

تجربه عملیاتی الوپیک در اجرای استاندارد حسابداری شماره ۴۳

DELIVERY MARKET

On Demand

Next/Same day

Standard delivery

On Demand STh

Storefront

Rental

Last mile

Mid mile

First mile



Drivers Register

Verified Drivers

Active Couriers

Costly Process

Couriers



Customer Signups

Active Customers

Request

Costly Process

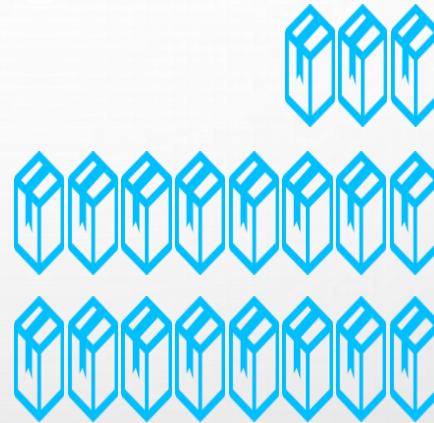


TOTAL REQUESTS

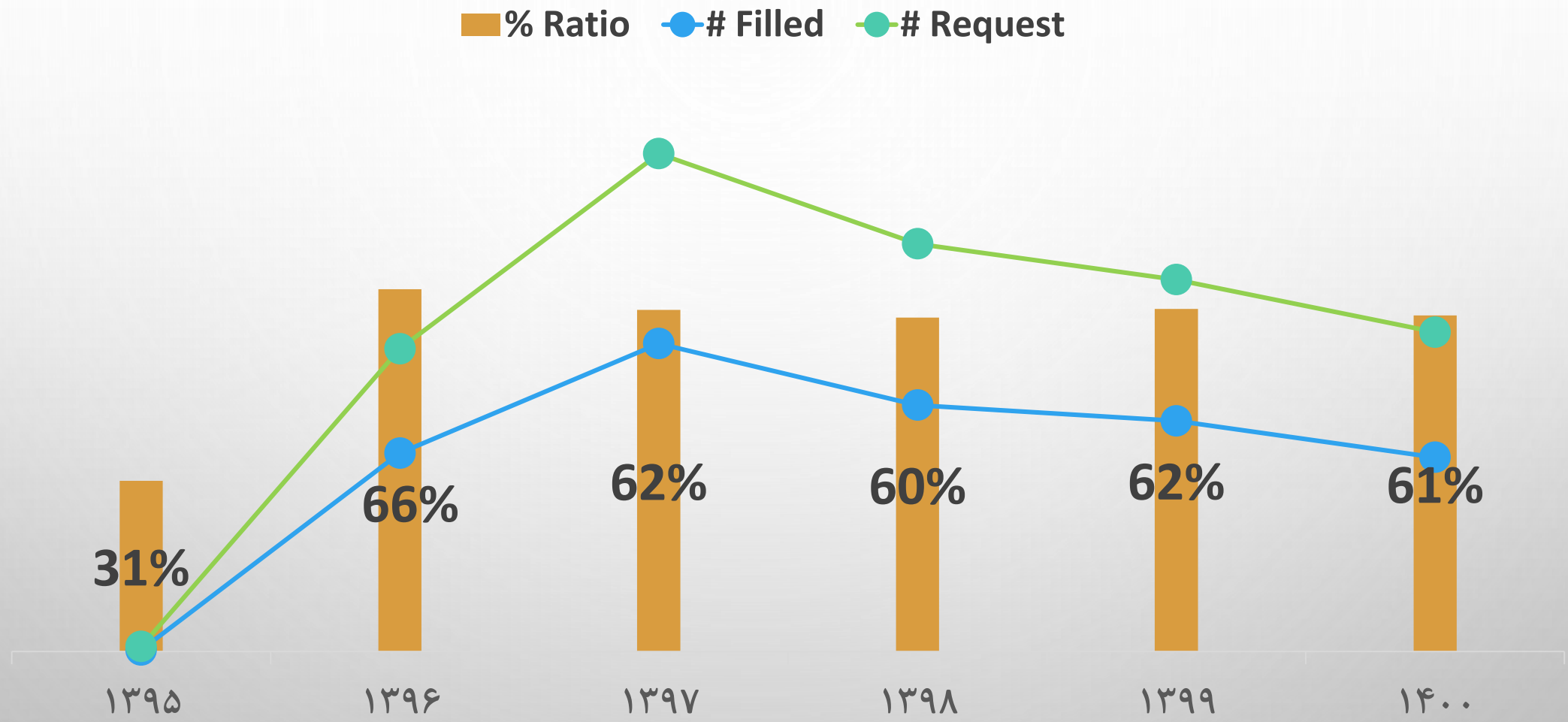


Costly Process

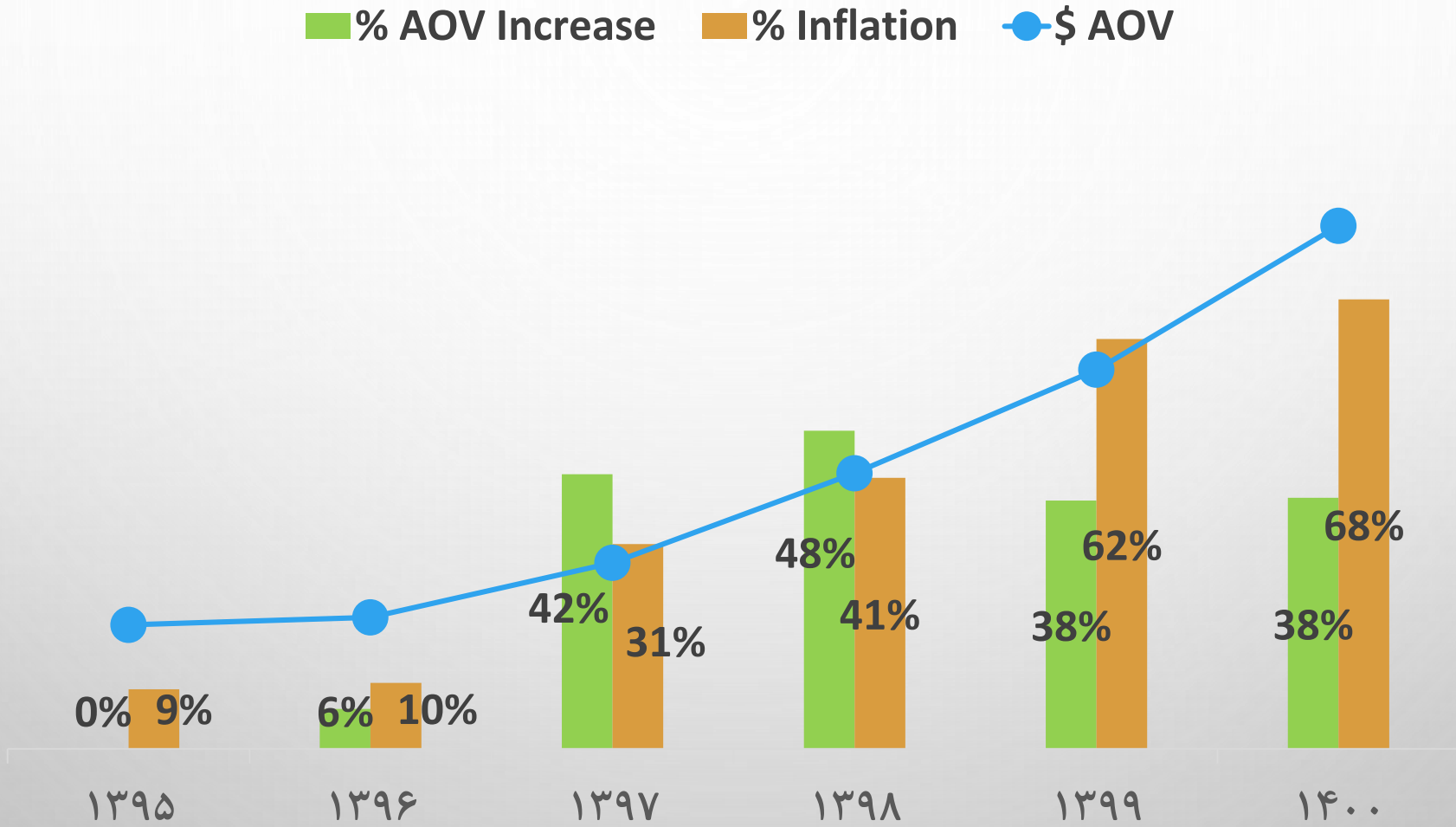
Filled Orders



Annual Filled Orders



Annual AOV + Inflation Ratio



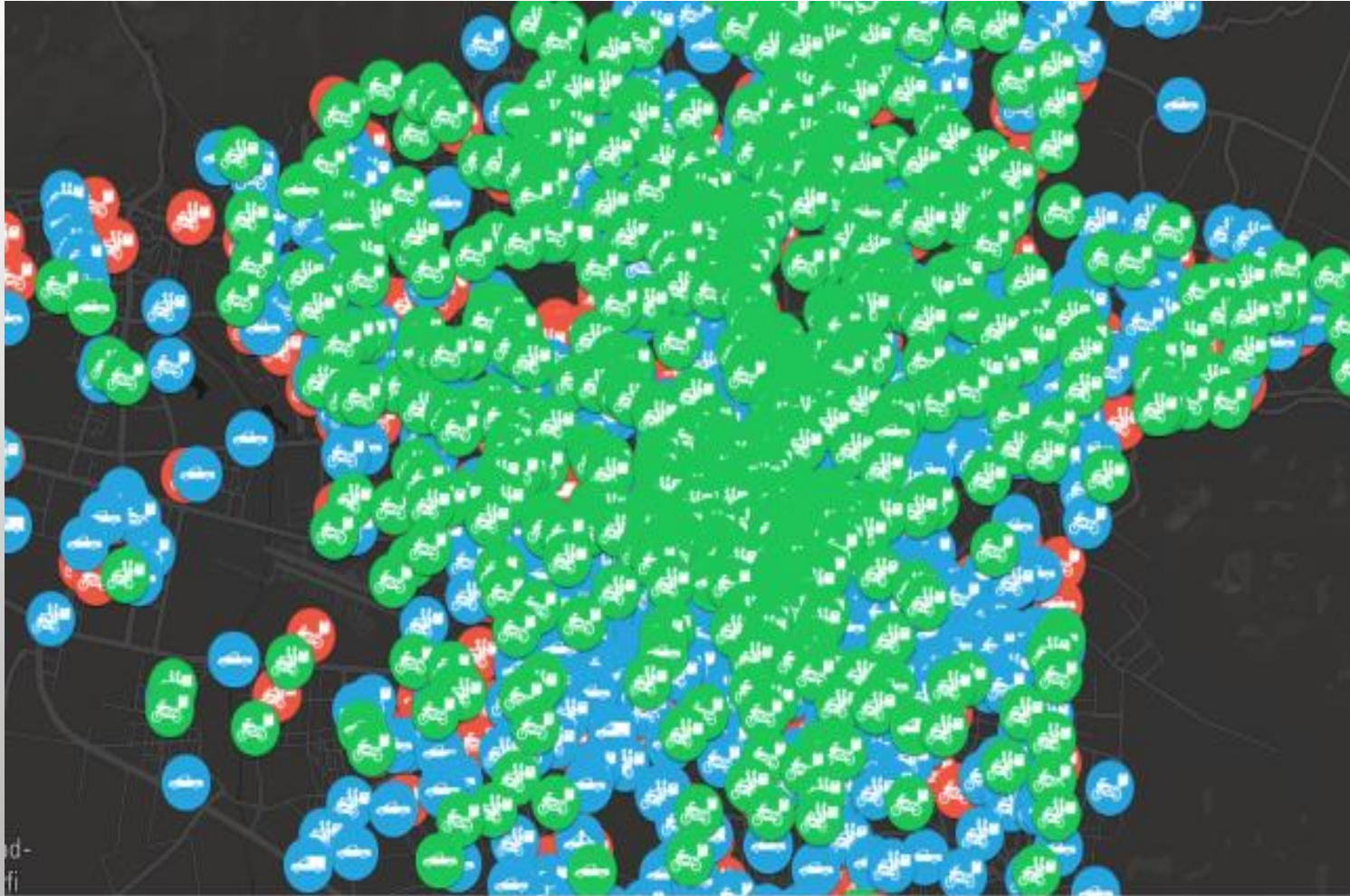
حمل و نقل آنلاین

