

## იმკ-ის ინტერპრეტაცია 31

### შემოსავლები – საბარგერო ოპერაციები სარეკლამო მომსახურების ჩათვლით

#### წყაროები:

- ბასს 8 – „სააღრიცხვო პოლიტიკა, ცვლილებები სააღრიცხვო შეფასებებში და შეცდომები“.
- ბასს 18 – „ამონაგები“.

#### განსახილველი საკითხი

1. საწარმო (გამყიდველი) შეიძლება ბარგერის გარიგება დადოს სარეკლამო მომსახურებით უზრუნველყოფის მიზნით და თავისი კლიენტისაგან (კლიენტი) მიიღოს სარეკლამო მომსახურება. რეკლამა შეიძლება განთავსდეს ინტერნეტში, ტელე ან რადიო გადაცემებში, ჟურნალებსა და გაზეთებში, ან სხვა მედიაში.
2. ზოგ შემთხვევაში, საწარმოებს შორის არ ხდება არც ფულადი სახსრების და არც სხვა საშუალებების გაცვლა. სხვა შემთხვევაში, ასევე ხდება იმავე ან დაახლოებით იმავე ფულადი სახსრების გაცვლა.
3. გამყიდველი, რომელიც უზრუნველყოფს სარეკლამო მომსახურებას ჩვეულებრივი საქმიანობის დროს, ბასს 18-ის მიხედვით საბარგერო გარიგების დროს, სარეკლამო მომსახურების ჩათვლით, შემოსავალს აღიარებს მაშინ, როდესაც სხვა კრიტერიუმების დაკმაყოფილებასთან ერთად, გაცვლილი მომსახურებები არაერთნაირია (ბასს 18.12) და შემოსავლის თანხა შეიძლება საიმედოდ გაიზომოს. ეს ინტერპრეტაცია ასევე გამოიყენება არაერთნაირი სარეკლამო მომსახურებების გაცვლისათვის. ერთნაირი სარეკლამო მომსახურებების გაცვლა ბასს 18-ის მიხედვით არ წარმოადგენს გარიგებას, რომლიდანაც წარმოიქმნება შემოსავალი.
4. საკითხი მდგომარეობს იმაში, თუ რომელ შემთხვევებში შეუძლია გამყიდველს რეალური ღირებულებით შემოსავლის საიმედოდ შეფასება იმ სარეკლამო მომსახურებისათვის, რომელიც მიღებულ იქნა, ან უზრუნველყოფილ იქნა ბარგერული ოპერაციით.

#### კონსენსუსი

5. შემოსავალი ბარგერული ოპერაციიდან, რომელიც შეიცავს რეკლამას, არ შეიძლება საიმედოდ გაიზომოს მიღებული სარეკლამო მომსახურების რეალური ღირებულებით. თუმცა, გამყიდველს შეუძლია რეალური ღირებულებით შემოსავლის საიმედოდ შეფასება იმ სარეკლამო მომსახურებისათვის, რომელიც უზრუნველყოფილია ბარგერული ოპერაციით, მხოლოდ არაბარგერულ ოპერაციებზე მითითებით, როდესაც იგი:
  - ა) შეიცავს ბარგერული ოპერაციის მსგავს რეკლამას;
  - ბ) ხშირად ხდება;
  - გ) წარმოადგენს უფრო მეტი რაოდენობის ოპერაციებსა და თანხას, იმ რეკლამის უზრუნველყოფელ ყველა ოპერაციასთან შედარებით, რომელიც ბარგერული ოპერაციით რეკლამის ანალოგიურია;
  - დ) შეიცავს ფულად სახსრებს და/ან გარიგების სხვა ფორმებს (მაგ., საბაზრო აქციები, არაფულადი აქციები და სხვა მომსახურება), რომლებსაც აქვთ საიმედოდ შეფასებადი რეალური ღირებულება; და
  - ე) არ შეიცავს იმავე მხარეს, რაც არსებობს ბარგერულ ოპერაციაში.

#### კონსენსუსის თარიღი

2001 წლის მაისი.

#### ძალაში შესვლის თარიღი

ეს ინტერპრეტაცია ძალაში შედის 2001 წლის 31 დეკემბერს. სააღრიცხვო პოლიტიკის ცვლილებები აისახება ბასს 8-ის შესაბამისად.

