

استاندارد حسابداری شماره ۴۳ در صنایع مخابراتی و اپراتورها

صنایع مخابراتی و اپراتورها

اجرای استاندارد حسابداری شماره ۴۳ ایران با عنوان درآمد عملیاتی حاصل از قرارداد با مشتریان در صنعت مخابرات و اپراتورهای ارتباطی، از جمله مهم‌ترین حوزه‌هایی است که آثار این استاندارد در آن، هم از نظر مفهومی و هم از نظر عملیاتی، بسیار عمیق، گسترده و بعضاً پیچیده است. صنعت مخابرات، به‌ویژه در شکل امروزی آن که با اپراتورهای تلفن همراه، ارائه‌دهندگان اینترنت ثابت و سیار، شرکت‌های ارتباطات داده، اپراتورهای مجازی، ارائه‌دهندگان خدمات ارزش‌افزوده، خدمات محتوا، پلتفرم‌های ارتباطی، خدمات ابری، خدمات پیام‌رسانی سازمانی و زیرساخت‌های

دیجیتال همراه شده است، دیگر صنعتی با یک خدمت ساده و یکنواخت نیست. آنچه مشترک از اپراتور خریداری می‌کند، ممکن است صرفاً مکالمه یا دسترسی به اینترنت نباشد، بلکه ترکیبی از سیم‌کارت، حق اتصال به شبکه، بسته‌های مکالمه و دیتا، خدمات پیامک، رومینگ، اشتراک ماهانه، خدمات ارزش‌افزوده، محتوای دیجیتال، فروش یا واگذاری تجهیزات، خدمات پشتیبانی، امتیازات وفاداری و تخفیف‌های چندجزئی باشد. همین تنوع و چندلایگی خدمات، باعث می‌شود که شناسایی درآمد در این صنعت، در پرتو استاندارد ۴۳، نیازمند تحلیلی دقیق، جزء‌نگر و مبتنی بر ماهیت اقتصادی هر قرارداد و هر تعهد باشد.



سیدمحمدباقر آبادی



خدمت، بسته‌های چندمنظوره، برنامه‌های وفاداری و تنوع روزافزون خدمات دیجیتال، دیگر نمی‌توان تنها با اتکا به زمان صدور صورتحساب، فعال‌سازی خدمت یا دریافت وجه، درآمد را به‌طور منسجم و منطبق با واقعیت اقتصادی شناسایی کرد.

استاندارد ۴۳ در چنین محیطی، چهارچوبی واحد، اصل‌محور و مبتنی بر تعهد عملکردی و انتقال کالا یا خدمت به مشتری فراهم می‌کند. این استاندارد اپراتور را ملزم می‌سازد که پیش از شناسایی هر مبلغی به‌عنوان درآمد، روشن کند که دقیقاً چه چیزی به مشتری وعده داده شده است، آن وعده شامل یک یا چند تعهد عملکردی است، قیمت معامله چگونه تعیین می‌شود، در صورت وجود تخفیف یا بسته‌های ترکیبی چگونه باید قیمت تخصیص یابد و هر بخش از درآمد در چه زمانی شناسایی می‌شود. این رویکرد، در صنعت مخابرات به‌ویژه از آن جهت اهمیت دارد که بسیاری از قراردادهای خدمات این صنعت از نظر ظاهری ساده اما از نظر حسابداری درآمد، بسیار پیچیده‌اند.

ماهیت صنعت مخابرات و ویژگی‌های خاص آن از منظر شناسایی درآمد

صنعت مخابرات از جمله صنایعی است که در آن رابطه میان واحد تجاری و مشتری، معمولاً مستمر، مبتنی بر زیرساخت، فناوری‌محور، داده‌محور و مبتنی بر مصرف یا دسترسی است. برخلاف صنایع تولیدی که در آن فروش یک کالا غالباً یک رویداد نسبتاً مشخص و قابل مشاهده است، در مخابرات، آنچه به مشتری منتقل می‌شود اغلب یک حق دسترسی، امکان استفاده، ظرفیت ارتباطی، بسته خدماتی یا خدمت مستمر در طول زمان است. همین ویژگی، موضوع شناسایی درآمد را از حالت ساده فروش یک قلم کالا یا خدمت

منفرد خارج می‌کند.

برای مثال، یک مشتری ممکن است در ظاهر تنها یک سیم‌کارت خریداری کند اما از منظر اقتصادی، آنچه دریافت می‌کند می‌تواند شامل مجموعه‌ای از اجزای زیر باشد:

- خود سیم‌کارت یا بستر فنی دسترسی
- حق اتصال اولیه به شبکه
- اعتبار اولیه مکالمه یا اینترنت
- امکان استفاده از خدمات پیامکی
- دسترسی به سامانه‌های پشتیبانی و خدمات مشتریان
- دسترسی به طرح‌های تشویقی یا امتیازات اولیه
- امکان استفاده از رومینگ یا خدمات خاص در آینده
- و در برخی طرح‌ها، حتی دستگاه همراه یا مودم با قیمت پارانهای.

به همین ترتیب، در یک طرح اشتراک ماهانه یا بسته دیتا، آنچه مشتری دریافت می‌کند فقط اینترنت نیست، بلکه ممکن است مجموعه‌ای از دسترسی به شبکه، ظرفیت مصرف، حق استفاده در یک بازه زمانی مشخص، کیفیت خدمت مشخص، پشتیبانی و در برخی موارد دسترسی به سرویس‌های جانبی باشد.

بنابراین، در صنعت مخابرات، نخستین گام تحلیلی آن است که اپراتور روشن کند ماهیت خدمت وعده‌داده‌شده به مشتری چیست. آیا یک کالای ملموس به مشتری فروخته شده است؟ آیا خدمتی مستمر در طول زمان ارائه می‌شود؟ آیا قرارداد شامل چند وعده مجزا است؟ آیا مشتری برای اتصال اولیه مبلغی می‌پردازد که در حقیقت حق ورود به یک رابطه خدماتی آتی است؟ پاسخ به این پرسش‌ها مستقیماً بر زمان و مبلغ شناسایی درآمد اثر می‌گذارد.

در گذشته، در بسیاری از شرکت‌های مخابراتی و اپراتورها، شناسایی درآمد عمدتاً بر پایه رویه‌های عملیاتی و مدل‌های سنتی درآمدی انجام می‌شد. برای مثال، درآمد حاصل از فروش شارژ در زمان فروش کارت شارژ یا فعال‌سازی اعتبار، درآمد اشتراک در زمان صدور صورتحساب، درآمد فروش سیم‌کارت در زمان واگذاری و درآمد برخی خدمات ارزش افزوده یا کارمزدهای جانبی، در زمان وصول وجه شناسایی می‌شد. هرچند این روش‌ها در بستر گذشته و در چهارچوب سامانه‌های سنتی اپراتوری قابل فهم بودند اما با توسعه مدل‌های ترکیبی کسب‌وکار، قراردادهای باندل‌شده، طرح‌های تشویقی، فروش دستگاه همراه با



دامنه کاربرد استاندارد ۴۳ در اپراتورها و شرکت‌های مخابراتی

بخش قابل توجهی از درآمد شرکت‌های مخابراتی و اپراتورها، اصولاً ناشی از قرارداد با مشتری برای ارائه خدمات ارتباطی و دیجیتال است و بنابراین در دامنه کاربرد استاندارد ۴۳ قرار می‌گیرد. این درآمدها می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- فروش سیم‌کارت و حق اتصال
- درآمد مکالمه، پیامک و اینترنت
- درآمد بسته‌های اعتباری یا اشتراکی
- کارمزدها و اشتراک‌های ماهانه
- خدمات ارزش افزوده
- خدمات محتوایی و دیجیتال
- خدمات سازمانی و خطوط ویژه
- خدمات مبتنی بر پیامک انبوه، API یا بستر ارتباطی

- فروش یا واگذاری تجهیزات همراه با قرارداد خدمات
- خدمات رومینگ و سایر خدمات تکمیلی.
- با این حال، همانند سایر صنایع، همه مبالغی که از مشتریان یا از جریان فعالیت عملیاتی حاصل می‌شود، لزوماً درآمد مشمول استاندارد ۴۳ نیست. برای مثال:
- برخی مبالغ ممکن است به‌نیابت از طرف ثالث دریافت شود
- برخی مبالغ ممکن است مرتبط با مالیات، عوارض، حق‌السهم یا وجوه انتقالی باشد
- برخی اقلام ممکن است جبران خسارت یا باز یافت هزینه باشند
- و در برخی قراردادهای بخشی از مبلغ ممکن است به خدمات طرف ثالث یا محتوا تعلق داشته باشد.

از این رو، در صنعت مخابرات نیز تعیین درآمد عملیاتی مستلزم آن است که شرکت مشخص کند چه مبلغی واقعاً متعلق به خودش در قبال ایفای تعهدات عملکردی‌اش است و چه مبلغی صرفاً از طریق قبض یا کانال پرداخت از مشتری وصول می‌شود.

کاربرد مدل پنج‌مرحله‌ای استاندارد ۴۳ در صنعت مخابرات

مدل پنج‌مرحله‌ای استاندارد ۴۳ در این صنعت نه‌تنها کاملاً کاربردی است، بلکه یکی از ضروری‌ترین ابزارها برای نظم‌بخشی به شناسایی درآمد محسوب می‌شود.

شناسایی قرارداد با مشتری

در صنعت مخابرات، قرارداد با مشتری

می‌تواند اشکال متنوعی داشته باشد. گاهی قرارداد به صورت رسمی و مکتوب است، مانند قراردادهای سازمانی، پهنای باند، خطوط اختصاصی، ارتباطات داده، خدمات ابری، خدمات پیامک انبوه یا قراردادهای مخابراتی با مشتریان شرکتی. در بسیاری از موارد دیگر، قرارداد به صورت ضمنی و مبتنی بر پذیرش شرایط عمومی خدمات شکل می‌گیرد، مانند خرید و فعال‌سازی سیم‌کارت، خرید بسته اینترنت، استفاده از خدمات اعتباری یا تمدید اشتراک ماهانه.

از منظر استاندارد ۴۳، صرف فعال بودن یک خط یا ثبت یک کاربر در سامانه کافی نیست. لازم است شرایط شناسایی قرارداد احراز شود، یعنی:

- تعهدات و حقوق طرفین روشن باشد
- شرایط پرداخت یا کسر اعتبار مشخص باشد
- قرارداد محتوای تجاری داشته باشد
- وصول مابه‌ازا محتمل باشد.

در اپراتورهای پیش‌پرداخت، این موضوع معمولاً ساده‌تر است، زیرا مشتری پیش از مصرف، اعتبار خریداری می‌کند اما در اپراتورهای پس‌پرداخت یا قراردادهای سازمانی، موضوع وصول‌پذیری، سقف اعتبار، ریسک نکول و حتی قابلیت وصول خدمات مصرف‌شده اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

شناسایی تعهدات عملکردی

این مرحله در صنعت مخابرات یکی از پیچیده‌ترین و در عین حال اساسی‌ترین مراحل است. در ظاهر، ممکن است چنین به نظر برسد که مثلاً فروش سیم‌کارت یا فروش بسته اینترنت یک خدمت واحد است اما در عمل، قراردادهای اپراتوری می‌توانند حاوی چندین تعهد عملکردی باشند. برای مثال، یک قرارداد یا بسته ممکن است شامل موارد زیر باشد:

- تحویل سیم‌کارت یا مودم
- فعال‌سازی اولیه
- ارائه دسترسی به شبکه
- ارائه حجم معین اینترنت
- ارائه دقایق معین مکالمه
- ارائه تعداد معین پیامک
- خدمات ارزش افزوده یا محتوایی
- خدمات پشتیبانی
- امتیاز وفاداری یا اعتبار تشویقی
- و در برخی موارد، فروش یک گوشی یا دستگاه با قیمت ترجیحی.

در اینجا باید مشخص شود که کدام‌یک از این اقلام برای مشتری متمایز هستند و کدام‌یک بخشی از یک خدمت یکپارچه را تشکیل می‌دهند. برای مثال، در برخی طرح‌های رایج، سیم‌کارت یا مودم ممکن است به تنهایی ارزش اقتصادی محدودی داشته باشد و کارکرد اصلی آن در قالب دسترسی به خدمات آتی معنا یابد. در چنین مواردی، مبلغ دریافتی از مشتری برای سیم‌کارت لزوماً به‌طور کامل به‌عنوان درآمد فروش یک قلم مستقل قابل شناسایی نیست، بلکه ممکن است بخشی از آن به خدمات آتی تخصیص یابد. در بسته‌های ترکیبی نیز، اگر مشتری با یک مبلغ مشخص، همزمان اینترنت، مکالمه و پیامک دریافت می‌کند، باید بررسی شود که این اقلام تعهدات جداگانه‌اند یا یک تعهد ترکیبی برای فراهم کردن دسترسی ارتباطی در چهارچوب یک بسته. پاسخ به این پرسش به نحوه طراحی بسته، قابلیت استفاده مستقل از اجزا و شیوه قیمت‌گذاری بستگی دارد.

تعیین قیمت معامله

در صنعت مخابرات، قیمت معامله معمولاً تنها یک مبلغ ثابت و ساده نیست. در بسیاری از طرح‌ها و قراردادهای قیمت معامله ممکن است از عناصر زیر تشکیل شود:

- مبلغ فروش سیم‌کارت یا دستگاه
- هزینه اتصال یا فعال‌سازی
- اشتراک ماهانه
- کارمزد استفاده مبتنی بر مصرف
- قیمت بسته‌های ترکیبی
- تخفیف‌های تشویقی
- اعتبار رایگان اولیه
- امتیازات وفاداری
- تخفیف باندا شده روی دستگاه یا مودم
- تخفیف‌های قراردادی برای مشتریان عمده،
- جریمه یا هزینه مازاد مصرف
- خدمات ارزش افزوده یا محتوایی.

به همین دلیل، تعیین قیمت معامله نیازمند تحلیل دقیق همه اجزای قرارداد است. اگر مشتری مبلغی برای فعال‌سازی اولیه می‌پردازد اما در قبال آن وارد یک رابطه خدماتی بلندمدت با اپراتور می‌شود، ممکن است مبلغ مزبور به‌طور کامل درآمد همان دوره نباشد. همچنین اگر اپراتور دستگاه یا مودمی را با تخفیف سنگین در قالب قرارداد خدمات ۱۲ یا ۲۴ ماهه عرضه می‌کند، لازم است بررسی شود که آیا بخشی از مبلغ اشتراک‌های آتی در واقع مربوط به فروش آن دستگاه است یا خیر.

این موضوع در طرح‌های باندا شده و تشویقی، یکی از مهم‌ترین حوزه‌های قضاوت حرفه‌ای است. عدم تحلیل درست آن می‌تواند منجر به جابه‌جایی نادرست درآمد میان دوره‌ها و میان کالاها و خدمات مختلف شود.

