

MEĐUNARODNI STANDARD FINANSIJSKOG IZVJEŠTAVANJA 8

Poslovni segmenti

Cilj

1. Subjekt je dužan objaviti informacije koje korisnicima njegovih finansijskih izvještaja omogućuju da ocijene vrstu i finansijske učinke poslovnih djelatnosti kojima se bavi te privredno okruženje u kojem posluje.

Djelokrug

2. Ovaj MSFI se primjenjuje na:
 - (a) odvojene ili pojedinačne finansijske izvještaje subjekta
 - (i) čijim dužničkim ili vlasničkim instrumentima se trguje na javnom tržištu (domaćoj ili inostranoj berzi ili na izvanberzovnom tržištu, uključujući lokalna i regionalna tržišta) ili
 - (ii) koji podnosi ili je u postupku podnošenja svojih finansijskih izvještaja regulatornom tijelu radi izdavanja bilo koje klase instrumenata na javnom tržištu
 - i
 - (b) konsolidirane finansijske izvještaje grupe sa maticom
 - (i) čijim dužničkim ili vlasničkim instrumentima se trguje na javnom tržištu (domaćoj ili inostranoj berzi ili na izvanberzovnom tržištu, uključujući lokalna i regionalna tržišta) ili
 - (ii) koja podnosi ili je u postupku podnošenja svojih konsolidiranih finansijskih izvještaja regulatornom tijelu radi izdavanja bilo koje klase instrumenata na javnom tržištu.
3. Ako subjekt koji nije obavezan primjenjivati ovaj MSFI odluči objaviti informacije o segmentima koje nisu u skladu s ovim MSFI, ne smije te informacije nazvati segmentalnim informacijama.
4. Ako neki finansijski izvještaj sadrži i konsolidirane finansijske izvještaje matice koja potpada u djelokrug ovoga MSFI, kao i zasebne finansijske izvještaje matice, segmentalne informacije se objavljuju samo u konsolidiranim finansijskim izvještajima.

Poslovni segmenti

5. Poslovni segment je sastavni dio subjekta:
 - (a) koji obavlja poslovne djelatnosti iz kojih može ostvariti prihode i zbog kojih kod njega nastaju rashodi (uključujući prihode i rashode koji se odnose na transakcije s drugim sastavnim dijelovima istog subjekta),

(b) čije rezultate poslovanja redovno pregledava glavni donosilac poslovnih odluka subjekta kako bi donio odluku o resursima koje treba rasporediti na segment i ocijeniti njegovo poslovanje i

(c) za koji postoje zasebne financijske informacije.

Poslovni segment može obavljati poslovne djelatnosti kojima tek treba ostvariti prihode, na primjer, dijelovi poslovanja koji tek započinju svoje poslovanje mogu biti poslovni segment prije nego što ostvare prihode.

