

## KOMISIJAS REGULA (EK) Nr. 1262/2008

(2008. gada 16. decembris),

ar kuru groza Regulu (EK) Nr. 1126/2008, ar ko pieņem vairākus starptautiskos grāmatvedības standartus saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 1606/2002, attiecībā uz Starptautisko finanšu pārskatu interpretācijas komitejas (IFRIC) 13. interpretāciju

(Dokuments attiecas uz EEZ)

EIROPAS KOPIENU KOMISIJA,

ņemot vērā Eiropas Kopienas dibināšanas līgumu,

ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes 2002. gada 19. jūlija Regulu (EK) Nr. 1606/2002 par starptautisko grāmatvedības standartu piemērošanu<sup>(1)</sup> un jo īpaši tās 3. panta 1. punktu,

tā kā:

- (1) Ar Komisijas Regulu (EK) Nr. 1126/2008<sup>(2)</sup> ir pieņemti vairāki starptautiskie grāmatvedības standarti un interpretācijas, kas bija spēkā 2008. gada 15. oktobrī.
- (2) Starptautisko finanšu pārskatu interpretācijas komiteja (IFRIC) 2007. gada 5. jūlijā publicēja IFRIC 13. interpretāciju "Programmas, kuras vērstas uz klientu piesaistīšanu" (turpmāk "IFRIC 13. interpretācija"). IFRIC 13. interpretācija likvidē pašreizējās prakses neatbilstības attiecībā uz tādu preču vai pakalpojumu uzskaiti, ko uzņēmumi piedāvā bez maksas vai pārdod par pazeminātām cenām saistībā ar programmām, kuras ir vērstas uz klientu piesaistīšanu un izmantotas, lai par preces vai pakalpojuma iegādi piešķirtu saviem klientiem bonusa punktus, "bezmaksas jūdzes" vai citas priekšrocības.
- (3) Apspriešanās ar Eiropas Finanšu pārskatu padomdevējas grupas (EFRAG) tehnisko ekspertu grupu (TEG) apstiprina, ka IFRIC 13. interpretācija atbilst Regulas (EK) Nr. 1606/2002 3. panta 2. punktā izklāstītajiem tehniskajiem pieņemšanas kritērijiem. Saskaņā ar Komisijas 2006. gada 14. jūlija Lēmumu 2006/505/EK, ar ko izveido Grāmat-

vedības standartu pārskata grupu, lai konsultētu Komisiju par Eiropas Finanšu pārskatu padomdevējas grupas (EFRAG) atzinumu objektivitāti un neitralitāti<sup>(3)</sup>, Grāmatvedības standartu pārskata grupa izskatīja EFRAG atzinumu par apstiprināšanu un informēja Eiropas Komisiju, ka tas ir objektīvs un līdzsvarots.

(4) Tāpēc attiecīgi jāgroza Regula (EK) Nr. 1126/2008.

(5) Šajā regulā paredzētie pasākumi ir saskaņā ar Grāmatvedību regulējošās komitejas atzinumu,

IR PIENĒMUSI ŠO REGULU.

## 1. pants

Regulas (EK) Nr. 1126/2008 pielikumā iekļauj Starptautisko finanšu pārskatu interpretācijas komitejas (IFRIC) 13. interpretāciju "Programmas, kuras vērstas uz klientu piesaistīšanu", kā izklāstīts šīs regulas pielikumā.

## 2. pants

Ikvienš uzņēmums piemēro IFRIC 13. interpretāciju, kas iekļauta šīs regulas pielikumā, vēlākais no dienas, kurā sākas tā pirmais finanšu gads, kas iestājas pēc 2008. gada 31. decembra.

## 3. pants

Šī regula stājas spēkā trešajā dienā pēc publicēšanas Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī.

Šī regula uzliek saistības kopumā un ir tieši piemērojama visās dalībvalstīs.

Briselē, 2008. gada 16. decembrī

Komisijas vārdā —  
Komisijas loceklis  
Charlie MCCREEVY

(<sup>1</sup>) OV L 243, 11.9.2002., 1. lpp.

(<sup>2</sup>) OV L 320, 29.11.2008., 1. lpp.

(<sup>3</sup>) OV L 199, 21.7.2006., 33. lpp.

