

# **Belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika**

deur  
Sophia Brink

*Tesis ingelewer ter gedeeltelike voldoening aan die vereistes vir die  
graad MComm (Belasting) aan die Fakulteit Ekonomiese en  
Bestuurswetenskappe, Universiteit van Stellenbosch*



Studieleier: Mnr H Viviers  
Fakulteit Ekonomiese en Bestuurswetenskappe

Maart 2012

## **Verklaring**

Deur hierdie tesis/proefskrif elektronies in te lewer, verklaar ek dat die geheel van die werk hierin vervat, my eie, oorspronklike werk is, dat ek die alleenouteur daarvan is (behalwe in die mate uitdruklik anders aangedui), dat reproduksie en publikasie daarvan deur die Universiteit van Stellenbosch nie derdepartyregte sal skend nie en dat ek dit nie vantevore, in die geheel of gedeeltelik, ter verkryging van enige kwalifikasie aangebied het nie.

Maart 2012

## **BEDANKINGS**

“Through Him, therefor, let us constantly and at all times offer up to God a sacrifice of praise, wick is the fruit of lips that thankfully acknowledge and confess and glorify His name.” (Hebrews 13:15)

Ek wil graag my studieleier Herman Viviers bedank vir sy leiding, ondersteuning, deeglikheid, sorgvuldigheid en bydrae gedurende hierdie studie. Verder wil ek ook my familie en vriende bedank vir hul belangstelling en ondersteuning.

## **BELASBAARHEID VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMTRANSAKSIES IN SUID-AFRIKA**

Kliënteloyaliteitsprogramme is 'n algemene verskynsel in die Suid-Afrikaanse mark. Ten spyte van die feit dat kliënteloyaliteitsprogramme reeds sedert die 1980's in Suid-Afrika voorkom, het die Suid-Afrikaanse Inkomstediens nog geen leiding oor die hantering van 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie in die hande van die verbruiker uitgereik nie. Die huidige praktyk in Suid-Afrika is dat voordele wat in die vorm van goedere, dienste of afslag vanaf 'n kliënteloyaliteitsprogram ontvang word nie aan normale Suid-Afrikaanse inkomstebelasting onderhewig is nie. Die hoofdoelwit van die studie was om te bepaal of hierdie huidige praktyk wat in Suid-Afrika toegepas word korrek is, al dan nie.

Ten einde 'n beter begrip van die werking van kliënteloyaliteitsprogramme te verkry is 'n seleksie van die gewildste kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika gemaak en hierdie onderskeie kliënteloyaliteitsprogramme se bepalings en voorwaardes is ontleed. Met in agneming van die werking van kliënteloyaliteitsprogramme is die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies ontleed en geanaliseer deur na relevante belastingwetsartikels asook regspraak te verwys. Ten einde die kliënteloyaliteitsprogramtransaksie in sy geheel te beskou is die belastinghantering van die verskaffer wat punte of myle toeken by die omvang van die studie ingesluit om moontlik meer lig te werp op die belastinghantering van die verbruiker wat punte of myle verdien. Die verbruiker en die verskaffer het moontlike inkomstebelasting- (wat kapitaalwinsbelastingimplikasies insluit) en belasting op toegevoede waarde implikasies, gevolglik is beide die inkomstebelasting- sowel as die BTW-hantering deur die verbruiker en die verskaffer oorweeg. Die belastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika is verder vergelyk met 'n land (Australië) wat soortgelyke inkomstebelastingwetgewing as Suid-Afrika het en inkomstebelasting beginsels of praktyke is geïdentifiseer wat binne 'n Suid-Afrikaanse konteks van nut kan wees.

Dit het aan die lig gekom dat 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie aan die algemene bruto inkomste definisie voldoen en dat die waarde van die transaksie by die verbruiker se bruto inkomste ingesluit moet word. Slegs wanneer werknemers punte of myle in hulle eie naam verdien op grond van goedere of dienste wat deur hul werkgewers aangekoop is, ontstaan 'n moontlike werknemersbelastingverpligting. Daar is bevind dat wanneer 'n werknemer/werkgewer verhouding voorkom daar onderskeidelik nie aan die vereistes van

paragraaf (c) en paragraaf (i) van die “bruto inkomste” definisie voldoen word nie, aangesien daar nie ’n kousale verband of direkte verhouding tussen die voordeel ontvang en die dienste gelewer bestaan nie en ook omrede die kliënteloyaliteitsprogram verskaffer nie ’n verwante inrigting uitmaak nie. Australiese regspraak bevestig die bogenoemde gevolgtrekkings binne ’n Suid-Afrikaanse konteks. Die BTW-implikasie vir die verbruiker ingevolge ’n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie ontstaan wanneer die verbruiker punte of myle by ’n programvennoot vir voordele inruil en nie wanneer die punte of myle verdien word nie. Daar sal alleenlik kapitaalwinsbelastingimplikasies wees indien ’n verbruiker oor ’n kapitale bate beskik wat ingevolge ’n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie verkry is.

Daar is bevind dat die huidige praktyk in Suid-Afrika, naamlik dat voordele wat vanaf ’n kliënteloyaliteitsprogram ontvang word nie belasbaar is nie, foutief is. Ten einde die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika te implementeer word daar aanbeveel dat die SAID riglyne moet formuleer rakende die belastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies. Die studie bevat ook aanbevelings om die implementering van die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies te vergemaklik.

## **TAXABILITY OF CLIENT LOYALTY PROGRAMME TRANSACTIONS IN SOUTH AFRICA**

Client loyalty programmes are a common phenomenon in the South African market. Despite the fact that client loyalty programmes have been prevalent in South Africa since the 1980's, the South African Revenue Service has issued no guidance on the treatment of client loyalty programme transactions in the hands of the consumer. Benefits received in the form of goods, services or discounts from a client loyalty programme are not subject to normal South African income tax based on the current practice in South Africa. The main objective of this study was to determine whether or not the current practice applied in South Africa is correct.

In order to obtain a better understanding of the functioning of client loyalty programmes a selection of the most popular client loyalty programmes in South Africa was made and the terms and conditions of these respective client loyalty programmes were analysed. Taking into account the way client loyalty programmes function, the taxability of client loyalty programme transactions were reviewed and analysed with reference to relevant tax law sections and case law. In order to investigate a client loyalty programme transaction as a whole, the tax treatment of the supplier that grants points or miles was included in the scope of the study. The tax treatment of the supplier could potentially shed more light on the tax treatment of the consumer who earn points or miles. The consumer and the supplier have possible income tax (which includes capital gains tax) and VAT implications, consequently both the income tax treatment and the VAT treatment for the consumer and the supplier were considered. In addition, the tax treatment of client loyalty program transactions in South Africa was compared with a country (Australia) which similar tax laws to South Africa and income tax principles or practices were identified which might be useful within a South African context.

It was found that client loyalty programme transactions satisfy the general gross income definition and that the value of the transaction must be included in the consumer's gross income. Only when employees earn points or miles in their own name by virtue of goods or services purchased by their employer, a possible employees' tax obligation arises. It was found that within an employee/employer relationship, the requirements of paragraph (c) and paragraph (i) of the "gross income" definition are not met due to the fact that there are no causal connection or direct relationship between the benefit received and the services

rendered and also because the client loyalty programme supplier is not an associated institution of the employer. Australian case law confirms the above conclusions in a South African context. The VAT implications of a client loyalty programme transaction occur for the consumer when the consumer exchange points or miles for benefits at a programme partner and not when the points or miles are earned. Capital gains tax implications will only be applicable if a consumer disposes of a capital asset obtained in terms of a client loyalty programme transaction.

It was found that the current practice in South Africa of not taxing benefits received from a client loyalty programme is incorrect. To implement the taxability of client loyalty programme transactions in South Africa it is recommended that SARS should formulate guidelines regarding the tax treatment of client loyalty programme transactions. The study includes recommendations to facilitate the implementation of the taxability of client loyalty programme transactions.

## INHOUDSOPGAWE

HOOFSTUK 1: INLEIDING .....	1
1. Agtergrond .....	1
2. Probleemstelling .....	1
3. Navorsingsdoelwitte .....	2
4. Motivering vir die navorsing .....	2
5. Navorsingsmetodologie .....	3
6. Raamwerk van die studie .....	3
6.1 Hoofstuk 2: Literatuuroorsig rakende die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies .....	3
6.2 Hoofstuk 3: Omskrywing, kategorieë en werking van kliënteloyaliteitsprogramme ...	4
6.3 Hoofstuk 4: Seleksie van kliënteloyaliteitsprogramme vir verdere ondersoek.....	4
6.4 Hoofstuk 5: Ontleding van kliënteloyaliteitsprogramme se bepalings en voorwaardes .....	4
6.5 Hoofstuk 6: Kritiese ontleding en analisering van die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika .....	4
6.6 Hoofstuk 7: Oorweging en bespreking van Australiese Inkomstebelastingwetgewing en regspraak van toepassing op die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies .....	5
6.7 Hoofstuk 8: Gevolgtrekking .....	5
7. Omvang en beperkings van die studie .....	5
HOOFSTUK 2: LITERATUUROORSIG RAKENDE DIE BELASBAARHEID VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMTRANSAKSIES .....	6
1. Inleiding .....	6
2. Kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika.....	6
3. Vorige navorsing gedoen oor die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika .....	7
4. Vergelykbaarheid met ander lande se inkomstebelastingwetgewing .....	9
HOOFSTUK 3: OMSKRYWING, KATEGORIEË EN WERKING VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMME .....	11
1. Inleiding .....	11
2. Die omskrywing van 'n kliënteloyaliteitsprogram en relevante terme wat daarmee geassosieer word.....	11
3. Die basiese werking van kliënteloyaliteitsprogramme .....	12
4. Verskillende kategorieë kliënteloyaliteitsprogramme .....	12
4.1 Die rol van die programeienaar.....	13
4.2 Die verskillende tipes industrie sektore .....	14
5. Gevolgtrekking.....	15



HOOFSTUK 4: SELEKSIE VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMME VIR VERDERE ONDERSOEK .....	16
1. Inleiding .....	16
2. Vereistes ter oorweging vir identifikasie.....	16
3. Onderverdeling van kliënteloyaliteitsprogramme .....	19
3.1 Rol van die programeienaar.....	19
3.2 Industrie sektore .....	20
4. Seleksie van kliënteloyaliteitsprogramme .....	22
4.1 Dekking.....	22
4.2 Stratifikasie deur middel van willekeurige seleksie .....	24
5. Beperkings van seleksiemetodes.....	30
6. Gevolgtrekking.....	30
HOOFSTUK 5: ONTLEDING VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMME SE BEPALINGS EN VOORWAARDES .....	31
1. Inleiding .....	31
2. Ontleding van kliënteloyaliteitsprogramme se bepalinge en voorwaardes .....	32
2.1 Clicks Clubcard .....	32
2.2 eBucks .....	35
2.3 Edgars Purple Cash Card .....	36
2.4 South African Airways (SAA) Voyager .....	37
2.5 Dis-chem Benefit Programme .....	40
2.6 Discovery Card Vitality .....	41
2.7 Sun International Most Valued Guest (MVG) .....	45
3. 'n Vergelyk tussen verskillende stelsels se bepalinge en voorwaardes .....	46
3.1 Vervaldatums .....	46
3.2 Beperkings op lidmaatskap .....	46
3.3 Oordraagbaarheid van punte of myle.....	47
3.4 Bepaalbaarheid van waarde van punte of myle .....	48
3.5 Vorm waarin punte of myle ontvang word .....	49
3.6 Toegang tot geakkumuleerde punte of myle .....	50
3.7 Verpligting om voordele te lewer.....	50
3.8 Vergoeding vir die lewering van voordele verskuldig aan 'n derde party met die toekenning of met die inruil van die punte of myle .....	51
4. Gevolgtrekking.....	52
HOOFSTUK 6: KRITIESE ONTLEDING EN ANALISERING VAN DIE BELASBAARHEID VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMTRANSAKSIES IN SUID-AFRIKA.....	53
1. Inleiding .....	53
(A) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE TOEKEN EN VOORDELE LEWER .....	54
1. Inkomstebelastinghantering .....	54

1.1 Artikel 11(a) Positiewe toets.....	54
1.1.1 Beoefening van 'n bedryf.....	55
1.1.2 Onkoste en verliese .....	55
1.1.3 Werklik aangegaan of gely.....	55
1.1.4 By die voortbrenging van inkomste .....	61
1.1.5 Nie van kapitale aard nie.....	61
1.2 Artikel 23(g) Negatiewe toets.....	63
1.3 Ander oorwegings .....	64
1.3.1 Verhaling.....	64
1.3.2 Afslag of korting toegestaan.....	65
(i) Algemeen.....	65
(ii) Toepassing op kliënteloyaliteitsprogramtransaksie.....	67
(iii) Gevolgtrekking .....	69
2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW) .....	70
3. Kapitaalwinsbelasting .....	74
<b>(B) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE VERDIEN EN VOORDELE</b>	
<b>ONTVANG .....</b>	<b>75</b>
1. Inkomstebelastingwet .....	75
1.1 Bruto inkomste .....	75
1.1.1 Algemene bruto inkomste definisie .....	75
(i) Totale bedrag hetsy in kontant of andersins .....	76
(ii) Ontvang deur of toegeval aan.....	80
(iii) Met uitsluiting van ontvangstes of toevallings van 'n kapitale aard .....	95
1.1.2 Spesifieke insluitingsparagraaf (c) .....	100
(i) 'n Bedrag ontvang of toegeval .....	101
(ii) Vrywillige toekenning .....	101
(iii) Ten opsigte van of uit hoofde van .....	102
(iv) Bewese dienste of van dienste wat nog bewys moet word uit enige diens of bekleding van 'n amp.....	103
1.1.3 Spesifieke insluitingsparagraaf (i) .....	103
(i) Bepalings van die Sewende Bylae.....	104
(ii) Ten opsigte van .....	106
2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW) .....	106
3. Kapitaalwinsbelasting .....	110
3.1 Bate .....	111
3.2 Beskikking of geagte beskikking .....	112
3.3 Basiskoste.....	112
3.4 Opbrengs.....	113
3.5 Gevolgtrekking .....	113

2. Gevolgtrekking .....	113
(A) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE TOEKEN EN VOORDELE LEWER .....	113
1. Inkomstebelastinghantering .....	113
2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW) .....	114
3. Kapitaalwinstbelasting .....	115
(B) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE VERDIEN EN VOORDELE ONTVANG .....	116
1. Inkomstebelastinghantering .....	116
1.1 Bruto inkomste .....	116
1.1.1 Algemene bruto inkomste definisie .....	116
1.1.2 Spesifieke insluitingsparagraaf (c) .....	116
1.1.3 Spesifieke insluitingsparagraaf (i) .....	117
2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW) .....	117
3. Kapitaalwinstbelasting .....	117
HOOFTUK 7: OORWEGING EN BESPREKING VAN AUSTRALIESE INKOMSTEBELASTINGWETGEWING EN REGSPRAAK VAN TOEPASSING OP DIE INKOMSTEBELASTINGHANTERING VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMTRANSAKSIES .....	119
1. Inleiding .....	119
2. Identifisering en motivering van 'n ander land met 'n soortgelyke Inkomstebelastingwet .....	119
2.1 Die hoof motiverings vir die gebruik van Australië as 'n vergelykbare land .....	119
2.2 Verdere motiverings vir die gebruik van Australië as 'n vergelykbare land .....	119
3. Australiese Inkomstebelastingwetgewing .....	120
3.1 Agtergrond .....	120
3.2 Relevante artikels .....	120
3.2.1 ITAA36 .....	120
3.2.2 ITAA97 .....	122
3.2.3 FBTAA86 .....	123
4. Belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramvoordele in Australië .....	123
4.1 Regspraak.....	124
4.1.1 Ander oorwegings .....	125
4.2 Riglyne.....	125
4.2.1 TR 1999/6 .....	126
4.2.2 TR 1999/6A2.....	127
4.2.3 TD 1999/34 .....	128
4.2.4 PS LA 2004/4 (GA) .....	128
5. Toepassing op Suid-Afrikaanse Inkomstebelastingwetgewing en regspraak.....	129
5.1 Suid-Afrikaanse bruto inkomste en Australiese gewone inkomste .....	129

5.2 Suid-Afrikaanse spesifieke insluitingsparagrafe en Australiese statutêre inkomste .....	130
6. Gevolgtrekking .....	131
HOOFSTUK 8: GEVOLGTREKKING .....	132
1. Inleiding .....	132
2. Seleksie van kliënteloyaliteitsprogramme vir verdere ondersoek .....	132
3. Kliënteloyaliteitsprogramme se bepalings en voorwaardes .....	133
4. Ontleding van die Suid-Afrikaanse belastingwetgewing .....	134
(A) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE TOEKEN EN VOORDELE LEWER .....	134
1. Inkomstebelastinghantering .....	134
2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW) .....	137
3. Kapitaalwinsbelasting .....	138
(B) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE VERDIEN EN VOORDELE ONTVANG .....	139
1. Inkomstebelastinghantering .....	139
1.1 Bruto inkomste .....	139
1.1.1 Algemene bruto inkomste definisie .....	139
1.1.2 Spesifieke insluitingsparagraaf (c) .....	141
1.1.3 Spesifieke insluitingsparagraaf (i) .....	141
2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW) .....	142
3. Kapitaalwinsbelasting .....	143
5. Die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Australië .....	143
6. Bevindings en aanbevelings .....	144
7. Gevolgtrekking .....	146
BRONNELYS .....	147

## LYS VAN TABELLE

Tabel 4.1 Kliënteloyaliteitsprogramme toegedeel volgens die rol wat die programeienaar speel .....	19
Tabel 4.2 Kliënteloyaliteitsprogramme toegedeel volgens industrie sektor .....	21
Tabel 4.3 Aantal bekende aktiewe en totale lede per kliënteloyaliteitsprogramme .....	22
Tabel 4.4 Geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme .....	23
Tabel 4.5 Reeds geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme binne drie stratums per rol van programeienaar .....	24
Tabel 4.6 Reeds geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme binne ses stratums per industrie sektor .....	25
Tabel 4.7 Oorblywende finansiële dienste programme beskikbaar vir seleksie .....	26
Tabel 4.8 Oorblywende lewenstyl- en gesondheidsprogramme beskikbaar vir seleksie....	26
Tabel 4.9 Oorblywende reis- en ontspanningsprogramme beskikbaar vir seleksie .....	27
Tabel 4.10 Geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme verteenwoordigend van elke stratum per industrie sektor .....	28
Tabel 4.11 Geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme .....	29
Tabel 5.1 Toedeling van persentasie Clicks Clubcard Vitality voordele .....	34
Tabel 5.2 Vereenvoudigde illustrasie (gebaseer op SAA spanderingskoerse) van SAA se myle aanwending .....	39
Tabel 5.3 Vereenvoudigde illustrasie (gebaseer op SAA spanderingskoerse) van SAA se myle aanwending .....	40
Tabel 5.4 Vervaldatums .....	46
Tabel 5.5 Beperkings op lidmaatskap .....	47
Tabel 5.6 Oordraagbaarheid van punte of myle .....	47
Tabel 5.7 Waardasie van punte of myle verdien .....	48
Tabel 5.8 Vorm waarin punte of myle ontvang word .....	49
Tabel 5.9 Toegang tot geakkumuleerde punte of myle .....	50
Tabel 5.10 Verpligting om voordele te lewer .....	51

## HOOFSTUK 1: INLEIDING

### 1. Agtergrond

'n Kliënteloyaliteitsprogram kan gedefinieer word as 'n program waarvolgens gratis punte of myle deur verbruikers geakkumuleer word op grond van die aankoop van goedere of dienste vanaf 'n verskaffer. Hierdie punte of myle kan op die beurt deur die verbruiker vir 'n verskeidenheid van kommoditeite (insluitende goedere, dienste of 'n afslag op 'n volgende aankoopstransaksie) by 'n verskaffer ingeruil word (Liu, 2007:20). Die gewildheid van kliënteloyaliteitsprogramme neem geweldig toe en verskeie verskaffers in Suid-Afrika maak reeds van hierdie programme gebruik (Travel wires, 2011).

Die huidige praktyk in Suid-Afrika is dat voordele wat in die vorm van goedere, dienste of afslag vanaf 'n kliënteloyaliteitsprogram ontvang word nie aan normale Suid-Afrikaanse inkomstebelasting onderhewig is nie (Klue, 2007:3). Moontlike redes wat tot hierdie huidige praktyk aanleiding gee is as volg:

- Die bepaling van die waarde van punte of myle wat ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram toegeken word is problematies. Artikel 82 van die Inkomstebelastingwet No. 58 van 1962 (hierna verwys as die Wet) plaas gewoonlik die onus van bewyslas op die belastingpligtige. Daar is egter in *CIR v Butcher Bros (Pty) Ltd* [1945] 13 SATC 21 beslis dat die onus om 'n bedrag vas te stel op die Kommissaris berus.
- Onsekerheid bestaan oor die feit of die bedrag van die voordeel wat ontvang word kapitaal van aard is, al dan nie.
- Die beskouing bestaan dat punte of myle wat verdien word soortgelyk is aan afslag of korting wat ontvang word en gevolglik nie belasbaar is nie.

### 2. Probleemstelling

Twee hoofprobleemstellings word geïdentifiseer op grond van die huidige praktyk in Suid-Afrika om nie kliënteloyaliteitsprogramvoordele in die hande van die verbruiker te belas nie, naamlik:

- Is daar 'n belastingimplikasie in die hande van die verbruiker wanneer punte of myle ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie ontvang word?

- Is daar 'n belastingimplikasie in die hande van die verbruiker wanneer punte of myle vir voordele ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie ingeruil word?

### **3. Navorsingsdoelwitte**

Ten einde die twee hoofprobleemstellings ten opsigte van die belastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika in die hande van die verbruiker aan te spreek, moet daar eers bevredigende antwoorde gevind word vir die volgende sekondêre vrae:

- Watter kliënteloyaliteitsprogramme kom in die Suid-Afrikaanse mark voor en wat stipuleer die verskillende kliënteloyaliteitsprogramme se bepalings en voorwaardes?
- Hoe word kliënteloyaliteitsprogramtransaksies deur die verskaffer vir belastingdoeleindes hanteer?
- Kan die inkomstebelastingwet- beginsels en praktyke van 'n ander land met 'n soortgelyke inkomstebelastingwetgewing binne 'n Suid-Afrikaanse konteks van nut wees?

Deur die bepalings en voorwaardes van die verskillende kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika te ontleed sal 'n beter begrip verkry word oor die struktuur en werking daarvan. Vervolgens, deur die bepalings en voorwaardes met mekaar te vergelyk kan die kliënteloyaliteitsprogramme gekategoriseer word ten einde die belasbaarheid van elkeen te analiseer. Die belastinghantering deur die verskaffer in die konteks van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies kan moontlik meer lig werp op die belastinghantering deur die verbruiker. 'n Vergelyking van die inkomstebelastingwet- beginsels en praktyke van 'n ander land met 'n soortgelyke inkomstebelastingwetgewing kan verdere ondersteuning bied ter beoordeling van die korrektheid van die huidige praktyk in Suid-Afrika rondom die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in die hande van die verbruiker.

### **4. Motivering vir die navorsing**

Gegewe die gewildheid van kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika tesame met die geweldige hoë randwaarde wat daarmee gepaard gaan (Travel wires, 2011), is dit belangrik om die moontlike belastingimplikasies te ondersoek ten einde te verhoed dat kliënteloyaliteitsprogramtransaksies uit die belastingnet ontsnap.

## 5. Navorsingsmetodologie

Die navorsingsmetodologie wat in hierdie studie gevolg word bestaan uit 'n literatuuroorsig asook 'n gevallestudie deur die inwinning van sekondêre data. Kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika is geïdentifiseer en geselekteer vir verdere ondersoek na elkeen se unieke bepalinge en voorwaardes. Relevante artikels in die Wet asook in die Wet op Belasting op Toegevoegde Waarde No. 89 van 1991 (hierna verwys as die BTW-wet) word geanaliseer ten einde vas te stel wat die belastingimplikasies van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies is. Relevante beslissings van plaaslike howe word bestudeer ten einde 'n begrip te verkry oor die interpretasie en toepassing van die relevante wetsartikels.

Vergelykende navorsing word uitgevoer deur te oorweeg watter ander land se inkomstebelastingwetgewing soortgelyk is aan die van Suid-Afrika deur te verwys na die oorsprong van die onderskeie wetgewings. Ander faktore wat oorweeg word sluit in:

- of die ander land globale aansien geniet ten opsigte van ekonomiese en sosiale ontwikkeling?; en
- of die ander land beskou word as toonaangewers met betrekking tot die daarstel van eenvormige ekonomiese standaarde, asook die toepassing daarvan in onder andere gebiede van ekonomie, belasting en rekeningkunde.

'n Vergelyk word getref tussen die Suid-Afrikaanse Inkomstebelastingwetgewing en die geïdentifiseerde ander land se Inkomstebelastingwetgewing met betrekking tot relevante wetsartikels en die toepassing daarvan. Verder word die geïdentifiseerde ander land se hofsake, wat spesifiek oor die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramme handel, bestudeer.

## 6. Raamwerk van die studie

### 6.1 Hoofstuk 2: Literatuuroorsig rakende die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies

As vertrekpunt vir die studie word die omvang van kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika ondersoek en bespreek. Dit word gevolg deur 'n ondersoek na vorige navorsing wat uitgevoer is oor die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika. Literatuur waar lande met 'n soortgelyke inkomstebelastingwetgewing geïdentifiseer is word ook oorweeg.



## **6.2 Hoofstuk 3: Omskrywing, kategorieë en werking van kliënteloyaliteitsprogramme**

In hierdie hoofstuk word 'n kliënteloyaliteitsprogram omskryf wat gevolg word deur 'n kort uiteensetting van die basiese werking van kliënteloyaliteitsprogramme. Die verskillende kategorieë kliënteloyaliteitsprogramme in die Suid-Afrikaanse mark word individueel ontleed en bespreek.

## **6.3 Hoofstuk 4: Seleksie van kliënteloyaliteitsprogramme vir verdere ondersoek**

'n Seleksie van kliënteloyaliteitsprogramme word in hierdie hoofstuk gemaak wat verder in Hoofstuk 5 ontleed gaan word. Die seleksie proses word in die volgende stappe ingedeel, naamlik:

- 'n Omskrywing van die populasie
- 'n Onderverdeling van die populasie volgens die rol wat die programmeienaar speel asook die tipe industrie waarin die kliënteloyaliteitsprogram funksioneer
- Die toepassing van die volgende twee seleksiemetodes:
  - Dekking
  - Stratifikasie deur middel van willekeurige seleksie

Die hoofstuk sluit af deur te verwys na sekere beperkings van die seleksiemetodes wat gebruik word.

## **6.4 Hoofstuk 5: Ontleding van kliënteloyaliteitsprogramme se bepalinge en voorwaardes**

In Hoofstuk 5 word die agtergrond, waarde van punte of myle sowel as die bepalinge en voorwaardes van elkeen van die geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme ontleed. Ter afsluiting word 'n vergelyk tussen die ooreenkomste en verskille van die geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme se onderskeie bepalinge en voorwaardes getref. Hierdie vergelyking sal aangewend word om die kliënteloyaliteitsprogramme te kategoriseer vir die ondersoek na die belasbaarheid daarvan in Hoofstuk 6.

## **6.5 Hoofstuk 6: Kritiese ontleding en analisering van die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika**

Met inagneming van die werking van kliënteloyaliteitsprogramme, asook die bepalinge en voorwaardes van geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme word die belastinghantering

deur die verbruiker en die verskaffer in hierdie hoofstuk ontleed en bespreek. Verskeie belastingwetsartikels asook relevante regspraak word geanaliseer. Die hoofstuk sluit af deur moontlike gapings in die inkomstebelastingwet en die toepassing van die inkomstebelastingwet te identifiseer.

## **6.6 Hoofstuk 7: Oorweging en bespreking van Australiese Inkomstebelastingwetgewing en regspraak van toepassing op die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies**

In hierdie hoofstuk word daar bepaal watter land 'n soortgelyke inkomstebelastingwetgewing as Suid-Afrika het. Die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in die geïdentifiseerde land word ondersoek deur na daardie land se inkomstebelastingwetgewing en relevante regspraak te verwys. Op so wyse kan enige inkomstebelasting beginsels of praktyke geïdentifiseer word wat binne 'n Suid-Afrikaanse konteks van nut kan wees. Die uiteindelige doel van hierdie hoofstuk is om hulpmiddels te identifiseer wat sal verseker dat kliënteloyaliteitsprogramtransaksies op 'n korrekte en deursigtige wyse vir Suid-Afrikaanse inkomstebelastingdoeleindes hanteer word.

## **6.7 Hoofstuk 8: Gevolgtrekking**

Hierdie hoofstuk bevat 'n samevatting van die bevindings gemaak uit die navorsing onderneem. Ter afsluiting word aanbevelings gemaak om die implementering van die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika te vergemaklik.

## **7. Omvang en beperkings van die studie**

Slegs 'n steekproef kliënteloyaliteitsprogramme is vir doeleindes van die studie geïdentifiseer en ondersoek. Daar bestaan 'n moontlikheid dat die geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme nie verteenwoordigend is van al die kliënteloyaliteitsprogramme wat in die Suid-Afrikaanse mark beskikbaar is nie. Of dit wel die geval is sal bepaal kan word sodra die steekproef geselekteer is (verwys na Hoofstuk 4, punt 5 *Beperkings van seleksiemetodes* op bladsy 30 waar grondige redes aangevoer word).

## **HOOFSTUK 2: LITERATUUROORSIG RAKENDE DIE BELASBAARHEID VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMTRANSAKSIES**

### **1. Inleiding**

As vertrekpunt vir die studie word die omvang van kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika ondersoek en bespreek. Dit word gevolg deur vorige navorsing wat uitgevoer is oor die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika. Ander lande met 'n soortgelyke inkomstebelastingwetgewing se toepassing en interpretasie kan in sommige omstandighede meer lig werp op die moontlike inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies en gevolglik is literatuur waar lande met 'n soortgelyke inkomstebelastingwetgewing geïdentifiseer is oorweeg.

### **2. Kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika**

Die konsep van kliënteloyaliteitsprogramme is al vir meer as 50 jaar wêreldwyd bekend, maar het eers in die 1980's in Suid-Afrika 'n realiteit geword toe Protea Hotel die eerste kliënteloyaliteitsprogram, naamlik Prokard, van stapel gestuur het. Daarna het dit bykans 20 jaar geneem om 15 kliënteloyaliteitsprogramme regoor verskeie industrieë in Suid-Afrika te ontwikkel. Na die jaar 2000 het die kliënteloyaliteitsprogrambedryf ontplof en tot en met 2011 beloop die waarde van voordele wat ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme toegeken is sowat R12 biljoen per jaar met meer as 10 miljoen Suid-Afrikaanse verbruikers wat minstens een kliënteloyaliteitskaart besit. Wêreldwyd is daar meer as 1 miljard mense wat elk een of meer kliënteloyaliteitskaart dra - ongeveer een sesde van die wêreld se totale bevolking (Travel wires, 2011).

Na die geweldige toename in die gewildheid van kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika het Maharaj (2008:1) die volgende vraag geopper: wat is die persepsie, bewustheid en begrip van kliënteloyaliteitsprogramme uit die oogpunt van die verbruikers in Suid-Afrika? Maharaj (2008:2) se studie was spesifiek gemik op die kleinhandelbedryf van die Durban Metropolitaanse gebied. 'n Empiriese studie is uitgevoer en daar is bevind dat verbruikers wel 'n akkurate begrip van die doel van kliënteloyaliteitsprogramme het en dat die meeste verbruikers in die kleinhandelbedryf aan een of meer kliënteloyaliteitsprogram behoort. Hierdie studie het verder getoon dat dit nie alleenlik die lidmaatskap aan 'n kliënteloyaliteitsprogram is wat die grootste invloed op die verbruiker se

aankoopsgedrag het nie, maar ook die voordele en belonings wat daarmee gepaard gaan (Maharaj, 2008:2).

Conradie en Goldstuck het onderskeidelik in 2003 en 2005 'n studie van kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika onderneem ter beoordeling van die waarde wat kliënteloyaliteitsprogramme aan hulle lede bied. Die kontantwaarde (berekend as 'n persentasie van kontantterug op werklike spandering), die verskeidenheid in voordeelkeuse en gebruikersvriendelikheid van die kliënteloyaliteitsprogramme is van die faktore wat oorweeg is ten einde hierdie waarde te bepaal (Conradie & Goldstuck, 2005:13) (Conradie & Goldstuck, 2003:8).

Ter samevatting dui bestaande literatuur oor kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika die volgende aan, dat:

- geweldig baie kliënteloyaliteitsprogramme in Suid-Afrika voorkom (Travel Wires, 2011);
- die verbruiker 'n behoorlike begrip toon van wat presies 'n kliënteloyaliteitsprogram behels (Maharaj, 2008:2); en
- dat daar waarde opgesluit is in Suid-Afrikaanse kliënteloyaliteitsprogramme vir die lede daarvan (Conradie & Goldstuck, 2005:13) (Conradie & Goldstuck, 2003:8)

### **3. Vorige navorsing gedoen oor die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika**

Bestaande navorsing rakende die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika handel slegs oor werknemers wat punte of myle in hulle eie naam verdien op grond van goedere of dienste wat deur hul werkgewers aangekoop is.

Pretorius (2010:4) het 'n analise gedoen rakende die belastingimplikasies van punte of myle in Suid-Afrika toegeken waar 'n werknemer/werkgewer verhouding bestaan. Daar is spesifiek op die volgende twee scenario's gefokus, naamlik: punte of myle deur werknemers verdien op 'n korporatiewe kredietkaart op grond van besigheidspandering wat vir persoonlike gebruik aangewend kan word asook punte of myle as intensief aan die werknemer toegeken as deel van 'n kliënteloyaliteitsprogram wat bedryf word deur die werkgewer. Pretorius (2010:63) het tot die gevolgtrekking gekom dat punte of myle wat deur 'n werknemer op 'n korporatiewe kredietkaart verdien is, nie belasbaar is nie en geen werknemersbelastingverpligting tot gevolg het nie. Daar bestaan nie 'n direkte verband tussen die diens gelewer en die punte of myle verdien nie en die punte of myle word nie

deur die werkgewer of 'n verwante inrigting (soos vereis deur die Sewende Bylae) toegeken nie. Daar bestaan egter onsekerheid én dit word bevraagteken of die Suid-Afrikaanse howe en die Suid-Afrikaanse Inkomstediens (hierna verwys as SAID) hierdie gevolgtrekking sal ondersteun? In die geval waar punte of myle as intensief aan die werknemer toegeken word as deel van 'n kliënteloyaliteitsprogram wat bedryf word deur die werkgewer, bestaan daar geen twyfel dat die punte of myle wel belasbaar sal wees en 'n gevolglike werknemersbelastingverpligting tot gevolg sal hê. Daar bestaan 'n direkte verband tussen die diens gelewer en die punte of myle verdien en die punte of myle word deur die werkgewer toegeken. Die aard en die waarde van die voordeel, asook die tydstip wanneer die belastinggebeurtenis plaasvind mag onbillikheid en dus onsekerheid tot gevolg hê. Al hierdie onsekerhede beklemtoon die behoefte aan leiding deur die SAID (Pretorius, 2010:64-65).

Andoh (2008:4) het 'n studie gedoen met die hoofdoelwit om vas te stel of die myle vanaf South African Airways (hierna verwys as SAA) deur 'n werknemer verdien op grond van besigheidsvlugte onderneem (gefinansier deur die werkgewer) belasbaar is, al dan nie? Daar is spesifiek verwys na die insluiting ingevolge paragraaf (c) en paragraaf (i) (Sewende Bylae byvoordeel) van die bruto inkomste definisie in die Wet. Daar is vasgestel dat slegs natuurlike persone lede van SAA Voyager Miles kan raak en dus sal dit die weknemer wees en nie die werkgewer nie, wat die myle verdien. Die enigste manier hoe die werkgewer die voordele op grond van besigheidsvlugkaartjies aangekoop kan ontvang, is deur 'n korporatiewe ooreenkoms, naamlik: die Corporate Flown Revenue Band (hierna verwys as CFRB), aan te gaan. CFRB is 'n ooreenkoms soortgelyk aan die SAA Voyager Miles-ooreenkoms, met die enigste verskil dat dit slegs beskikbaar is vir maatskappye en ander korporatiewe entiteite. 'n Empiriese studie wat deur Andoh (2008:30) uitgevoer is het aangetoon dat slegs 13% van alle werkgewers van die korporatiewe ooreenkoms gebruik maak, terwyl 87% van alle werkgewers die werknemer toelaat om Voyager myle te verdien. Verder het die studie getoon dat myle verdien deur die werknemer hoofsaaklik deur die werknemer self of deur onmiddellike familie benut word en dat dit selde vir 'n volgende besigheidsreis aangewend word. Andoh (2008:31,58) het tot die gevolgtrekking gekom dat myle wat aan die werknemer toegeken is op grond van besigheidsvlugkaartjies deur die werkgewer aangekoop:

- nie ingevolge paragraaf (i) belas kan word nie, aangesien SAA nie as 'n verwante inrigting soos vereis deur die Sewende Bylae beskou kan word nie; en

- moontlik ingevolge paragraaf (c) belas kan word indien die myle deur die werknemer ontvang as 'n geskenk vanaf die werkgever beskou word.

Jones (2009:1-2) en Clegg (2002:33-35) het ook ondersoek ingestel of Voyager myle deur 'n werknemer ontvang op grond van besigheidsvlugte onderneem 'n belasbare byvoordeel in terme van die Sewende Bylae is, al dan nie? Jones (2009:2) het tot die gevolgtrekking gekom dat myle wat aan die werknemer toegeken is op grond van besigheidsvlugkaartjies deur die werkgever aangekoop nie 'n belasbare byvoordeel is nie, aangesien daar nie 'n direkte of kousale verband tussen die dienste gelewer en die voordeel ontvang bestaan nie. Jones (2009:2) het die volgende redenasie gevolg: 'n Werknemer word gewoonlik 'n lid van die gereelde vliegprogram onafhanklik van sy of haar indiensneming en dit is nie 'n voorwaarde tot indiensneming dat die werknemer 'n lid van 'n gereelde vliegprogram moet wees nie. Die myle val die werknemer regtens toe op grond van die werknemer se lidmaatskap aan die gereelde vliegprogram vanaf die lugredery en nie vanaf die werkgever nie. Hierdie is waarskynlik die beslissende faktor ter aanduiding dat voordele wat ontstaan uit die lidmaatskap aan 'n gereelde vliegprogram nie aanleiding sal gee tot 'n belasbare byvoordeel nie ten spyte van die feit dat die aankoop van die besigheidsvlugkaartjie deur die werkgever, die toekenning van die myle veroorsaak.

Clegg (2002:33) stel voor dat een van die redes waarom Voyager myle nie deur die SAID belas word nie, is omdat die Sewende Bylae dit nie spesifiek aanspreek nie. Ten spyte van die feit dat die belasbaarheid van Voyager myle geïdentifiseer is vir die hersiening deur die Minister van Finansies in 1998, word daar huidiglik geen leiding deur die SAID gegee met betrekking tot hierdie saak nie (Clegg, 2002:33). Clegg (2002:34) argumenteer dat geen belasbare voordeel ontstaan in terme van die Sewende Bylae op die Voyager myle nie, aangesien geen belastinggebeurtenis plaasvind nie en geen koste vir die werkgever voorkom nie.

#### **4. Vergelykbaarheid met ander lande se inkomstebelastingwetgewing**

In Kanada, Denemarke, Swede (Andoh, 2008:4) en Australië (Klue, 2007:3) is dit bekend dat punte of myle verdien deur 'n werknemer op grond van goedere of dienste wat deur hul werkgevers aangekoop is in die werknemer se hande belas word. Literatuur is oorweeg wat 'n aanduiding gee van watter land se inkomstebelastingwetgewing soortgelyk is aan die van Suid-Afrikaanse wetgewing.

Willemse (2010) het in sy studie bevind dat Australië 'n land is wat 'n soortgelyke Inkomstebelastingwetgewing as die van Suid-Afrika het. Australië is een van die min belasting owerhede in die wêreld waar 'n kliënteloyaliteitsprogram-saak in die hof voorgekom het (*Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A)) en waar riglyne neergelê is oor die belastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramme, naamlik:

- Taxation Ruling 1999/6 (hierna verwys as TR 1999/6) wat handel oor die belastingimplikasies van myle vanaf 'n gereelde vliegprogram (kliënteloyaliteitsprogram) ontvang na aanleiding van die beslissing in *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A) (Australian Government, 2011 a).
- Taxation Ruling 1999/6A2 Addendum (hierna verwys as TR 1999/6A2) wat sekere wysigings aan TR 1999/6 aanbring (Australian Government, 2011b).
- Taxation Determination 1999/34 (hierna verwys as TD 1999/34) wat handel oor die belastingimplikasies van voordele (nie net myle soos in die geval van TR 1999/6 nie) vanaf 'n kliënteloyaliteitsprogram ontvang op grond van persoonlike spandering (Australian Government, 2011c).
- Practice Statement Law Administration 2004/4 (General Administration) (hierna verwys as PS LA 2004/4 (GA)) wat leiding gee vir gevalle waar 'n kliënteloyaliteitsprogramvoordeel ontvang moontlik belasbaar is en dit buite die omvang van TR 1999/6 en TD 1999/34 val. Dit beveel verder aan wanneer sulke gevalle verwys moet word na 'n senior tegniese leier vir hersiening (Australian Government, 2011d).

Hierdie riglyne word elkeen afsonderlik in Hoofstuk 7 *Oorweging en bespreking van Australiese Inkomstebelastingwetgewing en regspraak van toepassing op die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies* oorweeg en bespreek. Teen die bogenoemde agtergrond verskuif die fokus van die studie in Hoofstuk 3 na die omskrywing, kategorieë en werking van kliënteloyaliteitsprogramme.

## HOOFSTUK 3: OMSKRYWING, KATEGORIEË EN WERKING VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMME

### 1. Inleiding

In hierdie hoofstuk word 'n kliënteloyaliteitsprogram omskryf wat gevolg word deur 'n kort uiteensetting van die basiese werking van kliënteloyaliteitsprogramme. Die verskillende kategorieë kliënteloyaliteitsprogramme in die mark word individueel ontleed en bespreek.

### 2. Die omskrywing van 'n kliënteloyaliteitsprogram en relevante terme wat daarmee geassosieer word

Kliënteloyaliteitsprogramme is 'n bemarkingsstrategie wat daarop gemik is om verbruikers te werf deurdat verbruikers aangemoedig word om lojaal teenoor die verskaffer te wees (Garcia G´omez, Guti´errez Arranz, Guti´errez & Cilli´an, 2006: 387). Meyer-Waarden (2006:224) beskryf 'n kliënteloyaliteitsprogram as 'n doeltreffende geïntegreerde stelsel van bemarkingsaksies wat daarop gemik is om verbruikers meer lojaal te maak deur 'n persoonlike verhouding tussen die verskaffer en verbruiker te ontwikkel. Hierdie programme is op so 'n wyse ontwerp dat verbruikers, ongeag hoe loyaliteit bepaal of gemeet word, herhaaldelik goedere of dienste van die verskaffer sal aankoop, ten spyte van mededingende pogings om hierdie praktyk te stuit. Loyaliteit word omskryf as die sterkte van 'n verhouding tussen 'n verbruiker se relatiewe houding teenoor die verskaffer en die herhaaldelike terugkeer deur die verbruiker om goedere of dienste van hierdie verskaffer aan te koop. Hierdie verhouding word beïnvloed deur verskeie faktore, insluitend sosiale norme, omstandigheidsfaktore en persoonlikheidseienskappe (Dick & Basu, 1994: 99).