در کسب و کارهای پلتفرمی به طور عام و در حمل و نقل آنلاین به طور خاص، مهمترین سرمایه ها و دارایی های شرکت که باعث ایجاد مزیت رقابتی و تثبیت بازار و در نهایت تولید ثروت می شود، سه عامل اساسی است:

۱- نرم افزار (وبسایت و اپلیکیشن)



۲- شبکه سفیران



۳- شبکه مشتریان



جایگاه نرم افزار و اثرات آن در کسب و کار

نرم افزار که هسته اصلی خدمت رسانی به مشتری نهایی است با گذشت زمان و توسعه بیشتر به بلوغ رسیده و دو اثر عمده در پی دارد:

۱- افزایش کیفیت سرویس دهی و همچنین درآمدزایی بیشتر برای سفیران از طریق بهینه سازی الگوریتمهای هوش مصنوعی

سوددهی بیشتر شرکت

۲- کاهش هزینه های عملیاتی از طریق اتوماسیون فرایندها و کاهش نیاز به نیروی انسانی

درآمدزایی در سالهای آتی

مخارج مختص دستیابی به قرارداد

(بند ۹۱ استاندارد حسابداری ۴۳)

چنانچه واحد تجاری انتظار داشته باشد مخارج مختص دستیابی به قرارداد با مشتری را بازیافت کند، باید این مخارج را به عنوان دارایی شناسایی نماید.

مخارج مختص دستیابی به قرارداد:

مخارجی که واحد تجاری بابت دستیابی به قرارداد با مشتری تحمل می‌کند و اگر قرارداد به دست نمی‌آید، این مخارج تحمل نمی‌شود.

واحد تجاری می‌تواند مخارج مختص دستیابی به قرارداد را در زمان وقوع به عنوان هزینه شناسایی کند، مشروط بر اینکه دوره استهلاک دارایی که واحد تجاری در صورت عدم بکارگیری این اقتضای عملی شناسایی می‌کرد، یک سال یا کمتر باشد.

مخارج ایفای قرارداد

(بند ۹۵ استاندارد حسابداری ۴۳)

واحد تجاری تنها در صورتی باید مخارج تحمل شده برای ایفای قرارداد را به عنوان دارایی شناسایی کند که مخارج مذکور تمام معیارهای زیر را احراز نماید:

➤ مخارج مزبور بطور مستقیم به یک قراردادی که واحد تجاری می تواند آن را بطور خاص تشخیص دهد، مرتبط باشد

➤ مخارج مزبور، منابع واحد تجاری را که برای ایفای (یا تداوم ایفای) تعهدات عملکردی در آینده استفاده خواهد شد، افزایش دهد یا منابع جدیدی ایجاد کند؛

➤ انتظار رود مخارج مزبور بازیافت شود.

تجربه الوپیک در پیاده سازی استاندارد ۴۳

هزینه ای که الوپیک بابت جذب و عقد قرارداد با هر سفیر متحمل می گردد باعث می شود الوپیک در طول عمر فعالیت سفیر جذب شده در شبکه، کسب درآمد کند،

بنابراین الوپیک برای تطبیق هزینه ها و درآمدهای خود باید مخارج مربوط به ساخت شبکه سفیران و مشتریان را به سالهای آتی و تحت عنوان دارایی انتقال دهد.

