**Министерство образования и науки Российской Федерации**

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

**Финансовый Факультет**

**СТАТЬЯ**

***на тему «УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА»***

**Выполнила**

студентка группы 2321

Финансового Факультета

Ракитина Софья Алексеевна

**Научный руководитель**

к.э.н., доцент кафедры

бухгалтерского учета и налогообложения

Машинистова Г.Е.

Москва – 2017

Учётная политика представляет собой набор правил, в совокупности отвечающих на вопрос, что и как отражается в системе управленческого учёта. В этой связи задачей консультанта является формирование и изложение учётной политики в ясной, логичной форме, обеспечивая взаимосвязь отдельных её положений.

Учётная политика может в основе своей иметь международные стандарты бухгалтерского учёта (International Financial Reporting Standards – IFRS) и чисто специфические положения, направленные на то, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности руководства предприятием в информации, необходимой для принятия управленческих решений.

Характеристика некоторых положений IFRS, которые могут применяться в практической работе по постановке и ведению управленческого учёта.

1. Запасы и материалы должны оцениваться по наиболее низкой стоимости из двух возможных вариантов: либо по стоимости затрат на их приобретение/создание и доставку до текущего места пребывания, либо по ценам возможной реализации за вычетом затрат на неё.

2. Если точная стоимость конкретных запасов и материалов неизвестна, для её определения используется преимущественно метод FIFO или метод средней взвешенной.

3. Стоимость использованных в производстве запасов и материалов относится на затраты предприятия в том периоде, в котором предприятием получен соответствующий доход.

4. Если стоимость запасов и материалов уменьшена до цены их возможной реализации, эта разница считается расходами. При восстановлении этой разницы в позднейшем периоде она считается доходом, уменьшающим себестоимость реализованных в этом периоде товаров и услуг.

5. Материальные активы, имеющие достаточно длительный период «жизни», должны поэтапно списываться на затраты посредством амортизационных отчислений в зависимости от сроков их износа и других (например, юридических) временных ограничений по их использованию.

6. Отчёт о движении денежных средств объясняет причины изменения сумм денежных средств и их эквивалентов за отчётный период. Отчёт должен подразделять движение средств на операционную, инвестиционную и финансовую деятельность.

7. Экстраординарные, необычные для деятельности предприятия доходы и расходы должны показываться отдельно после прибыли/убытка от основной деятельности.

8. Коррекция фундаментальных ошибок отражается либо как коррекция прошлого периода, либо относится на прибыль/убыток текущего.

9. Расходы на исследования и разработки учитываются как текущие расходы. Но такие расходы могут и капитализироваться (накапливаться), если их можно чётко отнести к конкретному проекту (продукту), от последующей реализации которого предприятие получит конкретный доход. В этом случае данные расходы будут отнесены на расходы как себестоимость реализации данного продукта или как амортизация при его использовании в производственном процессе предприятия.

10. Доходы и расходы на строительство в случае возможности их точной оценки могут относиться к определённому периоду пропорционально проценту завершённости строительства (the percentage-jf-completion method). В противном случае, расходы на строительство покрываются доходами в отчётном периоде только в сумме этих расходов (cost recovery method), а в случае прогнозируемых убытков эти убытки должны признаваться немедленно.

11. Основные средства первоначально должны оцениваться по стоимости их создания/приобретения. Основные средства относятся на текущие и последующие расходы путём амортизационных начислений. Переоценка ОС в сторону увеличения их стоимости относится непосредственно на собственный капитал предприятия, минуя отчёт о прибылях и убытках. Если переоценка приводит к уменьшению стоимости ОС, эта разница отражается в отчёте о прибылях и убытках, кроме случаев, когда предыдущая переоценка привела к увеличению собственного капитала компании, минуя этот отчёт.