تخصیص قیمت معامله

در صورتی که قرارداد دارای چند تعهد عملکردی باشد، قیمت معامله باید بر اساس قیمت فروش مستقل نسبی میان این تعهدات تخصیص یابد. این موضوع در صنعت مخابرات اهمیت ویژه دارد، زیرا

بسیاری از طرح‌ها و بسته‌ها به صورت ترکیبی طراحی می‌شوند. برای مثال:

- فروش سیم‌کارت همراه با اعتبار اولی
 - فروش مودم همراه با اشتراک اینترنت چندماهه
 - فروش گوشی با تعرفه ترجیحی در قبال تعهد به استفاده از سرویس
 - بسته‌های ترکیبی صوت، دیتا و پیامک
 - بسته‌های اینترنت همراه با دسترسی به خدمات محتوایی یا اپلیکیشن خاص.
- در چنین مواردی، اگر کل مبلغ قرارداد بدون تخصیص، فقط به یک بخش از خدمت یا کالا نسبت داده شود، درآمد دوره‌ای به درستی منعکس نخواهد شد. برای مثال، ممکن است بخشی از مبلغ اشتراک ماهانه در واقع جبران تخفیف اعطاشده برای دستگاه باشد و بخشی دیگر مربوط به خدمات ارتباطی همان ماه.

شناسایی درآمد

در صنعت مخابرات، برخی تعهدات در نقطه‌ای از زمان و برخی در طول زمان ایفا می‌شوند. برای مثال:

- فروش گوشی، مودم یا تجهیزات، معمولاً در نقطه‌ای از زمان و هنگام انتقال کنترل شناسایی می‌شود
 - ارائه دسترسی به شبکه، اشتراک ماهانه، خدمات دیتا، پیامک و مکالمه، غالباً در طول زمان شناسایی می‌شود
 - برخی خدمات تک‌رویدادی مانند فعال‌سازی خاص یا صدور مجدد سیم‌کارت ممکن است در نقطه‌ای از زمان تحقق یابند
 - خدمات پشتیبانی مستمر، اشتراک محتوایی یا خدمات سازمانی، معمولاً در طول زمان شناسایی می‌شوند.
- تشخیص زمان شناسایی درآمد در این صنعت به‌ویژه در مورد مبالغی که ابتدای قرارداد دریافت می‌شود اما خدمت مربوط به آن در دوره‌های بعد ارائه می‌شود، اهمیت

زیادی دارد. برای مثال، فروش کارت شارژ یا اعتبار پیش‌پرداخت، لزوماً به معنای تحقق فوری کل درآمد نیست، زیرا اپراتور هنوز تعهد دارد در آینده خدمات شبکه را در برابر آن اعتبار ارائه کند. در این گونه موارد، مبلغ دریافتی تا زمان مصرف یا انقضای اعتبار، می‌تواند ماهیت بدهی قراردادی داشته باشد.

خدمات پیش‌پرداخت، شارژ و اعتبار مصر فی

یکی از مهم‌ترین حوزه‌های کاربرد استاندارد ۴۳ در اپراتورها، خدمات پیش‌پرداخت است. در این مدل، مشتری ابتدا مبلغی پرداخت می‌کند و سپس به تدریج از خدمات استفاده می‌کند. از منظر حسابداری، پرسش اساسی این است که آیا مبلغ دریافتی در زمان دریافت، درآمد است یا بدهی؟

از دیدگاه استاندارد ۴۳، تا زمانی که اپراتور هنوز خدمت وعده‌داده‌شده را ارائه نکرده است، مبلغ دریافتی معمولاً باید به عنوان بدهی ناشی از قرارداد شناسایی شود. درآمد زمانی شناسایی می‌شود که مشتری از خدمات استفاده کند و اپراتور تعهد خود را ایفا نماید. بنابراین:

- فروش شارژ یا اعتبار، به‌خودی‌خود لزوماً درآمد نیست،
 - مصرف تدریجی اعتبار، مبنای شناسایی تدریجی درآمد است،
 - بخش مصرف‌نشده اعتبار، تا زمانی که خدمت ارائه نشده، بدهی قراردادی باقی می‌ماند،
 - در صورت انقضای اعتبار استفاده‌نشده، تحلیل این موضوع نیازمند بررسی شرایط قراردادی و الگوی انتفاع مشتری است.
- در عمل ایران، برخی رویه‌های عملیاتی ممکن است فروش شارژ را هم‌معنای درآمد تلقی کنند اما از منظر استاندارد ۴۳

این رویکرد نیازمند بازنگری جدی است. به‌ویژه در اپراتورهایی که حجم بالایی از خدمات پیش‌پرداخت دارند، تمایز میان دریافت وجه و ایفای تعهد عملکردی موضوعی بنیادی است.

اشتراک‌های ماهانه، بسته‌های ترکیبی و خدمات دوره‌ای

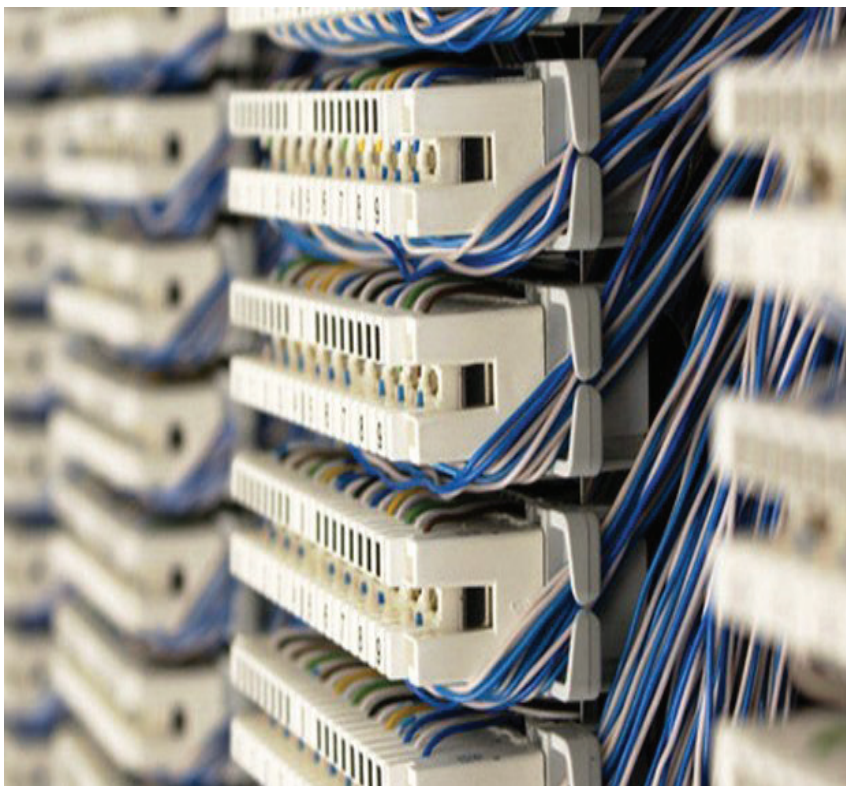
در طرح‌های پس‌پرداخت یا اشتراکی، مشتری معمولاً در قبال پرداخت مبلغی مشخص، در یک دوره زمانی معین به مجموعه‌ای از خدمات دسترسی پیدا می‌کند. این خدمات ممکن است شامل:

- سقف معینی از اینترنت
- دقائق مکالمه
- پیامک
- خدمات ارزش افزوده
- پشتیبانی فنی
- رومینگ یا خدمات خاص
- یا امتیازات وفاداری باشد.

در اینجا، شناسایی درآمد غالباً باید در طول زمان انجام شود، زیرا مشتری در طول دوره اشتراک از منافع خدمت بهره‌مند می‌شود. با این حال، اگر بخشی از خدمت در ابتدای دوره به‌صورت مستقل منتقل شود، مانند تحویل مودم یا گوشی، آن بخش ممکن است در نقطه‌ای از زمان شناسایی شود. به همین دلیل، در خدمات اشتراکی و بسته‌ای، موضوع تفکیک اجزای قرارداد و تخصیص قیمت اهمیت بسیار زیادی دارد.

فروش سیم‌کارت، حق اتصال و کارمزد فعال‌سازی

فروش سیم‌کارت و دریافت مبالغ مربوط به اتصال اولیه، در صنعت مخابرات یکی از حوزه‌های مهم قضاوت حسابداری است. در نگاه سنتی، ممکن است مبلغ فروش سیم‌کارت یا هزینه اتصال در زمان واگذاری به‌عنوان درآمد شناسایی شود اما



از منظر استاندارد ۴۳، باید پرسید:

- آیا سیم‌کارت خود یک کالای مستقل و متمایز است؟
- آیا هزینه اتصال یا فعال‌سازی بابت خدمتی مستقل دریافت می‌شود؟
- یا این مبلغ در حقیقت بخشی از بهای ورود مشتری به یک رابطه خدماتی مستمر است؟

در بسیاری از موارد، سیم‌کارت به‌تنهایی برای مشتری ارزش مستقل چندانی ندارد و منفعت اصلی آن در دسترسی به شبکه و خدمات آتی نهفته است. به همین ترتیب، هزینه اتصال ممکن است نه بابت یک خدمت مستقل، بلکه بابت آغاز رابطه‌ای باشد که خدمات اصلی آن در آینده ارائه می‌شود. در چنین مواردی، ممکن است شناسایی فوری کل مبلغ، تصویر درستی از واقعیت اقتصادی ندهد.

فروش گوشی، مودم یا تجهیزات همراه با قرارداد خدمات

در بسیاری از طرح‌های اپراتوری، دستگاه یا تجهیزاتی مانند گوشی، مودم، روتر یا سیم‌کارت سازماني، همراه با قرارداد خدمات عرضه می‌شود. برای مثال:

- مودم با قیمت ترجیحی همراه با اشتراک اینترنت شش‌ماهه یا یک‌ساله
- گوشی با تخفیف در قبال تعهد به استفاده از بسته خاص
- تجهیزات سازماني همراه با قرارداد نگهداری و اتصال.

در این موارد، یکی از پیچیده‌ترین مباحث استاندارد ۴۳ مطرح می‌شود: **قرارداد چندجزئی و تخصیص قیمت معامله**. اگر تجهیز و خدمت هر دو برای مشتری متمایز باشند، باید قیمت کل قرارداد میان آنها براساس قیمت فروش مستقل نسبی تخصیص یابد. این امر ممکن است منجر به آن شود که بخشی از مبلغ اشتراک‌های آتی به فروش تجهیز تخصیص یابد و

بالعکس.

این موضوع در عمل بسیار مهم است، زیرا بدون این تخصیص، ممکن است درآمد تجهیزات کمتر یا بیشتر از واقع و درآمد خدمات نیز در دوره‌های نادرست شناسایی شود.

خدمات ارزش افزوده، محتوا و همکاری با طرف‌های ثالث

اپراتورها معمولاً علاوه بر خدمات اصلی ارتباطی، خدمات ارزش افزوده و محتوایی نیز ارائه می‌کنند یا از طریق همکاری با طرف‌های ثالث عرضه می‌کنند، مانند:

- سرویس‌های محتوایی
- اشتراک‌های دیجیتال
- بازی، موسیقی، ویدئو یا محتوای آموزشی
- خدمات پیامکی ویژه
- پلتفرم‌های سازماني
- خدمات API و بستر ارتباطی برای کسب و کارها.

در این حوزه، یکی از مهم‌ترین مسائل،

موضوع اصیل یا عامل بودن است. اگر اپراتور خدمت محتوایی را خود کنترل و به مشتری منتقل می‌کند، ممکن است اصیل باشد و مبلغ ناخالص را به‌عنوان درآمد شناسایی کند اما اگر صرفاً بستر وصول، صورت‌حساب یا کانال دسترسی برای خدمت طرف ثالث فراهم می‌کند، ممکن است عامل باشد و تنها کارمزد یا سهم خالص خود را به‌عنوان درآمد شناسایی نماید.

این موضوع در صنعت مخابرات ایران اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا بخش قابل توجهی از خدمات ارزش افزوده و محتوایی از طریق همکاری با شرکت‌های دیگر ارائه می‌شود. شناسایی نادرست ناخالص به‌جای خالص یا برعکس، می‌تواند اثر بالاهمیتی بر درآمد و حاشیه سود شرکت داشته باشد.

چالش‌های اجرایی رایج در ایران

اجرای استاندارد ۴۳ در اپراتورها و شرکت‌های مخابراتی ایران با چالش‌های قابل توجهی



مواجهه است که برخی از مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

غلبه رویه‌های سنتی مبتنی بر صدور صورت‌حساب یا فروش اعتبار در بسیاری از موارد، زمان شناسایی درآمد هنوز براساس رویدادهای سیستمی یا صورت‌حسابی تعیین می‌شود، نه براساس تحلیل دقیق تعهد عملکردی.

پیچیدگی بسته‌ها و طرح‌های تشویقی بسته‌های ترکیبی، اعتبار رایگان، طرح‌های وفاداری، تخفیف‌های باندل‌شده و فروش دستگاه با یارانه، تحلیل قیمت معامله و تخصیص آن را دشوار می‌سازد.

ضعف در تفکیک خدمات متمایز برخی اپراتورها ممکن است درآمدهای حاصل از سیم‌کارت، اتصال، دیتا، پیامک، محتوا، خدمات سازمانی و دستگاه را بدون تحلیل تعهدات عملکردی، در قالب‌های کلی ثبت کنند.

دشواری تحلیل اصیل یا عامل بودن در خدمات ارزش افزوده و محتوایی، مرز میان نقش اپراتور و نقش ارائه‌دهنده اصلی خدمت همواره روشن نیست.

نبود زیرساخت اطلاعاتی مناسب برای شناسایی درآمد استاندارد سامانه‌های اپراتوری عمدتاً برای مدیریت ترافیک، صورت‌حساب، مصرف و عملیات طراحی شده‌اند، نه لزوماً برای تخصیص پیچیده قیمت معامله یا رهگیری بدهی قراردادی و تعهدات عملکردی.

ابهام در برخورد با اعتبار مصرف‌نشده در خدمات پیش‌پرداخت، تعیین زمان و نحوه شناسایی درآمد مربوط به اعتبارهای مصرف‌نشده یا منقضی‌شده نیازمند رویه روشن است.

همان‌گونه نبودن واحدهای مالی، بازاریابی، فناوری و محصول

طرح‌های تجاری جدید غالباً توسط واحدهای بازاریابی و محصول طراحی می‌شوند اما آثار حسابداری آنها ممکن است پیشاپیش تحلیل نشود.

چالش مالیاتی تمایز میان مبالغ وصولی به نیابت از دیگران، سهم اپراتور، بدهی قراردادی مربوط به اعتبارهای پیش‌پرداخت و شناسایی درآمد بسته‌های چندجزئی، می‌تواند منشأ اختلاف با مراجع مالیاتی شود.

راهکارهای پیشنهادی برای پیاده‌سازی مناسب در ایران برای اجرای مؤثر استاندارد ۴۳ در صنعت مخابرات ایران، اقدامات زیر ضروری است:

طراحی نقشه جامع درآمدها اپراتور باید همه جریان‌های درآمدی خود را طبقه‌بندی کند: سیم‌کارت، اتصال، دیتا، مکالمه، پیامک، محتوا، دستگاه، اشتراک،

خدمات سازمانی، کارمزدها و غیره.

