

IFRIC tumačenje 13- Programi nagrađivanja lojalnosti kupaca

Reference

- MSFI 13 -Mjerenje fer vrijednosti
- MRS 8 -Računovodstvene politike, promjene računovodstvenih procjena i greške
- MRS 18 -Prihodi
- MRS 37 -Rezerviranja, potencijalne obaveze i potencijalna imovina

Pozadina

1. Subjekti koriste programe nagrađivanja lojalnosti kupaca da bi kupcima pružili podsticaje za kupovinu njihovih roba ili usluga. Ako kupac kupi robu ili usluge, subjekt mu daje kredite (koji se često nazivaju “bodovima”). Kupac te nagradne kredite može iskoristiti za povlastice kao što su besplatna roba ili usluge ili s popustom.
2. Programi se provode na razne načine. Od kupaca se može zahtijevati da sakupe određeni minimalan broj ili minimalnu vrijednost nagradnih kredita prije nego što ih mogu koristiti. Nagradni krediti mogu biti povezani s pojedinačnim kupovinama ili grupama kupovina, ili s redovnom kupovinom tokom određenog perioda. Subjekt može sam voditi program nagrađivanja lojalnosti kupaca ili učestvovati u programu koji vodi treća strana. Ponuđene povlastice mogu uključivati robe ili usluge iz ponude samog subjekta i/ili prava na potraživanje roba ili usluga od treće strane.

Djelokrug

3. Ovo Tumačenje se primjenjuje na nagradne kredite u sklopu nagrađivanja lojalnosti kupaca koje:
 - (a) subjekat daje svojim kupcima u sklopu prodajne transakcije, tj. prodaje roba, pružanja usluga ili korištenja imovine subjekta od strane kupca; i
 - (b) zavisno od ispunjenja nekih dodatnih uslova, kupci mogu iskoristiti u budućnosti za besplatnu, odnosno robu ili usluge s popustom.

Ovo Tumačenje se bavi iskazivanjem nagradnih kredita kod subjekata koji ih daju svojim kupcima.

Pitanja

4. Pitanja kojima se ovo Tumačenje bavi su:
 - (a) da li obavezu subjekta da u budućnosti pruži besplatnu, odnosno robu ili usluge s popustom (u daljem tekstu: “povlastice”) treba priznati i mjeriti:

- (i) raspoređujući primljene ili potraživane naknade od prodajnih transakcija na nagradne kredite te odgađajući priznavanje prihoda (primjenom tačke 13. iz MRS 18); ili
 - (ii) u korist procijenjenih budućih troškova isporuke povlastica (primjenom tačke 19. iz MRS 18); i
- (b) da li je naknada raspoređena na nagradne kredite:
- (i) koliki iznos treba rasporediti na njih;
 - (ii) kada treba priznati prihod; i
 - (iii) ako povlastice isporučuje treća strana, kako treba mjeriti prihod.

Konsenzus

5. Subjekt treba primijeniti tačku 13. iz MRS 18 te iskazati nagradne kredite kao zasebno određivu komponentu prodajne/ih transakcije/a u okviru koje/ih su dodijeljeni (“aktivacijska prodaja”). Fer vrijednost naknade koja je primljena ili potraživana po osnovu aktivacijske prodaje se treba rasporediti između nagradnih kredita i drugih komponenata prodaje.
6. Naknada raspoređena na nagradne kredite se treba mjeriti na osnovu njihove fer vrijednosti.
7. Ako subjekt sam nudi povlastice, naknadu raspoređenu na nagradne kredite treba priznati kao prihod onda kada se oni iskoriste i kada on ispuni svoje obaveze po osnovu povlastica. Iznos priznatog prihoda se treba zasnivati na broju nagradnih kredita koji su iskorišteni u zamjenu za povlastice, srazmjerno ukupnom broju za koji se očekuje da bude iskorišten.
8. Ako povlastice nudi treća strana, subjekt treba procijeniti da li naknadu koja se raspoređuje na nagradne kredite naplaćuje za svoj račun (tj. kao glavna strana u transakciji) ili u ime treće strane (tj. kao zastupnik te treće strane).
- (a) Ako subjekt naknadu naplaćuje u ime treće strane, onda treba:
- (i) mjeriti svoj prihod kao neto iznos koji je zadržao na svom računu, tj. kao razliku između naknade raspoređene na nagradne kredite i iznosa obaveze prema trećoj strani zbog isporuke povlastice; i
 - (ii) priznati ovaj neto iznos kao prihod kada treća strana postane obavezna da isporuči povlastice i kada stekne pravo da zbog toga primi naknadu. Ovi događaji mogu nastati čim se dodijele nagradni krediti. Nasuprot tome, ako kupac može birati hoće li povlasticu iskoristiti kod subjekta ili kod treće strane, ovi događaji mogu nastati samo onda kada kupac odluči da povlasticu iskoristi kod treće strane.
- (b) Ako subjekt naknadu naplaćuje za svoj račun, svoj prihod treba mjeriti kao bruto naknadu raspoređenu na nagradne kredite te ga priznati kada ispuni svoje obaveze po osnovu povlastica.
9. Ako se u bilo kojem trenutku očekuje da će neizbježni troškovi po osnovu ispunjenja obaveze isporuke povlastica premašiti iznos za njih primljene ili potraživane naknade (tj. naknadu raspoređenu na nagradne kredite u vrijeme

