить верхнюю и нижнюю критическую величину запасов товаров (соответственно: $F_{ik_{\max}}$ и $F_{ik_{\min}}$), обеспечивающую бесперебойное ведение торговой деятельности. Нахождение запасов в пределах нормы в

информационной системе обозначается как “0”, состояния, выше и меньше нормы - соответственно “1” та “-1” (рис.1).

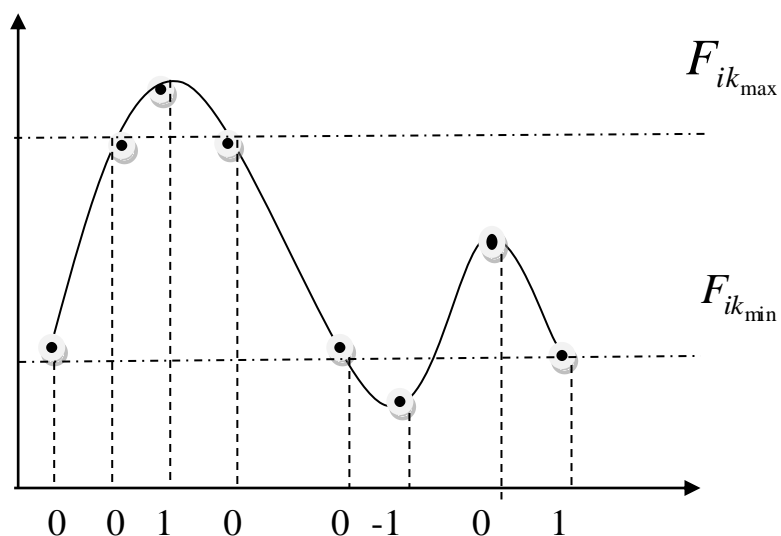


Рис.1– Типы формирования значений вектора товарных запасов в соответствии с ЛСИМ по разным сценариям

Использование такого подхода к оценке состояния запасов, позволит предупреждать их критические объемы и выравнивать ситуацию, используя соответствующие управленческие рычаги (пополнение запасов, или наоборот – их ограничение) для удержания в пределах нормы. Такая возможность связана с мгновенным информированием автоматизированной системы о критическом объеме через использование соответственной системы сигнализации (формирование сигнального документа или появления окна с предупреждением на экране бухгалтера (менеджера)).

После появления сигнала бухгалтер обязан произвести расшифровку сигнала и направить соответствующую информацию (результатную форму документа) работникам службы поставки. Блок-схема автоматизации контроля должна предусматривать такие элементы, как включение контроля, избрание ЛСИМ (на сегодня в целях учета можно использовать минимум 3 их модификации), формирование управленческого запроса, касающегося состояния объекта контроля (норма, недостача, избыток) и прочее (рис. 2).

