

RECUNOAȘTEREA VENITURILOR ÎN CADRUL CAMPANIILOR DE FIDELIZARE A CLIENȚILOR PRIN PRISMA IFRS15 “VENITURI DIN CONTRACTELE CU CLIENȚII”

CZU: 657.442:(658.89+658.82)
006.44:657.375.1

GRAUR Anatol¹, BUGAN Corneliu², HAREA Ruslan³,

^{1,3}Dr., conf. univ.; ²Drd., lector; ^{1,2}Academia de Studii Economice a Moldovei, Republica Moldova

Abstract. This article is dedicated to a detailed analysis of the existing international accounting practice of loyalty programs, considering the IFRS 15 "Revenue from contracts with customers". The author offer a detailed analysis of revenue accounting in line with the adopted IFRS 15 standard. A special place is dedicated to how revenue is recognized in loyalty programs, there are some practical situations of revenue accounting. Examples of accounting for loyalty programs are presented and ways of solving emerging problems are suggested.

Key words: fidelity, loyalty, gift points, performance obligation, material right, customers, IFRS, reporting, accounting.

Introducere

Campaniile de fidelizare a clienților reprezintă o modalitate de a crește vânzările în comerțul cu amănuntul. Aceste campanii pot avea diferite forme și instrumente: **politici de comunicare** (acordarea punctelor cadou (bonus) care pot fi utilizate pentru a achiziționa bunuri sau servicii gratuite sau cu preț redus, ca parte a unei tranzacții de vânzare de bunuri sau prestări de servicii), **politici de preț** (acordare de rabaturi și bonusuri, reduceri de preț comerciale, financiare și diferențierea prețurilor), **politici de produs** (oferirea unui produs de înaltă calitate, servicii conexe pentru unele produse), **politici de logistică** (acordarea drepturilor exclusive de vânzare, distribuire online).

Descrierea situației și necesitatea investigării. Aspecte generale.

Modul de contabilizare a operațiilor în cadrul programelor de fidelizare nu este expres prevăzut în standardele naționale de contabilitate. Aceste aspecte sînt reglementate în plan internațional de prevederile IFRS 15 "Venituri din contractele cu clienții". Contabilitatea programelor de loialitate este dificilă și are multe situații complicate. Contabilitatea în conformitate cu standardele IFRS pentru programele de fidelizare are, de asemenea, o importanță deosebită datorită schimbărilor internaționale recente a abordării conceptului de contabilitate a veniturilor în conformitate cu standardele internaționale. Anterior, la stabilirea veniturilor, companiile aplicau IAS 18 "Venituri", IAS 11 "Contracte de construcții", IFRIC 13 "Programe de fidelizare a clienților". Cu toate acestea, în luna mai 2014, a fost emis IFRS 15 "Venituri din contractele cu clienții". Standardul dat este obligatoriu pentru utilizare de la 01.01.2018, iar aplicarea opțională a permis companiilor să se adapteze prevederilor sale și să elaboreze un plan eficient de implementare a acestui standard.

Rezultatele cercetării. Aspecte contabile.

Nu se poate spune că IFRS 15 în mod esențial a schimbat abordarea de recunoaștere a veniturilor. Conform acestui standard există mai mulți pași de bază pentru recunoașterea veniturilor în cadrul unui contract distinct (figura 1) [1].

