



UFRS 15 - Hasılat Muhasebesi Değişiyor

**Tüketici ürünleri ve perakende
sektörü nasıl etkilenecek?**

KPMG Türkiye

kpmg.com.tr



Aşağıdaki konular üzerindeki etkilere hazırlıklı mısınız?

- Distribütörlere ve perakende satıcılara ödemeler
- İskonto, indirim ve diğer teşvikler
- Sözleşmeye dayalı üretim anlaşmaları
- Garantiler
- İadeler
- Lisanslar ve imtiyazlar
- İsim hakkı ücretleri
- Geçiş seçenekleri

İşletmeniz nasıl etkilenebilir?

Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (UMSK) ve Finansal Muhasebe Standartları Kurulu'nun (FMSK) hasılat muhasebeleştirmesine ilişkin yeni bir standart yayınlamasıyla birlikte, tüketici ürünleri ve perakende şirketleri için asıl iş şimdi başlıyor. UFRS 15 ve FMSK MSK Başlık 606 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat, Mayıs 2014'te yayınlanmasıyla birlikte UFRS ve ABD GAAP'ın hasılat konusundaki yönlendirmelerinin yerine geçecek yeni bir hasılat muhasebe modeli geliştirildi.

Yeni standart, tüketici ürünleri ve perakende sektöründe önemli etkileri beraberinde getirecek. Şirketlerin finansal raporlamalarının, bilişim sistemlerinin, süreçlerinin ve iç kontrollerinin nasıl etkileneceğini değerlendirmesi gerekecek.

Özellikle tüketici ürünleri ve perakende şirketlerinin, yeni standart uyarınca finansal tablolara alınan hasılat tutarının veya zamanlamasının etkilenip etkilenmeyeceğini değerlendirmek için distribütörleri ve perakende satıcıları ile olan anlaşmalarını – örneğin ticari teşvik, garanti, iade ve lisans anlaşmaları– gözden geçirmeleri gerekecek.

Yeni standart, 1 Ocak 2018 tarihinde yürürlüğe girecek. Her ne kadar yürürlük tarihine daha çok zaman var gibi görünse de, yeni standarda ne zaman ve nasıl geçileceğine yönelik kararların bir an önce verilmesi gerekiyor. Erken karara varmak, şirketlerin etkin bir uygulama planı geliştirmelerini ve kilit paydaşları bilgilendirmelerini mümkün kılacak.



Etkilerin Değerlendirilmesi

	Potansiyel etki	Değerlendirme
Distribütörlere ve perakende satıcılara ödemeler	- Tüketici ürünleri ve perakende sektörü şirketleri distribütörlerine ve perakende satıcılara bazı ödemeler yapmaktadırlar (örneğin; ürünlerin perakende satıcının mağazasında yer alması - raflandırma ücretleri, promosyonlar veya ortak markalı reklam). Mevcut UFRS standardında bu konuyla ilgili spesifik rehberlik olmadığından, bu miktarlar niteliğine göre ya hasılatтан düşülerek ya da gider olarak finansal tablolara alınmaktadır. - Yeni standart uyarınca tüketici ürünleri ve perakende sektörü şirketleri yapılan ödemeler sonucunda ayrı bir mal veya hizmet alınıp alınmadığını değerlendirmelidirler. Şayet alındıysa, bu ödemeler ayrı mal veya hizmet kullanıldığında gider olarak muhasebeleştirilir. Ayrı bir mal veya hizmet alınmadığı durumlarda ise bu ödemeler hasılatтан düşerek finansal tablolara alınır. - Şirket, teslim aldığı mal veya hizmetin gerçeğe uygun değerini tahmin edemiyorsa, ödemeleri hasılatтан düşerek finansal tablolara alır. Distribütöre veya perakende satıcılara yapılan ödemenin temin edilen mal veya hizmetin gerçeğe uygun değerini aştığı durumlarda bu fazla tutar hasılatтан düşülür.	- Distribütörlere ve perakendeci satıcılara yapılan ödemelerin ayrı mal ve hizmetlere karşılık yapıp yapılmadığını veya satış teşviki niteliği taşıyıp taşımadığını belirlemek için bu ödemeleri içeren anlaşmaları gözden geçirin. - Bu anlaşmalarla ilgili gerekli bilgileri toplamak amacıyla süreçler geliştirin, değiştirin ve sistemleri düzenleyin. - Distribütör ve perakende satıcılara yapılan ödemelerin yeni standarda uygun olarak nasıl muhasebeleştirileceğini belirlemek için bu tür anlaşmaların şartlarını gözden geçirin. Bu tarz çoğu anlaşmanın muhasebeleştirilmesini belirlemek yönetimin muhakemesini, uygun iç kontrolleri ve bu muhakemeleri destekleyen dokümantasyonu gerektirecektir.
İskonto, indirim ve diğer teşvikler	- Tüketici ürünleri ve perakende sektörü şirketleri tarafından sunulan ticari teşvikler değişik şekillerde olabilir: nakit teşvikler, iskonto ve para iadesi, bedava veya indirimli ürün veya hizmetler ve müşteri ödüllendirme programları. Mevcut UFRS uyarınca teşvikler, teşvikin çeşidine göre, gider olarak, hasılatтан düşülerek veya ayrı bir kalem olarak (müşteri ödüllendirme programlarındaki gibi) muhasebeleştirilir. - Yeni standart uyarınca indirim, para iadesi, geri ödeme, krediler, fiyat avantajı, performans primleri ve diğer benzeri teşvikler değişken bedel olarak değerlendirilmektedir. İşletme, önemli bir iptal işlemi olmayacağı kuvvetle muhtemelse işletmenin tahmin yoluyla belirlediği değişken bedeli, finansal tablolara alınan kümülatif hasılat tutarındaki değişken bedele ilişkin belirsizlik ortadan kalktığı ölçüde transfer fiyatına dahil eder. Yeni standardın gereklilikleri bazı tüketici ürünleri ve perakende sektörü şirketleri için muhasebeleştirmeyi değiştirebilir. - Yeni standartta yer alan müşteri ödüllendirme programlarına ilişkin rehberlik, genel olarak mevcut uygulamaya benzerdir. Fakat bedeli satış işlemi ve ödül kredileri arasında ayırtırmak için kullanılan bakiye yöntemi yeni standartta yasaklanmıştır.	- Ticari teşvik içeren anlaşmaları gözden geçirin ve işlem fiyatı üzerindeki etkisini belirleyin. - Müşteri ödüllendirme programlarını muhasebeleştirmek için kullanılan mevcut ayırtırma yönteminin yeni standardın gerekliliklerine göre de kabul edilebilir olup olmadığını değerlendirin.

