

## **КРМСФО РАЗЯСНЕНИЕ 13: ПРОГРАМИ ЗА ЛОЯЛНОСТ НА КЛИЕНТИТЕ**

*Тази версия съдържа измененията и допълненията в резултат на:*

РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1262/2008 на Комисията от 16.12.2008 г. за изменение на Регламент (ЕО) № 1126/2008 относно приемането на някои международни счетоводни стандарти в съответствие с Регламент (ЕО) № 1606/2002 на Европейския парламент и на Съвета във връзка с Разяснение 13 на Комитета за разяснения по международните стандарти за финансово отчитане (КРМСФО) (текст от значение за ЕИП)

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) № 149/2011 на Комисията от 18.02.2011 година за изменение на Регламент (ЕО) № 1126/2008 за приемане на някои международни счетоводни стандарти в съответствие с Регламент (ЕО) № 1606/2002 на Европейския парламент и на Съвета във връзка с подобренията на Международните стандарти за финансово отчитане (МСФО) (текст от значение за ЕИП)

ЗАКОН за счетоводството (ЗСч) – § 1, § 1а

### **Препратки**

- ✓ МСС 8 – Счетоводна политика, промени в счетоводните оценки и грешки
- ✓ МСС 18 – Приходи
- ✓ МСС 37 – Провизии, условни пасиви и условни активи

### **Основна информация**

**1.** Програмите за лоялност на клиентите се използват от предприятията, за да осигурят на клиентите стимули да купуват техните стоки или услуги. Ако клиент закупи стоки или услуги, предприятието дава на клиента награди кредити (често наричани „точки“). Клиентът може да замени наградните кредити за награди като безплатни стоки или услуги или такива с отстъпка.

**2.** Програмите действат по редица начини. От клиентите може да се изисква да натрупат определен минимален брой или стойност на наградни кредити, преди да могат да ги заменят. Наградните кредити може да са свързани с индивидуални покупки или групи покупки или с продължително пазаруване през определен период от време. Предприятието може да управлява програмата за лоялност на клиенти само или да участва в програма, управлявана от трета страна. Предлаганите награди може да включват стоки или услуги, доставяни от самото предприятие, и/или права на претенции към стоки и услуги от трета страна.

### **Обхват**

**3.** Настоящото разяснение се прилага към наградни кредити за лоялност на клиенти, които:

а) предприятие дава на своите клиенти като част от сделка за продажба, т. е. продажба на стоки, предоставяне на услуги или използване от клиента на активи на предприятието; и

б) във връзка със спазване на някои допълнителни условия клиентите могат да заменят в бъдеще срещу безплатни стоки и услуги или стоки и услуги с отстъпка.

## КРМСФО Разяснение 13: Програми за лоялност на клиентите

---

Разяснение разглежда счетоводното отчитане в предприятие, което дава наградни кредити на клиентите си.

### Въпроси

4. Разгледаните в настоящето разяснение въпроси са:

а) дали задължението на предприятието да предоставя безплатно или с отстъпка стоки и услуги („награди“) в бъдеще следва да се признава и оценява чрез:

i) разпределяне на част от полученото възнаграждение или вземане по сделка за продажба към наградните кредити и отсрочване признаването на приход (прилагане на параграф 13 от МСС 18); или

ii) провизиране на приблизително оценените бъдещи разходи за предоставяне на наградите (прилагане на параграф 19 от МСС 18).

б) Ако възнаграждението се разпределя към наградните кредити:

i) каква част трябва да се разпредели към тях;

ii) кога следва да се признае приходът; и

iii) ако трето лице доставя наградите, как трябва да се оценява приходът?

### Консенсус

5. Предприятието следва да прилага параграф 13 от МСС 18 и да отчита наградните кредити като отделно разграничим компонент на сделката(ите) за продажба(и), в които са дадени („първоначална продажба“). Справедливата стойност на полученото възнаграждение или вземането по отношение на първоначалната продажба се разпределя между наградните кредити и другите компоненти на продажбата.

6. Възнаграждението, разпределено към наградните кредити, следва да се оценява чрез позоваване на тяхната справедлива стойност, т. е. сумата, по която наградните кредити могат да се продадат отделно.

7. Ако предприятието доставя наградите само, то признава възнаграждението, разпределено към наградните кредити като приход, когато наградните кредити бъдат заменени и предприятието изпълни задължението си за доставка на наградите. Сумата на признатия приход се основава на броя на наградните кредити, които са заменени за награди, в съотношение с общия брой, който се очаква да бъде заменен.

