
SEGMENT ACCOUNTING INFORMATION FOR THE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE – SIGNIFICANCE AND KEY PROBLEMS RELATED TO ITS CREATION

Diana Dimitrova Petrova

University of National and World Economy - Sofia, Bulgaria, petrova.dd@abv.bg

Abstract: The increasing globalization of the world economy provides more and more opportunities for modern enterprises to diversify their activities by combining operations in various business spheres and in different geographical regions of the world. This, in turn, leads to an increase in the significance of segment accounting information for the various activities being developed, both for the purposes of enterprise management and for external users of information from its financial statements.

The main goal of this scientific article is to systematize the key problems related to the creation of segment accounting information for the activities of enterprises carrying out diverse business operations in different geographical territories on a global scale. The specific tasks that are determined to be solved in order to achieve the main goal are as follows:

- to argue the growing importance of segment accounting information for the activity in two aspects - for internal management purposes within the enterprise and for external users of financial information about its activities;
- to examine the requirements of the current accounting legislation regulating the creation of segment accounting information;
- to emphasize the fundamental problems arising in the creation of segment accounting information;
- to highlight the advantages of the segmentation approach based on the internal management organizational structure of the enterprise.

An important role in achieving the goal and tasks in the study of the issues in the article is played by the application of the systematic and historical approach, as well as the methods of observation, comparison, analysis, synthesis, inductive and deductive methods, etc. The historical approach is applied in the study of the development of accounting legislation over the years in accordance with the growing needs of segment accounting information for the activities of enterprises. Through the systematic approach, the segments are considered as constituent components of the activity carried out, and the segment information as a constituent part of the accounting information for the overall activity of the enterprise.

The significance of segment information disclosed by enterprises is confirmed by the results of numerous studies worldwide, which show that for users of financial statements it is one of the most important disclosures. In today's global world, segment financial disclosure is considered a critical area that is constantly in the focus of the attention of regulatory authorities, the enterprises-compilers of the financial statements and the users of the information from them.

Keywords: segments of enterprises, segment information, accounting information, financial statements.

СЕГМЕНТНА СЧЕТОВОДНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ДЕЙНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО – ЗНАЧИМОСТ И КЛЮЧОВИ ПРОБЛЕМИ ПРИ НЕЙНОТО СЪЗДАВАНЕ

Диана Димитрова Петрова

Университет за национално и световно стопанство - София, България, petrova.dd@abv.bg

Резюме: Глобализирането на световното стопанство предоставя все повече възможности за съвременните предприятия за диверсифициране на дейността чрез съчетаване на операции в разнообразни бизнес области и в различни географски региони по света. Това от своя страна прави все по-ценна и значима сегментната счетоводна информация за развиваните различни дейности както за целите на мениджмънта на предприятието, така и за външните потребители на информацията от неговите финансови отчети.

Основната цел на статията е да се систематизират ключовите проблеми, свързани със създаването на сегментна счетоводна информация за дейността на предприятията, осъществяващи разнообразни бизнес операции в различни географски територии в глобален план. Конкретните задачи, които е необходимо да се решат за постигане на основната цел, са както следва:

- да се аргументира нарастващата значимост на сегментната счетоводна информация за дейността в два аспекта - за вътрешни управленски цели в рамките на предприятието и за външните потребители на финансова информация за извършваните от него дейности;
- да се разгледат изискванията на действащото в съвременните условия счетоводно законодателство, регламентиращи създаването на сегментна счетоводна информация;
- да се постави акцент върху фундаменталните проблеми, възникващи при създаването на сегментна счетоводна информация;
- да се открият предимствата на подхода за сегментиране, базиращ се на вътрешната управленска организационна структура на предприятието.

Важна роля за постигане на целта и задачите при изследването на проблематиката в статията има прилагането на системния и историческия подход, както и методите наблюдение, сравнение, анализ, синтез, индуктивният и дедуктивният метод и др. Историческият подход се прилага при изследването на развитието на счетоводното законодателство през годините в съответствие с нарастващите нужди от сегментна счетоводна информация за дейността на предприятията. Чрез системния подход сегментите се разглеждат като съставни компоненти на осъществяваната дейност, а сегментната информация като съставна част на счетоводната информация за цялостната дейност на предприятието.