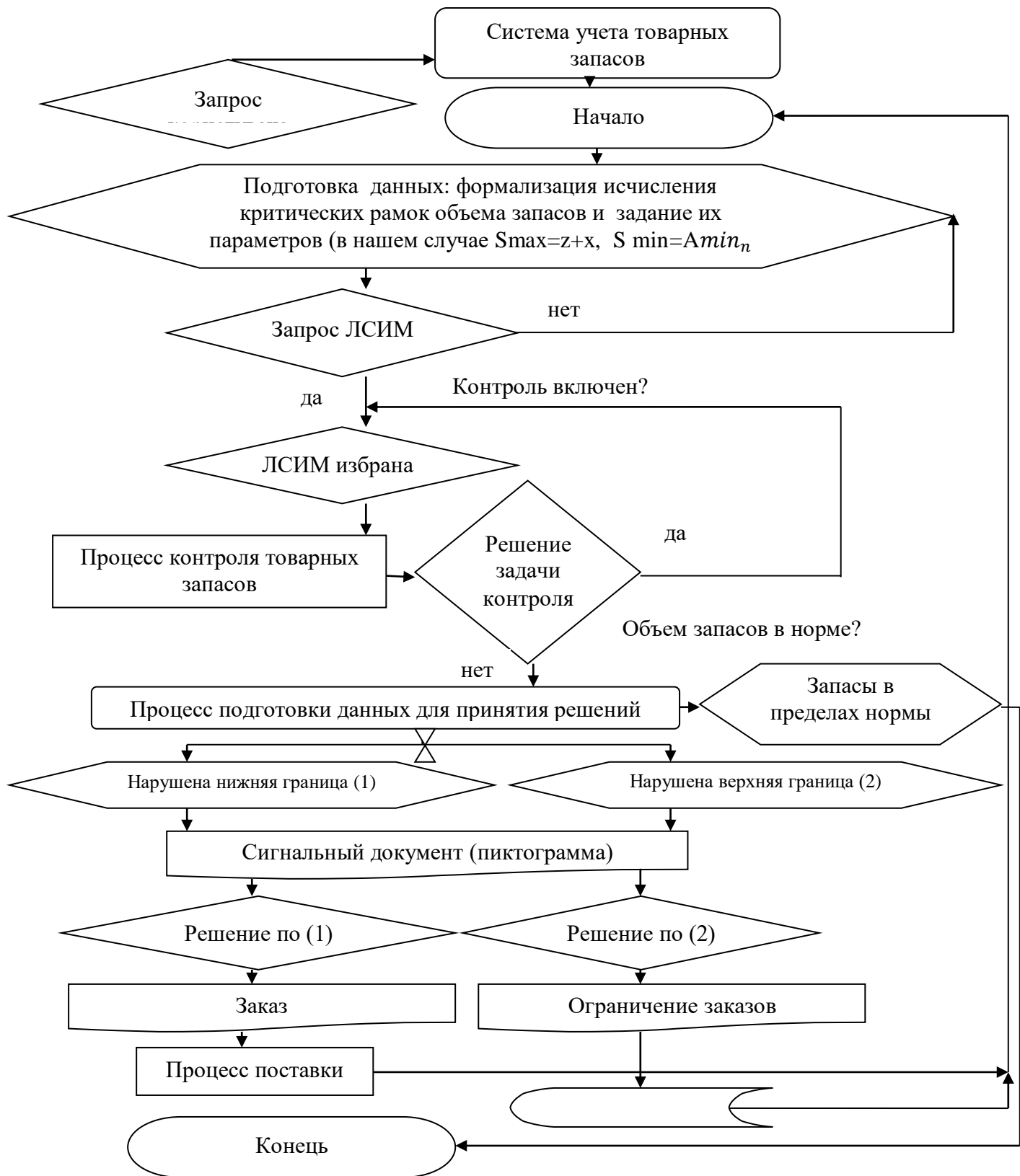


Рис. 2 – Блок-схема решения задачи контроля запасов*
 Примечание: * - разработано самостоятельно

Учитывая особенности объектов учета в розничной торговле и специфику предоставления результатных показателей контроля состояния их объемов при помощи ЛСИМ, можно предложить форму учетного документа (регистра учета), состоящую из граф:

- дата формирования документа;
- название объекта учета (товарного запаса) (буквенно-цифровое обозначение в названии документа и шифр счета в табличной форме);
- плановая потребность (количество, цена, сумма за соответствующими группами товаров);
- фактическое состояние объекта учета (за показателями, аналогичными к предыдущим графам);
- отклонение (аналогично);
- уровень риска (шифр коду риска: буквенное обозначение уровня риска за тремя группами – максимальный риск, средний риск, минимальный риск);
- рекомендуемые меры.

Выводы и предложения.

Таким образом, для успешно функционировали и развития торговых компаний в Украине необходимо:

- совершенствовать действующее законодательство, регулирующее предпринимательскую деятельность и принять нормативные акты, направленные на обеспечение развития рыночных отношений;
- создать действенную систему микрокредитования специализированными учреждениями;
- уменьшить количество лицензионных процедур, находящихся в компетенции центральных органов исполнительной власти;
- создать условия для увеличения количества работников, занятых в сфере торговли, что будет способствовать повышению уровня занятости и сокращению безработицы;
- услуги торговых компаний должны удовлетворять самые разнообразные сегменты рынка: население, коммерческие структуры, государственный сектор экономики;
- активная ценовая политика должна быть направлена на обеспечение

доступности услуг для различных категорий потребителей;

– активизировать процесс привлечения средств юридических и физических лиц к инвестированию проектов развития торгового бизнеса;

– активно использовать современные технологии в учете.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ (IFRS) В ТОРГОВЫХ КОМПАНИЯХ

Резюме

Рассмотрены особенности учета финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий и проблемы внедрения международных стандартов финансовой отчетности. Современное видение проблем и перспектив деятельности торговых предприятий дает возможность рационально организовывать их деятельность. Своевременное внедрение МСФО гарантирует правильный выбор развития их деятельности.