تحلیل رسمی تعهدات عملکردی

برای هر محصول یا بسته مهم، باید تحلیل مکتوبی وجود داشته باشد که مشخص کند تعهدات عملکردی چیست و آیا خدمات مختلف متمایزند یا خیر.

طراحی کاربرگ تخصیص قیمت معامله

در بسته‌های ترکیبی و باندل‌شده، لازم است قیمت معامله براساس قیمت فروش مستقل نسبی میان اجزا تخصیص یابد و این تخصیص مستندسازی شود.

بازنگری در روبه شناسایی درآمد پیش پرداخت

فروش شارژ، اعتبار یا بسته‌های مصرف‌نشده نباید بدون تحلیل، فوراً درآمد تلقی شود. بدهی قراردادی و الگوی مصرف باید در سیستم منعکس شود.

تحلیل اسیل یا عامل بودن در خدمات ارزش افزوده

برای همکاری‌های محتوایی و خدمات طرف ثالث، روبه‌ای روشن و مستند در خصوص شناسایی ناخالص یا خالص درآمد ضروری است.

یکپارچه‌سازی واحدهای مالی، محصول، IT و فروش

هر خدمت یا طرح جدید باید پیش از عرضه، از منظر حسابداری درآمد و استاندارد ۴۳ تحلیل شود.

توسعه سامانه‌های اطلاعاتی

سیستم‌ها باید توان شناسایی بدهی قراردادی، تخصیص درآمد به تعهدات مختلف، رهگیری مصرف و ثبت درآمد براساس ایفای تعهد را داشته باشند.

آموزش تخصصی

کارشناسان مالی، مدیران محصول، بازاریابی، امور قراردادهای و فناوری اطلاعات باید درک مشترکی از اثرات استاندارد ۴۳ پیدا کنند.

نکات مهم برای حساب‌رسان

در صنعت مخابرات، رسیدگی به درآمد عملیاتی یکی از مهم‌ترین، حساس‌ترین و پریسک‌ترین حوزه‌های حسابرسی است؛ زیرا درآمد این شرکت‌ها معمولاً حجیم، متنوع، مبتنی بر سامانه، وابسته به طراحی محصولات و تعرفه‌ها و متکی بر قضاوت‌های مهم مدیریتی است. در این صنعت، کوچک‌ترین ضعف در تشخیص تعهدات عملکردی، تخصیص قیمت معامله، زمان شناسایی درآمد، تشخیص اسیل یا عامل بودن یا ارتباط میان داده‌های فنی و ثبت‌های مالی، می‌تواند آثار بااهمیتی بر مبلغ درآمد، بدهی‌های قراردادی، سود عملیاتی و افشاهای صورت‌های مالی داشته باشد. از این رو، حساب‌رسان باید برای این حوزه، رویکردی نظام‌مند، مبتنی بر شناخت عمیق کسب‌وکار، آزمون کنترل‌های فناوری اطلاعات، رسیدگی تحلیلی و آزمون‌های جزئیات هدفمند طراحی کند.

در ادامه، هر یک از محورهای اصلی رسیدگی با نگاه رسمی، کاربردی و همراه با برنامه‌های پیشنهادی حسابرسی تشریح می‌شود.

شناسایی درست تعهدات عملکردی در سیم‌کارت، اتصال، بسته‌ها و قراردادهای سازمانی

در اپراتورها، بسیاری از خدمات در ظاهر ساده‌اند اما در واقع ممکن است شامل چند وعده مجزا باشند. برای مثال:

- فروش سیم‌کارت همراه با اعتبار اولیه،

فروش مودم همراه با اشتراک اینترنت، بسته‌های ترکیبی صوت، دیتا و پیامک، قراردادهای سازمانی شامل اتصال، نگهداری، ظرفیت، پشتیبانی و خدمات جانبی، طرح‌های تشویقی همراه با مزایای آتی.

اگر تعهدات عملکردی به‌درستی شناسایی نشوند، کل ساختار شناسایی درآمد دچار انحراف می‌شود؛ زیرا زمان شناسایی و تخصیص قیمت معامله مستقیماً به این مرحله وابسته است.

اهداف حسابرسی

حساب‌رسان باید اطمینان یابد که:

- مدیریت، محصولات و خدمات را به‌درستی تحلیل کرده است؛
- اقلامی که باید به‌عنوان تعهدات متمایز شناسایی شوند، از یکدیگر تفکیک شده‌اند؛
- اقلامی که ماهیتاً بخشی از یک تعهد یکپارچه‌اند، به‌اشتباه تجزیه نشده‌اند؛
- تحلیل انجام‌شده با مفاد قرارداد، طراحی محصول و واقعیت اقتصادی سازگار است.

برنامه‌های رسیدگی پیشنهادی

۱. اخذ درک کامل از سبد محصولات و خدمات
 - دریافت فهرست کامل محصولات درآمدی: سیم‌کارت، بسته‌های دیتا، اشتراک ماهانه، فروش مودم، قراردادهای سازمانی، رومینگ، خدمات ارزش افزوده، خدمات پیامکی و محتوایی.
 - بررسی مستندات تعرفه، کاتالوگ محصولات، شرایط عمومی استفاده و نمونه قراردادهای
۲. انتخاب نمونه از محصولات و قراردادهای با اهمیت
 - انتخاب نمونه از:
 - سیم‌کارت‌های اعتباری و دائمی،

- بسته‌های باندل شده،
- طرح‌های فروش دستگاه همراه سرویس،
- قراردادهای سازمانی،
- خدمات ارزش افزوده.

۳. ارزیابی تحلیل مدیریت از تعهدات

عملکردی

- بررسی اینکه مدیریت برای هر محصول، تحلیل مکتوب تعهدات عملکردی تهیه کرده یا خیر.

- تطبیق تحلیل مدیریت با معیارهای «متمایز بودن» در استاندارد ۴۳.

۴. مصاحبه با واحدهای غیرمالی

- گفت‌وگو با واحدهای محصول، فروش، بازاریابی، حقوقی و فناوری اطلاعات برای درک واقعی آنچه به مشتری وعده داده می‌شود.

۵. بررسی طراحی محصول در سامانه

- کنترل اینکه منطق سامانه صورتحساب و ERP با تحلیل تعهدات عملکردی سازگار است یا خیر.

نکات خطرپذیر

- شناسایی فوری کل درآمد فروش
- سیم‌کارت بدون تحلیل خدمات آتی؛
- تلفی بسته‌های ترکیبی به‌عنوان یک خدمت واحد بدون بررسی کافی؛
- نادیده گرفتن تعهدات جانبی در قراردادهای سازمانی؛
- عدم بازنگری حسابداری هنگام معرفی محصولات جدید.

بررسی تخصیص قیمت معامله در قراردادهای باندل‌شده

در بسیاری از طرح‌های اپراتوری، مشتری یک مبلغ واحد می‌پردازد اما چند کالا یا خدمت دریافت می‌کند؛ مانند:

- مودم + اشتراک اینترنت، گوشی + طرح خدمات، سیم‌کارت + اعتبار اولیه، بسته ترکیبی مکالمه، اینترنت و پیامک.
- در این موارد، اگر قیمت معامله به‌درستی

میان تعهدات عملکردی تخصیص نیابد، درآمد دوره‌ها و اقلام مختلف تحریف می‌شود.

اهداف حسابرسی

حسابرس باید اطمینان یابد که:

- قراردادهای چندجزئی شناسایی شده‌اند؛
- قیمت فروش مستقل نسبی به‌درستی تعیین شده است؛
- تخفیف کلی قرارداد به‌درستی میان اجزا تسهیم شده است؛
- ثبت‌های حسابداری با منطق تخصیص منطبق است.

برنامه‌های رسیدگی پیشنهادی

۱. شناسایی همه طرح‌های باندل‌شده بااهمیت
- دریافت لیست کمین‌ها و طرح‌های چندجزئی در دوره.
- تمرکز بر طرح‌های با اثر مالی عمده.
۲. بررسی روش مدیریت برای تعیین قیمت فروش مستقل
- ارزیابی منابع قیمت‌گذاری؛
- قیمت‌های قابل مشاهده مستقل،
- قیمت‌های مرجع داخلی،
- برآوردهای مدل‌محور.
- بررسی ثبات و معقول بودن روش.
۳. آزمون محاسبات تخصیص
- انتخاب نمونه از قراردادها/طرح‌ها و بازجاری محاسبات تخصیص قیمت معامله.
- بررسی ثبت اولیه و ثبت‌های بعدی درآمد هر جزء.

۴. بررسی تخفیف‌های ضمنی

- ارزیابی اینکه آیا تخفیف کلی قرارداد فقط به برخی اجزا تخصیص یافته یا به کل اجزا و اینکه این امر با استاندارد سازگار است یا خیر.

۵. مقایسه تحلیلی

- مقایسه حاشیه سود و الگوی درآمد طرح‌های باندل‌شده با دوره قبل و با محصولات مشابه.

نکات خطرپذیر

- تخصیص کل مبلغ به خدمت مستمر و نادیده گرفتن فروش تجهیز؛
- شناسایی کل درآمد تجهیز در ابتدا بدون تحلیل ارتباط آن با اشتراک آتی؛
- استفاده از قیمت‌های فروش مستقل غیرواقعی یا دستکاری‌شده.

کنترل زمان شناسایی درآمد برای خدمات پیش‌پرداخت، اشتراک‌ها و خدمات مستمر

در اپراتورها، بخش بزرگی از وجوه قبل از مصرف خدمت دریافت می‌شود. فروش شارژ، اعتبار، اشتراک‌های ماهانه و بسته‌های زمانی اگر نادرست تحلیل شود، موجب شناسایی زود هنگام درآمد می‌شود.

اهداف حسابرسی

حسابرس باید اطمینان یابد که:

- دریافت وجه از مصرف خدمت تفکیک شده است؛
- درآمد پیش‌پرداخت‌ها به‌تدریج و هم‌زمان با مصرف یا ایفای تعهد شناسایی می‌شود؛
- اشتراک‌ها و خدمات مستمر در طول زمان شناسایی می‌شوند؛
- رویه انقضای اعتبارهای مصرف‌نشده مستدل و سازگار است.

برنامه‌های رسیدگی پیشنهادی

۱. فهم کامل جریان‌های درآمدی

- پیش‌پرداخت،
- پس‌پرداخت،
- اشتراک دوره‌ای،
- بسته‌های زمانی،
- خدمات سازمانی مستمر.

۲. بررسی سیاست‌های حسابداری

- تطبیق سیاست شناسایی درآمد با

ماهیت هر خدمت.

۳. آزمون برش زمانی

(Cut-off)

- بررسی تراکنش‌های نزدیک پایان سال:
- فروش شارژ،
- فعال‌سازی بسته،
- تمدید اشتراک،
- مصرف تحقق‌یافته و مصرف‌نشده.

۴. آزمون بازاجرای درآمد

- انتخاب نمونه از بسته‌ها و اشتراک‌ها و بازاجرای:
- مبلغ دریافت‌شده،
- دوره خدمت،
- مصرف انجام‌شده،
- مانده بدهی قراردادی،
- درآمد شناسایی‌شده.
- ۵. بررسی منطق انقضا
- تحلیل مبنای شناسایی درآمد برای اعتبارهای مصرف‌نشده منقضی‌شده.
- مقایسه با الگوهای تاریخی و شرایط

قرارداد.

۶. تحلیل روندی

- مقایسه نسبت درآمد به شارژ فروخته‌شده،
- روند بدهی قراردادی،
- نرخ مصرف اعتبار در دوره‌های مختلف.

نکات خطرپذیر

- شناسایی درآمد در زمان فروش شارژ؛
- شناسایی کل اشتراک در ابتدای دوره؛
- بی‌توجهی به خدمات تحقق‌نیافته در پایان سال؛

رسیدگی به اصیل یا عامل بودن در

خدمات ارزش افزوده و محتوایی

- در خدمات ارزش افزوده، محتوایی، اشتراک‌های دیجیتال و همکاری با پلتفرم‌ها، اپراتور ممکن است:
- ارائه‌دهنده اصلی خدمت باشد،
- یا صرفاً بستر فنی/صورتحساب/وصول را فراهم کند.
- این تشخیص مشخص می‌کند که

درآمد به‌صورت ناخالص یا فقط به میزان کارمزد/سهام خالص شناسایی شود.

اهداف حسابرسی

حسابرس باید اطمینان یابد که:

- تحلیل اصیل یا عامل بودن برای هر جریان درآمدی مهم انجام شده است؛
- این تحلیل با واقعیت قراردادی و عملیاتی سازگار است؛
- درآمد بیش از واقع به‌صورت ناخالص شناسایی نشده است.

برنامه‌های رسیدگی پیشنهادی

۱. شناسایی خدمات طرف ثالث بااهمیت

- دریافت فهرست خدمات ارزش افزوده، محتوایی، VAS، سرویس‌های پیامکی ویژه، پلتفرم‌های شریک.

۲. بررسی قراردادها

- مطالعه قراردادهای اپراتور با ارائه‌دهندگان محتوا و بررسی:



- کنترل خدمت پیش از انتقال،
- مسئولیت اصلی در قبال مشتری،
- اختیار قیمت گذاری،
- ریسک های اعتباری و عملیاتی،
- نحوه تسهیم وجوه.

۳. بررسی جریان عملیاتی

- تحلیل اینکه مشتری خدمت را از چه کسی دریافت شده تلقی می کند.
- بررسی شکایات، SLA، پشتیبانی و مسئولیت کیفیت.

۴. آزمون ثبت های حسابداری

- انتخاب نمونه از خدمات مشارکتی و بررسی اینکه درآمد به صورت ناخالص یا خالص ثبت شده و آیا با تحلیل اصیل / عامل سازگار است.

۵. رسیدگی تحلیلی

- مقایسه نسبت حاشیه سود خدمات محتوایی؛
- بررسی نوسانات غیرعادی درآمد ناخالص این بخش.

نکات خطرپذیر

- شناسایی کل مبلغ دریافتی از مشترک به عنوان درآمد اپراتور در حالی که فقط واسطه است؛
- اتکا صرف به عنوان قرارداد بدون تحلیل واقعیت اقتصادی.

ارزیابی صحت بدهی قراردادی در اعتبارهای مصرف نشده

در مدل های پیش پرداخت، مبلغ فروش شارژ یا بسته تا زمانی که خدمت ارائه نشده، درآمد نیست بلکه بدهی قراردادی است. این قلم در اپراتورها می تواند بسیار بااهمیت باشد.

اهداف حسابرسی

حسابرس باید اطمینان یابد که:

- بدهی قراردادی کامل و صحیح شناسایی شده است؛
- مانده آن با داده های عملیاتی مصرف سازگار است؛
- آزادسازی بدهی به درآمد، مبتنی بر مصرف واقعی یا منطق معتبر انقضا است.

برنامه های رسیدگی پیشنهادی

۱. اخذ تطبیق مانده بدهی قراردادی

- مانده اول دوره،
- وجوه دریافت شده،
- درآمد شناسایی شده،
- انقضاها،
- تعدیلات،
- مانده پایان دوره.