Etkilerin Değerlendirilmesi

	Potansiyel etki	Değerlendirme
Sözleşmeye dayalı üretim anlaşmaları	- Mevcut gereklilikler uyarınca sözleşmeye dayalı üretim anlaşmaları, örneğin içecek veya diğer tüketim maddeleri üretimi, genellikle ürün satışı olarak değerlendirilmektedir ve şirketler üretilen ürün müşteriye teslim edildiğinde hasılatı finansal tablolara alırlar. - Yeni standart uyarınca, şirket sözleşme uyarınca malları üretmek için bir performans yükümlülüğünü zamanla gerçekleştirdiğini belirlerse, hasılatı finansal tablolara zamanın belli bir anından ziyade (ürün teslim edildiğinde) zamanla (üretim gerçekleştikçe) finansal tablolara alır.	- Önemli bir etkiye sebebiyet verip vermediğini belirlemek için sözleşmeye dayalı üretim anlaşmalarını ve şartları inceleyin. - Performans yükümlülüğünün zamanla gerçekleştirildiği anlaşmalara ilişkin bilgileri toplamak için yeni süreçler geliştirin ve sistemleri düzenleyin.
Garantiler	- Ürün satışıyla birlikte yaygın olarak garantiler de verilmektedir. Yeni standart garantileri iki gruba ayırmaktadır. - Müşteri garantiyi ayrıca satın alma seçeneğine sahipse veya garanti, müşteriye ürünün üzerinde anlaşılan şart ve özelliklere uygun olarak sağlanmasına ilave bir hizmet sunuyorsa (hizmet türü garanti) şirketler bu garantiyi ayrı bir performans yükümlülüğü olarak muhasebeleştirmelidirler. Şirket işlem fiyatını ürüne ve hizmete dağıtır ve garantiye ilişkin hasılat, ürün satıldığı zaman değil garanti süresi boyunca finansal tablolara alınır. - Eğer garanti sadece ürünün, üzerinde anlaşılan şart ve özelliklere uygunluğunu sağlıyorsa (teminat türü garanti) bu, mevcut gerekliliklere benzer şekilde ilgili UFRS uyarınca maliyet tahakkuku olarak muhasebeleştirilir.	- Müşterilere sunulan garantinin türünü değerlendirmek için garanti anlaşmalarını gözden geçirin. - Ayrı performans yükümlülüklerini temsil eden garantileri muhasebeleştirmek için mevcut sistemlerde (faturalama veya finansal) gerekli olacak değişiklikleri değerlendirin.
İadeler	Mevcut gereklilikler uyarınca, tüketici ürünleri ve perakende sektörü şirketleri beklenen iadeler için hasılatı düzeltmeler yaparlar. Yeni standardın beklenen iade seviyelerine ilişkin hasılatın düzeltilmesi ve iade yükümlülüğünün muhasebeleştirilmesi yaklaşımı genel olarak mevcut standarda benzemektedir. Fakat hasılatı tahmin etmek için gerekli detaylı uygulamalar bazı şirketler için farklı olabilir.	Yeni gerekliliklerle uyumu değerlendirmek için mevcut uygulamaları gözden geçirin.