Важността на оповестяваната сегментна информация се доказва чрез редица проучвания по света, според които за ползвателите на отчетите сегментните данни са едни от най-значимите оповестявания. В съвременния глобален свят оповестяването на финансова сегментна информация се счита за особено актуална проблемна област, върху която непрестанно се налага да фокусират вниманието си регулаторни органи, предприятия-съставители на финансови отчети и ползвателите на сегментната информация.

Ключови думи: сегменти на предприятието, сегментна информация, счетоводна информация, финансови отчети.

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Глобализирането на световното стопанство предоставя все повече възможности за съвременните предприятия за диверсифициране на дейността чрез съчетаване на операции в разнообразни бизнес области и в различни географски региони по света. Това от своя страна прави все по-ценна и значима сегментната счетоводна информация за развиваните различни дейности както за целите на мениджмънта на предприятието, така и за външните потребители на информация от неговите финансови отчети.

Основната цел на настоящата научна статия е да се систематизират ключовите проблеми, свързани със създаването на сегментна счетоводна информация за дейността на предприятията, осъществяващи разнообразни бизнес операции в различни географски територии в глобален план.

Конкретните задачи, които е необходимо да се решат за постигане на основната цел, са както следва:

- да се аргументира нарастващата значимост на сегментната счетоводна информация за дейността в два аспекта - за вътрешни управленски цели в рамките на предприятието и за външните потребители на финансова информация за извършваните от него дейности;
- да се разгледат изискванията на действащото в съвременните условия счетоводно законодателство, регламентиращи създаването на сегментна счетоводна информация;
- да се постави акцент върху фундаменталните проблеми, възникващи при създаването на сегментна счетоводна информация;
- да се открият предимствата на подхода за сегментиране, базиращ се на вътрешната управленска организационна структура на предприятието.

2. МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Важна роля за постигане на целта и задачите при изследването на проблематиката в статията има прилагането на системния и историческия подход, както и методите наблюдение, сравнение, анализ, синтез, индуктивният и дедуктивният метод и др.

Историческият подход се прилага при изследването на развитието на счетоводното законодателство през годините в съответствие с нарастващите нужди от сегментна счетоводна информация за дейността на предприятията. Проследяват се в исторически план промените в изискванията по отношение на подходите, на основата на които следва да се създава и оповестява финансова информация за дейността на предприятията по сегменти.

Чрез системния подход сегментите се разглеждат като съставни компоненти на осъществяваната дейност, а сегментната информация като съставна част на счетоводната информация за цялостната дейност на

предприятието. Посредством създаваната дезагрегирана сегментна информация се разкриват отделните компоненти, съставляващи предприятието и техният принос за постигане на резултатите от цялостната дейност, за която се отнася обобщената счетоводна информация.

Въпросите във връзка със създаването на сегментна информация се изследват в две основни насоки:

- въпроси, отнасящи се до счетоводно-информационното осигуряване на вътрешните процеси на управление и вземане на решения в границите на предприятието, по-конкретно процесите на планиране, анализиране, контролиране и координация на извършваните разнообразни дейности в различни бизнес сфери и в различни географски територии в глобален мащаб;
- въпроси, касаещи създаването на сегментна информация за съставяне на финансови отчети и предоставянето на такава информация на заинтересованите външни ползватели с оглед удовлетворяване на информационните им потребности, свързани с вземането на обосновани икономически решения.

3. ЗНАЧИМОСТ НА СЕГМЕНТНАТА СЧЕТОВОДНА ИНФОРМАЦИЯ И ИЗИСКВАНИЯ ЗА СЪЗДАВАНЕТО ѝ

Създаването на сегментна счетоводна информация е ключова проблемна област при счетоводното отразяване на дейността на предприятията, които функционират в различни икономически области и територии в глобален план. Тази информация е изключително важна за мениджмънта на предприятието и за ползвателите на финансовите му отчети, тъй като без нея е невъзможно да направят достатъчно задълбочени анализи на досегашното развитие на предприятието, да формират правилни преценки относно дейностите с най-голям принос за реализираните от него резултати, перспективите за бъдещото му развитие и да вземат аргументирани икономически решения. При положение, че финансовите отчети не съдържат достатъчно дезагрегирана сегментна информация, те ще бъдат с по-малка полезност за съставяне на прогнози за предстоящите дейности и свързаните с тях рискове, на бъдещите финансови резултати и парични потоци. Разнообразните бизнес дейности в различни територии, отделните продуктови линии или извършвани услуги имат различни рискови характеристики, показатели за възвръщаемост и потенциал за развитие и затова анализването им е невъзможно чрез използване само на синтезираната финансова информация за цялостната дейност. Сегментната финансова информация, оповестявана от предприятията, позволява на външните ползватели на отчетите “да видят какви отделни съставни елементи на компанията стоят зад общите консолидирани суми” (Baker, R., Lembke, V., King, T., 2005, с. 673).

