



забезпечення відповідності та аналогічні функції, які полегшують контроль за здійсненням ефективного процесу нефінансового звітування на рівні оперативного менеджменту та обмін інформацією в межах організації); на рівні внутрішнього аудиту (забезпечує незалежну гарантію достовірності інформації керівному органу організації та вищому керівництву). Контроль на визначених рівнях може забезпечити достовірність та неупередженість процесу нефінансового звітування на рівні окремого підприємства. В даний час директива не містить вимоги про зовнішній контроль щодо нефінансової інформації. Однак існує необхідність для створення наглядового органу, відповідального за роботу компанії щодо нефінансової звітності. Сьогодні процес подання фінансової звітності проходить через різні організаційні рівні, перш ніж приймається державним органом. І хоча зовнішній аудит видає аудиторський звіт по фінансовій звітності, його роль щодо нефінансової інформації не є однозначною, оскільки залежить від деталей контракту з аудиторською компанією і вимог національного законодавства.

Список використаних джерел

1. Пан, Л. В. Збалансована система показників (Balanced Scorecard – BSc) як інструмент ефективного управління стратегією організації // Наукові записки. Національний університет «Києво–Могилянська Академія». – Т. 21: Економічні науки / НаУКМА; Редкол.: В. Брюховецький, та ін. – К., 2003. – С. 56-63.
2. Городничев, А. Ю. Сравнительный анализ современных моделей анализа и оценки результатов деятельности предприятий, основанных на ККД // Аудит и финансовый анализ. – 2006. – № 4. – С. 72-79.
3. Каплан, Роберт С., Нортон, Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – 2-е изд., испр. и доп. / Пер. с англ. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – 320 с.
4. Ивченко, С.В. Оценка влияния корпоративных социальных и благотворительных программ на показатели основной деятельности компании: обзор зарубежного опыта [Электронный ресурс] / С.В. Ивченко // Благотворительность в России: исторические и социально-экономические исследования. – № 2, 2003. Режим доступа: www.urbaneeconomics.ru/publications.
5. Ненашев, Н. Как оценивать эффективность корпоративных социальных программ / Н. Ненашев // Кадровик. Кадровый менеджмент. - № 10, 2008. – С. 23-35.

Рабаданова Ж.Б.

к.э.н., доцент,

кафедра анализа хозяйственной деятельности и аудита,

ГАОУ ВО Дагестанский государственный университет народного хозяйства,

г. Махачкала, Россия

АКТУАЛЬНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ МСФО В РОССИЙСКУЮ ПРАКТИКУ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

В настоящее время вопросы перехода российских предприятий на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) приобрели особую актуальность. Это обусловлено тем, что совершенствование практики применения МСФО как международного инструмента обмена финансовой информацией является одним из ключевых условий



масштабного применении проектного финансирования для реализации перспективных проектов, улучшения инвестиционного климата в России.

Необходимость составления бухгалтерской отчетности отечественными предприятиями по принципам международных стандартов вызвана объективными причинами. Во-первых, это даст возможность повысить качество отчетности для отечественных пользователей в результате ее прозрачности и сопоставимости. Во-вторых, позволит компаниям на конкурентной основе претендовать на иностранные инвестиции.

Поскольку международные стандарты финансовой отчетности используются в странах с разными национальными системами учета, они должны быть довольно гибкими. Они носят рекомендательный характер, и страны по собственному усмотрению решают, каким образом их использовать [1].

МСФО построены таким образом, что выбор определенного правила всегда базируется на общепризнанных принципах учета, положенных в основу составления финансовой отчетности, что обеспечивает доступность восприятия.

Впервые идея о внедрении МСФО оформилась в России еще в начале девяностых годов. С того времени государство упорно движется в сторону полного перехода на ведение отчетности в соответствии с международными стандартами. Результатом многолетних усилий стало принятие закона, обязывающего все предприятия, начиная с 2013 года вести отчетность в соответствии с МСФО.

Самое важное и основное отличие между российскими стандартами и международными – это абсолютно разный подход к учету.

В МСФО существует несколько основных принципов: принцип справедливой стоимости, принцип преимущества экономического содержания над правовой формой, принцип прозрачности и принцип соответствия [2].