In artikel 1 van die Wet op Verbruikersbeskerming No. 68 van 2008 word die term "loyaliteitsprogram" as volg gedefinieer:

*"...any arrangement or scheme in the ordinary course of business, in terms of which a supplier of goods or services...offers or grants to a consumer any loyalty credit or award in connection with a transaction or an agreement ..."*



Die aard van die belonings word deur die frekwensie van die aankope bepaal en staan ook as “frequent purchase programmes” bekend (Garcia *et al*, 2006:387).

Meeste kliënteloyaliteitsprogramme lewer “harde” sowel as “sagte” voordele aan verbruikers as beloning vir hul herhaalde aankope. “Harde” voordele is gewoonlik ekonomies van aard, soos byvoorbeeld ’n kontantterugbewys, terwyl “sagte” voordele van ’n nie-ekonomiese aard is en eksklusiewe voordele soos spesiale uitnodigings, eksklusiewe winkellure vir lede (Gable, Fiorito, & Topol, 2006:36), toegang tot wagkamers op lughawens en subskripsies tot tydskrifte verteenwoordig (Conradie & Goldstuck, 2005:12-13). ’n Kontantterugbewys kan ingeruil word om goedere, dienste of afslag vanaf die verskaffer of gespesifiseerde vennote met betrekking tot die verskaffer te verkry. Die term kontantterugbewys, soos deur kliënteloyaliteitsprogramme gebruik, kan effens misleidend wees en beteken nie dat die kontantterugbewys vir fisiese kontant ingeruil kan word nie, maar dat dit slegs vir goedere, dienste of afslag ingeruil kan word.

### **3. Die basiese werking van kliënteloyaliteitsprogramme**

Die basiese werking van kliënteloyaliteitsprogramme is as volg:

- Lede van die algemene publiek kan aansoek doen om lidmaatskap te verkry deur ’n aansoekvorm te voltooi waar persoonlike inligting volstrek word.
- Goedgekeurde lede sal ’n lidmaatskapkaart ontvang wat tydens elke aankoopstransaksie getoon moet word ten einde punte of myle te akkumuleer.
- ’n Magnetiese strook op die agterkant van die lidmaatskapkaart sal die besonderhede van die items aangekoop tesame met die punte of myle wat daarvoor toegeken word, versamel (Maharaj, 2008:12).
- Die punte of myle wat op die lidmaatskapkaart geakkumuleer word, kan later vir goedere, dienste of ’n afslag op goedere of dienste ingeruil word.

### **4. Verskillende kategorieë kliënteloyaliteitsprogramme**

Vir doeleindes van hierdie studie en ten einde ’n beter begrip van die kliënteloyaliteitsprogramstelsel te verkry moet verdere onderafdelings van die kliënteloyaliteitsprogramme en dit wat daaruit voortvloei ontleed en bespreek word.

Verskaffers in Suid-Afrika maak gebruik van 'n wye verskeidenheid kliënteloyaliteitsprogramme wat elk uniek en op so 'n wyse ontwerp en gestruktureer is om die verskaffer se spesifieke bemarkingsbehoefte aan te spreek. Die bepalings en voorwaardes van elke unieke kliënteloyaliteitsprogram verskil van mekaar op grond van die rol wat die eienaar van die program speel asook die tipe industrie waarin die kliënteloyaliteitsprogram funksioneer.

#### **4.1 Die rol van die programmeienaar**

Kliënteloyaliteitsprogramme in die Suid-Afrikaanse mark kan volgens die rol wat die eienaar van die program speel, in drie verskillende kategorieë ingedeel word, naamlik:

- 'n Enkelmaatskappy program
- 'n Enkelmaatskappy gedomineerde program
- 'n Multi-vennoot program (Conradie & Goldstuck, 2005:12)

##### *Enkelmaatskappy program*

'n Enkelmaatskappy program word gekenmerk deur die feit dat 'n enkele eienaar (die verskaffer) die program bestuur en bedryf. Hierdie enkele eienaar is gevolglik self verantwoordelik vir die toekenning van punte of myle en ook die lewering van goedere, dienste of afslag met die inruil van punte of myle (Conradie & Goldstuck, 2005:12). 'n Voorbeeld hiervan is Clicks wat hul eie kliënteloyaliteitsprogram (naamlik die Clicks Clubcard program) bedryf en self die punte toeken wat weer by Clicks vir goedere, dienste of afslag ingeruil kan word (Naiker, 2011).

In sommige enkelmaatskappy programme word programvennote toegelaat om tot die program toe te tree. Punte of myle kan dan by enige van die programvennote verdien word, maar kan slegs by die eienaar van die program ingeruil word. Die doel van hierdie programvennote is om lidmaatskap meer aantreklik te maak deurdat verbruikers nou by meer as een verskaffer punte of myle kan verdien. Die programvennote speel 'n sekondêre rol en is op geen wyse by die bestuursfunksies van die kliënteloyaliteitsprogram betrokke nie. Die eienaar sal steeds die toekenning en inruil van punte of myle domineer (Conradie & Goldstuck, 2005:12). 'n Voorbeeld hiervan is Musica wat as 'n programvennoot binne die Clicks Clubcard kliënteloyaliteitsprogram optree. 'n Clicks Clubcard lid kan met aankope

vanaf Musica, Clicks Clubcard punte verdien, maar die punte kan alleenlik by Clicks vir goedere, dienste of afslag ingeruil word (Bergsma, 2011).

#### *Enkelmaatskappy gedomineerde program*

'n Enkelmaatskappy gedomineerde program word gekenmerk deur die feit dat 'n enkele eienaar die program bestuur en bedryf, maar is 'n meer uitgebreide program waar 'n groot aantal programvennote kan voorkom. Ingevolge hierdie program kan punte of myle by enige van die programvennote verdien word en ook by enige van die programvennote ingeruil word. Dit beteken dat die punte of myle nie net by die programeienaar ingeruil hoef te word nie. Alhoewel meer as een programvennoot in hierdie tipe program betrokke kan wees, sal die programeienaar steeds die hoofverskaffer van punte of myle en goedere, dienste of afslag wees (Conradie & Goldstuck, 2005:12). 'n Voorbeeld hiervan is die SAA Voyager kliënteloyaliteitsprogram waar lede myle kan akkumuleer op grond van aankope vanaf SAA asook verskeie ander gespesifiseerde programvennote (insluitend lugdiens en nie-lugdiens verskaffers). Die geakkumuleerde myle kan nie net by SAA vir goedere, dienste of afslag ingeruil word nie, maar ook by enige van die gespesifiseerde programvennote (South African Airways, 2011a).

#### *Multi-vennoot program*

'n Multi-vennoot program word gekenmerk deur die feit dat 'n entiteit wat onafhanklik van al die programvennote is, die program bestuur en bedryf. Hierdie entiteit vervul die rol van 'n onafhanklike operateur of 'n fasiliteerder wat slegs die onderskeie programvennote binne een program aan mekaar koppel. Die onafhanklike entiteit verskaf geen produkte buite die kliënteloyaliteitsprogram self nie. Ingevolge hierdie program kan punte of myle by enige van die programvennote verdien word en ook by enige van die programvennote ingeruil word (Conradie & Goldstuck, 2005:12-13). 'n Voorbeeld hiervan is eBucks wat as 'n onafhanklike operateur van verskeie programvennote optree. Punte kan by enige van die programvennote verdien, asook ingeruil word (eBucks, 2011a).

## **4.2 Die verskillende tipes industrie sektore**

Kliënteloyaliteitsprogramme in die Suid-Afrikaanse mark kan volgens die tipe bedryf waarin die program funksioneer verder in een van die volgende industrieë ingedeel word, naamlik:

- Finansiële dienste
- Gereelde vliegprogramme
- Kleinhandelprogramme
- Multi-sektor programme
- Reis- en ontspanningsprogramme
- Lewensstyl- en gesondheidsprogramme (Conradie & Goldstuck, 2005:13) (Conradie & Goldstuck, 2003:8).

## **5. Gevolgtrekking**

Na afloop van hierdie hoofstuk is 'n deeglike begrip verkry van die definisie van 'n kliënteloyaliteitsprogram asook relevante begrippe wat daarmee geassosieer word. Die basiese werking van kliënteloyaliteitsprogramme is vervolgens bespreek asook die verskillende kategorieë kliënteloyaliteitsprogramme.

Ten einde 'n beter begrip van die werking van die kliënteloyaliteitsprogramme te verkry word 'n seleksie van kliënteloyaliteitsprogramme in Hoofstuk 4 gemaak vir verdere ondersoek na die bepalings en voorwaardes in Hoofstuk 5.

## HOOFSTUK 4: SELEKSIE VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMME VIR VERDERE ONDERSOEK

### 1. Inleiding

Meer as 100 (Conradie, 2011) kliënteloyaliteitsprogramme, elk met unieke bepalinge en voorwaardes, kom in die Suid-Afrikaanse mark voor. Ten einde 'n beter begrip van die werking van die kliënteloyaliteitsprogramme te verkry is 'n seleksie van die kliënteloyaliteitsprogramme gemaak wat verder in Hoofstuk 5 ondersoek sal word.

Op grond van die groot hoeveelheid kliënteloyaliteitsprogramme, elk met unieke bepalinge en voorwaardes is sekere vereistes oorweeg om die populasie vir steekproefneming te selekteer. Om ingesluit te word by die populasie moet die kliënteloyaliteitsprogram aan sekere vereistes voldoen ten einde te kwalifiseer vir verdere ondersoek (verwys na punt 2 *Vereistes ter oorweging vir identifikasie*). Aangesien die bepalinge en voorwaardes van elke unieke kliënteloyaliteitsprogram verskil op grond van die rol wat die programmeienaar speel asook die tipe industrie sektor waarin die kliënteloyaliteitsprogram homself bevind, is beide hierdie faktore in ag geneem by die bepaling van die steekproef. Die seleksie is gemaak gegrond op die inligting verkry uit die mees onlangse studie oor kliënteloyaliteitsprogramme in die Suid-Afrikaanse mark deur Conradie (2007:1-144).

### 2. Vereistes ter oorweging vir identifikasie

Om by die populasie ingesluit te word moet die kliënteloyaliteitsprogram aan die volgende vereistes voldoen:

#### *Nasionaal beskikbaar aan die algemene publiek*

Kliënteloyaliteitsprogramme wat hoofsaaklik elektronies funksioneer in vergelyking met fisiese winkelteenwoordigheid is by die omvang van die studie uitgesluit. Personeelaansporingsprogramme is uitgesluit, aangesien dit nie aan die algemene publiek beskikbaar is nie (Conradie, 2007:13). Kliënteloyaliteitsprogramme wat slegs 'n beperkte geografiese gebied bedien is ook by die omvang van die studie uitgesluit (byvoorbeeld spesifieke winkelsentrum voordele kliënteloyaliteitsprogram) (Conradie & Goldstuck, 2005:8).

### *Tegnologies gedrewe*

Om binne die omvang van die studie te val moet die kliënteloyaliteitsprogram tegnologies gedrewe wees deurdat verbruikersdata ingesamel word. Kliënteloyaliteitsprogramme waar 'n toegekende lidmaatskapkaart tydens elke aankoopstransaksie van 'n spesifieke produk of diens gestempel word ten einde 'n gratis produk of diens te ontvang wanneer die kaart vol gestempel is, is by die omvang van die studie uitgesluit. Hier word geen verbruikersdata ingesamel nie en dus is die kliënteloyaliteitsprogram nie tegnologies gedrewe nie (Conradie, 2007:13).

### *Hoofoperateursprogram (eie vertaling vir "Parent program")*

Slegs hoofoperateur kliënteloyaliteitsprogramme word by die omvang van die studie ingesluit. Die hoofoperateurs van 'n kliënteloyaliteitsprogram tree op as die fasiliteerders van die kliënteloyaliteitsprogram. Sommige entiteite bied deelname aan 'n kliënteloyaliteitsprogram waar die genoemde entiteit nie self die hoofoperateur van die kliënteloyaliteitsprogram is nie. 'n Voorbeeld hiervan is Standard Bank wat hul kredietkaartgebruikers deelname aan SAA Voyager bied. Standard Bank tree hier slegs as 'n vennoot op en nie as die hoofoperateur nie. Standard Bank is dus nie 'n hoofoperateurprogram nie (Conradie, 2007:13) en word by die omvang van die studie uitgesluit.

### *Bekendgestel voor 1 Maart 2007*

Kliënteloyaliteitsprogramme moes voor 1 Maart 2007 ten volle in werking getree het om by die omvang van die studie ingesluit te word (Conradie, 2007:13).

### *Gedragspatroon belonings*

Om binne die omvang van die studie te val moet die kliënteloyaliteitsprogram se aansporingsfokus aankope wees. Waar dit wel die geval is vir die meeste kliënteloyaliteitsprogramme kom daar ook kliënteloyaliteitsprogramme voor met 'n alternatiewe aansporingsfokus. 'n Voorbeeld hiervan is 94.7 Highveld Stereo Club VIP wat geen produk of diens verkoop nie, maar waar die gedragspatroonbeloning die inskakeling op die radiostasie verteenwoordig. Eskom Wired to Win beloon hul verbruikers deur punte toe te ken indien hul verbruikers hul maandelikse elektrisiteitsrekeninge betyds vereffen (Conradie, 2007:10). Hierdie tipe kliënteloyaliteitsprogramme is ook by die omvang van die studie uitgesluit.

Die volgende verteenwoordig die populasie van die Suid-Afrikaanse kliënteloyaliteitsprogramme wat geïdentifiseer is omrede dit aan die bogenoemde vereistes voldoen het:

- ABSA Rewards
- American Express Membership Rewards
- City Lodge Lodgers Club
- Clicks Clubcard
- Dis-chem Benefit Programme
- Discovery Card Vitality
- eBucks
- Edgars Purple Cash Card
- Exclusive Books Fanatics
- Exclusive Club British Airways
- Greenbacks
- Infinity
- Kulula Moolah
- Mahala
- Maxiclub
- Medihelp STEPup
- Meltz rewards
- Miles and More
- Protea Hotels Procard Club
- SAA Voyager
- Skywards
- Southern Sun Frequent Guest
- Ster-Kinekor Movie Club
- Sun International Most Valued Guest (hierna verwys as MVG)
- Virgin Atlantic Flying Club
- Vodacom Talking Points
- Vodacom Creditcard
- Woolworths wPoints

Hierdie kliënteloyaliteitsprogramme is verder onderverdeel in die volgende twee kategorieë soos in punt 3 *Onderverdeling van kliënteloyaliteitsprogramme* hieronder bespreek word:

- Rol van die programeienaar
- Industrie sektor

### 3. Onderverdeling van kliënteloyaliteitsprogramme

#### 3.1 Rol van die progameienaar

Drie verskillende kliënteloyaliteitsprogramme volgens die rol wat die progameienaar speel (Conradie & Goldstuck, 2005:11) kom voor, naamlik:

- 'n Enkelmaatskappy program
- 'n Enkelmaatskappy gedomineerde program
- 'n Multi-vennoot program

Verwys na Hoofstuk 3, punt 4.1 *Die rol van die progameienaar* op bladsy 13 vir 'n beskrywing van elk van die bogenoemde tipe kliënteloyaliteitsprogramme.

Die geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme wat die populasie vir steekproefneming uitmaak is toegedeel op grond van die rol wat die progameienaar speel en is in die onderstaande tabel uiteengesit.

*Tabel 4.1 Kliënteloyaliteitsprogramme toegedeel volgens die rol wat die progameienaar speel*

<b>Enkelmaatskappy program</b>	<b>Enkelmaatskappy gedomineerde programme</b>	<b>Multi-vennoot program</b>
City Lodge Lodgers Club	ABSA Rewards	eBucks
Clicks Clubcard	American Express Membership Rewards	Infinity
Dis-chem Benefit Programme	Discovery Card Vitality	Mahala
Edgars Purple Cash Card	Exclusive Club British Airways	Maxiclub
Exclusive Books Fanatics	Greenbacks	Medihelp STEPup
Kulula Moolah	Meltz	Miles and More
Protea Hotels Procard Club	SAA Voyager	
Ster-Kinekor Movie Club	Skywards	
Sun International MVG	Southern Sun Frequent Guest	
Vodacom Talking Points	Virgin Atlantic Flying Club	
Woolworths wPoints	Vodacom Credit Card	



### **3.2 Industrie sektore**

Ses verskillende kliënteloyaliteitsprogramme volgens industrie sektor (Conradie, 2007:13; Conradie & Goldstuck, 2003:8; Conradie & Goldstuck, 2005:13) kom voor, naamlik:

- Finansiële dienste (kredietkaartprogramme)
- Gereelde vliegprogramme
- Kleinhandelprogramme
- Multi-sektor programme
- Reis- en ontspanningsprogramme
- Lewenstyl- en gesondheidsprogramme

Die geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme wat die populasie vir steekproefneming uitmaak is toegedeel op grond van die industrie sektor waarin die kliënteloyaliteitsprogram homself bevind en is in die onderstaande tabel uiteengesit.

Tabel 4.2 Kliënteloyaliteitsprogramme toegeedeel volgens industrie sektor

<b>Finansiële dienste</b>	<b>Gereelde vlieg-programme</b>	<b>Kleinhandel-programme</b>	<b>Multi-sektor programme</b>	<b>Reis- en ontspannings-programme</b>	<b>Lewenstyl- en gesondheids-programme</b>
ABSA Rewards	Exclusive Club British Airways	Clicks Clubcard	eBucks	City Lodge Lodgers Club	Discovery Card Vitality
American Express Membership Rewards	Miles and More	Dis-chem Benefit Programme	Infinity	Maxiclub	Medihelp STEPup
Discovery Card Vitality	SAA Voyager	Edgars Purple Cash Card	Mahala	Protea Hotels Prokard	
Greenbacks	Skywards	Exclusive Books Fanatics		Southern Sun Frequent Guest	
Kulula Moolah	Virgin Atlantic Flying Club	Meltz		Ster-Kinekor Movie Club	
Vodacom creditcards	Kulula Moolah			Sun International Most Valued Guest	
Woolworths wPoints				Vodacom Talking Points	

#### 4. Seleksie van kliënteloyaliteitsprogramme

Kliënteloyaliteitsprogramme is geïdentifiseer op grond van die volgende seleksiemetodes ten einde verder ondersoek te word en word apart hieronder bespreek, naamlik:

- Dekking
- Stratifikasie deur middel van willekeurige seleksie

##### 4.1 Dekking

Om te bepaal watter Suid-Afrikaanse kliënteloyaliteitsprogramme verder ondersoek moet word, is daar besluit om die gewildste kliënteloyaliteitsprogramme te teiken. Die gewildheid van kliënteloyaliteitsprogramme is vasgestel deur te verwys na die aantal *bekende* aktiewe lede per kliënteloyaliteitsprogram. Daar is 'n direkte korrelasie tussen die aantal aktiewe lede van die kliënteloyaliteitsprogramme en die randwaarde van die totale punte of myle wat in terme van elke kliënteloyaliteitsprogram toegeken word. Met die belastingimplikasies as die doel van die studie, maak dit sin om die gewildste kliënteloyaliteitsprogramme waar die grootste randwaarde betrokke is, te teiken.

Die gewildste kliënteloyaliteitsprogramme gebaseer op die *bekende* aktiewe ledegetalle is gevolglik geselekteer om deel te vorm van die steekproef. Verwys na onderstaande tabel vir die aantal *bekende* aktiewe en totale lede per geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme.

*Tabel 4.3 Aantal bekende aktiewe en totale lede per kliënteloyaliteitsprogramme*

<b>Kliënteloyaliteits- program</b>	<b>Aktiewe lede</b>	<b>Totale lede</b>	<b>(Conradie 2007)</b>
Clicks Clubcard	2 100 000	4 000 000	bl. 135, 235
eBucks	1 100 000	1 100 000	bl. 188, 235
Edgars Purple Cash Card	1 080 000	1 800 000	bl. 143, 235
SAA Voyager	890 000	1 900 000	bl. 89, 235
Dis-chem Benefit Programme	750 000	1 000 000	bl. 139, 235
Exclusive Books Fanatics	535 000	535 000	bl. 145, 235
Sun International MVG	505 000	505 000	bl. 181, 235
Infinity	491 000	127 700	bl. 198, 235
Discovery Card Vitality	374 000	374 000	bl. 33, 235
ABSA Rewards	150 000	150 000	bl. 23, 235

Greenbacks	150 000	150 000	bl. 38, 235
Ster-Kinekor Movie Club	116 400	1 547 000	bl. 178
Protea Hotels Procard Club	110 000	110 000	bl. 160, 235
Maxiclub	108 000	108 000	bl. 174, 235
American Express Membership Rewards	100 000	100 000	bl. 27, 235
Mahala	50 000	50 000	bl. 203, 235
Medihelp STEPup	15 000	15 000	bl. 212, 235
Exclusive Club British Airways	Onbekend	Onbekend	bl. 68, 235
Skywards	Onbekend	Onbekend	bl. 109, 235
Southern Sun Frequent Guest	Onbekend	Onbekend	bl. 163, 235
Vodacom Talking Points	Onbekend	Onbekend	bl. 219, 235
Vodacom Creditcard	Onbekend	Onbekend	bl. 53, 235
Woolworths wPoints	Onbekend	Onbekend	bl. 57, 235
Miles and more	Onbekend	Onbekend	bl. 78, 235
City Lodge Lodgers Club	Konfidensieel	Konfidensieel	bl. 156, 235
Kulula Moolah	Konfidensieel	Konfidensieel	bl. 50, 235
Meltz rewards	Konfidensieel	Konfidensieel	bl. 149, 235
Virgin Atlantic Flying Club	Konfidensieel	Konfidensieel	bl. 119, 235

Onderstaande tabel bevat die seleksie van die gewildste kliënteloyaliteitsprogramme op grond van die grootste aantal *bekende* aktiewe lede.

Tabel 4.4 Geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme

<b>Kliënteloyaliteitsprogramme geselekteer</b>	<b>Aktiewe lede</b>
Clicks Clubcard	2 100 000
eBucks	1 100 000
Edgars Purple Cash Card	1 080 000
SAA Voyager	890 000
Dis-chem Benefit Programme	<u>750 000</u>
Totale <i>bekende</i> aktiewe lede van geselekteerde programme	<b>5 920 000</b>
Totale <i>bekende</i> aktiewe lede van geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme	<b>8 624 400</b>
Dekking	<b>69%</b>

Deur vyf kliënteloyaliteitsprogramme te selekteer word 69% dekking verkry.

#### 4.2 Stratifikasie deur middel van willekeurige seleksie

Die steekproef moet ten minste een van elke tipe Suid-Afrikaanse kliënteloyaliteitsprogramme insluit om groter dekking te verseker. Die populasie van kliënteloyaliteitsprogramme kan in verskillende stratum gestratifiseer word ten einde te verseker dat die steekproef alle tipes kliënteloyaliteitsprogramme insluit. Die eerste drie stratum is geïdentifiseer op grond van die rol van die programmeienaar, naamlik:

- 'n Enkelmaatskappy program
- 'n Enkelmaatskappy gedomineerde program
- 'n Multi-vennoot program

Die volgende stratum is geïdentifiseer op grond van die verskillende industrie sektore, naamlik:

- Finansiële dienste
- Gereelde vliegprogramme
- Kleinhandelprogramme
- Multi-sektor programme
- Reis- en ontspanningsprogramme
- Lewensstyl- en gesondheidsprogramme

Die vyf kliënteloyaliteitsprogramme soos reeds hierbo geselekteer val elk in een van die drie stratum op grond van die rol wat die programmeienaar speel en word in die onderstaande tabel uiteengesit.

*Tabel 4.5 Reeds geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme binne drie stratum per rol van programmeienaar*

<b>Enkelmaatskappy program</b>	<b>Enkelmaatskappy gedomineerde program</b>	<b>Multi-vennoot program</b>
Clicks Clubcard	SAA Voyager	eBucks
Dis-chem Benefit Programme		
Edgars Purple Cash Card		

Geen addisionele kliënteloyaliteitsprogram moet dus met willekeurige seleksie verder geselekteer te word ten einde verteenwoordigheid in elk van die drie stratusse geïdentifiseer te verseker nie, aangesien die bestaande seleksie reeds verteenwoordigend is.

Die vyf geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme val elk in een van die ses stratusse op grond van industrie sektor en word in die onderstaande tabel uiteengesit.

*Tabel 4.6 Reeds geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme binne ses stratusse per industrie sektor*

<b>Finansiële dienste</b>	<b>Gereelde vlieg-programme</b>	<b>Kleinhandel-programme</b>	<b>Multi-sektor programme</b>	<b>Reis- en ontspannings-programme</b>	<b>Lewenstyl- en gesondheids-programme</b>
	SAA Voyager	Clicks Clubcard	eBucks		
		Dis-chem Benefit Programme			
		Edgars Purple Cash Card			

Al die stratus word dus nie verteenwoordig vanuit bestaande seleksie nie en addisionele kliënteloyaliteitsprogramme is willekeurig geselekteer vir die volgende drie stratus:

- Finansiële dienste
- Reis- en ontspanningsprogramme
- Lewenstyl- en gesondheidsprogramme

#### *Finansiële dienste stratum*

Die onderstaande tabel toon die oorblywende kliënteloyaliteitsprogramme wat binne die finansiële dienste stratum val, tesame met die ooreenstemmende *bekende* aktiewe ledetal wat beskikbaar is vir seleksie.

*Tabel 4.7 Oorblywende finansiële dienste programme beskikbaar vir seleksie*

<b>Finansiële dienste</b>	<b>Aktiewe lede</b>
Discovery Card Vitality	374 000
ABSA Rewards	150 000
Greenbacks	150 000
American Express Membership Rewards	100 000
Vodacom creditcards	Onbekend
Woolworths wPoints	Onbekend
Kulula Moolah	Konfidensieel

Discovery Card Vitality het die meeste *bekende* aktiewe lede en sal om hierdie rede by die steekproef ingesluit word.

#### *Lewenstyl- en gesondheidsstratum*

Die onderstaande tabel toon die oorblywende kliënteloyaliteitsprogramme wat binne die lewenstyl- en gesondheidsstratum val, tesame met die ooreenstemmende *bekende* aktiewe ledetal wat beskikbaar is vir seleksie.

*Tabel 4.8 Oorblywende lewenstyl- en gesondheidsprogramme beskikbaar vir seleksie*

<b>Lewenstyl- en gesondheidsprogramme</b>	<b>Aktiewe lede</b>
Discovery Card Vitality	505 000
Medihelp STEPup	15 000

Discovery Card Vitality het die meeste *bekende* aktiewe lede en sal om hierdie rede by die steekproef ingesluit word. Discovery Card Vitality kan as 'n finansiële dienste program,

sowel as 'n lewenstyl- en gesondheidsprogram beskou word. 'n Discoverykredietkaarthouer wat ook 'n Vitality lid is kan verskeie voordele bekom wat grotendeels gesondheidsgeoriënteerd is op grond van kredietkaartaankope. Met die tweeledige eienskap kan 'n enkele kliënteloyaliteitsprogram ondersoek word wat twee stratum dek.

#### *Reis- en ontspanningsstratum*

Die onderstaande tabel toon die oorblywende reis- en ontspanningsprogramme tesame met ooreenstemmende *bekende* aktiewe ledetal wat beskikbaar is vir seleksie.

*Tabel 4.9 Oorblywende reis- en ontspanningsprogramme beskikbaar vir seleksie*

<b>Reis- en ontspanningsprogramme</b>	<b>Aktiewe lede</b>
Sun International MVG	505 000
Ster-Kinekor Movie Club	116 400
Protea Hotels Prokard	110 000
Maxiclub	108 000
Southern Sun Frequent Guest	Onbekend
Vodacom Talking Points	Onbekend
City Lodge Lodgers Club	Konfidensieel

Sun International MVG het die meeste *bekende* aktiewe lede en is om hierdie rede by die steekproef ingesluit.



Met willekeurige seleksie van twee addisionele programme sal die steekproef soos uiteengesit in die onderstaande tabel die volgende industrie sektore verteenwoordig:

*Tabel 4.10 Geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme verteenwoordigend van elke stratum per industrie sektor*

<b>Finansiële dienste</b>	<b>Gereelde vlieg-programme</b>	<b>Kleinhandel-programme</b>	<b>Multi-sektor programme</b>	<b>Reis- en ontspannings-programme</b>	<b>Lewenstyl- en gesondheids-programme</b>
Discovery Card Vitality	SAA Voyager	Clicks Clubcard	eBucks	Sun International Most Valued Guest	Discovery Card Vitality
		Dis-chem Benefit Programme			
		Edgars Purple Cash Card			

Die finale steekproef van kliënteloyaliteitsprogramme, elkeen se *bekende* aktiewe ledetal, die rol van die programmeienaar asook die industrie sektor word in onderstaande tabel uiteengesit.

Tabel 4.11 Geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme

<b>Kliënteloyaliteitsprogramme geselekteer</b>	<b>Aktiewe lede</b>	<b>Rol van programmeienaar</b>	<b>Industrie sektor</b>
Clicks Clubcard	2 100 000	Enkel maatskappy program	Kleinhandel program
eBucks	1 100 000	Multi-vennoot program	Multi-sektor program
Edgars Purple Cash Card	1 080 000	Enkel maatskappy program	Kleinhandel program
SAA Voyager	890 000	Enkel maatskappy gedomineerde programme	Gereelde vlieg program
Dis-chem Benefit Programme	750 000	Enkel maatskappy program	Kleinhandel program
Discovery Card Vitality	374 000	Enkel maatskappy gedomineerde programme	Finansiële dienste en Lewenstyl en gesondheids program
Sun International Most Valued Guest	<u>505 000</u>	Enkel maatskappy program	Reis en ontspannings program
Totale <i>bekende</i> aktiewe lede van geselekteerde programme	<b>6 799 000</b>		
Totale <i>bekende</i> aktiewe lede van geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme	<b>8 624 400</b>		
Dekking	<b>79%</b>		

Met inagneming van die statistiek van die totale *bekende* aktiewe lede per geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogram wat vanuit die studie gedoen deur Conradie (2007:1-144) verkry is, is kliënteloyaliteitsprogramme op so 'n wyse geselekteer wat verseker dat 79% van die totale *bekende* aktiewe lede per geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme verteenwoordig word.

## **5. Beperkings van seleksiemetodes**

Indien 'n ewekansige steekproef vanuit die totale populasie van 28 kliënteloyaliteitsprogramme getrek is kan afleidings en gevolgtrekkings oor die hele populasie gemaak word. Die afleidings en gevolgtrekkings vanuit die ondersoek van hierdie steekproef kan dus nie op 'n statistiese wyse gemaak word nie, aangesien 'n ewekansige steekproef nie getrek is nie, maar gegewe die bostaande persentasie, kan daar met 'n redelike mate van vertroue aangevoer word dat dit wesenlik die bepalings en voorwaardes van kliënteloyaliteitsprogramme in die Suid-Afrikaanse mark verteenwoordig.

## **6. Gevolgtrekking**

Vir doeleindes van hierdie studie is sewe kliënteloyaliteitsprogramme in hierdie hoofstuk as volg geselekteer:

- Die populasie is vasgestel deur te verwys na sekere vereistes
- Die populasie is onderverdeel volgens die rol wat die programeienaar speel asook die tipe industrie waarin die kliënteloyaliteitsprogram funksioneer
- Die volgende twee seleksiemetodes is toegepas op die populasie:
  - Dekking
  - Stratifikasie deur middel van willekeurige seleksie

Ter afsluiting is sekere beperkings van die seleksiemetodes gebruik beklemtoon.

Hierdie sewe geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme se bepalings en voorwaardes sal in Hoofstuk 5 verder ondersoek word. 'n Vergelyk sal tussen die ooreenkomste en verskille van die bepalings en voorwaardes getref word ten einde die kliënteloyaliteitsprogramme te kategoriseer vir die ondersoek na die belasbaarheid daarvan.

## HOOFSTUK 5: ONTLEDING VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMME SE BEPALINGS EN VOORWAARDES

### 1. Inleiding

In die voorafgaande hoofstuk is 'n seleksie gemaak van die vyf gewildste kliënteloyaliteitsprogramme op grond van die aantal *bekende* aktiewe lede per program. Die populasie is gestratifiseer op grond van die rol wat die programmeienaar speel asook die tipe industrie sektor waarin die kliënteloyaliteitsprogram homself bevind. Die seleksie is uitgebrei deur 'n verdere twee kliënteloyaliteitsprogramme te selekteer om te verseker dat die steekproef verteenwoordigend is van al die rolle wat die programmeienaar speel, asook al die industrie sektore. Die sewe geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme verseker dat 79% van totale *bekende* aktiewe lede per geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme verteenwoordig word. Verwys na Hoofstuk 4 vir 'n breedvoerige bespreking van die bogenoemde seleksie.

In Hoofstuk 5 word die agtergrond, waarde van punte of myle sowel as die bepalings en voorwaardes van elkeen van die geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme aangespreek. Die geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme is op grond van hul onderskeie bepalings en voorwaardes verder ondersoek ten einde 'n vergelyk te tref tussen die ooreenkomste en verskille daarvan. Hierdie vergelyking sal aangewend word om die kliënteloyaliteitsprogramme te kategoriseer vir die ondersoek na die belasbaarheid daarvan.

Wanneer 'n verbruiker by 'n kliënteloyaliteitsprogram aansluit word die verbruiker 'n lid van die spesifieke kliënteloyaliteitsprogram. In die voorafgaande hoofstukke is hoofsaaklik na 'n verbruiker verwys en in Hoofstuk 5 word daar voortaan na die verbruiker as 'n lid verwys.

## 2. Ontleding van kliënteloyaliteitsprogramme se bepalings en voorwaardes

### 2.1 Clicks Clubcard

#### (a) Agtergrond

##### *Clicks Clubcard*

Clicks Clubcard is 'n enkelmaatskappy kleinhandelprogram. Clicks Clubcard lede kan drie verskillende soorte punte verdien deur die aanbieding van 'n Clicks klubkaart tydens elke aankoopstransaksie. Die drie verskillende soorte punte word hieronder bespreek en is as volg:

- Klubkaartpunte
- Pluspunte
- Bonuspunte

##### *Klubkaartpunte*

Clicks Clubcard lede kan met elke aankoopstransaksie van minstens R10, klubkaartpunte verdien. Een klubkaartpunt word verdien vir elke R5 spandeer onderhewig aan die vereiste dat 'n minimum van R10 spandeer moet word (Naiker, 2011).

##### *Pluspunte*

'n Clicks Clubcard lid kan pluspunte verdien op grond van aankope by 'n Clicks *apteek*. Een pluspunt word verdien vir elke R10 wat by die apteek spandeer word, sonder 'n minimum vereiste spanderingswaarde (Naiker, 2011).

##### *Bonuspunte*

Bonuspunte word gedurende promosies of spesiale aanbiedinge van geselekteerde produkte verdien (Naiker, 2011). Een bonuspunt (addisioneel tot die klubkaartpunt) word verdien vir elke R5 wat op gemerkte bonuspuntprodukte spandeer word, sonder 'n minimum vereiste spanderingswaarde (Williams, 2011a). 'n Goue klubkaartlid kan ook bonuspunte verdien vir elke klubkaartpunt wat bokant 'n vlak van 150 punte in 'n drie-maande tydperk verdien is (Naiker, 2011) (Clicks statusvlakke word onder punt 2.1 (b) *Bepalings en voorwaardes* op bladsy 33 uiteengesit).

Indien 'n 100 klubkaartpunte in 'n drie-maande tydperk verdien is, kwalifiseer die lid vir 'n kontantterugbewys (die bepaalde waarde van die kontantterugbewys word uiteengesit in punt 2.1 (c) *Waarde van Clicks Clubcard punte* op bladsy 35). 'n Kontantterugbewys vir alle klubkaartpunte, pluspunte en bonuspunte sal aan die lid gestuur word. Kontantterugbewyse word vier keer per jaar geos, naamlik: Januarie, April, Julie en Oktober (Clicks customer care line, 2011). As 'n lid nog nie aan die einde van die drie-maande tydperk kwalifiseer met die vereiste 100 klubkaartpunte nie, word die punte na die volgende tydperk oorgedra. Hierdie kontantterugbewys met 'n spesifieke randwaarde kan dan by enige Clicks winkel ingeruil word vir goedere of afslag op goedere (Naiker, 2011).

#### *Clicks Clubcard en Discovery Vitality*

Indien 'n Clicks Clubcard lid ook 'n Discovery Vitality lid is kan die Clicks Clubcard Vitality voordeel geaktiveer word wat sal verseker dat die lid die voordeel van tussen 5% en 15% (afhangende van die lid se Vitality status) (Vitality statusvlakke word onder punt 2.1 (b) *Bepalings en voorwaardes* uiteengesit) van die waarde van alle aankope by Clicks in die vorm van kontantterugbewyse sal ontvang.

### **(b) Bepalings en voorwaardes**

#### *Clicks Clubcard*

Die kontantterugbewys (soos gedefinieer in Hoofstuk 3, punt 2 *Die omskrywing van 'n kliënteloyaliteitsprogram en relevante terme wat daarmee geassosieer word* op bladsy 11) sal een jaar na die datum van uitreiking verval en kan nie vir kontant ingeruil word nie (Naiker, 2011). Natuurlike persone, maatskappye, beslote korporasies en trusts kan as lede van hierdie kliënteloyaliteitsprogram kwalifiseer (Williams, 2011b). Lede van 'n gesin kan ook elk 'n kaarthouer wees en punte gesamentlik op 'n enkele rekening verdien (De Waal, 2011). Uitgereikte kontantterugbewyse is aan die lid se unieke klubkaart gekoppel en kan gevolglik nie aan 'n ander lid oorgedra word nie (Naiker, 2011). Twee verskillende Clicks Clubcard statusvlakke kom voor, naamlik: blou en goud. Wanneer 'n lid by Clicks aansluit word 'n blou kaart toegeken en indien 240 klubkaartpunte binne 'n 12-maande tydperk verdien word, word die status van die lid na goud opgegradeer. Die goue kaart stel die lid in staat om bonuspunte te verdien vir elke klubkaartpunt wat bokant 'n vlak van 150 punte in 'n drie-maande tydperk verdien is. Indien 'n klubkaartlid ook 'n Discovery Vitality lid is, sal die lid outomaties na goue status opgegradeer word (Clicks, 2011a).

*Clicks Clubcard en Discovery Vitality*

Dieselfde bepalings en voorwaardes van 'n Clicks Clubcard is ook hier van toepassing met die volgende uitsonderings. Om 'n Vitality lid te wees, en dus van die bogenoemde stelsel gebruik te maak, moet die Clicks Clubcard lid ook 'n lid van Discovery wees (Clicks, 2011a). Die kliënteloyaliteitsprogram word beperk tot natuurlike persone, aangesien slegs natuurlike persone lede van Discovery en uiteindelik van Vitality kan wees (Discovery customer care line, 2011). Vyf verskillende Vitality statusvlakke kom voor, naamlik: blou, brons, silwer, goud en diamant. Met aansluiting sal elke lid 'n blou status verkry. Ten einde 'n hoër statusvlak te bereik moet die lid 'n gespesifiseerde aantal Vitality punte in 'n 12-maande tydperk verdien (verwys na punt 2.6 *Discovery Card Vitality (b) Bepalings en voorwaardes* op bladsy 42 vir die toekenning van Vitality punte). Toegang tot 'n hoër statusvlak word ook tot 'n sekere tydperk beperk waarna die lid weer moet herkwalifiseer (Discovery customer care line, 2011). Hoe hoër 'n lid se status hoe meer eksklusief word die voordele (Discovery, 2011a). Die eerste 2% van die kontantterugbewys word toegeken as Clicks klubkaartpunte, terwyl die balans as Clicks bonuspunte toegeken word (Clicks, 2011a). Die onderstaande tabel bevat 'n uiteensetting van die wyse waarop die persentasie voordeel ingevolge die verskillende Vitality statusvlakke onder die Clicks Clubcard Vitality program toegeken word.

*Tabel 5.1 Toedeling van persentasie Clicks Clubcard Vitality voordele*

<b>Vitality Status</b>	<b>Clicks afslag (klubkaartpunte)</b>	<b>Vitality afslag (bonuspunte)</b>	<b>Totale voordeel</b>
Blou	2%	3%	5%
Bron	2%	5%	7%
Silwer	2%	7%	9%
Goud	2%	10%	12%
Diamant	2%	13%	15%

Gestel 'n Clicks Clubcard lid met 'n silwer Vitality status koop R200 se goedere aan, sal 40 Clicks klubkaartpunte en 140 Clicks bonuspunte in kontantterugbewyse verdien word (Kamish, 2011). Die bonuspunte is van toepassing tot en met 'n geakkumuleerde verkoopswaarde van R1 500 in 'n kalenderjaar, waarna die normale 2% kontantterugbewys as klubkaartpunte toegedeel word (Kamish, 2011).

### **(c) Waarde van Clicks Clubcard punte**

#### *Clicks Clubcard*

Een klubkaartpunt, pluspunt en bonuspunt is elk R0.10 werd en die waarde per punt sal oor die verloop van tyd onveranderd bly (byvoorbeeld oor vyf jaar gaan 100 punte steeds R10 werd wees) (De Waal, 2011). Elke kontantterugbewys het 'n spesifieke randwaarde wat gebaseer is op die punte wat tydens elke drie-maande tydperk geakkumuleer word (Clicks, 2011b).

Ter illustrasie:

- Indien 'n Clicks Clubcard lid 'n R500 se goedere aankoop, sal 100 Clicks klubkaartpunte ter waarde van R10 in kontantterugbewyse verdien word.
- Indien 'n Clicks Clubcard lid 'n R100 se goedere by 'n Clicks *apteek* aankoop, sal 10 Clicks pluspunte ter waarde van R1 in kontantterugbewyse verdien word.
- Indien 'n Clicks Clubcard lid 'n R100 se bonuspuntprodukte aankoop, sal 20 Clicks klubkaartpunte ter waarde van R2 en 20 Clicks bonuspunte ter waarde van R2 in kontantterugbewyse verdien word.

#### *Clicks Clubcard en Discovery Vitality*

Dieselfde reëls ter bepaling van die waarde van kontantterugbewyse onder die Clicks Clubcard program geld ook vir die Clicks Clubcard en Discovery Vitality Program.

Ter illustrasie:

- Indien 'n Clicks Clubcard lid met 'n silwer Vitality status 'n R500 se goedere aankoop, sal 100 Clicks klubkaartpunte ter waarde van R10 en 350 Clicks bonuspunte ter waarde van R35 in kontantterugbewyse verdien word.

## **2.2 eBucks**

### **(a) Agtergrond**

eBucks is 'n multi-vennoot program ('n derdeparty wat 'n kliënteloyaliteitsprogram namens gespesifiseerde kleinhandelsvennote bedryf). 'n eBucks lid kan deur enige aankope vanaf die gespesifiseerde kleinhandelsvennote eBucks-punte op die kaart verdien (eBucks, 2011a). Die koers waarteen punte verdien word, word ingevolge 'n verdiensteskedule bepaal. Elke kleinhandelsvennoot se verdiensteskedule is uniek en aan verandering onderhewig sonder enige kennisgewing aan die lede (eBucks customer care line, 2011).



Die eBucks-punte verdien kan gebruik word om aanlyn inkopies te doen of om goedere by die gespesifiseerde kleinhandelsvennote aan te koop (eBucks, 2011a).