Важността на оповестяваната сегментна информация се доказва чрез редица проучвания по света, според които за ползвателите на отчетите сегментните данни са едни от най-значимите оповестявания. В съвременния глобален свят оповестяването на финансова сегментна информация се счита за особено актуална проблемна област, върху която непрестанно се налага да фокусират вниманието си регулаторни органи, предприятията-съставители на финансови отчети и ползвателите на сегментната информация.

В съответствие с все по-големите потребности от сегментна информация, в течение на годините се повишават и изискванията на съответните регулаторни власти в отделните държави относно сегментните оповестявания. Във Великобритания, още през 1967 г., чрез Закона за компаниите се изисква представяне само на ограничена информация по сегменти, а след изменения в него (1981 г.) се регламентира информацията по сегменти да се включва във финансовите отчети. По-късно, през 1990 г., в страната се приема Професионален счетоводен стандарт 25 „Отчитане по сегменти“, който регламентира сегментите да се определят от ръководните органи на предприятията съобразно вида на дейностите или териториите на извършването им. В САЩ през 1970 г. от Комисията по ценни книжа и фондови борси е въведено изискване за представяне на данни по видове бизнес дейности в заявленията за регистриране на компаниите, но такава информация не се представя във финансовите отчети. През 1976 г. в страната е издаден счетоводен стандарт, въвеждащ съответни конкретни изисквания за сегментни оповестявания във финансовите отчети (Елстейн, Б., Мирца, А., 2004, с.901-905).

Първият международен счетоводен стандарт, чрез който се регламентира създаването на информация по сегменти – Международен счетоводен стандарт (МСС) 14 „Отчитане на финансова информация по сегменти“ е издаден през 1983 г. и в значителна степен следва постановките на американския стандарт. И двата стандарта са критикувани заради постановките, допускащи субективизъм при дефинирането на отчетните сегменти и възможности за оповестяване на недостатъчен обем сегментна информация. От 1998 г. започва прилагането на преработения МСС 14 „Отчитане по сегменти“, като моделът за формиране на сегментите на отчитане вече е съобразно управленската организационна структура на предприятието.

Прилаганият в съвременните условия Международен стандарт за финансово отчитане (МСФО) 8 „Оперативни сегменти“, с който беше заменен МСС 14 „Отчитане по сегменти“, регламентира изискванията за създаване и оповестяване на сегментна информация за различните дейности, които предприятията

предприемат и икономическите среди, в които работят. Предназначението на сегментната информация, създавана чрез изпълнение на разпоредбите на посочения стандарт, е да помага на ползвателите на финансовите отчети да разбират и преценяват по-правилно дейностите на отчетното предприятие и постигнатите от тях резултати, както и разнообразните икономически среди, в които функционира. Разпоредбите му са почти идентични с изискванията на американския стандарт, определящ насоките за създаване на сегментна информация. Това е един от конкретните резултати на процесите на конвергенция в областта на счетоводството и стремежа за установяване на възможно най-подходящи подходи, които да бъдат широко прилагани в световен мащаб.

Според МСФО 8 „Оперативни сегменти“ информацията за сегментите следва да се представя във финансовите отчети на същата база като използваната за вътрешните управленски цели при преценяването на дейностите на сегментите и в процеса на вземане на управленски решения относно разпределянето на ресурсите за тях. Стандартът изисква прилагане на така наречения „управленски подход“ за определяне на сегментите, чрез който се цели да се предостави възможност на ползвателите на информацията от финансовите отчети да разглеждат постигнатите резултати от перспективата на управлението на предприятията, т.е. „през погледа на мениджмънта“. Съгласно стандарта оперативният сегмент се дефинира като компонент на предприятието: „а) който предприема бизнес дейности, от които може да получава приходи и понася разходи (включително приходи и разходи, свързани със сделки с други компоненти на същото предприятие); б) чиито оперативни резултати редовно се преглеждат от ръководителя на предприятието, вземащ главните оперативни решения, при вземането на решения относно ресурсите, които да бъдат разпределени към сегмента и оценяване на резултатите от дейността му; и в) за който е налице отделна финансова информация (МСФО 8 „Оперативни сегменти“, 2015, параграф 5).