Финансовая отчетность, подготовленная в соответствии с МСФО, используется инвесторами, а также другими предприятиями и финансовыми институтами. Финансовая отчетность в соответствии с российской системой учета, используется органами государственного управления и статистики. Эти группы пользователей имеют различные интересы и различные потребности в информации. Поэтому, и принципы, лежащие в основе составления финансовой отчетности, развивались в различных направлениях.

Применение МСФО, выходит за пределы учетного процесса, и требует консультаций и участия не только бухгалтерских работников, но и аналитиков, менеджеров, юристов, оценщиков, экономистов. Российские же ПБУ предназначены в основном для бухгалтеров, а отчетность – для контролирующих органов.

Финансовая отчетность – это структурированное представление финансового положения и финансовых результатов деятельности организации.

Цель финансовой отчетности, подготовленной по МСФО - представить информацию о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и движении денежных средств, которая будет полезна широкому кругу пользователей при принятии экономических решений.

МСФО сегодня – это международный язык бизнеса. Чтобы получать выгоды от вовлеченности в мировую экономику, российский бизнес должен уметь говорить на этом языке. Именно поэтому вместе с началом рыночных реформ в России начался поиск механизмов официального принятия МСФО.

МСФО позволит показывать достоверную, непредвзятую и прозрачную отчетность, которая будет отражать реальную картину деятельности предприятия. Основываясь на МСФО и собственное профессиональное мышление, бухгалтер сможет прийти к нужному решению, а не искать лазейки в четко прописанных правилах, которые позволили бы обойти какие-либо базовые положения.



Нет хороших и плохих систем. Каждая система имеет ряд положительных и отрицательных моментов. И то, что существовало десятилетия, очень сложно переделать. Россия на сегодняшний день как никогда близка к переходу на МСФО. Но для того, чтобы система работала, предстоит много сделать. Подготовка надежного фундамента займет, возможно, еще ни один год. Следует подчеркнуть, что формирование концептуальных основ адаптации МСФО в нашей стране, с учетом внесения корректировок и в саму Концепцию, и в Планы мероприятий по ее реализации, должно представлять постоянно действующий процесс, контролируемый как со стороны органов исполнительной и представительной власти, так и со стороны профессионального сообщества. Только такой подход сделает адаптацию и внедрение МСФО в России последовательными и необратимыми.

Список использованных источников

1. Рабаданова Ж. Б. Актуальность формирования финансовой отчетности по МСФО//Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право, 2014г., №3.
2. Черникова Л.И., Заернюк В.М . Международные стандарты финансовой отчетности в России: современное состояние, практика применения и пути дальнейшего развития // Международный бухгалтерский учет. 2011г., №32.

Рабаданова Р. А.

студентка, специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,

Шахбанов Р. Б.

д.э.н., профессор,

заведующий кафедры бухгалтерского учета,

ФГБОУ ВО Дагестанский государственный университет,

г. Махачкала, Россия

ПОРЯДОК ПРИЗНАНИЯ И БУХГАТЕРСКОГО ОТРАЖЕНИЯ РАСХОДОВ НА РЕКЛАМУ

Сбытовая деятельность экономического субъекта в условиях рыночной экономики связана с определенными и часто существенными расходами, в составе которых наиболее традиционными и значительными являются расходы на рекламу. Многообразие форм и методов рекламы, значительность сумм, направляемых компаниями на рекламную деятельность, обуславливают некоторые различия в признании, оценке расходов на рекламу в целях бухгалтерского учета и налогообложения, установленные соответствующими нормативными документами.

Бухгалтерский учет расходов на рекламу в РФ регламентируется Положением по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99, утвержденному Приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 года № 33н, Инструкцией по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, утвержденной Приказом Минфина РФ от 31 октября 2000 года № 94н, и другими документами.

Согласно Положению по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99, расходы на рекламу собственной продукции (товаров, работ, услуг) признаются в бухгалтерском учете организации расходами по обычным видам деятельности [1]. Однако для признания расходов необходимо соблюдение следующих условий:

- расходы производятся в соответствии с договорами, требованиями законодательных и нормативных актов;
- сумма расходов может быть определена;
- расходы приводят к уменьшению экономических выгод организации.