6. Nije svaki dio nekog subjekta nužno i poslovni segment ili dio poslovnog segmenta. Na primjer, sjedište poduzetnika ili neki funkcijski odjeli ne moraju ostvarivati prihode ili mogu ostvarivati prihode koji su tek uzgredni u odnosu na djelatnosti, i kao takvi ne bi bili poslovni segmenti. Za svrhe ovog MSFI, planovi primanja zaposlenih nakon prestanka radnog odnosa nisu poslovni segmenti.
7. Izraz „glavni donosilac poslovnih odluka“ označava funkciju, a ne nužno rukovodioca sa specifičnom titulom. Riječ je o funkciji koja raspoređuje resurse na poslovne segmente subjekta i ocjenjuje njihovo poslovanje. Često je glavni donosilac poslovnih odluka subjekta njegov direktor izvršni direktor, no može biti, na primjer, i skupina izvršnih direktora ili drugih.
8. Kod mnogih subjekata tri obilježja poslovnih segmenata iz tačke 5. nedvojbeno određuju njihove poslovne segmente. Međutim, subjekt može izdavati izvještaje u kojima svoje poslovne djelatnosti prikazuje na razne načine. Ako glavni donosilac poslovnih odluka koristi više od jednog skupa segmentalnih informacija, drugi faktori mogu jedan skup sastavnih dijelova odrediti kao poslovne segmente subjekta, uključujući prirodu poslovnih djelatnosti svakog sastavnog dijela, postojanje direktora odgovornih za njih i informacije koje se prezentiraju upravi.
9. Općenito, poslovni segment ima svog direktora koji direktno odgovara glavnom donosiocu poslovnih odluka i s njim redovno kontaktira radi razgovora o poslovanju, financijskim rezultatima, prognozama ili planovima segmenta. Izraz “direktor segmenta” označava funkciju a ne nužno direktora s određenom titulom. Glavni donosilac poslovnih odluka može biti i direktor nekih poslovnih segmenata. Jedan direktor može biti direktor jednog poslovnog segmenta ili više njih. Ako obilježja iz tačke 5. vrijede za više skupova sastavnih dijelova neke organizacije, ali su direktori segmenta odgovorni za samo jedan skup, taj skup sastavnih dijelova sačinjava poslovne segmente.
10. Obilježja iz tačke 5. mogu vrijediti za dva ili više skupova sastavnih dijelova koji se preklapaju a za koje se direktori smatraju odgovornima. Takva struktura se ponekad naziva matričnom organizacijom. Na primjer, neki direktori su u nekim subjektima odgovorni za različite skupine proizvoda i usluga u svijetu, dok su drugi direktori odgovorni za određena teritorijalna područja. Glavni donosilac poslovnih odluka redovno pregledava rezultate poslovanja obaju skupova sastavnih dijelova i za oba skupa postoje financijske informacije. U takvoj situaciji subjekt određuje skup sastavnih dijelova koji sačinjavaju poslovne segmente primjenom osnovnog načela.

Izveštajni segmenti

11. Subjekt je dužan odvojeno izvještavati o informacijama svakog poslovnog segmenta koji:
- (a) je određen u skladu s tačkom 5.-10. ili je nastao objedinjavanjem dvaju ili više poslovnih segmenata u skladu s tačkom 12. i
 - (b) prelazi kvantitativne pragove iz tačke 13.
- U tačkama 14.-19. su navedene ostale situacije u kojima je obavezno odvojeno izvještavanje o informacijama poslovnog segmenta.

Kriteriji objedinjavanja

12. Poslovni segmenti često imaju slične dugoročne finansijske rezultate ako imaju slična ekonomska obilježja. Na primjer, kod dvaju poslovnih segmenata sličnih ekonomskih obilježja se može očekivati slična prosječna bruto marža na duži rok. Dva poslovna segmenta ili više njih je moguće objediniti u jedan poslovni segment ako je objedinjavanje u skladu s osnovnim načelom ovoga MSFI-ja, ako segmenti imaju slična ekonomska obilježja i ako su slični u svim niže navedenim elementima:
- (a) vrsti proizvoda i usluga
 - (b) vrsti proizvodnog procesa
 - (c) vrsti ili kategoriji klijenata za svoje proizvode i usluge
 - (d) metodama koje koriste za distribuciju svojih proizvoda i pružanje svojih usluga i
 - (e) ako je primjenjivo, po regulatornom okruženju, na primjer bankarstvo, osiguranje ili sektor komunalnih usluga.

Kvantitativni pragovi

13. Subjekt je dužan u izvještaju zasebno iznijeti informacije o poslovnom segmentu koji premašuje bilo koji sljedeći kvantitativni prag:
- (a) iskazani prihod, uključujući i prihod od prodaje vanjskim kupcima i prihod od intersegmentalne prodaje ili prenosa, je deset ili više posto od ukupnih prihoda, unutarnjih i vanjskih, svih poslovnih segmenata
 - (b) apsolutni iznos iskazane dobiti ili iskazanog gubitka je deset ili više posto od većeg, u apsolutnom iznosu, između (i) ukupne iskazane dobiti svih poslovnih segmenata koji nisu iskazali gubitak i (ii) ukupno iskazanog gubitka svih poslovnih segmenata koji su iskazali gubitak
 - (c) imovina segmenta je deset ili više posto od ukupne imovine svih poslovnih segmenata.

