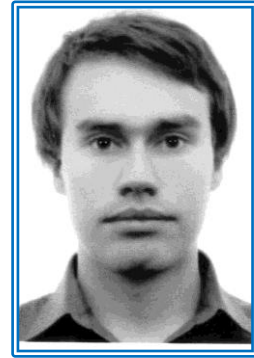


УДК 651.471

Амалян Арутюн Вільямсович,
здобувач Національної академії статистики,
обліку та аудиту



ОБЛІК ТА ВИЗНАННЯ ДОХОДУ У МУЛЬТИКОМПОНЕНТНИХ ОПЕРАЦІЯХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ У СВІТЛІ НОВОЇ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ОБЛІКУ (МСФЗ 15)

Впровадження міжнародних стандартів звітності в Україні стартувало з прийняттям Програми реформування системи бухгалтерського обліку. Сформульоване в ній завдання «Приведення національної системи бухгалтерського обліку у відповідність з ... міжнародними стандартами бухгалтерського обліку» вимагає відслідковування сучасних тенденцій в царині міжнародної стандартизації, їх аналізу та своєчасного впровадження затверджуваних стандартів у практику. Стаття присвячена аналізу змін, обумовлених прийняттям МСФЗ 15 «Доходи від контрактів із клієнтами», в системі обліку торговельних закладів-членів партнерських бонусних програм. На конкретному прикладі показано, що новий стандарт спричинить зміни у критеріях і часі визнання доходу та надасть можливість більш точно обліковувати теперішні та майбутні грошові потоки.

Ключові слова: МСФЗ 15 «Доходи від контрактів із клієнтами», мультикомпонентна операція, партнерська бонусна програма.

Постановка проблеми. У травні 2014 року Рада з МСФЗ опублікувала новий стандарт – МСФЗ 15 «Доходи від контрактів із клієнтами». Стандарт стане обов'язковим для використання починаючи з 1 січня 2017 року. Як вказується на сайті Міністерства фінансів України [4], застосування нового стандарту може призвести до істотних змін у визнанні доходів. Крім того, компаніям доведеться опікуватись і опосередкованими наслідками змін в обліку доходів, в тому числі змінами ключових показників діяльності та інших ключових параметрів, змінами в профілі податкових платежів, наявністю прибутку для розподілу тощо.

На жаль, наразі переважна більшість вітчизняних фінансистів не тільки не готова до звітності за новим стандартом, але й навіть не ознайомена з його основними положеннями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема обліку та визнання доходу у мультикомпонентних операціях торговельних закладів у світлі МСФЗ 15 отримали найбільш глибоке висвітлення в аналітично-інформаційних публікаціях «Великої четвірки» аудиторських компаній (Deloitte, EY, PricewaterhouseCoopers і KPMG), але вона є практично не дослідженою у вітчизняній науковій літературі. І досі навіть немає узгодженого перекладу назви МСФЗ 15: на офіційному сайті Мінфіну України, зокрема, він іменується «Виручкою за контрактами з клієнтами» [4].

Постановка завдання. Невирішеність у вітчизняній фаховій літературі загальної проблеми – обліку та визнання доходу у мультикомпонентних операціях у світлі МСФЗ 15 «Доходи від контрактів із клієнтами» – визначають цілі даної статті: проаналізувати зміни, яких зазнає в результаті виконання вимог МСФЗ 15 звітність торговельних закладів – членів партнерських бонусних програм.

Виклад основного матеріалу дослідження. Облік виторгу, як головної складової доходу підприємств торгівлі, наразі у більшості країн здійснюється на основі розробленого ще у 1982 році Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 18 Дохід (IAS 18 Revenue) [1], з доповненнями 1993 р. Положення цього стандарту значно відрізняються від положень Розділу 606 Кодифікації стандартів бухгалтерського обліку США [11] – аналогічного стандарту FASB – Ради із стандартів фінансового обліку США (Детальний аналіз відмінностей стандартів GAAP та IAS при визнанні доходу розкриті на професійному сайті фінансистів revenue-recognition.com [12]), і, до того ж, не повністю відповідають потребам як укладачів, так і користувачів звітності (і зовнішніх, і внутрішніх), залишаючи на розсуд обліковців вирішення питань щодо періоду визнання, суми й невизначеності виручки.