aktivacijske prodaje koja još nije priznata kao prihod, uvećanu za svaku daljnju potraživanu naknadu kada kupac iskoristi nagradne kredite), subjekt ima štetne ugovore. Obaveza se treba priznati u iznosu razlike u skladu s MRS 37. Potreba priznavanja takve obaveze može nastati i ako se porastu očekivani troškovi isporuke povlastica, na primjer ako subjekat promijeni svoja očekivanja u pogledu broja nagradnih kredita koji će biti iskorišteni.

Datum stupanja na snagu i prijelazne odredbe

10. Subjekt ovo Tumačenje treba primijeniti na godišnje periode koji počinju 1. jula 2008. ili kasnije. Ranija primjena je dozvoljena. Ako subjekt ovo Tumačenje primjenjuje na period koji je počeo prije 1. jula 2008. godine, tu činjenicu treba objaviti.
- 10.A Tačka UP2. je izmijenjena kroz *Unapređenja MSFI* objavljena u maju 2010. godine. Subjekt tu izmjenu treba primjenjivati na godišnje periode koji počinju 1. januara 2011. ili kasnije. Ranija primjena je dozvoljena. Ako subjekt ovu izmjenu primjenjuje na neki raniji period, tu činjenicu treba objaviti.
- 10.B MSFI 13, objavljen u maju 2011. godine, je izmijenio tačke 6. i UP1. do UP3. Subjekt te izmjene treba primijeniti kada primjenjuje MSFI 13.
11. Promjene računovodstvene politike se iskazuju u skladu s MRS 8.

Dodatak

Uputstvo za primjenu

Ovaj dodatak je sastavni dio ovog Tumačenja.

Mjerenje fer vrijednosti nagradnih kredita

- UP1. U tački 6. konsenzusa se zahtijeva da se naknada raspoređena na nagradne kredite mjeri na osnovu njihove fer vrijednosti. Ako ne postoji kotirana tržišna cijena za identične nagradne kredite, fer vrijednost se mora mjeriti primjenom druge tehnike vrjednovanja.
- UP2. Subjekt fer vrijednost nagradnih kredita može mjeriti na osnovu fer vrijednosti povlastica za koje ih je moguće iskoristiti. Fer vrijednost nagradnih kredita u obzir uzima, šta je prikladno od:
- (a) vrijednost popusta i podsticaja koji bi u suprotnom bili ponuđeni kupcima koji nisu dobili nagradne kredite pri aktivacijskoj prodaji;
 - (b) srazmjerni dio nagradnih kredita za koje se ne očekuje da će ih kupci iskoristiti; i
 - (c) rizik od neispunjenja.

Ako kupci mogu birati iz palete različitih povlastica, fer vrijednost nagradnih kredita odražava fer vrijednosti te palete raspoloživih povlastica, ponderiranih srazmjerno učestalosti po kojoj se očekuje da će svaka od povlastica biti odabirana.

- UP3. U nekim okolnostima, mogu se koristiti druge tehnike vrjednovanja. Na primjer, ako povlastice isporučuje treća strana i subjekt joj plaća za svaki nagradni kredit koji dodijeli, on fer vrijednost nagradnih kredita može mjeriti na osnovu iznosa koji plaća trećoj strani, uvećanog za razumnu profitnu maržu. Pri odabiru i primjeni tehnike vrjednovanja koja ispunjava zahtjeve iz tačke 6. konsenzusa i koja je najprikladnija u tim okolnostima se zahtijeva prosudba.