Poslovni segmenti koji ne prelaze ni jedan od navedenih kvantitativnih pragova mogu se smatrati izvještajnim segmentima i o njima se može zasebno izvještavati ako je uprava uvjerena da će informacije o njima biti korisne korisnicima finansijskih izvještaja.

14. Subjekt može informacije o poslovnim segmentima koji ne prelaze kvantitativne pragove objediniti s informacijama o drugim poslovnim segmentima koji ne prelaze kvantitativne pragove kako bi imao samo jedan segment samo ako je riječ o poslovnim segmentima sličnih ekonomskih obilježja i kojima je zajednička većina kriterija objedinjavanja iz tačke 12.
15. Ako ukupni vanjski prihodi poslovnih segmenata čine manje od 75 posto prihoda subjekta, svi dodatni poslovni segmenti se određuju kao izvještajni segmenti, čak i ako ne udovoljavaju kriterijima iz tačke 13., sve dok prihodi izvještajnih segmenata ne dosegnu najmanje 75 posto prihoda subjekta.
16. Informacije o drugim poslovnim djelatnostima i poslovnim segmentima o kojima se ne izvještava se objedinjavaju i objavljuju u sklopu kategorije „svi ostali segmenti“ odvojeno od stavki za usklađivanje u sklopu usklađivanja koje nalaže tačka 28. Obavezno je opisati izvore prihoda iz kategorije „svi ostali segmenti“.
17. Ako uprava procijeni da je neki poslovni segment određen u periodu koji je neposredno prethodio tekućem periodu kao izvještajni segment i dalje značajan, informacije o tom segmentu se i u tekućem periodu iskazuju odvojeno, čak i ako poslovni segment više ne zadovoljava izvještajne kriterije iz tačke 13.
18. Ako je neki poslovni segment u tekućem periodu u skladu s kvantitativnim pravima određen kao izvještajni segment, segmentalni podaci prethodnog perioda se radi usporedbe reklasificiraju na način da novi izvještajni segment bude prikazan kao zaseban segment, čak i ako u prethodnom periodu nije zadovoljio izvještajne kriterije iz tačke 13., osim ako sve potrebne informacije nisu dostupne i ako troškovi njihove pripreme ne bi bili previsoki.
19. Postoji stanovita granica praktičnosti u pogledu broja izvještajnih segmenata o kojima subjekt zasebno izvještava i iznad koje bi segmentalne informacije mogle postati pretjerano detaljne. Iako tačna granica nije određena, ako broj segmenata koji su prema tački 13.-18. izvještajni segmenti bude veći od deset, subjekt bi trebao razmotriti mogućnost da je dosegnuta granica praktičnosti.

Objavljivanje

20. **Subjekt je dužan objaviti informacije koje korisnicima njegovih finansijskih izvještaja omogućuju da ocijene vrstu i finansijske učinke poslovnih djelatnosti kojima se bavi, te privredno okruženje u kojem posluje.**
21. Radi provedbe načela iz tačke 20., subjekt je dužan objaviti sljedeće informacije za svaki period za koji prezentira dobit ili gubitak:
 - (a) opće informacije navedene u tački 22.,
 - (b) informacije o iskazanoj dobiti segmenta, odnosno gubicima segmenta, uključujući prihode i rashode uključene u iskazanu dobit segmenta, odnosno iskazani gubitak segmenta, imovinu segmenta, obaveze segmenta te osnovu mjerenja kako su opisani u tačkama 23.-27. i

- (c) usklađivanje ukupnih prihoda segmenta, iskazane dobiti segmenta, odnosno iskazanog gubitka segmenta, obaveze segmenta i druge materijalne stavke segmenta u odnosu na podudarne stavke subjekta kako su opisane u tački 28.

Usuglašavanje iznosa iskazanih u izvještaju o finansijskom položaju subjekta koji se odnose na izvještajne segmente s iznosima iskazanima u izvještaju o finansijskom položaju subjekta se obavezno objavljuje za svaki datum na koji se prezentira izvještaj o finansijskom položaju. Informacije o prethodnim periodima se obavezno prepravljaju kako je opisano u tački 29. i tački 30.