Починаючи з 2008 року Рада з МСФЗ спільно з Радою зі стандартів фінансового обліку США почали працювати над розробкою нового стандарту обліку доходів, намагаючись поєднати в одному документі міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, що ґрунтуються на принципах (principles based standards), із стандартами GAAP, що ґрунтуються на правилах (rules based standards). Результат спільної роботи був оприлюднений 28 травня 2014 [7] у вигляді МСФЗ 15 «Доходи від контрактів із клієнтами» (IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers) [9] (далі – МСФЗ 15) (на сьогодні в Україні ще немає навіть офіційного перекладу цього стандарту. Можливий варіант – Виторг від контрактів з клієнтами – А.А.). Цей стандарт набуде чинності 1 січня 2017 року (хоча, за бажанням господарюючих одиниць, це може статись і раніше), а з 31 січня 2017 вже обов'язково вся фінансова звітність має надаватись на основі цього стандарту.

Новий стандарт, як вважають фахівці, надає більш детальні вказівки щодо практичних аспектів обліку виторгу, поліпшує порівнянність визнання виторгу серед різних організацій, галузей економіки, юрисдикцій і ринків капіталу в глобальному масштабі, створює передумови для забезпечення користувачів більш корисною інформацією шляхом удосконалення розкриття з питань виторгу [5]. Крім того, використання нового стандарту надає топ-менеджменту господарюючих одиниць можливість більш точно оцінювати теперішні та майбутні грошові потоки.

Поява МСФЗ 15 стала результатом зміни підходу до визнання виручки: на зміну концепції доходу (performance reporting) прийшла концепція зміни активів / зобов'язань (positional reporting). Стосовно самої операції продажу, новий стандарт базується на «договірному» підході (contract-based approach), а сам договір трактується як угода між двома або більше сторонами, в результаті якої виникають права та зобов'язання, що підлягають виконанню. Згідно з таким підходом визнання виручки за договором з покупцем базується на зміні активів і зобов'язань, які виникають, коли організація стає стороною за договором і починає виконувати по ньому зобов'язання. Іншими словами: продавець визнає виручку як відображення передачі обіцяних покупцеві відповідно до умов договору товарів і послуг у сумі, що відповідає винагороді, на яке він має право і яке очікує отримати в обмін на ці товари і послуги.

Вже за два роки обліковці будуть враховувати не тільки договірні активи (право організації на винагороду в обмін на товари або послуги, передані покупцеві, яке обумовлено причиною іншою, ніж плин часу, але й договірні зобов'язання (performance obligation, тобто зобов'язання організації передати товари або послуги, за які організація отримала чи має отримати винагороду від покупця).

МСФЗ 15 має замінити наступні стандарти і тлумачення:

- МСБЗ 11 Будівельні контракти (IAS 11 Construction Contracts).
- МСБО 18 Дохід (IAS 18 Revenue).
- КТМФЗ 13 Програми лояльності клієнта (IFRIC 13 Customer Loyalty Programmes).
- КТМФЗ 15 Угоди про будівництво об'єктів нерухомості (IFRIC 15 Agreements for the Construction of Real Estate).
- КТМФЗ 18 Передачі активів від клієнтів (IFRIC 18 Transfers of Assets from Customers).
- ПКТ Дохід: бартерні операції, пов'язані з рекламними послугами (SIC-31 Revenue – Barter Transaction involving Advertising Services).

Поява нового стандарту вплине на процес складання звітності по мультикомпонентних угодах у багатьох галузях народного господарства; найбільших змін зазнає звітність у авіакосмічній та оборонній промисловості, будівництві, сферах телекомунікацій, охорони здоров'я, управління активами, нерухомості, ІТ тощо [2]. Новий стандарт має пряме відношення і до обліку операцій продажів у рамках партнерських бонусних програм (далі – ПБП).