Изисква се отчетното предприятие да осигурява отделна информация за всеки сегмент, който е определен съобразно изброените характеристики или е резултат от обединяване на няколко такива сегмента и превишава съответни количествени прагове. Целта на определените в стандарта количествени прагове е да се включат в обхвата на отчетните сегменти значимите организационни компоненти, формиращи дейността на предприятието като цяло.

4. КЛЮЧОВИ ПРОБЛЕМИ ПРИ СЪЗДАВАНЕТО НА СЕГМЕНТНА СЧЕТОВОДНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ДЕЙНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА

Един от ключовите проблеми при създаването на сегментна счетоводна информация е чрез прилагането на какви критерии може да се обединяват оперативни сегменти. Основният критерий за обединяване според МСФО 8 са сходните икономически характеристики на сегментите. Разрешава се обединяването на два или повече сегмента в един сегмент при наличието на сходство във всеки от следните аспекти: „а) естеството на продуктите и услугите; б) естеството на производствените процеси; в) вида или класа клиенти за техните продукти и услуги; г) методите, използвани за разпространяване на техните продукти или предоставяне на техните услуги; и д) ако е приложимо, естеството на регулативната среда“ (МСФО 8 „Оперативни сегменти“, 2015, параграф 12).

Съществен проблем в практически аспект при оповестяването на сегментна информация е да се установи какъв е оптималният брой на сегментите на отчитане. Във връзка с това е важно да отбележим, че конкретната практическа граница за броя на сегментите, за които следва да се оповести отделна информация и над която сегментната информация може да се окаже прекомерно подробна, е необходимо да се определи по преценка на конкретното предприятие. Възможно е прекалено големият брой на сегментите да породи трудности при тяхното управление и да намали ефективността му, т.е. да доведе до появата на т.нар. „информационно претоварване“ (Mackenzie, V., Njikizana, T., et al., 2014, с. 810). Според МСФО 8, независимо че няма точно фиксирана граница, ако броят на сегментите превиши десет, е препоръчително да се реши дали предприятието не е достигнало горната практическа граница.

Важен проблем при сегментните оповестявания е оценяването на сегментната информация. Главното изискване относно оценката е, че сумите на всички отчетени позиции на съответния сегмент трябва да съответстват на оценките, отчетена пред ръководителя, вземащ главните оперативни решения.

Изложеното дотук позволява да се достигне до извода, че при осигуряването на сегментната информация заедно със задължителните разпоредби, определени от действащото счетоводно законодателство, много важна е ролята и на конкретните субективни преценки на ръководните органи на отделните предприятия. При дефинирането на сегментите обект на сравнително субективни преценки и решения са например въпросите за: групировката на съответните продукти или услуги на основата на сходните характеристики и различията; групирането на териториите, в които предприятието оперира; рисковете на различните пазари;

перспективите в развитието и прогнозираната значимост на сегментите; спецификите на извършваните дейности и прилаганите специфични подходи при тяхното управление.

В съвременните условия всяка компания „трябва да се съсредоточи върху онова, което счита за най-важни влияещи фактори и тенденции за нейния бизнес модел. Редица тенденции се случват във всеки един момент и те може да се различават що се отнася до различните пазари“ (Гасман, О., Франкенбергер, К., Шудури, М., 2021, с.55). Компаниите трябва „постоянно да наблюдават и да реагират с много по-бързи темпове в зависимост от текущите тенденции“ (Котляр, Ф., Каргаджая, Х., Сетиауан, И., 2022, с. 264). Те „не могат да се преборят с конкуренцията и да развият успешно дейностите си без ефективен мениджмънт, адекватен на характера, сложността и динамиката на съвременната глобална бизнес среда“ (Petrova, D., 2020, с.157)