12. Финансовый лизинг предполагает переход рисков и доходов, связанных с объектом лизинга (оборудованием) к лизингополучателю. Лизингополучатель капитализирует объект лизинга по наименьшей его стоимости, включая дисконтированную сумму лизинговых платежей. Если нет уверенности в последующем переходе права собственности на объект лизинга, амортизация начисляется в зависимости от того, какой период короче: жизни объекта или срока лизинговых платежей. Лизингодатель учитывает объект лизинга как дебиторскую задолженность, а доход от лизинга отражается на основе нормы лизинговых платежей.

13. Доход от продаж признаётся, если к клиенту переходят контроль, риски и выгоды собственника отгруженной продукции, и если этот доход может быть точно определён. Доход учитывается, как правило, как сумма денежной задолженности клиента за отгруженную продукцию (оказанные услуги). Дисконтирование (поправка на процентную ставку по вложенным средствам) производится, если срок платежей существенно запаздывает по сравнению с датой отгрузки. **Расходы** предприятия должны соответствовать реализованной в периоде продукции. Если **расходы** по отгруженной в периоде продукции можно установить только в будущем, то и доход от такой реализации должен быть отнесён к соответствующему периоду в будущем.

14. Курсовые разницы относятся к тому периоду, в котором они возникли (транзакции) и к периоду оценки по курсу на дату оценки (балансовые счета).

15.Инвестиции учитываются и переоцениваются по наиболее низкой стоимости (рыночная или стоимость затрат).

16. Резервы отражаются на балансе, если предприятие имеет соответствующие обязательства или существует уверенность в том, что соответствующие расходы будут иметь место.

17.К нематериальным активам могут относиться: рекламные кампании, обучение, затраты на начало ведения (организацию) бизнеса, научные исследования.

Приведённый список положений не является исчерпывающим, он лишь обрисовывает возможности, которые открывают международные стандарты консультанту, занимающемуся разработкой учётной политики. Помимо общих моментов, таких как принцип отражения дохода (например, реализация товаров – по отгрузке, реализация услуг по факту оказания услуг и принятия их заказчиком), учётная политика должна включать в себя описание конкретных типовых операций с указанием счетов и проводок. Учётная политика является основным документом, обеспечивающим непрерывность и преемственность управленческого учёта. Поэтому её авторы должны позаботиться о том, чтобы в случае их ухода с предприятия новый специалист мог быстро войти в курс дела и понять сложившуюся методологию учёта.

Каждая из функционирующих в информационном поле организации учетных подсистем призвана полно и своевременно удовлетворить соответствующие информационные потребности определенного сегмента пользователей, преследующего специфические цели: финансовый учет – своевременно обеспечить пользователей внешней финансовой отчетностью, позволяющей проводить оценку финансового состояния организации; налоговый учет – правильно и в соответствии с установленными сроками рассчитаться с бюджетом и внебюджетными фондами, снизив при этом налоговое бремя организации; управленческий учет – обеспечить информационную поддержку менеджеров организации.

Принципы и правила ведения указанных видов учета различные. В отличие от финансового и налогового, управленческий учет законодательно не регламентируется и может осуществляться исходя из принципов российских, международных стандартов финансового учета и отчетности, а также внутренних правил конкретной организации в соответствии с информационными запросами ее менеджеров. Управленческий учет обеспечивает руководство компании качественно иной информацией, которая необходима для процессов планирования, учета, контроля и оценки деятельности как по организации в целом, так и по ее структурным подразделениям.

В настоящее время в большинстве случаев принимаемые руководством решения носят интуитивный характер и не подкрепляются соответствующими расчетами на базе информации управленческого учета. Эффективную деятельность хозяйствующего субъекта гарантирует такое управление, которое воздействует на объект путем выбора оптимального из множества возможных решений на основании имеющейся для этого информации.

Первичная информация о деятельности хозяйствующего субъекта, используемая в системах финансового, налогового и управленческого видов учета, едина. Управленческий учет, кроме того, нуждается в дополнительной специфической информации.

