

**פרשנות מספר 31 של הוועדה המתמדת  
לפרשנויות**

# **הכנסות - עסקאות חליפין הכוללות שירותי פרסום**

**SIC Interpretation 31**

**Revenue - Barter**

**Transactions Involving**

**Advertising Services**

*גרסה זו כוללת תיקונים הנובעים מתקני דיווח כספי בינלאומיים, אשר פורסמו עד 31 במאי 2016 ומועד תחילתם לא מאוחר מיום 1 לינואר 2017.*

**תיקונים שמועד תחילתם לאחר 1 בינואר 2017**

פרשנות מספר 31 של הוועדה המתמדת לפרשנויות והמסמכים הנלווים אליה בוטלו על ידי:

- תקן דיווח כספי בינלאומי 15 הכנסות (פורסם במאי 2014) (מועד תחילה 1 בינואר 2018)

מועד התחילה של תקן דיווח כספי בינלאומי 15 הוא לאחר 1 בינואר 2017 ולכן במהדורה זו נכללה פרשנות מספר 31 של הוועדה המתמדת לפרשנויות.

## פרשנות מספר 31 של הוועדה המתמדת לפרשנויות הכנסות - עסקאות חליפין הכוללות שירותי פרסום

פרשנות מספר 31 של הוועדה המתמדת לפרשנויות, הכנסות - עסקאות חליפין הכוללות שירותי פרסום (SIC 31), מפורטת בסעיף 5. פרשנות מספר 31 של הוועדה המתמדת לפרשנויות מלווה על ידי בסיס למסקנות. התחולה והמעמד המחייב של הפרשנויות נקבעו בסעיפים 2 ו-7-16 בהקדמה לתקני דיווח כספי בינלאומיים.

### הפניות

- תקן חשבונאות בינלאומי 8 מדיניות חשבונאית, שינויים באומדנים חשבונאיים וטעויות
- תקן חשבונאות בינלאומי 18 הכנסות

### סוגיה

1. ישות (מוכר) עשויה להתקשר בעסקת חליפין בה יסופקו שירותי פרסום בתמורה לקבלת שירותי פרסום מלקוח שלה (לקוח). יתכן שהפרסומות יוצגו באינטרנט או בשלטי חוצות, ישודרו בטלוויזיה או ברדיו, יפורסמו בכתבי עת או בעיתונים, או יוצגו באמצעי תקשורת אחר.
2. במקרים מסוימים, הישויות לא מעבירות זו לזו כל מזומן או כל תמורה אחרת. במקרים אחרים, מוחלפים בנוסף סכומים זהים, או זהים בקירוב, של מזומן או של תמורה אחרת.
3. בהתאם לתקן חשבונאות בינלאומי 18, מוכר, שמספק שירותי פרסום במהלך פעילויותיו הרגילות, מכיר בהכנסות מעסקת חליפין הכוללת שירותי פרסום כאשר, בין קריטריונים אחרים, השירותים שמוחלפים אינם דומים (סעיף 12 בתקן חשבונאות בינלאומי 18) וניתן למדוד באופן מהימן את סכום ההכנסות (סעיף 20א) בתקן חשבונאות בינלאומי 18). פרשנות זו חלה רק על החלפה של שירותי פרסום שאינם דומים. בהתאם לתקן חשבונאות בינלאומי 18, החלפה של שירותי פרסום דומים אינה עסקה שמייצרת הכנסות.
4. הסוגיה היא באילו נסיבות מוכר יכול למדוד באופן מהימן הכנסות לפי השווי ההוגן של שירותי הפרסום שהתקבלו או שסופקו בעסקת חליפין.

## עמדה מוסכמת

---

5. לא ניתן למדוד באופן מהימן הכנסות מעסקת חליפין הכוללת שירותי פרסום לפי השווי ההוגן של שירותי הפרסום שהתקבלו. עם זאת, מוכר יכול למדוד באופן מהימן הכנסות לפי השווי ההוגן של שירותי הפרסום אותם הוא מספק בעסקת חליפין, אולם רק בהסתמך על עסקאות שאינן עסקאות חליפין (non-barter), אשר:

(א) כוללות שירותי פרסום הדומים לשירותי הפרסום בעסקת החליפין;

(ב) מתרחשות לעתים קרובות;

(ג) מהוות מספר מכריע (predominant) של עסקאות וסכום מכריע בהשוואה לכל העסקאות להספקת שירותי פרסום הדומים לשירותי הפרסום בעסקת החליפין;

(ד) כוללות מזומן ו/או תמורה בצורה אחרת (לדוגמה, ניירות ערך סחירים, נכסים לא כספיים, ושירותים אחרים) שיש להם שווי הוגן הניתן למדידה באופן מהימן; וכן

(ה) לא כוללות את אותו צד נגדי שנכלל בעסקת החליפין.

## מועד העמדה המוסכמת

---

מאי 2001.

## מועד תחילה

---

פרשנות זו תיכנס לתוקף ביום 31 בדצמבר 2001. שינויים במדיניות חשבונאית יטופלו בהתאם לתקן חשבונאות בינלאומי 8.