## PIELIKUMS

## STARPTAUTISKIE FINANŠU PĀRSKATU STANDARTI

IFRIC 13	"IFRIC 13. interpretācija "Programmas, kuras vērstas uz klientu piesaistišanu" "
----------	--

**SFPIK 13. INTERPRETĀCIJA****Klientu lojalitātes programmas**

## ATSAUCES

- 8. SGS Grāmatvedības politika, grāmatvedības aplēšu izmaiņas un kļūdas
- 18. SGS Ieņēmumi
- 37. SGS Uzkrājumi, iespējamās saistības un iespējamie aktīvi

## PAMATOJUMS

1. Uzņēmumi izmanto klientu lojalitātes programmas, lai motivētu klientus iegādāties piedāvātos produktus un pakalpojumus. Ja klients iegādājas produktus vai pakalpojumus, uzņēmums piešķir klientam bonuspunktus (bieži sauktus par "punktiem"). Klients par bonuspunktiem var saņemt balvas, piemēram, preces un pakalpojumus bez maksas vai par pazeminātu cenu.
2. Programmas darbojas dažādos veidos. Pirms klients var saņemt motivējošas balvas, var tikt izvirzīta prasība, ka tam jāuzkrāj minimālais bonuspunktu skaits vai vērtība. Bonuspunkti var būt saistīti ar atsevišķiem pirkumiem vai pirkumu grupām vai ar noteiktā laika periodā veiktiem pirkumiem. Uzņēmums pats var īstenot klientu lojalitātes programmu vai piedalīties programmā, ko īsteno trešā persona. Piedāvātās motivācijas balvas var ietvert produktus vai pakalpojumus, kurus piedāvā pats uzņēmums, un/vai tiesības pieprasīt produktus vai pakalpojumus no trešās personas.

## DARBĪBAS JOMA

3. Šī interpretācija attiecas uz klientu lojalitātes bonuspunktiem:
  - a) kurus uzņēmums piešķir saviem klientiem kā daļu no pārdošanas darījuma, t. i., produktu pārdošanas, pakalpojuma sniegšanas vai uzņēmuma aktīvu izmantošanas;
  - b) kurus, atkarībā no turpmāku kvalificējošu nosacījumu izpildes, klienti var izmantot, lai saņemtu produktus un pakalpojumus par brīvu vai par pazeminātām cenām.

Šī interpretācija attiecas uz to uzņēmumu grāmatvedību, kuri piešķir saviem klientiem bonuspunktus.

## JAUTĀJUMI

4. Šajā interpretācijā ir aplūkoti šādi jautājumi:
  - a) vai uzņēmuma pienākums piešķirt produktus vai pakalpojumus par brīvu vai par pazeminātu maksu ("balvas") turpmāk atzīstams un vērtējams:
    - i) attiecinot daļu no pārdošanas darījumā saņemtās vai saņemamās atlīdzības uz bonuspunktiem un atliekot ieņēmumu atzīšanu (piemērojams 18. SGS 13. punkts);
    - ii) veidojot uzkrājumus balvu nodrošināšanai aplēsto nākotnes izmaksu apmērā (piemērojams 18. SGS 19. punkts); un
  - b) ja atlīdzība attiecināma uz bonuspunktiem:
    - i) kāda ir uz tiem attiecināmā daļa;
    - ii) kad jāatzīst ieņēmumi;
    - iii) ja balvas nodrošina trešā persona, kā jānovērtē ieņēmumi.

## KOMISIJAS VIEDOKLIS

5. Uzņēmumam jāpiemēro 18. SGS 13. punktu un jāuzskaita bonuspunktus kā atsevišķi identificējamu sastāvdaļu pārdošanas darījumā(-os), kura(-u) rezultātā šie bonuspunkti tiek piešķirti, ("sākotnējā pārdošana"). Saņemtās vai saņemamās atlīdzības sākotnējās pārdošanas patiesā vērtība sadalāma starp bonuspunktiem un citām pārdošanas sastāvdaļām.
6. Atlīdzība, kas attiecināma uz bonuspunktiem, tiek noteikta, pamatojoties uz to patieso vērtību, t.i., uz vērtību, par kādu bonuspunkti varētu tikt pārdoti atsevišķi.
7. Ja uzņēmums pats nodrošina balvas, tad ieņēmumus no bonuspunktiem (saskaņā ar pārdošanas darījuma sastāvdaļām noteikto ieņēmumu proporciju) atzīst brīdī, kad šie bonuspunkti tiek izpirkti un uzņēmums izpilda savu pienākumu nodrošināt balvas. Atzītais ieņēmumu apmērs balstās uz to bonuspunktu skaitu, kas tiek izpirkti apmaiņā pret atlīdzību, attiecībā pret kopējo sagaidāmo izpērkamo bonuspunktu skaitu.