Etkilerin Değerlendirilmesi

	Potansiyel etki	Değerlendirme
Lisanslar ve imtiyazlar	- Fikri mülkiyet lisanslarının (örneğin imtiyaz hakları) kullanımı tüketici ürünleri ve perakende sektörü şirketlerinde yaygındır. Yeni standart uyarınca şirketlerin ilk olarak bu standartla gelen lisans hasılatının muhasebeleştirilmesine özel rehberliğin uygulanıp uygulanmayacağını belirlemesi gerekmektedir. - Bu rehberlik uyarınca, lisansın müşteriye fikri mülkiyete erişim hakkı verdiği durumlarda, hasılat lisans dönemi boyunca; fikri mülkiyeti kullanım hakkı verdiği durumlarda ise lisansın verildiği anda finansal tablolarda muhasebeleştirilir. Bu uygulamanın mevcut UFRS rehberliğine göre benzer sonuçlar verdiği durumlarda dahi şirketler yeni standart uyarınca, lisansın türünü belirlemek için her bir lisansı incelemelidir. Mevcut uygulamaya kıyasla, hasılatın finansal tablolara alınması hızlandırılabilir veya ertelenebilir. - Yeni standardın lisanslara özel rehberliğinin uygulanmadığı durumlarda, lisans performans yükümlülüğündeki diğer taahhüt edilen mal veya hizmetlerle beraber muhasebeleştirilir.	- Lisansların ayrı olarak muhasebeleştirilip muhasebeleştirilmeyeceğini belirlemek için lisans içeren mevcut anlaşmaları gözden geçirin. - Ayrı performans yükümlülüğü olarak değerlendirilen lisanslara ilişkin hasılatın lisans dönemi boyunca mı yoksa lisansın verildiği anda mı finansal tablolara alınacağını belirlemek için bu lisansların türünü değerlendirin. - Gerekli bilgiyi toplamak için mevcut faturalama ve finansal sistemlerde yapılması gereken değişiklikleri değerlendirin.
İsim hakkı ücretleri	- Yeni standarda göre, fikri mülkiyetlere ait satış veya kullanım bazlı isim hakkı ücretleri, satış veya kullanım gerçekleşikçe veya sonraki durumlarda, isim hakkının dağıtıldığı performans yükümlülüğü tamamen ya da kısmen yerine getirildiğinde muhasebeleştirilir. Mevcut uygulamaya benzer olarak lisansın müşteriye transferi sırasında bu tutarları tahmin etmek için bir gereklilik yoktur. - Yeni standart uyarınca diğer isim hakları, değişken bedel olarak muhasebeleştirilmektedir.	- Satış veya kullanım bazlı isim haklarına özel istisnanın uygulanıp uygulanmadığını belirlemek için mevcut anlaşmaları değerlendirin. - İstisna kapsamında olmayan anlaşmalar için süreçleri ve kontrolleri geliştirin ve gerekli tahminleri yapın.
Geçiş seçenekleri	1 Ocak 2018'deki yürürlük tarihine daha çok zaman var gibi görünse de, işletmelerin, yeni standarda ne zaman ve nasıl geçileceğine yönelik kararlarını bir an önce vermeleri gerekmektedir. - UFRS 15, karşılaştırmalı bilgiler yeniden düzenlenerek ve birikmiş karlar bir önceki karşılaştırmalı dönemin başlangıcı itibarıyla düzeltilerek geçmişe dönük olarak uygulanabilir. - Alternatif olarak, UFRS 15 ilk raporlama tarihi başlangıcı itibarıyla birikmiş karlar düzeltilerek ilk uygulama tarihinde uygulanabilir.	- Geriye dönük yaklaşım kapsamında mevcut pratik yöntemler de dahil olmak üzere farklı geçiş seçeneklerinin etkilerini ölçün ve değerlendirin. - Sözleşmelerinizi geçmişe dönük analiz edin. Geçmişe dönük uygulama durumunda, mevcut sistemlerin, karşılaştırmalı dönem bilgileri için gerekli olacak verileri sağlayıp sağlayamadığını değerlendirin.