Для решения стоящих задач исходные данные должны обрабатываться по трем различным алгоритмам, предусматривающим принципы, правила и способы ведения каждого из указанных видов учета. Регламентировать и, тем самым, систематизировать, этот процесс призван такой инструмент, как учетная политика организации.

Список использованной литературы

1. Иванова Ж.А. Учетная политика для целей управленческого учета // http://www.m-economy. ru/art.php?nArtId=3363
2. Кондраков, Н. Учетная политика организации в управленческом учете // <http://www.cfin.ru/ias/manacc/acc_policy.shtml>

На что эти деньги? Вайсэр: Действительно, компания, как я уже сказал, с одной стороны, показывает неплохие финансовые операционные... Синдеева: Кстати, она прибыльная или нет? Опять же, ее можно назвать операционно прибыльной? Вайсэр: Get выгодно отличается от других компаний тем, что в территориях, где мы начали, мы уже прибыльны, но не во всех территориях, и вся компания еще не прибыльна, это инвестиционный бизнес. Мы начали в Израиле — это там, где... Синдеева: Но в Израиле — вы же там главные практически, да? Вайсэр: Это так, и компания действительно прибыльная и показывает хорошие результаты, но общая компания — это инвестиционный бизнес. И, соответственно, компания показывает, как я уже сказал, хороший операционный и финансовый рост, и, соответственно, в этом году действительно мы продолжаем привлекать финансирование. До Сбербанка нам повезло, и концерн Фольксваген… Синдеева: Да, это я не поняла. А что они сделали? Они тоже...? Вайсэр: Началось с того, что действительно в этом году... Синдеева: Это они машинами пошли, вы же не держите парк? Вайсэр: В этом году был действительно хороший год для Get с точки зрения того, что у нас получилось два стратегических партнера и акционера: один — со стороны концерна Фольксваген, в Фольксваген входит в 12 брендов — это и Ауди, и Порше и так далее. Они подписали с нами стратегическое соглашение и инвестировали крупную сумму денег. Синдеева: Сколько? Вайсэр: 300 миллионов долларов — это была публичная цифра. И второй стратегический акционер и партнер — это Сбербанк. Синдеева: Сейчас я спрошу про Фольксваген, уточните тогда все-таки. То есть они просто деньги проинвестировали, и никакого отношения к парку и к машинам? Вайсэр: Мы говорили о том, что мы искали стратегического партнера, который даст не только финансирование в данном случае. Они дали 300 млн. финансирование. Более важно было то, что они будут являться партнером, который поможет нам построить предложение в конечном итоге, которое будет включать также и робот-такси. Синдеева: А, я про это тоже хотела побольше. Вайсэр: И Фольксваген — важная часть нашего соглашения о том, что в момент, когда у них будет готова технология, у нас будет право первой ночи запуска этой технологии в странах, где мы представлены. Другими словами, Get сможет запустить беспилотное такси первыми в России. Синдеева: Я тоже хотела бы об этом поговорить. Вайсэр: В России, в Англии. Синдеева: А как это повлияет на существующую модель бизнеса? Вайсэр: Безусловно, это будет смешанная модель, когда у вас будет сервис и такой, и такой. Не везде и технология будет доступна, не везде регуляция будет доступна для этой технологии, но там, где это будет доступно, мы сможем предоставить сервис, где вы будете по нажатию Get, к вам будет приезжать... Синдеева: Машины кому будут принадлежать? Вайсэр: В данном случае это отдельная… Она может принадлежать компании Get, она может принадлежать производителю автомобиля. Это целая концепция. Он а может принадлежать инвестиционной фирме, которая захочет в этом участвовать. Это еще открытый вопрос. Мы находимся где-то на расстоянии пяти-семи лет, порядка пяти-семи лет. Синдеева: Да, какой прогноз? То есть, в принципе, на