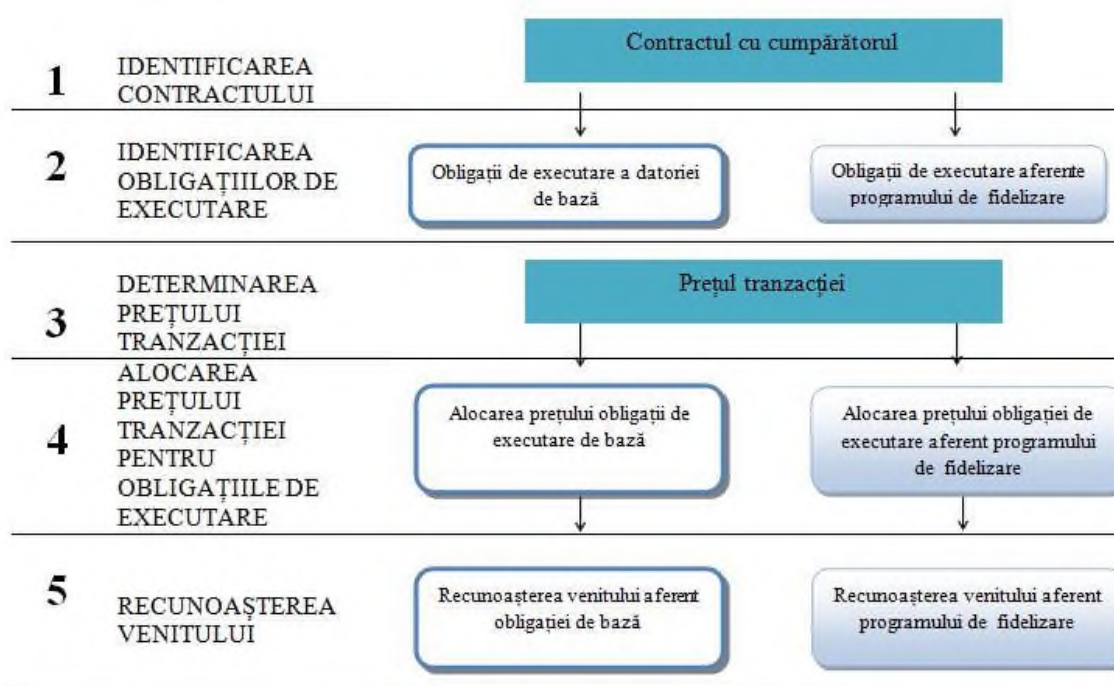


Fig. 1. Etapele de recunoaștere a venitului conform IFRS15

La primul pas este necesar aprecierea dacă sunt îndeplinite toate criteriile pentru recunoașterea veniturilor. Cu toate acestea, acest pas nu diferă de standardul anterior - IAS 18. În același timp, IFRS 15 solicită luarea în considerare a unor criterii precum solvabilitatea cumpărătorului și interesul pentru rezultatul final. Adică, standardul cere analiza nu numai a drepturilor cumpărătorului asupra activului transferat, ci și posibilitatea de a plăti. În absența solvabilității, veniturile conform IFRS 15 nu sunt recunoscute. În cadrul primului pas vânzătorul analizează dacă contractul îndeplinește criteriile conform IFRS 15 (figura 2).

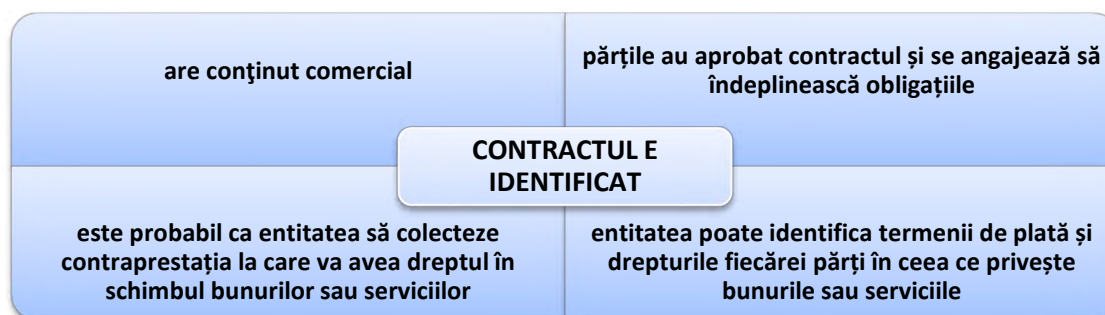


Fig. 2. Criterii de identificare a contractului cu clienții conform IFRS15

Un alt pas, este faptul determinării *obligațiilor de executare* care decurg din contract. Definiția obligațiilor contractuale cu privire la bunurile identificabile vândute nu diferă esențial față de regulile anterioare. Cu toate acestea, în cazurile în care contractul prevede vânzarea bunurilor combinate (de exemplu, furnizarea de servicii oferind în același timp echipamentul pentru utilizarea lor, sau acordarea de reduceri în cazul achiziționării unui alt produs, etc.), pot apărea situații specifice, fapt care poate schimba semnificativ indicatorii din situațiile financiare. În această etapă, este necesar să se ia în considerare toate reducerile și primele prezentate clienților (ca parte variabilă a veniturilor), precum și să se țină seama de o componentă semnificativă a finanțării și a compensației nemonetare.

