

სარეკლამო კომპანიების კონსოლიდირებული ფინანსური ანგარიშგება

თამარი ლაშხიძე
სტუ დოქტორნტი

რეზიუმე

განხილულია კონსოლიდირებული ანგარიშგების შედგენის მიზანი, რაც გამოიხატება — წარუდგინოს აქციონერებს, ინვესტორებს, სახელისუფლებო და საფინანსო მართვის ორგანოებს ქონებრივი და ფინანსური მდგომარეობის შესახებ ობიექტური ინფორმაცია. შეთავაზებულია კომპანიების ჯგუფში ფინანსების მართვასთან დაკავშირებული განსაკუთრებული თვისებები ავტონომიური ორგანიზაციის მმართველობით აღრიცხვასთან შედარებით.

საკვანძო სიტყვები: ფინანსური ინფორმაცია, სარეკლამო ჯგუფი, ნაერთი ბუღალტრული ანგარიშგება.

შესავალი

ფინანსური ინფორმაციის ანალიზისთვის მთლიანად სარეკლამო ჯგუფში დიდი მნიშვნელობა აქვს კონსოლიდირებულ აღრიცხვას. კონსოლიდირებული ანგარიშგება, თავის მხრივ, წარმოადგენს ორი ან მეტი ერთმანეთთან დაკავშირებული სარეკლამო კომპანიების გაერთიანებულ აღრიცხვას. იგი შეიცავს ინფორმაციას საქმიანობის შედეგებისა და მთლიანად სარეკლამო ჯგუფის სრულ ფინანსურ მდგომარეობაზე და არა როგორც მის ინდივიდუალურ ცალკეულ კომპანიაზე. ეს იმას ნიშნავს, რომ სარეკლამო ჯგუფის კონსოლიდირებული-შეჯამებული მოგების მაჩვენებელი განისაზღვრება, როგორც თანხა ყველა მონაწილის ფინანსური შედეგების ჯამისა და ჯგუფის ერთი კომპანიის მოგებამ შეიძლება გადაფაროს სხვა კომპანიების დანაკარგები (ზარალი), რაც უნდა იქნას გათვალისწინებული კონსოლიდირებული ფინანსური ანგარიშგების მონაცემების ანალიზის დროს.

კონსოლიდირებული ანგარიშგების შედგენის მიზანია — წარუდგინოს აქციონერებს, ინვესტორებს, სახელისუფლებო და საფინანსო მართვის ორგანოებს ქონებრივი და ფინანსური მდგომარეობის შესახებ ობიექტური ინფორმაცია, როგორც ერთი მთლიანი ეკონომიკური სუბიექტის-გაერთიანების ფინანსური შედეგების შესახებ ინფორმაცია;

კონსოლიდირებული აღრიცხვის მომხმარებლები შეიძლება იყოს ყველა დაინტერესებული პირი; კერძოდ, სარეკლამო ჯგუფში შემავალი ყველა ორგანიზაციის დამფუძნებლები (მონაწილეები), დირექტორთა საბჭო (სამეთვალყურეო საბჭო), აღმასრულებელი ორგანოები (დირექტორატი, მენეჯმენტი) დამაარსებელი კომპანიისა და ჯგუფის ყველა სხვა წევრებისა, ფინანსური ანალიტიკოსები, საინვესტიციო მრჩეველები, აუდიტორული კომპანიები, ფასიანი ქაღალდების ბაზრის პროფესიონალი მონაწილეები, კრედიტორები, მომწოდებლები, მყიდველები, სახელისუფლებო ორგანოები.

ძირითადი ტექსტი

სარეკლამო ჯგუფის კონსოლიდირებული (კონსოლიდირებული) ანგარიშგების შედგენის საფუძველს წარმოადგენს სარეკლამო კომპანიების ბუღალტრული ანგარიშგება, რომლებიც ქმნიან ჯგუფს. გაერთიანების ყველა კომპანია, რომლებიც იურიდიული პირები არიან, ვალდებული არიან აწარმოონ საკუთარი ოპერაციების საბუღალტრო აღრიცხვა და შეადგინონ მათი ფინანსური ანგარიშგების შედეგები როგორც წესი აღრიცხვის უნფიცირებული მეთოდოლოგიით (დანართი N3 და N4). ამასთან ნაერთი (კონსოლიდირებული) აღრიცხვის შედეგადაა, რომელიც აკუმულირებას უკეთებს დამაარსებელი კომპანიისა და შვილობილი კომპანიების ბუღალტრული აღრიცხვის მონაცემებს და ასევე მოიცავს დამოკიდებულ ორგანიზაციებს, არის სათაო ორგანიზაციის პირდაპირი მოვალეობა. ერთიანი მეთოდოლოგიური პრინციპების არარსებობის შემთხვევაში დგება ოპერაციების გადატანის ტრანსფორმირებული ცხრილი სათაო კომპანიის სააღრიცხვო პოლიტიკის თანახმად.