Новий стандарт встановлює єдину модель, яка підлягає застосуванню до договорів з покупцями, і два підходи до визнання виручки за цими договорами: визнання в певний момент часу і визнання протягом певного часу. Основним елементом даної моделі є п'ятикроковий аналіз договорів для вирішення питання про те, чи слід визнавати виручку за відповідними угодами, в якому обсязі і коли. Цими кроками є:

1. Ідентифікація контракту (ів) з клієнтом.
2. Ідентифікація зобов'язань, що мають бути виконані за угодою.
3. Визначення ціни транзакції.
4. Розподілення ціни транзакції на етапи виконання зобов'язань за угодою.
5. Визнання доходу мірою виконання стороною зобов'язань.

Розглянемо детально кожний крок на прикладі операції продажу в рамках ПБП, в рамках яких клієнтам програми (покупцям) її учасниками (продавцями) надається при (первісній) покупці певна кількість бонусів (балів, залікових одиниць винагороди тощо), які можуть бути використані (у формі продажів зі знижками або безоплатної передачі товарів) при наступних покупках у торговельних закладах. До числа останніх, в залежності від виду програми, може входити або лише той заклад, що надає і погашає бонус, або інші господарюючі одиниці даної торгової мережі, або інші партнери по програмах лояльності.

Крок 1. МСФЗ 15 дає визначення договору (який може бути укладений у письмовій формі, усно або у відповідності до іншої ділової практики) як угоди між двома або більше сторонами, яка закріплює права та зобов'язання, встановлює критерії для кожного окремого контракту, що підлягає виконанню. Зобов'язання за договором мають включати обіцянку, що створює правомірне очікування покупцем того, що організація передасть товар або послугу покупцеві, навіть якщо ця обіцянка не є обов'язковою у правовому сенсі.

Ідентифікація контракту з клієнтом полягає в перевірці його відповідності усім нижче перерахованим критеріям [IFRS 15:9]:

- (i) угода була схвалена сторонами договору;
- (ii) права кожного учасника угоди по товарах або послугах, які мають передаватись, можуть бути ідентифіковані;
- (iii) умови оплати товарів або послуг, які мають передаватись, можуть бути ідентифіковані;
- (iv) угода має комерційний сенс; і
- (v) цілком імовірно, що грошові кошти, на які сторона має право в обмін на товари або послуги, будуть стягнуті.

Очевидно, що операції продажу в рамках ПБП відповідають усім вказаним критеріям: клієнт, що стає учасником ПБП, добровільно погоджується на пропозицію продавця (i) купувати в майбутньому певні товари за пільговими цінами (ii), (iii); така угода є комерційно привабливою (iv) як для продавця (заохочує клієнта робити нові покупки саме у нього), так і для покупця (надає можливість купувати дешевше, що зумовлює високу вірогідність її реалізації (v)).

Крок 2. Ідентифікація зобов'язань, що мають бути виконані за угодою, полягає у встановленні одиниць обліку, на які має бути розподілена ціна транзакції та для яких має визнаватись дохід.

Ідентифікація зобов'язань за угодою має бути здійснена при її підписанні у формі оцінки товару або послуги, які були обіцяні клієнту; також має бути визначено, що є виконанням зобов'язання [IFRS 15.22]:

- надання товару або послуги (або набору товарів і послуг), що є чітко визначеними; або
- надання серії чітко визначених товарів або послуг, що є, по суті, однаковими, і що мають один і той же спосіб передачі клієнтові.

У рамках ПБП, очевидно, зобов'язанням є надання опціону на придбання додаткових товарів чи послуг [IFRS 15:26 (j)], тобто обіцянка продати в майбутньому певний товар за пільговою ціною, або надати його безкоштовно. При цьому, як наголошується у МСФЗ 15, організація має визнавати дохід тільки тоді (або мірою того, як), коли організація виконає зобов'язання шляхом передачі обіцяного товару або послуги (тобто активу) покупцю [IFRS 15:31]. Конкретна величина доходу, що підлягає визнанню у кожний окремий момент, визначається на наступному етапі.

Крок 3. Визначення ціни транзакції полягає у визначенні суми, яку сторона очікує в обмін на передачу товарів і послуг: «Коли (або мірою того, як) обов'язок до виконання виконується, організація має визнавати в якості виручки частину ціни операції, що розподіляється на цей обов'язок до виконання [IFRS 15:46].