Особено трудни за решаване са въпросите за сегментирането в глобално ориентираните компании със сложни организационно-управленски структури, които се базират на глобалната матрична организация. Специфичното при тях е, че осигуряваната информация от структурните подразделения на компанията, дислоцирани в отделни държави по света, се предава в няколко различни посоки, към няколко висшестоящи мениджъри (например към главен мениджър в централното управление на компанията, отговарящ за географския район, в който работи подразделението и едновременно с това към главен мениджър, отговарящ за конкретната линия от продукти на глобална основа). Глобално ориентираните компании „гледат на целия свят като на единен източник за доставка на ресурси и като на единно глобално пространство за развиване на различни производствени, търговски и други дейности“ (Petrova, D., 2019, с.115). Практическата реализация на глобалното матрично организиране е съпроводена със съставяне и предаване на голям брой вътрешни управленски отчети и справки, при което се използва значителна по обем сегментна информация. От особена важност е вземаните решения за формирането на състава сегментите, чрез които да се представят дейностите на компанията в съставяните финансови отчети и отчитането по сегменти да съответстват на основната цел, която следва бъде реализирана чрез сегментните оповестявания. Понеже основната цел на сегментните оповестявания е да дадат възможност на ползвателите на финансовите отчети да преценят характера и резултатите на реализираните дейности и бизнес средите, в които те се извършват и да могат да вземат информирани икономически решения, на ръководните органи на всяка компания се възлага отговорността за формирането на най-подходящ модел за отчетност на дейността по сегменти и за създаване на възможно най-полезна за външните потребители сегментна информация. Външното сегментно отчитане е „част от външното (финансово) отчитане на предприятието, съставено от отчетни сегменти (области) на дейност и оповестяване на финансова информация за тези сегменти, с цел обезпечаване на заинтересованите ползватели на отчетите с необходимите данни за вземане на оптимални решения по отношение на съответното предприятие, както и за извършване на прогнозен анализ на бъдещите резултати, изменения на активите и пасивите“ (Домбровская, Е., 2014, с.231). Финансовите отчети „трябва да представят вярно и честно имущественото и финансовото състояние и финансовите резултати от дейността на предприятието, паричните потоци и собствения капитал“ (Закон за счетоводството, 2021, чл.24, ал.1). Вярното и честно представяне „изисква достоверно показване на ефектите от операциите, други събития и условия в съответствие с определенията и критериите за признаване на активи, пасиви, приходи и разходи, заложен в приложимите счетоводни стандарти“ (Закон за счетоводството, 2021, чл.24, ал.2).

Ключов проблем на отчетността по сегменти е прилаганите подходи при създаването и оповестяването на сегментната информация да бъдат съобразени с фундаменталното изискване, че ползите от информацията трябва да превишават разходите за създаването ѝ. Със съществуването на това основно изискване е наложително да се съобразяват: 1) органите, изготвящи счетоводни стандарти; 2) предприятията-съставители на финансовите отчети и 3) ползвателите на информацията от финансовите отчети.

Преценките, отнасящи се за ползата и разходите при осигуряването на сегментната информация, са свързани с конкретни обстоятелства, което не позволява прилагането на универсални тестове за полезност на информацията. Съществен проблем в това направление е да се търси и постига оптимално съчетание на интересите на отчетното предприятие и на външните ползватели на сегментна информация от финансовите му отчети. От една страна, от гледна точка на предприятията, често като проблеми се посочват значителните допълнителни усилия и разходи за оповестяването на подробна сегментна информация, разкриването на конфиденциални за конкурентите данни, което би могло да донесе рискове за предприятието и да повлияе негативно върху конкурентните му позиции. От друга страна, от гледна точка на ползвателите на финансовите отчети, липсата на достатъчно подробни сегментни оповестявания възпрепятства изграждането на правилни преценки за тенденциите в досегашното развитие на разнообразните дейности на предприятието, за съставянето на прогнози за бъдещото им развитие и води до невъзможност за вземане на оптимални икономически решения. Затрудненията при изготвянето на сегментните оповестявания значително се намаляват, когато сегментната информация, обхващана от системата за вътрешно

управленско отчитане на предприятието, съответства на подхода за дефинирането на сегментите за целите на финансовата отчетност, т.е. когато основата за определянето на сегментите за нуждите на вътрешното и външното отчитане е една и съща. Вътрешната организационна управленска структура на предприятието и системата му за вътрешна управленска отчетност пред висшето ръководство обикновено предоставят най-добрите доказателства за идентифициране на значимите организационни компоненти, формиращи цялостната дейност на предприятието. Счита се, че чрез използването на вътрешните фактори за идентифицирането на сегментите според преценките на управленските органи и вътрешната политика на отчитане, би могло да се осигури най-правдоподобна и най-полезна информация.