ძირითადი განსხვავებები შვილობილი და სათაო კომპანიების სააღრიცხვო პოლიტიკაში, ასევე განსხვავებები საბუღალტრო და საფინანსო შედეგების ობიექტების შეფასებაში უნდა იყოს ახსნილი კონსოლიდირებული ფინანსური ანგარიშგების შესაბამის განყოფილებაში.

ნაერთი ბუღალტრული ანგარიშგება მზადდება სათაო ორგანიზაციის მიერ შემუშავებული ფორმებით ბუღალტრული აღრიცხვის („ორგანიზაციის საბუღალტრო აღრიცხვა“) მდგომარეობიდან გამომდინარე ტიპიური სტანდარტული საბუღალტრო აღრიცხვის ფორმების საფუძველზე. მაჩვენებლების კონსოლიდაცია ხორციელდება ჯგუფის კომპანიების აღრიცხვის ერთი და იგივე დასახელების მუხლების დაჯამების გზით. გაორმაგებული ანგარიშის თავიდან აცილების მიზნით მონაცემები კორექტირდება შიდა კორპორატიული ოპერაციების თანხებით. ნაერთი საბუღალტრო აღრიცხვის შედგენამდე აუცილებელია შედარდეს და დარეგულირდეს სათაო კომპანიასა და შვილობილ კომპანიების შორის, ასევე შვილობილ კომპანიებს შორის ყველა ურთიერთანგარიშსწორება და სხვა ფინანსური ურთიერთობა.

სათაო ორგანიზაციისა და მისი შვილობილი კომპანიების გაერთიანებული საბუღალტრო ანგარიშგებისას ნაერთ ბუღალტრულ ბალანსში არ შეიტანება:

1) სათაო ორგანიზაციის ფინანსური შენატანები შვილობილი კომპანიების საწესდებო კაპიტალში და, შესაბამისად შვილობილი კომპანიების საწესდებო კაპიტალის ნაწილი სათაო კომპანიის კუთვნილების ნაწილში;

2) დებიტორული და კრედიტორული დავალიანებების მაჩვენებლები სათაო კომპანიასა და მისი შვილობილ კომპანიებს შორის, ასევე თვით შვილობილ კომპანიებს შორის;

3) მოგება და ზარალი სათაო კომპანიასა და შვილობილ კომპანიებს შორის ოპერაციებიდან და მათ შორის შვილობილ კომპანიებს შორის ოპერაციებიდან;

4) შვილობილი კომპანიების მიერ სათაო კომპანიისთვის ან იგივე სათაო კომპანიის სხვა შვილობილი კომპანიებისთვის

გადახდილი დივიდენდები, და ასევე სათაო კომპანიიდან გადახდილი თანხები თავის შვილობილი კომპანიისათვის. ნაერთ ბუღალტრულ ანგარიშგებაში აისახება მხოლოდ გადასახდელი დივიდენდები იმ ორგანიზაციებსა და კერძო პირებზე, რომლებიც არ შედიან ჯგუფში;

5) შვილობილი კომპანიების აქტივები და პასივები ჯგუფის საქმიანობასთან კავშირის არმქონე ნაწილში, როდესაც სათაო კომპანიას აქვს სააქციო საზოგადოებაში კენჭისყრის აქციების ან შპს-ს სანესდებო კაპიტალის 50% და ქვემოთ. ამ შემთხვევაში ნაერთ ბუღალტრულ ანგარიშგებაში ჩართვისათვის შვილობილი კომპანიის აქტივების და ვალდებულებების ჩართვის წილი განისაზღვრება სათაო კომპანიის კუთვნილი შვილობილი კომპანიის ხმის უფლების მქონე აქციათა სრული ოდენობიდან წილის საფუძველზე, ან სათაო ორგანიზაციის შვილობილ კომპანიაში სანესდებო კაპიტალში წილის საფუძველზე.