рынке окажутся роботы, которыми будут пользоваться. Вайсэр: Совершенно верно. И, конечно же, когда такие машины появятся, их будет не хватать, потому что потребность в первую очередь будет у сервисов нашей категории. То есть очевидно, что такая машина, которая работает, я уже сказал, в частном четыре процента утилизация, у нас (утилизация — неправильное слово на русском, использование загрузки), в нашем сервисе она загружена от 40 до 50%, соответственно, безусловно, пользу, которую может принести лучше здесь, их будет не хватать, поэтому нам важно было прийти к этому стратегическому соглашению с концерном Фольксваген, в него входит, еще раз говорю, не только Фольксваген, о том, что эти машины появятся у нас первыми, и таким образом мы сможем давать эту услугу. Синдеева: 100 миллионов из Сбербанка на что? Вайсэр: Надо понимать, что всего есть несколько категорий, которые по-настоящему являются масс-маркетом. Масс-маркетом сегодня является food — пища, телекоммуникации, также транспорт. Редка ситуация, когда дается возможность перестраивать индустрию с нуля. И Get довелась такая возможность построения новой инфраструктуры более эффективной в данном случае в России и еще в нескольких странах. С привлечением Фольксвагена мы будем расширять наши сервисы также в Европе. Синдеева: То есть вы пойдете на новые рынки? Вайсэр: Мы сейчас находимся на очень больших рынках, но с ростом... Синдеева: Нет, а на что деньги? Я опять, я тут сидела, на самом деле, всю голову поломала, потому что технологическая компания, основная идея — это в софте и в менеджменте, условно, этим софтом. У вас нет своих машин, у вас нет своих водителей, у вас ничего своего нет, есть условный офис, окей, тысяча человек, но при этом вы уже привлекли больше полмиллиарда долларов. И вот куда деньги то идут эти прекрасные? Вайсэр: Безусловно, это просто — они идут на бизнес. Синдеева: Хорошо. Давайте мы сейчас, мы ориентируемся на все-таки широкую аудиторию таких, как я. Вайсэр: В конечном итоге построить бизнес, который работает сегодня в 100 городах — 60 в России и 40 не в России — в конечном итоге, привлекать ту аудиторию, которая у нас есть, это десятки миллионов пользователей, которые пользуются Get, стоит денег, так же, как и в телекоммуникациях. Синдеева: Это что, на маркетинг? Вайсэр: Маркетинг, операционка. В конечном итоге, компании такого порядка занимаются операционкой больше, чем технологией даже. То есть вы представляете, мы сейчас упоминали 50 тысяч водителей, мы их экзаменуем, тестируем, помогаем также обучиться и так далее. Синдеева: Но это кто-то тоже на аутсорсе все делает для вас, наверное, ваши сотрудники? Вайсэр: Нет, это внутренние ресурсы, безусловно, да. Синдеева: Но все равно тысяча человек в компании же работа ют, а не 20 тысяч. Вайсэр: Тысячи человек у нас сегодня в компании, да, да. Синдеева: Все равно я не понимаю, куда идет деньги. Скажите, куда идут деньги инвесторов? Вайсэр: Вы, наверное, знаете, в курсе, что Uber привлек порядка 15 миллиардов долларов. Синдеева: Но это параллельный, интересный вопрос. Вайсэр: Да, и так, что как раз Get умудряется делать то же самое и больше в Европе за меньшие деньги. Наверное, есть на это причины, не хочется как-то… Синдеева: Нет, подождите, давайте так для чайников. Окей, наверняка в развитии софта или в совершенствование идут, в маркетинг, окей. А во что еще? Вайсэр: Есть три основных блока: технологии, маркетинг, операционка. В конечном итоге, эти три блока потребляют основную сумму денег, и это связано, и во всех группах компаний, будь то либо Uber, либо наши параллельные игроки в Индии, в Китае, в Латинской Америке, в Европе. Сегодня в мире есть порядка семи игроков, которые достигли подобного объема, роста и привлекли серьезное финансирование, все они привлекают