Opće informacije

22. Subjekt je dužan objaviti sljedeće opće informacije:
- (a) faktore na osnovu kojih je subjekt odredio svoje izvještajne segmente, uključujući organizacijsku osnovu (na primjer, da li je uprava odabrala subjekt organizovati na osnovu razlika u proizvodima i uslugama, teritorijalnih područja, regulatornog okruženja ili kombinacije faktora i da li su poslovni segmenti objedinjeni) i
 - (b) vrste proizvoda i usluga na osnovu kojih svaki izvještajni segment ostvaruje svoje prihode.

Informacije o dobiti, gubitku, imovini i obavezama

23. Subjekt je dužan iskazati dobit, odnosno gubitak svakog izvještajnog segmenta. Subjekt je dužan objaviti i pokazatelj imovine i obaveza svakog izvještajnog segmenta ako je riječ o iznosima koji se redovito prezentiraju glavnom donosiocu poslovnih odluka. Subjekt je također dužan o svakom izvještajnom segmentu objaviti sljedeće podatke ako je riječ o iznosima koji ulaze u pokazatelj segmentalne dobiti, odnosno segmentalnog gubitka koje pregledava glavni donosilac odluka ili koji mu se na drugi način redovno podnose, čak i ako nisu uključeni u pokazatelj segmentalne dobiti, odnosno segmentalnog gubitka:
- (a) prihode od vanjskih kupaca
 - (b) prihode iz transakcija s drugim poslovnim segmentima istog subjekta
 - (c) kamatne prihode
 - (d) kamatne rashode
 - (e) amortizaciju materijalne i nematerijalne imovine
 - (f) značajne stavke prihoda i rashoda objavljenih u skladu sa tačkom 97. MRS 1 - *Prezentiranje finansijskih izvještaja* (revidiran 2007.)
 - (g) udjel subjekta u dobiti ili gubitku pridruženih društava i zajedničkih ulaganja obračunatih metodom udjela
 - (h) rashode ili prihode od poreza na dobit i
 - (i) materijalno značajne nenovčane stavke, a koje nisu amortizacije materijalne i nematerijalne imovine.

Subjekt je dužan kamatne prihode iskazati odvojeno od kamatnih rashoda za svaki izvještajni segment, osim ako većinu prihoda segmenta ne sačinjavaju kamate i glav-

ni donosilac poslovnih odluka se prvenstveno oslanja na neto kamatne prihode kako bi ocijenio uspješnost poslovanja segmenta i donosio odluke o resursima koje treba rasporediti na taj segment. U tom slučaju, subjekt može kamatne prihode segmenta iskazati umanjene za kamatne rashode, što je dužan i objaviti.

24. Subjekt je dužan za svaki izvještajni subjekt objaviti sljedeće iznose ako su uključeni u pokazatelj segmentalne imovine koji pregledava glavni donosilac poslovnih odluka ili ako mu se redovno podnose na uvid, čak i ako nisu uključeni u pokazatelj segmentalne imovine:
- (a) iznos ulaganja u pridružena društva i zajedničke pothvate obračunate metodom udjela i
 - (b) iznose povećanja dugotrajne imovine*, a koja nisu finansijski instrumenti, odgođena porezna imovina, imovina primanja nakon prestanka radnog odnosa (v. tačku 54.-58. MRS-a 19 - *Primanja zaposlenih*) i prava koja proizlaze iz ugovora o osiguranju.