### **(b) Bepalings en voorwaardes**

Punte wat op die eBucks kaart geakkumuleer word, is nie aan 'n vervaldatum onderhewig nie (eBucks, 2011b). eBucks punte kan nie vir kontant ingeruil word nie, maar geskenkbewyse kan wel daarmee bekom word. Natuurlike persone, maatskappye en beslote korporasies kan as lede van hierdie kliënteloyaliteitsprogram kwalifiseer, maar nie trusts nie. eBucks bied nie aan 'n gesin die opsie om gesamentlik punte in 'n rekening te akkumuleer nie. Elke gesinslid sal as 'n individuele lid kwalifiseer en punte op 'n individuele rekening akkumuleer (eBucks customer care line, 2011). eBucks-punte kan wel oorgedra word na natuurlike persone wat eBucks lede is, maar nie na regspersone wat eBucks lede is nie (eBucks, 2011c). Geen statusvlakke is op eBucks van toepassing nie.

### **(c) Waarde van eBucks**

Een eBucks-punt is R0.10 werd en die waarde per punt sal oor die verloop van tyd onveranderd bly (eBucks customer care line, 2011). eBucks-punte wat op die eBucks kaart geakkumuleer word, is dus gekoppel aan 'n spesifieke randwaarde.

## **2.3 Edgars Purple Cash Card**

### **(a) Agtergrond**

Edgars Purple Cash Card is 'n enkelmaatskappy kleinhandelprogram. Edgars Purple Cash Card lede kan met elke kontant aankoopstransaksie vanaf Edcon winkels, Edgars Purple Cash Card punte verdien (Conradie, 2007:143). Een Purple Cash Card punt word verdien vir elke R10 spandeer. Sodra 70 Purple Cash Card punte geakkumuleer het sal 'n R50 kontantterugbewys aan die lid gepos word (Edgars, 2011). Kontantterugbewyse word vier keer per jaar gepos, naamlik: Januarie, April, Julie en Oktober (Conradie, 2007:144). Indien 'n lid minder as 70 punte in 'n 12 maande periode verdien sal die rekening gesluit word en die punte verval (Edgars customer care line, 2011a). Indien 'n lid drie kontantterugbewyse in 'n enkele kwartaal verdien, kwalifiseer die lid outomaties vir 'n addisionele R50 kontantterugbewys. Die kontantterugbewyse kan slegs by enige Edgars winkel (en nie by alle Edcon winkels nie) ingeruil word vir goedere of afslag op goedere (Edgars, 2011). Die kontantterugbewyse kan alleenlik gebruik word wanneer dit saam met

'n Edgars Purple cash lidmaatskapkaart met die ooreenstemmende lidmaatskapnommer aangebied word (Conradie, 2007:144).

### **(b) Bepalings en voorwaardes**

Die kontantterugbewys verval drie maande na die datum van uitreiking (Edgars, 2011) en kan nie vir kontant ingeruil word nie (Edgars customer care line, 2011b). Natuurlike persone, maatskappye, beslote korporasies en trusts kan as lede van hierdie kliënteloyaliteitsprogram kwalifiseer. Lede van 'n gesin kan ook elk 'n kaarthouer wees en punte gesamentlik op 'n enkele rekening verdien. Die kontantterugbewys wat ontvang word is gekoppel aan die lid se lidmaatskapkaart en sal dus nie aan 'n ander lid oorgedra kan word nie. Geen statusvlakke is op die Edgars Purple Cash Card van toepassing nie (Edgars customer care line, 2011b).

### **(c) Waarde van Edgars Purple Cash Card punte**

Een Edgars Purple Cash Card punt is R0.71 werd en die waarde per punt sal oor die verloop van tyd onveranderd bly (Edgars customer care line, 2011b). Elke kontantterugbewys is R50 werd, wat 70 punte verteenwoordig (Edgars, 2011). Edgars Purple Cash Card punte wat op die Edgars Purple cash kaart akkumuleer is dus gekoppel aan 'n spesifieke randwaarde.

## **2.4 South African Airways (SAA) Voyager**

### **(a) Agtergrond**

SAA Voyager is 'n enkelmaatskappy gedomineerde gereelde vliegprogram. 'n SAA Voyager lid kan deur enige aankope vanaf SAA en die gespesifiseerde vennote (lugdiens en nie-lugdiens) myle op die lidmaatskapkaart verdien. Die koers waarteen myle verdien word, word ingevolge 'n verdiensteskedule bepaal. Elke vennoot se verdiensteskedule is uniek en aan verandering onderhewig sonder enige kennisgewing aan die lede (South African Airways, 2011a). Die myle wat verdien word verskil per SAA en ander lugdiensvennote afhangend van die tipe klas wat gevlieg word en die uiteindelijke bestemming. Die myle wat vanaf die nie-lugdiens vennote verdien word verskil ten opsigte van die randwaarde spandeer of die tipe diens wat gebruik word (South African Airways,

2011b). Die geakkumuleerde vlugmyle kan ingeruil word vir vlugte, motorhuur, ontspannings- en leefstylvoordele (South African Airways, 2011a).

### **(b) Bepalings en voorwaardes**

Myle is geldig vir tot en met drie jaar na die jaar waarin die myle verdien is. Binne hierdie drie jaar moet die lid besluit watter voordeel geniet gaan word. Die voordeel moet binne ses maande vandat die besluit geneem is, gebruik word. Myle kan nie vir kontant ingeruil word nie (South African Airways, 2011a). Die lidmaatskap tot SAA Voyager word tot natuurlike persone beperk. 'n Maatskappy kan byvoorbeeld nie vlugkaartjies namens hul werknemers in die maatskappy se naam aankoop en so daarop myle verdien nie. Die maatskappy kan wel vlugkaartjies vir werknemers koop, maar dit sal in die werknemer se naam geskied en die werknemer sal die myle verdien. Gesinslede kan nie 'n gesamentlike lid van SAA Voyager wees nie, aangesien SAA Voyager lidmaatskap slegs beskikbaar is vir natuurlike persone in hul persoonlike hoedanigheid (South African Airways, 2011a). Myle kan alleenlik deur 'n natuurlike persoon verdien word en kan nie na ander natuurlike persone oorgedra word nie. Voordele (byvoorbeeld 'n gratis vlugkaartjie) kan wel deur die lid bekom word (deur myle in te ruil) en daarna aan enige derde party oorgedra word. Indien 'n SAA Voyager lid met geakkumuleerde myle sou sterf sal die lid (indien daar aan sekere vereistes voldoen word) die myle aan 'n natuurlike persoon gespesifiseer in die lid se testament kan oordra. Indien die begunstigdes wat myle ontvang het sou sterf sal die myle verval en nie oordraagbaar wees aan 'n verdere begunstigde nie (South African Airways, 2011a). Vier verskillende statusvlakke kom voor, naamlik: blou, silwer, goud en platinum. Met aansluiting sal elke lid 'n blou status verkry. Ten einde 'n hoër statusvlak te bereik moet die lid 'n gespesifiseerde aantal myle in 'n 12-maande tydperk verdien. Toegang tot 'n hoër statusvlak word ook tot 'n sekere tydperk beperk waarna die lid weer moet herkwalifiseer (South African Airways customer care line, 2011). Hoe hoër 'n lid se status, hoe meer eksklusief word die voordele (South African Airways, 2011c).

### **(c) Waarde van SAA Voyager myle**

#### *Vlugte*

Die geakkumuleerde myle deur aankope van SAA en/of hul gespesifiseerde vennote verdien, kan ingeruil word vir vlugkaartjies. Die myle ingeruil sal die vlugkoste dek, maar nie die lughawebelasting op die vlugkaartjie nie (South African Airways, 2011d). Onderstaande tabel bevat 'n vereenvoudigde illustrasie van die opsies (gebaseer op SAA

spanderingskoerse van SAA se myle aanwending) wat beskikbaar is ten opsigte van die inruil van myle.

*Tabel 5.2 Vereenvoudigde illustrasie (gebaseer op SAA spanderingskoerse) van SAA se myle aanwending*

<b>Voordeel (retoervlug)</b>	<b>Myle benodig</b>
Bestemming in Suid-Afrika	28 0000
Bestemming in Europa	140 000
Bestemming in Australië	200 000

Uit die bostaande tabel is dit duidelik dat dieselfde hoeveelheid myle vir enige plaaslike vlug ingeruil kan word, ongeag die afstand, waarde van die vlug en mate van beskikbaarheid wat in ruil daarvoor ontvang word. Gevolglik, selfs al sou 'n retoerkaartjie tussen Kaapstad en Johannesburg R2 114 kos en 'n retoerkaartjie tussen Kaapstad en George R2 674, word presies dieselfde hoeveelheid myle daarvoor ingeruil ten einde die vlugkaartjie te bekom. Die enigste verskil van 'n retoervlug vanaf Kaapstad na byvoorbeeld Johannesburg of George is die lughawebelasting wat betaalbaar is. Die SAA Voyager lid sal gevolglik ten spyte van die aantal myle wat ingeruil is, steeds self vir die lughawebelasting verantwoordelik wees (South African Airways, 2011d). Die prys per retoerkaartjie kan ook afhang van die tydstop van die vlug, byvoorbeeld oor 'n langnaweek sal die retoerkaartjies duurder wees. Die volgende is faktore wat die waarde van 'n spesifieke vlug beïnvloed, naamlik:

- Afstand van die vlug
- Klas van die vlug
- Beskikbaarheid van vlugte
- Spitstye (langnaweke, vakansies, naweke)

Die waarde van die myle sal alleenlik vasgestel kan word wanneer die lid 'n keuse uitoefen, tipies deur 'n vlugkaartjie te bespreek. 'n Lid kan byvoorbeeld besluit om op 3 Maart 2011 vanaf Kaapstad na Johannesburg toe te vlieg en op 20 Maart 2011 weer terug te vlieg, waarvoor 28 000 myle (bestemming in Suid-Afrika) ingeruil moet word. Indien die lid dieselfde retoerkaartjie by die lugdiens sou koop, sou dit die lid R2 114 gekos het. Die waarde per myl (op grond van die lid se keuse uitgeoefen) kan dus as R 0.08 bereken word.

*Motorhuur, ontspannings- en leefstylvoordele*

Ingevolge motorhuur, ontspannings- (byvoorbeeld sekere wildreservate) en leefstylvoordele (byvoorbeeld sekere skoonheidshuise) is die vereiste aantal myle vooraf vasgestel per produk of diens (South African Airways, 2011d). Verwys na die onderstaande tabel vir 'n vereenvoudigde illustrasie van voorbeelde van opsies (gebaseer op SAA spanderingskoerse van SAA se myle aanwending).

*Tabel 5.3 Vereenvoudigde illustrasie (gebaseer op SAA spanderingskoerse) van SAA se myle aanwending*

<b>Voordeel</b>	<b>Besonderhede</b>	<b>Myle benodig</b>
Motorhuur	Avis (Huur van motor tipe A, insluitend 300 gratis km per dag) (South African Airways, 2011e)	8 800
Ontspanning	Sabi Sabi wildreservaat (2 nagte) (South African Airways, 2011d)	147 000
Leefstyl	Health Spa's Guide (klasieke pakket) (South African Airways, 2011d)	7 000

Die randwaarde per myl kan dus dienooreenkomstig vasgestel word. Die Health Spa's Guide se klasieke pakket volgens hul goedgekeurde pryslys bedra byvoorbeeld R250. Dus is een myl R0.04 werd. Die lid sal steeds eers sy keuse moet uitoefen voor die waarde van die myle (Rand per myl) bereken kan word (selfs al kom 'n vasgestelde waarde per voordeel voor).

## **2.5 Dis-chem Benefit Programme**

### **(a) Agtergrond**

Dis-chem Benefit Programme is 'n enkelmaatskappy kleinhandelsprogram. Dis-chem lede kan met elke aankoopstransaksie punte op die kaart verdien. Vir elke R10 spandeer op 'n enkele item word 15 Dis-chem punte verdien. Die punte kan ingeruil word vir goedere of afslag op goedere by enige Dis-chem winkel deur bloot die kaart aan te bied en 'n unieke pinkode te verskaf (Dis-chem customer care line, 2011).

### **(b) Bepalings en voorwaardes**

Punte wat op die Dis-chemkaart geakkumuleer word, is nie aan 'n vervaldatum onderhewig nie. Die punte op die Dis-chemkaart kan nie vir kontant ingeruil word nie. Natuurlike persone, maatskappye, beslote korporasies en trusts kan as lede van hierdie

kliënteloyaliteitsprogram kwalifiseer. Lede van 'n gesin kan ook elk 'n kaarthouer wees en punte gesamentlik op 'n enkele rekening verdien. Punte op 'n Dis-chemkaart verdien kan nie vanaf een lid se kaart na 'n ander lid oorgedra word nie (Dis-chem customer care line, 2011). Geen statusvlakke is op die Dis-chem Benefit Programme van toepassing nie.

### **(c) Waarde van Dis-chempunte**

Een Dis-chempunt is R0.01 werd en die waarde per punt sal oor die verloop van tyd onveranderd bly. Punte wat op die Dis-chemkaart geakkumuleer word, is dus aan 'n spesifieke randwaarde gekoppel (Dis-chem customer care line, 2011).

## **2.6 Discovery Card Vitality**

### **(a) Agtergrond**

Discovery Card Vitality is 'n enkelmaatskappy gedomineerde finansiële dienste en lewensstyl- en gesondheidsprogram.

#### *Discoverykredietkaart en Vitality*

'n Discoverykredietkaart is 'n Visa kredietkaart wat verbruikers beloon vir 'n gesonde leefstyl (Discovery, 2011b). 'n Discoverykredietkaarthouer wat ook 'n Vitality lid is, kan tot en met 10% (afhangende van die lid se Vitality status) (Vitality statusvlakke word onder punt 2.6 (b) *Bepalings en voorwaardes* op bladsy 42 uiteengesit) kontantterug op alle Discoverykredietkaartaankope by 'n Pick 'n Pay verdien. Op alle Discoverykredietkaartaankope vanaf Discoverykaart vennotewinkels kan tot en met 20% kontantterug (afhangende van die tydperk van Vitality lidmaatskap) verdien word. Die kontantterug bedrag word maandeliks direk in die lid se Discoverykredietkaartrekening gedeponeer en kan dus op enige manier deur die lid aangewend word (Discovery, 2011c).

#### *Discovery Healthy Food voordeel*

'n Vitality lid kan verder vir die Healthy Food voordeel kwalifiseer deur 'n persoonlike gesondheidsevaluering te voltooi. 'n Lid sal dan op alle gesondheidsprodukte (soos gespesifiseer) wat vanaf Pick 'n Pay aangekoop word 'n 25% kontantterug (bo en behalwe die 10% voordeel) verdien deur die Healthy Food kaart tydens aankope aan te bied (Discovery, 2011d). Die kontantterug bedrag word direk in die lid se

Discoverykredietkaartrekening (indien van toepassing) of genomineerde bankrekening gedeponeer (Discovery, 2011e).

### *Medical Savings Booster*

Indien 'n Vitality lid 'n Discovery gesondheidsplan het, asook 'n Discoverykredietkaart en die Healthy Food voordeel is geaktiveer, het die lid 'n opsie tot die Medical Savings Booster. 'n Lid sal dan tot en met 75% kontantterug op alle gesondheidsprodukte (soos gespesifiseer) wat vanaf Pick 'n Pay aangekoop word, verdien. Die kontantterug bedrag sal in die lid se Discovery mediese spaarrekening gedeponeer word en mediese eise kan daarteen geeis en verhaal word (Discovery, 2011f).

### *InvestBooster*

'n Vitality lid met 'n Discoverykredietkaart en 'n Discovery Invest Flexible Investment Plan (waar die belegging 'n minimum balans van R100 000 het) kan die Healthy Food voordeel in 'n beleggingsbesparing omskep deur die InvestBooster te aktiveer. 'n Lid sal dan tot en met 75% kontantterug op alle gesondheidsprodukte (soos gespesifiseer) wat vanaf 'n Pick 'n Pay aangekoop word, verdien. Die kontantterug bedrag sal in die lid se Discovery beleggingsspaarrekening gedeponeer word (Discovery, 2011g).

## **(b) Bepalings en voorwaardes**

### *Discoverykredietkaart en Vitality*

Die kontantterug bedrag word maandeliks direk in die lid se Discoverykredietkaart rekening gedeponeer en geen vervaldatum is gevolglik aan die voordeel gekoppel nie (Discovery, 2011c). Die lidmaatskap tot Discovery word slegs tot natuurlike persone beperk. Lede van 'n gesin kan ook elk 'n kredietkaarthouer wees en punte gesamentlik op 'n enkele rekening verdien (Discovery customer care line, 2011). Die kontantterugbedrag sal bepaal word deur die lid se Vitality status, die tydperk van lidmaatskap aan Vitality en die bedrag spandeer by die vennotewinkels (Discovery, 2011c). Vyf verskillende Vitality statusvlakke kom voor, naamlik: blou, brons, silwer, goud en diamant. Met aansluiting sal elke lid 'n blou status verkry. Ten einde 'n hoër statusvlak te bereik moet die lid 'n gespesifiseerde aantal Vitality punte in 'n 12-maande tydperk verdien. Toegang tot 'n hoër statusvlak word ook tot 'n sekere tydperk beperk waarna die lid weer moet herkwalifiseer (Discovery customer care line, 2011). Hoe hoër 'n lid se status hoe meer eksklusief word

die voordele (Discovery, 2011a). Die maksimum spandering by Discoverykaart vennotewinkels waarop afslag van toepassing is, word beperk tot 30% van totale spandering per maand. Die totale kontantterugbedrag word tot 'n spandering van R10 000 by Discoverykaart vennotewinkels beperk (Discovery, 2011c). Die Pick 'n Pay voordeel van 'n kontantterug van tot en met 10% sal verval as die Medical Savings Booster of InvestBooster geaktiveer word (Discovery, 2011d). Die Pick 'n Pay voordeel van 'n kontantterug van tot en met 10% sal nie verval met die aktivering van die Discovery Healthy Food voordeel nie (Discovery, 2011e).

#### *Discovery Healthy Food voordeel*

Die kontantterug bedrag word maandeliks direk in die lid se Discoverykredietkaart rekening of genomineerde bankrekening gedeponeer en geen vervaldatum kan dus aan die voordeel gekoppel word nie (Discovery, 2011e). Die lidmaatskap tot Discovery word slegs tot natuurlike persone beperk. Lede van 'n gesin kan ook elk 'n Healthy Food kaarthouer wees en punte gesamentlik op 'n enkele rekening verdien (Discovery customer care line, 2011). Die Healthy Food voordeel is nie afhanklik van 'n lid se Vitality status nie (Discovery, 2011e). Die Healthy Food bedrag wat vir die voordeel kwalifiseer word tot R2 000 per maand vir individuele lede en R4 000 per maand vir gesinslidmaatskap beperk (Discovery, 2011e).

#### *Medical Savings Booster*

Die kontantterug bedrag word maandeliks in die lid se Discovery mediese spaarrekening gedeponeer en geen vervaldatum kan dus aan die voordeel gekoppel word nie (Discovery, 2011f). Die lidmaatskap tot Discovery word slegs tot natuurlike persone beperk. Lede van 'n gesin kan ook elk 'n kredietkaarthouer wees en punte gesamentlik op 'n enkele rekening verdien (Discovery customer care line, 2011). Die persoonlike gesondheidsevaluering moet elke 12 maande voltooi word anders word die kontantterug persentasie na 60% verlaag. Die 75% Medical Savings Booster kontantterug voordeel vervang die 25% Healthy Food sowel as die 10% Discoverykredietkaart en Vitality kontantterug voordeel. Die Medical Savings Booster kan nie geaktiveer word as die InvestBooster reeds geaktiveer is nie (Discovery, 2011e).



### *InvestBooster*

Die kontantterug bedrag sal maandeliks in die lid se Discovery beleggingsspaarrekening gedeponeer word en geen vervaldatum kan dus aan die voordeel gekoppel word nie (Discovery, 2011g). Die lidmaatskap tot Discovery word slegs tot natuurlike persone beperk. Lede van 'n gesin kan ook elk 'n kredietkaarthouer wees en punte gesamentlik op 'n enkele rekening verdien (Discovery customer care line, 2011). Die persoonlike gesondheidsevaluering moet elke 12 maande voltooi word, anders sal die kontantterug persentasie na 60% verlaag. Die 75% InvestBooster kontantterug voordeel vervang die 25% Healthy Food sowel as die 10% Discoverykredietkaart en Vitality kontantterug voordeel (Discovery customer care line, 2011). Slegs die Medical Savings Booster of die InvestBooster kan geaktiveer word, maar nie albei nie (Discovery, 2011g).

### **(c) Waarde van kontantterug**

#### *Discoverykredietkaart en Vitality*

Die kontantterug bedrag word maandeliks direk in die lid se Discoverykredietkaartrekening gedeponeer en het dus 'n bepaalbare randwaarde (Discovery, 2011c).

#### *Discovery Healthy Food voordeel*

Die kontantterug bedrag word direk in die lid se Discoverykredietkaartrekening (indien van toepassing) of genomineerde bankrekening gedeponeer en het dus 'n bepaalbare randwaarde (Discovery, 2011e).

#### *Medical Savings Booster*

Die kontantterug bedrag sal in die lid se Discovery mediese spaarrekening gedeponeer word en het dus 'n bepaalbare randwaarde (Discovery, 2011f).

### *InvestBooster*

Die kontantterug bedrag sal in die lid se Discovery beleggingsspaarrekening gedeponeer word en het dus 'n bepaalbare randwaarde (Discovery, 2011g).

## **2.7 Sun International Most Valued Guest (MVG)**

### **(a) Agtergrond**

Sun International MVG is 'n kliënteloyaliteitsprogram wat lede vir lojaliteit by enige Sun International casino beloon. Dit is 'n enkelmaatskappy reis- en ontspanningsprogram. Sun International MVG lede kan punte verdien deur te dobbel by enige Sun International casino (Sun International, 2011a). Een punt word verdien vir elke R500 spandeer op slotmasjiene, R2 000 spandeer op die American Roulette en Poker tafels en R2 500 op enige van die ander tafels (Sun International, 2011b). Die geakkumuleerde punte kan by enige Sun International casino ingeruil word en is gelykstaande aan kontant vir dobbel of vir ander goedere (onthaal) of dienste (verblyf) (Sun International, 2011c). Lidmaatskap en voordele verkry vanaf alle Sun International casino's in Suid-Afrika is nie by Sun International casino's in die buurlande van toepassing nie. Die buurlande bedryf onafhanklike MVG programme van die in Suid-Afrika (Sun International, 2011b).

### **(b) Bepalings en voorwaardes**

Die punte verdien sal een jaar na die datum van uitreiking verval (Sun International, 2011d) en kan wel vir kontant ingeruil word (Sun International customer care line, 2011). Die lidmaatskap tot Sun International word slegs tot natuurlike persone beperk. Gades kan ook elk 'n kaarthouer wees en punte gesamentlik op 'n enkele rekening verdien. Die punte wat verdien word is aan die lid se lidmaatskapkaart gekoppel en sal dus nie aan 'n ander lid oorgedra kan word nie (Sun International customer care line, 2011). Vier verskillende Sun International MVG statusvlakke kom voor, naamlik: maroon, silwer, goud en platinum. Met aansluiting sal elke lid 'n maroon status verkry. Ten einde 'n hoër statusvlak te bereik moet die lid 'n gespesifiseerde aantal punte in 'n 12-maande tydperk verdien (Sun International, 2011a). Toegang tot 'n hoër statusvlak word ook tot 'n sekere tydperk beperk waarna die lid weer moet herkwalifiseer (Sun International customer care line, 2011).

### **(c) Waarde van Sun International MVG punte**

Een Sun International MVG punt is R1 werd en die waarde per punt sal oor die verloop van tyd onveranderd bly (Sun International customer care line, 2011). Sun International MVG punte wat op die Sun International MVG kaart akkumuleer is dus gekoppel aan 'n spesifieke randwaarde.

### 3. 'n Vergelyk tussen verskillende stelsels se bepalings en voorwaardes

#### 3.1 Vervaldatums

Sommige kliënteloyaliteitsprogramme se punte of myle is aan vervaldatums onderhewig, terwyl ander kliënteloyaliteitsprogramme geen vervaldatum voorskryf nie. Onderstaande tabel kategoriseer elk van die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is op grond van vervaldatums.

Tabel 5.4 Vervaldatums

Kliënteloyaliteitsprogram	Vervaldatum	Geen vervaldatum
Clicks Clubcard	✓	
Clicks Clubcard en Discovery Vitality	✓	
eBucks		✓
Edgars Purple Cash Card	✓	
SAA Voyager	✓	
Dis-chem Benefit Programme		✓
Discoverykredietkaart en Vitality		✓
Discovery Healthy Food voordeel		✓
Medical Savings Booster/InvestBooster		✓
Sun International MVG	✓	

#### 3.2 Beperkings op lidmaatskap

Sommige kliënteloyaliteitsprogramme plaas beperkings op die lidmaatskap en laat slegs natuurlike persone toe om lede te raak. Ander programme het geen beperkings ten opsigte van die status van hul lede nie en laat natuurlike persone sowel as regspersone (maatskappye, beslote korporasies en trusts) toe om lede te raak. Onderstaande tabel kategoriseer elk van die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is op grond van die beperkings op lidmaatskap.

Tabel 5.5 Beperkings op lidmaatskap

<b>Kliënteloyaliteitsprogram</b>	<b>Lidmaatskap beperk tot natuurlike persone</b>	<b>Lidmaatskap nie beperk tot natuurlike persone nie</b>
Clicks Clubcard		✓
Clicks Clubcard en Discovery Vitality	✓	
eBucks (met die uitsondering van trusts)		✓
Edgars Purple Cash Card		✓
SAA Voyager	✓	
Dis-chem Benefit Programme		✓
Discoverykredietkaart en Vitality	✓	
Discovery Healthy Food voordeel	✓	
Medical Savings Booster/InvestBooster	✓	
Sun International MVG	✓	

### 3.3 Oordraagbaarheid van punte of myle

Sommige kliënteloyaliteitsprogramme laat 'n lid toe om punte of myle wat reeds verdien is aan 'n ander lid oor te dra, terwyl ander kliënteloyaliteitsprogramme so 'n oordrag van punte of myle verbied. Onderstaande tabel kategoriseer kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is op grond van die oordraagbaarheid van punte of myle.

Tabel 5.6 Oordraagbaarheid van punte of myle

<b>Kliënteloyaliteitsprogram</b>	<b>Oordraagbaar</b>	<b>Nie oordraagbaar nie</b>
Clicks Clubcard		✓
Clicks Clubcard en Discovery Vitality		✓
eBucks	✓	
Edgars Purple Cash Card		✓
SAA Voyager		✓
Dis-chem Benefit Programme		✓
Discoverykredietkaart en Vitality		✓
Discovery Healthy Food voordeel		✓

Medical Savings Booster/InvestBooster		✓
Sun International MVG		✓

### 3.4 Bepaalbaarheid van waarde van punte of myle

Sommige kliënteloyaliteitsprogramme se punte of myle verdien word gekoppel aan 'n bepaalbare randwaarde en is met ontvangs reeds bepaalbaar, terwyl ander kliënteloyaliteitsprogramme se punte of myle wel aan 'n bepaalbare randwaarde gekoppel kan word, maar die waarde is eers op 'n latere stadium bepaalbaar (wanneer die lid 'n keuse uitoefen) (verwys na punt 2.4 *South African Airways (SAA) Voyager (c) Waarde van myle* op bladsy 38). Onderstaande tabel kategoriseer elk van die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is op grond van die waardasie van punte of myle verdien.

Tabel 5.7 Waardasie van punte of myle verdien

Kliënteloyaliteitsprogram	Waarde onmiddellik bepaalbaar	Waarde eers bepaalbaar met besluitneming
Clicks Clubcard	✓	
Clicks Clubcard en Discovery Vitality	✓	
eBucks	✓	
Edgars Purple Cash Card	✓	
SAA Voyager		
Aangewend vir vlugte		✓
Aangewend vir motorhuur, ontspannings- en leefstylvoordele		✓
Dis-chem Benefit Programme	✓	
Discoverykredietkaart en Vitality	✓	
Discovery Healthy Food voordeel	✓	
Medical Savings Booster/InvestBooster	✓	
Sun International MVG	✓	

### 3.5 Vorm waarin punte of myle ontvang word

Sommige kliënteloyaliteitsprogramme se punte of myle akkumuleer op die lidmaatskapkaart. Sommige kliënteloyaliteitsprogramme reik 'n kontantterugbewys aan lede uit op grond van geakkumuleerde punte of myle op vorige aankope verdien, terwyl ander kliënteloyaliteitsprogramme kontant uitreik vir punte of myle verdien. In die geval van punte/myle of kontantterugbewyse kan die lid die punte/myle of kontantterugbewyse by die spesifieke verskaffer en/of by hul gespesifiseerde programvennote vir goedere, dienste of afslag ter waarde van die punte/myle of kontantterugbewyse inruil. In die geval waar kontant deur die verskaffer uitgereik word, kan dit na goeddunke van die lid aangewend word. Geen beperking word geplaas op die wyse waarmee of die items waarop die lid (verbruiker) die kontant wat ontvang word moet spandeer nie. Onderstaande tabel kategorieer die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is op grond van die vorm waarin die punte of myle ontvang word.

*Tabel 5.8 Vorm waarin punte of myle ontvang word*

<b>Kliënteloyaliteitsprogram</b>	<b>Punte of myle</b>	<b>Kontantterug- bewys</b>	<b>Kontant</b>
Clicks Clubcard		✓	
Clicks Clubcard en Discovery Vitality		✓	
eBucks	✓		
Edgars Purple Cash Card		✓	
SAA Voyager	✓		
Dis-chem Benefit Programme	✓		
Discoverykredietkaart en Vitality			✓
Discovery Healthy Food voordeel			✓
Medical Savings Booster/InvestBooster		✓	
Sun International MVG	✓		

### 3.6 Toegang tot geakkumuleerde punte of myle

Ingevolge sommige kliënteloyaliteitsprogramme het die lede soos wat die punte of myle verdien word toegang tot die geakkumuleerde punte of myle vir verbruik. Ander kliënteloyaliteitsprogramme se lede verkry eers toegang tot die geakkumuleerde punte of myle sodra 'n kontantterugbewys uitgereik en ontvang word. Onderstaande tabel kategoriseer die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is op grond van die beperking op toegang tot die geakkumuleerde punte of myle.

Tabel 5.9 Toegang tot geakkumuleerde punte of myle

Kliënteloyaliteitsprogram	Onbeperkte toegang tot punte of myle	Beperkte toegang tot punte of myle
Clicks Clubcard		✓
Clicks Clubcard en Discovery Vitality		✓
eBucks	✓	
Edgars Purple Cash Card		✓
SAA Voyager	✓	
Dis-chem Benefit Programme	✓	
Discoverykredietkaart en Vitality		✓
Discovery Healthy Food voordeel		✓
Medical Savings Booster/InvestBooster		✓
Sun International MVG	✓	

### 3.7 Verpligting om voordele te lewer

Ingevolge sommige kliënteloyaliteitsprogramme rus die verpligting om voordele te lewer op die verskaffer, terwyl ander kliënteloyaliteitsprogramme die verpligting om voordele te lewer op 'n derde party plaas. Ingevolge sommige kliënteloyaliteitsprogramme kan die verpligting of op die verskaffer of op die derde party rus afhangend van by wie die lid kies om punte, myle of kontantterugbewyse by in te ruil. Waar die verskaffer verantwoordelik is om die voordele te lewer, sal die verskaffer wat die punte of myle oorspronklik toegeken het ook daarvoor verantwoordelik wees om met die inruil van die punte of myle die voordele te lewer. Waar 'n derde party verantwoordelik is om die voordele te lewer, sal die verskaffer wat die punte of myle oorspronklik toegeken het daarvoor verantwoordelik wees om 'n

vergoeding aan die derde party te betaal in ruil vir die lewering van voordele. Waar die verskaffer of die derde party verantwoordelik is om die voordele te lewer sal die keuse van die lid bepaal wie die voordele moet lewer en of die verskaffer die derde party vergoeding moet betaal, al dan nie. Onderstaande tabel kategoriseer die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is op grond van die verpligting om voordele die lewer.

Tabel 5.10 Verpligting om voordele te lewer

Kliënteloyaliteitsprogram	Verpligting rus op verskaffer	Verpligting rus op derde party
Clicks Clubcard	✓	
Clicks Clubcard en Discovery Vitality	✓	
eBucks	✓	✓
Edgars Purple Cash Card	✓	
SAA Voyager	✓	✓
Dis-chem Benefit Programme	✓	
Discoverykredietkaart en Vitality	✓	✓
Discovery Healthy Food voordeel	✓	
Medical Savings Booster/InvestBooster	✓	
Sun International MVG	✓	✓

### 3.8 Vergoeding vir die lewering van voordele verskuldig aan 'n derde party met die toekenning of met die inruil van die punte of myle

Die ooreenkoms tussen die verskaffer en derde party by kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om voordele te lewer op 'n derde party rus kan bepaal dat:

- vergoeding vir die lewering van voordele verskuldig is met die *toekenning* van die punte of myle; of
- vergoeding vir die lewering van voordele verskuldig is met die *inruil* van die punte of myle en die dienooreenkomstige lewering van voordele (IASB 20091c).

Die terme en voorwaardes van die kliënteloyaliteitsprogramme ondersoek verskaf geen inligting rakende hierdie twee verskillende ooreenkomsbepalings nie. In die interpretasie van *IFRIC* 13 wat handel oor die rekeningkundige hantering van kliënteloyaliteitsprogramme, word daar wel 'n onderskeid getref tussen hierdie twee



moontlike ooreenkomsbepalings. Hierdie inligting is egter konfidensieel vir die kliënteloyaliteitsprogramme ondersoek en gevolglik is 'n kategorisering nie hier van toepassing nie.

#### **4. Gevolgtrekking**

Na afloop van hierdie hoofstuk is 'n deeglike begrip verkry van die agtergrond, waarde van punte of myle sowel as die bepalinge en voorwaardes van elkeen van die geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme. Die afleidings en gevolgtrekkings vanuit die ondersoek van die steekproef kan nie op 'n statistiese wyse gemaak word nie, aangesien 'n ewekansige steekproef nie getrek is nie. Gegewe die feit dat die seleksie verteenwoordigend is van 79% van die totale aktiewe lede per geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogram, kan daar met 'n redelike mate van sekerheid aangevoer word dat dit wesenlik die bepalinge en voorwaardes van kliënteloyaliteitsprogramme in die Suid-Afrikaanse mark weerspieël. 'n Vergelyk tussen die ooreenkomste en verskille van die bepalinge en voorwaardes is getref ten einde die kliënteloyaliteitsprogramme te kategoriseer vir die ondersoek na die belasbaarheid daarvan in Hoofstuk 6.

Teen die bogenoemde agtergrond verskuif die fokus van die studie in Hoofstuk 6 na die belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies.

## HOOFSTUK 6: KRITIESE ONTLEDING EN ANALISERING VAN DIE BELASBAARHEID VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMTRANSAKSIES IN SUID-AFRIKA

### 1. Inleiding

Met inagneming van die werking van kliënteloyaliteitsprogramme, asook die bepalings en voorwaardes van geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme word die belastinghantering deur die verbruiker en die verskaffer in hierdie hoofstuk ontleed en bespreek. Verskeie belastingwetsartikels asook relevante regspraak word geanaliseer. Die hoofstuk sluit af deur moontlike gapings in die inkomstebelastingwet en die toepassing van die inkomstebelastingwet te identifiseer.

Twee hoofprobleemstellings is geïdentifiseer op grond van die huidige praktyk in Suid-Afrika om nie kliënteloyaliteitsprogramvoordele in die hande van die verbruiker (lid) te belas nie, naamlik:

- Is daar 'n belastingimplikasie in die hande van die verbruiker wanneer punte of myle ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie ontvang word?
- Is daar 'n belastingimplikasie in die hande van die verbruiker wanneer punte of myle vir voordele (voorheen verwys as goedere, dienste of afslag) ingeruil word?

Ten einde die kliënteloyaliteitsprogramtransaksie in sy geheel te beskou is die belastinghantering van die verskaffer wat punte of myle toeken by die omvang van die studie ingesluit om moontlik meer lig te werp op die belastinghantering van die verbruiker wat punte of myle verdien. Die verbruiker wat punte of myle verdien en die verskaffer wat punte of myle toeken het moontlike inkomstebelasting- (wat kapitaalwinsbelastingimplikasies insluit) en belasting op toegevoede waarde (hierna verwys as BTW) -implikasies.

Gevolgtik sal beide die inkomstebelastinghantering sowel as die BTW-hantering deur die verbruiker en die verskaffer in twee aparte afdelings oorweeg word. Daar sal telkens na die verbruiker en verskaffer in elk van hul onderskeie afdelings verwys word as die belastingpligtige.

Die belastinghantering van die verskaffer wat punte of myle toeken word eerste oorweeg, aangesien dit moontlik meer lig kan werp op die belastinghantering van die verbruiker wat punte of myle verdien. Die volgorde van die uiteensetting van die hoofstuk reflekteer ook die volgorde waarin 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie plaasvind, naamlik dat punte of myle eers toegeken word voordat punte of myle verdien en uiteindelik vir voordele ingeruil word.

## **(A) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE TOEKEN EN VOORDELE LEWER**

### **1. Inkomstebelastinghantering**

In die bepaling van “belasbare inkomste” moet alle bedrae wat ingevolge die Wet as aftrekkings toegelaat word, van “inkomste” afgetrek word. Die “inkomste” waarna verwys word, is inkomste soos in artikel 1 van die Wet omskryf, naamlik bruto inkomste minus alle vrygestelde inkomste. Die plaaslike howe het bepaal dat artikel 11(a) en artikel 23 (g) van die Wet saamgelees moet word ten einde vas te stel of 'n bedrag vir 'n aftrekking kwalifiseer, al dan nie (*Port Elizabeth Electric Tramway Co v CIR* [1936] 8 SATC 13).

#### **1.1 Artikel 11(a) Positiewe toets**

Artikel 11 van die Wet lees *verbatim* as volg:

*“By die vasstelling van die belasbare inkomste deur 'n persoon verkry uit die beoefening van 'n bedryf, word daar as aftrekkings van so 'n persoon se aldus verkreë inkomste toegelaat-*

*(a) onkoste en verliese werklik aangegaan of gely by die voortbrenging van inkomste, mits sodanige onkoste en verliese nie van 'n kapitale aard is nie ...”*

'n Aftrekking sal alleenlik toegestaan word indien daar aan al die vereistes van die definisie voldoen word. Die volgende komponente van die omskrywing is van kardinale belang ten einde te bepaal of die toekenning van punte of myle as 'n aftrekking sal kwalifiseer en moet elk individueel oorweeg word, naamlik:

- “beoefening van 'n bedryf”
- “onkoste en verliese”
- “werklik aangegaan of gely”

- “by die voortbrenging van inkomste”
- “nie van kapitale aard nie”

Die bostaande begrippe word nie in die Wet omskryf nie. Ten einde duidelikheid oor die betekenis van die belangrike begrippe te verkry kan daar na beslissings van die plaaslike howe verwys word (Stiglingh, Koekemoer, van Schalkwyk, Wilcocks, de Swardt & Jordaan, 2009:14).

### **1.1.1 Beoefening van 'n bedryf**

Alvorens daar enige aftrekkings ingevolge artikel 11 gemaak mag word moet die belastingpligtige 'n bedryf beoefen. Kliënteloyaliteitsprogramme word binne die beoefening van 'n bedryf as 'n bemarkingsstrategie gebruik en dit is hoogs onwaarskynlik dat 'n kliënteloyaliteitsprogram geïmplementeer sal word waar 'n beoefening van 'n bedryf nie teenwoordig is nie. Alle belastingpligtiges wat punte of myle ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram toeken sal gevolglik aan die “*beoefening van bedryf*” vereiste voldoen.

### **1.1.2 Onkoste en verliese**

Die woord “onkoste” word nie tot betalings in kontant beperk nie, maar sluit ook betalings in enige ander vorm as kontant in (Stiglingh *et al.*, 2009: 99). Belastingpligtiges wat ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram vergoeding aan 'n derde party betaal vir die lewering van voordele of self voordele lewer, gaan dus 'n onkoste aan en daar word aan die “*onkoste en verliese*” vereiste voldoen.

### **1.1.3 Werklik aangegaan of gely**

Sodra die belastingpligtige vergoeding aan die derde party betaal of self voordele lewer op grond van punte/myle of kontantterugbewyse wat ingeruil word, sal die onkoste werklik aangegaan of gely wees. In meeste gevalle sal verbruikers in 'n gegewe jaar genoeg punte of myle akkumuleer om vir 'n kontantterugbewys te kwalifiseer. In meeste gevalle sal verbruikers punte/myle of kontantterugbewyse in 'n gegewe jaar van aanslag verdien/ontvang ook in dieselfde jaar van aanslag inruil, wat beteken dat daar aan die

“*werklik aangegaan of gely*” vereiste voldoen word. Die vraag wat ontstaan is, wat sal gebeur indien verbruikers in ’n gegewe jaar nie genoeg punte of myle akkumuleer om vir ’n kontantterugbewys te kwalifiseer nie? Of, waar punte/myle of kontantterugbewyse gedurende ’n gegewe jaar van aanslag toegeken of uitgereik word, maar nie in dieselfde jaar van aanslag vir voordele ingeruil word nie? Ontstaan daar met ander woorde ’n verpligting vir die belastingpligtige?

In *Caltex Oil (SA) Pty Ltd v SIR* [1975] 37 SATC 1 het Botha AR op bladsy 12 die volgende ingevolge “*werklik aangegaan of gely*” bepaal:

*“The expression ‘expenditure actually incurred’ in s 11(a) does not mean expenditure actually paid during the year of assessment, but means all expenditure for which a liability has been incurred during the year, whether the liability has been discharged during that year or not.”*

Die beginsel wat uit bogenoemde aanhaling afgelei kan word is dat “onkoste werklik aangegaan of gely” nie net verwys na onkoste werklik gedurende die jaar van aanslag betaal nie, maar “alle onkoste waarvoor daar gedurende die jaar van aanslag ’n verpligting aangegaan is, hetsy die verpligting gedurende daardie jaar afgelos is, al dan nie”.

Ingevolge ’n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie sal ’n verpligting in die hande van die belastingpligtige ontstaan. Die vraag is gevolglik: *wanneer* ontstaan hierdie verpligting?

Punte of myle kan in drie verskillende vorme toegeken word, naamlik:

- in kontant wat uitbetaal word; of
- ’n kontantterugbewys wat uitgereik word; of
- punte of myle wat op die lidmaatskapkaart akkumuleer.

Vir kliënteloyaliteitsprogramme waar kontant vir geakkumuleerde punte of myle uitbetaal word, sal die verpligting vir die belastingpligtige om voordele te lewer (kontant uit te betaal) reeds ontstaan wanneer die punte of myle toegeken word. Geen vereiste word gestel dat ’n sekere hoeveelheid punte of myle geakkumuleer moet word alvorens die verbruiker vir ’n uitbetaling sal kwalifiseer nie, maar die verbruiker sal wel vir die maandelikse

uitbetalingsdatum moet wag voordat die voordeel verkry sal word (byvoorbeeld Discovery Card Vitality).

Sommige kliënteloyaliteitsprogramme wat kontantterugbewyse uitreik vereis dat 'n voorafbepaalde aantal punte of myle geakkumuleer moet word alvorens die verbruiker vir 'n kontantterugbewys sal kwalifiseer. Gevolglik het die verbruiker beperkte toegang tot geakkumuleerde punte of myle en sal daar eers 'n verpligting in die hande van die belastingpligtige ontstaan wanneer die kontantterugbewys uitgereik word (byvoorbeeld Edgars Purple Cash Card).

Ander kliënteloyaliteitsprogramme akkumuleer punte of myle op lidmaatskapkaarte en die verbruiker het op enige gegewe tydstip vrylik toegang tot die aanwending van hierdie punte of myle. In hierdie geval sal die belastingpligtige se verpligting om voordele te lewer reeds met die toekenning van die punte of myle ontstaan en nie tydens die uiteindelijke inruil daarvan nie (byvoorbeeld Dis-chem Benefit Programme).

Vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus sal die ooreenkoms tussen die belastingpligtige en die derde party bepaal wanneer die verpligting vir die belastingpligtige om vergoeding aan die derde party te betaal ontstaan. Indien die ooreenkoms bepaal dat die vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle sal die verpligting op daardie tydstip ontstaan en as die ooreenkoms bepaal dat die vergoeding verskuldig word met die *inruil* van die punte of myle sal die verpligting dan eers ontstaan.

Sodra 'n belastingpligtige ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram punte of myle toeken of kontantterugbewyse uitreik ontstaan daar 'n verpligting om voordele te lewer met die inruil van daardie punte/myle of kontantterugbewyse. So ook, waar punte/myle of kontantterugbewyse by 'n derde party ingeruil word ontstaan daar 'n verpligting om vergoeding aan die derde party te betaal met die toekenning/inruil van punte/myle of kontantterugbewyse. Indien punte/myle of kontantterugbewyse gedurende 'n jaar van aanslag toegeken is, beteken dit in effek dat onkoste werklik in daardie jaar van aanslag deur die belastingpligtige, aangegaan of gelei is, ongeag of die voordele in daardie jaar gelewer is en/of vergoeding aan die derde party betaal is, al dan nie.

Die situasie kan egter voorkom waar die belastingpligtige aan die einde van die jaar van aanslag nie meer 'n verpligting het ten opsigte van punte/myle of kontantterugbewyse wat voorheen toegeken of uitgereik is nie? Byvoorbeeld:

- Kiënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle nie aan 'n vervaldatum onderhewig is en die verbruiker versuim om die punte of myle in te ruil (byvoorbeeld verbruiker verloor sy/haar lidmaatskapkaart); of
- Kiënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig is en die verbruiker versuim om die punte of myle te verdien betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil; of
- Kiënteloyaliteitsprogramme waar 'n kontantterugbewys uitgereik word en die verbruiker versuim om 'n kontantterugbewys te ontvang betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil (alle kiënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is waar 'n kontantterugbewys uitgereik word is die kontantterugbewys onderhewig aan 'n vervaldatum).

*Punte of myle nie aan 'n vervaldatum onderhewig nie: Verbruiker versuim om punte of myle in te ruil*

Die moontlikheid bestaan dat punte of myle wat toegeken is nooit ingeruil gaan word nie. Ingevolge kiënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms tussen die belastingpligtige en die derde party bepaal dat vergoeding aan die derde party verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle, is dit irrelevant of die punte of myle ingeruil word, al dan nie. Die vergoeding sal aan die derde party betaal moet word ongeag of die punte of myle ingeruil word en die derde party die voordele lewer. Met die toekenning van die punte of myle sal die belastingpligtige aan die vereiste "*werklik aangegaan*" voldoen.

Vir alle ander kiënteloyaliteitsprogramme sal die onkoste (om aan die derde party vergoeding te betaal of om self voordele te lewer) aangegaan word met die *inruil* van die punte of myle. Dit is onmoontlik vir die belastingpligtige om te bepaal of die verbruiker die punte of myle gaan inruil, al dan nie. Die belastingpligtige sal dus altyd 'n verpligting hê om voordele te lewer of om die derde party vergoeding te betaal (waar die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *inruil* van die punte of myle) ten opsigte van punte of myle wat voorheen toegeken is en sal voldoen aan die vereiste "*werklik aangegaan*" wanneer punte of myle toegeken word.

*Punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig: Verbruiker versuim om punte of myle betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil*

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig is, die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding aan die derde party verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle, is dit irrelevant of die punte of myle betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) ingeruil word, al dan nie. Die vergoeding sal aan die derde party betaal moet word ongeag of die punte of myle betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) ingeruil word en die derde party die voordele lewer. Met die toekenning van die punte of myle sal die belastingpligtige aan die vereiste “*werklik aangegaan*” voldoen.

Vir alle ander kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig is en die verbruiker versuim om die punte of myle verdien betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil, sal die belastingpligtige na die verstryking van die vervaldatum geen verdere verpligting hê om voordele aan die verbruiker te lewer of om vergoeding aan die derde party te betaal (waar die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *inruil* van die punte of myle) vir die lewering van voordele nie. Die belastingpligtige sal dus aan die einde van die jaar van aanslag, deur na vervalde punte of myle te verwys, kan bepaal of daar 'n verpligting bestaan, al dan nie. Toegekende punte of myle (uitgesluit kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle) sal gevolglik na die verstryking van die vervaldatum nie meer aan die “*werklik aangegaan*” vereiste voldoen nie.

*Kontanterugbewys aan 'n vervaldatum onderhewig: Verbruiker versuim om kontanterugbewys betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil*

Dieselfde beginsel soos waar punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig is en die verbruiker versuim om die punte of myle betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil geld ook hier (verwys na bespreking hierbo: *Punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig: Verbruiker versuim om punte of myle betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil*).



In sommige omstandighede word onkoste aangegaan geag nie aangegaan te wees nie. Artikel 24M van die Wet handel oor die aangaan van bedrae ten opsigte van bates wat teen 'n ongekwantifiseerde bedrag verkry of oor beskik is.

*Nie kwantifiseerbare bedrae: Verkryging van 'n bate*

Artikel 24M van die Wet lees *verbatim* as volg:

*“(2) Indien 'n persoon gedurende die jaar van aanslag 'n bate verkry vir vergoeding wat bestaan uit of insluit enige bedrag wat nie in daardie jaar van aanslag gekwantifiseer kan word nie, word soveel van daardie vergoeding-*

*(a) as wat nie in daardie jaar gekwantifiseer kan word nie,...geag nie deur daardie persoon in daardie jaar van aanslag aangegaan te wees nie; en*

*(b) as wat in enige daaropvolgende jaar van aanslag kwantifiseerbaar word,... geag deur daardie persoon in daardie daaropvolgende jaar aangegaan te wees ten opsigte van die verkryging van daardie bate...”*

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme sal die belastingpligtige onkoste aangaan om die punte of myle toe te ken of om die kontantterugbewyse uit te reik. Daar moet bepaal word of 'n bate verkry word in ruil vir die toekenning van hierdie punte of myle of vir die uitreiking van hierdie kontantterugbewyse. Die begrip “bate” word nie in die Wet gedefinieer nie, maar wel in die Agtste Bylae tot die Wet. Paragraaf 1 van die Agtste Bylae wat 'n “bate” omskryf lees *verbatim* as volg:

*“sluit in-*

*(a) eiendom van welke aard ookal, hetsy roerend of onroerend, liggaamlik of onliggaamlik, uitgesluit enige valuta, maar ingesluit enige munt wat hoofsaaklik van goud of platinum gemaak is; en*

*(b) 'n reg of belang van welke aard ookal tot of in sodanige eiendom.”*

Die punte of myle toegeken of die kontantterugbewyse uitgereik moedig herhaalde klandisie deur die verbruiker aan maar verseker dit nie. 'n Reg of belang tot toekomstige klandisie word dus nie verkry wanneer punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik word nie en daar word nie aan die omskrywing van 'n bate voldoen nie. Artikel 24M(2) is nie hier van toepassing nie.

#### 1.1.4 By die voortbrenging van inkomste

Ten einde te kwalifiseer as 'n aftrekking teen inkomste, moet onkoste en verliese werklik aangegaan word by die voortbrenging van inkomste. 'n Kliënteloyaliteitsprogram is 'n bemarkingstrategie wat daarop gemik is om lojaliteit van verbruikers aan te moedig. Die toekenning van punte of myle of die uitreiking van kontantterugbewyse is die handeling wat tot die onkoste (om aan die derde party vergoeding te betaal of om self voordele te lewer) aanleiding gee en is nou verwant aan die aktiwiteite om inkomste (in die vorm van herhaalde klandisie) voort te bring. Die belastingpligtige wat voordele ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram verskaf of vergoeding aan 'n derde party betaal vir voordele gelewer, sal gevolglik aan die “*by die voortbrenging van inkomste*” vereiste voldoen.

#### 1.1.5 Nie van kapitale aard nie

Artikel 11(a) vereis verder dat die onkoste of verliese nie van 'n kapitale aard moet wees nie. Dit is dikwels baie moeilik om tussen onkoste wat kapitaal van aard is en die wat inkomste van aard is te onderskei. Die uitspraak van Watermeyer HR in *New State Areas Ltd v CIR* [1946] 14 SATC 155 (bladsy 163-164) kan moontlik meer lig op die bogenoemde werp:

*“As to the latter the distinction must be remembered between floating or circulating and fixed capital. When the capital employed in a business is frequently changing its form from money to goods and vice versa...and this is done for the purpose of making a profit, then the capital so employed is floating capital... The problem which arises when deductions are claimed is therefore usually whether the expenditure in question should properly be regarded as part of the cost of performing the income-earning operations or as part of the cost of establishing or improving or adding to the income-earning plant or machinery.”*

Die beginsel wat uit bogenoemde aanhaling afgelei kan word is dat in die bepaling of die bedrag kapitaal van aard is, al dan nie, daar vasgestel moet word of die onkoste aangegaan deel is van die onkoste veroorsaak deur die inkomstegenererende bedrywighede en of die onkoste aangegaan is om 'n inkomstegenererende struktuur daar te stel, te verbeter of uit te brei. Vlottende kapitale onkoste verteenwoordig 'n onkoste wat ingevolge artikel 11(a) aftrekbaar is en vaste kapitale onkoste verteenwoordig 'n kapitale

onkoste wat nie ingevolge artikel 11(a) as 'n aftrekking toegelaat sal word nie (Stiglingh, 2009:103).

Kliënteloyaliteitsprogramme poog om verbruikers aan 'n entiteit te bind deur belonings aan te bied vir volgehoue klandisie (Kivetz & Simonson, 2002:156) en word aangewend in 'n poging om verbruikers te lok en te behou (McIlroy & Barnett, 2000:347). Dit blyk asof kliënteloyaliteitsprogramonkoste 'n langtermynvoordeel daar stel en kapitaal van aard is. By kliënteloyaliteitsprogramme moet daar 'n onderskeid getref word tussen die aanvanklike oprigtingskoste van die kliënteloyaliteitsprogram en die onkoste aangegaan om die kliënteloyaliteitsprogram te bedryf deur punte of myle toe te ken en/of kontantterugbewyse uit te reik en die uiteindelijke lewering van die voordele of die betaling van vergoeding aan die derde party (bedryfsonkoste).

Die oprigtingskoste sal kapitaal van aard wees, aangesien dit die inkomstegenererende struktuur daar stel. Onkoste aangegaan om punte of myle toe te ken en/of kontantterugbewyse uit te reik en uiteindelik voordele te lewer of vergoeding aan die derde party te betaal, dui op die onkoste om die kliënteloyaliteitsprogram te onderhou. Hierdie onkoste is 'n onkoste wat deur die inkomstegenererende bedrywighede veroorsaak word en dui op vlottende kapitale onkoste wat nie van 'n kapitale aard is nie. Kliënteloyaliteitsprogramonkoste is ook al as 'n bemarkingskoste beskou (Gilbert, 1996: 575) wat die bogenoemde gevolgtrekking verder ondersteun. Die belastingpligtige wat voordele ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram verskaf of vergoeding aan 'n derde party betaal, sal gevolglik aan die "*nie van kapitale aard nie*" vereiste voldoen.

Kliënteloyaliteitsprogramonkoste voldoen dus aan al die vereistes van artikel 11(a) (behalwe punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik waar die vervaldatum verstryk sonder dat die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is uitgesluit kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekening* van die punte of myle) (verwys na (a) *Belastingpligtige wat punte of myle toeken en voordele lewer*, punt 1.1.3 *Werklik aangegaan of gely* op bladsy 55). Al is 'n onkoste ingevolge artikel 11(a) aftrekbaar, moet die onkoste ook die negatiewe toets ingevolge die algemene aftrekkingsformule slaag.

## 1.2 Artikel 23(g) Negatiewe toets

Artikel 23 bevat 'n lys van items wat nie as 'n aftrekking geëis mag word nie. Artikel 23 en artikel 23(g) van die Wet lees *verbatim* as volg:

*“Aftrekkings vind in geen geval ten opsigte van die volgende aangeleenthede plaas nie, tewe-*

*(g) geld geëis as 'n aftrekking van inkomste uit 'n bedryf verkry, vir sover die geld nie vir bedryfsdoeleindes bestee of uitgegee is nie.”*

Kliënteloyaliteitsprogramkoste aangegaan om punte of myle toe te ken en/of om kontantterugbewyse uit te reik en uiteindelik voordele te lewer of vergoeding aan die derde party te betaal sal alleenlik vir bedryfsdoeleindes aangegaan word en dus die negatiewe toets van artikel 23(g) slaag. Kliënteloyaliteitsprogramkoste voldoen dus aan al die vereistes van artikel 11(a) en artikel 23(g).

Ter samevatting, kan die volgende gevolgtrekking gemaak word vanuit die Wet en plaaslike regspraak ten opsigte van die aftrekbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramkoste:

- Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle nie aan 'n vervaldatum onderhewig is nie geld die volgende: die onkoste sal aftrekbaar wees sodra die punte of myle toegeken word.
- Vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte/myle of kontantterugbewys aan 'n vervaldatum onderhewig is geld die volgende: die onkoste sal aan die einde van die jaar van aanslag alleenlik deur die belastingpligtige aftrekbaar wees as die vervaldatum nog nie verstryk het nie en die punte/myle of kontantterugbewyse nog nie ingeruil is nie, behalwe vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle.

Daar moet bepaal word wat die belastinghantering sal wees indien 'n aftrekking in jaar een geëis is (ten opsigte van punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik wat aan 'n vervaldatum onderhewig is) en die vervaldatum in jaar twee verstryk sonder dat punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is. 'n Bespreking hiervan volg hierna.

## 1.3 Ander oorwegings

### 1.3.1 Verhaling

Artikel 8(4)(a) van die Wet lees *verbatim* as volg:

*“By die belastingpligtige se inkomste word ingereken alle bedrae wat ingevolge die bepalings van artikels 11 tot en met 20...hetsy in die lopende of ’n vorige jaar van aanslag, om afgetrek of verreken te word, en gedurende die lopende jaar van aanslag verhaal of vergoed is...”*

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme, indien ’n aftrekking in jaar een geëis is ten opsigte van punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik wat aan ’n vervaldatum onderhewig is en die vervaldatum in jaar twee verstryk sonder dat die verbruiker die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil het, beteken dit in effek dat die belastingpligtige voorheen op ’n aftrekking geregtig was ten opsigte van ’n onkoste wat nooit werklik aangegaan is nie. Gevolglik is die belastingpligtige se belasbare inkomste in jaar een minder op grond van die aftrekking wat toegestaan is. Die feit dat geen onkoste werklik aangegaan word ten opsigte van ’n aftrekking wat reeds gedurende jaar een toegestaan is nie, sal dit ’n verhaling tot gevolg hê. Die waarde van die punte/myle of kontantterugbewyse sal gevolglik by bruto inkomste ingesluit word met die verstryking van die vervaldatum.

Die enigste uitsondering is vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op ’n derde party rus en die ooreenkoms tussen die belastingpligtige en die derde party bepaal dat die vergoeding verskuldig word met die *toekening* van die punte of myle. In hierdie geval sal die onkoste (vergoeding verskuldig aan die derde party) wat voorheen geëis is wel *werklik aangegaan* word, aangesien die vergoeding verskuldig word *met die toekening* van die punte/myle. Artikel 8(4)(a) is gevolglik nie hier van toepassing nie. Die derde party sal egter vergoeding ontvang vir voordele wat nooit gelewer is nie (aangesien die vervaldatum verstryk het sonder dat die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is) en sal die bedrag by bruto inkomste (ingevolge die algemene bruto inkomste definisie) moet insluit.

### 1.3.2 Afslag of korting toegestaan

#### (i) Algemeen

Punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik kan ook beskou word as voordele soortgelyk aan afslag of korting toegestaan (Rowley, 2005:195). Afslag of korting kan onderverdeel word in:

- 'n afslag of korting wat onvoorwaardelik op leweringsdatum toegestaan word (byvoorbeeld handelskorting) en
- 'n afslag of korting wat voorwaardelik op die plaasvind van 'n gebeurtenis wat na die lewering volg toegestaan word (byvoorbeeld vereffeningskorting of kontantkorting) (Beneke 2010: par 4.3).

Ten einde 'n vergelyk te tref tussen afslag of korting en punte/myle of kontantterugbewyse moet daar bepaal word in watter een van die bogenoemde kategorieë afslag of korting en punte/myle of kontantterugbewyse val. Ingevolge punte/myle of kontantterugbewyse sal die voordeel (goedere, dienste of afslag) eers toegestaan word op die plaasvind van 'n gebeurtenis wat na die lewering (oorspronklike aankoopstransaksie) volg (wanneer die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil word). Punte/myle of kontantterugbewyse voldoen dus aan die omskrywing van die tweede genoemde kategorie en kan op daardie grondslag met afslag of korting vergelyk word.

Die volgende geld ten opsigte van afslag of korting wat voorwaardelik toegestaan word by die plaasvind van 'n gebeurtenis wat na die lewering volg. Daar kan in 'n verkoopsooreenkoms bepaal word dat die verbruiker voorwaardelik op korting (byvoorbeeld vereffeningskorting) geregtig is op grond van die plaasvind van 'n toekomstige gebeurtenis (byvoorbeeld indien die verbruiker binne 'n bepaalde tydperk die faktuur vereffen). Die vraag ontstaan of die totale verkoopsprys of 'n kleiner bedrag as bruto inkomste aan die belastingpligtige toeval? Die kleiner bedrag waarna verwys word is die verkoopprijs minus die beraamde korting in die geval van die plaasvind van die toekomstige gebeurtenis (tydige betaling van die faktuur) (Stiglingh *et al.*, 2009:20).

In *ITC 1815 68 SATC 312* het die belastingpligtige die netto verkoopsprys na aftrekking van die vereffeningskorting soos per standaard verkoopsooreenkoms in die berekening van sy bruto inkomste in ag geneem. Die kwessie in die saak was of die vereffeningskorting deel van die belastingpligtige se bruto inkomste uitmaak, al dan nie.

Die belastingpligtige het aangevoer dat toevalling afhanklik is van die verkoopsooreenkoms en dat hy nie geregtig is om die kortingsbedrag te verhaal tot en met die verstryking van die gegewe kortingsperiode nie. Levinsohn DJP dui aan dat die betekenis van “betaling” die betaling van die gefaktureerde bedrag en dit wat op die rekeningstaat sal verskyn verteenwoordig. Hy noem verder dat die ooreenkoms daarvoor voorsiening maak dat indien betaling teen 'n sekere datum geskied die verbruiker op die aftrekking van 'n korting geregtig sal wees. Die belastingpligtige sal die volle verkoopsprys debiteer. Alleenlik met tydigte vereffening sal die korting toegestaan word wat aandui dat die belastingpligtige se bedoeling is om 'n bedrag te ontvang op die datum van die faktuur en rekeningstaat wat die gefaktureerde verkoopsprys weerspieël. Gevolglik het toevalling van die volle gefaktureerde bedrag op rekeningsstaatdatum plaasgevind en het die hof beslis dat die belastingpligtige die bruto bedrag (sonder die verrekening van enige afslag of korting) by bruto inkomste moet insluit (Stretch & Silke, 2010).

In *GUD Holdings Ltd v CSARS* [2007] 69 SATC 115 is die beslissing van *ITC 1815 68 SATC 312*, wat beslis het dat toevalling plaasvind op rekeningstaatdatum ingevolge die volle faktuurbedrag, verkeerd bewys. In hierdie saak het die belastingpligtige kontraktueel met verbruikers ooreengekom dat hulle geregtig sal wees op 'n vereffeningskorting indien betaling voor of op die 25ste dag van die maand wat volg op die maand waarin die faktuur uitgereik is bewerkstellig sou word. Op jaareinde (ook die einde van die belastingjaar) was daar sekere gelde uitstaande ten opsigte waarvan die vereffeningskorting nog kon geld. Die vraag het ontstaan of die aanspreeklikheid van die verbruikers vir die volle bedrag was, en of dit die verdiskonteerde bedrag sou wees. Die hof het bevind dat die belastingpligtige met sluiting van die kontrak slegs onvoorwaardelik op die verdiskonteerde verkoopsprys geregtig was, en het beslis dat slegs daardie gedeelte van die uitstaande bedrae by die belastingpligtige se bruto inkomste ingesluit moet word. Die vereffeningskortingperiode moet dus eers verloop voordat die belastingpligtige op die volle verkoopsprys geregtig sal wees. Hurt J voer aan dat dit die bedoeling van die belastingpligtige en die verbruiker is, dat die verbruiker goedere aankoop teen die netto prys na vereffeningskorting soos gestipuleer in die standaard verkoopvoorwaardes. Die voorskrif dat die geld voor 'n sekere datum betaalbaar is, is 'n intensief vir die verbruiker om die laer prys te benut. Die verbruiker sal dus net aanspreeklik word vir die volle faktuurbedrag indien vereffening nie betyds plaasvind nie. Op grond hiervan is die vereffeningskorting soos aangedui in die standaard verkoopsooreenkoms, eerder 'n boete/straf vir laat betaling as wat dit 'n korting verteenwoordig. As die verbruiker gevolglik

versuim om binne die ooreengekome tydperk te betaal sal die vereffeningskorting op daardie stadium eers as bruto inkomste van die belastingpligtige erken word. Die hof was van mening dat op grond van *Lategan WH v CIR* [1926] 2 SATC 16 en *CIR v People's Stores (Walvis Bay) (Pty) Ltd* [1990] 52 SATC 9, die vraag wat ontstaan is: "Wat was die reg van die belastingpligtige op jaareinde?". Gebaseer op die benadering van Watermeyer J in *Lategan WH v CIR* [1926] 2 SATC 16 sou dit verkeerd wees om die totale faktuurbedrag by die belastingpligtige se bruto inkomste in berekening te bring (Stretch & Silke, 2010).

## **(ii) Toepassing op kliënteloyaliteitsprogramtransaksie**

In die toepassing van die bogenoemde op die belastingpligtige wat ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram punte of myle toeken of kontantterugbewyse uitreik, geld die volgende: Die belastingpligtige sal slegs die netto bedrag, naamlik die verkoopsprys minus die waarde van punte of myle toegeken of kontantterugbewys uitgereik, van verkope van goedere of dienste as bruto inkomste erken. Daar is drie gevalle waar kliënteloyaliteitsprogramme soortgelyk is aan die verbruiker wat versuim om binne ooreengekome tyd te betaal en vereffeningskorting te benut, naamlik:

- Kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle nie aan 'n vervaldatum onderhewig is nie en die verbruiker versuim om die punte of myle verdien in te ruil (byvoorbeeld verbruiker verloor sy/haar lidmaatskapkaart); of
- Kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig is en die verbruiker versuim om die punte of myle verdien betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil; of
- Kliënteloyaliteitsprogramme waar 'n kontantterugbewys vir geakkumuleerde punte of myle uitgereik word (alle kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is waar 'n kontantterugbewys uitgereik word is die kontantterugbewys onderhewig aan 'n vervaldatum) en die verbruiker versuim om 'n kontantterugbewys ontvang betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil.

*Punte of myle nie aan 'n vervaldatum onderhewig: Verbruiker versuim om punte of myle in te ruil*

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms tussen die belastingpligtige en die derde party bepaal dat vergoeding aan die derde party verskuldig word met die *toekening* van die punte of



myle, is dit irrelevant of die punte of myle ingeruil word, al dan nie. Die vergoeding sal aan die derde party betaal moet word ongeag of die punte of myle ingeruil word en die derde party die voordele lewer. Selfs al word die punte of myle nooit vir voordele ingeruil nie, sal geen insluiting by bruto inkomste vir die belastingpligtige voorkom nie.

Vir alle ander kliënteloyaliteitsprogramme sal die onkoste (om aan die derde party vergoeding te betaal of om self voordele te lewer) aangegaan word met die *inruil* van die punte of myle. Indien die punte of myle nooit ingeruil word nie moet die belastingpligtige die waarde van daardie punte of myle by bruto inkomste insluit. Die tydstip van insluiting gaan in die geval problematies wees, aangesien dit onmoontlik vir die belastingpligtige sal wees om te bepaal of die verbruiker moontlik êrens in die toekoms wel die punte of myle gaan inruil. Die belastingpligtige sal dus nooit die waarde van punte of myle voorheen toegeken (wat nie aan 'n vervaldatum onderhewig is nie) by bruto inkomste kan insluit nie.

*Punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig: Verbruiker versuim om punte of myle betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil*

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig is, die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding aan die derde party verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle, is dit irrelevant of die punte of myle betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) ingeruil word, al dan nie. Die vergoeding sal aan die derde party betaal moet word ongeag of die punte of myle betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) ingeruil word en die derde party die voordele lewer. Selfs al word die punte of myle nie betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) vir voordele ingeruil nie, sal geen insluiting by bruto inkomste vir die belastingpligtige voorkom nie. Die derde party sal egter vergoeding ontvang vir voordele wat nooit gelewer is nie (aangesien die vervaldatum verstryk het sonder dat die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is) en sal die bedrag by bruto inkomste (ingevolge die algemene bruto inkomste definisie) moet insluit.

Vir alle ander kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig is en die verbruiker versuim om die punte of myle verdien betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil sal die belastingpligtige die waarde van die punte of myle by bruto inkomste moet insluit. Die tydstip van insluiting verskaf geen probleme in die geval nie en sal met die verstryking van die vervaldatum wees.

*Kontantterugbewys aan 'n vervaldatum onderhewig: Verbruiker versuim om kontantterugbewys betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil*

Dieselfde beginsel soos waar punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig is en die verbruiker versuim om die punte of myle betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil geld ook hier (verwys na bespreking hierbo: *Punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig: Verbruiker versuim om punte of myle betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil*)

### **(iii) Gevolgtrekking**

Die belastingpligtige sal ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram waar die punte of myle nie aan 'n vervaldatum onderhewig is nie, die netto bedrag (verkoopsprys minus die waarde van punte of myle toegeken of kontantterugbewys uitgereik) met verkope van goedere of dienste as bruto inkomste erken. Die belastingpligtige sal ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is, die netto bedrag (verkoopsprys minus die waarde van punte of myle toegeken of kontantterugbewys uitgereik) aan die einde van die jaar van aanslag as bruto inkomste erken, alleenlik as die vervaldatum van die punte/myle of kontantterugbewyse nog nie verstryk het nie (uitgesluit kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle). Indien die netto bedrag (verkoopsprys minus die waarde van punte of myle toegeken of kontantterugbewys uitgereik) in jaar een as bruto inkomste erken word en die vervaldatum in jaar twee verstryk sonder dat punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is, dan moet die waarde van daardie punte/myle of kontantterugbewyse met die verstryking van die vervaldatum by bruto inkomste ingesluit word.

Die enigste uitsondering is vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms tussen die belastingpligtige en die derde party bepaal dat die vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle. Daar sal geen insluiting by bruto inkomste vir die belastingpligtige voorkom nie. Die derde party sal egter vergoeding ontvang vir voordele wat nooit gelewer is nie (aangesien die vervaldatum verstryk het sonder dat die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is) en sal die bedrag by bruto inkomste (ingevolge die algemene bruto inkomste definisie) moet insluit.

Die volgende twee hanterings van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies het dieselfde effek op die belastingpligtige se belasbare inkomste, naamlik:

- Die belastingpligtige kan die volle verkoopsprys by bruto inkomste insluit en ingevolge artikel 11(a) 'n aftrekking eis teen die waarde van punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik; of
- Die belastingpligtige kan die netto bedrag (verkope minus waarde van punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik) by bruto inkomste insluit (wanneer verwys word na die hantering van afslag of korting).

## **2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW)**

Ingevolge artikel 7 van die BTW-wet moet alle ondernemers wat vir BTW geregistreer is uitsetbelasting teen 14% hef op die waarde van die goedere en dienste wat gelewer word. Die rekeningkundige basis wat deur 'n onderneming gebruik word, bepaal die tyd van lewering vir BTW-doeleindes. Daar is twee rekeningkundige basisse wat deur 'n ondernemer toegepas kan word, naamlik:

- die faktuurbasis en
- die betalingsbasis.

'n Ondernemer kan op die betalingsbasis vir BTW rekenskap gee, indien die ondernemer 'n openbare bestuur; 'n munisipaliteit, 'n munisipale entiteit wat elektrisiteit, gas, water, dreinerings, of dienste wat met die verwydering van vullis of riool verband hou, lewer, 'n vereniging sonder winsoogmerk, enige Waterraad of ander instelling wat soortgelyke magte as 'n Waterraad het, 'n plaaslike elektrisiteitsverspreider of die ondernemer 'n natuurlike persoon of 'n oningelyfde liggaam van persone is wie se lede almal natuurlike persone is, en die totale waarde van die belasbare lewerings in 'n twaalfmaandetydperk nie R2,5 miljoen (BTW ingesluit) oorskry of moontlik sal oorskry nie, en die ondernemer skriftelik by die Kommissaris aansoek doen (artikel 15 van die BTW-wet). Nie een van die kliënteloyaliteitsprogramme wat vir doeleindes van hierdie studie ondersoek is (verwys na Hoofstuk 4, punt 4 *Seleksie van kliënteloyaliteitsprogramme* op bladsy 22) voldoen aan bostaande nie en sal gevolglik op die faktuurbasis vir BTW rekenskap gee. Die tyd van lewering ingevolge die faktuurbasis is die vroegste van die datum waarop die faktuur uitgereik is of die datum waarop betaling van die vergoeding deur die leweraar ontvang word (artikel 9(1) van die BTW-wet). Artikel 10(23) van die BTW-wet bepaal dat indien 'n lewering teen geen vergoeding gemaak word nie, word die waarde van die lewering geag nul te wees.

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme word goedere of dienste nie net tydens die oorspronklike verkoopstransaksie gelewer nie, maar ook wanneer die punte/myle of kontantterugbewyse uiteindelik ingeruil word. Die vraag ontstaan of die lewering van goedere of dienste en die uiteindelijke lewering van voordele as 'n enkele transaksie of as twee afsonderlike transaksies beskou en hanteer moet word? Indien dit as 'n enkele transaksie beskou word sal dit vergelykbaar wees met afslag of korting toegestaan.

Op grond van 'n gebrek aan plaaslike regspraak oor die onderwerp is beslissings in ander lande oorweeg ten einde die bogenoemde vraag te beantwoord. In die Britse saak, *Commissioner for HMRC v Total Limited Court of Appeal* [2007] ENHC 342, het die respondent, 'n olie maatskappy (T), 'n verkoopspromosieskema aan verbruikers bekend gestel. Ingevolge die skema was punte en uiteindelik geskenkbewyse as voordele van ander handelaars ontvangbaar op grond van petrol aankope vanaf T. T het vooraf die geskenkbewyse teen 'n afslag van genoemde handelaars verkry om uiteindelik getroue verbruikers te beloon. Die kwessie in die saak was of die belasbare bedrag uit petrolverkope deur T, waarop uitsetbelasting betaalbaar is, verminder moet word met die waarde van die geskenkbewyse uitgereik ingevolge die verkoopspromosieskema.

T voer aan dat in sover die skema vereis dat geskenkbewyse aan getroue petrol verbruikers gelewer word, die bedrag onderhewig aan uitsetbelasting nie die volle bedrag ontvang vir petrolverkope beloop nie. Volgens T is die bedrag waarop uitset belasting gehef moet word, die petrolverkoopsprys verminder met die koste om geskenkbewyse vanaf die handelaars aan te koop. T argumenteer verder dat wanneer geskenkbewyse aan die verbruiker weens petrolaankope oorgedra word, word daar van 'n bate afstand gedoen en daarom sal die oordrag die vergoeding vir die lewering verminder en dus ook die belasbare uitsette verminder.

Die Britse Kommissaris bevind dat die skema in wese 'n kliënteloyaliteitsprogram verteenwoordig en nie net bloot 'n afslagskema is nie. Die vergoeding wat T vir die verkoop van petrol ontvang word nie geaffekteer deur die voorsiening van geskenkbewyse ingevolge die skema nie. Die belastingpligtige se verkoopspromosieskema dui nie op 'n prysafslagskema nie en gevolglik moet die belasbare bedrag uit petrolverkope, wat aan uitsetbelasting onderhewig is, nie met die waarde van die geskenkbewyse uitgereik aan getroue verbruikers verminder word nie.

Die volgende is beslis: Die uitreiking van die geskenkbewys deur T het nie die oorspronklike vergoeding wat vir die lewering van petrol ontvang is verminder nie. Die uitreiking van 'n geskenkbewys kan nie as die toekenning van 'n terugwerkende korting op die prys van petrol beskou word nie. Die partye se subjektiewe bedoeling en motiverings is buite rekening gelaat en die skema se dokumentasie het 'n baie belangrike rol in die analiese gespeel. Dit is gevolglik belangrik dat die skema se dokumentasie nie die uitreiking van die geskenkbewys as 'n afslag of korting beskryf nie. In werklikheid het die verbruiker die volle pompprys vir die petrol betaal ongeag of die verbruiker 'n lid was en punte verdien het en of die verbruiker nie 'n lid was nie. Die verbruiker wat 'n geskenkbewys ontvang, verkry nie daardeur 'n afslag of korting op die prys van die kwalifiserende aankope van petrol nie, maar verkry iets addisioneel bo en behalwe die petrol waarvoor betaal is. Ingevolge T se skema kon 'n verbruiker iets meer kry teen dieselfde prys, eerder as dieselfde teen 'n laer prys. Die skema dui nie op 'n prysafslagskema nie en die geskenkbewys moet nie as 'n vermindering van vergoeding hanteer word nie. Die lewering van petrol en die uitreiking van 'n geskenkbewys kan nie as 'n enkele ekonomiese transaksie beskou word nie.

In die toepassing van die bogenoemde op 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie geld die volgende: Die oorspronklike lewering van goedere of dienste ingevolge waarvan die punte of myle toegeken en/of kontanterugbewyse uitgereik word en die uiteindelijke lewering van voordele vir die inruil van punte/myle of kontanterugbewyse moet as twee afsonderlike transaksies beskou en hanteer word.

#### *Transaksie 1: Die oorspronklike lewering van goedere of dienste*

Wanneer goedere of dienste ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram deur 'n BTW-ondernemer gelewer word moet 14% uitsetbelasting op die volle verkoopsprys van hierdie goedere en dienste (uitgesluit die waarde van die punte of myle toegeken) gehef word en aan die SAID oorbetal word. Indien goedere of dienste kontant verskaf word, sal die faktuurdatum en die datum van betaling waarskynlik ooreenstem en ook die tyd van lewering uitmaak. Indien goedere of dienste op krediet verskaf word sal 'n faktuur gewoonlik eers uitgereik word voor betaling plaasvind. Die tyd van lewering sal dan die faktuurdatum wees.

*Transaksie 2: Die lewering van voordele waar punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil word*

Wanneer voordele deur 'n BTW-ondernemer in ruil vir punte/myle of kontantterugbewyse gelewer word, wil dit voorkom of die lewering teen geen vergoeding plaasvind nie, aangesien die verbruiker nie vir die voordele in geld betaal nie.

Vergoeding word in artikel 1 van die BTW-wet gedefinieer as enige betaling gemaak of wat gemaak moet word hetsy in geld of andersins. Artikel 10(3)(b) van die BTW-wet bepaal dat indien betaling in 'n ander vorm as geld geskied sal die waarde van die vergoeding die ope markwaarde van dit wat betaal of oorhandig is verteenwoordig. Artikel 3 van die BTW-wet bepaal verder dat die ope markwaarde die vergoeding bedra waarvoor daardie goedere of dienste in soortgelyke omstandighede verhandel kon word. Die ope markwaarde sluit uitsetbelasting in (artikel 3(b) van die BTW-wet).

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme sal die ope markwaarde van die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil bepaal kan word deur te verwys na die bedrag (BTW ingesluit) van die voordele wat gelewer word. Die uitsetbelasting ingesluit in die vergoeding moet aan die SAID oorbetal word. Die tyd van lewering is wanneer die punte/myle of kontantterugbewyse (vergoeding) ingeruil word.

Indien die verpligting om voordele te lewer op 'n derde party rus sal die belastingpligtige nie die voordele lewer nie, maar vergoeding aan die derde party betaal vir die lewering van die voordele. Die vraag ontstaan of insetbelasting deur die belastingpligtige geëis kan word op grond van die vergoeding wat aan die derde party betaal word?

Ingevolge artikel 17 van die BTW-wet kan insetbelasting geëis word ten opsigte van alle betalings gemaak deur 'n BTW-ondernemer vir goedere en dienste aangekoop van 'n ander BTW-ondernemer wat vir die maak van belasbare lewerings gebruik gaan word. Belasbare lewerings word in artikel 1 van die BTW-wet gedefinieer en lees *verbatim* as volg:

*“ 'n lewering van goed of dienste wat ingevolge die bepalinge van artikel 7(1)(a) aan belasting onderhewig is, met inbegrip van belasting wat teen die skaal van nul persent ingevolge artikel 11 hefbaar is”*

Artikel 7(1)(a) van die BTW-wet handel oor die heffing van uitsetbelasting en lees *verbatim* as volg:

*“...word daar ten bate van die Nasionale Inkomstefonds ’n belasting gehef en betaal, bekend as die belasting op toegevoegde waarde-  
(a) op die lewering deur ’n ondernemer van goed of dienste wat op of na die aanvangsdatum deur hom gelewer word in die loop of ter bevordering van ’n onderneming deur hom bedryf...”*

### *Transaksie 2: Vergoeding aan die derde party betaal vir die lewering van voordele*

Die derde party sal as ’n programvennoot tot ’n kliënteloyaliteitsprogram toetree ten einde volgehoue klandisie te verbeter. Die diens naamlik, die lewering van voordele in ruil vir punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik deur die belastingpligtige, word gelewer in die loop of ter bevordering van die derde party se onderneming. Indien die derde party ’n BTW-ondernemer is en voordele lewer sal die uitsetbelasting wat ingesluit is in die vergoeding (bedrag (BTW ingesluit) van die voordele wat gelewer word) aan die SAID oorbetaal moet word. Die derde party sal uitsetbelasting hef op die diens wat gelewer word, naamlik die lewering van voordele in ruil vir punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik deur die belastingpligtige. Die uitsetbelasting verpligting van die derde party teenoor die SAID word in effek oorgedra aan die belastingpligtige en die derde party tree bloot as die middelman op. Indien die belastingpligtige ook ’n BTW-ondernemer is sal die BTW (ingesluit in die vergoeding) gehef en betaal aan die derde party, vanaf die SAID terug geëis kan word. Die tyd van lewering is die vroegste van die datum waarop die faktuur deur die derde party uitgereik is of die datum waarop die vergoeding aan die derde party betaal word.

### **3. Kapitaalwinsbelasting**

Kliënteloyaliteitsprogramonkoste is inkomste van aard (verwys na (a) *Belastingpligtige wat punte of myle toeken en voordele lewer*, punt 1.1.5 *Nie van kapitale aard nie* op bladsy 61). Geen kapitaalwinsbelasting gevolg sal dus van toepassing wees nie.

## **(B) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE VERDIEN EN VOORDELE ONTVANG**

Die begrip “belastingpligtige” het in die vorige afdeling na die verskaffer verwys. In hierdie afdeling word die begrip gebruik om na die verbruiker te verwys. Dit is belangrik om die verskillende tipe ontvangers van punte of myle te identifiseer, aangesien dit die inkomstebelastinghantering sal beïnvloed. Punte of myle kan deur ’n natuurlike persoon, maatskappy, beslote korporasie of ’n trust wat ’n lid is van ’n kliënteloyaliteitsprogram ontvang word, mits die bepalings en voorwaardes van die kliënteloyaliteitsprogram dit toelaat. In die geval van ’n natuurlike persoon kan punte of myle op twee maniere ontvang word, naamlik:

- Punte of myle verdien op grond van goedere of dienste self aangekoop.
- Punte of myle verdien op grond van goedere of dienste (byvoorbeeld vlugkaartjies) deur ’n derde party (byvoorbeeld ’n werkgewer) namens die natuurlike persoon aangekoop.

### **1. Inkomstebelastingwet**

#### **1.1 Bruto inkomste**

Die basis vir die heffing van normale belasting berus in die definisie van “bruto inkomste” in artikel 1 van die Wet. Die bruto inkomste definisie in die Wet bestaan uit ’n algemene insluitingsdefinisie, sowel as spesifieke insluitings (paragraaf (a) – (n)) ongeag of dit kapitaal van aard is.

##### **1.1.1 Algemene bruto inkomste definisie**

Die omskrywing van “bruto inkomste” in die Wet lees *verbatim* as volg:

*“Bruto inkomste met betrekking tot ’n jaar van aanslag-*

- (i) in die geval van enige inwoner, die totale bedrag hetsy in kontant of andersins, ontvang deur of toegeval aan of ten gunste van so ’n inwoner; of*
- (ii) in die geval van enige persoon behalwe ’n inwoner, die totale bedrag hetsy in kontant of andersins, ontvang deur of toegeval aan of ten gunste van so ’n persoon uit ’n bron in die Republiek of geag in die Republiek te wees, gedurende die bedoelde jaar of tydperk van aanslag, met uitsluiting van ontvangstes of toevallings van ’n kapitale aard.”*



Normale belasting kan alleenlik gehef word indien daar aan al die vereistes van die definisie voldoen word. Die volgende komponente van die omskrywing is van kardinale belang ten einde te bepaal of punte of myle verdien ingesluit moet word by die belastingpligtige se bruto inkomste en word elk individueel oorweeg:

- “totale bedrag hetsy in kontant of andersins”
- “ontvang deur” of “toegeval aan”
- “met uitsluiting van ontvangstes of toevallings van ’n kapitale aard”

Die bostaande begrippe word nie in die Wet omskryf nie. Ten einde duidelikheid oor die betekenis van die belangrike begrippe te verkry kan daar na beslissings van die plaaslike howe verwys word (Stiglingh *et al.*, 2009:14).

#### **(i) Totale bedrag hetsy in kontant of andersins**

Normale belasting kan alleenlik gehef word indien die toevalling “’n bedrag hetsy in kontant of andersins” uitmaak, aangesien hierdie vereiste duidelik in die definisie van bruto inkomste gestel word. Die begrip “bedrag hetsy in kontant of andersins” soos vermeld in die bruto inkomste definisie word nie self ook in die Wet gedefinieer nie. Die volgende beslissings van die plaaslike howe werp meer lig op die betekenis van “bedrag hetsy in kontant of andersins”: In *Lategan WH v CIR* [1926] 2 SATC 16 het Watermeyer J op bladsy 19 en 20 die volgende bepaal:

*“...the word ‘amount’ had to be given a wider meaning and must include not only money but the value of every form of property earned by the taxpayer whether corporeal or incorporeal which had a money value...then the taxpayer’s income for taxation purposes included not only the cash which he had received or which had accrued to him, but the value of every other form of property which he had received or which had accrued to him, including debts and rights of action.”*

Die beginsel wat uit die bostaande stelling van regter Watermeyer afgelei kan word is dat selfs sonder die woorde “hetsy in kontant of andersins”, sluit die omskrywing van “bruto inkomste” by wyse van die begrip “bedrag”, nie alleenlik geld in nie, maar ook die waarde van *elke vorm van eiendom*, liggaamlik of onliggaamlik, deur die belastingpligtige verdien, wat ’n randwaarde het (Stiglingh *et al.*, 2009:14).

