

ACCOUNTING AND TAX TREATMENTS OF CASHBACK TRANSACTIONS

ASPECTE CONTABILE ȘI FISCALE ALE OPERAȚIUNILOR DE CASHBACK

Rodica CUȘMĂUNSA, ORCID ID: 0000-0003-0444-9799

cusmaunsa.rodica.gheorghe@ase.md

Valeria GANEA

valeria99ganea@gmail.com

Academia de Studii Economice din Moldova

Abstract. *The relevance of this article is indicated by the fact that nowadays the word "cashback" is found at every turn and in many different areas of commerce. Banks, shops and online platforms offer tempting figures - sometimes up to several tens of percent - back to the customer's account. Within the framework of the above, this article looks at the accounting and tax aspects of the merchant's cashback payment and customer's cashback accumulation accrual in different forms.*

Keywords: *cashback, salesman's premium, advertising expenses accounting*

JEL: M31, M40, M41

Introducere

Programele de rambursare au fost inventate în a doua jumătate a secolului trecut, în SUA și în Europa (mai ales în Marea Britanie). Inițial, cashback-ul a fost utilizat în mod activ ca mijloc de atragere a clienților în sectorul bancar. O persoană devenea titularul unui card de credit sau de debit, plătea cu acesta, iar în semn de „recunoștință” pentru acest lucru, banca îi returna un mic procent. În mod obișnuit, până în anii 1990, cashback-ul era de 1 – 1,5%. Începând cu anul 1990, băncile americane au oferit pentru prima dată deținătorilor de carduri o rambursare de 5%. Un astfel de cashback era disponibil doar pentru cumpărăturile din supermarketuri, farmacii și benzinării. Totuși primele entități care au devenit interesate de cashback au fost companiile aeriene, care au început să returneze călătorilor mile (puncte) pentru zbor [6].

În Republica Moldova, cashback-ul a apărut în 2015 sub forma unui procent de rambursare pentru cumpărăturile efectuate cu cardul bancar. După 5-7 ani, au început să apară serviciile de cashback, urmate de aplicațiile mobile care oferă rambursări pentru achiziții offline (prin cec).

Aplicarea cashback-ului ca instrument de rambursare a fondurilor cheltuite pentru achiziție, în acest stadiu, este o problemă de actualitate. Contabilitatea tranzacțiilor economice legate de cashback are propriile caracteristici, iar cele mai comune aspecte ne propunem să le prezentăm în acest articol.

Conținutul de bază

În prezent, piața comercială oferă clienților multe programe de loialitate: reduceri, bonusuri, cupoane pentru o reducere, promoții, cashback și multe alte posibilități de rambursare a banilor. Multe bănci folosesc programe de fidelizare, oferind diferite condiții atrăgătoare pentru clienți. Dar caracteristica lor comună de bază este că nu vânzătorul produsului oferă cashback-ul, ci instituția bancară al cărei card a fost folosit pentru a face plata. În acest caz, banca transferă suma de bani către vânzător ca plată pentru bunurile vândute, din care se scade valoarea cashback-ului stabilit prin contract. Comerciantul este interesat și este de acord cu aceste condiții, în speranța de a crește cifra de

afaceri și de a fideliza clienții, iar băncile, la rândul lor, obțin mai mulți utilizatori de carduri bancare, fie ele debitoare sau creditoare. În mod obișnuit, algoritmul acestor programe de fidelizare este următorul:

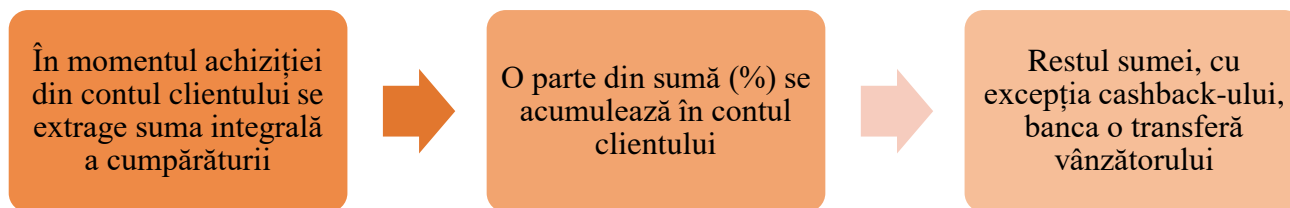


Figura 1.1. Algoritmul programului de cashback

Sursa: elaborat de autori în baza [7]