Най-важните предимства на формирането на сегментите на базата на вътрешната организационно-управленска структура на предприятието, могат да бъдат систематизирани както следва: „прилагането на организационната структура при определянето на сегментите за външно отчитане е значимо, защото отразява рисковете и възможностите, които се смятат за важни от позицията на мениджмънта на предприятието; възможността да се погледне на предприятието по начина, по който то се разглежда от управленските му органи подобрява възможността на потребителите на финансовите отчети да прогнозираят евентуалните управленски действия, които биха могли да имат значителен ефект върху бъдещите парични потоци; тъй като информацията по сегменти се създава за вътрешни управленски цели на базата на вътрешната организационна структура, значително се намаляват разходите, ако и оповестяваната финансова информация се осигурява на тази основа; сегментите, базирани на съществуващата вътрешна управленска структура са свързани с по-малко субективизъм, в сравнение със сегментите, определени на основата на термина индустрия” (Hoyle, J., Schaefer, T., Dounnik, T., 2004, с. 369-370).

Nobes и Parker посочват шест основни причини, които могат да доведат до ограничаване на ползите от оповестяването на сегментна финансова информация: „1) твърде широки по обхват сегменти; 2) подвеждащи изкуствено създадени сегменти; 3) взаимосвързани сегменти; 4) много голямо диверсифициране на групата; 5) недостатъчност на отчитаните елементи; 6) информацията вече е станала известна” (Nobes, C., Parker, R., 2016, с. 496).

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение е важно да подчертаем, че оповестяваната сегментна финансова информация има ключово значение за увеличаване на полезността на информационното съдържание на финансовите отчети на съвременните предприятия, които развиват дейности едновременно в разнообразни икономически области и в различни региони на глобална основа. Тя играе важна роля за изграждане на правилни преценки по отношение на миналото развитие, настоящите и бъдещи дейности на тези предприятия и за вземане на аргументирани инвестиционни и други икономически решения от ползвателите на финансовите им отчети. За постигане на посочените цели е наложително сегментната информация да бъде достатъчно подробно представена и да съдържа необходимите описания, позволяващи правилното ѝ тълкуване от потребителите.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Гасман, О., Франкенбергер, К., & Шудури, М. (2021). Навигатор за бизнес модели. Стратегиите зад най-успешните компании. София, Издателство „Алекс Софт“, с.55
- Домбровская, Е. (2014). Бухгалтерская (финансовая) отчетность. Москва, Инфра-М, с.231
- Епстейн, Б., & Мирца, А. (2004). МСС/МСФО 2004-2005. Международни стандарти за счетоводство и финансова отчетност. Коментари и приложения. София, Издателство „К&Б консулт“, с.901-905
- Закон за счетоводството. (2021), последни изм. и доп. ДВ. бр. 19 от 05.03.2021 г. Наличен в: <https://lex.bg/laws/ldoc/2136697598> /последен достъп: 28.11.2023 г./
- Котляр, Ф., Картаджая, Х., & Сетианан, И. (2022). Маркетинг 5.0 за технологиите и хората. София, Издателство „Локус пбблишинг“, с.264
- Международен стандарт за финансово отчитане (МСФО) 8 Оперативни сегменти. (2015). Наличен в: <https://audit-bg.com/wp-content/uploads/dokumenti/MSFO8.pdf> /последен достъп: 28.11.2023 г./
- Baker, R., Lembke, V., & King, T. (2005). *Advanced Financial Accounting*, McGraw-Hill/Irwin, p. 673
- Hoyle, J., Schaefer, T., & Dounnik, T. (2004). *Advanced Accounting*, McGraw-Hill, с.369-370
- Mackenzie, B., Njikizana, T., et al. (2014). МСС/МСФО 2014. Международни стандарти за счетоводство и финансова отчетност. Коментари и приложения. София, Издателство „WILEY&Данимекс“, с.810
- Nobes, C., & Parker, R. (2016). *Comparative International Accounting*, Pearson, с.496
- Petrova, D. (2020). Analysis of Foreign Trade Activity of Bulgarian Enterprises in Modern Conditions of Globalization – Contemporary Requirements and Accounting Information Provision, *Knowledge – International Journal*, ИКМ - Skopje, Vol. 41.1, p.157
- Petrova, D. (2019). Key Accounting Problems Related to the Strategies of International Transfer Pricing in Modern Globally Operating Companies, *Knowledge – International Journal*, ИКМ - Skopje, Vol. 30.1, p.115