In *CIR v People's Stores (Walvis Bay) (Pty) Ltd* [1990] 52 SATC 9 handhaaf die regters die bogenoemde beginsel, maar brei uit op die waarde van die bedrag wat toeval. Hefer JA het op bladsy 21 die volgende bepaal:

*"It must be emphasised that income in a form other than money must, in order to qualify for inclusion in the 'gross income', be of such a nature that a value can be attached to it in money."*

In *CIR v Delfos* [1933] 6 SATC 92 is daar verder uitgebrei oor die geldwaarde van 'n ontvangs of 'n toevalling (bladsy 99):

*"The tax is to be assessed in money on all receipts or accruals having a money value. If it is something which is not money's worth or cannot be turned into money, it is not to be regarded as income."*

Die vraag ontstaan of die bedrag alleenlik ontvang is indien dit in geld omgeskakel kan word? In *Stander v CIR* [1997] 59 SATC 212 het die belastingpligtige 'n oorsese reis as prys ontvang. Die prys ontvang was dus nie in die vorm van geld nie, maar is toegeken op voorwaarde dat dit nie omgeskakel kan word in geld of oorgedra kan word aan iemand anders nie. Die kwessie in die saak was of die prys ontvang 'n "bedrag" verteenwoordig en dus by bruto inkomste ingesluit moet word, al dan nie. Daar is beslis dat 'n nie-monetêre bedrag alleenlik "inkomste" sal uitmaak indien die belastingpligtige dit in geld kan omskakel. Dit is egter in *CSARS v Brummeria Renaissance (Pty) Ltd and others* [2007] 69 SATC 205 op bladsy 208 beslis dat die uitspraak in *Stander v CIR* [1997] 59 SATC 212 verkeerd was:

*"That the reasoning in the court a quo lost sight of the fact that if a right has a money value- as the right in question did- the fact that it cannot be alienated did not negate such value and the contrary view articulated in Stander's case, supra, was wrong."*

En op bl 214: *"...that the question whether a receipt or accrual in a form other than money has a money value is the primary question and the question whether such receipt or accrual can be turned into money is but one of the ways in which it can be determined whether or not this is the case; in other words, it does not follow that if a receipt or accrual cannot be turned into money, it has no money value. The test is*

*objective, not subjective. ...The question cannot be whether an individual taxpayer is in a position to turn a receipt or accrual into money. If that were the law, the right to live in a house rent-free, or to drive a motor vehicle without paying for it, for example, could be rendered tax-free by the simple expedient of limiting the right to exercise such benefit to the recipient – which manifestly is not the case.”*

Uit die bogenoemde aanhaling kan saamgevat word dat 'n ontvangste of 'n toevalling in die vorm van 'n nie-monetêre bedrag wat nie in geld omgeskakel kan word nie, nie van bruto inkomste uitgesluit word nie.

Ter samevatting kan die volgende gevolgtrekkings vanuit die Wet en plaaslike regspraak gemaak word ten opsigte van “totale bedrag hetsy in kontant of andersins” vir verdere toepassing:

- Daar moet 'n bedrag hetsy in kontant of andersins wees.
- Die bedrag sluit waarde van elke vorm van eiendom in.
- 'n Randwaarde moet aan die bedrag gekoppel kan word (verwys na (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie* (ii) *Ontvang deur of toegeval aan, Waardering van ontvangste en toevallings* op bladsy 87).
- Omskakeling in kontant is nie 'n voorvereiste nie.

Ten einde die bogenoemde beginsels binne die konteks van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies toe te pas word die programme in die volgende kategorieë ingedeel:

- Vorm waarin punte of myle ontvang word – Kontant
- Vorm waarin punte of myle ontvang word – Kontantterugbewys
- Vorm waarin punte of myle ontvang word – Punte of myle
  - Waarde bepaalbaar met ontvangs
  - Waarde eers bepaalbaar met aanwending

*Vorm waarin punte of myle ontvang word – Kontant*

Waar kontant vir geakkumuleerde punte of myle direk in 'n lid se rekening deur 'n kliënteloyaliteitsprogram inbetaal word (byvoorbeeld Discoverykredietkaart en Vitality en Discovery Healthy Food voordeel: verwys na Hoofstuk 5, punt 2.6 *Discovery Card Vitality*,

(b) *Bepalings en voorwaardes* op bladsy 42) word kontant uiteindelik ontvang. Sodra punte of myle verdien word verkry die belastingpligtige 'n reg (vorm van eiendom) tot kontant. Gevolglik word daar aan die vereiste van die omskrywing van bruto inkomste “*totale bedrag hetsy in kontant of andersins*” voldoen.

*Vorm waarin punte of myle ontvang word – Kontantterugbewys*

Al die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is waar 'n kontantterugbewys vir geakkumuleerde punte of myle uitgereik word is die kontantterugbewys gekoppel aan 'n randwaarde. Hierdie kontantterugbewyse ontvang kan nie vir kontant nie, maar vir voordele ingeruil word. In effek word 'n reg ontvang om voordele met 'n sekere randwaarde op te eis. Dit beteken dat selfs al word kontant nie ontvang nie, word 'n vorm van eiendom met 'n bepaalbare randwaarde ontvang. Die waarde van die reg (vorm van eiendom) ontvang sal die randwaarde wat aan die kontantterugbewyse gekoppel is, bedra. Gevolglik word daar aan die vereiste van bruto inkomste “*totale bedrag hetsy in kontant of andersins*” voldoen.

*Vorm waarin punte of myle ontvang word – Punte of myle*

*(a) Waarde bepaalbaar met ontvangs*

Al die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is, behalwe SAA Voyager myle, se punte of myle het 'n bepaalbare waarde met ontvangs (verwys na Hoofstuk 5, punt 3 *in Vergelyk tussen verskillende stelsels se bepalinge en voorwaardes* op bladsy 46). Hierdie punte of myle verdien kan nie vir kontant nie, maar vir voordele ingeruil word. In effek word 'n reg ontvang om voordele met 'n sekere randwaarde op te eis. Dit beteken dat selfs al word kontant nie ontvang nie, word 'n vorm van eiendom met 'n bepaalbare randwaarde ontvang. Die waarde van die reg (vorm van eiendom) ontvang sal die randwaarde wat aan die punte of myle gekoppel is, bedra. Gevolglik word daar aan die vereiste van bruto inkomste “*totale bedrag hetsy in kontant of andersins*” voldoen.

*(b) Waarde eers bepaalbaar met aanwending*

In die geval van SAA Voyager myle wat ontvang word kan die bepaalde randwaarde nie by ontvangs daarvan bepaal word nie, aangesien die waarde afhang van die wyse waarop dit aangewend sal word (verwys na Hoofstuk 5, punt 2.4 *South African Airways (SAA)*

*Voyager* (c) *Waarde van myle* op bladsy 38). Die waarde kan gevolglik bepaal word met die inruil van die myle. Steeds word 'n ander vorm van eiendom met 'n bepaalbare randwaarde (net op 'n latere stadium) deur die belastingpligtige ontvang. Die feit dat die randwaarde eers op 'n latere stadium bepaalbaar is kan moontlike probleme met die waardasie van die ontvangste of toevalling tot gevolg hê. Hierdie waardasie probleem word by die *Waardering van ontvangste en toevallings* op bladsy 87 aangespreek. Nietemin is die waarde steeds bepaalbaar en word daar aan die vereiste van bruto inkomste "*totale bedrag hetsy in kontant of andersins*" voldoen.

## **(ii) Ontvang deur of toegeval aan**

Dit is duidelik dat die omskrywing van "bruto inkomste" na beide ontvangste en toevallings verwys. Daar moet dus óf 'n ontvangste óf 'n toevalling wees.

### *Betekenis van "ontvang deur"*

Die begrip "ontvang deur" word nie in die Wet gedefinieer nie. Volgens *Geldenhuis v CIR* [1947] 14 SATC 419 geld die volgende beginsel:

*"it seems to be clear that in the definition of "gross income" the words "received by or accrued to or in favour of any person" relate to the taxpayer, and the words "received by" must mean "received by the taxpayer on his own behalf for his own benefit".*

Die beginsel wat uit bogenoemde aanhaling afgelei kan word is dat die woorde "ontvang deur" beteken dat die belastingpligtige iets namens hom- of haarself en tot sy of haar *eie voordeel* moet ontvang. 'n Belastingpligtige kan dus nie belasting betaal op bedrae wat deur hom of haar ontvang is tot die voordeel van 'n ander persoon nie.

In die toepassing van bogenoemde op kliënteloyaliteitsprogramtransaksies geld die volgende: Wanneer punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang, ingeruil word, ontvang die belastingpligtige die voordeel namens homself en tot sy eie voordeel. Daar word dus aan die vereiste van bruto inkomste "*ontvang deur*" voldoen. Die vraag ontstaan of die belastingpligtige wel 'n voordeel namens homself ontvang indien die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang nie tot sy eie voordeel aangewend word nie?

Voorbeelde:

- Die belastingpligtige wat die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang het verloor sy/haar lidmaatskapkaart/kontantterugbewys.
- Die belastingpligtige se punte/myle of kontantterugbewyse is aan 'n vervaldatum onderhewig en daar word versuim om die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil.
- Indien 'n belastingpligtige in sy eie naam punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang, maar dit aanwend tot voordeel van 'n ander belastingpligtige byvoorbeeld, 'n belastingpligtige ruil myle in vir 'n vlugkaartjie, maar bespreek die vlugkaartjie in die naam van 'n familielid.
- Indien die belastingpligtige punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang en dit aan 'n ander belastingpligtige oordra byvoorbeeld, eBucks-punte wat oorgedra word na 'n ander natuurlike persoon wat ook 'n eBucks lid is (hierdie handeling word toegelaat, verwys na Hoofstuk 4, punt 2.2 *eBucks* (b) *Bepalings en voorwaardes* op bladsy 36).

Uit die bogenoemde wil dit voorkom of die belastingpligtige in effek geen voordeel ontvang nie en dus nie aan die vereiste of gedeelte van die omskrywing van bruto inkomste “*ontvang deur*” voldoen nie. Maar selfs al is die voordeel nie deur die belastingpligtige (tot sy eie voordeel) ontvang nie en word daar nie aan die vereiste “*ontvang deur*” voldoen nie kan normale belasting steeds gehef word indien dit aan die belastingpligtige toegeval het.

#### *Betekenis van “toegeval aan”*

Die begrip “toegeval aan” word nie in die Wet gedefinieer nie. In *Lategan WH v CIR* [1926] 2 SATC 16 is egter beslis dat die betekenis van die woorde “toegeval aan” “geregtig op” beteken. Op bladsy 20 het Watermeyer J die volgende bepaal:

*“...the words in the Act ‘has accrued to or in favour of any person’ merely meant ‘to which he has become entitled’. So far as a debt was concerned which was payable in the future and not in the year of assessment, it might be difficult to hold that the cash amount of the debt had accrued to the taxpayer in the year of assessment. He had not become entitled to a right to claim payment of the debt in the year of assessment but he had acquired a right to claim payment of the debt in future. This right had vested in him, had accrued to him in the year of assessment and it was a valuable right which he could turn into money if he wished to do so.”*

Die beginsel wat uit bogenoemde aanhaling afgelei kan word in die konteks van kliënteloyaliteitsprogramme, is dat die reg tot voordele deel van bruto inkomste uitmaak in die jaar waartydens die belastingpligtige *geregtig* word op die reg, afgesien daarvan dat die reg moontlik eers in 'n daaropvolgende belastingjaar opeisbaar is (Stiglingh *et al.*, 2009:19). Die betekenis van die begrip “toegeval aan” impliseer gevolglik dat die belastingpligtige op 'n bedrag geregtig moet wees. Vir doeleindes van die begrip “toegeval aan” is die fisiese eis van voordele gevolglik irrelevant (Stiglingh *et al.*, 2009:19).

Die beginsel dat die begrip “toegeval aan” beteken “geregtig op” is in *Ochberg v CIR* [1933] 6 SATC1 en *Mooi v SIR* [1972] 34 SATC 1 bevestig. In die twee sake word die woord *onvoorwaardelik* tot die betekenis van “toegeval aan” bygevoeg. Daar is beslis dat die belastingpligtige *onvoorwaardelik geregtig* op die bedrag moet wees. Indien die reg om toekomstige betalings te kan eis, voorwaardelik is, vind geen toevalling plaas nie. Toevalling kan alleenlik plaasvind nadat alle voorwaardes vervul is, omdat die belastingpligtige, totdat dit gebeur, nie op die bedrag geregtig is nie. Vir doeleindes van die begrip “toevalling” is die subjektiewe bedoeling van die belastingpligtige gevolglik irrelevant. Die beginpunt van die ondersoek moet altyd die onderliggende verbintenisreg (geregtigheid) van die transaksie wees (Stiglingh *et al.*, 2009:20).

### *Geregtig op*

Punte of myle kan in drie verskillende vorme ontvang word, naamlik in kontant wat uitbetaal word, 'n kontantterugbewys wat uitgereik word of punte of myle wat op die lidmaatskapkaart akkumuleer. Kliënteloyaliteitsprogramme waar kontant uitbetaal word vir geakkumuleerde punte of myle sal die belastingpligtige reeds wanneer die punte of myle verdien word 'n reg tot die voordeel (kontant) verkry. Geen vereiste word gestel dat 'n sekere hoeveelheid punte of myle moet akkumuleer om vir 'n uitbetaling te kwalifiseer nie, maar die belastingpligtige sal wel moet wag tot die maandelikse uitbetalingsdatum (byvoorbeeld Discovery Card Vitality). Sommige kliënteloyaliteitsprogramme waar 'n kontantterugbewys vir geakkumuleerde punte of myle uitgereik word, stel 'n vereiste hoeveelheid geakkumuleerde punte of myle voordat 'n belastingpligtige vir 'n kontantterugbewys kwalifiseer en dit uitgereik word. Die belastingpligtige het beperkte toegang tot geakkumuleerde punte of myle en sal eers 'n reg tot voordele verkry sodra hy/sy genoeg punte of myle geakkumuleer het en 'n kontantterugbewys uitgereik en ontvang word (byvoorbeeld Edgars Purple Cash Card). Kliënteloyaliteitsprogramme waar

punte of myle op die lidmaatskapkaart akkumuleer het die belastingpligtige op enige gegewe tydstip toegang tot die geakkumuleerde punte of myle. Sodra die punte of myle verdien word verkry die belastingpligtige 'n reg tot die voordele (byvoorbeeld Dis-chem Benefit Programme).

In terme van die reëls van die lidmaatskap tot 'n kliënteloyaliteitsprogram word daar met elke punt of myl wat verdien of kontantterugbewys wat ontvang word, 'n reg verkry om voordele op te eis (Klue, 2007:5-6). Wanneer die belastingpligtige dus die punte of myle verdien of 'n kontantterugbewys ontvang, word die belastingpligtige op die voordele *geregtig*.

#### *Onvoorwaardelik geregtig op*

Die belastingpligtige sal *onvoorwaardelik geregtig* wees om voordele te ontvang, tot en met die vervaldatum. In al die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is, word slegs een voorwaarde gestel vir die aanwending of inruil van punte/myle of kontantterugbewyse, naamlik dat dit voor die vervaldatum moet geskied. Alle ander voorwaardes is reeds nagekom op die tydstip van toevalling. Vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is kan die belastingpligtige argumenteer dat indien die punte/myle of kontantterugbewyse nie voor die vervaldatum ingeruil word nie, geen voordeel geniet sal word nie. Die vraag ontstaan of 'n belastingpligtige noodwendig (soos in die geval van "ontvang deur") 'n voordeel moet ontvang alvorens daar 'n insluiting by sy bruto inkomste kan wees?

#### *Toevalling en voordeel vir belastingpligtige*

Ten einde meer lig te werp op die vraag of dit 'n vereiste is dat die belastingpligtige eers 'n voordeel moet geniet alvorens 'n toevalling plaasvind en 'n bedrag by bruto inkomste ingesluit word, word daar na *Ochberg v CIR* [1933] 6 SATC 1 verwys waar die volgende op bladsy 9 bepaal is:

*"Whether and to what extent the person may have benefited by the receipt of the income is irrelevant..."*

Williams (1995:113) gee 'n goeie samevatting van die beslissing in *Ochberg v CIR* [1933] 6 SATC 1: "Die waarde van 'n nie-monetêre bedrag van inkomste moet objektief bepaal word, die waarde daarvan vir 'n spesifieke belastingpligtige is irrelevant" (eie vertaling).



Die meerderheid van die hof het in hierdie saak bevind dat die vraag of die belastingpligtige 'n voordeel verkry het, nie relevant was nie (Jordaan, Kolitz, Stein & Stiglingh, 2005:16). Stiglingh *et al.* (2009:20) vat dit as volg saam:

*“Die teenwoordigheid of afwesigheid van 'n voordeel wat aan die belastingpligtige oorgedra word, is dus nie 'n behoorlike toets vir die toepassing van die omskrywing van 'bruto inkomste' nie. Die toets is of die belastingpligtige, objektief beskou, 'n bedrag ontvang het. Die waarde daarvan word dan objektief bereken.”*

In sekere kliënteloyaliteitsprogram scenario's, soos reeds genoem (verwys na *Betekenis van “ontvang deur”* op bladsy 80), wil dit voorkom of die belastingpligtige geen voordeel ontvang nie. Hierdie scenario's word oorweeg:

*Belastingpligtige versuim om punte/myle of kontantterugbewyse (betyds voor die verstryking van die vervaldatum, indien van toepassing) in te ruil*

Indien die belastingpligtige versuim om punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang (betyds voor die verstryking van die vervaldatum, indien van toepassing) in te ruil word geen voordeel ontvang nie. Die belastingpligtige sal steeds belas word op die reg (om voordele op te eis) ontvang. Die reg om voordele te bekom kwalifiseer as bedrae toegeval selfs al word die reg nooit uitgeoefen nie, aangesien die belastingpligtige wel sedert ontvangs van die punte/myle of kontantterugbewys geregtig was om dit te gebruik.

*Die punte/myle of kontantterugbewys word aan 'n derde party oorgedra of tot 'n derde party se voordeel aangewend*

Sodra die punte of myle deur die belastingpligtige verdien word of 'n kontantterugbewys ontvang word, word die belastingpligtige geregtig op die voordele wat die kliënteloyaliteitsprogram bied. Dit is daarom irrelevant of die belastingpligtige uiteindelik self die punte/myle of kontantterugbewys gebruik en of dit tot iemand anders se voordeel aangewend of aan iemand anders oorgedra word – die feit bly staan: die belastingpligtige was geregtig tot die voordele en die reg het aan die belastingpligtige toegeval in terme van die bruto inkomste definisie.

Ter samevatting: Op die tydstip wat 'n belastingpligtige (met onbeperkte toegang tot geakkumuleerde punte of myle) die punte of myle verdien, word die belastingpligtige *onvoorwaardelik geregtig* op die voordele en vind toevalling plaas ongeag of en op watter

wyse die punte of myle ingeruil word. Op die tydstip wat 'n belastingpligtige (met beperkte toegang tot geakkumuleerde punte of myle) die kontanterugbewys ontvang, word die belastingpligtige *onvoorwaardelik geregtig* op die voordele en vind toevalling plaas ongeag of en op watter wyse die kontanterugbewys ingeruil word. In elk van die bogenoemde scenario's word daar gevolglik aan die vereiste van bruto inkomste "toegeval aan" voldoen.

#### *Vervreemding van inkomste na ontvangs of toevalling*

Wanneer inkomste deur 'n belastingpligtige vir sy eie voordeel ontvang is of aan so 'n belastingpligtige toegeval het ingevolge die definisie van "bruto inkomste" in artikel 1 van die Wet, sal die uiteindelijke beskikking of toewysing daarvan nie die aard van daardie inkomste beïnvloed nie (*CIR v Witwatersrand Association of Racing Clubs* [1960] 23 SATC 380) (Jordaan, Kolitz, Stein & Stiglingh, 2007:17) (Stiglingh *et al.*, 2009:22). Dieselfde beginsel word bevestig waar 'n belastingpligtige *onvoorwaardelik geregtig* word op voordele sodra die punte of myle verdien word of 'n kontanterugbewys ontvang word en toevalling plaasvind.

Twee scenario's is van toepassing ten opsigte van kliënteloyaliteitsprogramme waar 'n vervreemding van inkomste na ontvangs of toevalling plaasvind, naamlik:

- Indien 'n belastingpligtige in sy eie naam punte of myle verdien of 'n kontanterugbewys ontvang, maar dit aanwend tot voordeel van 'n ander belastingpligtige byvoorbeeld, 'n belastingpligtige ruil myle in vir 'n vlugkaartjie, maar bespreek die vlugkaartjie in die naam van 'n familielid.
- Indien die belastingpligtige punte of myle verdien of 'n kontanterugbewys ontvang en dit aan 'n ander belastingpligtige oordra byvoorbeeld, eBucks-punte wat oorgedra word na 'n ander natuurlike persoon wat ook 'n eBucks lid is.

Wanneer 'n belastingpligtige punte of myle verdien of kontanterugbewyse ontvang en dit aan iemand anders oordra of wanneer 'n belastingpligtige reeds opgeëisde voordele aan iemand anders oordra sal dit steeds bruto inkomste in die hande van die belastingpligtige uitmaak.

*Wisselwerking tussen ontvangs en toevalling*

In sommige omstandighede kan punte of myle verdien of 'n kontantterugbewys ontvang word in 'n gegewe jaar, maar eers in die daaropvolgende jaar ingeruil word. In so 'n geval kry die belastingpligtige reeds in jaar een 'n gevestigde reg, naamlik 'n reg tot 'n toekomstige eis – die reg in jaar een is die reg om voordele in jaar twee te eis. Hierdie reg tot 'n toekomstige eis sal 'n insluiting by die belastingpligtige se bruto inkomste in jaar een tot gevolg hê, mits die reg 'n randwaarde het (Stiglingh *et al.*, 2009:20) (verwys na (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie* (ii) *Ontvang deur of toegeval aan, Waardering van ontvangste en toevallings* op bladsy 87).

*Tydstip van insluiting by bruto inkomste*

Die hof het in *CIR v Delfos* [1933] 6 SATC 92 bepaal dat 'n bedrag óf ontvang moet wees deur óf toegeval moet wees aan die belastingpligtige gedurende die jaar van aanslag alvorens 'n bedrag ingesluit kan word by bruto inkomste. Dit is nie 'n vereiste dat beide gebeurtenisse (ontvangste en toevalling) in dieselfde belastingjaar moet geskied nie. In *SIR v Silverglen Investments (Pty) Ltd* [1969] 30 SATC 199 is voorts beslis dat die keuse nie by die Kommissaris berus ten einde 'n bedrag in die jaar wanneer toevalling plaasvind of in die jaar waarin ontvangste plaasvind, te belas nie (Stiglingh *et al.*, 2009:21). Die insluiting by bruto inkomste sal dus altyd op die vroegste van ontvangste of toevalling geskied. Indien 'n belastingpligtige nie die vroeëre toevalling in sy belastingaanslag openbaar nie, sal die Kommissaris daardie betrokke aanslag moet heropen en dit dienoreenkomstig moet regstel (Stiglingh *et al.*, 2009:21).

Sodra punte of myle verdien word of die kontantterugbewys ontvang word, verkry die belastingpligtige 'n reg om voordele op te eis en vind toevalling plaas. Die voordele word eers ontvang wanneer die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil word. Dit is dus moontlik dat toevalling en ontvangs in verskillende jare van aanslag kan plaasvind. Toevalling sal in die geval van 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie altyd eerste plaasvind. Die lid moet eers die punte of myle verdien of die kontantterugbewys ontvang voordat voordele opgeëis kan word. Gevolglik kan die waardering van die voordeel problematies wees, aangesien dit op toevallingsdatum reeds bepaal moet word (verwys na (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.1 *Algemene*

*bruto inkomste definisie* (ii) *Ontvang deur of toegeval aan, Waardering van ontvangste en toevallings* hier onder).

*Samevatting: “Ontvang deur of toegeval aan”*

Die volgende gevolgtrekking kan vanuit die Wet en plaaslike regspraak ten opsigte van “ontvang deur” gemaak word:

- 'n Voordeel ontvang deur die belastingpligtige is 'n voorvereiste ten einde te kwalifiseer vir “ontvang deur”.

Indien 'n voordeel nie deur die belastingpligtige ontvang is nie kan die bedrag steeds binne die omvang van die “bruto inkomste” definisie val indien 'n toevalling plaasgevind het.

Die volgende gevolgtrekkings kan vanuit die Wet en plaaslike regspraak ten opsigte van “toegeval aan” gemaak word:

- Die belastingpligtige moet onvoorwaardelik geregtig wees op 'n bedrag.
- 'n Voordeel ontvang deur die belastingpligtige is nie 'n voorvereiste nie.

Die volgende gevolgtrekkings kan vanuit die Wet en plaaslike regspraak ten opsigte van “ontvang deur en toegeval aan” gemaak word:

- Daar moet óf 'n ontvangste óf 'n toevalling wees ten einde by “bruto inkomste” ingesluit te word.
- Die vervreemding van inkomste na ontvangs of toevalling sal nie die aanspreeklikheid vir belasting ten opsigte van daardie ontvangs of toevalling beïnvloed nie.
- Die insluiting by bruto inkomste geskied op die vroegste van ontvangs of toevalling.

Indien 'n totale bedrag hetsy in kontant of andersins deur 'n belastingpligtige ontvang word of aan hom/haar toeval, word daar aan die omskrywing van “bruto inkomste” in die Wet voldoen. Ten einde die bedrag by bruto inkomste in te sluit moet die waarde van die bedrag bepaal word.

*Waardering van ontvangste en toevallings*

Die beginsels vanuit *CIR v People's Stores (Walvis Bay) (Pty) Ltd* [1990] 52 SATC 9, *Lategan WH v CIR* [1926] 2 SATC 16 en *CIR v Delfos* [1933] 6 SATC 92 (verwys na gedeeltes aangehaal by punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie* (i) *Totale bedrag*

*hetsy in kontant of andersins* op bladsy 76) wat van toepassing is in die oorweging van die waardering van ontvangste en toevallings is afsonderlik as volg:

- Wanneer inkomste in 'n ander vorm as geld ontvang word, moet 'n *waarde* daaraan gekoppel kan word om te kwalifiseer vir die insluiting by bruto inkomste.
- Die omskrywing van “bruto inkomste” by wyse van die begrip “bedrag”, nie alleenlik geld insluit nie, maar die *waarde* van elke vorm van eiendom, deur die belastingpligtige verdien, wat 'n *randwaarde* het (Stiglingh *et al.*, 2009:14).
- Al die ontvangstes en toevallings moet 'n geldwaarde hê alvorens dit by bruto inkomste ingesluit kan word.

*CIR v People's Stores (Walvis Bay) (Pty) Ltd* [1990] 52 SATC 9, *Lategan WH v CIR* [1926] 2 SATC 16 en *CIR v Delfos* [1933] 6 SATC 92 stel 'n definitiewe voorvereiste vir die insluiting van 'n bedrag by bruto inkomste, naamlik dat dit 'n bepaalbare randwaarde moet hê. Hierdie beginsel is ook in *CIR v Butcher Bros (Pty) Ltd* [1945] 13 SATC 21 bevestig. Indien 'n ontvangste of 'n toevalling dus geen bepaalbare randwaarde het nie, kan dit nie by bruto inkomste ingesluit word nie. Daarom moet 'n ontvangste of toevalling, in 'n ander vorm as kontant, waardeer word. In *Lace Proprietary Mines Ltd v CIR* [1938] 9 SATC 349 op bladsy 81 is bepaal:

*“...the fact that the valuation may sometimes be a matter of considerable complexity does not detract from the principle that all income having a money value must be included.”*

Hieruit volg dat ongeag hoe moeilik dit ook al mag wees om sekere ontvangstes of toevallings te waardeer, dit steeds by bruto inkomste ingesluit moet word indien dit enigsins 'n randwaarde het.

Die algemene beginsel is dat, indien die belastingpligtige 'n ander vorm van eiendom (anders as in kontant) ontvang dit die *markwaarde* (Stiglingh *et al.*, 2009:15) of die *realiseerbare monetêre waarde* (Williams, 1995:107) van sodanige bate is wat by die belastingpligtige se bruto inkomste ingesluit moet word. In *Lace Proprietary Mines Ltd v CIR* [1938] 9 SATC 349 en *Ochberg v CIR* [1933] 6 SATC1 is bepaal dat die realiseerbare

waarde van 'n nie-monetêre bedrag 'n feitevraag is en objektief bepaal moet word (Williams, 1995:110).

Die vraag ontstaan op watter tydstip die waarde van die ander vorm van eiendom ontvang bepaal moet word? Moet die reg aan die einde van die jaar van aanslag (wanneer die belastingpligtige sy opgawe voltooi) bepaal word of op die datum van ontvangs of toevalling? (Klue, 2007:7). Die kwessie is in *Lace Proprietary Mines Ltd v CIR* [1938] 9 SATC 349 behandel waar beslis is dat die waarde van die eiendom die prys wat op die *datum van ontvangs of toevalling* bekom kon word sal verteenwoordig (Williams 1995:112).

Artikel 82 van die Wet plaas gewoonlik die onus van bewyslas op die belastingpligtige. Dit is egter in *CIR v Butcher Bros (Pty) Ltd* [1945] 13 SATC 21 beslis dat die onus om 'n bedrag vas te stel op die Kommissaris berus (Jordaan *et al.*, 2005:12).

Ter samevatting kan die volgende gevolgtrekkings vanuit die Wet en plaaslike regspraak wat verband hou met die waardering van ontvangste en toevallings vir toepassingsdoeleindes gemaak word:

- 'n Ontvangste of toevalling, in 'n ander vorm as kontant, moet waardeer word.
- Die waardasie moet plaasvind op die vroegste van ontvangs of toevalling teen die markwaarde of realiseerbare monetêre waarde en nie op die einde van die jaar van aanslag nie.
- Die onus van bewyslas om die bedrag vas te stel rus op die Kommissaris.

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme sal toevalling altyd voor ontvangs plaasvind (verwys na (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie* (ii) *Ontvang deur of toegeval aan, Tydstip van insluiting by bruto inkomste* op bladsy 86). Kontant of enige ander vorm van eiendom kan ontvang word of toeval. Die waardering van kontant ontvang verskaf geen probleme nie. Die waardering van “enige ander vorm van eiendom” kan moontlik meer problematies wees. Die volgende kategorieë is wedersyds uitsluitend en word vir toepassingsdoeleindes apart oorweeg.

*Vorm waarin punte of myle ontvang word – Kontant*

Kliënteloyaliteitsprogramme waar kontant vir geakkumuleerde punte of myle direk in 'n lid se rekening inbetaal word verkry die belastingpligtige 'n reg tot kontant sodra punte of myle verdien word. Die waarde van die reg ontvang sal die randwaarde wat aan die punte of myle gekoppel is, bedra.

*Vorm waarin punte of myle ontvang word - Kontantterugbewys*

Kliënteloyaliteitsprogramme waar 'n kontantterugbewys vir geakkumuleerde punte of myle uitgereik word beloop die waarde soos gestipuleer op die kontantterugbewys die waarde van die ontvangste of toevalling.

*Vorm waarin punte of myle ontvang word – Punte of myle*

Die punte of myle wat verdien word kan ingeruil word vir voordele. In effek word 'n reg ontvang om voordele op te eis. Hierdie reg moet objektief, gebaseer op die feite, gewaardeer word.

*(a) Waarde bepaalbaar met ontvangs*

Al die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is, behalwe SAA Voyager myle, se punte of myle het 'n bepaalbare waarde met ontvangs (verwys na Hoofstuk 5, punt 3 *n Vergelyk tussen verskillende stelsels se bepalings en voorwaardes* op bladsy 46). Die waarde van die reg ontvang sal die randwaarde wat aan die punte of myle gekoppel is, bedra.

*(b) Waarde eers bepaalbaar met aanwending*

In die geval van SAA Voyager myle wat ontvang word, kan die bepaalde randwaarde nie by ontvangs daarvan bepaal word nie, aangesien die waarde afhang van die wyse waarop dit aangewend sal word of die keuse van die tipe voordeel wat verkry gaan word (verwys na Hoofstuk 5, punt 2.4 *South African Airways (SAA) Voyager* (c) *Waarde van myle* op bladsy 38). Die belastingpligtige kan byvoorbeeld kies om die myle vir vlugkaartjies aan te wend of om ander voordele (byvoorbeeld motoruur, ontspannings- en leefstylvoordele) te bekom. In die geval van vlugkaartjies kan die randwaarde eers bepaal word wanneer die vlugkaartjie vir 'n spesifieke reis bekom word. Die ander voordele se waarde is vasgestel en is dus vooraf bepaalbaar, maar steeds moet die belastingpligtige 'n keuse uitoefen om die spesifieke voordeel te verkry alvorens daar bepaal kan word wat die waarde per myl is.

Ongeag of vlugkaartjies of ander voordele gekies word, sal die waarde van die myle eers bepaal kan word wanneer die belastingpligtige hierdie keuse uitoefen (tipies deur die vlugkaartjie, die motorhuur, wildreservaat of spa-behandeling te bespreek). Gevolglik, ongeag of die waarde van ander voordele vooraf bepaalbaar is, sal dit dieselfde hanteer word as die vlugkaartjies, aangesien 'n keuse (bespreking) eers gemaak moet word.

Die waarde van die reg tot die vlugkaartjies of ander voordele moet bepaal word op die datum wat die belastingpligtige die reg verkry het. Met ander woorde die datum wat die myle verdien is en toevalling plaasgevind het (Klue, 2007:7). Die vraag ontstaan nou watter waarde op die reg tot die vlugkaartjies of ander voordele geplaas moet word? Die volgende twee opsies word oorweeg:

- Die markwaarde, met ander woorde die waarde van die vlugkaartjie of voordele volgens 'n goedgekeurde pryslys van die lugredery of motorhuur agentskap/wildreservaat/spa;
- Die realiseerbare monetêre waarde. Die bedrag wat die belastingpligtige kon realiseer, indien hy sy reg uitgeoefen het, die voordeel bekom het en dit aan 'n bereidwillige koper verkoop het (as "tweedehandse goedere" op die informele mark) (Klue, 2007:7).

Die waarde wat op die nie-monetêre bate geplaas moet word is die waarde waarteen die belastingpligtige dit vir geld kan inruil (*Lace Proprietary Mines Ltd v CIR* [1938] 9 SATC 349) (Williams 1995:112). Bogenoemde is weer deur Williams (1995:115) as volg beklemtoon:

*"It seems therefore that the criterion of value is not the market value of the amount when it left the hands of the transferor, but the amount of money into which the recipient taxpayer could turn it (into)...their second hand value..."*

Die waarde wat dus op die reg tot die vlugkaartjies of ander voordele geplaas moet word is die "tweedehandse waarde" van die reg verkrygbaar in die informele mark. Hierdie waarde mag verskil van die bedrag waarteen dieselfde vlugkaartjies of ander voordele by die lugdiens of motorhuur agentskap/wildreservaat/spa verkry kan word (Klue, 2007:7). Die onus rus op die Kommissaris om die bedrag wat aanvaarbaar is vir die howe as 'n redelike waarde verteenwoordigend van die waarde van die reg tot die voordele vir die spesifieke belastingpligtige te bepaal (*CIR v Butcher Bros (Pty) Ltd* [1945] 13 SATC 21) (Jordaan *et al.*, 2005:12).



*Moontlike probleem-areas voorsien in waardasie van myle*

Die waarde van die reg moet op toevallingsdatum teen die “tweedehandse waarde” van die reg verkrygbaar in die informele mark gemeet word. Elke myl moet dus soos wat dit verdien word gemeet word. Indien myle verdien in dieselfde jaar van aanslag ingeruil word, word geen probleem-areas met die waardasie voorsien nie. In hierdie geval sou die belastingpligtige reeds aan die einde van die jaar van aanslag sy keuse van voordeel uitgeoefen het en die “tweedehandse waarde” per myl sal redelik akkuraat bepaal kan word soos op die datum van toevalling. Die probleem ontstaan egter ten opsigte van die waardering van bedrae wat ’n belastingpligtige gedurende ’n jaar van aanslag toegeval het, maar wat steeds aan die einde van die belastingjaar opeisbaar is.

Soos reeds hierbo genoem kan die waarde per myl alleenlik bepaal word wanneer die belastingpligtige ’n keuse uitoefen oor watter voordeel verkry gaan word. Dit sal dus baie moeilik wees om op toevallingsdatum (die datum wat myle verdien word) te bepaal wat die “tweedehandse waarde” van ’n myl is as daar nog geen aanduiding is waarvoor die myle uiteindelik ingeruil gaan word nie. Dit is onwaarskynlik dat die belastingpligtige soos wat elke myl verdien word reeds weet waarvoor dit uiteindelik ingeruil gaan word.

Ingevolge SAA Voyager se bepalings en voorwaardes is myle geldig vir tot en met drie jaar na die jaar waarin die myle ontvang is (South African Airways, 2011a). Die vraag ontstaan of die waarde van myle bepaal moet word indien ’n belastingpligtige gedurende ’n drie jaar periode wel myle ontvang het, maar hierdie myle nie genoegsaam is om te kwalifiseer vir ’n voordeel nie? Beskou die onderstaande voorbeeld ter verduideliking van die voorsiene probleem. Gestel die minimum myle wat nodig is om ’n voordeel te verkry is 8 000 myle. Die gegewe belastingpligtige verdien slegs 5 000 myle in ’n drie jaar periode. Die 5 000 myle is niks werd in die belastingpligtige se hande totdat die volgende 3 000 myle verdien word nie. As die 3000 myle nie binne die vervaldatum van drie jaar verdien word nie, sal die 5 000 myle verval. Die ontvangs van ’n voordeel deur die belastingpligtige is nie ’n voorvereiste vir ’n toevalling om plaas te vind nie (verwys na (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie* (ii) *Ontvang deur of toegeval aan, Toevalling en voordeel vir belastingpligtige* op bladsy 83). Gevolglik het ’n toevalling plaasgevind toe die 5 000 myle verdien is. Die probleem wat nou egter ontstaan is hoe die waarde van hierdie 5 000 myle bepaal word, aangesien dit nou verval en vir geen voordeel ingeruil word nie.

*Moontlike oplossings of voorstelle vir voorsiene probleem-areas in die waardasie van myle*  
’n Waarde per myl kan moontlik vasgestel word deur na die Mileage Purchase Option se waarde per myl te verwys. ’n SAA Voyager lid kan van die Mileage Purchase Option gebruik maak indien die lid se geakkumuleerde myle te min is om dit vir ’n spesifieke voordeel in te ruil. Die lid mag tot en met 50% van die myle wat vir ’n spesifieke voordeel benodig word teen R2 500 per 1 000 myle aankoop. Myle word net in veelvoude van ’n 1 000 verkoop (South African Airways, 2011a). Op grond hiervan kan ’n randwaarde per myl as R2,50 bereken word.

#### *Nie-kwantifiseerbare bedrae*

In sommige omstandighede word dit geag asof geen bedrag gedurende ’n jaar van aanslag toegeval het nie. Artikel 24M van die Wet handel oor die aangaan en toevalling van bedrae ten opsigte van bates wat vir ’n ongekwantifiseerde bedrag verkry of oor beskik is. Artikel 24M van die Wet lees *verbatim* as volg:

- “(1) Indien ’n persoon gedurende enige jaar van aanslag oor ’n bate beskik vir vergoeding wat bestaan uit of insluit enige bedrag wat nie in daardie jaar van aanslag gekwantifiseer kan word nie; word soveel van die vergoeding-*
- (a) as wat nie in daardie jaar gekwantifiseer kan word nie...geag nie aan daardie persoon in daardie jaar toe te geval het nie; en*
  - (b) as wat gedurende enige daaropvolgende jaar van aanslag kwantifiseerbaar word...geag aan daardie persoon in daardie daaropvolgende jaar toe te geval het uit daardie beskikking.”*

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme ontvang die belastingpligtige ’n reg tot voordele wanneer punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang word. Hierdie reg ontvang voldoen aan die omskrywing van ’n “bate” soos gedefinieer in paragraaf 1 van die Agtste Bylae (verwys na (a) *Belastingpligtige wat punte of myle toeken en voordele lewer*, punt 1.1.3 *Werklik aangegaan of gelej, Nie kwantifiseerbare bedrae: Verkryging van ’n bate* op bladsy 60, waar die definisie aangehaal word). Die feit dat daar aan die definisie van ’n bate voldoen word met die ontvangs van die reg beteken nie noodwendig dat ’n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie kapitaal van aard is nie. In die oorweging of die kliënteloyaliteitsprogramtransaksie kapitaal of inkomste van aard is moet hierdie transaksie in sy geheel beskou word met ander woorde die ontvangs van die punte/myle of kontantterugbewyse asook die inruil daarvan vir voordele. Verwys na (b) *Belastingpligtige*

*wat punte of myle verdien en voordele ontvang, punt 1.1.1 Algemene bruto inkomste definisie (iii) Met uitsluiting van ontvangstes of toevallings van 'n kapitale aard op bladsy 95 vir 'n breedvoerige bespreking.*

Die begrip “beskik” word nie in die Wet gedefinieer nie, maar wel in die Agtste Bylae tot die Wet. Paragraaf 11 van die Agtste Bylae wat “beskikking” omskryf lees *verbatim* as volg:

*“(1) Behoudens subparagraaf (2), is 'n beskikking enige gebeurtenis, daad, toewysing of werking van die reg wat die skepping, wysiging, oordrag of vernietiging van 'n bate tot gevolg het en sluit in-*

*(a) ...omskakeling,...sessie,...uitruil of enige ander vervreemding of oordrag van eienaarskap van 'n bate*

*(b) die verbeuring,...verstryking of prysgawe van 'n bate...”*

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme vind 'n beskikking van 'n reg in die volgende gevalle plaas, naamlik:

- Wanneer punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil word vir voordele;
- Kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig is en die belastingpligtige versuim om die punte of myle verdien betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil;
- Kliënteloyaliteitsprogramme waar 'n kontantterugbewys vir geakkumuleerde punte of myle uitgereik word (alle kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is waar 'n kontantterugbewys uitgereik word is die kontantterugbewys onderhewig aan 'n vervaldatum) en die belastingpligtige versuim om 'n kontantterugbewys ontvang betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil.

Artikel 24M vereis dat daar oor 'n bate beskik moet word vir vergoeding wat nie gekwantifiseer kan word nie. Wanneer punte/myle of kontantterugbewyse vir voordele ingeruil word sal die voordele die vergoeding ontvang verteenwoordig. Nie al die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is se punte of myle het 'n bepaalbare waarde met ontvangs nie, maar wel met die aanwending daarvan (wanneer die punte of myle ingeruil word). Die vergoeding sal die waarde van die voordele ontvang bedra en artikel 24M sal nie van toepassing wees nie, aangesien die vergoeding kwantifiseerbaar is. Kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle aan 'n vervaldatum onderhewig is en/of

die belastingpligtige versuim om die punte/myle of kontantterugbewyse betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) in te ruil, vind 'n beskikking plaas. Geen voordele word ontvang as punte/myle of kontantterugbewyse nie ingeruil word nie en dus word geen vergoeding ontvang nie. Ook hier word daar nie aan die vereistes van artikel 24M voldoen nie.