În continuare, prețul este divizat pe unitate de venit, adică pe tranzacții separate. Este important de reținut că aceasta este o abordare complet nouă în comparație cu standardele anterioare. După cum sa menționat mai sus, pot fi realizate simultan diferite componente a tranzacției (de exemplu,

echipamente și servicii de instalare). În acest caz, reducerile și bonusurile trebuie distribuite între componentele tranzacției. Venitul fiecărei componente trebuie stabilit ținând cont de reducerile acordate (bonusuri).

La alt pas este necesar să se determine când venitul este recunoscut. În acest stadiu, vânzătorul este obligat să determine modul în care vor fi recunoscute veniturile: o singură dată sau pe durata unei perioade de timp. Anterior, veniturile erau recunoscute în momentul în care cumpărătorul a primit controlul asupra activului achiziționat. În același timp, a existat, de asemenea, o condiție pentru recunoașterea veniturilor pentru o anumită perioadă de timp.

Conform IFRS 15, orice program de loialitate reprezintă, în esență, o oportunitate pentru un client de a cumpăra bunuri sau servicii suplimentare în mod gratuit sau la un preț redus ca urmare a încheierii unui anumit contract, a cumpărării unui anumit produs sau a cumpărării pentru o anumită sumă. În acest caz, cumpărătorul plătește în avans bunurile sau serviciile care vor fi primite în viitor. În consecință, vânzătorul recunoaște încasările numai după transferul acestor bunuri sau servicii suplimentare sau după expirarea acțiunii/ofertei promoționale.

Modul în care are loc recunoașterea venitului conform pașilor expuși mai sus este analizat prin prisma unui exemplu.

Entitatea “Succes” SRL, care dispune de o sală de fitness vinde abonamente lunare și anuale. La achitarea abonamentului anual se oferă acces gratuit pentru o lună după expirarea perioadei de 12 luni de servicii cu plată. Costul lunar al abonamentului este de 1000 lei.

Vânzătorul trebuie să trateze aceste bunuri/servicii promise ca o **obligație de executare** separată. În conformitate cu paragraful B40 al IFRS 15, dacă, într-un contract, o entitate îi acordă unui client opțiunea de a dobândi bunuri sau servicii suplimentare, această opțiune generează o obligație de executare în contract doar dacă opțiunea îi oferă clientului **un drept semnificativ** pe care acesta nu l-ar primi fără a încheia contractul respectiv (de exemplu, o reducere față de gama reducerilor acordate în mod obișnuit pentru acele bunuri sau servicii acelei clase de clienți din acea zonă geografică sau de pe acea piață). Acest **drept semnificativ** reprezintă beneficiul ("cadoul" de la vânzător) pe care îl primește cumpărătorul dacă participă la programul de loialitate. Pentru a stabili dacă cumpărătorul are un drept semnificativ este necesar de analizat două întrebări:

1. E necesar un contract suplimentar cu clientul pentru a primi un produs sau serviciu suplimentar? Dacă da, atunci nu există un drept semnificativ (beneficii suplimentare), deoarece noul contract va fi analizat și contabilizat ca un contract separat (pasul 1 în modelul veniturilor în cinci pași).
2. Cumpărătorul poate achiziționa un produs sau serviciu suplimentar la același preț ca prețul individual de vânzare al produsului/serviciului? Dacă da, atunci nu există un drept semnificativ, deoarece nu există nici un beneficiu pentru client. El poate cumpăra același lucru la același preț.