Ключевые слова: торговые предприятия, сектор экономики, финансово-хозяйственная деятельность, международные стандарты финансовой отчетности (IFRS), услуги.

Benko I.D.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Ternopil National Economic University, Ukraine

International Financial Reporting Standards (IFRS) in trading companies

Summary

The features of financial and economic activities of commercial enterprises and problems of implementation of International Financial Reporting Standards (IFRS). The modern vision of the problems and prospects of commercial enterprises activity makes it possible to efficiently organize their activity. Timely implementation of IFRS ensures the right choice of their activities.

Keywords: trading companies, sector of the economy, financial and economic activities, International Financial Reporting Standards (IFRS), services.

Benko I.D.

Kandydat nauk ekonomicznych, profesor nadzwyczajny

Tarnopolski Narodowy Uniwersytet Ekonomiczny, Ukraina

Міжнародowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) w przedsiębiorstwach handlowych

Streszczenie

Cechy działalności finansowej i gospodarczej przedsiębiorstw handlowych i problemach wdrażania międzynarodowych standardów sprawozdawczości finansowej. Nowoczesna wizja problemów i perspektyw działalności przedsiębiorstw handlowych pozwala efektywnie organizować swoją działalność. Terminowe wdrożenie MSSF gwarantuje właściwego wyboru swoich działań.

Słowa kluczowe: handel, sektor gospodarki, działalność finansowa i gospodarcza, Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej (MSSF), usługi.

Литература

1. Accounting in Ukraine under implementation of the European legislation : monograph / Under the guidance of Doctor of Economics, Professor Mykhailo Luchko. –Ternopil : TNEU, 2017. – 232 p.
2. Бенько І.Д. Особливості застосування міжнародних стандартів фінансової звітності у телекомунікаційних компаніях. Облік, аналіз і аудит в контексті Європейської інтеграції України: моногр. /за заг.ред. М.С.Пашкевич; М-во освіти і науки України; Нац.гірн.ун-т. – Дніпропетровськ: НГУ, 2015. – С.100-129.
3. Бенько І.Д.Проблеми і перспективі застосування МСФЗ (IFRS) для малих та середніх підприємств / І.Д.Бенько // Вісник Одеського національного ун-ту. Серія: Економіка. – Том 21. – Вип.7-1(49). – Одеса: ОНУ. – 2016. – С.168-172.
4. Вовк В.М. Моделювання економічних процесів підприємства: моногр. / В.М. Вовк, Н.І. Камінська, С.С. Прийма. – Дрогобич: Коло, 2011. – 448 с.
5. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами / С.Ф.Голов, В.М.Костюченко. – Х.: Фактор, 2013. – 1072 с.
6. Крупка М.І. Формування фінансового потенціалу інвестиційної діяльності в економіці України : моногр. / М.І. Крупка, Д.В. Ванькович, Н.Б. Демчишак,

М.І. Кульчицький. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 404 с.

7. Лучко М.Р. Міжнародні стандарти фінансової звітності в контексті облікової практики України / М.Р. Лучко // Наукові записки ТНПУ ім. В.Гнатюка. Серія: Економіка. – 2008. – № 22 . – С.172-175.
8. Лучко М.Р. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: навч. посіб. / М.Р. Лучко, І.Д.Бенько. – Тернопіль: Економічна думка, 2016. – 370 с.
9. Мельник А.Ф. Європейський союз: інституційні та економічні основи інтеграції / А.Ф.Мельник, І.Д.Бенько. – Тернопіль: Матвей, 2014. – 410 с.
10. Палий В.Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учебник / В.Ф. Палий. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 506 с.
11. Сіменко І.В. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. / І.В.Сіменко, Т.Д. Косова. – К.: ЦУЛ, 2013. – 384с.
12. Хорунжак Н.М. Облік в управлінні витратами бюджетних установ : моногр. / Н. М. Хорунжак. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 232 с.
13. Яцишин С.Р. Форми організації підприємств у процесі укрупнення / С.Р. Яцишин, І.Д. Бенько // Міжнародний науково-виробничий журнал „Сталий розвиток економіки”. – Хмельницький: Сталий розвиток економіки. – 2015. – №2 (27). – С.98-108.