Trebuie remarcat că termenul "cashback" nu este definit din punct de vedere juridic (Codul Fiscal conține doar conceptul de *câștiguri*), dar în practică acest instrument de marketing este adesea folosit pentru a crește numărul clienților și loialitatea lor față de companie. Cuvântul cashback este format din două părți: cash și back, ce înseamnă literalmente "bani înapoi" și, în general, este vorba de același bonus pentru cumpărător, doar că exprimat sub formă monetară [6].

Cashback-ul are propriile caracteristici specifice, astfel încât, în funcție de termeni, condiții și programe, poate fi vorba de bani, de bonusuri de acumulare sau de puncte. De regulă, cele din urmă pot fi utilizate doar pentru a plăti cumpărături la anumiți comercianți cu amănuntul sau la alte întreprinderi. Cu alte cuvinte, făcând cumpărături sau utilizând un serviciu bancar cu un cashback, clienții au posibilitatea de a economisi bani. De reținut că restituirea cashback-ului nu reduce costul bunurilor/serviciilor sau al lucrărilor. Aceasta este ceea ce distinge cashback-ul de alte tipuri de reduceri și programe de bonusuri. Pe de altă parte, rabatul tot este un cashback doar că se aplică la achiziții mari de bunuri sau servicii. De obicei, se referă la achiziții între organizații mari și se găsește, de asemenea, în Forex [5].

Cashback-ul este un echivalent convențional al banilor (de obicei, 1 punct este egal cu 1 leu, dar uneori se găsesc și alte raporturi), care poate fi cheltuit într-un mod limitat. Cel mai simplu exemplu: *un magazin vă oferă 100 de puncte cashback pe care le puteți cheltui pentru procurarea unui alt produs din același magazin*. De asemenea, este posibil să primiți cashback direct de la un produs sau serviciu. Spre exemplu, *cumpărați un produs și a doilea îl primiți gratuit*.

Două principii importante de funcționare a cashback-ului sunt:

- ✓ clientul economisește bani;
- ✓ vânzătorul atrage mai mulți clienți și, prin urmare, primește un profit mai mare [8].

Orice fapt economic trebuie să fie documentat, iar un cashback nu face excepție. Având în vedere faptul că nu există formulare standard aprobate pentru un astfel de caz, acesta poate fi un document primar aprobat de conducerea entității, care va defini procedura de acordare a unui cashback, cum ar fi un ordin privind organizarea unui eveniment promoțional, o instrucțiune sau un regulament privind cashback-ul sau un alt document intern [2].

Bonusul oferit de vânzător este considerat o cheltuială, în scopuri fiscale, cu condiția să fie îndeplinite cerințele prevăzute în art. 24 al. 1) din Codul fiscal: „se permite deducerea cheltuielilor ordinare și necesare, achitate sau suportate de contribuabil pe parcursul perioadei fiscale, exclusiv în cadrul activității de întreprinzător” [1]. Astfel, bonusul trebuie să fie stipulat prin contract pentru îndeplinirea anumitor condiții contractuale (specifice) de către cumpărător (de exemplu, volumul de achiziții), iar bonusul nu modifică prețul bunurilor.

În contabilitatea vânzătorului, valoarea cashback-ului poate fi înregistrată ca o reducere de preț dacă acordul cu banca prevede un cashback în momentul vânzării bunurilor. În consecință, vânzătorul va recunoaște venitul net din reducere. Însă, dacă vorbim de un program amânat de rambursare a cashback-ului clientului, care a procurat un produs sau a utilizat un serviciu, valoarea acestuia este recunoscută ca o cheltuială [3].