Mjerenje

25. Iznos svake iskazane segmentalne stavke mora biti pokazatelj koji se prezentira glavnom donosiocu odluka radi donošenja odluka o raspoređivanju resursa na segment i ocjenjivanja uspješnosti njegovog poslovanja. Usklađivanja i eliminacije provedene prilikom sastavljanja finansijskih izvještaja subjekta te raspodjela prihoda, rashoda, dobiti ili gubitaka se uzimaju u obzir prilikom utvrđivanja segmentalne dobiti, odnosno segmentalnog gubitka samo ako ulaze u pokazatelj dobiti, odnosno gubitka toga segmenta kojeg koristi glavni donosilac poslovnih odluka. Slično tome, u izvještaju o segmentu se iskazuju samo one stavke imovine i obaveza koje ulaze u pokazatelj segmentalne imovine i segmentalnih obaveza koje koristi glavni donosilac poslovnih odluka. Ako se iznosi raspoređuju na iskazanu segmentalnu dobit, odnosno iskazani segmentalni gubitak, segmentalnu imovinu ili segmentalne obaveze, raspoređuju se na razumnoj osnovi.
26. Ako glavni donosilac poslovnih odluka koristi samo jedan pokazatelj dobiti ili gubitka, imovine ili obaveza toga segmenta u osjenjivanju uspješnosti segmenta i odlučivanju o rasporedu resursa, onda se dobit ili gubitak, imovina i obaveze segmenta iskazuju tim pokazateljima. Ako glavni donosilac poslovnih odluka koristi više pokazatelja dobiti ili gubitaka, imovine i obaveza nekog poslovnog segmenta, iskazani pokazatelji trebaju biti oni za koje je uprava uvjerena da su određeni u skladu s načelima mjerenja koja su najpodudarnija s načelima mjerenja korištenima pri mjerenju odgovarajućih iznosa u finansijskim izvještajima subjekta.
27. Subjekt je dužan obrazložiti pokazatelje segmentalne dobiti ili gubitka, segmentalne imovine i obaveza za svaki izvještajni segment i objaviti barem sljedeće:
- (a) računovodstvenu osnovu za sve transakcije između izvještajnih segmenata,
 - (b) prirodu razlika između pokazatelja dobiti, odnosno gubitaka izvještajnog segmenta te dobiti, odnosno gubitka subjekta prije prihoda ili rashoda od poreza

* Ako je imovina razvrstana po načelu rastuće likvidnosti, dugotrajna imovina je imovina čija realizacija se očekuje u periodu duljem od dvanaest mjeseci nakon datuma izvještaja o finansijskom položaju.

na dobit i obustavljenog poslovanja (ako to nije očigledno iz usklađenih stavki opisanih pod tačkom 28.). Razlike mogu biti u računovodstvenim politikama i politikama za raspoređivanje troškova koji terete centralu a koje su nužne za razumijevanje iskazanih informacija o segmentu,

- (c) prirodu razlika između pokazatelja imovine izvještajnog segmenta i imovine subjekta (ako nije očigledna iz usklađivanja stavki opisanih pod tačkom 28.). Razlike mogu biti u računovodstvenim politikama i politikama za raspoređivanje imovine koja se zajednički koristi a koje su nužne za razumijevanje iskazanih informacija o segmentu,
- (d) prirodu razlika između pokazatelja obaveza izvještajnog segmenta i obaveza subjekta (ako nije očigledna iz usklađivanja stavki opisanih pod tačkom 28.). Razlike mogu biti u računovodstvenim politikama i politikama za raspoređivanje zajednički iskorištenih obaveza a koje su nužne za razumijevanje iskazanih informacija o segmentu,
- (e) prirodu razlika u metodama korištenima za određivanje dobiti ili gubitka izvještajnog segmenta u odnosu na prethodna periode te eventualan utjecaj tih promjena na pokazatelj dobiti ili gubitka segmenta,
- (f) vrstu i utjecaj svake asimetrično raspoređene stavke na izvještajne segmente. Na primjer, subjekt može trošak amortizacije materijalne imovine rasporediti na segment, a da pri tome na njega ne rasporedi i dotičnu imovinu.

Usklađivanje

28. Subjekt je dužan uskladiti svaku sljedeću stavku:

- (a) ukupne prihode izvještajnog segmenta s prihodima subjekta
- (b) ukupne pokazatelje dobiti ili gubitka izvještajnih segmenata s dobiti ili gubitkom subjekta nakon poreza (poreznih prihoda) i obustavljenog poslovanja. No, ako neki subjekt na izvještajne segmente rasporedi stavke kao što su porezni rashod (prihodi od poreza na dobit), može uskladiti ukupne pokazatelje dobiti li gubitka segmenata s dobiti ili gubitkom subjekta nakon tih stavki.
- (c) ukupnu imovinu izvještajnih segmenata s imovinom subjekta
- (d) ukupne obaveze izvještajnih segmenata s obavezama subjekta ako se segmentalne obaveze prikazuju u skladu s tačkom 23.
- (e) ukupne iznose izvještajnih segmenata koji se odnose na svaku drugu značajnu informaciju objavljenju uz podudarni iznos iskazan za subjekta.