De exemplu, dacă o lună suplimentară de servicii fitness ar fi oferită nu gratuit, dar la un preț de 1000 lei, atunci clienții nu ar obține nici un beneficiu, iar entitatea ar recunoaște venitul pentru o lună suplimentară doar la sfârșitul acestei luni, dacă clienții au convenit să utilizeze acest serviciu pentru același preț. Numai în cazul în care un produs sau un serviciu suplimentar este oferit la un preț preferențial și nu este nevoie de un nou contract de către client, cumpărătorul are un așa-numitul „drept semnificativ” (un avantaj suplimentar,), iar vânzătorul ar trebui să trateze ca o obligație de executare separată.

În contractual analizat în exemplu există două obligații de executare, iar “Succes” SRL va trebui să distribuie prețul tranzacției pentru fiecare dintre ele:

- a) furnizarea serviciilor de fitness pe tot parcursul anului;
- b) prestarea unui serviciu gratuit timp de o lună.

Următorul pas este determinarea prețului tranzacției.

Determinarea prețului de vânzare separat pentru un drept semnificativ are loc în baza p. 74 al IFRS 15, conform căruia “pentru a îndeplini obiectivul alocării, o entitate trebuie să aloce prețul tranzacției pentru fiecare obligație de executare identificată în contract pe baza unui **preț individual de vânzare** relativ”.

Evaluarea separată a acestor două obligații trebuie să reflecte discountul (reducerea) pe care cumpărătorul l-ar primi la exercitarea opțiunii, ajustat cu:

- orice reduceri pe care cumpărătorul le-ar putea primi, dacă nu ar realiza opțiunea (dreptul semnificativ); și
- probabilitatea de a exercita opțiunea (dreptul semnificativ).

În exemplul dat, reducerea pentru fiecare client este de 1000 lei. În cazul în care clientul nu ar utiliza serviciul, acesta nu ar beneficia de reduceri suplimentare. Prin urmare, nu există nicio ajustare.

Probabilitatea de a exercita opțiunea estimată de "Succes" SRL este de 100%. Astfel, prețul de vânzare separat al unui drept semnificativ este egal cu $1000 \times 100\% = 1000$ lei. Abonamentul anual costă 12000 lei (1000×12). Să presupune că au fost vândute 100 de abonamente, astfel că valoarea tranzacției este de 1 200 000 lei.

La **pasul patru** este necesar de a distribui prețul tranzacției asupra celor două obligații de executare pe baza unor prețuri separate de vânzare (tabelul 1):

- furnizarea serviciilor de fitnes pe tot parcursul anului (abonament anual) costă 1 200 000 lei.
- beneficiul clientului din oferta promoțională (luna gratuită) este de $1200 / 12$ luni = 1000 lei.

"Succes" SRL presupune că toți clienții care au procurat abonamente anuale vor beneficia de o lună suplimentară de servicii gratuite. Având în vedere această estimare, prețul de vânzare separat al ofertei promoționale pe luna gratuită este de 100 000 lei ($1000 \text{ lei} \times 100 \text{ persoane}$).

Tabelul 1. Alocarea prețului tranzacției pentru obligațiile de executare

Obligații de executare	Preț separat al tranzacției	Pondere, %	Preț repartizat pe obligații de executare
Abonament anual	1 200 000	92,31	1 107 720
Luna gratuită	100 000	7,69	92 280
Total	1 300 000	100	1 200 000

La al **cincilea pas** "Succes" SRL trebuie să recunoască veniturile proporționale pe perioada de timp de un an, deoarece cumpărătorul abonamentului anual primește servicii și consumă beneficii simultan, pe măsură ce vânzătorul își îndeplinește obligația de executare. "Succes" SRL contabilizează tranzacțiile menționate în modul următor (tabelul 2).

Tabelul 2. Jurnalul de înregistrări cronologice al „Succes” SRL aferent campaniei promoționale

