

IFRIC Тумачење 13

Програми лојалности клијената

Референце

- IAS 8 *Рачуноводствене политике, промене рачуноводствених процена и грешке,*
- IAS 18 *Приходи,*
- IAS 37 *Резервисања, потенцијалне обавезе и потенцијална имовина.*

Историјат

1 Ентитети користе програме лојалности клијената да би клијентима обезбедили подстицаје за куповину њихове робе или услуга. Ако клијент купи робу или услуге, ентитет му даје наградне купоне (који се често називају “поени”). Клијент може да замени наградне купоне за награде као што су бесплатна или дисконтowana роба или услуге.

2 Програми функционишу на различите начине. Од клијената се може захтевати да сакупе одређени минимални број или вредност наградних купона пре него што буду могли да их замене. Наградни купони могу бити везани за појединачне куповине или групе куповина, или за континуирану редовну куповину током одређеног периода. Ентитет може самостално да води програм лојалности клијената или може да учествује у програму који води трећа страна. Понуђене награде могу да обухватају робу или услуге које обезбеђује сам ентитет и/или права на потраживање робе или услуга од треће стране.

Делокруг

3 Ово тумачење се примењује на наградне купоне за лојалност клијената које:

(а) ентитет даје својим клијентима као део трансакције продаје, односно продаје робе, пружања услуга или коришћења имовине ентитета од стране клијента; и

(б) као предмет испуњавања даљих услова, клијенти могу у будућности заменити за бесплатну или дисконтovanу робу или услуге.

Тумачење се бави рачуноводственим обухватањем ентитета који даје наградне купоне својим клијентима.

Питања

4 Питања којима се бави ово тумачење су следећа:

(а) да ли обавеза ентитета да обезбеди бесплатну или дисконтovanу робу или услуге (“награде”) у будућности треба да се признају и одмеравају:

(i) расподелом неких накнада које су добијене или се могу добити из трансакције продаје на наградне купоне или одлагањем признавања прихода (применом параграфа 13 из IAS 18); или

(ii) обезбеђивањем очекиваних будућних трошкова испоруке награда (примена параграфа 19 из IAS 18); и

(б) ако је накнада расподељена на наградне купоне:

(i) колико треба да буде расподељено на њих;

(ii) када треба да се призна приход; и

(iii) ако трећа страна испоручује награде, како треба да се одмерава приход.

Консензус

5 Ентитет примењује параграф 13 из IAS 18 и рачуноводствено обухвата наградне купоне као засебно утврдиву компоненту трансакције/а продаје у којој се они дају (“иницијална продаја”). Фер вредност надокнаде која је добијена или се може добити у погледу иницијалне продаје треба да се расподели на наградне купоне и друге компоненте продаје.

6 Накнада расподељена на наградне купоне се одмерава у односу на њихову фер вредност, то јест износ за који би наградни купони могли засебно да се продају.

7 Ако ентитет сам испоручује награду, признаје накнаду расподељену на наградне купоне као приход онда када се наградни купони замене и испуне обавезе испоруке награда. Признати износ прихода треба да се базира на броју наградних купона који су замењени за награде, у односу на укупни број наградних купона чија се замена очекује.

8 Ако трећа страна испоручује награде, ентитет оцењује да ли наплаћује накнаде расподељене на наградне купоне на сопственом рачуну (то јест, као главницу у трансакцији) или у име треће стране (као заступник треће стране).

(а) Ако ентитет наплаћује накнаду у име треће стране, он треба да:

(i) одмерава свој приход као нето износ задржан на сопственом рачуну, односно разлику између накнаде

расподељене на наградне купоне и износа који се дугује трећој страни за испоруку награда; и

(ii) признаје овај нето износ као приход када трећа страна постане обавезна да испоручи награде и овлашћена да за то добије накнаду. Ови догађаји могу настати чим се дају наградни купони. У супротном, ако клијент може да одабере да потражује награде или од ентитета или од треће стране, ти догађаји могу да се догоде само када клијент одабере да потражује награде од треће стране.

(б) Ако ентитет наплаћује накнаду на сопственом рачуну, треба да одмерава свој приход као бруто накнаду расподељену на наградне купоне и да признаје приход када испуни своје обавезе у погледу награда.

9 Ако се у било које време очекује да неизбежни трошкови за испуњавање обавеза премаше накнаду која је добијена или се може добити за њих (то јест, накнаду расподељену на наградне купоне у време иницијалне продаје која још није призната као приход плус сваку даљу накнаду која се може добити када клијент замени наградне купоне), ентитет има штетни (онерозни) уговор. Признаје се обавеза за тај вишак у складу са IAS 37. Потреба да се призна таква обавеза може да настане ако се повећају очекивани трошкови испоруке ових награда, на пример ако ентитет ревидира своја очекивања у погледу броја наградних купона који ће бити замењени.

Датум ступања на снагу и прелазни период

10 Ентитет примењује ово тумачење за годишње периоде који почињу 1. јула 2008. године или касније. Дозвољава се ранија примена. Ако ентите примењује ово тумачење за период који почиње пре 1. јула 2008. године, треба да обелодани ту чињеницу.

11 Промене рачуноводствене политике се рачуноводствено обухватају у складу са IAS 8.

Прилог

Упутство за примену

Овај прилог је саставни део тумачења.

Одмеравање фер вредности наградних купона

AG1 У параграфу 6 консензуса се захтева да се накнада расподељена на наградне купоне одмерава по угледу на њихову фер вредност, то јест износ за који би наградни купони могли засебно да се продају. Ако фер вредност није директно уочљива, она се мора проценити.

AG2 Ентитет може да процени фер вредност наградних купона по угледу на фер вредност награда за које ће они бити замењени. Фер вредност ових награда би се смањила да би се узела у обзир:

(а) фер вредност награда које би биле понуђене клијентима који нису зарадили наградне купоне од иницијалне продаје; и

(б) део наградних купона за које се очекује да их клијенти неће заменити.

Ако клијенти могу да направе избор од низа различитих награда, фер вредност наградних купона ће одражавати фер вредности низа расположивих награда, пондерисаних сразмерно учесталости са којом се очекује да свака награда буде одабрана.

AG3 У неким околностима, могу бити доступне друге процене. На пример, ако ће трећа страна да испоручи награде и ако ентитет плаћа трећој страни за сваки наградни купон који даје, могао би да процени фер вредност наградних купона по угледу на износ који плаћа трећој страни, додајући разумну профитну маржу. Потребно је расуђивање за одабир и примену технике процене која испуњава захтеве параграфа 6 консензуса и која је најприкладнија у датим околностима.