Sve značajne stavke za usklađivanje se navode i opisuju odvojeno. Na primjer, iznos svakog značajnog usklađivanja potrebnog radi usklađivanja dobiti ili gubitka izvještajnog segmenta s dobiti ili gubitkom subjekta ili dobiti ili gubitkom proizašlog zbog različitih računovodstvenih politika se navodi i opisuju odvojeno.

Prepravljanje prethodno iskazanih informacija

29. Ako je subjekt promijenio svoju unutrašnju organizacijsku strukturu na način da to ima za posljedicu promjene u sastavu njegovih izvještajnih segmenata, podudarne

informacije za ranije periode, uključujući izvještajne periode unutar izvještajne godine, se prepravljaju, osim ako nisu dostupne i ako troškovi njihove pripreme ne bi bili previsoki, pri čemu se dostupnost informacija i procjena troškova određuje za svaku pojedinačnu stavku za objavu. Nakon promjene sastava izvještajnih segmenata, subjekt je dužan objaviti da li je prepravio pripadajuće stavke u prethodnim periodima.

30. Ako je subjekt promijenio svoju unutrašnju organizacijsku strukturu na način da to ima za posljedicu promjene u sastavu njegovih izvještajnih segmenata i ako segmentalne informacije za prethodne periode, uključujući izvještajne periode unutar izvještajne godine, nisu prepravljene u skladu s promjenom, subjekt je dužan segmentalne informacije tekućeg perioda u godini promjene objaviti i na osnovu prethodne i na osnovu nove segmentacije, osim ako neophodne informacije nisu dostupne i ako troškovi njihove pripreme ne bi bili previsoki.

Objavljivanje podataka kroz cijeli poslovni segment

31. Tačke 32.-34. se primjenjuju na sve subjekte koji potpadaju u djelokrug ovoga MSFI-ja, uključujući subjekte koji imaju samo jedan izvještajni segment. Poslovne djelatnosti nekih subjekata nisu organizovane na osnovu razlika između proizvoda i usluga ili teritorijalnih područja poslovanja. Izvještajni segmenti takvih subjekata mogu iskazivati prihode iz široke palete bitno različitih proizvoda i usluga ili može postojati više izvještajnih segmenata koji proizvode suštinski iste proizvode, odnosno pružaju suštinski iste usluge. Slično tomu, izvještajni segmenti nekog subjekta mogu držati imovinu u različitim teritorijalnim područjima i iskazivati prihode od klijenata iz različitih teritorijalnih područja, ili više izvještajnih segmenata subjekta može poslovati u istom teritorijalnom području. Informacije iz tačke 32.-34. se objavljuju samo ako nisu prezentirane u sklopu informacija izvještajnog segmenta koje nalaže ovaj MSFI.

Informacije o proizvodima i uslugama

32. Subjekt je dužan iskazati prihode od vanjskih kupaca za svaki proizvod i svaku uslugu ili svaku skupinu sličnih proizvoda, odnosno usluga, osim ako neophodne informacije nisu dostupne i ako troškovi njihove pripreme ne bi bili previsoki, u kom slučaju je dužan tu činjenicu i objaviti. Iznosi iskazanih prihoda se obavezno temelje na finansijskim informacijama koje se koriste u izradi finansijskih izvještaja subjekta.

Informacije o teritorijalnim područjima

33. Subjekt je dužan iznijeti sljedeće informacije o teritorijalnim područjima, osim ako neophodne informacije nisu dostupne i ako troškovi njihove pripreme ne bi bili previsoki:
 - (a) O prihodima od vanjskih kupaca raščlanjene na (i) prihode ostvarene u zemlji sjedišta subjekta i (ii) ukupne prihode ostvarene u svim stranim državama u kojima subjekt ostvaruje prihode. Ako su prihodi ostvareni od vanjskih kupaca iz

jedne strane države značajni, objavljuju se odvojeno. Subjekt je dužan objaviti osnovu po kojoj prihode od vanjskih kupaca pripisuje svakoj pojedinoj zemlji.