طبق پیش نویس استاندارد حسابداری شماره ۴۳ ایران و همچنین استاندارد IFRS 15 این مخارج را با نام مخارج انتقالی قرارداد شناخته می شود.

ساخت شبکه سفیران و مشتریان الوپیک در سه مرحله انجام می گردد:



نفوذ به بازار (MARKET PENETRATION)



به معنای ایجاد شبکه اولیه سفیران است تا ارائه سرویس به مشتریان اولیه امکان پذیر شود و یک سرویس اولیه ایجاد شود.

در این فاز سرمایه گذاری اصلی در تضمین درآمد سفیران صورت می پذیرد تا نبود مشتری جبران شود. بدین معنا که در بدو ورود به یک شهر، مشتری کافی در ابتدا وجود ندارد که برای سفیران درخواست سفارش ایجاد نماید، بنابراین شرکت میبایست سفیران را بکار بگیرد و نبود درخواست سفارش برای آنان با پرداخت درآمد ساعتی، تضمین نماید چرا که در غیر اینصورت هسته اولیه تشکیل نمی شود

(هزینه فرصت سفیران می بایست جبران شود)

بدین منظور مخارج سرمایه ای صورت گرفته تا رسیدن به حداقل تعداد سفارش انجام شده روزانه در سرفصل ایجاد(نفوذ به بازار) منعکس می گردد.

توسعه بازار (MARKET DEVELOPMENT)



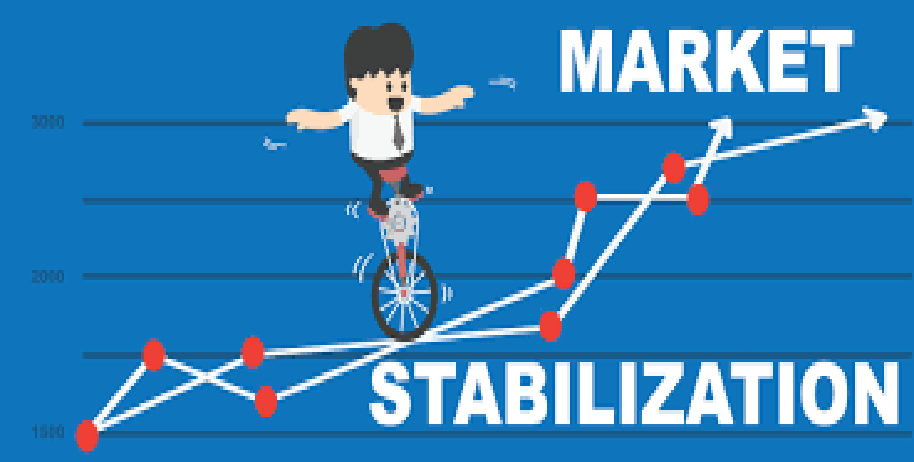
در گام بعد و پس از تشکیل هسته اولیه، سفیران بیشتری به ناوگان اضافه میشوند تا تراکم سفیران به اندازه ای برسد که ضریب سرویس دهی به مشتریان به حد استاندارد برسد

(ضریب سرویس دهی بین ۵۰٪ تا ۶۰٪)

در این فاز به دلیل عدم توسعه یافتگی شبکه سفیران و مشتریان همچنین میزان درخواستها به حدی نمی باشد که سفیران درآمد مکفی داشته باشند. لذا می بایست طرحهایی اجرا کرد که طی آن درصدی از کمیسیون شرکت در قالب سوبسید به ایشان پرداخت شود تا انگیزه باقی ماندن در ناوگان را داشته باشند.

عبور از این فاز به معنای تثبیت موقعیت در شهر است

مخارج سرمایه ای صورت گرفته برای رسیدن به این سطح در سرفصل مخارج انتقالی آتی منعکس می گردد.



تثبیت بازار (Market Stabilization)

در فاز تثبیت بازار سفیران و مشتریان هم زمان به شبکه اضافه می شوند.