### **(iii) Met uitsluiting van ontvangstes of toevallings van 'n kapitale aard**

Die begrip “kapitale aard” word nie in die Wet gedefinieer nie. Vanuit talle uiteenlopende hofuitsprake op die onderwerp is dit duidelik dat daar nie 'n onfeilbare toets bestaan vir die onderskeid tussen “kapitaal” en “inkomste” nie (Stiglingh *et al.*, 2009:26). In *CIR v Visser* [1937] 8 SATC 271 stel Maritz R op bladsy 276 die volgende:

*“Income’ is what ‘capital’ produces, or is something in the nature of interest or fruit as opposed to principal or tree. This economic distinction is a useful guide in matters of income tax, but its application is very often a matter of great difficulty, for what is principal or tree in the hands of one man may be interest or fruit in the hands of another. Law books in the hands of a lawyer are a capital asset; in the hands of a book-seller they are a trade asset. A farm owned by a farmer is a capital asset; in the hands of a land jobber it becomes stock-in-trade. The difficulty is further aggravated by a change of intention on the part of the lawyer, who may decide to become a book-seller, and then his law books become stock-in-trade; or the farmer may decide to become a land jobber, when his farm becomes stock-in-trade. The intention, therefore, of the taxpayer in regard to any particular transaction, although not necessarily conclusive, is always of the utmost importance in deciding whether the profit made on the sale of an asset is income or merely the enhanced value of a capital asset.”*

Uit die bogenoemde aanhaling kan saamgevat word dat “kapitaal”, “inkomste” voortbring. Inkomste kan beskou word as die vrug van kapitaal, wat op die beurt as die boom beskou kan word. Dit is duidelik dat elke saak met sy omringende omstandighede apart oorweeg moet word.

Volgens artikel 82 van die Wet rus die onus op die belastingpligtige om te bewys dat 'n bedrag van 'n kapitale aard is. Die vraagstuk of 'n bedrag inkomste of kapitaal van aard is 'n feitevraag en elke saak moet op sy eie meriete beoordeel word.

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme moet bepaal word of die punte/myle of kontanterugbewyse en uiteindelik die voordele verkry kapitaal of inkomste van aard is. Die volgende twee komponente van 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie word apart oorweeg:

- Punte of myle verdien of kontanterugbewyse ontvang
- Die inruil van punte/myle of kontanterugbewyse vir voordele

#### *Punte of myle verdien of kontanterugbewyse ontvang*

Daar moet bewys word dat die ontvangste of toevalling *nie van 'n kapitale aard* is nie ten einde aan die bruto inkomste definisie te voldoen. Wanneer die belastingpligtige punte of myle verdien of kontanterugbewyse ontvang word 'n reg verkry tot voordele. Hierdie reg ontvang voldoen aan die omskrywing van 'n "bate" soos gedefinieer in paragraaf 1 van die Agtste Bylae (verwys na (a) *Belastingpligtige wat punte of myle toeken en voordele lewer*, punt 1.1.3 *Werklik aangegaan of gelei, Nie kwantifiseerbare bedrae: Verkryging van 'n bate* op bladsy 60, waar die definisie aangehaal word). Die feit dat daar aan die definisie van 'n bate voldoen word met die ontvangs van die reg beteken nie noodwendig dat die kliënteloyaliteitsprogramtransaksie kapitaal van aard is nie. Sodra die punte/myle of kontanterugbewyse ingeruil word, word daar oor die bate beskik en moet daar bepaal word of die wins of verlies van 'n kapitale- of 'n inkomste aard is. Die belastingpligtige sal wil bewys dat die vervreemding kapitaal van aard is, aangesien dit 'n groter belastingvoordeel inhou. Die bedoeling van die belastingpligtige is die belangrikste toets wat deur houe gebruik word ter bepaling of die opbrengs met vervreemding van 'n bate kapitaal of inkomste van aard is (Stiglingh *et al.*, 2009:27). Die enigste bedoeling wat die belastingpligtige kan hê met die verkryging van die punte/myle of kontanterugbewyse is om dit vir voordele in te ruil. Die punte of myle verdien of kontanterugbewyse ontvang sal nooit aangewend kan word ten einde kapitale groei te bewerkstellig of om 'n inkomsteproduiserende struktuur (blywende voordeel) daar te stel nie. Sodra die punte/myle of kontanterugbewyse ingeruil word, verval dit en bly dit nie voortbestaan as 'n "boom" wat "vrugte" dra nie. Die punte/myle of kontanterugbewyse is inkomste van aard en daar word gevolglik aan die vereiste van bruto inkomste "*met uitsluiting van ontvangstes of toevallings van 'n kapitale aard*" voldoen.

*Die inruil van punte/myle of kontantterugbewyse vir voordele*

Uit die ondersoek van verskillende kliënteloyaliteitsprogramme (soos bespreek in Hoofstuk 5) is vasgestel dat die tipe goedere en dienste (voordele) wat toegeken word toerusting, voorraad of verbruiksgoedere of –dienste is. Indien 'n belastingpligtige punte/myle of kontantterugbewyse inruil ter verkryging van verbruiksgoedere of –dienste sal die voordele verkry word om dit te verkoop of te verbruik en nie omrede kapitale groei of 'n inkomsteproduserende struktuur daar te stel nie. Die voordele verkry sal gevolglik inkomste van aard wees. Indien 'n belastingpligtige punte/myle of kontantterugbewyse inruil ter verkryging van toerusting (byvoorbeeld die belastingpligtige verkry stryksters vanaf Clicks deur 'n Clicks kontantterugbewys in te ruil vir die gebruik in sy wassery) sal die voordele verkry kapitaal van aard wees. Indien die belastingpligtige op enige stadium oor die kapitale bate beskik sal daar kapitaalwinsbelastingimplikasies wees. Verwys na (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 3 *Kapitaalwinsbelasting* op bladsy 110 vir 'n breedvoerige bespreking hiervan.

*Samevatting van die belastingpligtige wat punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang*

Wanneer die belastingpligtige punte of myle verdien of 'n kontantterugbewys ontvang word daar aan al die vereistes van die bruto inkomste definisie voldoen en moet die waarde van die punte/myle of kontantterugbewyse by die belastingpligtige se bruto inkomste ingesluit word.

*Vergelyking van die inkomstebelastinghantering vir die belastingpligtige (verbruiker) wat punte of myle verdien teenoor die belastingpligtige (verskaffer) wat punte of myle toeken*

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle nie aan 'n vervaldatum onderhewig is nie sal die verskaffer wat punte of myle toeken en/of die kontantterugbewyse uitreik die onkoste ingevolge artikel 11(a) kan aftrek sodra die punte of myle toegeken en/of die kontantterugbewyse uitgereik word. Vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is geld die volgende: die onkoste sal aan die einde van die jaar van aanslag alleenlik deur die verskaffer aftrekbaar wees as die vervaldatum nog nie verstryk het nie en die punte/myle of kontantterugbewyse nog nie ingeruil is nie, behalwe vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die

punte of myle. Indien 'n aftrekking in jaar een geëis is en die vervaldatum in jaar twee verstryk sonder dat die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is, moet die waarde van daardie punte/myle of kontantterugbewyse met die verstryking van die vervaldatum by bruto inkomste ingevolge artikel 8(4)(a) ingesluit word.

Die enigste uitsondering in die toepassing van artikel 8(4)(a) is vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms tussen die verskaffer en die derde party bepaal dat die vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle. Artikel 8(4)(a) is nie hier van toepassing nie. Die derde party sal egter vergoeding ontvang vir voordele wat nooit gelewer is nie (aangesien die vervaldatum verstryk het sonder dat die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is) en sal die bedrag by bruto inkomste (ingevolge die algemene bruto inkomste definisie) insluit.

Sodra die verbruiker punte of myle verdien of 'n kontantterugbewys ontvang word daar aan die bruto inkomste definisie voldoen (ongegag die wyse waarop die punte/myle of kontantterugbewys aangewend word) en moet die waarde van die punte/myle of kontantterugbewys by die verbruiker se bruto inkomste ingesluit word.

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is en punte/myle of kontantterugbewys nie betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) ingeruil word nie, sal die verskaffer of die derde party (waar die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van punte of myle) die bedrag weer by bruto inkomste insluit, maar die verbruiker sal nie 'n aftrekking eis nie. Die vraag ontstaan of die verbruiker vir 'n aftrekking ten opsigte van vervalde punte/myle of kontantterugbewyse sal kwalifiseer? Die huidige inkomstebelastingwet maak nie vir hierdie tipe scenario voorsiening nie en 'n moontlike gaping in die inkomstebelastingwet word hier geïdentifiseer.

### **Afslag of korting ontvang**

Punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang kan beskou word as voordele soortgelyk aan 'n afslag of korting wat voorwaardelik ontvang word op die plaasvind van 'n gebeurtenis wat na die lewering volg (byvoorbeeld vereffeningskorting of kontantkorting) (verwys na (a) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.3.2 *Afslag of korting toegestaan* op bladsy 65). Die inkomstebelastinghantering van afslag of

korting ontvang kan moontlik meer lig werp op die inkomstebelastinghantering van punte of myle verdien. Die inkomstebelastinghantering van afslag of korting deur die verskaffer toegestaan kan moontlik meer lig werp op die inkomstebelastinghantering van afslag of korting deur die verbruiker ontvang en is bespreek in punt (a) *Belastingpligtige wat punte of myle toeken en voordele lewer*, punt 1.3.2 *Afslag of korting toegestaan* op bladsy 65.

Die volgende gevolgtrekking is gemaak ten opsigte van die verskaffer wat punte of myle toeken of kontantterugbewyse uitreik onder die beskouing dat dit soortgelyk is aan afslag of korting toegestaan: Die verskaffer sal ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram waar die punte of myle nie aan 'n vervaldatum onderhewig is nie, die netto bedrag met verkope van goedere en dienste as bruto inkomste erken. Die verskaffer sal ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is, die netto bedrag aan die einde van die jaar van aanslag as bruto inkomste erken, alleenlik as die vervaldatum van die punte/myle of kontantterugbewyse nog nie verstryk het nie (uitgesluit kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekening* van die punte of myle). Indien die netto bedrag in jaar een as bruto inkomste erken is en die vervaldatum in jaar twee verstryk sonder dat punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is, dan moet die waarde van daardie punte/myle of kontantterugbewyse met die verstryking van die vervaldatum by bruto inkomste ingesluit word.

Die enigste uitsondering is vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms tussen die belastingpligtige en die derde party bepaal dat die vergoeding verskuldig word met die *toekening* van die punte of myle. Daar sal geen insluiting by bruto inkomste vir die belastingpligtige voorkom nie. Die derde party sal egter vergoeding ontvang vir voordele wat nooit gelewer is nie (aangesien die vervaldatum verstryk het sonder dat die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is) en sal die bedrag by bruto inkomste (ingevolge die algemene bruto inkomste definisie) moet insluit.

Volgens inkomstebelastingbeginsels word een belastingpligtige op 'n aftrekking geregtig terwyl die ander belastingpligtige bruto inkomste moet erken. Indien bogenoemde beginsel toegepas word op die belastingpligtige wat punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang, sal die volgende geld: Die belastingpligtige moet die waarde van die punte/myle



of kontantterugbewyse met ontvangs as bruto inkomste erken, aangesien die netto bedrag (verkoopsprys minus die waarde van punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik) deur die verskaffer as bruto inkomste erken word. Vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is geld die volgende: Indien die belastingpligtige met ontvangs van die punte of myle 'n bedrag by bruto inkomste ingesluit het, sal die belastingpligtige volgens die bogenoemde beginsel met die verstryking van die vervaldatum die waarde van die vervalde punte/myle of kontantterugbewyse as 'n aftrekking kan eis, aangesien die verskaffer of die derde party (waar die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van punte of myle) die bedrag by bruto inkomste insluit. Die huidige inkomstebelastingwet maak egter nie voorsiening hiervoor nie en 'n moontlike gaping in die inkomstebelastingwet word hier geïdentifiseer.

### 1.1.2 Spesifieke insluitingsparagraaf (c)

Paragraaf (c) van die omskrywing van “bruto inkomste” in die Wet lees *verbatim* as volg:

*“(c) 'n bedrag, met inbegrip van 'n vrywillige toekenning, ontvang of toegeval ten opsigte van bewese dienste of van dienste wat nog bewys moet word of 'n bedrag ontvang of toegeval ten opsigte van of uit hoofde van enige diens of bekleding van 'n amp: Met dien verstande dat-*

*(i) Die bepalings van hierdie paragraaf nie van toepassing is nie ten opsigte van 'n voordeel of bate ten opsigte waarvan die bepalings van paragraaf (i) van toepassing is.”*

Ingevolge die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is, is daar slegs een scenario waar paragraaf (c) van toepassing sal wees, naamlik as werknemers punte/myle of kontantterugbewyse in hulle eie naam verdien/ontvang op grond van goedere of dienste wat deur hul werkgewers aangekoop is. Byvoorbeeld 'n werkgewer betaal vir 'n SAA besigheidsvlugkaartjie van die werknemer en die werknemer ontvang SAA Voyager myle in sy eie naam wat op die beurt vir persoonlike doeleindes ingeruil kan word. Die kliënteloyaliteitsprogram scenario moet aan elk van die komponente van die omskrywing van paragraaf (c) gemeet word ten einde te bepaal of die voordeel ontvang bruto inkomste uitmaak, al dan nie.

Die volgende komponente van die omskrywing is van kardinale belang ten einde te bepaal of punte of myle verdien ingesluit moet word by die belastingpligtige se bruto inkomste en moet elk individueel oorweeg word, naamlik:

- “’n bedrag ontvang of toegeval”
- “vrywillige toekenning”
- “ten opsigte van of uit hoofde van”
- “bewese dienste of van dienste wat nog bewys moet word uit enige diens of bekleding van ’n amp”

Die bostaande begrippe word nie in die Wet omskryf nie. Ten einde duidelikheid oor die betekenis van die belangrike begrippe te verkry kan daar na beslissings van die plaaslike hof verwys word (Stiglingh *et al.*, 2009:14).

#### **(i) ’n Bedrag ontvang of toegeval**

Die hof se beskouing in *Lategan WH v CIR* [1926] 2 SATC 16 is dat “bedrag” die waarde van alle eiendom en regte ontvang insluit. In *CIR v Butcher Bros (Pty) Ltd* [1945] 13 SATC 21 word daar verwys na die woord “bedrag” as synde ’n bedrag wat ’n bepaalbare waarde het. Die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang verteenwoordig ’n reg tot voordele en dus vind toevalling van ’n bedrag plaas. Die waarde van die bedrag is bepaalbaar soos reeds bespreek (verwys na (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie* (ii) *Ontvang deur of toegeval aan, Waardering van ontvangste en toevallings* op bladsy 87). Daar word dus aan die vereiste van bruto inkomste “’n bedrag ontvang of toegeval” voldoen.

#### **(ii) Vrywillige toekenning**

’n Voorbeeld van vrywillige toekennings is jaarlikse bonusse wat *ex gratia* betaal word. Hierdie toekenning word onder geen kontraktuele verpligting (byvoorbeeld ’n dienskontrak) verskaf nie en is suiwer vrywillig (Stiglingh *et al.*, 2009:42).

Dit is onwaarskynlik dat ’n dienskontrak bepaling sal insluit wat bepaal dat die werknemer op punte/myle of kontantterugbewyse ingevolge aankope deur die werkgewer geregtig is. Die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang sal dus nie net as ’n bedrag ontvang of toegeval kwalifiseer nie, maar ook as ’n vrywillige toekenning.

**(iii) Ten opsigte van of uit hoofde van**

In *Stevens v CSARS* [2007] 69 SATC 1 is beslis dat daar geen wesentliche verskil is tussen die uitdrukkings “ten opsigte van” en “uit hoofde van” in paragraaf (c) van die bruto inkomste definisie nie. Hierdie begrippe beteken dat daar ’n verhouding tussen die bedrag ontvang en die belastingpligtige se dienste gelewer moet bestaan. In *CIR v Crown Mines Ltd* [1923] is bepaal dat die woorde “ten opsigte van” beteken dat die inkomste nie ontvang sou gewees het indien die dienste nie gelewer is nie. Daar moet dus ’n kousale verband (Stiglingh *et al.*, 2009:42) of direkte verhouding (Jordaan, 2011:18) tussen die bedrag ontvang en die dienste gelewer bestaan. “Ten opsigte van” word in *CIR v Widan* [1995] 19 SATC 341 beskryf as die deurslaggewende/direkte en onmiddellike oorsaak (*causa causans*). In *CIR v Cowley* [1960] 23 SATC 276 is beslis dat hierdie woorde ’n direkte verband van oorsaak en gevolg vereis. Hieruit kan saamgevat word dat daar ’n kousale verband of direkte verhouding moet bestaan tussen die bedrag ontvang of toegeval en die bewese dienste of dienste wat nog bewys moet word uit enige diens of bekleding van ’n amp. Klue (2005:71) merk op dat “ten opsigte van” en “uit hoofde van” ’n feitevraag is en alleenlik beantwoord kan word deur na die spesifieke omstandighede te verwys.

Die punte/myle of kontantterugbewyse moet “ten opsigte van” of “uit hoofde van” die dienslewering verdien/ontvang word. Die vraag ontstaan of daar ’n kousale verband of direkte verhouding tussen die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang en die dienste gelewer bestaan? Jones (2009:2) bepaal dat ’n werknemer gewoonlik ’n lid van ’n kliënteloyaliteitsprogram onafhanklik van sy of haar indienseeming raak en dat dit nie ’n voorwaarde tot indienseeming is nie. Die punte/myle of kontantterugbewyse val die werknemer regtens toe op grond van die werknemer se lidmaatskap. Clegg (2002:34) stel verder dat die direkte en onmiddellike oorsaak van die voordele die werknemer se besluit verteenwoordig om die punte/myle of kontantterugbewyse in te ruil. Daarom kan geargumenteer word dat daar geen kousale verband of direkte verhouding tussen die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang en die dienste gelewer bestaan nie. Daar word dus nie aan die vereiste van bruto inkomste “*ten opsigte van of uit hoofde van*” voldoen nie.

#### **(iv) Bewese dienste of van dienste wat nog bewys moet word uit enige diens of bekleding van 'n amp**

Die woorde “bewese dienste of van dienste wat nog bewys moet word” beteken dat die werknemer belasbaar is op die volle bedrag ontvang of toegeval selfs al word die dienste eers in 'n daaropvolgende jaar van aanslag gelewer (Stiglingh *et al.*, 2009:42).

'n Werknemer/werkgewer verhouding kom wel voor, maar die punte/myle of kontantterugbewyse word nie verdien/ontvang op grond van die dienste gelewer of dienste wat nog gelewer staan te word nie. Soos reeds bespreek bestaan daar nie 'n kousale verband of direkte verhouding tussen die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang en die dienste gelewer nie.

Daar word dus nie aan al die vereistes van paragraaf (c) van die “bruto inkomste” omskrywing voldoen nie. Dit wil voorkom of die omstandighede soos hierbo beskryf aanleiding gee tot 'n potensiële belastingverlies binne die belastingstelsel, aangesien belastingaftrekbare uitgawes aangegaan word deur die werkgewer wat nie-belasbare voordele aan werknemers befonds (Jordaan, 2011:18-19). Die bedrae sal egter belasbaar wees binne die omvang van die algemene bruto inkomste definisie en geen belastingverlies sal ontstaan nie (verwys na punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie, Samevatting van die belastingpligtige wat punte of myle verdien* op bladsy 97).

Volgens die voorbehoudsbepaling sal die bepalings van paragraaf (c) nie van toepassing wees indien daar aan paragraaf (i) van die bruto inkomste definisie voldoen word nie. Die spesifieke insluitingsparagraaf (i) word hieronder oorweeg en bespreek.

#### **1.1.3 Spesifieke insluitingsparagraaf (i)**

'n Byvoordeel kan gedefinieer word as 'n betaling gemaak aan 'n werknemer deur sy werkgewer in 'n ander vorm as kontant. Die belasbare waarde van byvoordele word ingevolge paragraaf (i) van die omskrywing van “bruto inkomste” in artikel 1 van die Wet by bruto inkomste ingesluit (Stiglingh *et al.*, 2009,303). Paragraaf (i) van die omskrywing van “bruto inkomste” in die Wet lees *verbatim* as volg:

*“(i) Die kontantekwivalent, soos ingevolge die bepalings van die Sewende Bylae vasgestel, van die waarde gedurende die jaar van aanslag van enige voordeel of bate ten opsigte van diens of aan ’n ampsbekleër verleen, synde ’n belasbare voordeel soos in genoemde Bylae omskryf,...by die belastingpligtige se inkomste ingereken moet word.”*

Normale belasting kan alleenlik gehef word indien daar aan al die vereistes van paragraaf (i) voldoen word. Die volgende komponente van die omskrywing is van kardinale belang ten einde te bepaal of punte of myle verdien ingesluit moet word by die belastingpligtige se bruto inkomste en moet individueel oorweeg word, naamlik:

- “bepalings van die Sewende Bylae”
- “ten opsigte van”

Die bostaande begrippe word nie in die Wet omskryf nie. Ten einde duidelikheid oor die betekenis van die belangrike begrippe te verkry kan daar na beslissings van die plaaslike howe verwys word (Stiglingh *et al.*, 2009:14).

### **(i) Bepalings van die Sewende Bylae**

Die Sewende Bylae handel oor die waardasie van voordele deur ’n werkgewer of verwante inrigting aan ’n werknemer toegestaan. As ’n verwante inrigting ’n voordeel aan die werkgewer se werknemer toestaan wat ’n belasbare voordeel sou wees indien dit deur die werkgewer toegestaan was, word dit geag ’n belasbare voordeel te wees wat deur die werkgewer toegestaan is (paragraaf 4 van die Sewende Bylae). ’n Verwante inrigting word as volg in die Sewende Bylae gedefinieer:

*“met betrekking tot ’n enkele werkgewer*

- (a) waar die werkgewer ’n maatskappy is, ’n ander maatskappy wat met die werkgewersmaatskappy verbonde is weens die feit dat albei maatskappye in wese regstreeks of onregstreeks deur dieselfde persone bestuur of beheer word; of*
- (b) waar die werkgewer nie ’n maatskappy is nie, ’n maatskappy wat regstreeks of onregstreeks deur die werkgewer, of deur ’n vennootskap waarvan die werkgewer ’n lid is, bestuur of beheer word; of*

*(c) 'n fonds wat geheel of hoofsaaklik ingestel is om voordele te voorsien aan werknemers of voormalige werknemers van die werkgewer of aan werknemers of voormalige werknemers van die werkgewer en 'n maatskappy wat ingevolge paragraaf (a) of (b) 'n verwante inrigting met betrekking tot die werkgewer is, maar uitgesonderd 'n fonds deur 'n vakbond of nywerheidsraad ingestel en 'n fonds vir nagraadse navorsing wat ingestel is anders as uit gelde wat deur die werkgewer of 'n verwante inrigting met betrekking tot die werkgewer voorsien is."*

Ingevolge die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is, is daar slegs een scenario waar die bogenoemde van toepassing sal wees, naamlik as die werknemers punte/myle of kontantterugbewyse in hulle eie naam verdien/ontvang op grond van goedere of dienste wat deur hul werkgewers aangekoop is. Die werkgewer het wel die goedere of dienste aangekoop, maar die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram ken die punte/myle of kontantterugbewyse toe. Die werknemer tree onafhanklik van die werkgewer op deurdat die werknemer 'n lid van die kliënteloyaliteitsprogram is ingevolge waarvan punte/myle of kontantterugbewyse regtens aan die werknemer toeval. Die punte/myle of kontantterugbewyse word dus nie deur die werkgewer toegeken nie en die vraag ontstaan of die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram as 'n verwante inrigting kwalifiseer. Die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram wat die punte of myle toeken en/of kontantterugbewyse uitreik kan as volg teen die definisie van 'n verwante inrigting gemeet word: Indien

- (i) die werkgewer (n maatskappy) en die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram (byvoorbeeld SAA) verbonde persone is deurdat albei maatskappye (byvoorbeeld die werkgewer en SAA) deur dieselfde persone bestuur of beheer word; of
- (ii) die werkgewer (nie 'n maatskappy nie) en die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram (byvoorbeeld SAA) regstreeks of onregstreeks deur die werkgewer, of deur 'n vennootskap waarvan die werkgewer 'n lid is, bestuur of beheer word; of
- (iii) 'n fonds wat ingestel is om voordele te voorsien aan werknemers of voormalige werknemers van die werkgewer en/of die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram (byvoorbeeld SAA) wat ingevolge (i) of (ii) 'n verwante inrigting met betrekking tot die werkgewer is, maar uitgesonderd 'n fonds deur 'n vakbond of nywerheidsraad ingestel en 'n fonds vir nagraadse navorsing wat ingestel is anders as uit gelde wat deur die werkgewer of 'n verwante inrigting met betrekking tot die werkgewer voorsien is

sal die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram (byvoorbeeld SAA) 'n verwante inrigting uitmaak.

Slegs in hoogs uitsonderlike gevalle sal die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram 'n verwante inrigting uitmaak. In meeste gevalle sal voordele dus nie deur die werkgewer of verwate inrigting toegestaan word nie en sal die Sewende Bylae en paragraaf (i) van die omskrywing van “bruto inkomste” in die Wet nie van toepassing wees nie.

## **(ii) Ten opsigte van**

Dieselfde beginsels geld soos bespreek by paragraaf (c) ten opsigte van hierdie woorde (verwys na (a) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.2 *Spesifieke insluitingsparagraaf (c)*, (iii) *Ten opsigte van of uit hoofde van op bladsy 102*).

'n Werknemer/werkgewer verhouding kom wel voor maar die punte/myle of kontantterugbewyse word nie ontvang op grond van die dienste deur die werknemer aan die werkgewer gelewer nie. Slegs in hoogs uitsonderlike gevalle sal die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram 'n verwante inrigting uitmaak.

Daar word gevolglik nie aan die vereistes van paragraaf (i) van die “bruto inkomste” omskrywing voldoen nie. Dit wil voorkom of die omstandighede soos hierbo beskryf aanleiding gee tot 'n potensiële belastingverlies binne die belastingstelsel, aangesien belasting aftrekbare uitgawes aangegaan word deur die werkgewer wat nie-belasbare voordele aan werknemers befonds (Jordaan, 2011:18-19). Die bedrae sal egter belasbaar wees binne die omvang van die algemene bruto inkomste definisie en geen belastingverlies sal ontstaan nie (verwys na punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie, Samevatting van die belastingpligtige wat punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang* op bladsy 97).

## **2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW)**

Ingevolge artikel 17 van die BTW-wet kan insetbelasting geëis word ten opsigte van alle betalings gemaak deur 'n BTW-ondernemer vir goedere en dienste aangekoop van 'n ander BTW-ondernemer wat vir die maak van belasbare lewerings gebruik gaan word. Belasbare lewerings word in artikel 1 van die BTW-wet gedefinieer en lees *verbatim* as volg:

*“ ’n lewering van goed of dienste wat ingevolge die bepalings van artikel 7(1)(a) aan belasting onderhewig is, met inbegrip van belasting wat teen die skaal van nul persent ingevolge artikel 11 hefbaar is”*

Artikel 7(1)(a) van die BTW-wet handel oor die heffing van uitsetbelasting en lees *verbatim* as volg:

*“...word daar ten bate van die Nasionale Inkomstefonds ’n belasting gehef en betaal, bekend as die belasting op toegevoegde waarde-*

*(b) op die lewering deur ’n ondernemer van goed of dienste wat op of na die aanvangsdatum deur hom gelewer word in die loop of ter bevordering van ’n onderneming deur hom bedryf...”*

Kliënteloyaliteitsprogramme sal op die faktuurbasis vir BTW rekenskap gee (verwys na (a) *Belastingpligtige wat punte of myle toeken en voordele lewer*, punt 2 *Belasting op toegevoegde waarde (BTW)* op bladsy 70). Die tyd van lewering ingevolge die faktuurbasis is die vroegste van die datum waarop die faktuur uitgereik is of die datum waarop betaling van die vergoeding deur die leweraar ontvang word (artikel 9(1) van die BTW-wet).

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme word goedere of dienste nie net tydens die oorspronklike aankoopstransaksie verkry nie, maar ook wanneer die belastingpligtige die punte/myle of kontantterugbewyse uiteindelik vir voordele inruil. Die vraag ontstaan of die aankoop van goedere of dienste en die uiteindelijke ontvangs van voordele as ’n enkele transaksie of as twee afsonderlike transaksies beskou en hanteer moet word? Indien dit as ’n enkele transaksie beskou word sal dit vergelykbaar wees met afslag of korting ontvang.

Die oorspronklike aankoop van goedere of dienste en die uiteindelijke verkryging van voordele deur middel van die inruil van punte/myle of kontantterugbewyse moet as twee afsonderlike transaksies beskou en hanteer word (verwys na (a) *Belastingpligtige wat punte of myle toeken en voordele lewer*, punt 2 *Belasting op toegevoegde waarde* op bladsy 70).



*Die oorspronklike aankoop van goedere of dienste*

Wanneer goedere of dienste ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram deur 'n BTW-ondernemer vanaf 'n ander BTW-ondernemer aangekoop word, word 14% BTW betaal op die volle aankoopsprys van die goedere en dienste (uitgesluit die waarde van die punte of myle toegeken) en kan hierdie insetbelasting uiteindelik vanaf die SAID terug geëis word. Indien goedere of dienste kontant aangekoop word, sal die faktuurdatum en datum van betaling waarskynlik ooreenstem en ook die tyd van lewering verteenwoordig. Indien goedere of dienste op krediet aangekoop word sal 'n faktuur gewoonlik eers uitgereik word voor betaling plaasvind. Die tyd van lewering sal dan die faktuurdatum wees. Geen BTW effek ontstaan ten opsigte van die punte/myle of kontantterugbewyse op die datum wat die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang word nie.

*Die verkryging van voordele op grond van punte/myle of kontantterugbewyse wat ingeruil word*

Wanneer voordele deur 'n BTW-ondernemer ontvang word in ruil vir punte/myle of kontantterugbewyse vanaf 'n ander BTW-ondernemer wil dit voorkom of die lewering teen geen vergoeding plaasvind nie, aangesien die belastingpligtige nie vir die voordele in geld betaal nie. Insetbelasting word in artikel 1 van die BTW-wet gedefinieer en lees *verbatim* as volg:

*“met betrekking tot 'n ondernemer-*

*(a) belasting ingevolge artikel 7 gehef en ingevolge daardie artikel betaalbaar deur...*

*(b) 'n bedrag gelyk aan die belastingbreukdeel van die minste van enige vergoeding in geld gegee deur die ondernemer vir of die opemarkwaarde van die lewering (behalwe belasbare lewering) aan hom by wyse van 'n verkoop...van tweedehandse goed...”*

Uitsetbelasting word wel gehef op die lewering van voordele op grond van punte/myle of kontantterugbewyse wat ingeruil word (verwys na (a) *Belastingpligtige wat punte of myle toeken en voordele lewer*, punt 2 *Belasting op toegevoegde waarde* op bladsy 70). Die bedrag van die insetbelasting moet bepaal word deur te verwys na die minste van vergoeding in geld of die opemarkwaarde in die geval van tweedehandse goedere. In al die kliënteloyaliteitsprogramme wat ondersoek is, word geen voordele in die vorm van tweedehandse goedere gelewer nie. Die bedrag van die insetbelasting ingevolge

kliënteloyaliteitsprogramtransaksies moet dus bepaal word deur slegs te verwys na die vergoeding in geld. Die belastingpligtige ruil punte/myle of kontanterugbewyse in ten einde voordele te bekom en geen vergoeding in geld kom voor nie. Artikel 10 van die BTW-wet wat handel oor die waarde van lewering van goedere of dienste kan moontlik meer lig werp op die vraag of insetbelasting geëis kan word en wat die waarde daarvan bedra. Artikel 10 (19) van die BTW-wet lees *verbatim* as volg:

*“ Waar ’n teken, bewys of seël...uitgegee word teen ’n vergoeding in geld en die besitter daarvan geregtig is, by die afgee daarvan, om goed of dienste te ontvang wat op daardie teken, bewys of seël aangedui word of wat volgens gebruik of reëling die besitter op aangeduide goed of dienste geregtig maak, sonder enige verdere betaling, word die waarde van die lewering van goed of dienste by die afgee van daardie teken, bewys of seël geag nul te wees.”*

Artikel 10(20) van die BTW-wet lees *verbatim* as volg:

*“ Waar ’n teken, bewys of seël deur ’n ondernemer teen geen vergoeding uitgereik word en die besitter daarvan geregtig is by die afgee daarvan aan ’n ander persoon, wat die leweraar van die goedere of dienste is, op ’n afslag op die prys van goed of dienste aan die besitter gelewer, word die vergoeding in geld vir die lewering van daardie goed of dienste geag die geldwaarde wat op bedoelde teken, bewys of seël vermeld word, in te sluit: Met dien verstande dat daardie geldwaarde geag word belasting in te sluit.”*

In die toepassing van artikel 10(19)-(20) ontstaan die vraag of die punte of myle toegeken en/of kontanterugbewyse uitgereik word teen geen vergoeding en of ’n komponent van die vergoeding ter verkryging van goedere of dienste nie toegedeel moet word aan die punte/myle of kontanterugbewyse nie? Sonder die aankoop van die goedere of dienste sal die belastingpligtige nie die punte of myle kan verdien en/of kontanterugbewyse kan ontvang nie en ondersteun dit die argument dat die punte/myle of kontanterugbewyse teen ’n vergoeding in geld toegeken/uitgereik word. ’n Teenargument kan wees dat die toekenning van die punte of myle en/of die uitreiking kontanterugbewyse nie die oorspronklike vergoeding wat vir die goedere en dienste betaal is verminder nie. In werklikheid het die belastingpligtige die volle vergoeding vir die goedere en dienste betaal

ongegag of die belastingpligtige 'n lid was en punte/myle of kontantterugbewyse verdien het en of die belastingpligtige nie 'n lid was nie.

Die belastingpligtige (BTW-ondernemer) sal wil argumenteer dat die punte of myle en/of kontantterugbewyse teen geen vergoeding verkry is nie, om sodoende die insetbelasting op die voordele wat verkry is te kan eis ingevolge artikel 10(20). Artikel 10(20) vereis verder dat die punte of myle en/of kontantterugbewyse by 'n *ander persoon* ingeruil moet word. Dit sal slegs die geval wees waar 'n enkelmaatskappy gedomineerde program of 'n multi-vennoot program voorkom en die belastingpligtige die punte/myle of kontantterugbewyse by een van die programvennote (ook 'n BTW-ondernemer) inruil. Die insetbelasting sal bereken word as die belastingbreukdeel van die waarde van die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil en sal vanaf die SAID terug geëis kan word.

### **3. Kapitaalwinsbelasting**

Met die beskikking oor enige bate moet daar bepaal word of die wins of verlies van 'n kapitale of 'n inkomste-aard is. Indien die wins of verlies van 'n inkomste-aard is, sal dit in berekening gebring word by die belastingpligtige se belasbare inkomste. Indien dit van 'n kapitale aard is, geld die bepalings van artikel 26A van die Wet en gevolglik die Agtste Bylae (Stiglingh *et al.*, 2009:747).

Met die inruil van punte/myle of kontantterugbewyse word daar oor 'n bate beskik, maar die punte/myle of kontantterugbewyse is inkomste van aard (verwys na (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie* (iii) *Met uitsluiting van ontvangstes of toevallings van 'n kapitale aard* op bladsy 95). Geen kapitaalwinsbelasting gevolg sal dus van toepassing wees wanneer punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil word nie.

Wanneer 'n belastingpligtige goedere wat ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie verkry is (met die inruil van punte/myle of kontantterugbewyse) vervreem kan die wins of verlies kapitaal of inkomste van aard wees afhangende van die goedere wat verkry is (verwys na (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie* (iii) *Met uitsluiting van ontvangstes of toevallings van 'n kapitale aard* op bladsy 95).

Indien die punte/myle of kontantterugbewyse vir 'n kapitale bate ingeruil word moet die moontlike kapitaalwinsbelastingimplikasies oorweeg word wanneer die belastingpligtige oor die kapitale bate beskik. Artikel 26A van die Wet bepaal dat die belasbare kapitaalwins van 'n persoon in 'n jaar van aanslag by sy belasbare inkomste vir daardie jaar ingesluit moet word en aan normale belasting onderhewig sal wees. Artikel 26A dien dus as die skakel tussen die Wet en die Agtste Bylae van die Wet, aangesien die Agtste Bylae bepaling bevat ten einde die kapitaalwins of -verlies te bereken (Stiglingh *et al.*, 2009:746).

Vier vereistes word gestel alvorens kapitaalwins of -verlies van toepassing sal wees:

- Daar moet 'n bate wees.
- 'n Beskikking (insluitend 'n geagte beskikking) van die bate moet gedurende die jaar van aanslag plaasvind.
- Die basiskoste van die bate moet bereken word. Die basiskoste van die bate sluit onder andere die verkrygingskoste, verbeteringskoste en direkte koste in verband met die verkryging en beskikking van die bate in.
- Die opbrengs met beskikking van die bate, moet bereken word (Stiglingh *et al.*, 2009: 748).

### 3.1 Bate

Paragraaf 1 van die Agste Bylae wat 'n "bate" omskryf lees verbatim as volg:

*"sluit in*

*(a) Eiendom van welke aard ook al, hetsy roerend of onroerend, liggaamlik of onliggaamlik, uitgesluit enige valuta, maar ingesluit enige munt wat hoofsaaklik van goud of platinum gemaak is; en*

*(b) 'n reg of belang van welke aard ook al tot of in sodanige eiendom."*

Ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie kan die belastingpligtige 'n bate verkry met die inruil van die punte/myle of kontantterugbewyse.

### 3.2 Beskikking of geagte beskikking

Paragraaf 11 van die Agste Bylae wat “beskikking” omskryf lees verbatim as volg:

*“(1) Behoudens subparagraaf (2), is ’n beskikking enige gebeurtenis, daad, toewysing of werking van die reg wat die skepping, wysiging, oordrag of vernietiging van ’n bate tot gevolg het...”*

Indien ’n belastingpligtige op enige manier afstand doen van die kapitale bate verkry ingevolge ’n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie sal ’n beskikking plaasvind.

### 3.3 Basiskoste

Paragraaf 20 van die Agste Bylae wat “basiskoste” omskryf lees verbatim as volg:

*“(1) ...is die basiskoste van ’n bate verkry deur ’n persoon die som van-*  
*(c) Die onkoste werklik aangegaan ten opsigte van die koste van verkryging of skepping van daardie bate...”*

Punte/myle of kontantterugbewyse en uiteindelik die voordele ingevolge ’n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie word ontvang op grond van die aankoop van goedere of dienste van ’n spesifieke verskaffer. Die toekenning van die punte/myle of kontantterugbewyse verminder nie die oorspronklike vergoeding wat vir die goedere en dienste betaal is nie. In werklikheid het die belastingpligtige die volle vergoeding vir die goedere en dienste betaal ongeag of die belastingpligtige ’n lid was en punte/myle verdien en/of kontantterugbewyse ontvang het en of die belastingpligtige nie ’n lid was nie. Die prys is betaal vir die goedere of dienste ontvang en nie vir die punte/myle of kontantterugbewyse en uiteindelige voordele nie. Die basiskoste van die voordele verkry bedra dus nul.

### 3.4 Opbrengs

Paragraaf 35 van die Agste Bylae wat “opbrengs” omskryf lees verbatim as volg:

“(1) ...is die opbrengs van die beskikking oor 'n bate deur 'n persoon gelyk aan die bedrag ontvang deur of toegeval aan...”

Wanneer die belastingpligtige oor 'n kapitale bate wat ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie verkry is beskik vir vergoeding in welke aard ook al, sal die vergoeding die opbrengs vir kapitaalwinsbelastingdoeleindes beloop.

### 3.5 Gevolgtrekking

Die kapitaalwinsbelasting bereken as die opbrengs minus die basiskoste moet teen die voorgeskrewe koers by die belastingpligtige se belasbare inkomste ingesluit word vir die jaar van aanslag van toepassing.

## 2. Gevolgtrekking

### (A) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE TOEKEN EN VOORDELE LEWER

#### 1. Inkomstebelastinghantering

Die belastingpligtige (verskaffer) wat punte of myle toeken ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle nie aan 'n vervaldatum onderhewig is nie sal die onkoste kan aftrek ingevolge artikel 11(a) sodra die punte of myle toegeken word. Vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is geld die volgende: die onkoste sal aftrekbaar wees aan die einde van die jaar van aanslag alleenlik as die vervaldatum van die punte/myle of kontantterugbewyse nog nie verstryk het nie en die punte/myle of kontantterugbewyse nog nie ingeruil is nie (behalwe vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle). Indien 'n aftrekking in jaar een geëis is en die vervaldatum in jaar twee verstryk sonder dat die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is, dan moet die waarde van daardie punte/myle of kontantterugbewyse met die verstryking van die vervaldatum by bruto inkomste ingesluit

word ingevolge artikel 8(4)(a) (behalwe vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle).

Punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik kan ook beskou word as voordele soortgelyk aan afslag of korting toegestaan (Rowley, 2005:195) en dienooreenkomstig vir belastingdoeleindes verantwoord word. Onder die beskouing dat punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik soortgelyk is aan afslag of korting toegestaan geld die volgende vir die belastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies: Die belastingpligtige sal ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram waar die punte of myle nie aan 'n vervaldatum onderhewig is nie, die netto bedrag met verkope van goedere en dienste as bruto inkomste erken. Die belastingpligtige sal ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is, die netto bedrag aan die einde van die jaar van aanslag as bruto inkomste erken, alleenlik as die vervaldatum van die punte/myle of kontantterugbewyse nog nie verstryk het nie (uitgesluit kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle). Indien die netto bedrag in jaar een as bruto inkomste erken is en die vervaldatum in jaar twee verstryk sonder dat punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil is, dan moet die waarde van daardie punte/myle of kontantterugbewyse met die verstryking van die vervaldatum by bruto inkomste ingesluit word (uitgesluit kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle) (Toepassing van beginsels neergelê in *GUD Holdings Ltd v CSARS* [2007] 69 SATC 115).

Die twee verskillende hanterings van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies het dieselfde effek op die belastingpligtige se belasbare inkomste en enige een kan dus toegepas word.

## **2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW)**

Kliënteloyaliteitsprogramme sal op die faktuurbasis vir BTW rekenskap gee. Die oorspronklike lewering van goedere of dienste ingevolge waarvan die punte of myle toegeken word en die uiteindelijke lewering van voordele in ruil vir die punte/myle of kontantterugbewyse moet as twee afsonderlike transaksies beskou en hanteer word.

#### *Die oorspronklike lewering van goedere of dienste*

Wanneer goedere of dienste ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram deur 'n BTW-ondernemer gelewer word moet 14% uitsetbelasting op die volle verkoopsprys van hierdie goedere en dienste (uitgesluit die waarde van die punte of myle toegeken) gehef word en aan die SAID oorbetaal word. Indien goedere of dienste kontant verskaf word, sal die faktuurdatum en die datum van betaling waarskynlik ooreenstem en ook die tyd van lewering uitmaak. Indien goedere of dienste op krediet verskaf word sal 'n faktuur gewoonlik eers uitgereik word voor betaling plaasvind. Die tyd van lewering sal dan die faktuurdatum wees.

#### *Die lewering van voordele op grond van punte/myle of kontantterugbewyse wat ingeruil word*

Wanneer goedere of dienste in ruil vir punte/myle of kontantterugbewyse deur 'n BTW-ondernemer gelewer word sal die uitsetbelasting die belastingbreukdeel van die waarde van die goedere of dienste gelewer (ope markwaarde) uitmaak. Hierdie uitsetbelasting moet aan die SAID oorbetaal word. Die tyd van lewering is wanneer die punte of myle (vergoeding) ingeruil word.

#### *Vergoeding aan die derde party betaal vir die lewering van voordele*

Indien die derde party 'n BTW-ondernemer is en voordele ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram lewer sal die uitsetbelasting wat in die vergoeding (bedrag (BTW ingesluit) van die voordele wat gelewer word) ingesluit is aan die SAID oorbetaal moet word. Die derde party sal uitsetbelasting hef op die diens wat gelewer word, naamlik die lewering van voordele in ruil vir punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik deur die belastingpligtige. Indien die belastingpligtige ook 'n BTW-ondernemer is sal die BTW (ingesluit in die vergoeding) gehef en betaal aan die derde party, vanaf die SAID terug geëis kan word. Die tyd van lewering is die vroegste van die datum waarop die faktuur uitgereik is deur die derde party of die datum waarop die vergoeding aan die derde party betaal word.