- (b) O dugotrajnoj imovini*, izuzev finansijskih instrumenata, odgođene porezne imovine, imovine primanja nakon prestanka radnog odnosa i prava koja proizlaze iz ugovora o osiguranju (i) smještenoj u zemlji sjedišta subjekta i (ii) smještenoj u svim stranim zemljama u kojima subjekt ima imovinu, u ukupnom iznosu. Ako je imovina u nekoj stranoj zemlji značajna, objavljuje se odvojeno. Iskazani iznosi se obavezno temelje na finansijskim informacijama koje se koriste u izradi finansijskih izvještaja subjekta. Ako neophodne informacije nisu dostupne i ako bi troškovi njihove pripreme bili previsoki, to je potrebno objaviti. Pored informacija koje su propisane ovom tačkom, subjekt može u sklopu informacija o teritorijalnim područjima objaviti podzirove po skupinama zemalja.

Informacije o značajnim kupcima

34. Subjekt je dužan iznijeti informacije o tome u kojoj mjeri se oslanja na svoje značajne kupce. Ako prihodi od transakcija s jednim vanjskim kupcem sačinjavaju 10 ili više posto prihoda subjekta, subjekt je tu činjenicu dužan objaviti, kao i ukupan prihod od svakog takvog kupca te naziv segmenta, odnosno segmenata koji su ostvarili prihode od takvih kupaca. Za potrebe ovoga MSFI-ja, skupina subjekata za koju izvještajni subjekt zna da je pod zajedničkom kontrolom se smatra jednim kupcem a jednim kupcem se smatraju i vlada (nacionalna, državna, pokrajinska, teritorijalna, domaća ili strana) i subjekti za koje izvještajni subjekt zna da su pod kontrolom te vlade.

Prijelazne odredbe i datum stupanja na snagu

35. Subjekti su dužni ovaj MSFI primijeniti u svojim godišnjim finansijskim izvještajima za periode koje počinju na dan ili nakon 1. januara 2009. godine. Ranija primjena je dopuštena. Ako subjekt ovaj MSFI primjenjuje u svojim finansijskim izvještajima za periode prije 1. januara 2009. godine, dužan je tu činjenicu objaviti.
36. Segmentalne informacije prethodnih godina koje se iskazuju kao usporedne informacije prve godine primjene prepravljaju se kako bi bile u skladu sa zahtjevima ovoga MSFI-ja, osim ako neophodne informacije nisu dostupne i ako troškovi njihove pripreme ne bi bili previsoki.
- 36.A MRS 1 (revidiran 2007.) je izmijenio izraze koji se koriste u MSFI. Pored toga, njime se mijenja i nadopunjava tačka 23.(f). Subjekt je dužan te izmjene i dopune primijeniti za godišnje periode koji počinju na dan ili nakon 1. januara 2009. godine. Ako subjekt primijeni MRS 1 (revidiran 2007.) na neki raniji period, dužan je te izmjene i dopune primijeniti i na taj raniji period.

Povlačenje MRS-a 14

37. Ovaj standard zamjenjuje MRS 14 - *Izveštavanje po segmentima*.

* Ako je imovina razvrstana po načelu rastuće likvidnosti, dugotrajna imovina je imovina čija realizacija se očekuje u periodu duljem od dvanaest mjeseci nakon datuma izvještaja o finansijskom položaju.

DODATAK A

Definicije pojmova

Ovaj dodatak je sastavni dio MSFI-ja.

- poslovni segment** Poslovni segment je sastavni dio subjekta:
- a) koji obavlja poslovne djelatnosti iz kojih može ostvariti prihode i zbog kojih kod njega nastaju troškovi, uključujući prihode i troškove koji se odnose na transakcije s drugim sastavnim dijelovima istog subjekta
 - b) čije rezultate poslovanja redovno pregledava glavni donosilac poslovnih odluka subjekta kako bi donio odluku o resursima koje treba rasporediti na segment i ocijeniti njegovo poslovanje i
 - c) za koji postoje zasebne finansijske informacije