در این مرحله عمده مخارج از جنس جذب سفیر و مشتری جدید است و هدف اصلی رساندن اندازه شبکه به نقطه ای است که در آن هم هزینه جذب سفیر و مشتری جدید به کمترین حالت خود برسد و هم کیفیت سرویس دهی به حد مطلوب می رسد.

بدین معنا که هرچه مقیاس شبکه تا نقطه بهینه افزایش یابد اولاً به واسطه بهبود آگاهی از برند (BRAND AWARENESS) میان مشتریان و سفیران، هزینه جذب سفیر و مشتری جدید کاهش می یابد و سرعت توسعه افزایش می یابد ثانیاً افزایش اندازه شبکه باعث می شود که توزیع سفیران و مشتریان به گونه ای یکپارچه و متراکم باشد که برای هر مشتری بتوان در کمترین زمان ممکن و خیلی سریع سفیر جهت دریافت مرسوله ارسال شود.

قرارداد با سفیران و مشتریان

الوپیک قراردادهای مدونی با سفیران و مشتریان خود دارد که کلیه الزامات پنجگانه اشاره شده در بند ۹ استاندارد ۴۳ را دارا می باشند:

- طرفین، قرارداد را (به صورت مکتوب یا شفاهی) تأیید کرده باشند و نسبت به انجام تعهدات خود، متعهد باشند
- واحد تجاری بتواند حقوق هر یک از طرفین را در ارتباط با کالاها یا خدماتی که باید انتقال یابد، تشخیص دهد
- واحد تجاری بتواند شرایط پرداخت برای کالاها یا خدماتی که باید انتقال یابد را تشخیص دهد
- قرارداد محتوای تجاری داشته باشد
- وصول مابه‌ازایی که واحد تجاری در قبال انتقال کالاها یا خدمات به مشتری نسبت به آن محق است، محتمل باشد.

قرارداد با سفیران

تمامی سفیران الوپیک به منظور شروع فعالیت خود در ناوگان الوپیک قراردادی با شرکت منعقد می کنند.

مطابق این قرارداد سفیر به الوپیک وکالت می دهد تا هزینه هر سفارش را از مشتری دریافت کرده و پس از کسر کمسیون الباقی را به حساب سفیر واریز نماید و این قرارداد که با تک تک سفیران الوپیک منعقد می شود باعث می شود الوپیک در طول سالهای آتی از سفارش های انجام شده در شبکه کسب درآمد کند.

تعامل مالی الوپیک با سفیران در قالب این قرارداد انجام می شود. از طرفی تمامی طرح های تشویقی آتی که توسط الوپیک به سفیران از طریق وبسایت و اپلیکیشن پیشنهاد میشود به منزله الحاقیه قرارداد اولیه با سفیران است.

این قراردادهای ثانویه که به منزله الحاقیه قرارداد اصلی با سفیران هستند به صورت تائیدیه در داخل اپلیکیشن یا به شکل کاغذی در قرارداد اصلی به آنها اشاره شده است.

در این طرح های تشویقی تعهدات دو طرفه بین شرکت و سفیر وجود دارد که در آن پس از انجام تعهدی مشخص از سمت سفیر مبلغی مشخص تحت عنوان پاداش انجام سفر به سفیر توسط الوپیک پرداخت می شود.

این طرح های تشویقی باعث افزایش طول عمر ماندگاری سفیر و یا افزایش ظرفیت سفیران الوپیک در ناوگان شده و در مدت زمانی بیشتر از یک سال برای الوپیک درآمد زایی خواهند داشت.

بنابراین قرارداد اولیه و همچنین قراردادهای ثانویه الوپیک با سفیران (طرح های تشویقی) با بندهای ۹ الی ۱۱ استاندارد حسابداری شماره ۴۳ مطابقت دارند.

قراردادهای مشتریان:

مشتریان الوپیک نیز همانند سفیران از ابتدا ضمن قبول قرارداد به صورت آنلاین از طریق ثبت نام در اپلیکیشن یا نسخه تحت وب الوپیک، موافقت خود را با مفاد این قرارداد اعلام می نمایند.