### **3. Kapitaalwinsbelasting**

Kliënteloyaliteitsprogramonkoste is inkomste van aard (verwys na Hoofstuk 5, punt (a) *Belastingpligtige wat punte of myle toeken en voordele lewer*, punt 1.1.5 *Nie van kapitale*



aard op bladsy 61) en geen kapitaalwinsbelasting gevolg sal dus van toepassing wees nie.

## **(B) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE VERDIEN EN VOORDELE ONTVANG**

### **1. Inkomstebelastinghantering**

#### **1.1 Bruto inkomste**

##### **1.1.1 Algemene bruto inkomste definisie**

Wanneer die belastingpligtige (verbruiker) punte of myle verdien of 'n kontantterugbewys ontvang word, word daar aan die bruto inkomste definisie voldoen (ongegag die wyse waarop die punte/myle of kontantterugbewys aangewend word) en moet die waarde van die punte/myle of kontantterugbewyse by die belastingpligtige se bruto inkomste ingesluit word.

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is en punte/myle of kontantterugbewys nie betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) ingeruil word nie, sal die verskaffer (ingevolge spesifieke insluitingsparagraaf (n)) of die derde party (waar die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekening* van punte of myle) (ingevolge die algemene bruto inkomste definisie) die bedrag weer by bruto inkomste insluit, maar die verbruiker sal nie vir 'n aftrekking kwalifiseer nie. Die huidige inkomstebelastingwet maak nie vir hierdie tipe scenario voorsiening nie en 'n moontlike gaping in die inkomstebelastingwet word hier geïdentifiseer.

Dieselfde gevolgtrekking as hierbo word gemaak onder die beskouing dat punte/myle of kontantterugbewyse soortgelyk is aan afslag of korting.

##### **1.1.2 Spesifieke insluitingsparagraaf (c)**

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme ondersoek is daar slegs een scenario waar paragraaf (c) van toepassing sal wees, naamlik as werknemers punte of myle in hulle eie naam verdien op grond van goedere of dienste wat deur hul werkgewers aangekoop is. In hierdie scenario word daar nie voldoen aan die vereistes van paragraaf (c) van die "bruto

inkomste” omskrywing nie, aangesien daar nie ’n kousale verband of direkte verhouding tussen die voordeel ontvang en die dienste gelewer bestaan nie. Die bedrae sal egter belasbaar wees ingevolge die algemene bruto inkomste definisie.

### **1.1.3 Spesifieke insluitingsparagraaf (i)**

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme ondersoek is daar slegs een scenario waar paragraaf (i) van toepassing sal wees, naamlik as werknemers punte of myle in hulle eie naam verdien op grond van goedere of dienste wat deur hul werkgewers aangekoop is. In hierdie scenario word daar nie voldoen aan die vereistes van paragraaf (i) van die “bruto inkomste” omskrywing nie aangesien die kliënteloyaliteitsprogram verskaffer nie ’n verwante inrigting uitmaak nie en daar nie ’n kousale verband of direkte verhouding tussen die voordeel ontvang en die dienste gelewer bestaan nie. Die bedrae sal egter belasbaar wees ingevolge die algemene bruto inkomste definisie.

## **2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW)**

### *Die oorspronklike aankoop van goedere of dienste*

Wanneer goedere of dienste ingevolge ’n kliënteloyaliteitsprogram deur ’n BTW-ondernemer vanaf ’n ander BTW-ondernemer aangekoop word, word 14% BTW betaal op die volle aankoopsprys van die goedere en dienste (uitgesluit die waarde van die punte of myle toegeken) en kan hierdie insetbelasting uiteindelik vanaf die SAID terug geëis word.

### *Die verkryging van voordele op grond van punte of myle wat ingeruil word*

Vir ’n enkelmaatskappy gedomineerde program of ’n multi-vennoot program waar die BTW-ondernemer die punte/myle of kontantterugbewyse by een van die programvennote (ook ’n BTW-ondernemer) inruil, sal die insetbelasting op die voordele verkry ingevolge artikel 10(20) geëis kan word. Die insetbelasting sal bereken word as die belastingbreukdeel van die waarde van die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil. In alle ander gevalle sal die BTW-ondernemer nie slaag om die insetbelasting op voordele verkry te eis nie.

## **3. Kapitaalwinsbelasting**

Indien ’n belastingpligtige punte/myle of kontantterugbewyse inruil ter verkryging van ’n kapitale bate sal die voordele verkry kapitaal van aard wees. Indien die belastingpligtige op enige stadium oor die kapitale bate beskik sal daar kapitaalwinsbelastingimplikasies

wees. Die kapitaalwinsbelasting bereken as die opbrengs minus die basiskoste moet teen die voorgeskrewe koers by die belastingpligtige se belasbare inkomste ingesluit word vir die jaar van aanslag van toepassing.

Ten slotte, in hierdie hoofstuk is die belastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies ingevolge die bestaande Suid-Afrikaanse belastingwetgewing ondersoek. Al die toepaslike belastingwetsartikels is oorweeg en bespreek op grond waarvan gevolgtrekkings in hierdie verband gemaak is. Na aanleiding van hierdie gevolgtrekking verskuif die fokus van hierdie studie in Hoofstuk 7 na die hantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies vir inkomstebelastingdoeleindes in 'n land met 'n soortgelyke inkomstebelastingwetgewing as die van Suid-Afrika. Vir doeleindes van hierdie bespreking word toepaslike en relevante inkomstebelastingwetgewing asook regspraak ten opsigte van die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies bestudeer.

## **HOOFSTUK 7: OORWEGING EN BESPREKING VAN AUSTRALIESE INKOMSTEBELASTINGWETGEWING EN REGSPRAAK VAN TOEPASSING OP DIE INKOMSTEBELASTINGHANTERING VAN KLIËNTELOJALITEITSPROGRAMTRANSAKSIES**

### **1. Inleiding**

Wanneer grys areas oor die toepassing en interpretasie van die Suid-Afrikaanse Inkomstebelastingwet bestaan kan dit met ander lande wat soortgelyke inkomstebelastingwetgewing het se hofsake en regspraak vergelyk word. In hierdie hoofstuk word bepaal watter land 'n soortgelyke inkomstebelastingwetgewing as Suid-Afrika het. Die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in die geïdentifiseerde land word ondersoek deur te verwys na die inkomstebelastingwetgewing en relevante regspraak. Op so wyse kan enige inkomstebelastingbeginsels of praktyke geïdentifiseer word wat binne 'n Suid-Afrikaanse konteks van nut kan wees. Die uiteindelige doel is om hulpmiddels te identifiseer wat sal verseker dat kliënteloyaliteitsprogramtransaksies op 'n korrekte en deursigtige wyse vir Suid-Afrikaanse inkomstebelastingdoeleindes hanteer word.

### **2. Identifisering en motivering van 'n ander land met 'n soortgelyke Inkomstebelastingwet**

#### **2.1 Die hoof motiverings vir die gebruik van Australië as 'n vergelykbare land**

Suid-Afrika, sowel as Australië is beide voormalige Britse Kolonies en 'n sterk Britse invloed kom dus by die ontwikkeling van hierdie lande se inkomstebelastingwetgewing voor (Willemse, 2010:38). Die eerste Inkomstebelastingwet (No.28 van 1914) in Suid-Afrika is in 1914 ingestel. Hierdie wet het sy oorsprong aan die New South Wales Act van 1895 (Australiese Inkomstebelastingwetgewing) te danke. Verskeie wysigings en konsolidasies aan hierdie wet is sedert die ingebruikneming daarvan aangebring (Huxham & Haupt, 2010:6).

#### **2.2 Verdere motiverings vir die gebruik van Australië as 'n vergelykbare land**

Australië geniet globale aansien op ekonomiese sowel as sosiale ontwikkelingsgebied as 'n ontwikkelde eerste wêreld land (World Audit Democracy Profile, 2011). Australië is ook lid van die "Organisation for Economic Co-operation and Development" (OECD) wat

toonaangewers is tot die daarstel van eenvormige ekonomiese standaarde en die toepassing van gesonde weldeurdagte ekonomiese praktyke, onder andere in die gebiede van ekonomie, belasting en rekeningkunde (OECD, 2011). Suid-Afrika beskik ook oor gesonde en stewige handelsbande met Australië (Australian Government Department of Foreign Affairs and Trade, 2011). Suid-Afrika sowel as Australië vorm deel van die Statebond wat onder andere ekonomiese samewerking en ontwikkeling nastreef (Commonwealth Secretariat, 2011).

Op grond van die bogenoemde word Australië as 'n geskikte vergelykbare land beskou ten einde beginsels en praktyke te identifiseer wat van waarde kan wees binne 'n Suid-Afrikaanse konteks.

### **3. Australiese Inkomstebelastingwetgewing**

#### **3.1 Agtergrond**

Die Australiese belastingwette bestaan uit die inkomstebelastingwetgewing "Income Tax Assessment Act 1997" (hierna verwys as ITAA97), "Income Tax Assessment Act 1936" (hierna verwys as ITAA36), die "Fringe Benefits Tax Assessment Act 1986" (hierna verwys as FBTAA86), "Taxation Administration Act 1953" en die "A New Tax System (Goods and Services Tax) Act". Vir doeleindes van hierdie studie is egter slegs die ITAA97, ITAA36 en FBTAA86 relevant en toepaslik. ITAA36 en ITAA97 word in wisselwerking met mekaar gebruik en toegepas (Woellner, Barkoczy, Murphy & Evans, 2004:53).

#### **3.2 Relevante artikels**

##### **3.2.1 ITAA36**

Artikel 25 van ITAA36 handel oor inkomste en artikel 25(1) lees *verbatim* as volg:

*"The assessable income of a taxpayer shall include..."*

ITAA36 verskaf geen definisie vir inkomste nie. Gevolglik is 'n betekenis deur die Australiese howe ontwikkel wat bepaal dat inkomste bedoel in artikel 25(1), inkomste volgens alledaagse begrip verteenwoordig (Woellner *et al.*, 2004:300). Ten einde te bepaal of 'n bedrag inkomste verteenwoordig, al dan nie, het die Australiese howe 'n paar beginsels neergelê om die nodige leiding te verskaf. Geweldig baie probleme het ontstaan

weens 'n gebrek aan 'n omskrywing van inkomste in die wet en hierdie probleem is aangespreek in ITAA97 (Woellner *et al.*, 2004:300). Verwys na punt 3.2.2 ITAA97 op bladsy 122 vir breedvoerige bespreking.

Artikel 21 van ITAA36 handel oor vergoeding ontvang anders as in kontant en lees *verbatim* as volg:

*(1) Where, upon any transaction, any consideration is paid or given otherwise than in cash, the money value of that consideration shall, for the purposes of this Act, be deemed to have been paid or given.*

*(2) This section has effect subject to section 21A.*

Hieruit volg dat vir 'n bedrag om inkomste te wees, moet dit geld wees of iets wat in staat is om in geld omgeskakel te word. Artikel 26(e) is ingesluit in ITAA36 hoofsaaklik om die bogenoemde algemene beginsel (dat 'n ontvangste wat nie in geld omgeskakel kan word nie, nie inkomste uitmaak nie) te oorheers in die konteks van dienslewering (Woellner *et al.*, 2004:315). Artikel 26(e) van ITAA36 handel oor vergoeding ontvang waar 'n werknemer/werkgewer verhouding voorkom en lees *verbatim* as volg:

*"The assessable income of a taxpayer shall include –*

*(e) the value to the taxpayer of all allowances, gratuities, compensations, benefits, bonuses, premiums allowed, given or granted to him in respect of, or for or in relation directly or indirectly to, any employment of or services rendered by him..."*

Artikel 26(e) poog om 'n bedrag by belasbare inkomste as 'n statutêre inkomste in te sluit. Die bedoeling van artikel 26(e) is om voordele te belas wat andersins uit die belastingnet sou ontsnap het op grond van die feit dat dit nie in geld omgeskakel kan word nie. Artikel 26(e) vereis dat voordele waardeer moet word deur te verwys na die waarde wat dit vir die belastingpligtige inhou. Hierdie subjektiewe waardasie het dit bykans onmoontlik gemaak om artikel 26(e) af te dwing en het grootliks daartoe aanleiding gegee dat hierdie artikel met die FBTAA86 vervang is (Woellner *et al.*, 2004:339).

Artikel 21A is ingesluit in ITAA36 ten einde besigheidsvoordele te belas wat andersins uit die belastingnet sou ontsnap het op grond van die feit dat dit nie in geld omgeskakel kan

word nie (Woellner *et al.*, 2004:315). Artikel 21A van ITAA36 handel oor besigheidsvoordele anders as in kontant ontvang en lees *verbatim* as volg:

*“(1) For the purposes of this Act, in determining the income derived by a taxpayer, a non-cash business benefit that is not convertible to cash shall be treated as if it were convertible to cash...”*

*(5) non-cash business benefit means property or services provided after 31 August 1988:*

*(a) wholly or partly in respect of a business relationship; or*

*(b) wholly or partly for or in relation directly or indirectly to a business relationship...”*

Uit die bogenoemde aanhaling kan saamgevat word dat wanneer 'n besigheidsinkomste ontvang word wat nie in geld omgeskakel kan word nie dit geag sal word dat dit wel in geld omgeskakel kan word. Vir artikel 21A om van toepassing te wees, moet 'n “*non-cash business benefit*” voorkom en die voordeel moet inkomste uitmaak wat verkry is uit die beoefening van 'n bedryf (Woellner *et al.*, 2004:447). Artikel 21A betwis die reëls wat andersins van toepassing sou wees wanneer daar vasgestel wil word of 'n bedrag gewone inkomste uitmaak eerder as wat dit 'n bedrag by belasbare inkomste insluit. Waar artikel 21A van toepassing is en die bedrag wel gewone inkomste uitmaak, sal dit by belasbare inkomste ingevolge artikel 6-5 van ITAA97 ingesluit word (Woellner *et al.*, 2004:315).

### **3.2.2 ITAA97**

Volgens Woellner *et al.* (2004:309) sluit aanslaanbare inkomste (of te wel belasbare inkomste) gewone inkomste sowel as statutêre inkomste vir 'n bedoelde belastingjaar in. Artikel 6-5 in ITAA97 wat handel oor gewone inkomste lees *verbatim* as volg:

*“(1) Your assessable income includes income according to ordinary concepts, which is called ordinary income.*

*(2) If you are an Australian resident, your assessable income includes the ordinary income you derived directly or indirectly from all sources, whether in or out of Australia, during the income year...”*

Uit die bogenoemde aanhaling kan saamgevat word dat die begrip “inkomste” nou duidelik omskryf word en gewone inkomste alle inkomste volgens alledaagse begrip insluit.

Artikel 15-2 in ITAA97 wat handel oor toelaes ontvang ten opsigte van dienste gelewer lees *verbatim* as volg:

*“(1) Your assessable income includes the value to you of all allowances, gratuities, compensation, benefits, bonuses and premiums provided to you in respect of, or for or in relation directly or indirectly to, any employment of or services rendered by you ...*

*(2) This is so whether the things were provided in money or in any other form.*

*(3) However, the value of the following are not included in your assessable income under this section:*

*...(d) an amount that is assessable as ordinary income under section 6-5...”*

Uit die bogenoemde aanhaling kan saamgevat word dat enige vergoeding ontvang ten opsigte van dienste gelewer, ingesluit moet word by die belastingpligtige se belasbare inkomste.

### **3.2.3 FBTAA86**

Artikel 5E van FBTAA86 wat handel oor die bedrag van die byvoordeel wat in die werknemer se hande belasbaar is, lees *verbatim* as volg:

*“...General rule (2) The individual fringe benefits amount is the sum of the employee’s share of the taxable value of each fringe benefit that relates to the year of tax and is provided in respect of the employment other than an excluded fringe benefit.”*

Hierdie relevante artikels moet toegepas word ten einde te bepaal hoe kliënteloyaliteitsprogramtransaksies vir inkomstebelastingdoeleindes hanteer moet word.

## **4. Belasbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramvoordele in Australië**

Australië is een van die min belasting owerhede in die wêreld waar 'n kliënteloyaliteitsprogram-saak in die hof voorgekom het (verwys na punt 4.1 *Regspraak* wat volg) en waar riglyne (verwys na punt 4.2 *Riglyne* op bladsy 125) rondom die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramme neergelê is.



## 4.1 Regspraak

In *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A) het 'n belastingpligtige myle ontvang op grond van besigheidsvlugte wat deur die werkgewer gefinansier is. Die belastingpligtige het die myle wat ontvang is vir persoonlike doeleindes aangewend. Die kwessie in die saak was of die waarde van die vlugkaartjies deur die belastingpligtige verkry deur die myle in te ruil belasbaar was, al dan nie. Daar moes dus bepaal word of die voordele ontvang gewone inkomste (artikel 25(1) van ITAA36) of statutêre inkomste (artikel 26(e) van ITAA36) uitmaak. Artikel 25(1) van ITAA36 wat handel oor inkomste en artikel 26(e) van ITAA36 wat handel oor inkomste ontvang waar 'n werknemer/werkgewer verhouding voorkom, is gevolglik in die saak oorweeg.

In die oorweging van artikel 25(1) is verwys na 'n vorige saak *Commissioner of Taxation (Cth) v Cooke* [1980] 42 FLR 403 waar beslis is dat 'n nie-monetêre bedrag alleenlik "inkomste" is indien die belastingpligtige dit in geld kan omskakel. Die bepalings en voorwaardes van die kliënteloyaliteitsprogram verbied enige lede om myle aan iemand anders oor te dra of om die myle te verkoop. Om hierdie rede is daar bevind dat die myle wat die belastingpligtige in *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A) ontvang het nie in geld omgeskakel kan word nie. Gevolglik is daar beslis dat dit nie as gewone inkomste binne die omvang van artikel 25(1) beskou kan word nie. In die oorweging van artikel 26(e) is die volgende beslis:

- Die voordeel was ontvang ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram.
- Die werkgewer was op geen wyse betrokke by hierdie kliënteloyaliteitsprogram nie.
- Die werkgewer het nie vereis of gereël dat die werknemer moet deelneem aan die kliënteloyaliteitsprogram nie en het ook nie vir die lidmaatskap daaraan betaal nie.
- Geen verband bestaan tussen die indiensneming van die belastingpligtige en die kliënteloyaliteitsprogramvoordele ontvang nie.
- Die werkgewer het met ander woorde geen bydrae gemaak om die voordele te lewer nie.
- Die belastingpligtige se diens moet nie beskou word as die direkte oorsaak van die voordele wat vanaf die kliënteloyaliteitsprogram ontvang is nie.
- Die voordele ontvang was nie nou genoeg verwant aan die dienste gelewer nie.
- Die voordele het ontstaan op grond van 'n persoonlike kontraktuele verhouding tussen die kliënteloyaliteitsprogram verskaffer en die individuele lid (belastingpligtige).
- Die voordele ontvang is nie belasbaar ingevolge artikel 26(e) nie.

#### 4.1.1 Ander oorwegings

In *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A) is beslis dat die voordeel ontvang nie gewone inkomste uitmaak nie weens die feit dat die belastingpligtige nie die myle ontvang in geld kon omskakel nie. Artikel 21A wat in sekere omstandighede bepaal dat nie-kontant voordele wel gewone inkomste uitmaak, deurdat dit geag word in geld omskakelbaar te wees, is nie in die saak oorweeg nie. Die rede hiervoor is waarskynlik omdat die omstandighede nie voldoen aan die vereistes van artikel 21A nie. 'n Kliënteloyaliteitsprogram voordeel ontvang verteenwoordig nie 'n "non-cash business benefit" (verwys na punt 3.2.1 ITAA36 op bladsy 120) nie, omrede geen goedere of dienste geheel of gedeeltelik/direk of indirek ten opsigte van of in verhouding tot 'n besigheid gelewer was nie. Die kliënteloyaliteitsprogram voordeel is ook nie uit die beoefening van 'n bedryf verdien nie. Artikel 21A is dus nie van toepassing op kliënteloyaliteitsprogramvoordele waar 'n werknemer/werkgewer verhouding voorkom nie.

#### 4.2 Riglyne

Die volgende riglyne is uitgereik en word individueel oorweeg en bespreek, naamlik:

- Taxation Ruling 1999/6 (hierna verwys as TR 1999/6) wat handel oor die inkomstebelastingimplikasies van myle vanaf 'n gereelde vliegprogram (kliënteloyaliteitsprogram) ontvang na aanleiding van die beslissing in *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A) (Australian Government, 2011a).
- Taxation Ruling 1999/6A2 Addendum (hierna verwys as TR 1999/6A2) wat sekere wysigings aan TR 1999/6 aangebring het (Australian Government, 2011b).
- Taxation Determination 1999/34 (hierna verwys as TD 1999/34) wat handel oor die inkomstebelastingimplikasies van voordele (nie net myle soos in die geval van TR 1999/6 nie) wat op grond van persoonlike spandering vanaf 'n kliënteloyaliteitsprogram ontvang is (Australian Government, 2011c).
- Practice Statement Law Administration 2004/4 (General Administration) (hierna verwys as PS LA 2004/4 (GA)) wat leiding verskaf vir gevalle waar 'n kliënteloyaliteitsprogramvoordeel ontvang moontlik belasbaar is en dit buite die omvang van TR 1999/6 en TD 1999/34 val. Dit toon verder aan in watter omstandighede sulke gevalle na 'n senior tegniese leier vir hersiening verwys moet word (Australian Government, 2011d).

#### 4.2.1 TR 1999/6

Paragraaf 7 van TR 1999/6 handel oor die twee uitsonderings waar myle moontlik as 'n byvoordeel belasbaar is en lees *verbatim* as volg:

*“Flight rewards, with the following exceptions, are not subject to fringe benefits tax (FBT) as they result from a personal (that is, non-employment) contractual relationship. The first exception is where the person with the personal contract is also an employer and provides the flight reward received to an employee in respect of the employment. That is, under the conditions of the flight reward program, FBT only applies where the employer and employee have a family relationship and the flight reward is received in connection with the employment. The second exception is where, in respect of the employment of an employee, a flight reward is provided to an employee, or the employee's associate, under an 'arrangement' for the purposes of the Fringe Benefit Tax Assessment Act (FBTAA), that results from business expenditure. It should be noted the Commissioner has determined that flight rewards accrued from membership of consumer loyalty programs are distinct and separate from any benefit resulting from the payment by the employer of membership fees.”*

Uit die bogenoemde aanhaling kan saamgevat word dat myle wat op grond van die persoonlike kontraktuele verhouding tussen die verbruiker en die kliënteloyaliteitsprogram verskaffer ontvang is, nie belasbaar sal wees in die hande van die belastingpligtige nie. Daar is egter twee uitsonderings, naamlik:

- waar die werkgewer 'n lid van 'n kliënteloyaliteitsprogram is en sy verdiende myle aan 'n werknemer op grond van indiensneming lewer en die werknemer ook 'n familielid van die werkgewer is; of
- waar die werknemer of 'n geassosieerde met betrekking tot die werknemer 'n lid van 'n kliënteloyaliteitsprogram is en myle ontvang op grond van normale besigheidsspandering deur sy werkgewer en daar vooraf ooreengekom is dat die ontvangs van myle deel sal uitmaak van sy normale indiensnemingsvoorwaardes (Australian Government, 2011d).

Paragraaf 8 van TR 1999/6 bepaal dat myle wat deur 'n werknemer op grond van besigheidsspandering ontvang is, nie in die werknemer se hande belasbaar is nie en lees *verbatim* as volg:

*“Flight rewards received by employees from employer-paid expenditure are not assessable income.”*

Paragraaf 9 van TR 1999/6 wat handel oor individue wat myle op grond van dienste gelewer of op grond van besigheidsspandering ontvang, lees *verbatim* as volg:

*“Flight rewards that are received by an individual who renders a service or has received the flight reward as a result of business expenditure are, with the following provisos, not assessable as the flight rewards arise as a result of a personal (that is, non-service/non-business) contractual relationship. The provisos are where the person renders a service on the basis that an entitlement to a flight reward will arise (e.g., a person enters into a secretarial service contract with an understanding that a flight reward will be received) or, in a business context, where the activities associated with the obtaining of the benefits amount in themselves to a business activity.”*

Uit die bogenoemde aanhaling kan saamgevat word dat myle ontvang deur 'n individu slegs belasbaar sal wees in die volgende twee gevalle, naamlik:

- waar 'n reg tot myle ontstaan op grond van die diens wat gelewer word; of
- in 'n besigheidskonteks, waar die aktiwiteite geassosieer met die verkryging van die voordele self ook 'n besigheidsaktiwiteit verteenwoordig.

TR 1999/6 gee ook leiding rakende die bepaling van die waarde per myl. Verder word bepaal dat die ontvangs van die voordeel die belastinggebeurtenis (“taxing point”) verteenwoordig en nie die ontvangs van die punte of myle nie (Australian Government, 2011a).

#### **4.2.2 TR 1999/6A2**

Die addendum wysig paragraaf 7 van TR 1999/6 om dit duidelik te maak dat daar situasies mag voorkom waar myle ontvang 'n belasbare byvoordeel in die hande van die werknemer kan uitmaak (Australian Government, 2011d).

#### 4.2.3 TD 1999/34

TD 1999/34 bepaal dat 'n voordeel wat op grond van persoonlike spandering by 'n kliënteloyaliteitsprogram ontvang word, nie belasbaar is nie (Australian Government, 2011c).

#### 4.2.4 PS LA 2004/4 (GA)

Ten einde vas te stel of 'n kliënteloyaliteitsprogramvoordeel 'n byvoordeel of belasbare inkomste uitmaak word vereis om die beginsels van TR 1999/6 en TD 1999/34 toe te pas. In sommige gevalle moet dit egter na 'n senior tegniese leier verwys word vir beoordeling (Australian Government, 2011d). Paragraaf 7 van PS LA 2004/4 (GA) beskryf die gevalle waar dit nodig is om 'n kliënteloyaliteitsprogramvoordeel na 'n senior tegniese leier te verwys ten einde te beoordeel of die voordeel 'n byvoordeel of belasbare inkomste uitmaak en lees *verbatim* as volg:

*“Cases should be referred to a senior technical leader for review where, on consideration of those principles and this practice statement, a reward that is received under a consumer loyalty program is considered to be assessable income or a fringe benefit because:*

- the arrangement is so contrived and artificial that it has no commercial purpose other than to allow the recipient to receive the rewards to which they become entitled, and/or*
- the nature of the arrangements suggest that the rewards are being received in substitution for income which would otherwise be earned, and/or*
- the points accumulated from a business relationship or business expenditure exceed 250 000 points per annum.”*

Paragraaf 17 van PS LA 2004/4 (GA) wat handel oor die ontvangs van voordele vanaf 'n kliënteloyaliteitsprogram as deel van 'n inkomste genererende aktiwiteit, lees *verbatim* as volg:

*“Rewards received under consumer loyalty programs will be taxable in circumstances where the facts demonstrate that the reward is received as part of an income earning activity and*

- *there is a business relationship between the recipient of the reward and the reward supplier; and*
- *the benefit is convertible directly or indirectly to money's worth; or*
- *the taxpayer is carrying on a business, and section 21A of the ITAA 1936 operates to include the reasonable value of the non-cash business benefit in the taxpayer's assessable income."*

Paragraaf 19 van PS LA 2004/4 (GA) wat handel oor 'n ooreenkoms tussen die werknemer en die werkgever lees *verbatim* as volg:

*"A reward received by an employee under a consumer loyalty program may be a fringe benefit for the purposes of the FBTAA where the facts demonstrate that there is an arrangement between the employee and employer so that the provision of the reward has a sufficient and material connection to employment. That is, the reward takes on the character of being a benefit received 'in respect of employment'..."*

## **5. Toepassing op Suid-Afrikaanse Inkomstebelastingwetgewing en regspraak**

Voordele wat ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme ontvang word is moontlik in Suid-Afrika belasbaar op grond van die:

- Algemene bruto inkomste definisie van die Wet; en
- Spesifieke insluiting paragrawe (c) en (i) van die Wet.

Die Suid-Afrikaanse algemene bruto inkomste definisie van die Wet is vergelykbaar met die Australiese gewone inkomste, artikel 25(1) van ITAA36 en artikel 6-5 van ITAA97. Die Suid-Afrikaanse spesifieke insluitingsparagrawe (c) en (i) en die Agtste Bylae van die Wet is ook vergelykbaar met die Australiese statutêre inkomste soos uiteengesit in die eertydse artikel 26(e) en nou artikel 15-2 van ITAA97 en die FBTAA86. Hierdie twee moontlike insluitingsparagrawe en artikels word apart hieronder oorweeg.

### **5.1 Suid-Afrikaanse bruto inkomste en Australiese gewone inkomste**

Die Australiese hof het in *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A) beslis dat die voordeel ontvang nie gewone inkomste uitmaak nie gebaseer op die feit dat die belastingpligtige nie die myle ontvang in geld kon omskakel nie. Die Suid-Afrikaanse hof is in *Stander v CIR* [1997] 59 SATC 212 met

dieselfde beginsel gekonfronteer. Daar is beslis dat 'n nie-monetêre bedrag alleenlik as "inkomste" sal kwalifiseer indien die belastingpligtige dit in geld kan omskakel. Daar is egter in *CSARS v Brummeria Renaissance (Pty) Ltd and others* [2007] 69 SATC 205 bevind dat die uitspraak in *Stander v CIR* [1997] 59 SATC 212 verkeerd was. Daar is beslis dat 'n ontvangste of 'n toevalling in die vorm van 'n nie-monetêre bedrag wat nie in geld omgeskakel kan word nie, nie uitgesluit word van bruto inkomste nie (verwys na Hoofstuk 6, punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie (i) Totale bedrag hetsy in kontant of andersins* op bladsy 76).

Die enigste rede waarom hierdie kliënteloyaliteitsprogramvoordeel nie in Australië as gewone inkomste belas word nie is omdat dit nie in geld omgeskakel kan word nie. Hierdie bepaling geld egter nie in Suid-Afrika nie en lewer verdere bewys dat kliënteloyaliteitsprogramvoordele ontvang wel ingevolge die algemene bruto inkomste definisie belasbaar is.

## **5.2 Suid-Afrikaanse spesifieke insluitingsparagrawe en Australiese statutêre inkomste**

Die Australiese hof het in *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A) beslis dat die belastingpligtige se diens nie beskou moet word as die direkte oorsaak van die voordele wat vanaf die kliënteloyaliteitsprogram ontvang is nie. Daar is bevind dat geen belasting hefbaar is nie omdat daar geen verband tussen die toekenning van die voordele en die dienste wat gelewer is bestaan nie (Jordaan, 2011:17).

Dieselfde beginsel word in die Suid-Afrikaanse Inkomstebelastingwet ingesluit by wyse van die woorde "*ten opsigte van*" in paragraaf (c) en paragraaf (i). In Hoofstuk 6 word die betekenis van "*ten opsigte van*" breedvoerig bespreek en is daar tot die gevolgtrekking gekom dat daar 'n kousale verband of direkte verhouding tussen die bedrag ontvang en die dienste gelewer moet bestaan (verwys na Hoofstuk 6, (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.2 *Spesifieke insluitingsparagraaf (c)*, (iii) *Ten opsigte van of uit hoofde van* op bladsy 102). Dit stem verder ooreen met die volgende Suid-Afrikaanse siening rakende kliënteloyaliteitsprogramvoordele ontvang binne 'n werknemer/werkgewer verhouding: Jones (2009:2) bepaal dat 'n werknemer gewoonlik 'n lid van 'n kliënteloyaliteitsprogram onafhanklik van sy of haar indiensneming word en dat dit nie 'n voorwaarde tot indiensneming is nie. Die punte of myle val die werknemer regtens

toe op grond van die werknemer se lidmaatskap. Clegg (2002:34) stel verder dat die direkte en onmiddellike oorsaak van die voordele die werknemer se besluit is om die punte of myle in te ruil. Daarom kan geargumenteer word dat daar geen direkte verband tussen die punte of myle ontvang en die dienste gelewer bestaan nie. Die Australiese toepassing stem dus ooreen met die Suid-Afrikaanse toepassing en kan as korrek aanvaar word.

## 6. Gevolgtrekking

In die poging om vas te stel wat die korrekte Suid-Afrikaanse inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies is, kan daar na Australiese regspraak en riglyne verwys word. In *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A) is beslis dat die voordeel ontvang nie gewone inkomste uitmaak nie gebaseer op die feit dat die belastingpligtige nie daartoe in staat is om die myle ontvang in geld te kan omskakel nie. Op grond van die Suid-Afrikaanse beslissing *CSARS v Brummeria Renaissance (Pty) Ltd and others* [2007] 69 SATC 205 geld die bogenoemde beginsel nie in Suid-Afrika nie wat daarop dui dat punte of myle verdien vanaf 'n kliënteloyaliteitsprogram wel ingevolge die Suid-Afrikaanse inkomstebelastingwet by bruto inkomste ingesluit moet word. Daar word verder tot die gevolgtrekking gekom dat punte of myle wat deur werknemers verdien word op grond van goedere of dienste wat deur hul werkgever aangekoop is, nie ingevolge die Suid-Afrikaanse inkomstebelastingwet as deel van hul bruto inkomste in terme van paragraaf (c) of paragraaf (i) sal vorm nie. Dit word ondersteun deur die Australiese hofsaak, *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A). Daar kan na Australiese riglyne neergelê verwys word ter formulering van Suid-Afrikaanse riglyne ten opsigte van die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies. Dit is duidelik dat daar 'n tekort aan leiding is vanaf die SAID aangesien geen Suid-Afrikaanse riglyne oor die onderwerp voorkom nie.

Op grond van die bogenoemde gevolgtrekkings kan daar binne die Suid-Afrikaanse inkomstebelastingwetgewing gebruik gemaak word van beginsels en praktyke wat voortgespruit het uit Australiese inkomstebelastingwetgewing, regspraak en riglyne. Die gebruik van hierdie beginsels en praktyke moet op 'n deursigtige basis oorweeg en toegepas word. Die feitestel van 'n gegewe scenario behoort 'n aanduiding te gee van die toepaslikheid van die gebruik van hierdie beginsels en praktyke vir doeleindes van daardie spesifieke scenario (Willemse, 2011:72).



## HOOFSTUK 8: GEVOLGTREKING

### 1. Inleiding

Die huidige praktyk in Suid-Afrika is dat voordele wat in die vorm van goedere, dienste of afslag vanaf 'n kliënteloyaliteitsprogram ontvang word nie aan normale Suid-Afrikaanse inkomstebelasting onderhewig is nie (Klue, 2007:3). Die hoofdoelwit van die studie was om te bepaal of hierdie huidige praktyk toegepas in Suid-Afrika korrek is, al dan nie. Twee hoofprobleemstellings is geïdentifiseer, naamlik:

- Is daar 'n belastingimplikasie in die hande van die verbruiker wanneer punte of myle ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie ontvang word?
- Is daar 'n belastingimplikasie in die hande van die verbruiker wanneer punte of myle vir voordele ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie ingeruil word?

Ten einde die twee hoofprobleemstellings ten opsigte van die belastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Suid-Afrika in die hande van die verbruiker aan te spreek, moes daar eers bevredigende antwoorde gevind word vir die volgende sekondêre vrae:

- Watter kliënteloyaliteitsprogramme kom in die Suid-Afrikaanse mark voor en wat stipuleer die verskillende kliënteloyaliteitsprogramme se bepalings en voorwaardes?
- Hoe word kliënteloyaliteitsprogramtransaksies deur die verskaffer vir belastingdoeleindes hanteer?
- Kan die inkomstebelastingwet- beginsels en praktyke van 'n ander land met 'n soortgelyke inkomstebelastingwetgewing binne 'n Suid-Afrikaanse konteks van nut wees?

### 2. Seleksie van kliënteloyaliteitsprogramme vir verdere ondersoek

Meer as 100 (Conradie, 2011) kliënteloyaliteitsprogramme, elk met unieke bepalings en voorwaardes, kom in die Suid-Afrikaanse mark voor. Ten einde 'n beter begrip van die werking van die kliënteloyaliteitsprogramme te verkry is 'n seleksie van die kliënteloyaliteitsprogramme gemaak wat verder ondersoek is.

'n Populasie vir steekproefneming is geselekteer deur na die volgende vereistes te verwys: Die kliënteloyaliteitsprogram moet 'n tegnologies gedrewe hoofoperateursprogram wees wat nasionaal beskikbaar is aan die algemene publiek, bekendgestel is voor 1 Maart 2007

en met 'n aansporingsfokus van aankope. 28 kliënteloyaliteitsprogramme voldoen aan hierdie vereistes en verteenwoordig gevolglik die populasie vir steekproefneming. Die gewildste kliënteloyaliteitsprogramme gebaseer op die *bekende* aktiewe ledegetalle is geselekteer vanuit hierdie populasie om deel te vorm van die steekproef. Die populasie is gestratifiseer op grond van die rol wat die programmeienaar speel asook die tipe industrie sektor waarin die kliënteloyaliteitsprogram homself bevind. Die seleksie is uitgebrei deur 'n verdere twee kliënteloyaliteitsprogramme te selekteer om te verseker dat die steekproef verteenwoordigend is van al die rolle wat die programmeienaar speel, asook al die industrie sektore. Die sewe geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme verseker dat 79% van totale *bekende* aktiewe lede per geïdentifiseerde kliënteloyaliteitsprogramme verteenwoordig word en is as volg:

- Clicks Clubcard
- eBucks
- Edgars Purple Cash Card
- SAA Voyager
- Dis-chem Benefit Programme
- Discovery Card Vitality
- Sun International MVG

Afleidings en gevolgtrekkings vanuit die ondersoek van die steekproef kon nie op 'n statistiese wyse gemaak word nie, aangesien 'n ewekansige steekproef nie getrek is nie, maar gegewe die bostaande persentasie, kan daar met 'n redelike mate van vertroue aangevoer word dat dit wesenlik die bepalinge en voorwaardes van kliënteloyaliteitsprogramme in die Suid-Afrikaanse mark verteenwoordig.

### **3. Kliënteloyaliteitsprogramme se bepalinge en voorwaardes**

Die agtergrond, waarde van punte of myle sowel as die bepalinge en voorwaardes van elkeen van die geselekteerde kliënteloyaliteitsprogramme is ondersoek ten einde 'n vergelyk te tref tussen die ooreenkomste en verskille daarvan. Hierdie vergelyking is aangewend om die kliënteloyaliteitsprogramme te kategoriseer vir die ondersoek na die belasbaarheid daarvan.

Die mees kenmerkende verskille in die bepalinge en voorwaardes van kliënteloyaliteitsprogramme in die verskillende industrieë is as volg:

- Vervaldatums
- Beperkings op lidmaatskap
- Oordraagbaarheid van punte of myle
- Bepaalbaarheid van waarde van punte of myle
- Vorm waarin punte of myle ontvang word
- Toegang tot punte of myle geakkumuleer
- Verpligting om voordele te lewer
- Vergoeding vir die lewering van voordele verskuldig aan 'n derde party met die toekenning of met die inruil van die punte of myle

#### **4. Ontleding van die Suid-Afrikaanse belastingwetgewing**

Ten einde die kliënteloyaliteitsprogramtransaksie in sy geheel te beskou is die belastinghantering van die verskaffer wat punte of myle toeken by die omvang van die studie ingesluit om moontlik meer lig te werp op die belastinghantering van die verbruiker wat punte of myle verdien. Die ondersoek na die belastinghantering van die verskaffer het wel bygedra om te verseker dat alle moontlike aspekte van die belasbaarheid van 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie oorweeg is. Die inkomstebelasting- (wat kapitaalwinstbelastingimplikasies insluit) en BTW-implikasies van beide die verskaffer en die verbruiker is ondersoek en die bevindings was as volg:

#### **(A) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE TOEKEN EN VOORDELE LEWER**

##### **1. Inkomstebelastinghantering**

Artikel 11(a) en artikel 23(g) van die Wet is gesamentlik oorweeg ten einde die aftrekbaarheid van kliënteloyaliteitsprogramonkoste te bepaal. Kliënteloyaliteitsprogramtransaksies is gevolglik teen die vereistes van artikel 11(a) en artikel 23(g) van die Wet gemeet en die volgende is bevind:

- Kliënteloyaliteitsprogramme word binne die *beoefening van 'n bedryf* as 'n bemarkingsstrategie gebruik.
- Die verskaffer wat ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram vergoeding aan 'n derde party betaal vir die lewering van voordele of self voordele lewer, gaan 'n *onkoste* aan. Die

*onkoste* beloop die waarde van die vergoeding betaal aan die derde party of die waarde van die voordele gelewer in ruil vir die punte/myle of kontantterugbewyse.

- In *Caltex Oil (SA) Pty Ltd v SIR* [1975] 37 SATC 1 is bevind dat “*onkoste werklik aangegaan of gely*” nie net verwys na onkoste werklik gedurende die jaar van aanslag betaal nie, maar “alle onkoste waarvoor daar gedurende die jaar van aanslag ’n *verpligting* aangegaan is, hetsy die verpligting gedurende daardie jaar afgelos is, al dan nie”. Sodra ’n verskaffer ingevolge ’n kliënteloyaliteitsprogram punte of myle toeken of kontantterugbewyse uitreik ontstaan daar ’n *verpligting* om vergoeding aan die derde party te betaal of om voordele aan die verbruiker te lewer met die inruil van daardie punte/myle of kontantterugbewyse. Vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan ’n vervaldatum onderhewig is sal die verskaffer slegs tot en met die verstryking van die vervaldatum ’n *verpligting* hê om voordele aan die verbruiker te lewer of om vergoeding aan die derde party (waar die ooreenkoms tussen die derde party en die verskaffer bepaal dat die vergoeding verskuldig word met die *inruil* van die punte/myle of kontantterugbewyse) te betaal.
- Die toekenning van punte/myle of die uitreiking van kontantterugbewyse is die handeling wat tot ’n onkoste (om aan die derde party vergoeding te betaal of om self voordele te lewer) aanleiding gee en is nou verwant aan die aktiwiteit om *inkomste* (in die vorm van herhaalde klandisie) *voort te bring*.
- Onkoste aangegaan om punte of myle toe te ken en/of kontantterugbewyse uit te reik en uiteindelik voordele te lewer of vergoeding aan die derde party te betaal, dui op die onkoste om die kliënteloyaliteitsprogram te onderhou. Hierdie onkoste is ’n onkoste wat deur die inkomstegenererende bedrywighede veroorsaak word en dui op vlottende kapitale onkoste wat *nie van ’n kapitale aard is nie*.
- Kliënteloyaliteitsprogramonkoste aangegaan om punte of myle toe te ken en/of om kontantterugbewyse uit te reik en uiteindelik voordele te lewer of vergoeding aan die derde party te betaal sal alleenlik vir *bedryfsdoeleindes* aangegaan word

Op grond van die bogenoemde bevindings gemaak in die meting van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies teen artikel 11(a) en artikel 23(g) van die Wet is die volgende gevolgtrekkings gemaak:

Die verskaffer wat punte of myle toeken ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte of myle nie aan ’n vervaldatum onderhewig is nie sal die onkoste ingevolge artikel

11(a) kan aftrek sodra die punte of myle toegeken word. Op hierdie stadium word daar aan al die vereistes van artikel 11(a) en artikel 23(g) van die Wet voldoen.

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme (uitgesluit waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle) waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is geld die volgende: die onkoste sal aftrekbaar wees aan die einde van die jaar van aanslag alleenlik as die vervaldatum van die punte/myle of kontantterugbewyse nog nie verstryk het nie en die punte/myle of kontantterugbewyse nog nie ingeruil is nie. Op hierdie stadium word daar aan al die vereistes van artikel 11(a) en artikel 23(g) van die Wet voldoen.