۲. بازاجرای نمونه ای

- انتخاب نمونه از حساب های مشترک / بسته ها و تطبیق مانده اعتبار مصرف نشده با ثبت های مالی.

۳. بررسی گزارش های سامانه شارژ و Billing

- اخذ گزارش مستقیم از سامانه های عملیاتی و تطبیق با دفتر کل.

۴. آزمون انقضا

- بررسی مبنای تاریخی و قراردادی شناسایی درآمد از اعتبارهای بلااستفاده.

۵. کنترل برش زمانی

- بررسی شارژهای فروخته شده در روزهای پایانی سال و وضعیت مصرف آنها.

نکات خطرپذیر

- کم نمایی بدهی قراردادی؛
- انتقال شتاب زده بدهی به درآمد؛
- ناهماهنگی میان گزارش عملیاتی و ثبت

مالی.

کنترل کفایت افشا درباره قضاوت های کلیدی، بسته های ترکیبی و مبالغ مؤثر بر درآمد

در صنعت مخابرات، بخش قابل توجهی از شناسایی درآمد مبتنی بر قضاوت است؛ مانند:

- تشخیص تعهدات عملکردی، تخصیص قیمت معامله، اصیل یا عامل بودن، زمان شناسایی، انقضای اعتبار، مابه ازای متغیر.
- در نتیجه، افشای مناسب این قضاوت ها برای استفاده کنندگان صورت های مالی بسیار مهم است.

اهداف حسابرسی

حسابرس باید اطمینان یابد که:

- سیاست های حسابداری به طور شفاف بیان شده اند؛
- قضاوت ها و برآوردهای مهم افشا شده اند؛
- ماهیت بدهی های قراردادی و جریان های درآمدی روشن است؛
- اطلاعات همراه کننده یا ناقص ارائه نشده است.

برنامه های رسیدگی پیشنهادی

۱. مرور کامل یادداشت های درآمد

- سیاست های شناسایی درآمد،
- تفکیک جریان های اصلی درآمد،
- بدهی قراردادی،
- درآمد انتقال یافته از مانده های قبلی،
- قضاوت های مهم.

۲. تطبیق افشا با ریسک های

شناسایی شده

- بررسی اینکه آیا موضوعات مهم کشف شده در رسیدگی، در افشاها بازتاب یافته اند.

۳. مرور افشاهای مرتبط با برآوردها

- انقضای اعتبار،
- تخفیف ها،



• بسته‌های ترکیبی،

• خدمات طرف ثالث.

۴. مقایسه با دوره قبل و شرکت‌های

مشابه

• برای شناسایی کمبود افشا یا تغییرات

غیرموجه.

نکات خطرپذیر

• افشای کلی و غیرشفاف؛

• سکوت نسبت به قضاوت‌های حساس؛

• عدم توضیح درباره مانده‌های عمده

بدهی قراردادی.

بررسی هماهنگی داده‌های فنی و مالی

در شرکت‌های مخابراتی، درآمد بر پایه

داده‌های سامانه‌های عملیاتی شکل می‌گیرد:

• سیستم‌های فروش و شارژ، ERP و دفترکل.

Billing, Mediation, IN/ OCS, CRM, Provisioning.

اگر این سامانه‌ها با هم سازگار نباشند،

ریسک تحریف درآمد بسیار بالا می‌رود.

بنابراین حسابرسی درآمد بدون رسیدگی

جدی به ارتباط داده‌های فنی و مالی ناقص

خواهد بود.

اهداف حسابرسی

حسابرس باید اطمینان یابد که:

• جریان داده از سامانه‌های عملیاتی تا ثبت

مالی کامل و کنترل شده است؛

• واسطه‌ها (interfaces) قابل اتکا هستند؛

• گزارش‌های مبنای ثبت درآمد صحیح،

کامل و بدون دست‌کاری‌اند؛

• کنترل‌های عمومی فناوری اطلاعات و

کنترل‌های کاربردی مؤثرند.

برنامه‌های رسیدگی پیشنهادی

۱. ترسیم جریان داده

• از ایجاد رویداد مصرف/فروش تا

صورتحساب و سپس ثبت حسابداری.

۲. آزمون کنترل‌های عمومی IT

• دسترسی کاربران،

• تغییرات برنامه،

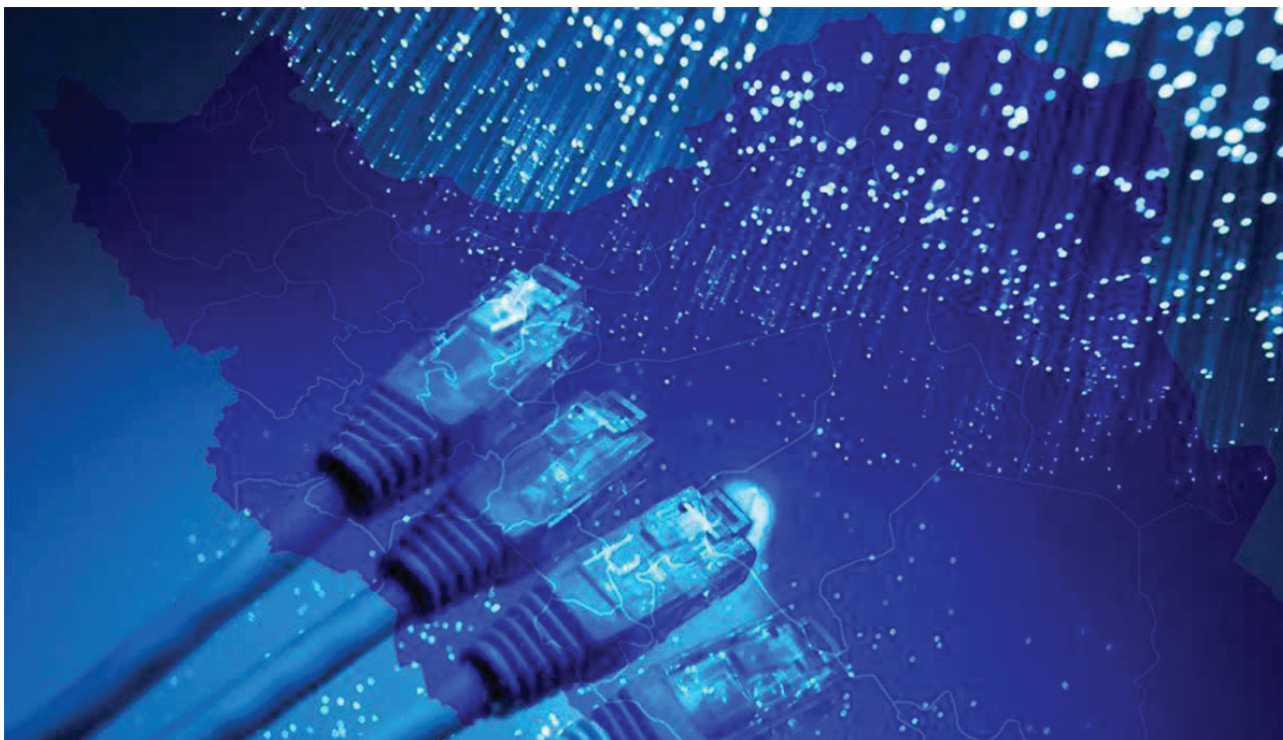
• پشتیبان‌گیری،

• لاگ‌ها و کنترل‌های امنیتی.

۳. آزمون کنترل‌های کاربردی

• صحت تعرفه‌گذاری،

• کنترل خطاها و تراکنش‌های رد شده،



۴. تطبیق‌های مستقل

- تطبیق حجم مصرف ثبت‌شده در سامانه فنی با صورتحساب و درآمد ثبت شده.
- تطبیق فروش شارژ با مانده بدهی قراردادی و درآمد تحقق‌یافته.
- ۵. استفاده از متخصص IT Audit
- در صورت پیچیدگی سامانه‌ها، استفاده از متخصص فناوری اطلاعات ضروری است.
- ۶. بررسی گزارش‌های استثنا
- تراکنش‌های ناقص،
- خطاهای واسط،
- اصلاحات دستی،

نکات خطرپذیر

- اتکای بیش از حد به گزارش‌های آماده مدیریت بدون آزمون منشأ داده؛
- ثبت‌های دستی با اهمیت در درآمد؛
- نقص در واسط سامانه‌های عملیاتی و مالی؛
- ضعف کنترل دسترسی در سامانه‌های

تعرفه و صورتحساب.

جمع‌بندی برنامه رسیدگی حسابرسی در این صنعت

به‌طور کلی، در رسیدگی به درآمد اپراتورها و شرکت‌های مخابراتی، حسابرس باید برنامه‌ای طراحی کند که حداقل شامل این محورها باشد:

۱. شناخت عمیق مدل کسب‌وکار و محصولات؛
۲. تحلیل قراردادهای طراحی محصولات از منظر استاندارد ۴۳؛
۳. آزمون کنترل‌های داخلی، به‌ویژه کنترل‌های فناوری اطلاعات؛
۴. رسیدگی به تعهدات عملکردی و تخصیص قیمت معامله؛
۵. کنترل زمان شناسایی درآمد و بدهی‌های قراردادی؛
۶. تحلیل اصیل یا عامل بودن در خدمات مشارکتی؛
۷. تطبیق داده‌های فنی، عملیاتی و مالی؛
۸. ارزیابی کفایت افشاها و قضاوت‌های

مدیریت.

در این صنعت، رسیدگی مؤثر به درآمد بدون ترکیب دانش استاندارد ۴۳، فهم فنی صنعت مخابرات، آزمون‌های تحلیلی قوی و اتکای مناسب بر حسابرسی فناوری اطلاعات عملاً ممکن نیست. حسابرس باید این حوزه را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین حوزه‌های خطر تحریف با اهمیت تلقی کند و برنامه رسیدگی خود را متناسب با این سطح از ریسک طراحی نماید.

نکات مهم برای ممیزان مالیاتی

در صنعت مخابرات، رسیدگی مالیاتی به درآمد عملیاتی باید با دقتی بیش از صنایع متعارف انجام شود؛ زیرا ساختار درآمدی این صنعت بر پایه قراردادهای متنوع، خدمات مستمر، بسته‌های ترکیبی، پیش‌پرداخت‌ها، اعتبارهای مصرفی، سامانه‌های فنی پیچیده و همکاری با طرف‌های ثالث شکل گرفته است. در چنین محیطی، اتکا به برداشت‌های

سنتی نظیر «هر مبلغ دریافتی مساوی درآمد همان دوره است» یا «هر آنچه در قبض یا گزارش فروش آمده، تماماً درآمد قطعی مؤدی است» می‌تواند به نتایج نادرست و بعضاً غیرمنصفانه منجر شود. از این‌رو، رسیدگی مالیاتی در این صنعت باید مبتنی بر ماهیت اقتصادی قرارداد، زمان ایفای تعهد، نقش واقعی مؤدی و سازوکار عملیاتی شناسایی درآمد باشد، نه صرفاً مبتنی بر ظاهر صورتحساب‌ها یا جمع‌های ناخالص سیستم.

در ادامه، هر یک از محورهای اصلی که در رسیدگی مالیاتی این صنعت باید مورد توجه قرار گیرد، به‌صورت منسجم و رسمی تشریح می‌شود.

همه مبالغ دریافتی بلافاصله درآمدهای نیستند، به‌ویژه در پیش‌پرداخت‌ها و اعتبارهای مصرف‌نشده

یکی از اساسی‌ترین نکاتی که در رسیدگی مالیاتی به اپراتورها باید مورد توجه قرار گیرد، تفکیک میان دریافت وجه و تحقق درآمد است. در صنعت مخابرات، بخش مهمی از مبالغ پیش از ارائه خدمت دریافت می‌شود. این وضعیت به‌ویژه در خدمات پیش‌پرداخت، فروش شارژ، اعتبار مکالمه، بسته‌های اینترنتی، اشتراک‌های دوره‌ای و تمدیدهای قبل از مصرف بسیار رایج است. در این موارد، صرف دریافت وجه از مشترک، به این معنا نیست که اپراتور در همان لحظه تمام تعهدات خود را ایفا کرده و کل مبلغ دریافتی به درآمد تحقق‌یافته تبدیل شده است. از منظر اقتصادی و حسابداری، زمانی درآمد تحقق می‌یابد که خدمت وعده‌داده‌شده به مشتری ارائه شود یا کنترل آن خدمت به‌نحوی به مشتری منتقل شود. بنابراین، اگر اپراتور مبلغی را بابت اعتباری دریافت کرده که مشتری قرار است در روزها یا

ماه‌های بعد از آن برای مکالمه، پیامک، اینترنت یا سایر خدمات استفاده کند، تا پیش از مصرف یا انقضای آن اعتبار، بخش استفاده‌نشده مبلغ، ماهیت بدهی ناشی از قرارداد دارد. در واقع، اپراتور وجه را دریافت کرده اما هنوز تعهد ارائه خدمت نسبت به آن بخش را بر عهده دارد.

در رسیدگی مالیاتی، این نکته بسیار مهم است که:

- فروش شارژ یا اعتبار، لزوماً معادل تحقق فوری درآمد نیست؛
 - مبالغ مربوط به بسته‌های زمانی که دوره استفاده آنها به آینده مربوط می‌شود، نمی‌تواند بدون تحلیل، تماماً درآمد همان دوره تلقی شود؛
 - مانده اعتبارهای مصرف‌نشده در پایان دوره ممکن است هنوز تعهد اجرانشده اپراتور را نشان دهد؛
 - و در مورد اشتراک‌های دوره‌ای نیز، باید سهم مربوط به خدمات ارائه‌شده و خدمات باقی‌مانده از یکدیگر تفکیک شود.
- بنابراین، اگر در پایان سال مالی بخشی از اعتبار یا اشتراک هنوز مصرف نشده باشد، شناسایی آن بخش به‌عنوان درآمد همان سال، بدون توجه به میزان خدمت تحقق‌یافته، می‌تواند منجر به تشخیص نادرست درآمد مشمول مالیات شود. ممیز مالیاتی باید در این‌گونه موارد، به‌جای اتکا به صرف مبلغ دریافتی، چرخه دریافت، مصرف، انقضا و ثبت بدهی قراردادی را مورد بررسی قرار دهد.