Nr. crt.	Conținutul operațiilor economice	Corespondența conturilor		Suma, lei
		Debit	Credit	
În momentul achiziționării unui abonament anual				
1	Reflectarea încasării avansurilor ($1000 \text{ lei} \times 12 \text{ luni} \times 100$ clienți)	Numerar	Avansuri încasate	1 200000
Lunar la prestarea serviciilor				
2	Reflectarea sumei totale a creanțelor ($1\ 200\ 000 : 12$)	Creanțe		100 000
3	Reflectarea veniturilor din vânzări ($1\ 107\ 720 : 12$)		Venituri din vânzări	92 310
4	Reflectarea venitului aferent lunii gratuite ($92280 : 12$)		Venituri anticipate	7 690
5	Decontarea reciprocă a creanțelor și datoriilor	Avansuri încasate	Creanțe	100 000
La sfârșitul anului, soldul contului Venituri anticipate va fi de 92280 lei, iar la sfârșitul lunii suplimentare gratuite				
6	Reflectarea venitului aferent lunii gratuite (7690×12)	Venituri anticipate	Venituri din vânzări	92 280

În anexa "Exemple ilustrative" la IFRS 15 se prezintă o astfel de situație, doar că în alte condiții. Compania încheie un contract pentru vânzarea de bunuri A pentru 100 lei. Ca parte a contractului, compania oferă acestui client o reducere de 40% pentru orice achiziție viitoare în valoare de până la 100 de lei în următoarele 30 de zile. În același timp, compania oferă o reducere de 10% oricărui cumpărător în următoarele 30 de zile, ca parte a ofertei sezoniere. Această reducere sezonieră de 10%

nu poate fi utilizată în plus față de reducerea de 40% a contractului. Deoarece toți clienții primesc o reducere de 10% la achiziții în următoarele 30 de zile, pentru a estima dreptul semnificativ, ar trebui folosită doar valoarea reducerii suplimentare, de 30%. Compania consideră acest drept semnificativ ca fiind o obligație separată pentru executarea contractului de vânzare a bunurilor A. Conform estimărilor companiei, 80% dintre clienți vor utiliza discountul și vor cumpăra bunuri suplimentare în valoare de 50 de lei. În consecință, prețul separat al acestei obligații de executare va fi de: 50 lei (achiziție medie suplimentară) x 30% (reducere suplimentară) × 80% (probabilitatea de a exercita opțiunea de către client) = 12 lei.

O altă variantă de recunoaștere a veniturilor în cadrul programelor de fidelizare și loialitate este cardul de discount a magazinelor la care se acumulează puncte bonus pentru fiecare achiziție.

Spre exemplu "Linella" SRL deține o rețea de supermarketuri și utilizează un program de loialitate pentru a atrage clienții, oferind un card de bonus la prima cumpărare. La fiecare achiziție ulterioară, clientul este creditat cu 1 punct bonus pentru fiecare 10 lei de cumpărături. Punctele bonus pot fi utilizate pentru următoarele achiziții, un punct bonus egal cu 1 leu discount. Punctele pot fi utilizate pe tot parcursul anului. Clienții au acumulat 100 000 de puncte bonus, adică a făcut achiziții de 1 000 000 de lei. Pe baza statisticilor anterioare, "Linella" SRL presupune că 90% dintre clienți folosesc aceste puncte pentru a plăti achizițiile viitoare. "Linella" SRL recunoaște veniturile în conformitate cu IFRS 15 în modul următor.

În exemplul analizat, cumpărătorul primește un drept semnificativ ("cadou"), deoarece:

- după emiterea cardului, se acordă puncte bonus fără alte condiții suplimentare (nu există un nou contract);
- cumpărătorul poate primi bunurile la un preț redus.

La operațiunile cu carduri cu bonus "Linella" SRL trebuie să ia în considerare două obligații de executare:

- vânzarea de bunuri la un preț normal;
 - dreptul semnificativ a clientului asupra vânzărilor pentru puncte bonus.
- a) Prețul separat al primei obligații de executare este de 100 000 puncte x 10 lei = 1 000 000 lei. (1 punct = 10 lei). Astfel, pentru a câștiga 100 000 de puncte, cumpărătorii au cumpărat și au plătit bunuri de 1 milion lei.
- b) Prețul separat al dreptului semnificativ se va calcula după cum urmează:
- suma reducerilor este egală cu 100 000 lei, deoarece bunurile pe care clienții le pot cumpăra pentru punctele bonus sunt vândute la un preț normal de 100 000 de puncte bonus.
 - nu există alte reduceri în cadrul altor programe de fidelizare;
 - 90% din cumpărători vor folosi punctele bonus;
 - prețul separat al celei de-a doua obligații de executare este 100 000 x 90% = 90000 lei. Divizarea prețului tranzacției între obligațiile de executare se prezintă în tabelul 3.

