იმკ-ის ინტერპრეტაცია 31

ამონაგები - ბარტერული ოპერაციები სარეკლამო მომსახურების ჩათვლით

წყაროები:

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

განსახილველი საკითხი

1. საწარმო (გამყიდველი) შეიძლება ბარტერული გარიგება დადოს სარეკლამო მომსახურებით უზრუნველყოფის მიზნით და თავისი მომხმარებლისგან მიიღოს სარეკლამო მომსახურება. რეკლამა შეიძლება განთავსდეს ინტერნეტში, ტელე ან რადიო გადაცემებში, ჟურნალებსა და გაზეთებში, ან სხვა საინფორმაციო საშუალებებში.

2. ზოგ შემთხვევაში, საწარმოებს შორის არ ხდება არც ფულადი სახსრებისა და არც სხვა სახის ანაზღაურების გაცვლა. სხვა შემთხვევაში, ასევე ხდება იმავე რაოდენობის, ან დაახლოებით იმავე რაოდენობის ფულადი სახსრების გაცვლა.

3. ბასს 18-ის მიხედვით, გამყიდველი, რომელიც სარეკლამო მომსახურებას უზრუნველყოფს ჩვეულებრივი საქმიანობის პროცესში, ბარტერული გარიგების დროს, რომელიც სარეკლამო მომსახურებასაც ითვალისწინებს, ამონაგებს აღიარებს მაშინ, როდესაც სხვა კრიტერიუმების დაკმაყოფილებასთან ერთად, გაცვლილი მომსახურებები არ არის ერთნაირი (ბასს 18.12) და შესაძლებელია ამონაგების თანხის საიმედოდ შეფასება. ეს ინტერპრეტაცია ასევე გამოიყენება არაერთნაირი სარეკლამო მომსახურებების გაცვლისთვისაც. ერთნაირი სარეკლამო მომსახურებების გაცვლა, ბასს 18-ის მიხედვით, არ წარმოადგენს გარიგებას, საიდანაც ამონაგები წარმოიქმნება.

4. საკითხი მდგომარეობს იმაში, თუ რა შემთხვევაში შეუძლია გამყიდველს ამონაგების საიმედოდ შეფასება იმ სარეკლამო მომსახურების რეალური ღირებულებით, რომელიც მიიღო, ან გასწია ბარტერული ოპერაციის მეშვეობით.

კონსენსუსი

5. ამონაგები ბარტერული ოპერაციიდან, რომელიც რეკლამას შეიცავს, არ შეიძლება საიმედოდ შეფასდეს მიღებული სარეკლამო მომსახურების რეალური ღირებულებით. თუმცა, გამყიდველს ამონაგების საიმედოდ შეფასება ბარტერული ოპერაციის ფარგლებში გაწეული სარეკლამო მომსახურების რეალური ღირებულებით შეუძლია მხოლოდ ისეთი არაბარტერული ოპერაციების მეშვეობით, რომლებიც:

   ა) შეიცავს ბარტერული ოპერაციის რეკლამის მსგავს რეკლამას;

   ბ) ხშირად ხდება;

   გ) ყველაზე დიდია რაოდენობისა და თანხების სიდიდის მიხედვით ყველა იმ ოპერაციასთან შედარებით, რომლებიც ბარტერული ოპერაციის ფარგლებში მიწოდებული რეკლამის ანალოგიურ რეკლამას შეიცავს;

დ) შეიცავს ფულად სახსრებს და/ან ანაზღაურების სხვა ფორმებს (მაგ., ლიკვიდური ფასიანი ქაღალდები, არაფულადი აქტივები და სხვა მომსახურება), რომლებსაც საიმედოდ შეფასებადი რეალური ღირებულება აქვთ; და

ე) რომლის მონაწილე არ არის იგივე მხარე, რომელიც ბარტერული ოპერაციის (გარიგების) მეორე მხარეა.

კონსენსუსის თარიღი

2001 წლის მაისი.

ძალაში შესვლის თარიღი

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

© IFRS Foundation