ცხრილი 1-ში მოყვანილია მაჩვენებლები, რომლებიც უნდა გამოიყენებოდნენ ჯგუფის კომპანიების კონსოლიდირებული ანგარიშგებიდან:

მმართველობითი აღრიცხვის შექმნის პრინციპები ის-ში

ფინანსების სტრატეგიული მართვის სისტემის ამოცანა იწყება მმართველობითი ინფორმაციის შეგროვებისა და დამუშავების ხარისხიანი სისტემიდან. ზუსტად მმართველობითი აღრიცხვის ინფორმაცია, რომელიც ეხება მართვის ოპერატიულ დონეს, არის კომპეტენტური მმართველობითი გადანაცვების მიღების საფუძველი ყველა დონეზე. მენეჯერული აღრიცხვის ფარგლებში გენერირებული ინფორმაციის მთავარი მომხმარებლები არიან დამფუძნებელი და მაღალი და საშუალო რგოლის მენეჯერები. მმართველობითი აღრიცხვის წარმოების საჭიროება საბუღალტრო აღრიცხვასთან ერთად დამყარებულია შემდეგ გარემოებებზე:

- ოპერატიულ რეჟიმში ინფორმაციის მიღების აუცილებლობაზე, რაც შეუძლებელია საბუღალტრო აღრიცხვის ფარგლებში, სადაც კანონმდებლობით რეგლამენტირებულია აღრიცხვის შემადგენელი მუხლები;

ცხრილი 1. მაჩვენებლები, რომლებიც გამოიყენებიან ჯგუფის კომპანიების კონსოლიდირებული ანგარიშგებიდან

მაჩვენებლები, რომლებიც გამოიყენება კონსოლიდირებული ბალანსიდან	მაჩვენებლები, რომლებიც გამოიყენება შემოსავლებისა და ხარჯების შესახებ კონსოლიდირებულ ანგარიშგებიდან
1. ფინანსური შენატანები ურთიერთდაკავშირებულ კომპანიებში. 2. ურთიერთდაკავშირებული ორგანიზაციების კუთვნილი წილი საწესდებო კაპიტალში. 3. ჯგუფის წევრებს შორის ურთიერთ-შორის დავალიანება. 4. გაცემული და მიღებული სესხები, რომელშიც კრედიტორი და მსესხებელი ურთიერთდაკავშირებული კომპანიებია. 5. ჯგუფის სხვა წევრებისთვის გადახდილი დივიდენდები. 6. მოგება და ზარალი, რომელიც წარმოიშობა ურთიერთდაკავშირებულ კომპანიებს შორის ოპერაციების შედეგად.	1. ამ ჯგუფის ურთიერთდაკავშირებული კომპანიების შემოსავალი საქონლის, სამუშაოებისა და მომსახურების რეალიზაციიდან 2. საქონლის, სამუშაოებისა და მომსახურების (მათ შორის წარმოების დროს ჩამოწერილის ან გაყიდულის) ღირებულება, შესყიდული სხვა კომპანიების ჯგუფში. 3. ნებისმიერი სხვა შემოსავლები და ხარჯები, რომელიც წარმოიშობა ურთიერთდაკავშირებულ მხარეებს შორის ოპერაციების შედეგად 4. ჯგუფის სხვა წევრებისთვის გადახდილი დივიდენდები.

• მმართველობითი აღრიცხვის ფარგლებში ინფორმაციის მიღების შესაძლებლობაზე არა მხოლოდ ღირებულებითი გამოსახურებით, არამედ ბუნებრივი მაჩვენებლებით;

— ბუღალტრულ აღრიცხვაში წარმოდგენილი ინფორმაციის არასაკმარისობაზე ცალკეული სტრუქტურების, პროდუქციის (მომსახურების) სახეობისა და სხვა აუცილებელი ელემენტების მიხედვით დამოუკიდებელი ფინანსური ანალიზისთვის;

— ინტეგრირებული სტრუქტურების რიგებში კონსოლიდირებული ბუღალტრული ანგარიშგების (ბევრი ჯგუფისთვის ის

სავალდებულო არ არის) არარსებობაზე.

უნდა აღინიშნოს, რომ მაშინაც კი, თუ თითოეული ინდივიდუალური ორგანიზაციის შიგნით ჩამოყალიბებულია მმართველობითი აღრიცხვის სისტემა, საჭირო მოთხოვნილი ინფორმაციის მოპოვება ჯგუფის კომპანიების დონეზე ხშირად საკმაოდ რთული ამოცანაა. კონსოლიდირებული მმართველობითი ანგარიშების მიღებაზე შეიძლება დაიხარჯოს ბევრი დრო ოპერატიულობის საზიანოდ. კომპანიების ჯგუფში ყველაზე ეფექტური გზა მმართველობითი აღრიცხვის წარმოების არის ერთიანი მონაცემთა ბაზის გამოყენება. მოცემული პრობლემა წყდება ჩამოყალიბებული მმართველობითი ანგარიშების სისტემის დახმარებით და დოკუმენტ-ბრუნვის ზუსტი რეგლამენტირებით: მკაცრად განსაზღვრულ დროში ჯგუფის ყველა კომპანიამ უნდა წარმოადგენოს მმართველობითი ანგარიშების დადგენილი ფორმები კონსოლიდაციისთვის.