در ابتدای این قرارداد به طور شفاف مشخص شده است که خدمت رسانی الوپیک منوط به پذیرش مفاد این قرارداد می باشد. همانند قرارداد با مشتریان، طبق قرارداد طرح های آتی که توسط الوپیک به مشتریان ارائه می شود به منزله الحاقیه ای به قرارداد اصلی هستند که به موجب آن تعهدات دوطرفه بین الوپیک و مشتریان ایجاد شده و از طریق افزایش طول عمر ماندگاری مشتری و یا افزایش ظرفیت مشتریان باعث افزایش درآمدزایی الوپیک می شوند.

شرایط پرداخت نیز در قرارداد الوپیک با مشتری تشریح شده اند.

نتیجه گیری:

بنابراین الوپیک با سفیران و مشتریان خود قراردادهایی مشخص منعقد نموده است که این قراردادها با شرایط مندرج در مفاد بندهای ۹ الی ۱۱ استاندارد حسابداری شماره ۴۳ مطابقت داشته و بنابراین این قراردادها مشمول سایر بندهای این استاندارد می گردند.

مطابق استاندارد ۴۳ مخارجی که برای دستیابی به یک قرارداد پرداخت می شند به شرطی که برای شرکت منافع مالی بیش از یکسال داشته و مختص همان قرارداد باشند بایستی به عنوان دارایی شناسایی شوند.

قراردادهای الوپیک با سفیران و مشتریان و مخارج دستیابی به آنها کلیه شروط لازم را دارا بوده به طوری که:

۱- منافع آن در طول عمر مشتریان ادامه داشته

۲- تا قرارداد محقق نشده باشد الوپیک مبلغی به سفیران، مشتریان و یا کارگزاران جذب خود پرداخت نخواهد کرد.

استهلاک مخارج انتقالی

در هر فاز پس از رسیدن به اهداف تعیین شده و ظرفیت مورد انتظار، مخارج انتقالی منعکس شده در سرفصل دارایی های انتقالی در حال تحقق به حساب مخارج انتقالی مرتبط منظور و ظرف مدت مشخص بین ۳ الی ۵ سال مستهلک می گردند.

نحوه ارائه در صورتهای مالی

در صورتی که یکی از طرفهای قرارداد، تعهد خود را ایفا کرده باشد، واحد تجاری باید با توجه به رابطه بین عملکرد واحد تجاری و پرداخت مشتری، دارایی حاصل از قرارداد (مخارج انتقالی) را در صورتهای وضعیت مالی ارائه کند.

١٢- مغارج انتقالی

(مبالغ به میلیون ریال)

[illegible]

بهای تمام شده

مانده در ابتدای سال ۱۳۹۹

الغزائش

نقل و انتقال و تعديلات

مانده در پایان سال ۱۳۹۹

افزایش

نقل و انتقال و تعديلات

مانده در ۱۴۰۰/۱۳/۲۹

استهلاک انباشته:

مانده در ابتدای سال ۱۳۹۹

افزایش

مانده در ابتدای سال ۱۳۹۹

استهلاک سال

مانده در ۱۴۰۰/۱۲/۲۹

مبلغ دفتری در ۱۴۰۰/۱۲/۲۹

مبلغ دفتری در ۱۳۹۹/۱۲/۳۰



COURIERS PR

Couriers Promotions
Bulk
cancel_order_fee
courier_level_up
courier_satisfaction
credit
damage_fee
deposit
documents_cost_refund
gateway_issue
invitation-card
order_delay_fee
order_fare
order_remains_cost
User care

User care



CUSTOMERS

Customers Promotions
Bulk
credit
damage_fee
discount
emergency_credit
extra_fare
Marketing_maintenance
order_refund
referral
Users_care

Bulk

credit

damage_fee

discount

emergency_credit

extra_fare

Marketing_maintenance

order_refund

referral

Users_care



Thank You