Ціна транзакції – це сума відшкодування, право на яке організація очікує отримати в обмін на передачу обіцяних товарів або послуг покупцю, за виключенням сум, отриманих від імені третіх сторін. Вона може бути фіксованою сумою, або включати до себе не грошову частину, а також змінну частину винагороди. Якщо в угоді вказуються елементи виплат, що можуть бути змінені, сторона має оцінювати їхню величину відповідно до угоди [IFRS 15:50]. Такі зміни у сумі виплат можуть бути спричинені, наприклад, в результаті знижок, ретро-знижок, відшкодувань, кредитів, цінових поступок, пільг, бонусів за результатами роботи, штрафів тощо [IFRS 15:51]. Як і в попередньому МСФЗ про дохід, із ціни виключаються податки.

Якщо ціна включає змінну частину винагороди, організація повинна оцінити величину винагороди з урахуванням змінної частини, спираючись на один із нижче вказаних методів (який обирається в залежності від того, який з них – з точки зору організації – найкраще прогнозує суму відшкодування, право на яке отримає організація):

(А) Очікувана вартість (expected value) – це сума зважених з урахуванням ймовірності можливих значень очікуваних відшкодувань (probability-weighted amounts) з діапазону їх можливих значень. Очікувана вартість може бути належної оцінкою величини змінного відшкодування, якщо в організації є велика кількість договорів з аналогічними характеристиками.

(В) Найбільш ймовірна величина (most likely amount) – це єдине найбільш ймовірне значення очікуваного відшкодування з діапазону його можливих значень (тобто єдиний найбільш ймовірний результат угоди). Найбільш ймовірна величина може бути належної оцінкою величини змінного відшкодування, якщо у договорі є тільки два можливих результату (наприклад, організація або отримує бонус за результат, або ні).

При оцінці впливу невизначеності на суму змінного відшкодування, право на яке отримає організація, обраний метод має застосовуватись послідовно.

Ціна транзакції може також коригуватись на ефект вартості грошей у часі, у разі якщо очікуваний проміжок часу між продажами перевищує один рік. У такому разі, з урахуванням того, що контракт містить суттєвий компонент фінансування, продавець має встановлювати ставку дисконтування, що відображає специфічний для нього кредитний ризик. Ця ставка дисконтування має бути фіксованою.

У нашому прикладі в рамках ПБП сума, отримана при первісному продажу, на наступному етапі має розподілятися на вартість проданого товару і величину знижки, яка буде надана при повторній покупці (з урахуванням її ймовірності).

Крок 4. Розподілення ціни транзакції на етапи виконання зобов'язань за угодою має проводитись в тому разі, коли угода містить декілька зобов'язань, що мають бути виконаними. У разі наявності таких зобов'язань їх оцінка має здійснюватись на основі аналогічних цін їх продажу як окремої операції [IFRS 15:74], або вона має бути здійснена сторонами угоди самостійно.

Оптимальними методиками оцінки у МСФЗ 15 [IFRS 15:79] вказані наступні (за умови відсутності конкретної ціни продажу певного товару):

- скоригованих ринкових цін (adjusted market assessment approach);
- очікуваних витрат плюс маржа (expected cost plus a margin approach);
- за залишковою вартістю (residual approach).

При обранні першого підходу, заснованого на скоригованій ринковій оцінці, організація може провести аналіз ринку, на якому вона продає товари або послуги, і визначити ціну, яку покупець на такому ринку погодився б сплатити за такі товари або послуги. Такий підхід також допускає використання цін конкурентів на аналогічні товари або послуги і коригування таких цін у тій мірі, в якій це необхідно, для відображення витрат і маржі організації.

Згідно з другим підходом, заснованим на очікуваних витратах з урахуванням маржі, організація може спрогнозувати свої очікувані витрати на виконання обов'язку до виконання, а потім додати відповідну маржу для даного товару або послуги.

Останній – залишковий підхід – полягає в тому, що організація може оцінити ціну відокремленої продажу на основі загальної ціни операції за вирахуванням суми наявних цін відокремленого продажу інших товарів чи послуг, обіцяних за договором. Цей метод є припустимим тільки в обмеженому числі випадків.

Крок 5. Визнання доходу в момент або мірою виконання стороною кожного зобов'язання.