კომპანიების ჯგუფში ფინანსების მართვას აქვს განსაკუთრებული თვისებები ავტონომიური ორგანიზაციის მმართველობით აღრიცხვასთან შედარებით. საწარმოს დონეზე მმართველობითი აღრიცხვის დახმარებით მოგვარებული ტრადიციული ამოცანების გარდა, განსაზღვრულია სპეციფიური ამოცანები, რომლებიც დამატებით წარმოიქმნება კომპანიების ჯგუფის დონეზე (იხ. ცხრილი 2).

აღნიშნული ამოცანების გადაჭრისთვის აუცილებელია შევქმნათ მმართველობითი აღრიცხვის სისტემა, რომელიც პასუხობს სარეკლამო ჯგუფისა და მისი წევრების საჭიროებებს და სპეციფიურ ამოცანებს. სისტემა შეიძლება ჩაითვალოს ეფექტურად იმ შემთხვევაში, როდესაც სარეკლამო კომპანიების ჯგუფის მენეჯმენტს ნებისმიერ დროს ექნებათ აქტუალური-მიმდინარე, სრული, ზუსტი, კარგად სტრუქტურირებული თითოეული კომპანიის საქმიანობის ინფორმაცია ჯგუფის და სტრუქტურის შიგნით მთლიანად. საქმიანობის სპეციფიკის თვალსაზრისით ჯგუფის თითოეულ კომპანიას შემუშავებული აქვს აღრიცხვის თავისებურებები. ნაერთი მაჩვენებლების მისაღებად საჭიროა:

**ცხრილი 2. მმართველობითი აღრიცხვის მიზნები
კომპანიების ჯგუფში**

მმართველობითი აღრიცხვის ტრადიციული ამოცანები	მმართველობითი აღრიცხვის სპეციფიკური ამოცანები კომპანიების ჯგუფში
• ანალიზი, კლასიფიკაცია და ხარ- ჯების ოპტიმიზაცია; • თვითღირებულებისა და პროდუქ- ტების რენტაბელობის შეფასება; • მარჟირებული შემოსავლისა და მოგების ანალიზი; • მომგებიანობის ზღვრული წერტი- ლის განსაზღვრა; • მმართველობითი ანგარიშგების შექმნა; • ჩატარებული ოპერაციების ეფექ- ტურობის შეფასება; • აქტივების უსაფრთხოების კონ- ტროლი; • მესამე მხარის ორგანიზაციებთან ანგარიშსწორების კონტროლი.	• კომპანიების ჯგუფის შემადგენ- ლობაში ცალკეული კომპანიის საქ- მიანობის ეფექტურობის შეფასება და გადაწყვეტილების მიღება მათი ფუნქციონირების მიზანშეწონი- ლობის შესახებ; • კომპანიების ჯგუფის საწარმოებს შორის ურთიერთანგარიშსწორების კონტროლი; • ტრანსფერტული ფასების გან- საზღვრა; • კომპანიების ჯგუფის კონსოლი- დირებული ფინანსური და საინვეს- ტიციო რესურსების კონტროლი; • დანახარჯების ოპტიმალური გა- ნაწილების ორგანიზება ქვედანა- ყოფებისა და კომპანიების ჯგუფის სამსახურების გამოყენების საშუ- ალებით.

- გაერთიანების ყველა მონაწილის აღრიცხვის სისტემების
შესაბამისობაში მოყვანა;
- აღრიცხვის სისტემისა და დოკუმენტრუნვის მაქსიმალური
უნიფიცირება;
- ანგარიშგების სტანდარტული ფორმების დანერგვა, რომ-
ლებიც შემუშავებულია კომპანიების სააღრიცხვო პოლიტიკის
ერთიანი მეთოდოლოგიის შესაბამისად;
- ანგარიშების ოპერატიული ფორმირება, კომპანიების ეკ-
ონომიკური და ფინანსური საქმიანობის გაანალიზების მიზ-
ნით.

მართველობითი აღრიცხვის სისტემის შემუშავებისა და დაწერვის პროექტი შეიძლება განახრციელდეს შემდეგი ნაბიჯებით:

1. მმართველობითი აღრიცხვის სისტემის კონცეფციის შექმნა.