8. Ако наградите се доставят от трета страна, предприятието следва да оцени дали то събира възнаграждението, разпределено към наградните кредити, за своя сметка (т.е. като главна страна по сделката) или от името на третата страна (т.е. като агент на третата страна):

а) Ако предприятието събира възнаграждението от името на третата страна, то следва да:

i) оцени своя приход като нетната сума, задържана по неговата сметка, т.е. разликата между възнаграждението, разпределено към наградните кредити, и сумата, дължима на третата страна за доставяне на наградите; и

ii) признае нетната сума като приход, когато третата страна стане задължена да достави наградите и придобие правото да получи възнаграждението за това. Тези събития могат да настъпят веднага след предоставянето на наградните кредити. Като алтернатива, ако клиентът може да избере дали да иска наградите

си от предприятието или от трета страна, тези събития могат да настъпят, едва когато клиентът реши да поиска наградите си от третата страна.

б) Ако предприятието събира възнаграждението за своя сметка, то оценява прихода си като брутното възнаграждение, разпределено към наградните кредити, и признава прихода, когато изпълни задължението си по отношение на наградите

**9.** Ако в който и да е момент неизбежните разходи за изпълнение на задължението за доставка на наградите се очаква да надвишат полученото възнаграждение или вземането за тях (т. е. възнаграждението, разпределено към наградните кредити към момента на първоначалната продажба, което все още не е признато като приход, плюс всяко друго дължимо вземане, когато клиентът замени наградните кредити), предприятието има обременяващи договори. За излишъка се признава пасив в съответствие с МСС 37. Необходимостта от признаване на такъв пасив може да възникне, ако очакваните разходи за доставка на наградите се увеличат например, ако предприятието преразгледа своите очаквания за броя на наградните кредити, които ще бъдат заменени.

#### **Дата на влизане в сила и преходни разпоредби**

**10.** Предприятието следва да прилага настоящето разяснение за годишни периоди, започващи на или след 01.07.2008 г. По-ранното прилагане е позволено. Ако предприятието прилага настоящето разяснение за период, започващ преди 01.07.2008 г., то следва да оповести този факт.

**10А.** (Нов – РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 149/2011) Параграф НП2 беше изменен с издадените през май, 2010 г. Подобрения на МСФО. Предприятието прилага това изменение за годишните периоди, започващи на или след 01.01.2011 г. По-ранното прилагане се разрешава. Ако предприятието прилага изменението за по-ранен период, то оповестява този факт.

По-ранното прилагане е позволено. Ако предприятието прилага настоящето разяснение за период, започващ преди 01.07.2008 г., то следва да оповести този факт.

**11.** Промените в счетоводната политика следва да се отчитат съгласно МСС 8.

#### **Приложение**

##### **Насоки за прилагане**

##### **Настоящото приложение представлява неразделна част от разяснението**

##### **Определяне на справедливата стойност на наградните кредити**

**НП1** Параграф 6 от консенсуса изисква възнаграждението, разпределено към наградните кредити, да се оценява чрез позоваване на тяхната справедлива стойност, т. е. сумата, по която наградните кредити могат да се продадат отделно. Ако справедливата стойност не е пряко видима, тя трябва да се изчисли приблизително.

**НП2** (Изм. – РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 149/2011) Предприятието може да определи справедливата стойност на наградните кредити чрез позоваване на справедливата стойност на наградите, срещу които те могат да бъдат заменени. За справедливата стойност на наградните кредити се вземат предвид по целесъобразност:

### **КРМСФО Разяснение 13: Програми за лоялност на клиентите**

---

(а) сумата на отстъпките или стимулите, които може да бъдат предложени на клиентите, които не са спечелили наградни кредити от първоначална продажба; както и

(б) частта от наградните кредити, които не се очаква да бъдат заменени от клиенти.

Ако клиентите могат да избират от гама различни награди, справедливата стойност на наградните кредити ще отрази справедливата стойност на гамата от налични награди, претеглени пропорционално на честотата, с която се очаква дадена награда да бъде избрана.

**НПЗ** При дадени обстоятелства може да са налице други способности на приблизителна оценка. Например, ако трета страна доставя наградите и предприятието плаща на третата страна за всеки награден кредит, който дава, то може да определи справедливата стойност на наградните кредити чрез позоваване на сумата, която плаща на третата страна, като добави разумен марж на печалба. Необходима е преценка, за да се избере и приложи способ на приблизителна оценка, който удовлетворява изискванията на параграф 6 на консенсуса и е най-подходящ при дадените обстоятелства