Дохід може визнаватись за період або в конкретний момент – після передачі контролю за активом іншій стороні. Головна вимога: дохід має визнаватись тільки тоді, коли продавець виконав усі зобов'язання за договором.

Пояснимо усі кроки на прикладі (IFRS 15.ІЕ250-ІЕ253). Припустимо, що при купівлі товару А за 100 грошових одиниць клієнт отримує право купити товар Б (ціна продажу – 50 грн.) зі знижкою 30%. Ймовірність того, що клієнт в майбутньому скористається бонусом і купить товар Б зі знижкою – 80%.

За новим стандартом продавець має розглядати цей бонус (incremental discount) як зобов'язання по угоді, окрему ціну якого слід визначити. Згідно з параграфом В42 МСФЗ 15, ціна бонусу є добутком ціни товару Б, наданої знижки та ймовірності її використання:

Ціна DV (Discount voucher) = $50 \times 0,3 \times 0,8 = 12$ (грошових одиниць).

В подальшому вираховується грошовий вираз двох окремо взятих компонентів продажу (товару А та бонусу):

$100 + 12 = 112$ (грошових одиниць),

а потім розподіляються виплачені клієнтом 100 грошових одиниць між вартістю товару А і бонусом:

Ціна Товару А становить 89 грошових одиниць ($100 : 112 \times 100$).

Ціна бонусу становить 11 грошових одиниць ($12 : 112 \times 100$).

Отже, згідно з МСФЗ 15 в момент продажу продавець може визнати дохід лише у сумі 89 грошових одиниць.

Тлумачення МСФЗ 15 містить конкретні вказівки щодо критеріїв і часу визнання доходу від операцій зі знижками, ретро-знижками, відшкодуваннями, ціновими поступками, пільгами, бонусами тощо, які набудуть директивної сили не пізніше 1 січня 2017 року.

Для порівняння: п. 7 П(С) БО 15 «Дохід» дає таке визначення доходу:

«Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – загальний дохід (виручка) від реалізації продукції, товарів, робіт або послуг без вирахування наданих знижок, повернення раніше проданих товарів та непрямих податків і зборів (податку на додану вартість, акцизного збору тощо)» [3].

Нові вимоги до розкриття описової та кількісної інформації спрямовані на те, щоб користувачі фінансової звітності отримали можливість оцінювати строки, суми та невизначеність створення доходу та грошових потоків за угодами з клієнтами.

Новий стандарт вимагає розкриття описової та кількісної інформації з наступних питань:

(і) щодо договорів з клієнтами:

- дезагрегування доходу;
 - зміни у договірних активах, зобов'язаннях і витратах;
 - зобов'язання, що мають бути виконані в рамках угоди;
 - ціна угоди, що відноситься до решти зобов'язань, які мають бути виконані.
- (ii) Головні міркування (судження) та зміни у міркуваннях:
- визначення термінів виконання зобов'язань, що мають бути виконані в рамках угоди;
 - визначення ціни угоди та сум, розподілених між зобов'язаннями, що мають бути виконані.

В цілому, як вказує експертна група KPMG на чолі з Філом Доуадом (Phil Dowad), МСФЗ 15 обумовить необхідність перегляду процесів податкового планування, політики стимулювання продавців та виплати дивідендів, обліку та внутрішнього контролю [6]. Торгівельні організації потребуватимуть запровадження процесів, що дозволять виявляти інформацію у джерела її виникнення та документувати її належним чином, особливо у тій її частині, що стосується суджень та міркувань. Ревізії потребуватимуть також ІТ-системи та системи внутрішнього контролю – з метою забезпечення повноти та точності зібраної інформації. Зрозуміло, що перегляду підлягатиме і система формування фінансових показників [10].

Висновки. Зasadничий принцип МСФЗ 15 полягає в тому [8], що господарююча одиниця має визнавати дохід таким чином, щоб відобразити передачу обіцяних товарів або послуг клієнтам на рівні, який відображає грошову суму виплат, яку, за очікуваннями підприємства, з клієнтів можна вимагати в обмін на ці товари або послуги. Новий єдиний глобальний стандарт дозволяє визнавати дохід як в певний момент, так і впродовж певного періоду часу, при тому, що господарюючі одиниці можуть як прискорювати, так і відкладати його визнання.