2. სარეკლამო კომპანიების საინფორმაციო საჭიროებებზე მოთხოვნების ფორმულირება.

3. მმართველობითი აღრიცხვის მიზნებისთვის სააღრიცხვო პოლიტიკის ფორმირება.

4. მმართველობითი ანგარიშგების პროცედურების ფორმირება.

5. დოკუმენტ-ბრუნვის მოდელის ფორმირება.

6. შემუშავებული აღრიცხვის სისტემის ავტომატიზაცია.

გარდა ზემოთ აღნიშნული ეტაპებისა მმართველობითი აღრიცხვის სისტემის ოპტიმიზაციის მიმდინარეობის დროს განიხილება:

- ის-ს ორგანიზაციული და ფინანსური სტრუქტურის ანალიზი და ოპტიმიზაცია;

- ლოგისტიკისა და ხარჯების მართვის სისტემის შექმნა და ოპტიმიზაცია;

- მომარაგების და დანახარჯების მართვის სისტემის შექმნა და ოპტიმიზაცია;

- კომპანიების შიგნით ინფორმაციული ურთიერთხელშეწყობის სისტემის შექმნა და ოპტიმიზაცია.

დასკვნა

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, შემდეგი სახის მოკლე დაკვნის გაკეთება არის შესაძლებელი:

1. კონსოლიდირებული ანგარიშგების შედგენის მიზანია — წარუდგინოს აქციონერებს, ინვესტორებს, სახელისუფლებო და საფინანსო მართვის ორგანოებს ქონებრივი და ფინანსური მდგომარეობის შესახებ ობიექტური ინფორმაცია, როგორც ერთი მთლიანი ეკონომიკური სუბიექტის-გაერთიანების ფინანსური შედეგების შესახებ ინფორმაცია;

2. კომპანიების ჯგუფში ფინანსების მართვას აქვს განსაკუთრებული თვისებები ავტონომიური ორგანიზაციის მმართველობით აღრიცხვასთან შედარებით. საწარმოს დონეზე მმართველობითი აღრიცხვის დახმარებით მოგვარებული ტრადიციული ამოცანების გარდა, განსაზღვრულია სპეციფიური ამოცანები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ანტონ ინგოროყვა, გიორგი ცაავა. ფინანსური მენეჯმენტი. თეორია, მეთოდები და პრაქტიკა, ტომი 2. საწარმოების ფინანსები მართვა - თბილისი, გამომცემლობა «გრაალი», 2011. 702 გვ.

2. Максименкова Ирина Васильевна. Совершенствование методов финансового менеджмента организаций : Дис.... канд. экон. наук : 08.00.13 : Воронеж, 2005 141 с. РГБ ОД, 61:05-8/4212

3. Козенкова Татьяна Андреевна. Концептуальные и методологические основы управления финансами интегрированных предпринимательских структур : диссертация... доктора экономических наук : 08.00.10 / Козенкова Татьяна Андреевна; [Место защиты: Рос. ун-т кооп.].- Москва, 2009.- 436 с.: ил. РГБ ОД, 71 10-8/100

4. www.wiseowl.ru, Анализ деятельности рекламного агентства.

REFERENCES:

1. Anton Ingorokva, George Tsaava. Financial Management. Theory, methods and applications, volume II. Financial Management of enterprises.- Tbilisi, Publish house «Graali», 2011. 702p. (in Georgian Language);

2. Maksimenkova Irina. Improving the financial management practices of organizations: Dissertation.... Cand. ehkon. Sciences: 08.00.13: Voronezh, 2005 141 с. RSL OD, 61: 05-8 / 4212 (in Russian Language);

3. Kozenkova Tatyana. Conceptual and methodological foundations of the financial management of integrated business structures: the dis-

sertation... Doctors of Economics: 08.00.10 / Kozenkova Tatyana; [A protection Place: Russia. Univ coop.].- Moscow, 2009.- 436 p.: silt. RSL OD, 71 10-8 / 100 (in Russian Language);

4. www.wiseowl.ru, Analysis of activity an advertising agency.

THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS OF ADVERTISING COMPANIES

Tamar Lashkhidze,
PhD Student of GTU

RESUME

1. The aim of drawing up a Consolidated Financial Statement is to provide the shareholders, investors, state and financial management bodies with objective information on property and financial condition as information on the financial results of the whole economic subject-unity;

2. Management of finances within the group of companies is characterized by a peculiarity as compared to managerial accounting of auto-nomic organization. Apart from traditional tasks settled with the help of managerial accounting at company-level, there are some specific tasks determined.

Keywords: Financial Information, Advertising Group, Consolidated Financial Statements.