بسته‌های ترکیبی نیازمند تفکیک و تخصیص‌اند و ظاهر ساده قبض یا بسته نباید مانع تحلیل شود

در صنعت مخابرات، بسیاری از محصولات به‌صورت بسته‌های ترکیبی یا

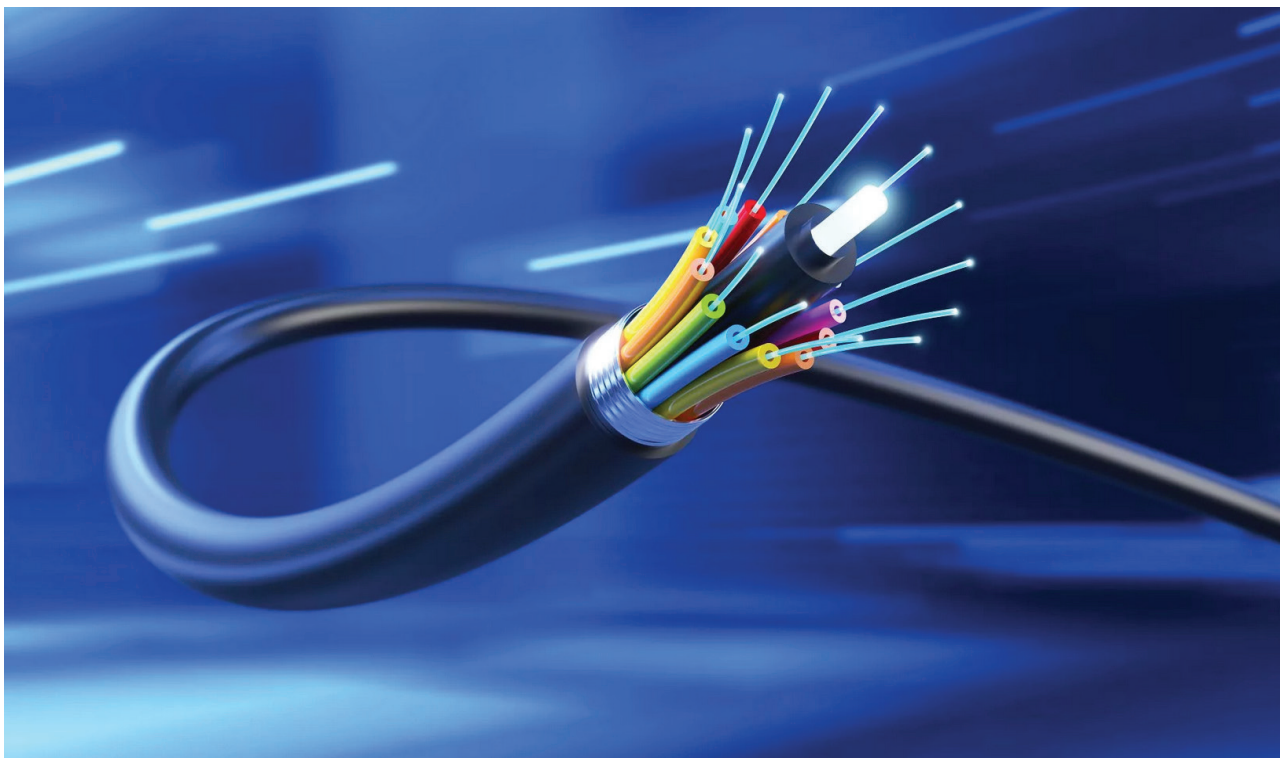
باندل‌شده عرضه می‌شوند. این بسته‌ها ممکن است شامل ترکیبی از: اینترنت، دقایق مکالمه، پیامک، سیم‌کارت، مودم، گوشی، خدمات محتوایی، امتیازات تشویقی یا خدمات جانبی دیگر باشند.

در نگاه نخست، ممکن است چنین به نظر برسد که چون مشتری یک مبلغ واحد پرداخت کرده و یک بسته واحد دریافت کرده است، تمام مبلغ مزبور به یک خدمت واحد تعلق دارد و نیاز به تحلیل بیشتر نیست اما در واقع، بسته‌های ترکیبی از منظر مالیاتی و حسابداری درآمد، غالباً مستلزم تفکیک اجزای قرارداد و تخصیص قیمت معامله هستند.

برای مثال، در طرحی که مشتری مودم را با مبلغی ترجیحی و همراه با اشتراک اینترنت چندماهه دریافت می‌کند، ممکن است بخشی از مبلغ پرداختی مربوط به فروش مودم و بخشی دیگر مربوط به خدمات اینترنت آتی باشد. همچنین در طرحی که سیم‌کارت همراه با اعتبار اولیه یا خدمات رایگان عرضه می‌شود، نمی‌توان بدون تحلیل، کل دریافتی را صرفاً به فروش سیم‌کارت یا صرفاً به خدمت ارتباطی نسبت داد. در بسته‌های صوت، دیتا و پیامک نیز ممکن است اجزای مختلف، از نظر زمان تحقق و الگوی مصرف، ماهیت‌های متفاوتی داشته باشند.

از این‌رو، در رسیدگی مالیاتی باید توجه داشت که:

- ظاهر یک قبض یا بسته، جایگزین تحلیل اقتصادی آن نیست؛
- اگر قرارداد چند تعهد یا چند جزء متمایز داشته باشد، مبلغ دریافتی باید بر مبنای منطقی میان آنها تخصیص یابد؛
- زمان شناسایی درآمد مربوط به هر جزء، ممکن است متفاوت باشد؛
- و عدم تفکیک، می‌تواند موجب تقدم یا



تاخر غیر واقعی در شناسایی درآمد شود. در عمل، ممیز مالیاتی باید از مؤدی بخواهد مستندات طراحی بسته، قیمت‌گذاری، منطق تخصیص و نحوه ثبت درآمد هر جزء را ارائه کند. اگر این مستندات وجود داشته باشد و با استاندارد و واقعیت اقتصادی سازگار باشد، نباید صرفاً به استناد سادگی ظاهری بسته یا قبض، کل مبلغ را درآمد فوری و یکپارچه تلقی کرد.

در خدمات طرف ثالث، مبلغ ناخالص الزاماً درآمد اپراتور نیست و باید نقش اصیل یا عامل بررسی شود

یکی از مهم‌ترین مسائل در رسیدگی مالیاتی به اپراتورها، نحوه برخورد با خدماتی است که از طریق همکاری با طرف‌های ثالث ارائه می‌شود. این خدمات می‌تواند شامل: خدمات ارزش افزوده، سرویس‌های محتوایی، اشتراک‌های دیجیتال، خدمات پیامکی ویژه، پلتفرم‌های آموزشی، سرگرمی

یا اطلاع‌رسانی و سایر خدماتی باشد که از طریق شبکه اپراتور به مشترک عرضه می‌شود.

در این نوع خدمات، ممکن است مبلغی از مشترک دریافت شود که از نظر ظاهری در سیستم اپراتور ثبت شده و از طریق قبوض یا حساب مشترک وصول می‌شود اما این امر لزوماً به آن معنا نیست که کل مبلغ مزبور، درآمد خود اپراتور است. در بسیاری از موارد، اپراتور فقط نقش واسطه، عامل فروش، عامل وصول یا فراهم‌کننده بستر فنی را دارد و خدمت اصلی توسط شرکت یا مؤسسه دیگری ارائه می‌شود. در چنین شرایطی، ممکن است درآمد واقعی اپراتور صرفاً کارمزد، سهم خالص یا مابه‌التفاوت قراردادی باشد، نه کل مبلغ ناخالص دریافتی از مشترک.

به همین دلیل، در رسیدگی مالیاتی، بررسی نقش اصیل یا عامل بودن اپراتور کاملاً ضروری است. ممیز باید بررسی کند: چه کسی کنترل خدمت را پیش از ارائه به

مشتری در اختیار دارد؛ چه کسی مسئول اصلی کیفیت و اجرای خدمت است؛ چه کسی قیمت‌گذاری را کنترل می‌کند؛ مشتری خدمت را از چه کسی دریافت‌شده تلقی می‌کند؛ چه کسی ریسک اصلی قرارداد را می‌پذیرد؛ و تسهیم وجوه میان اپراتور و ارائه‌دهنده محتوا چگونه است. اگر اپراتور صرفاً در نقش عامل باشد، مطالبه مالیات بر مبنای مبلغ ناخالص می‌تواند منجر به پیش‌برآورد درآمد مشمول مالیات شود. بنابراین، رسیدگی مالیاتی در این بخش باید مبتنی بر قراردادهای، مستندات تسویه، شرح خدمات، مدل عملیاتی و مسئولیت‌های واقعی طرفین باشد، نه صرفاً بر مبنای مبلغی که در صورت‌حساب مشترک درج شده است.

هزینه اتصال یا فروش سیم‌کارت لزوماً همگی در آمد فوری نیستند و ممکن است بخشی از آنها به

خدمات آتی مربوط باشد

در بسیاری از اپراتورها، مبالغی تحت عنوان: فروش سیم کارت، هزینه اتصال، کارمزد فعال سازی، هزینه ثبت نام اولیه یا مبالغ مشابه از مشترک دریافت می شود. در نگاه سنتی، ممکن است تصور شود که چون سیم کارت تحویل شده یا خط فعال شده است، کل مبلغ دریافتی در همان زمان به عنوان درآمد تحقق یافته است اما از منظر تحلیلی، موضوع به این سادگی نیست.

در بسیاری از موارد، سیم کارت به تنهایی برای مشتری منفعت اقتصادی مستقل عمده ای ندارد و ارزش اصلی آن در امکان دسترسی به شبکه و استفاده از خدمات آتی اپراتور نهفته است. همچنین هزینه اتصال یا فعال سازی، لزوماً بابت یک خدمت مستقل و کامل در همان لحظه دریافت نمی شود؛ بلکه ممکن است بخشی از آن در حقیقت، بخشی از بهای ورود مشترک به یک رابطه خدماتی مستمر با اپراتور باشد. در چنین شرایطی، این احتمال وجود دارد که کل مبلغ دریافت شده، ماهیت درآمد فوری نداشته باشد و بخشی از آن به خدماتی مربوط باشد که در آینده ارائه می شود.

به همین دلیل، در رسیدگی مالیاتی نباید به صورت مکانیکی فرض شود که: هر مبلغ فروش سیم کارت، تماماً درآمد همان تاریخ است؛ هر هزینه اتصال، الزاماً خدمت مستقلی است که در همان لحظه کامل شده؛ و هر ثبت اولیه در سیستم فروش، معادل تحقق قطعی کل درآمد است.

ممیز مالیاتی باید بررسی کند:

- ✓ سیم کارت یا فعال سازی چه جایگاهی در کل قرارداد با مشتری دارد؛
- ✓ آیا این قلم به تنهایی برای مشتری متمایز است یا بخشی از یک خدمت ترکیبی وسیع تر است؛

✓ آیا در ازای این مبلغ، تعهدات آتی برای اپراتور ایجاد می شود یا خیر؛

✓ و رویه مؤدی در تخصیص و شناسایی درآمد این بخش بر چه مبنایی استوار است.

در صورتی که مؤدی تحلیل موجه و مستندی ارائه کند که بخشی از مبالغ اتصال یا سیم کارت به خدمات آتی مربوط است، ممیز مالیاتی باید این موضوع را در چهارچوب ماهیت واقعی قرارداد ارزیابی کند و صرفاً به ظاهر عنوان حساب یا رویه سنتی اکتفا نکند.

رسیدگی باید مبتنی بر قراردادها، مستندات محصول، داده های مصرف و رویه های تخصیص باشد، نه صرفاً مانده حساب های کلی

یکی از خطاهای رایج در رسیدگی مالیاتی به صنایع مبتنی بر سامانه، آن است که بررسی درآمد صرفاً بر پایه: مانده حساب های کل، جمع فروش ثبت شده، گزارش قبض های صادره یا گزارش های خلاصه شده مالی انجام می شود. در حالی که در صنعت مخابرات، این سطح از رسیدگی برای تشخیص درست درآمد کافی نیست. علت آن است که مبلغ و زمان شناسایی درآمد در این صنعت، به شدت وابسته به جزئیات قرارداد، طراحی محصول، قواعد مصرف، مدت اعتبار، شروط انقضا، تخفیف های ضمنی و سازوکار سامانه های عملیاتی است. برای مثال، دو مبلغ یکسان ممکن است از نظر مالیاتی وضعیت کاملاً متفاوتی داشته باشند:

- ✓ یکی مربوط به خدمتی باشد که در همان دوره تحقق یافته،
- ✓ و دیگری مربوط به اعتبار یا اشتراکی باشد که بخش عمده آن به دوره بعد مربوط است.

همچنین در بسته های ترکیبی یا خدمات طرف ثالث، بدون بررسی قراردادهای مستندات محصول، نمی توان تشخیص داد که چه بخشی از مبلغ، مربوط به کدام خدمت یا کدام طرف قرارداد است. به همین دلیل، رسیدگی مالیاتی در این صنعت باید بر پایه مستندات لایه به لایه و فنی تر انجام شود. این مستندات می تواند شامل موارد زیر باشد:

- ✓ قراردادهای اصلی با مشترکان سازمانی یا شرکای تجاری؛
 - ✓ شرایط عمومی استفاده از خدمات؛
 - ✓ کاتالوگ محصولات و تعرفه ها؛
 - ✓ مستندات طراحی بسته ها و باندل ها؛
 - ✓ گزارش های مصرف واقعی و داده های سامانه های Billing و شارژ؛
 - ✓ رویه های تخصیص قیمت معامله؛
 - ✓ گزارش های مانده اعتبار مصرف نشده؛
 - ✓ قراردادهای خدمات ارزش افزوده و محتوایی؛
 - ✓ و اسناد تسویه با طرف های ثالث.
- در نتیجه، ممیز مالیاتی باید رسیدگی را از سطح مانده های کلی به سطح ماهیت جریان درآمد توسعه دهد. اتکای صرف به تراز آزمایشی، مانده حساب درآمد یا گزارش های کلی فروش، در این صنعت می تواند به تشخیص های نادقیق و بعضاً مخدوش منجر شود.

اختلاف زمانی در شناسایی درآمد، لزوماً به معنای کتمان نیست و ممکن است ناشی از اجرای صحیح استاندارد باشد

در رسیدگی مالیاتی، یکی از زمینه های متداول اختلاف میان مؤدی و مأمور مالیاتی، تفاوت در زمان شناسایی درآمد است. در صنعت مخابرات، این موضوع بسیار حساس تر است؛ زیرا امکان دارد مؤدی بر مبنای استاندارد ۴۳، بخشی از مبالغ دریافتی

را به دوره‌های بعد منتقل کرده باشد، در حالی که از دیدگاه ظاهری، آن مبلغ در همین دوره وصول شده یا در همین دوره صورتحساب شده است. اگر این تفاوت زمانی بدون تحلیل ماهوی، به‌عنوان کتمان یا عدم شناسایی درآمد تلقی شود، نتیجه رسیدگی می‌تواند نادرست باشد.

برای مثال:

✓ اپراتور ممکن است بخشی از درآمد فروش شارژ را تا زمان مصرف به‌عنوان بدهی قراردادی نگه دارد؛

✓ بخشی از مبلغ اشتراک سالانه را به دوره‌های آتی تخصیص دهد؛

✓ بخشی از دریافتی سیم‌کارت یا بسته باندها را به خدمات آینده مربوط بدانند؛

✓ یا درآمد خدمات محتوایی را فقط به میزان سهم خالص خود شناسایی کند.