Враховуючи, що для всіх членів партнерських бонусних програм наслідки виконання вимог нового стандарту будуть значними, вважаємо необхідним не тільки нагальний переклад цього стандарту, але й поглиблений аналіз його вимог та можливих наслідків.

Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 (МСБО 18). Дохід Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_025.
2. МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями»: первый опыт применения. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/ifrs-publications/Pages/FirstImpressionsIFRS15.aspx.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>.
4. Рада з МСФЗ опублікувала новий стандарт з обліку виручки – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://msfz.minfin.gov.ua/uk/News/Pages/radazmsfzopublikovalanovuistandzoblvury4ku.aspx>
5. Чунихина Т. Ю. МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» в вопросах и ответах. Часть 1. / Т. Ю. Чунихина [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.finotchet.ru/article.html?id=620>.
6. First Impressions: Revenue from contracts with customers. kpmg.com/ifrs June 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/first-impressions/Documents/First-Impression-Revenue-2014.pdf>.
7. IASB and FASB issue converged Standard on revenue recognition. 28 May 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – <http://www.ifrs.org/Alerts/ProjectUpdate/Pages/IASB-and-FASB-issue-converged-Standard-on-revenue-recognition-May-2014.aspx> IASB.
8. IFRS 15 – Revenue from Contracts with Customers [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iasplus.com/en/standards/ifrs/ifrs15>.

9. International Financial Reporting Standard 15 Revenue from Contracts with Customers. IFRS Foundation Publications Department, May 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.efrag.org/Files/EFRAG%20public%20letters/Revenue%20Recognition/IFRS_15.pdf.
10. Revenue – a new global standard. How will it affect your top line? Kpmg.com/ifrs May 2014, Issue 2014/09 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.kpmg.com/TR/tr/hizmetlerimiz/Audit/Documents/Headlines-Revenue-New-Global-Standard.pdf>.
11. Revenue from Contracts with Customers (Topic 606) Financial Accounting Standards Board No. 2014-09 May 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://asc.fasb.org/imageRoot/00/51801400.pdf>.
12. Revenue Recognition under International Accounting Standard 18 – «Revenue» with Comparisons to US GAAP [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.revenuerecognition.com/content/articles/9045>.

Амаян А. В. Учет и признание дохода в мультикомпонентных операциях торговых учреждений в свете новой глобальной концепции учета (МСФ 15)

Внедрение международных стандартов отчетности в Украине стартовало с принятием Программы реформирования системы бухгалтерского учета. Сформулированное в ней задачи «Приведение национальной системы бухгалтерского учета в соответствие с ... международными стандартами бухгалтерского учета» требуют отслеживания современных тенденций в области международной стандартизации, их анализа и своевременного внедрения утверждаемых стандартов в практику. Статья посвящена анализу изменений, обусловленных принятием МСФО 15 «Доходы от контрактов с клиентами», в системе учета торговых заведений-членов партнерских бонусных программ. На конкретном примере показано, что новый стандарт повлечет изменения в условиях и времени признания дохода и позволит более точно учитывать нынешние и будущие денежные потоки.

Ключевые слова: МСФО 15 «Доходы от контрактов с клиентами» мультикомпонентная операция, партнерская бонусная программа.

Amalyan A. W. Accounting and Revenue Recognition in Multicomponent Trade Transactions of Commercial Entities in View of the New Global Accounting Concept (IFRS 15)

Implementation of international accounting standards in Ukraine started with the enactment of the Accounting Reform Program. Stated in it the task of «bringing the national accounting system in line with ... international accounting standards» requires tracking of modern trends in the sphere of international standardization, analysis and timely implementation of approved standards in practice. The article analyzes the changes caused by the adoption of IFRS 15 «Revenue from contracts with customers» in the accounting system of commercial entities – members of customer loyalty programs. By a specific example it is shown in what way the new standard will result in changes in the criteria, volume and time of revenue recognition; the instance proves that IFRS 15 will provide more accurate accounting of present and future cash flows.

Key words: IFRS 15 «Revenue from Contracts with Customers», multicomponent transaction, customer loyalty program.