серьезное финансирование, связанное с тем, что модель требует активного финансирования на начальном этапе. Синдеева: А Uber самый большой сейчас? Вайсэр: Uber, безусловно, самый большой в мире. Синдеева: А эти оценки, такие разные цифры звучат, оценки Uber? Вайсэр: В каждой территории тем не менее есть локальные чемпионы. То есть если мы посмотрим на Uber — великолепная компания, которая в Америке, безусловно, номер один, но при этом на всех остальных рынках вне Америки она является игроком номер два или меньше. В Китае, как известно, были номер два, в конечном итоге мы должны были выйти, в Индии номер два, в Европе номер два, в Латинской Америке номер три или номер два, в России тоже третий игрок. Поэтому это не делает ее хуже, это лишь говорит о том, что, знаете, в телекоммуникациях тоже есть холдинговые компании, есть Orange, есть Vodafone, есть Вымпелком, и они сильны на своих локальных территориях, и они так же представлены в других территориях, но более слабо, так устроен бизнес, нельзя победить везде. То же самое происходит здесь. Uber представлен во многих местах, но по-настоящему силен в Америке. На территории других стран это второй или третий игрок. Синдеева: Эта оценка 50 миллиардов...? Вайсэр: 70. Синдеева: 70 уже. Это, опять же, из чего? То есть Uber операционно прибыльный, но он тоже привлек очень много денег. Вайсэр: Как раз Uber не операционно прибыльный. Uber потерял в последние годы три миллиарда долларов, но мне кажется, мы можем сейчас строить дискуссию относительно экономики… Синдеева: Я все хочу узнать, как вас бы оценили, вы же не говорите про свою оценку. Вайсэр: Да. Но на это, мне кажется, нам понадобится немножко больше времени. Это была бы интересная, на самом деле, дискуссия. Можно поговорить про компанию Amazon, которая сегодня является самой большой компанией в ритейле. В Новый год 50% всех продаж, вообще всех продаж в Америке было сделано через Amazon, при этом компания в течение 20 лет теряла деньги, сегодня она зарабатывает деньги. И можно поговорить про новую экономику и про модели — это будет безумно интересно, просто мне кажется, что учитывая количество вопросов, которые если вместить в 40 минут — это возможно, но непросто. Синдеева: Но вы уже отвечали на этот вопрос, что пока вы не планируете делать IPO, несмотря на то, что компания там готова в принципе. Почему? Вайсэр: Скорее, это, наверное, правильно для категории. Компании пытаются оставаться частными так долго, сколько компании продолжают расти больше сотни процентов. Синдеева: Вы говорите, я все слушаю, просто я хочу кое-что не забыть. Ладно, пока вы не готовы. Параллельно, так как у вас есть инвестфонд, вы куда-то еще инвестируете, успеваете? Вайсэр: 100% Get, до Get была еще такая иллюзия того, что можно делать... Синдеева: То есть просто пассивным инвестором вы тоже не являетесь. Вайсэр: Вообще нет. Синдеева: А в Get у вас зарплата или вы живете на старые дивиденды какие-то? Вайсэр: Моя личная философия, в принципе, Get — не первый бизнес, который делаю, но философия остается неизменной: я не беру зарплату в компании, не получаю зарплату. Синдеева: Но дивиденды вы же получаете от… Вайсэр: Дивидендов пока тоже в компании нет, соответственно... Синдеева: Как же вы живете тогда?

1. Лисович, Г.М. Бухгалтерский (управленческий) учет в сельском хозяйстве: Учебное пособие / Г.М. Лисович, И.С. Шутова. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 168 c.
2. Лысенко, Д.В. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / Д.В. Лысенко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. - 478 c.
3. Мизиковский, И.Е. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие / И.Е. Мизиковский, А.Н. Милосердова, В.Н. Ясенев. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2012. - 112 c.