Comerciantul reflectă cashback-ul acordat clientului la contul 712 "Cheltuieli de distribuire" sau 713 "Cheltuieli administrative", în cazul în care cashback-ul este considerat ca comision bancar pentru serviciile de decontare, în baza extrasului din contul curent. În cazul în care acordarea unui cashback se face cu scopul de a stimula vânzările și îndeplinește cerințele campaniei publicitare, considerăm că este posibil și reflectarea acestor cheltuieli în subcontul 712.5 "Cheltuieli de publicitate și marketing" [4]. Tratatamentul contabil ales pentru cheltuielile legate de cashback trebuie să fie stabilit în politicile contabile ale entității.

În continuare sunt prezentate principalele formule contabile aferente tranzacțiilor legate de acordarea unui cashback de către vânzător.

1) Reflectăm valoarea cashback-ului, în baza notei contabile:

Debit contul 712 "Cheltuieli de distribuire", subcontul 712.5 "Cheltuieli de publicitate și marketing" – la valoarea totală a cashback-ului

Credit contul 544 "Alte datorii curente", subcontul 544.3 "Alte datorii calculate curente" – la suma cashback-ului din procurarea unui produs

Credit contul 217 "Mărfuri" – la suma cashback-ului sub formă de produs cadou (la procurarea unui produs, al 2 este gratis)

Credit contul 811 "Activități de bază" – la suma cashback-ului sub formă de serviciu

2) Reflectăm transferul cashback-ului către cumpărător, în baza extrasului de cont:

Debit contul 544 "Alte datorii curente", subcontul 544.3 "Alte datorii calculate curente"

Credit contul 242 "Conturi curente în monedă națională"

În cazul în care clientul este o altă entitate, aceasta înregistrează venitul din restituirea cashback-ului în creditul contului 612 "Alte venituri din activitatea operațională", subcontul 612.8 "Alte venituri operaționale". În cazul folosirii de către entitate a unui plan de lucru diferit de Planul general de conturi contabile aceasta poate reflecta tranzacțiile legate de cashback-ul primit la efectuarea cumpărăturilor într-un subcont cu destinație specială.

În continuare sunt prezentate principalele formule contabile aferente tranzacțiilor legate de încasarea cashback-ului de către client.

1) Reflectăm valoarea cashback-ului acumulat, în baza notei contabile:

Debit contul 234 "Alte creanțe curente", subcontul 234.7 "Creanțe privind alte operațiuni"

Credit contul 612 "Alte venituri din activitatea operațională", subcontul 612.8 "Alte venituri operaționale"

2) Reflectăm încasarea mijloacelor bănești în contul curent al entității, în baza extrasului de cont:

Debit contul 242 "Conturi curente în monedă națională"

Credit contul 234 "Alte creanțe curente", subcontul 234.7 "Creanțe privind alte operațiuni"

Un cashback nu afectează baza de impozitare a TVA și nu are consecințe asupra TVA. În cazul unui cashback, cumpărătorul plătește vânzătorului valoarea integrală a produsului sau serviciului, prin urmare, TVA-ul este calculat fără a ține cont de cashback-ul solicitat. Vă rugăm să rețineți că se iau în considerare orice alte reduceri care sunt oferite și îndeplinite de vânzător în același timp cu rambursarea cashback-ului.

În conformitate cu legislația fiscală, venitul impozabil este venitul brut, inclusiv beneficiile oferite de angajator, primit de contribuabil din toate sursele într-o anumită perioadă fiscală, minus deducerile și scutirile aferente acestui venit la care contribuabilul are dreptul în conformitate cu legislația fiscală.