Nasıl yardımcı olabiliriz?

KPMG'nin Tüketici Ürünleri ve Perakende Sektörü Uzmanlığı

KPMG'nin tüketici ürünleri ve perakende sektörü uzmanlığı, dünya çapındaki tüketici ürünleri ve perakende şirketlerinin, sektör trendlerini ve konularını anlamasını desteklemek üzere geliştirildi. KPMG, en zorlu iş ihtiyaçlarınız için size katma değerli desteği sağlayacak özelleştirilmiş ve sektöre özel hizmetleri sunar. KPMG'de, tüketici ürünleri ve perakende alanında deneyimli uzmanlardan oluşan ağıımız, şirketlerin bugünün hızla değişen pazarına adapte olmalarına yardımcı olmak üzere derin sektörel bilgiyle küresel bakış açısını bir araya getirir. Yeni hasılat muhasebesi gerekliliklerinden etkilenenler için söz konusu etki, muhasebe değişiminden daha farklı alanlarda da hissedilecek.

Aşağıda, farklı fonksiyonlardaki uzmanlardan oluşan ekibimizin tüketici ürünleri ve perakende de dahil olmak üzere çeşitli sektörlerdeki müşterilerimize muhasebe ve operasyon konusundaki zorluklarda ne şekilde yardımcı olduğuna ilişkin birkaç örnek yer alıyor.

- Bilgi eksiklikleri dahil olmak üzere muhasebe politikaları ve açıklamalar üzerindeki etkileri tespit etmek ve önceliklendirmek için bir muhasebe teşhis aracı geliştirmek.
- Geliri etkileyen sözleşme konularını tespit ve analiz etmek.
- Kilit finansal ölçümler ve rasyolar dahil olmak üzere iç yönetim raporlaması üzerindeki etkileri tespit etmek.

- Gelirin faturalama işleminden ayrılmasına yönelik otomatik çözümler geliştirmek.
- Mevcut kaynaklara yönelik bilgi ihtiyaçlarının haritasını çıkarmak ve mevcut sistemlerinizde halihazırda bulunmayan gerekli bilgileri tanımlamak.
- Sözleşmelerin yeniden hazırlanmasına ve ürün ve hizmet sunumlarının yeniden şekillendirilmesine yardımcı olmak
- Finans ve raporlama takımlarına eğitimler sunmak.

Hazırlıklara bir an önce başlamak, UFRS 15'in etkilerini değerlendirmenizi ve beklenmedik durumlara karşı size ek zaman kazandıracak doğru bir uygulama planı geliştirmenizi sağlayacaktır.

İletişim

Akis Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.

Şirin Soysal

Şirket Ortağı,
Mesleki Uygulama Bölüm Başkanı
T : + 90 216 681 90 00
F : + 90 216 681 90 90
E : ssoysal@kpmg.com

Bükre Bektaş

Müdür, Denetim Bölümü
T : + 90 216 681 90 00
F : + 90 216 681 90 90
E : bbektas@kpmg.com

kpmg.com.tr

[/kpmgturkiye](https://www.kpmgturkiye.com)

[/kpmgturkiye](https://www.kpmgturkiye.com)



Bu dokümanda yer alan bilgiler genel içeriklidir ve herhangi bir gerçek veya tüzel kişinin özel durumuna hitap etmemektedir. Doğru ve zamanında bilgi sağlamak için çalışmamıza rağmen, bilginin alındığı tarihte doğru olduğu veya gelecekte olmaya devam edeceği garantisizdir. Hiç kimse özel durumuna uygun bir uzman görüşü almaksızın, bu dokümanda yer alan bilgilere dayanarak hareket etmemelidir. KPMG International Cooperative ("KPMG International") bir İsviçre kuruluşudur. KPMG ağına üye olan bağımsız firmalar, KPMG International'a bağlıdır. KPMG International'ın müşterilere sunduğu herhangi bir hizmet yoktur. Hiçbir üye firmanın KPMG International'ı veya bir başka üye firmayı, aynı şekilde KPMG International'ın da hiç bir üye firmayı üçüncü şahıslar ile karşı karşıya getirecek zorlayıcı ya da bağlayıcı hiçbir yetkisi yoktur. Tüm hakları saklıdır.

© 2016 Akis Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş., KPMG International Cooperative'in üyesi bir Türk şirkettir. KPMG adı ve KPMG logosu KPMG International Cooperative'in tescilli ticari markalarıdır. Tüm hakları saklıdır. Türkiye'de basılmıştır.