در همه این موارد، ممکن است فاصله‌ای میان زمان دریافت وجه و زمان شناسایی درآمد ایجاد شود. این فاصله، فی‌نفسه نشانه پنهان‌سازی یا کتمان نیست، بلکه ممکن است نتیجه اجرای صحیح استاندارد و انعکاس درست ماهیت تعهدات قرارداد باشد. از این‌رو، ممیز مالیاتی باید میان دو وضعیت تفاوت قائل شود:

✓ عدم شناسایی یا حذف درآمد بدون مبنای معتبر؛

✓ انتقال زمانی درآمد براساس قرارداد، مصرف، ایفای تعهد یا تحلیل صحیح استاندارد.

تشخیص این دو، نیازمند رسیدگی دقیق به مستندات، تطبیق جریان‌های نقدی با خدمات تحقق‌یافته و ارزیابی منطق ثبت‌های مؤدی است. اگر مؤدی بتواند نشان دهد که تأخیر یا تفاوت زمانی در شناسایی درآمد ناشی از تعهدات انجام‌نشده، خدمات آتی، اعتبار مصرف‌نشده یا ساختار قراردادی خاص بوده است، نباید صرفاً به

دلیل تفاوت زمانی با دریافت وجه، آن را به‌عنوان کتمان درآمد تلقی کرد.

جمع‌بندی

رسیدگی مالیاتی به اپراتورها و شرکت‌های مخابراتی مستلزم نگاهی است که از ظاهر ارقام و گزارش‌های تجمیعی فراتر رود و به واقعیت اقتصادی قراردادها و خدمات توجه کند. در این صنعت، درآمد پدیده‌ای صرفاً مبتنی بر قبض، شارژ فروخته‌شده یا وجوه وصولی نیست؛ بلکه باید در پرتو ماهیت پیش‌پرداخت‌ها، خدمات مستمر، بسته‌های ترکیبی، همکاری با طرف‌های ثالث، هزینه‌های اتصال، داده‌های مصرف و زمان واقعی ایفای تعهد تحلیل شود.

بر این اساس، ممیز مالیاتی در رسیدگی به این صنعت باید:

✓ میان دریافت وجه و تحقق درآمد تمایز قائل شود؛

✓ بسته‌های ترکیبی را از منظر تفکیک و تخصیص تحلیل کند؛

✓ در خدمات طرف ثالث، نقش اصیل یا عامل بودن را احراز نماید؛

✓ مبالغ اتصال و سیم‌کارت را صرفاً براساس عنوان ظاهری قضاوت نکند؛

✓ رسیدگی را بر مبنای قراردادها، مستندات محصول و داده‌های مصرف انجام دهد؛

✓ و اختلاف زمانی در شناسایی درآمد را بدون بررسی ماهیت آن، معادل کتمان تلقی نکند.

چنین رویکردی، هم به انصاف مالیاتی نزدیک‌تر است و هم احتمال اختلافات غیرضروری میان مؤدی و سازمان مالیاتی را کاهش می‌دهد. در صنعتی که ساختار درآمدی آن به‌شدت تخصصی و سامانه‌محور است، تنها با چنین رویکردی می‌توان به تشخیص مالیاتی دقیق، مستدل و قابل دفاع دست

یافت.

در ادامه و برای درک بهتر با هم مثالی در حوزه صنایع مخابراتی حل می‌کنیم:

مشخصات قرارداد فرضی

شرکت مخابرات در تاریخ ۱ بهمن ۱۴۰۴ با آقای محمد، قرارداد یک‌ساله‌ای منعقد کرده است. براساس این قرارداد:

• در ابتدای قرارداد یک دستگاه گوشی تلفن به آقای محمد رایگان تحویل می‌شود.

• آقای محمد متعهد به پرداخت کارمزد ماهانه ثابت ۱۰۰ واحد برای خدمات مکالمه و اینترنت به مدت ۱۲ ماه است

• در صورت مصرف بیش از حد تعیین‌شده (مثلاً اتمام حجم دیتا یا دقایق مکالمه)، هزینه اضافی متغیری براساس میزان استفاده اضافی (مثلاً ۵ واحد به‌ازای هر واحد حجم اضافی) از آقای محمد دریافت می‌شود.

• آقای محمد حق دارد ظرف ۷ روز از شروع قرارداد، در صورت عدم رضایت، گوشی را بازگرداند و قرارداد را لغو کند (ضمانت بازگشت کالا).

• صورتحساب‌ها به‌صورت ماهانه صادر می‌شود و سررسید پرداخت هر ماه، پایان همان ماه است. فرض می‌کنیم ریسک اعتباری مشتری پایین بوده و در ابتدای قرارداد دریافت مبالغ احتمالاً قطعی است (معیار وصول وجه برقرار)، هرچند عدم پرداخت‌های احتمالی در طول دوره را نیز بررسی خواهیم کرد.

اطلاعات اضافی:

✓ بهای فروش مستقل دستگاه گوشی تلفن در بازار ۳۰۰ واحد پول فرضی است

✓ قیمت فروش مستقل همین طرح خدماتی بدون گوشی ۸۰ واحد در ماه



است.

✓ فرض می‌شود تا ۲۹ اسفند ۱۴۰۴ آقای محمد اقساط خود را (حداقل با اندکی تأخیر) پرداخت می‌کند و قطع خدمات یا ابطال قرارداد رخ نداده است
✓ احتمال مرجوعی را خیلی کم مثلاً ۰.۵٪ در نظر می‌گیریم

محاسبه با استاندارد قبلی (استاندارد

حسابداری ۳)

در رویه قبلی، اغلب شرکت‌ها درآمد را بیشتر همزمان با صورتحساب یا وصول وجه شناسایی می‌کردند و راهنمای صریحی برای تفکیک اجزای یک معامله باندد ارائه نمی‌شد. به همین دلیل، در صناعی مثل مخابرات، شرکت‌ها کل مبلغ آبونمان ماهانه را به‌عنوان درآمد خدمات شناسایی می‌کردند و برای گوشی رایگان هیچ درآمدی ثبت نمی‌شد (هزینه گوشی مستقیماً به هزینه‌های دوره یا بازاریابی برده می‌شد).

در مثال ما، تحت استاندارد قدیم ۳، شرکت مخابرات:

- درآمد گوشی را صفر در نظر می‌گرفت (چون گوشی رایگان داده شده و دریافت وجه آن منوط به ارائه خدمات آتی بود). هزینه گوشی (۲۰۰ واحد) مستقیماً به هزینه‌های دوره اول (مثلاً هزینه جذب مشتری جدید) برده می‌شد. این باعث می‌شد در ابتدای قرارداد شرکت زیان اولیه شناسایی کند (در مثال ما زیان ۲۰۰ واحد در بهمن) زیرا هزینه‌ای ثبت شده بود بدون هیچ درآمد متناظر.

- درآمد خدمات را براساس صورتحساب‌های صادره شناسایی می‌کرد، یعنی هر ماه ۱۰۰ واحد به‌عنوان درآمد ثبت می‌شد. در دو ماه اول (تا ۲۹ اسفند ۱۴۰۴) مجموعاً ۲۰۰

واحد درآمد خدمات ثابت + ۵ واحد درآمد بابت مصرف اضافه = ۲۰۵ واحد درآمد گزارش می‌شد.

محاسبه با استاندارد جدید (استاندارد حسابداری ۴۳)

گام ۱: شناسایی قرارداد

در اولین گام باید اطمینان حاصل کنیم که توافق شرکت مخابرات با آقای محمد یک قرارداد معتبر طبق استاندارد ۴۳ است. معیارهای استاندارد برای وجود یک قرارداد شامل موارد زیر است:

- **توافق و تأیید طرفین:** قرارداد باید توسط شرکت و آقای محمد پذیرفته و امضا شده باشد و هر دو به اجرای تعهدات خود متعهد باشند. (در مثال ما، آقای محمد قرارداد ۱۲ ماهه را امضا کرده و شرکت نیز تحویل گوشی و ارائه خدمات را تعهد کرده است).
- **تعهدات و حقوق مشخص:** حقوق هر طرف (مانند حق دریافت مبلغ توسط شرکت و حق دریافت کالا/خدمت توسط

آقای محمد) و تعهدات هر طرف (تحویل گوشی و خدمات توسط شرکت، پرداخت مبالغ توسط آقای محمد) به‌طور مشخص در قرارداد آمده است.

- **شرایط پرداخت مشخص:** زمان‌بندی و مبلغ پرداخت‌ها مشخص است (پرداخت ماهانه ۱۰۰ واحد در پایان هر ماه و نیز نرخ مشخص برای مازاد مصرف).
- **ماهیت تجاری قرارداد:** این قرارداد دارای جوهره تجاری است و انتظار می‌رود عملکرد شرکت (تحویل کالا/خدمت) و پرداخت مشتری دارای ارزش تجاری باشد (خدمت مخابراتی در قبال مبلغ دریافتی).
- **احتمال وصول مبلغ:** شرکت باید ارزیابی کند که احتمال معقولی برای دریافت مبالغ تعهدشده وجود دارد. در ابتدای قرارداد فرض می‌کنیم بررسی اعتبار آقای محمد انجام شده و دریافت ۱۲۰۰ واحد کارمزد سالانه محتمل است. بنابراین معیار قابلیت وصول برقرار است. (اگر از ابتدا معلوم بود که احتمال عدم پرداخت بالاست و وصول وجه غیرمحتمل

است، طبق استاندارد ۴۳ ممکن بود اصلاً قرارداد واجد شرایط شناسایی درآمد نباشد).

بنابراین تمامی شرایط برای شناسایی این توافق به‌عنوان یک قرارداد طبق استاندارد ۴۳ مهیا است. شرکت مخابرات از تاریخ ۱ بهمن ۱۴۰۴ این قرارداد را در حساب‌های خود به‌عنوان قرارداد با مشتری شناسایی می‌کند.

نکته - عدم پرداخت (ریسک اعتباری): در طول اجرای قرارداد، اگر شواهدی به دست آید که دریافت مبالغ باقی‌مانده دیگر محتمل نیست (مثلاً آقای محمد چند قسط پیاپی را نپردازد و عملاً وصول مبالغ آتی در هاله‌ای از ابهام قرار گیرد)، طبق استاندارد ۴۳ ممکن است شرکت به این نتیجه برسد که دیگر قرارداد موثری وجود ندارد و باید شناسایی درآمد را متوقف کند. در عمل، تا زمانی که شرکت به ارائه خدمات ادامه می‌دهد و امید معقولی به وصول دارد، درآمد مربوطه شناسایی و در صورت عدم وصول، هزینه مطالبات مشکوک‌الوصول



شناسایی می‌شود. در مثال ما فرض شده تا ۲۹ اسفند ۱۴۰۴ آقای محمد اقساط خود را (حداقل با اندکی تأخیر) پرداخت می‌کند و قطع خدمات یا ابطال قرارداد رخ نداده است، لذا شناسایی درآمد طبق برنامه انجام می‌شود.

گام ۲: شناسایی تعهدات عملکردی

در این گام باید تمام تعهدات عملکردی (Performance Obligations) موجود در قرارداد مشخص شود. تعهد عملکردی به وعده انتقال کالا یا خدمت مشخص به مشتری اطلاق می‌شود. با توجه به قرارداد ما، تعهدات عملکردی متمایز عبارت‌اند از:

۱. **تحويل گوشی تلفن به آقای محمد** در ابتدای قرارداد (یک کالای فیزیکی مشخص).

۲. **ارائه خدمات مخابراتی (شبکه و اینترنت)** به مدت ۱۲ ماه به آقای محمد. این خدمت یک تعهد عملکردی در طی زمان است که هر ماه بخشی از آن ایفا می‌شود. می‌توان آن را به‌عنوان یک **سری خدمات ماهانه تکرارشونده** در نظر گرفت که یک **تعهد عملکردی واحد** (ارائه خدمات طی زمان) را تشکیل می‌دهند. (ترکیب خدمات شبکه و اینترنت)

این دو مورد از هم مجزا و متمایز هستند چرا که: گوشی یک کالای جداگانه است و مشتری می‌تواند منافع آن را مستقل از خدمت ماهانه دریافت کند، خدمات شبکه نیز ماهیت متفاوتی نسبت به گوشی دارد و ارزش خود را مستقل از گوشی به مشتری منتقل می‌کند. بنابراین هر یک معیار متمایز بودن را دارند. پس باید درآمد مرتبط با هر یک جداگانه شناسایی شود. **توضیح:** در قراردادهای مشابه، ممکن است **گزینه‌ها یا تعهدات ضمنی دیگری** نیز وجود داشته باشد. برای مثال اگر

شرکت به آقای محمد حق بدهد که اشتراک را قبل از موعد فسخ کند یا برای خرید بسته‌های اضافی تخفیف ویژه‌ای دریافت کند، هر یک از این موارد طبق استاندارد ۴۳ باید ارزیابی شود که آیا یک تعهد عملکردی جداگانه (مانند حق اختیار **خرید کالا/خدمت اضافی** با تخفیف به‌عنوان یک حق مادی) ایجاد می‌کند یا خیر. در این مثال، فرض کردیم قیمت هر واحد حجم اضافی (مثلاً هر گیگابایت مازاد) همان نرخ عادی شرکت است (۵ واحد در مثال ما) و امتیاز ویژه‌ای فراتر از قرارداد به آقای محمد داده نشده است، لذا **خرید حجم اضافه** یک قرارداد جداگانه در زمان خودش خواهد بود یا صرفاً بخشی از **مابه‌ازای متغیر** همین قرارداد محسوب می‌شود (در گام ۳ توضیح داده می‌شود) و نه یک تعهد عملکردی مستقل در ابتدای قرارداد. همچنین حق بازگرداندن گوشی طی ۷ روز یک **گزینه انصراف** است ولی خود کالا/خدمت جدیدی به مشتری ارائه نمی‌دهد، بنابراین تعهد عملکردی اضافی محسوب نمی‌شود و اثر آن در مبلغ معامله لحاظ خواهد شد.

گام ۳: تعیین قیمت (مبلغ) معامله

در این مرحله، **مبلغ معامله (Transaction Price)** که شرکت در ازای انتقال کالاها و خدمات از مشتری انتظار دارد دریافت کند مشخص می‌شود. مبلغ معامله شامل تمام **مبالغ ثابت و متغیر** قابل دریافت از مشتری است. برای قرارداد ما این مبلغ عبارت است از:

- **مبلغ ثابت:** کارمزد ثابت ماهانه ۱۰۰ واحد برای ۱۲ ماه که جمعاً ۱۲۰۰ واحد خواهد بود. این رقم مبلغ ثابت تضمین‌شده قرارداد است. (فرض شده جز این، هیچ پرداخت ثابت دیگری مانند پیش‌پرداخت اولیه وجود ندارد،

گوشی عملاً رایگان واگذار شده و پرداخت اولیه صفر است).