Codul fiscal (CF) nu prevede diferențe de impozitare legate de vânzarea de bunuri sau servicii cu acordarea unui cashback și, prin urmare, nu se fac ajustări. Astfel, în scopuri fiscale, valoarea veniturilor și cheltuielilor va corespunde veniturilor și cheltuielilor din registrele contabile [1].

Deoarece termenul "cashback" nu este definit în CF, venitul primit sub formă de cashback este egal cu venitul din câștiguri. În conformitate cu art. 12 . al. 14) din CF, câștigurile sunt veniturile brute obținute de la jocurile de noroc, loterii și de la campaniile promoționale atât în formă monetară, cât și nemonetară.

Astfel, în cazul în care cashback-ul acordat are ca scop promovarea vânzărilor, este anunțat public și este oferit pentru o perioadă limitată, tratamentul fiscal este același cu cel aplicabil câștigurilor primite în cadrul campaniilor promoționale. Prin urmare, dacă suma returnată pe cardul bancar al clientului nu depășește suma scutirii personale, acest venit nu este impozabil și, în consecință, nu se reține la sursă nici un impozit. În cazul în care se depășește cuantumul scutirii personale, acest venit se califică drept venit impozabil, iar plătitorul cashback-ului este obligat să rețină și să plătească impozit la buget în valoare de 12% din suma cashback-ului care depășește suma scutirii personale [7].

Concluzii

Astăzi, cashback-ul este disponibil în diferite localuri și magazine și este oferit la procurarea unui larg asortiment de produse sau servicii. Esența economică a unui cashback este de a fi un stimulent oferit clientului după achiziție, nu în timpul acesteia, în speranța unei noi achiziții în viitorul apropiat. Prin urmare, în opinia noastră, un comerciant poate recunoaște cashback-ul ca o cheltuială din vânzări, în conformitate cu principiul contabilității de angajamente [2]. În același timp, trebuie remarcat faptul că metodele contabile alese pentru documentarea operațiunii cashback trebuie să corespundă regulamentelor naționale și legilor contabile aferente și trebuie specificate în politicile contabile ale entității.

Referințe bibliografice

1. Codul fiscal nr. 1163-XIII din 24.04.1997, cu modificările ulterioare. [online] [accesat 18.04.2020]. Disponibil: http://www.fisc.md/CodFiscal/CodulfiscalInterm_ro.aspx
2. Legea contabilității și raportării financiare nr. 287 din 15 decembrie 2017, art. 11 alin. (1). În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* nr. 1-6 din 05.01.2018, art. nr: 22.
3. SNC "Cheltuieli". În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* nr. 233-237 din 22.10.2013, art. nr. 1533. [online] [accesat 01.11.2021]. Disponibil: [SMF118/2013 \(legis.md\)](SMF118/2013 (legis.md))
4. Planul general de conturi contabile aprobat prin Ordinul Ministerului Finanțelor nr.119 din 06.08.2013. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* nr.233-237 din 22.10.2013.
5. Contabilizarea cashback-ului și a reducerilor comerciale. [online] [accesat 01.11.2021]. Disponibil: <https://www.buhgalteria.ru/article/bukhgalterskiy-uchet-keshbeka-i-skidok>
6. Что такое «кэшбэк» простыми словами и как им пользоваться? [online] [accesat 01.11.2021] <https://megabonus.com/blog/chto-takoe-cashback-prostymi-slovami/>
7. ЗЛАТИНА Н. Кэшбэк (cashback): правила бухгалтерского учета и налогообложения. *Monitorul Fiscal FISC.md*, nr. 6 (69), 2021. [online] [accesat 01.11.2021] https://monitorul.fisc.md/practice_accounts/keshbek-cashback-pravila-buhgalterskogo-ucheta-i-nalogooblozheniya.html
8. ТОВСТОПЯТ Ю. «Лояльный» кэшбэк: правила учёта. Бухгалтер 911, октябрь, 2020, № 42. [online] [accesat 01.11.2021] [Cashback "loial": reguli de | contabile Contabil 911, octombrie, 2020/No42 | Buhgalter911](Cashback)