8. Ja atlīdzību nodrošina trešās personas, uzņēmums nosaka, vai tas pats saņem atlīdzību, kas attiecināma uz bonuspunktiem, t.i., darbojas kā darījuma galvenā persona, vai trešās personas vārdā, t. i., darbojas kā trešās personas pārstāvis.
- a) Ja uzņēmums saņem atlīdzību trešās personas vārdā, tad tas:
- i) novērtē savus ieņēmumus kā neto summu, ko patur pats uzņēmums, t.i., kā starpību starp atlīdzību, kas attiecināma uz bonuspunktiem, un summu, kas maksājama trešajai personai par balvu sagādāšanu;
  - ii) atzīst šo neto summu kā ieņēmumu, kad trešajai personai rodas pienākums sagādāt balvas un tā ir tiesīga par to saņemt kompensāciju. Šie apstākļi var iestāties jau bonuspunktu piešķiršanas brīdī. Tāpat, ja klients var izvēlēties pieprasīt balvu vai nu no uzņēmuma, vai trešās personas, šie apstākļi var iestāties tajā brīdī, kad klients nolemj pieprasīt balvas no trešās personas.
- b) Ja uzņēmums saņem atlīdzību pats savā vārdā, tad tas novērtē ieņēmumus kā bruto atlīdzību, kas attiecināma uz bonuspunktiem, un atzīst ieņēmumus tikai pēc tam, kad ir izpildījis visas saistības, kas attiecas atlīdzību.
9. Ja jebkurā brīdī sagaidāms, ka izmaksas, kas nepieciešamas, lai nodrošinātu atlīdzības piešķiršanas pienākuma izpildi, pārsniegs uz bonuspunktiem attiecināmo saņemto un saņemamo atlīdzību (t. i., atlīdzība, kas attiecināta uz bonuspunktiem sākotnējās pārdošanas laikā un kas vēl nav atzīta kā ieņēmumi, kā arī jebkuras nākamās atlīdzības, kas saņemamas, kad klients izpērk bonuspunktus), uzņēmumam ir apgrūtināši līgumi. Saskaņā ar 37. SGS pārsnieguma apmērā atzīst saistības. Nepieciešamība atzīt šādas saistības var rasties, ja paredzētās atlīdzības nodrošināšanas izmaksas paaugstinās, piemēram, ja mainās uzņēmuma aplēses par sagaidāmo izpērkamo bonuspunktu skaitu.

#### SPĒKĀ STĀŠANĀS DATUMS UN PĀREJAS PERIODS

10. Šī interpretācija uzņēmumiem jāpiemēro pārskata periodiem, kas sākas 2008. gada 1. jūlijā vai pēc tam. Ir pieļaujama arī agrāka piemērošana. Ja uzņēmums piemēro interpretāciju periodam, kas sākas pirms 2008. gada 1. jūlija, šis fakts jāatklāj.
11. Grāmatvedības politikas izmaiņas tiek uzskaitītas saskaņā ar 8. SGS.

#### *Pielikums*

#### **Piemērošanas norādījumi**

Šis pielikums ir interpretācijas neatņemama sastāvdaļa.

#### **Bonuspunktu patiesās vērtības noteikšana**

- AG1 Komisijas viedokļa 6. punktā ir noteikts, ka atlīdzība, kas attiecināma uz bonuspunktiem, novērtējama, pamatojoties uz to patieso vērtību, t. i., uz vērtību, par kādu bonuspunkti varētu tikt pārdoti atsevišķi. Ja patiesā vērtība nav tieši nosakāma, tā ir jāaplēš.
- AG2 Uzņēmums var aplēst bonuspunktu patieso vērtību, pamatojoties uz to balvu patieso vērtību, kuras varētu iegūt, šos bonuspunktus izpērkot. Šo balvu patieso vērtību samazina, lai atspoguļotu:

- a) to balvu patieso vērtību, kuras tiks piedāvātas klientiem, kas nav ieguvuši bonuspunktus no sākotnējās pārdošanas;
- b) to bonuspunktu procentuālo attiecību, kurus pēc prognozēm klienti neizpirks.

Ja klientiem ir iespēja izvēlēties dažāda veida atlīdzības, bonuspunktu patiesā vērtība neatspoguļo pieejamo atlīdzību diapazona patiesās vērtības, izsvērtas proporcionāli sagaidāmajam biežumam, ar kādu katra no atlīdzībām tiks izvēlēta.

- AG3 Atsevišķās situācijās var būt pieejamas citas aprēķinu metodes. Piemēram, ja trešā persona nodrošina balvas un uzņēmums maksā trešajai personai par katru piešķirto bonuspunktu, tad bonuspunktu patieso vērtību var aplēst, vadoties pēc summas, ko uzņēmums maksā trešajai personai, pieskaitot saprātīgu peļņas uzcenojumu. Lai izvēlētos un piemērotu aprēķinu metodi, kas apmierina komisijas viedokļa 6. punkta prasības un kas ir visatbilstošākā konkrētai situācijai, ir nepieciešams profesionāls vērtējums.