- **مبلغ متغیر:** مبالغی که ممکن است بسته به وقایع آتی تغییر کند. در این قرارداد دو نوع عدم قطعیت وجود دارد:
- **مصرف اضافی خدمات:** اگر آقای محمد بیش از سقف معین استفاده کند، بابت هر واحد اضافه ۵ واحد پول خواهد پرداخت. این مبلغ نمونه‌ای از مابه‌ازای متغیر است، زیرا میزان آن از ابتدا قطعی نیست و به میزان مصرف آقای محمد بستگی دارد. شرکت باید در زمان تعیین مبلغ معامله، وجود هر مبلغ متغیر را شناسایی کند و برآوردی از مبلغ متغیر مورد انتظار را به مبلغ معامله بیفزاید، البته تنها در حدی که اطمینان داشته باشد بعداً بازگشت قابل ملاحظه‌ای در درآمد شناسایی‌شده رخ نخواهد داد. در ابتدای قرارداد، پیش‌بینی مصرف اضافی ممکن است دشوار باشد، بنابراین شرکت می‌تواند سیاست محافظه‌کارانه در پیش گیرد و فعلاً مبلغ معامله را همان ۱۲۰۰ واحد بدون احتساب مصرف اضافه در نظر بگیرد (زیرا اگر از الان مثلاً ۵۰ واحد مصرف اضافه پیش‌بینی و شناسایی کند ولی بعداً مصرف رخ ندهد، درآمد شناسایی‌شده باید برگشت داده شود که مطلوب نیست). طبق استاندارد ۴۳، مابه‌ازای متغیر فقط زمانی به مبلغ معامله افزوده می‌شود که **”به احتمال زیاد کاهش یا برگشت معناداری در مبلغ شناسایی‌شده رخ ندهد”**. بنابراین شرکت صبر می‌کند تا مصرف اضافی واقعاً رخ دهد یا حداقل اطمینان بالایی به وقوع آن پیدا کند و سپس درآمد مربوطه را شناسایی کند.
- **حق فسخ و بازپس‌گیری گوشی:** شرکت متعهد شده اگر آقای محمد تا ۷ روز گوشی را پس بدهد، قرارداد فسخ و وجهی که دریافت شده بازگردانده



شود. این شرایط یک شرط متغیر در مبلغ قرارداد ایجاد می‌کند، زیرا ممکن است بخشی از عواید دریافت‌شده را شرکت مجبور به بازپرداخت شود. طبق استاندارد ۴۳، برای فروش‌هایی که حق برگشت کالا دارند، درآمد تنها برای کالاهایی شناسایی می‌شود که انتظار نمی‌رود باز پس داده شوند، در مورد بقیه، معادل مبلغی که احتمالاً باید به مشتری بازپرداخت شود یک بدهی استرداد (بدهی بازپرداخت) شناسایی می‌شود. در این مثال، تاریخی که ما در آن درآمد را می‌سنجیم (۲۹ اسفند ۱۴۰۴) بسیار بعد از دوره ۷ روزه برگشت کالا است و فرض می‌کنیم مشتری گوشی را مرجوع نکرده است. با این حال، در زمان شناخت اولیه درآمد (اوایل بهمن ۱۴۰۴)، شرکت باید احتمال مرجوعی را مثلاً ۵٪ در نظر می‌گرفت. به بیان دیگر، از کل

مبلغ تخصیص‌یافته به گوشی (محاسبه در گام ۴)، فقط ۹۵٪ آن را در ابتدا به‌عنوان درآمد شناسایی می‌کرد و ۵٪ باقی را به‌عنوان بدهی استرداد ثبت می‌نمود تا زمان انقضای مهلت مرجوعی. در اینجا برای سادگی عددی فرض می‌کنیم مشتری اقدام به فسخ نمی‌کند و پس از یک هفته، شرکت می‌تواند آن بدهی احتمالی را آزاد و درآمد باقی‌مانده ۵٪ را نیز شناسایی کند.

• **مؤلفه تأمین مالی:** استاندارد ۴۳د را ایجاب می‌کند اگر فاصله زمانی معناداری بین پرداخت مشتری و انتقال کالا/خدمت وجود دارد، اثر ارزش زمانی پول در مبلغ معامله تعدیل شود (وجود جزء تأمین مالی در قرارداد) در این مثال، گوشی در ابتدا تحویل شده ولی پرداخت‌های مربوط به آن در طول ۱۲ ماه آتی از طریق حق اشتراک وصول می‌شود،

پس در تئوری یک تأمین مالی ضمنی به آقای محمد داده شده است. با این حال قرارداد فقط یک‌سال است و استاندارد تصریح می‌کند اگر دوره پرداخت کمتر از یک‌سال باشد، نیازی به تعدیل بابت ارزش زمانی پول نیست. لذا ما از محاسبه بهره و تنزیل صرف‌نظر می‌کنیم. همچنین اختلاف بین قیمت فروش مستقل (۱۲۶۰ واحد جمعاً) و مبلغ قرارداد (۱۲۰۰ واحد) در مثال ما ناشی از تخفیف تجاری است نه لزوماً بهره. بنابراین جزء مالی قابل تفکیکی شناسایی نشده و مبلغ معامله نهایی را همان ۱۲۰۰ واحد (مبالغ ثابت) در نظر می‌گیریم

جمع‌بندی گام ۳: مبلغ معامله قطعی فعلی = ۱۲۰۰ واحد (جمع کارمزدهای ثابت ۱۲ ماه). هرگونه مبلغ متغیر (مصرف اضافه) زمانی که تحقق یابد یا اطمینان کافی

از عدم بازگشت درآمد به دست آید به این مبلغ اضافه و شناسایی خواهد شد. همچنین در ابتدا بابت احتمال استرداد گوشی، بخشی از این مبلغ عملاً شناسایی درآمد نمی‌شود و به‌عنوان بدهی احتمالی کنار گذاشته می‌شود که بعد از انقضای مهلت برگشت تعدیل خواهد شد.

گام ۴: تخصیص مبلغ معامله به تعهدات عملکردی

پس از تعیین مبلغ کل قرارداد، باید این مبلغ بین تعهدات عملکردی شناسایی شده در گام ۲ تخصیص یابد. استاندارد ۴۳ تأکید دارد که این تخصیص بر مبنای ارزش فروش مستقل هر تعهد صورت گیرد، یعنی مبالغ را به نسبت قیمت فروش مستقل (Stand-alone Selling Price) کالا و خدمت تقسیم کنیم. به این ترتیب تصویری صحیح از درآمد مربوط به هر کالا/خدمت به دست می‌آید.

در مثال ما:

- قیمت فروش مستقل گوشی در بازار = ۳۰۰ واحد (فرض کرده‌ایم اگر همین گوشی بدون قرارداد فروخته شود ۳۰۰ واحد قیمت دارد)
- قیمت فروش مستقل خدمات مخابراتی = ۹۶۰ واحد برای ۱۲ ماه (ماهانه ۸۰ واحد در بازار آزاد بدون گوشی).
- جمع ارزش‌های مستقل = $960 + 300 = 1260$ واحد. حال مبلغ قرارداد (۱۲۰۰ واحد) را به نسبت این ارزش‌ها تخصیص می‌دهیم:

- سهم تخصیصی به گوشی: $1200 \times (1260/300) \approx 285/6$ واحد
 - سهم تخصیصی به خدمات ۱۲ ماهه: $1200 \times (1260/960) \approx 914/4$ واحد
- این محاسبه نشان می‌دهد از کل مبلغ قرارداد، حدود $23/8\%$ مربوط به کالا

(گوشی) و $76/2\%$ مربوط به خدمات است. به بیان ساده‌تر، اگرچه شرکت گوشی را ظاهراً مجانی داده اما در واقع بخشی از حق اشتراک ماهانه در قبال گوشی است. مبلغ $914/4$ واحد مربوط به خدمات را اگر به ۱۲ ماه تقسیم کنیم، درآمد خدمت مطابق استاندارد ۴۳ در هر ماه حدود $76/2$ واحد خواهد بود (نه ۱۰۰ واحد) - زیرا $23/8$ واحد از هر ۱۰۰ واحد در حقیقت بهای گوشی بوده است که باید جلوتر (در ابتدا) شناسایی شود. این یکی از تفاوت‌های کلیدی استاندارد جدید با رویه قدیم است

اکنون چنانچه شرکت انتظار داشته باشد مثلاً 5% احتمال بازگشت گوشی در هفته اول وجود دارد، باید در زمان تخصیص مبلغ معامله این موضوع را هم در نظر بگیرد. در عمل شرکت ممکن است همچنان $285/6$ واحد را به گوشی تخصیص دهد ولی در لحظه شناسایی درآمد (گام ۵) فقط 95% آن ($271/3$ واحد) را به درآمد منظور کند و 5% باقی‌مانده ($14/3$ واحد) را بعنوان بدهی استرداد کنار بگذارد. به این ترتیب مجموع درآمد تخصیص‌یافته ابتدایی به گوشی که شناسایی می‌شود $271/3$ و به خدمت $914/4$ خواهد بود که جمعاً $1185/7$ واحد است اما نگران اختلاف با مبلغ قرارداد نباشید، آن $14/3$ واحد به صورت بدهی نگه داشته شده تا بعد از مشخص شدن وضعیت برگشت کالا تکلیفش روشن شود. در این مثال، چون آقای محمد گوشی را پس نداده، پس از یک هفته شرکت می‌تواند آن $14/3$ واحد را هم به درآمد شناسایی کند و بدهی استرداد را آزاد نماید (و همچنین دارایی ناشی از حق استرداد مربوط به گوشی را حذف کند).

خلاصه تخصیص:

- درآمد نظری تخصیصی به گوشی:

$285/6$ واحد ($271/3$ واحد قطعی + $14/3$ واحد مشروط به عدم برگشت)

- درآمد تخصیصی به خدمات (۱۲ ماه): $914/4$ واحد (معادل $76/2$ واحد به ازای هر ماه خدمات)

گام ۵: شناسایی درآمد (براساس اجرای تعهدات)

در نهایت، طبق استاندارد ۴۳ شرکت باید درآمد هر تعهد عملکردی را زمانی شناسایی کند که آن تعهد ایفا شده و کنترل کالا یا خدمت مربوطه به مشتری منتقل شده باشد. بسته به ماهیت تعهد، شناسایی درآمد می‌تواند در یک نقطه از زمان یا به تدریج در طول زمان انجام شود:

- گوشی (کالا): تعهد تحویل گوشی در ابتدای قرارداد ایفا می‌شود، مشتری کنترل فیزیکی گوشی را در اول بهمن ۱۴۰۴ به دست می‌آورد. بنابراین درآمد مربوط به گوشی باید در همان زمان تحویل شناسایی شود (شناسایی در یک نقطه زمانی). براساس تخصیص ما، مبلغ $285/6$ واحد به این عملکرد تعلق دارد که در ۱ بهمن قابل شناسایی است. البته همان‌طور که گفتیم به دلیل حق احتمالی بازگشت، در عمل شرکت ابتدای امر $271/3$ واحد را به‌عنوان درآمد قطعی ثبت می‌کند و $14/3$ واحد را ذخیره نگه می‌دارد. پس از گذشت ۷ روز و قطعی شدن عدم برگشت، آن $14/3$ واحد نیز به درآمد اضافه خواهد شد. (در اینجا فرض می‌کنیم گوشی پس داده نشده و کل مبلغ تا پایان بهمن شناسایی شده است)

- خدمات مخابراتی (خدمت طی زمان): این تعهد به مرور زمان و متناسب با ارائه خدمات هر دوره ایفا می‌شود. استاندارد ۴۳ تصریح می‌کند که برای تعهدات انجام‌شونده در طول زمان،

شرکت باید روشی منصفانه برای اندازه‌گیری پیشرفت کار انتخاب کند (روش‌های مبتنی بر خروجی مانند زمان یا مقدار مصرف یا روش‌های مبتنی بر ورودی مانند منابع مصرف‌شده). در اینجا بهترین روش، براساس زمان سپری‌شده یا ارائه خدمات ماهانه مساوی است، چون خدمات هر ماه ماهیت مشابه و ارزش یکسانی برای مشتری دارد. بنابراین از دیدگاه درآمد، می‌توانیم بگوییم شرکت هر ماه حدود یک‌دوازدهم از تعهد خدماتی خود را ایفا می‌کند و متناسب با آن درآمد شناسایی می‌کند. با توجه به تخصیص مرحله قبل، درآمد خدماتی که باید شناسایی شود ماهانه ~۷۶/۲ واحد است (و نه ۱۰۰ واحد مبلغ صورت‌حساب، زیرا بخشی از آن قبلاً بابت گوشی شناسایی شده بود). بنابراین:

○ در پایان بهمن ۱۴۰۴ (یک ماه سپری شده)، ~۷۶/۲ واحد درآمد بابت خدمات شناسایی می‌شود.

○ در پایان اسفند ۱۴۰۴ (ماه دوم)، مجموعاً ~۱۵۲/۴ واحد درآمد خدمات باید شناسایی شده باشد. (برای دو ماه)

● **مصرف اضافی (مابه‌ازای متغیر):** فرض کنیم در اسفند ۱۴۰۴ آقای محمد مقدار قابل توجهی بیش از حد پایه از خدمات استفاده کرده و هزینه اضافی مثلاً ۵ واحد برای مصرف مازاد برای او منظور شده است. این مبلغ چون در ابتدا شناسایی نشده بود (متغیر بود)، اکنون که استفاده اضافی واقعاً اتفاق افتاده و در صورت‌حساب آمده، شرکت می‌تواند این ۵ واحد را نیز به‌عنوان درآمد شناسایی کند (در اسفند ۱۴۰۴، هم‌زمان با ارائه آن خدمات اضافی). استاندارد تأکید دارد که زمانی که عدم قطعیت برطرف شد و مبلغ متغیر محقق شد، همان موقع باید به درآمد افزوده شود. در مورد ما، همین

که مصرف اضافی انجام و صورت‌حساب شد، آن ۵ واحد جزو درآمد اسفند محسوب می‌شود (شناسایی در نقطه زمان ارائه خدمت اضافی). با توضیحات بالا، اکنون می‌توانیم ثبت‌های حسابداری مربوطه را در دفاتر شرکت مخابرات نشان دهیم. برای سادگی اعداد، ابتدا اثر احتمال بازگشت را در ثبت‌ها منظور نمی‌کنیم (فرض می‌کنیم درآمد گوشی به‌طور کامل شناسایی می‌شود و بعداً اگر بازگشت شد اصلاح می‌شود، در ادامه توضیح می‌دهیم). همچنین فرض می‌کنیم بهای تمام‌شده خرید گوشی برای شرکت ۲۰۰ واحد بوده است (شرکت گوشی را ۲۰۰ واحد خریداری کرده یا در انبار داشته است). ثبت‌ها به ترتیب وقوع به شکل زیر خواهد بود:

● **۱ بهمن ۱۴۰۴:** تحویل گوشی به آقای محمد و صدور اولیه قرارداد: شرکت گوشی را تحویل داده و طبق استاندارد ۴۳ باید معادل ارزش تحقق‌یافته آن درآمد شناسایی کند (~۲۸۵/۶ واحد). از آنجا که وجهی در ابتدا دریافت نشده و قرار است طی ماه‌های آتی از طریق قبض‌ها دریافت شود، این درآمد در قالب **دارایی قراردادی/حساب دریافتنی** شناسایی می‌شود (نوعی مطالبات از مشتری در ازای گوشی). هم‌زمان بهای تمام‌شده موجودی گوشی به هزینه منتقل می‌شود:

بد حساب‌های دریافتنی/دارایی قراردادی - ۲۸۵/۶
بس درآمد حاصل از فروش گوشی - ۲۸۵/۶
بدبهای تمام‌شده کالای فروش‌رفته (هزینه گوشی) - ۲۰۰
بس موجودی کالا (خروج یک گوشی از انبار) - ۲۰۰

در این ثبت، ۲۸۵/۶ واحد درآمد فروش شناسایی شد که به حساب دریافتنی قراردادی منظور شد، زیرا قرار است در آینده از مشتری وصول شود. این رقم به همراه درآمد خدمات طی دوره از طریق قبض‌های ماهانه تسویه خواهد شد.