Tabelul 3. Alocarea prețului tranzacției pentru obligațiile de executare

Obligații de executare	Preț separat al tranzacției	Pondere, %	Preț repartizat pe obligații de executare
Mărfuri	1 000 000	91,74	917 431
Puncte bonus	90 000	8,26	82 569
Total	1 090 000	100	1 000 000

În momentul vânzării se contabilizează:

Debit "Numerar" - 1 000 000 lei
Credit "Venituri din vânzări" -917 431 lei
Credit "Venituri anticipate" -82 569 lei

La utilizarea punctelor bonus:

Debit "Venituri anticipate" -82 569 lei
Credit "Venituri din vânzări" -82 569 lei

În cazul în care mai puțin de 90% dintre clienți folosesc puncte bonus, obligația contractuală rămasă va fi recunoscută ca venit la sfârșitul perioadei de valabilitate a punctelor bonus. Chiar dacă mai mult de 90% dintre clienți folosesc puncte bonus, veniturile vor fi recunoscute numai în limita obligației contractuale. În orice caz, venitul total nu va depăși 1 000 000, iar “Linella” SRL va trebui să-și schimbe estimările de probabilitate pentru următorul program de fidelizare.

În concluzie, menționăm că reflectarea obligației de executare separat sub forma unui drept semnificativ este argumentat prin faptul contabilizării veniturilor în momentul în care sunt suportate costurile și informează utilizatorii situațiilor financiare că compania are obligația de a oferi reduceri către cumpărători pentru suma corespunzătoare egală cu punctele bonus nefolosite. Dacă nu se contabilizează obligația contractuală, aceasta va duce la o supraestimare a veniturilor pentru perioada de raportare și la subestimarea obligațiilor entității. Alt moment este faptul că obligațiile contractuale sunt reflectate în situația poziției financiare, dar ele nu sunt reflectate în contabilitatea fiscală, fapt care va duce la apariția ajustărilor în declarațiile fiscale.

Concluzii.

În concluzie, remarcăm particularitățile dezvăluirii informațiilor în situațiile financiare afectate de standardele internaționale atunci când se efectuează programe de loialitate (fidelizare). În Notele existente la situațiile financiare entitatea este obligată să prezinte principalele politici contabile utilizate în contabilitatea programelor de fidelizare, inclusiv metodele aplicate de determinare a valorii juste a bonusului, precum și procedura de determinare a probabilității de acordare a bonusurilor [2]. Rezumând cele de mai sus, trebuie remarcat faptul că contabilizarea programelor de loialitate în conformitate cu normele IFRS conține mai multe situații dificile, legate de dispozițiile tranzitorii în legătură cu adoptarea IFRS 15, care intră în vigoare de la 01.01.2018. Astfel, IFRS 15 conține o inovație care cere entității să prezinte în note suma bonusurilor (reducerilor) acordate, repartizată între componentele veniturilor. O dificultate considerabilă se datorează, de asemenea, determinării valorii juste a bonusurilor oferite și procedurii de evaluare a probabilității de acordare a lor. Această problemă se rezolvă în mod independent de entitate, stabilind o astfel de modalitate în politicile sale contabile.

Bibliografie

1. IFRS15 “Venituri din contractele cu clienții”, <http://mf.gov.md/ro/content/standardele-interna%C8%9Bionale-de-raportare-financiar%C4%83-2017-red-book>
2. IAS 18 “Venituri”, <http://mf.gov.md/ro/content/standardele-interna%C8%9Bionale-de-raportare-financiar%C4%83-2017-red-book>
3. Standardele Naționale de Contabilitate, aprobate prin Ordinul Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova nr. 118 din 06.08.2013. – www.mf.gov.md.
4. Planul general de conturi contabile, aprobat prin Ordinul Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova nr. 119 din 06.08.2013. – www.mf.gov.md.
5. <https://www.ipbr.org/accounting/ias/new-in-ias/150809-asadova/>