

تفسیر 31 کمیته تفاسیر مباحث جاری
درآمد عملیاتی- معاملات پایاپای دربردارنده خدمات
تبلیغاتی

تفسیر 31 کمیته تفاسیر مباحث جاری
درآمد عملیاتی- معاملات پایاپای دربردارنده خدمات تبلیغاتی

ارجاع

- استاندارد بین‌المللی حسابداری 8 رویه‌های حسابداری، تغییر در برآوردهای حسابداری و اشتباهات
- استاندارد بین‌المللی حسابداری 18 درآمد عملیاتی

مسئله

1. یک واحد تجاری (فروشنده) ممکن است به منظور ارائه خدمات تبلیغاتی در ازای دریافت خدمات تبلیغاتی از مشتری خود (مشتری)، وارد یک معامله پایاپای شود. این تبلیغات ممکن است در سایتها اینترنتی یا تبلیغاتی نمایش داده شود، پخش تلویزیونی یا رادیویی داشته باشد، در مجلات یا نشریات منتشر شود، یا در سایر رسانه‌ها ارائه گردد.
2. در برخی موارد، هیچ‌گونه نقد یا مابه‌ازای دیگری بین واحدهای تجاری مبادله نمی‌شود. در سایر موارد، مبالغی برابر یا تقریباً برابر با نقد یا مابه‌ازای دیگر مبادله می‌شود.
3. فروشنده‌ای که در روال فعالیت‌های عادی خود، خدمات تبلیغاتی ارائه می‌کند، در صورتی بابت معامله پایاپای دربردارنده خدمات تبلیغاتی، طبق استاندارد بین‌المللی حسابداری 18 درآمد شناسایی می‌کند که علاوه بر سایر معیارهای شناخت درآمد، خدمات مبادله‌شده مشابه نباشند (بند 12 استاندارد بین‌المللی حسابداری 18) و مبلغ درآمد به گونه‌ای قابل اتکا، قابل اندازه‌گیری باشد (بند 20 الف) استاندارد بین‌المللی حسابداری 18). این تفسیر تنها درخصوص مبادله خدمات تبلیغاتی غیرمشابه کاربرد دارد. طبق استاندارد بین‌المللی حسابداری 18، مبادله خدمات تبلیغاتی مشابه منجر به ایجاد درآمد عملیاتی نمی‌شود.
4. مسئله این است که فروشنده در چه شرایطی می‌تواند درآمد عملیاتی را به‌گونه‌ای قابل اتکا به ارزش منصفانه خدمات تبلیغاتی دریافت‌شده یا ارائه‌شده در یک معامله پایاپای، اندازه‌گیری کند.

اجماع

5. درآمد عملیاتی حاصل از یک معامله پایاپای دربردارنده تبلیغات، به‌گونه‌ای قابل اتکا به ارزش منصفانه خدمات

تفسیر 31 کمیته تفاسیر مباحث جاری درآمد عملیاتی- معاملات پایای دربردارنده خدمات تبلیغاتی

تبلیغاتی دریافت شده قابل اندازه گیری نیست. با وجود این، فروشنده می تواند تنها با توجه با معاملات غیرپایایی که دارای شرایط زیر هستند، درآمد عملیاتی حاصل از یک معامله پایای را به گونه ای قابل اتکا به ارزش منصفانه خدمات تبلیغاتی ارائه شده اندازه گیری کند:

الف. تبلیغات آنها مشابه با تبلیغات معاملات پایای باشد؛

ب. به صورت مکرر انجام شود؛

پ. در مقایسه با تمام معاملات مرتبط با ارائه تبلیغات که مشابه با تبلیغات در معامله پایای می باشد، تعداد معاملات و مبلغ آنها قابل توجه باشد؛

ت. دربردارنده نقد و/یا سایر اشکال مابه ازای (مانند اوراق بهادار معاملاتی، داراییهای غیرمالی و سایر خدمات) باشد که ارزش منصفانه آنها به گونه ای قابل اتکا قابل اندازه گیری است؛ و

ث. همانند معاملات پایای، طرف یکسانی نداشته باشند.

تاریخ اجماع

می سال 2001

تاریخ اجرا

این تفسیر از تاریخ 31 دسامبر سال 2001 لازم الاجرا است. تغییر در رویه های حسابداری باید طبق استاندارد بین المللی حسابداری 8 به حساب منظور شود.