(اصطلاح دارایی قراردادی در استاندارد ۴۳ معادل درآمد شناسایی‌شده‌ای است که هنوز صورت‌حساب نشده یا قابل مطالبه نشده است و نوعی مطالبه مشروط به اجرای باقیمانده قرارداد است.) اگر احتمال بازگشت کالا وجود داشت، شرکت در همین جا مثلاً ۱۴/۳ واحد از این مبلغ را شناسایی نمی‌کرد و به جای آن ثبت زیر را انجام می‌داد:

بد دارایی حق بازپس‌گیری کالا - ۱۴/۳
بس بدهی استرداد کالا - ۱۴/۳ (۵٪ مبلغ فروش که احتمال بازگشت دارد)

به این ترتیب درآمد خالص شناسایی‌شده بابت گوشی ۲۷۱/۳ واحد می‌شد. در این مثال، چون برگشتی رخ نداد، در پایان مهلت برگشت (۸ بهمن) شرکت این بدهی استرداد را با ثبت معکوس آزاد می‌کرد و ۱۴/۳ واحد باقیمانده را نیز به درآمد فروش اضافه می‌نمود.

● **۳۰ بهمن ۱۴۰۴ شناسایی درآمد خدمات ماه اول و صدور صورت‌حساب بهمن:** با پایان اولین ماه، شرکت ~۷۶/۲ واحد از تعهد خدماتی خود را ایفا کرده و مطابق استاندارد باید این مقدار درآمد خدمات شناسایی شود. همچنین طبق قرارداد می‌تواند ۱۰۰ واحد بابت کارمزد این ماه صورت‌حساب صادر کند. ثبت رویدادهای پایان بهمن:

بد حساب‌های دریافتنی (صورت‌حساب بهمن) - ۱۰۰
بس درآمد ارائه خدمات (بابت بهمن) - ۷۶/۲
بس حساب دریافتنی/دارایی قراردادی - ۲۳/۸

توضیح: در این ثبت، با صدور قبض ۱۰۰ واحدی، حساب‌های دریافتنی شرکت افزایش یافت (مطالبه قانونی از آقای محمد ایجاد شد). از این مبلغ، ۷۶/۲ واحد بابت خدمات بهمن بود که اکنون به‌عنوان درآمد شناسایی شد (بستانکار درآمد خدمات) اما توجه کنید که شرکت قبلاً در بهمن ۲۳/۸ واحد اضافه‌تر درآمد

بود که این قبض وصول نخواهد شد، باید طبق استاندارد ابزارهای مالی ذخیره مطالبات مشکوک‌الوصول می‌گرفتیم اما فرض ما بر وصول است هرچند اندکی با تأخیر. (برای اشاره: در صورت عدم وصول طولانی‌مدت، شرکت ممکن بود پس از چند ماه عدم پرداخت مطابق مثال قبل، طبق IFRS ۱۵ درآمد ماه‌های آتی را دیگر شناسایی نکند اما در دو ماه ابتدای قرارداد چنین تصویری نداریم.)

حساب دارایی قراردادی موجود بود، اکنون با صدور قبض این مبلغ نیز بستانکار شد و به حساب دریافتنی منتقل شد. در پایان اسفند، جمع کل قبض اسفند ۱۰۵ واحد شد. فرض می‌کنیم مشتری هنوز قبض اسفند را تا ۲۹ اسفند پرداخت نکرده است (امری معمول، چون سررسید احتمالاً ابتدای فروردین ۱۴۰۵ باشد). لذا در ترازنامه پایان سال، ۱۰۵ واحد به‌عنوان حساب‌های دریافتنی ثبت شده‌است. اگر شواهدی

(برای گوشی) شناسایی کرده بود و در حساب دارایی قراردادی داشت. اکنون با صدور قبض، آن بخش نیز از حالت مطالبه قراردادی به مطالبه صورتحساب‌شده (حساب دریافتنی معمولی) تبدیل شد و لذا ۲۳/۸ واحد از حساب دارایی قراردادی بستانکار شد (کاهش یافت) و حساب دریافتنی افزایش یافت. به بیان دیگر، از قبض ۱۰۰ واحدی بهمن، فقط ۷۶/۲ واحد آن درآمد جدید خدماتی بود و ۲۳/۸ واحد باقی‌مانده صرف تسویه بخشی از درآمد گوشی (دارایی قراردادی) شد. در پایان بهمن، اگر آقای محمد قبض را پرداخت کند:

بد موجودی نقد بانک - ۱۰۰

پس حساب‌های دریافتنی - ۱۰۰

فرض می‌کنیم قبض بهمن تا قبل از پایان سال پرداخت شده‌است.

• ۲۹ اسفند ۱۴۰۴ شناسایی درآمد خدمات ماه دوم و مصرف اضافی، صدور صورتحساب اسفند: در پایان اسفند نیز ۷۶/۲ واحد دیگر درآمد خدمت شناسایی می‌شود. همچنین فرض کردیم ۵ واحد هزینه مصرف اضافه هم در قبض اسفند اضافه شده‌است. بنابراین صورتحساب اسفند معادل ۱۰۵ واحد (۱۰۰ کارمزد ثابت + ۵ مصرف اضافه) خواهد بود. ثبت رویدادهای پایان اسفند:

بد حساب‌های دریافتنی (صورتحساب اسفند) - ۱۰۵

پس درآمد ارائه خدمات (بابت اسفند) - ۷۶/۲

پس درآمد خدمات متغیر/مصرف اضافه - ۵

پس حساب دریافتنی/دارایی قراردادی - ۲۳/۸

توضیح: مشابه ماه قبل، ۷۶/۲ واحد درآمد خدمات ثابت اسفند شناسایی شد. ۵ واحد نیز درآمد جدید بابت خدمات اضافه (مصرف فراتر از طرح پایه) شناسایی شد (چون این خدمات اضافه در اسفند ارائه شده و مبلغ آن معلوم شده است). ۲۳/۸ واحد باقی‌مانده از قبض اسفند نیز مربوط به بخش باقیمانده درآمد گوشی بود که قبلاً شناسایی شده و در



اکنون وضعیت مالی قرارداد تا ۲۹ اسفند ۱۴۰۴ از دید استاندارد ۴۳ چنین است:

- جمع درآمد شناسایی شده (تا پایان اسفند ۱۴۰۴): حدود ۲۸۵/۶ واحد بابت گوشی + ۱۵۲/۴ واحد بابت دو ماه خدمات + ۵ واحد بابت خدمات متغیر = ۴۴۳ واحد درآمد.

- حساب‌های دریافتنی در ترازنامه: بابت صورت‌حساب اسفند ۱۰۵ واحد (که هنوز دریافت نشده) ثبت شده است.

- دارایی قراردادی: در پایان اسفند موجودی این حساب صفر شده، چون بخش

گوشی آن طی صدور قبض‌های بهمن و اسفند تبدیل به حساب دریافتنی شد. (اگر قرارداد ادامه داشت، دارایی قراردادی می‌توانست بابت درآمد بیش از صورت‌حساب انباشته شود، مثلاً اگر شرکت قبل از صدور صورت‌حساب بعدی خدماتی ارائه کند)

- بدهی استرداد: وجود ندارد، چون فرض شد گوشی مرجوع نشد و بدهی احتمالی بازپرداخت در همان بهمن آزاد شد.

- بهای تمام‌شده و سود ناخالص: شرکت ۲۰۰ واحد هزینه گوشی را متحمل شد

که در بهمن به هزینه رفت. هزینه ارائه خدمات دو ماه احتمالاً ناچیز یا جزئی بوده (مثلاً هزینه پهنای باند، نگهداری شبکه برای دو ماه) که اگر فرض کنیم ماهانه ۳۰ واحد هزینه مستقیم ارائه خدمت است، دو ماه ۶۰ واحد هزینه خدمت بوده باشد. در این صورت سود ناخالص شرکت تا پایان اسفند از این قرارداد = ۴۴۳ درآمد - ۲۰۰ هزینه گوشی - ۶۰ هزینه خدمت ≈ ۱۸۳ واحد سود ناخالص دو ماه. (البته این ارقام فرضی برای هزینه است و تمرکز ما بر درآمد بود.)



مقایسه خلاصه درآمدهای شناسایی شده تا تاریخ ۲۹ اسفند ۱۴۰۴

با استاندارد جدید ۴۳، شرکت توانست بخش عمده‌ای از ارزش قرارداد را در ابتدای امر به‌عنوان درآمد شناسایی کند (به خاطر تحویل گوشی). طی دو ماه حدود ۴۴۳ واحد درآمد شناسایی شد که بخش اعظم آن مربوط به گوشی بود. اگر طبق استاندارد قدیم (استاندارد ۳) عمل می‌شد، شرکت فقط معادل صورتحساب‌های صادره درآمد شناسایی می‌کرد که جمعاً ۲۰۵ واحد (دو قبض ۱۰۰ واحدی + ۵ واحد مصرف اضافه) می‌شد. این تفاوت آشکار ناشی از روش جدید تخصیص و شناسایی بر مبنای انتقال کنترل کالا است که در استاندارد ۴۳ الزامی شده است.

مقایسه نتیجه دو استاندارد:

طبق استاندارد ۴۳ ما تا پایان سال ۴۴۳ واحد درآمد شناسایی کردیم اما طبق استاندارد ۳ قدیم تنها ۲۰۵ واحد درآمد گزارش می‌شد. تفاوت چشمگیر است: استاندارد ۴۳ درآمد بیشتری را جلو می‌اندازد، چون بخشی از پرداخت‌های آتی را مربوط به کالای تحویل‌شده هم‌اکنون شناسایی می‌کند. البته در کل دوره قرارداد (یک‌ساله)، جمع کل درآمد شناسایی‌شده تحت هر دو استاندارد یکسان خواهد بود (مثلاً در مثال ما در پایان سال ۱۴۰۵ هر دو روش در مجموع ۱۲۰۵ واحد درآمد شناسایی خواهند کرد، شامل مصرف‌های اضافه) - اختلاف فقط در زمان‌بندی شناخت درآمد است. استاندارد ۴۳ باعث می‌شود سود و درآمد شرکت‌ها بیشتر منطبق بر انتقال کنترل کالاها/خدمات باشد تا برنامه صورتحساب‌دهی به مشتری. این موضوع به ویژه در صنایع مخابرات، نرم‌افزار و سایر قراردادهای بلندمدت که بسته‌های

ترکیبی کالا و خدمت عرضه می‌کنند، تأثیر بزرگی داشته است. به بیان دیگر، شرکت‌های مخابراتی تحت استاندارد جدید معمولاً درآمد را زودتر از قبل شناسایی می‌کنند، زیرا باید بخشی از عواید قراردادهای گوشی رایگان + آبونمان را به فروش گوشی اختصاص دهند، در حالی که قبلاً تمام آن عواید را به خدمات آتی نسبت می‌دادند و گوشی را هزینه بازاریابی تلقی می‌کردند. در پایان، توجه داریم که استاندارد ۴۳ با وجود پیچیدگی بیشتر، اطلاعات مفیدتری در اختیار استفاده‌کنندگان صورتهای مالی قرار می‌دهد. در مثال ما، صورتهای مالی بر مبنای استاندارد جدید نشان می‌دهد که شرکت بخشی از درآمدش را بابت تحویل گوشی همین امسال شناسایی کرده (زیرا عملاً کالایی با ارزش به مشتری داده است) و باقی را بابت خدمات مستمر شناسایی خواهد کرد. این تصویر واقعی‌تری از کسب‌وکار است نسبت به استاندارد قدیم که تمام مبلغ را به خدمات آتی نسبت می‌داد و ارزش گوشی را صرفاً به‌عنوان هزینه بازاریابی ثبت می‌کرد. بنابراین، استاندارد ۴۳ با اجرای پنج گام فوق، هم زمان‌بندی شناسایی درآمد را به واقعیت انتقال کالا/خدمت نزدیک‌تر کرده و هم با الزام به افشای بیشتر (مثلاً تفکیک درآمد کالا و خدمات، افشای مانده دارایی/بدهی قراردادی، تعهدات باقیمانده و غیره) شفافیت گزارشگری را افزایش داده است.

جمع‌بندی

صنایع مخابراتی و اپراتورها از جمله حوزه‌هایی هستند که استاندارد حسابداری شماره ۴۳ در آنها نقشی بنیادی در باز تعریف ماهیت درآمد ایفا می‌کند. در این صنعت، درآمد دیگر

صرفاً بر پایه فروش یک سیم‌کارت، صدور قبض، فروش شارژ یا فعال‌سازی یک سرویس قابل تحلیل نیست، بلکه باید براساس ماهیت واقعی تعهدات عملکردی، ترکیب کالا و خدمت، الگوی مصرف مشتری، ساختار بسته‌های ترکیبی، اعتبارهای پیش‌پرداخت، فروش تجهیزات، خدمات ارزش افزوده و نقش اپراتور در برابر طرف‌های ثالث شناسایی شود.

در محیط ایران، این موضوع به دلیل تنوع بالای محصولات، گسترش مدل‌های تشویقی، پیچیدگی سامانه‌های اپراتوری، همکاری گسترده با شرکت‌های محتوایی و تفاوت برداشت‌های مالیاتی و اجرایی، اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند. از این‌رو، استقرار موفق استاندارد ۴۳ در این صنعت مستلزم آن است که اپراتورها، فراتر از ثبت‌های سنتی و عناوین صورتحساب، به بازنگری عمیق در ساختار قراردادهای مدل‌های قیمت‌گذاری، سامانه‌های اطلاعاتی و هماهنگی میان واحدهای مالی، محصول، فناوری و حقوقی بپردازند. در نهایت، می‌توان گفت که استاندارد ۴۳ برای اپراتورها و شرکت‌های مخابراتی، ابزاری است برای شفاف‌سازی واقعیت اقتصادی درآمدها، تفکیک درست اجزای قرارداد و ارتقای کیفیت گزارشگری مالی در یکی از پیچیده‌ترین صنایع خدماتی معاصر. هرچه این استاندارد با درک عمیق‌تر از ماهیت خدمات ارتباطی و با اتکای بیشتر بر مستندسازی و تحلیل بین‌بخشی اجرا شود، صورتهای مالی این واحدها نیز واقعی‌تر، قابل اتکاتر و برای استفاده‌کنندگان، حساب‌رسان و مراجع مالیاتی مفیدتر خواهد بود.

سیدمحمد باقرآبادی: حسابدار رسمی