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme, indien 'n aftrekking in jaar een geëis is ten opsigte van punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik wat aan 'n vervaldatum onderhewig is en die vervaldatum in jaar twee verstryk sonder dat die verbruiker die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil het, beteken dit in effek dat die belastingpligtige voorheen op 'n aftrekking geregtig was ten opsigte van 'n onkoste wat nooit werklik aangegaan is nie. Gevolglik is die verskaffer se belasbare inkomste in jaar een minder op grond van die aftrekking wat toegestaan is. Die feit dat geen onkoste werklik aangegaan word ten opsigte van 'n aftrekking wat reeds gedurende jaar een toegestaan is nie, sal dit 'n verhaling tot gevolg hê. Die waarde van die punte/myle of kontantterugbewyse sal gevolglik by bruto inkomste (ingevolge spesifieke insluitingsparagraaf (n)) ingesluit word met die verstryking van die vervaldatum. Die enigste uitsondering is vir kliënteloyaliteitsprogramme waar die verpligting om die voordele te lewer op 'n derde party rus en die ooreenkoms tussen die belastingpligtige en die derde party bepaal dat die vergoeding verskuldig word met die *toekenning* van die punte of myle. In hierdie geval sal die onkoste (vergoeding verskuldig aan die derde party) wat voorheen geëis is wel *werklik aangegaan* word, aangesien die vergoeding verskuldig word *met die toekenning* van die punte/myle. Geen verhaling vind gevolglik plaas nie en artikel 8(4)(a) is nie hier van toepassing nie.

Punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik kan ook beskou word as voordele soortgelyk aan afslag of korting toegestaan (Rowley, 2005:195) en dienooreenkomstig vir belastingdoeleindes verantwoord word. Die toepassing van beginsels neergelê in *GUD Holdings Ltd v CSARS* [2007] 69 SATC 115 onder die beskouing dat punte/myle of

kontantterugbewyse soortgelyk is aan afslag of korting se effek op die verskaffer se belasbare inkomste stem ooreen met die bogenoemde hantering deur artikel 11(a) en artikel 8(4)(a) toe te pas.

Die inkomstebelastingimplikasie vir die verskaffer ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie ontstaan gevolglik wanneer die punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik word en nie wanneer die voordele uiteindelik gelewer word vir die inruil van die punte/myle of kontantterugbewyse of die derde party vergoeding betaal word vir die lewering van voordele nie.

## **2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW)**

Ingevolge artikel 7 van die BTW-wet moet alle ondernemers wat vir BTW geregistreer is uitsetbelasting teen 14% hef op die waarde van die goedere en dienste wat gelewer word. Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme word goedere of dienste nie net tydens die oorspronklike verkoopstransaksie gelewer nie, maar ook wanneer die punte/myle of kontantterugbewyse uiteindelik ingeruil word. Op grond van die beslissing in *Commissioner for HMRC v Total Limited Court of Appeal* [2007] ENHC 342 moet die oorspronklike lewering van goedere of dienste ingevolge waarvan die punte of myle toegeken word en die uiteindelijke lewering van voordele in ruil vir die punte/myle of kontantterugbewyse as twee afsonderlike transaksies beskou en hanteer word.

### *Transaksies 1: Die oorspronklike lewering van goedere of dienste*

Wanneer goedere of dienste ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram deur 'n BTW-ondernemer gelewer word moet 14% uitsetbelasting op die volle verkoopsprys van hierdie goedere en dienste (uitgesluit die waarde van die punte of myle toegeken) gehef word en aan die SAID oorbetaal word. Geen BTW effek ontstaan ten opsigte van die punte/myle of kontantterugbewyse op die datum wat die punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik word nie.

### *Transaksie 2: Die lewering van voordele op grond van punte/myle of kontantterugbewyse wat ingeruil word*

Wanneer goedere of dienste in ruil vir punte/myle of kontantterugbewyse deur 'n BTW-ondernemer gelewer word sal die uitsetbelasting die belastingbreukdeel van die waarde van die goedere of dienste gelewer (ope markwaarde) uitmaak. Hierdie uitsetbelasting

moet aan die SAID oorbetaal word. Die tyd van lewering is wanneer die punte of myle (vergoeding) ingeruil word.

*Transaksie 2: Vergoeding aan die derde party betaal vir die lewering van voordele*

Indien die derde party 'n BTW-ondernemer is en voordele ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram lewer sal die uitsetbelasting wat in die vergoeding (bedrag (BTW ingesluit) van die voordele wat gelewer word) ingesluit is aan die SAID oorbetaal moet word. Die derde party sal uitsetbelasting hef op die diens wat gelewer word, naamlik die lewering van voordele in ruil vir punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik deur die verskaffer. Indien die verskaffer ook 'n BTW-ondernemer is sal die BTW (ingesluit in die vergoeding) betaal aan die derde party, vanaf die SAID terug geëis kan word. Die tyd van lewering is die vroegste van die datum waarop die faktuur deur die derde party uitgereik is of die datum waarop die vergoeding aan die derde party betaal word.

Die BTW-implicasie vir die verskaffer ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie ontstaan gevolglik wanneer die voordele uiteindelik gelewer word met die inruil van die punte/myle of kontantterugbewyse of wanneer vergoeding aan die derde party betaal word vir die lewering van voordele en nie wanneer die punte of myle toegeken of kontantterugbewyse uitgereik word nie.

### **3. Kapitaalwinsbelasting**

Onkoste aangegaan om punte of myle toe te ken en/of kontantterugbewyse uit te reik en uiteindelik voordele te lewer of vergoeding aan die derde party te betaal, dui op die onkoste om die kliënteloyaliteitsprogram te onderhou. Hierdie onkoste is 'n onkoste wat deur die inkomstegenererende bedrywighede veroorsaak word en dui op vlottende kapitale onkoste wat *nie van 'n kapitale aard is nie*. Kliënteloyaliteitsprogramonkoste is gevolglik inkomste van aard en geen kapitaalwinsbelastinggevolge sal van toepassing wees met die toekenning van punte/myle, die uitreiking van kontantterugbewyse en die lewering van voordele nie.

## **(B) BELASTINGPLIGTIGE WAT PUNTE OF MYLE VERDIEN EN VOORDELE ONTVANG**

### **1. Inkomstebelastinghantering**

#### **1.1 Bruto inkomste**

##### **1.1.1 Algemene bruto inkomste definisie**

Die algemene bruto inkomste definisie is oorweeg ter bepaling of 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie belasbaar is in die hande van die verbruiker wat punte of myle verdien en voordele ontvang. Kliënteloyaliteitsprogramtransaksies is gevolglik teen die vereistes van die algemene bruto inkomste definisie van die Wet gemeet en die volgende is bevind:

In *Lategan WH v CIR* [1926] 2 SATC 16 is beslis dat die omskrywing van “bruto inkomste” by wyse van die begrip “bedrag”, nie alleenlik geld insluit nie, maar ook die *waarde* van *elke vorm van eiendom* deur die belastingpligtige verdien, wat 'n *randwaarde* het. In *Lategan WH v CIR* [1926] 2 SATC 16 is verder beslis dat die betekenis van die woorde “toegeval aan” “*geregtig op*” beteken. In *Ochberg v CIR* [1933] 6 SATC 1 is beslis dat 'n voordeel ontvang deur 'n belastingpligtige nie 'n voorvereiste is vir die insluiting van 'n bedrag by bruto inkomste nie.

- Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar kontant vir geakkumuleerde punte of myle uitbetaal word, verkry die verbruiker 'n *reg (vorm van eiendom)* tot kontant sodra punte of myle verdien word. Die *waarde* van die reg ontvang sal die randwaarde wat aan die punte of myle gekoppel is, bedra. Die verbruiker is *geregtig op* die voordeel (kontant) wanneer die punte of myle verdien word en *toevalling* vind gevolglik op hierdie datum plaas.
- Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar 'n kontantterugbewys vir geakkumuleerde punte of myle uitgereik word verkry die verbruiker 'n *reg (vorm van eiendom)* om voordele met 'n sekere randwaarde op te eis. Die *waarde* soos gestipuleer op die kontantterugbewys beloop die waarde van die ontvangste of toevalling. Die verbruiker is eers *geregtig op* die voordele wanneer 'n kontantterugbewys uitgereik en ontvang word en *toevalling* vind gevolglik op hierdie datum plaas.



- Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar punte of myle op die lidmaatskapkaart akkumuleer verkry die verbruiker 'n *reg (vorm van eiendom)* om voordele met 'n sekere randwaarde (soms eers op 'n latere stadium bepaalbaar) op te eis. Die *waarde* van die reg ontvang sal die randwaarde wat aan die punte of myle gekoppel is, bedra. In gevalle waar 'n randwaarde nie gekoppel is aan die punte of myle nie is die waarde van die reg die tweedehandse waarde van die reg verkrygbaar in die informele mark. Die verbruiker is *geregtig* op die voordele wanneer die punte of myle verdien word en *toevalling* vind gevolglik op hierdie datum plaas.

Die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang sal ingeruil word vir voordele en nie aangewend word vir kapitale groei of om 'n inkomsteproduserende struktuur daar te stel nie en is dus *nie kapitaal van aard nie*.

Op grond van die bogenoemde bevindings gemaak in die meting van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies teen die algemene bruto inkomste definisie van die Wet is die volgende gevolgtrekking gemaak:

Wanneer die verbruiker punte of myle verdien of 'n kontantterugbewys ontvang word daar aan al die vereistes van die algemene bruto inkomste definisie van die Wet voldoen (ongegag die wyse waarop die punte/myle of kontantterugbewys aangewend word) en moet die waarde van die punte/myle of kontantterugbewys by die verbruiker se bruto inkomste ingesluit word.

Ten einde alle moontlike aspekte van die 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie vir die verbruiker te oorweeg is die inkomstebelastinghantering vir die verbruiker vergelyk met die verskaffer en die volgende is bevind:

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme waar die punte/myle of kontantterugbewyse aan 'n vervaldatum onderhewig is en punte/myle of kontantterugbewys nie betyds (voor die verstryking van die vervaldatum) ingeruil word nie, sal die verskaffer (ingevolge spesifieke insluitingsparagraaf (n)) of die derde party (waar die ooreenkoms bepaal dat vergoeding verskuldig word met die *toekening* van punte of myle) (ingevolge die algemene bruto inkomste definisie) die bedrag weer by bruto inkomste insluit, maar die verbruiker sal nie vir 'n aftrekking kwalifiseer nie. Die huidige inkomstebelastingwet maak nie vir hierdie tipe scenario voorsiening nie en 'n moontlike gaping in die inkomstebelastingwet word hier geïdentifiseer.

Onder die beskouing dat punte/myle of kontantterugbewyse soortgelyk aan afslag of korting is, is bevind dat die effek op die verbruiker se belasbare inkomste ooreenstem met die bogenoemde hantering deur die algemene bruto inkomste definisie toe te pas. Ook hier is dieselfde moontlike gaping in die inkomstebelastingwet geïdentifiseer deurdat die verbruiker nie sal slaag om 'n aftrekking te eis vir vervalde punte/myle of kontantterugbewyse nie.

Die inkomstebelastingimplikasie vir die verbruiker ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie ontstaan gevolglik wanneer die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang word en nie wanneer die punte/myle of kontantterugbewyse vir voordele ingeruil word nie.

### **1.1.2 Spesifieke insluitingsparagraaf (c)**

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme ondersoek is daar slegs een scenario waar paragraaf (c) van toepassing sal wees, naamlik as werknemers punte of myle in hulle eie naam verdien op grond van goedere of dienste wat deur hul werkgewers aangekoop is. Jones (2009:2) bepaal dat 'n werknemer gewoonlik 'n lid van 'n kliënteloyaliteitsprogram onafhanklik van sy of haar indiensneming raak en dat dit nie 'n voorwaarde tot indiensneming is nie. Die punte/myle of kontantterugbewyse val die werknemer regtens toe op grond van die werknemer se lidmaatskap. Clegg (2002:34) stel verder dat die direkte en onmiddellike oorsaak van die voordele die werknemer se besluit verteenwoordig om die punte/myle of kontantterugbewyse in te ruil. Daar word gevolglik nie voldoen aan die vereistes van paragraaf (c) van die "bruto inkomste" omskrywing nie, aangesien daar nie 'n kousale verband of direkte verhouding tussen die voordeel ontvang en die dienste gelewer bestaan nie. Die bedrae sal egter belasbaar wees ingevolge die algemene bruto inkomste definisie.

### **1.1.3 Spesifieke insluitingsparagraaf (i)**

Ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme ondersoek is daar slegs een scenario waar paragraaf (i) van toepassing sal wees, naamlik as werknemers punte of myle in hulle eie naam verdien op grond van goedere of dienste wat deur hul werkgewers aangekoop is. Die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram en nie die werkgewer nie, sal ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie 'n bate of 'n voordeel (punte/myle of kontantterugbewyse) aan die werknemer lewer. Wanneer die verskaffer van die

kliënteloyaliteitsprogram teen die definisie van 'n verwante inrigting gemeet word kan die volgende gevolgtrekking gemaak word: Slegs in hoogs uitsonderlike gevalle sal die verskaffer van die kliënteloyaliteitsprogram 'n verwante inrigting uitmaak. Daar word gevolglik nie voldoen aan die vereistes van paragraaf (i) van die "bruto inkomste" omskrywing nie, aangesien die kliënteloyaliteitsprogram verskaffer nie 'n verwante inrigting uitmaak nie en daar nie 'n kousale verband of direkte verhouding tussen die voordeel ontvang en die dienste gelewer bestaan nie (verwys na 1.1.2 *Spesifieke insluitingsparagraaf (c)* hierbo). Die bedrae sal egter belasbaar wees ingevolge die algemene bruto inkomste definisie.

## **2. Belasting op toegevoegde waarde (BTW)**

### *Die oorspronklike aankoop van goedere of dienste*

Wanneer goedere of dienste ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogram deur 'n BTW-ondernemer vanaf 'n ander BTW-ondernemer aangekoop word, word 14% BTW betaal op die volle aankoopsprys van die goedere en dienste (uitgesluit die waarde van die punte of myle toegeken) en kan die insetbelasting uiteindelik vanaf die SAID terug geëis word. Geen BTW effek ontstaan ten opsigte van die punte/myle of kontantterugbewyse op die datum wat die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang word nie.

### *Die verkryging van voordele op grond van punte of myle wat ingeruil word*

Vir 'n enkelmaatskappy gedomineerde program of 'n multi-vennoot program waar die BTW-ondernemer die punte/myle of kontantterugbewyse by een van die programvennote (ook 'n BTW-ondernemer) inruil, sal die insetbelasting op die voordele verkry geëis kan word. Die insetbelasting sal bereken word as die belastingbreukdeel van die waarde van die punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil. In alle ander gevalle sal die BTW-ondernemer nie slaag om die insetbelasting op voordele verkry te eis nie, aangesien daar nie aan al die vereistes van artikel 10(20) voldoen word nie.

Die BTW-implikasie vir die verbruiker ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie ontstaan wanneer die verbruiker punte/myle of kontantterugbewyse by 'n programvennoot vir voordele inruil en nie wanneer die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang word nie.

### 3. Kapitaalwinsbelasting

Met die inruil van punte/myle of kontantterugbewyse word daar oor 'n bate beskik, maar die punte/myle of kontantterugbewyse is inkomste aard (verwys na (b) *Belastingpligtige wat punte of myle verdien en voordele ontvang*, punt 1.1.1 *Algemene bruto inkomste definisie* op bladsy 139). Geen kapitaalwinsbelasting gevolg sal dus van toepassing wees wanneer punte/myle of kontantterugbewyse ingeruil word nie.

Wanneer 'n verbruiker goedere wat ingevolge 'n kliënteloyaliteitsprogramtransaksie verkry is (met die inruil van punte/myle of kontantterugbewyse) vervreem kan die wins of verlies kapitaal of inkomste van aard wees afhangende van die goedere wat verkry is. Indien 'n verbruiker punte/myle of kontantterugbewyse inruil ter verkryging van verbruiksgoedere of -dienste sal die voordele verkry word om dit te verkoop of te verbruik en nie omrede kapitale groei of 'n inkomsteproduserende struktuur daar te stel nie. Die voordele verkry sal gevolglik inkomste van aard wees. Indien 'n verbruiker punte/myle of kontantterugbewyse inruil ter verkryging van toerusting (byvoorbeeld die verbruiker verkry stryksters vanaf Clicks deur 'n Clicks kontantterugbewys in te ruil vir die gebruik in sy wassery) sal die voordele verkry kapitaal van aard wees. Indien die verbruiker op enige stadium oor die kapitale bate beskik sal daar kapitaalwinsbelastingimplikasies wees.

### 5. Die inkomstebelastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Australië

Australië is geïdentifiseer as 'n land met 'n soortgelyke inkomstebelastingwetgewing as die van Suid-Afrika. Ondersoek is ingestel na die inkomstebelastinghantering van die kliënteloyaliteitsprogramtransaksies in Australië. Hierdie ondersoek het gepoog om enige inkomstebelasting beginsels of praktyke te identifiseer deur te verwys na Australiese inkomstebelastingwetgewing, regspraak en riglyne wat binne 'n Suid-Afrikaanse konteks van nut kan wees. Die uiteindelige doel was om hulpmiddels te identifiseer wat sal verseker dat kliënteloyaliteitsprogramtransaksies op 'n korrekte en deursigtige wyse vir Suid-Afrikaanse inkomstebelastingdoeleindes hanteer word.

In *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A) is beslis dat die voordeel ontvang nie gewone inkomste uitmaak nie gebaseer op die feit dat die belastingpligtige nie daartoe in staat is om die myle ontvang in geld te kan omskakel nie. In die Suid-Afrikaanse saak *CSARS v Brummeria Renaissance (Pty) Ltd and others* [2007] 69 SATC 205 is beslis dat 'n ontvangste of 'n toevalling in die vorm van 'n

nie-monetêre bedrag wat nie in geld omgeskakel kan word nie, nie uitgesluit word van bruto inkomste nie. Op grond van hierdie beslissing geld die bogenoemde beginsel nie in Suid-Afrika nie wat daarop dui dat punte of myle verdien vanaf 'n kliënteloyaliteitsprogram wel ingevolge die Suid-Afrikaanse inkomstebelastingwet by bruto inkomste ingesluit moet word. Die Australiese hofsak, *Payne v Australia* (Commissioner of Taxation) [1996] 66 F.C.R. 299 96 A.T.C 4407 (F.C.A), bevestig die gevolgtrekking dat punte of myle deur werknemers verdien op grond van goedere of dienste deur die werkgewer aangekoop nie ingevolge die Suid-Afrikaanse inkomstebelastingwet paragraaf (c) of paragraaf (i) belasbaar moet wees nie.

## 6. Bevindings en aanbevelings

Die huidige praktyk in Suid-Afrika is dat voordele wat vanaf 'n kliënteloyaliteitsprogram ontvang word nie aan normale Suid-Afrikaanse inkomstebelasting onderhewig is nie (Klue, 2007:3). Die moontlike redes waarom punte of myle verdien huidiglik nie in Suid-Afrika belas word nie en voorgestelde oplossings is as volg:

### *Bepaling van die waarde van die ontvangste of toevalling*

Die onus om 'n bedrag vas te stel rus op die Kommissaris en ingevolge kliënteloyaliteitsprogramme is die bepaling van die waarde van die ontvangs of toevalling problematies. Daar is in *CSARS v Brummeria Renaissance (Pty) Ltd and others* [2007] 69 SATC 205 beslis dat 'n ontvangste of 'n toevalling in die vorm van 'n nie-monetêre bedrag wat nie in geld omgeskakel kan word nie, nie uitgesluit word van bruto inkomste nie. Uit die ondersoek van kliënteloyaliteitsprogramme is bevind dat al die kliënteloyaliteitsprogramme, behalwe SAA Voyager, se punte/myle of kontantterugbewyse gekoppel is aan 'n spesifieke randwaarde wat gevolglik op toevallingsdatum bepaalbaar is. Ter bepaling van die waarde van SAA Voyager myle kan daar na die Mileage Purchase Option se waarde per myl te verwys. 'n SAA Voyager lid kan van die Mileage Purchase Option gebruik maak indien die lid se geakkumuleerde myle te min is om dit vir 'n spesifieke voordeel in te ruil. Die lid mag tot en met 50% van die myle wat vir 'n spesifieke voordeel benodig word teen R2 500 per 1 000 myle aankoop. Myle word net in veelvoude van 'n 1 000 verkoop (South African Airways, 2011a). Op grond hiervan kan 'n randwaarde per myl as R2,50 bereken word. Gevolglik is die waarde van alle punte/myle of kontantterugbewyse bepaalbaar en bestaan daar geen rede hoekom dit nie by bruto inkomste ingesluit kan word nie.

*Onsekerheid oor of die reg ontvang of toegeval kapitaal van aard is*

Daar bestaan onsekerheid oor die feit of die bedrag van die voordeel of reg ontvang of toegeval kapitaal van aard is, al dan nie. Daar is bevind dat die punte of myle verdien of kontantterugbewyse ontvang inkomste van aard is, aangesien dit ingeruil word vir voordele en nie aangewend word vir kapitale groei of om 'n inkomsteproduserende struktuur daar te stel nie. Die punte/myle of kontantterugbewyse kan vir voordele wat inkomste of kapitaal van aard is ingeruil word.

*Punte of myle verdien is soortgelyk aan afslag of korting ontvang en dus nie belasbaar nie*

Daar is 'n beskouing dat punte of myle verdien soortgelyk is aan afslag of korting ontvang en dus nie belasbaar is nie. Wanneer goedere of dienste teen 'n afslag of korting verkry word deur 'n belastingpligtige wat 'n bedryf beoefen sal die belastingpligtige 'n artikel 11(a) aftrekking eis teen die waarde van die goedere of dienste netto van die afslag of korting. Dit wil voorkom of die afslag of korting ontvang nie belas word nie deurdat dit nie apart by bruto inkomste ingesluit word nie, maar deurdat die afslag of korting die waarde van die aftrekking verminder dra dit by tot 'n hoër belasbare inkomste en word dit in effek belas. 'n Belastingpligtige wat nie 'n bedryf beoefen nie sal nie slaag om 'n artikel 11(a) aftrekking te eis vir goedere of dienste verkry nie (voldoen nie aan die vereiste "beoefening van 'n bedryf" en "in die voortbrenging van inkomste" vereiste nie). Die afslag of korting word nie deur die belastingpligtige by bruto inkomste ingesluit nie en word vervolgens nie belas nie. Afslag of korting ontvang word dus verskillend hanteer deur 'n belastingpligtige wat 'n bedryf beoefen en 'n belastingpligtige wat nie 'n bedryf beoefen nie. Die enigste verskil tussen punte of myle en afslag of korting is in die geval van punte of myle verkry die verbruiker 'n reg tot goedere, dienste of 'n afslag op goedere of dienste, terwyl die verbruiker in die geval van afslag of korting alleenlik 'n reg verkry tot afslag (om met vereffening minder te betaal vir goedere of dienste reeds verkry). Die vraag ontstaan of korting of afslag ontvang in die hande van 'n belastingpligtige wat nie 'n bedryf beoefen nie, nie afsonderlik by bruto inkomste ingesluit moet word nie? Hierdie is nie die fokus van die studie nie, maar 'n area geïdentifiseer vir verdere navorsing.

Daar is bevind dat die huidige praktyk in Suid-Afrika om nie voordele wat vanaf 'n kliënteloyaliteitsprogram ontvang word te belas nie verkeerd is. Die hulpmiddels en beginsels voortspruitend uit Australiese regspraak en praktyk kan aangewend word om Suid-Afrika se prosesse aan te vul en te bevorder.

Ten einde die insluiting van punte/myle of kontanterugbewyse ontvang by bruto inkomste te reguleer en te vergemaklik word die volgende aanbeveel:

- Elke kliënteloyaliteitsprogram moet by die SAID registreer;
- Kliënteloyaliteitsprogramme moet aan die einde van elke jaar van aanslag aan alle lede belastingcertifikate uitreik wat die waarde van punte of myle toegeken of kontanterugbewyse uitgereik vir die jaar bevat.

Voorsiening moet gemaak word in die inkomstebelastingwet wat 'n verbruiker sal toelaat om vir 'n aftrekking van vervalde punte/myle of kontanterugbewyse voorheen by bruto inkomste ingesluit te kwalifiseer.

Die SAID moet riglyne formuleer ten opsigte van die belastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies. Daar moet onderskeid getref word tussen 'n belastingpligtige wat punte/myle of kontanterugbewyse in 'n persoonlike hoedanigheid verdien of ontvang en wanneer dit binne 'n werknemer/werkgewer verhouding verdien of ontvang word. In die geval waar 'n werknemer/werkgewer verhouding voorkom kan daar na Australiese riglyne (TR 1999/6 en PS LA 2004/4 (GA)) neergelê verwys word ter formulering van Suid-Afrikaanse riglyne.

Dit is duidelik dat daar 'n tekort aan leiding is vanaf die SAID aangesien geen Suid-Afrikaanse riglyne oor die onderwerp tans voorkom nie.

## **7. Gevolgtrekking**

Gegewe die resultate van die ondersoek uitgevoer in hierdie studie, kan die algemene gevolgtrekking gemaak word, dat daar ingevolge kliënteloyaliteitsprogramtransaksies gapings in die belastingwet voorkom en ook in die toepassing van die belastingwet. 'n Gebrek aan leiding ten opsigte van die hantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies deur die SAID kom voor wat dringende aandag verg.

Dit word aan die hand gedoen dat hierdie studie beginsels uitgelig het wat die verwarring rondom die belastinghantering van kliënteloyaliteitsprogramtransaksies uit die oogpunt van die verbruiker, moontlik kan opklaar. Hierdie inligting kan dus as 'n nuttige hulpmiddel dien vir rolspelers in die Suid-Afrikaanse belastingomgewing.

## BRONNELYS

### Lys van boeke, wetgewing, tydskrifte, webwerwe, klasnotas, tesisse en artikels

Andoh, C. 2008. Business-financed employee voyager-mile points earned from SAA – a taxable benefit? Ongepubliseerde Meesters verhandeling. Pretoria: Universiteit van Pretoria.

Australian Government. 2011a, *Taxation Ruling TR 1999/6* [Intyds]. Beskikbaar: <http://law.ato.gov.au/atolaw/view.htm?docid=TXR/TR19996/NAT/ATO/00001> [2011, September 8].

Australian Government. 2011b, *Taxation Ruling TR 1999/6A2 - Addendum* [Intyds]. Beskikbaar: <http://law.ato.gov.au/atolaw/view.htm?docid=%22TXR%2FTR19996A2%2FAT%2FATO%2F00001%22> [2011, September 8].

Australian Government. 2011c, *Taxation Determination TR 1999/34* [Intyds]. Beskikbaar: <http://law.ato.gov.au/atolaw/view.htm?locid='TXD/TD199934/NAT/ATO'&PiT=20050601000001> [2011, September 19].

Australian Government. 2011d, *Practice Statement Law Administration (General Administration) PS LA 2004/4 (GA)* [Intyds]. Beskikbaar: <http://law.ato.gov.au/atolaw/view.htm?docid=PSR/GA20044/NAT/ATO/00001>[2011, September 8].

Australian Government Department of Foreign Affairs and Trade. 2011. *South Africa country brief August 2008*. [Intyds]. Beskikbaar: [http://www.dfat.gov.au/geo/south\\_africa/south\\_africa\\_country\\_brief.html](http://www.dfat.gov.au/geo/south_africa/south_africa_country_brief.html) [2011, September 6].

Beneke, C. 2010. Discounts and the determination of value. *Deloitte and Touche VAT Handbook*. [Intyds]. Beskikbaar: [http://www.lib.sun.ac.za.ez.sun.ac.za/nxt/gateway.dll?f=templates\\$fn=default.htm\\$vid=myInb:10.1048/enu](http://www.lib.sun.ac.za.ez.sun.ac.za/nxt/gateway.dll?f=templates$fn=default.htm$vid=myInb:10.1048/enu) [2011, Maart 2].

Bergsma, N. (service@clicks.co.za). 16 Mei 2011. Re: Query from Clicks Website. Epos aan S.M. Brink (sophiabrink@sun.ac.za).



Clegg, D. 2002. Voyager miles – taxable fringe benefit? *Tax Planning: Corporate and Personal*, 16(2):33-35.

Clicks. 2011a. *Discovery Vitality members*. [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.clicks.co.za/discoveryvitality.aspx> [2011, Januarie 26].

Clicks. 2011b. *Clicks Clubcard* [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.clicks.co.za/ClubCard-HowItWorks.aspx> [2011, Januarie 26].

Clicks customer care line. 2011. Persoonlike telefoniese onderhoud. 15 Julie, Johannesburg.

Commonwealth Secretariat. 2011. *Member States*. [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.thecommonwealth.org/Internal/142227/members/> [2011, September 6].

Conradie, B. (bruce@worldwideworx.com). 17 Junie 2011. RE: Bruce Conradie. Epos aan S.M. Brink (sophiabrink@sun.ac.za).

Conradie, B. 2007. Value in loyalty programmes 2007: *A survey of South African rewards-based loyalty programmes*. Razor's Edge Business Intelligence.

Conradie, B. & Goldstuck, A. 2005. Value in loyalty programmes 2005: *A survey of South African rewards-based loyalty programmes*. Razor's Edge Business Intelligence World Wide Worx.

Conradie, B. & Goldstuck, A. 2003. Value in loyalty programmes 2003: *A survey of South African rewards-based loyalty programmes*. Razor's Edge Business Intelligence World Wide Worx.

De Waal, I. (service@clicks.co.za). 4 April 2011. Re: Query from Clicks Website. Epos aan S.M. Brink (sophiabrink@sun.ac.za).

Dick, A. & Basu, K. 1994. Customer Loyalty: toward an integrated conceptual Framework. *Journal of Marketing Science*, 22(2):99-113.

Dis-chem customer care line. 2011. Persoonlike telefoniese onderhoud. 26 Januarie, Johannesburg.

Discovery. 2011a. *Points and status overview*. [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.discovery.co.za/portal/loggedout-individual/points-overview> [2011, April 7].

Discovery. 2011b. *Discovery Card*. [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.discovery.co.za/portal/loggedout-individual/vitality-discovery-card> [2011, Januarie 27].

Discovery. 2011c. *Shop and save* [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.discovery.co.za/portal/loggedout-individual/shop-save-card> [2011, Januarie 27].

Discovery. 2011d. *Shopping savings*. [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.discovery.co.za/portal/loggedout-individual/vitality-discovery-card-shopping> [2011, Januarie 27].

Discovery. 2011e. *Normal Healthy Food saving* [Intyds]. Beskikbaar: [http://www.discovery.co.za/discovery\\_za/web/logged\\_out/you\\_and\\_your\\_family/card/how\\_to\\_save/healthyfood\\_benefit\\_content/healthyfood\\_savings.xml](http://www.discovery.co.za/discovery_za/web/logged_out/you_and_your_family/card/how_to_save/healthyfood_benefit_content/healthyfood_savings.xml) [2011, Januarie 27].

Discovery. 2011f. *The Medical Savings Booster*. [Intyds]. Beskikbaar: [http://www.discovery.co.za/discovery\\_za/web/logged\\_out/you\\_and\\_your\\_family/card/how\\_to\\_save/healthyfood\\_benefit\\_content/medical\\_savings\\_booster.xml](http://www.discovery.co.za/discovery_za/web/logged_out/you_and_your_family/card/how_to_save/healthyfood_benefit_content/medical_savings_booster.xml) [2011, Januarie 27].

Discovery. 2011g. *The InvestBooster*. [Intyds]. Beskikbaar: [http://www.discovery.co.za/discovery\\_za/web/logged\\_out/you\\_and\\_your\\_family/card/how\\_to\\_save/healthyfood\\_benefit\\_content/invest\\_booster.xml](http://www.discovery.co.za/discovery_za/web/logged_out/you_and_your_family/card/how_to_save/healthyfood_benefit_content/invest_booster.xml) [2011, Januarie 27].

Discovery customer care line. 2011. Persoonlike telefoniese onderhoud. 7 April, Johannesburg.

eBucks. 2011a. *eBucks Card*. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.ebucks.com/web/cms/eBucks/home/ebuckscard/> [26 Januarie 2011].

eBucks. 2011b. *Fast Facts*. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.ebucks.com/web/cms/eBucks/home/index.html> [26 Januarie 2011].

eBucks. 2011c. *Frequently asked questions*. [Intyds]. <https://www.ebucks.com/web/cms/eBucks/aboutus/FAQ.html> [26 Januarie 2011].

eBucks customer care line. 2011. Persoonlike telefoniese onderhoud. 27 Januarie, Johannesburg.

Edgars. 2011. *Purple Cash Card*. [Intyds]. Beskikbaar: [http://www.edgars.co.za/edgars/accounts/purple\\_card.htm](http://www.edgars.co.za/edgars/accounts/purple_card.htm) [2011, Mei 5].

Edgars customer care line. 2011a. Persoonlike telefoniese onderhoud. 5 Oktober, Johannesburg.

Edgars customer care line. 2011b. Persoonlike telefoniese onderhoud. 5 Mei, Johannesburg.

Gable, M., Fiorito, S. & Topol, M. 2006. An empirical analysis of the components of retailer customer loyalty programs. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 36 (2): 32-49.

Garcia G´omez, B., Guti´errez Arranz, A., Guti´errez Cilli´an, J., 2006. The role of loyalty programs in behavioural and affective loyalty. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7):387-396.

Gilbert, D.C. 1996. Relationship marketing and airline loyalty schemes. *Tourism Management Journal*, 17(8):575-582.

Huxham, K. & Haupt, P. 2010. *Aantekeninge oor Suid-Afrikaanse Inkomstebelasting*. Roggebaai: Hedron Tax Consulting and Publishing CC.

International Accounting Standards Board. 2009. *A Guide through International Financial Reporting Standards (IFRSs)*. Londen: International Accounting Standards Committee Foundation Publications Department.

Jones, S. 2009. Taxing frequent-flyer miles. *Tax Breaks Newsletter*, 285, Oktober: 1-2 [Intyds] Beskikbaar: [http://search.sabinet.co.za.ez.sun.ac.za/WebZ/images/ejour/montb/montb\\_n285\\_a1.pdf?sessionid=01-59014-263192708&format=F](http://search.sabinet.co.za.ez.sun.ac.za/WebZ/images/ejour/montb/montb_n285_a1.pdf?sessionid=01-59014-263192708&format=F) [6 Julie 2010].

Jordaan, K. 2011. Tax implications of consumer loyalty programs. SAAA & IAAER International Conference. 26-29 Junie, George, Suid-Afrika.

Jordaan, K., Kolitz, MA., Stein, ML. & Stiglingh, M. 2007. *SILKE: South African Income Tax*, Lexis Nexis, Butterworths, Durban.

Jordaan, K., Kolitz, MA., Stein, ML. & Stiglingh, M. 2005. *SILKE: Suid-Afrikaanse Inkomstebelasting 2005*. Durban: LexisNexis.

Kamish, A. (service@clicks.co.za). 5 April 2011. Re: Query from Clicks Website. Epos aan S.M. Brink (sophiabrink@sun.ac.za).

Kivets, R., Simonson, I. 2002. Earning the right to indulge: effort as a determinant of customer preferences towards frequently program rewards. *Journal of Marketing Research*, 39(2):155-170.

Klue, S. 2007. MCom/HDip (SA domestic and international tax) Gross income 3. Ongepubliseerde klasnotas. Noordwes: Universiteit van Noordwes.

Klue, S. 2005. Employees' lottery. *Income tax – tax planning corporate and personal*, 19(3):70-72.

Liu, Y. 2007. The long-term impact of loyalty programs on consumer purchase behaviour and loyalty. *Journal of Marketing*, 71:19-35. [Intyds] Beskikbaar: <http://web.ebscohost.com.ez.sun.ac.za/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=eb91de90-b5da-4e0f-bb71-4a9965c1a313%40sessionmgr11&vid=5&hid=17> [19 April 2011].

Maharaj, A. 2008. Awareness perceptions and effects of customer loyalty programmes within the retail sector of the Durban Metropolitan area. Ongepubliseerde Meesters verhandeling. Suid-Afrika: Universiteit van Suid-Afrika.

Mcllroy, A., Barnett, S. 2000. Building customer relationships: do discount cards work?. *Managing Service*, 10(6):347-355.

Meyer-Waarden, L. 2006. The effects of loyalty programmes on customer lifetime duration and share of wallet. *Journal of Retailing*, 83 (2): 223-236.

Naiker, B. (service@clicks.co.za). 26 Januarie 2011. Re: Query from Clicks Website. Epos aan S.M. Brink (sophiabrink@sun.ac.za).

OECD. 2011. *Member Countries*. [Intyds]. Beskikbaar: [http://www.oecd.org/countrieslist/0,3351,en\\_33873108\\_33844430\\_1\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/countrieslist/0,3351,en_33873108_33844430_1_1_1_1_1,00.html) [2011, September 6].

Pretorius, L. 2010. An analysis of the employees' tax implications of loyalty points awarded to employees in South Africa. Ongepubliseerde Meesters verhandeling. Pretoria: Universiteit van Pretoria.

Republiek van Suid-Afrika. 1962. *Inkomstebelastingwet No.58 van 1962*. Pretoria: Staatsdrukkery.

Republiek van Suid-Afrika. 1991. *Wet op Belasting op Toegevoegde Waarde No. 89 van 1991*. Pretoria: Staatsdrukkery.

Republiek van Suid-Afrika. 2008. *Wet op Verbruikersbeskerming No.68 van 2008*. Kaapstad: Staatskoerant 526 (32186):1-94.

Rowley, J. 2005. Customer relationship management through the Tesco Clubcard (sic) loyalty scheme. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(3):194-206.

South African Airways. 2011a. *Terms and Conditions*. [Intyds]. Beskikbaar: [https://www.flysaa.com/Journeys/cms/ZA/voyager/AboutVoyager/flysaa\\_VoyagerTermsAndConditions.html](https://www.flysaa.com/Journeys/cms/ZA/voyager/AboutVoyager/flysaa_VoyagerTermsAndConditions.html) [26 Januarie 2011].

South African Airways. 2011b. *Earning Miles* [Intyds]. Beskikbaar: [https://www.flysaa.com/Journeys/cms/ZA/voyager/AboutVoyager/flysaa\\_VoyagerEarningMiles.html](https://www.flysaa.com/Journeys/cms/ZA/voyager/AboutVoyager/flysaa_VoyagerEarningMiles.html) [7 April 2011].

South African Airways. 2011c. *Tier Status and Benefits*. [Intyds]. Beskikbaar: [https://www.flysaa.com/Journeys/cms/ZA/voyager/AboutVoyager/flysaa\\_VoyagerTierStatusAndBenefits.html](https://www.flysaa.com/Journeys/cms/ZA/voyager/AboutVoyager/flysaa_VoyagerTierStatusAndBenefits.html) [26 Januarie 2011].

South African Airways. 2011d. *Spending Miles* [Intyds]. Beskikbaar: [https://www.flysaa.com/Journeys/cms/ZA/voyager/AboutVoyager/flysaa\\_VoyagerRewardForMiles.html](https://www.flysaa.com/Journeys/cms/ZA/voyager/AboutVoyager/flysaa_VoyagerRewardForMiles.html) [26 Januarie 2011].

South African Airways. 2011e. *Non Airline partners' terms & conditions* [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.flysaa.com/Journeys/cms/ZA/voyager/AboutVoyager/non-airline-partner-terms-and-conditions.html> [7 April 2011].

South African Airways customer care line. 2011. Persoonlike telefoniese onderhoud. 30 Mei, Johannesburg.

Stiglingh, M., Koekemoer, A.D., van Schalkwyk, L., Wilcocks, J.S., de Swardt, R.D. & Jordaan, K. 2009. *SILKE: Suid-Afrikaanse Inkomstebelasting 2009*. Durban: LexisNexis.

Stretch, R. & Silke, J. 2010. The meaning of 'settlement' and settlement discounts. *Taxgram*. Beskikbaar: [http://www.lib.sun.ac.za.ez.sun.ac.za/nxt/gateway.dll?f=templates\\$fn=default.htm\\$vid=myInb:10.1048/enu](http://www.lib.sun.ac.za.ez.sun.ac.za/nxt/gateway.dll?f=templates$fn=default.htm$vid=myInb:10.1048/enu) [2011, Maart 2].

Sun International. 2011a. *MVG* [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.suninternational.com/Memberships/MVG/Pages/default.aspx> [5 Mei 2011].

Sun International. 2011b. *Guidelines* [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.suninternational.com/Memberships/MVG/Pages/Guidelines.aspx> [5 Mei 2011].

Sun International. 2011c. *Benefits and Rewards* [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.suninternational.com/Memberships/MVG/Pages/BenefitsAndRewards.aspx> [3 Junie 2011].

Sun International. 2011d. *Conditions of membership* [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.suninternational.com/Memberships/MVG/Pages/ConditionsofMembership.aspx> [5 Mei 2011].

Sun International customer care line. 2011. Persoonlike telefoniese onderhoud. 5 Mei, Kaapstad.

Travel wires. 2011. "*Terms and conditions*" distort loyalty programmes – *Protea Hospitality*. [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.travelwires.com/wp/2011/03/%E2%80%9Cterms-conditions%E2%80%9D-distort/> [2011, April 8].

Willemse, LC. 2010. Die inkomstebelastinghantering van franchisefooie in die Suid-Afrikaanse petroleumbedryf. Ongepubliseerde Meesters verhandeling. Stellenbosch: Universiteit van Stellenbosch.

Williams. J. 2011a. (service@clicks.co.za). 8 April. Re: Query from Clicks Website. Epos aan S.M. Brink (sophiabrink@sun.ac.za).

Williams. J. 2011b. (service@clicks.co.za). 28 Januarie. Re: Query from Clicks Website. Epos aan S.M. Brink (sophiabrink@sun.ac.za).

Williams, RC. 1995. *Income tax in South Africa cases and materials*. Third edition. Butterworths.

Woellner, R., Barkoczy, S., Murphy, S. & Evans, C. 2003, *Australian Taxation Law 2004*, Fourteenth Edition, CCH Australia Limited, Sydney.

World Audit Democracy Profile. 2011. *Australia* [Intyds]. Beskikbaar:  
<http://www.worldaudit.org/countries/australia.htm> [2011, September 6].

## Hofbeslissings

*Caltex Oil (SA) Pty Ltd v SIR* [1975], 37 SATC 1, (1) SA 665 (A)

*Commissioner for HMRC v Total UK Limited Court of Appeal* [2007], ENHC 342

*CIR v Butcher Bros (Pty) Ltd* [1945], 13 SATC 21, AD 301

*CIR v Cowley* [1960], 23 SATC 276, (2) SA 700 (A)

*CIR v Crown Mines Ltd* [1923], AD 121

*CIR v Delfos* [1933], 6 SATC 92, AD 242

*CIR v People's Stores (Walvis Bay) (Pty) Ltd* [1990], 52 SATC 9, (2) SA 353 (A)

*CIR v Visser* [1937], 8 SATC 271, TPD 77

*CIR v Widan* [1995], 19 SATC 341, (1) SA 226 (A)

*CIR v Witwatersrand Association of Racing Clubs* [1960], 23 SATC 380, (3) SA 291 (A)

*Commissioner of Taxation (Cth) v Cooke* [1980], 42 FLR 403

*CSARS v Brummeria Renaissance (Pty) Ltd and others* [2007], 69 SATC 205, SCA 99

*Geldenhuis v CIR* [1947], 14 SATC 419, (3) SA 256 (C)

*GUD Holdings Ltd v CSARS* [2007], 69 SATC 115, (N)

*ITC 1815 68 SATC 312*



*Lace Proprietary Mines Ltd v CIR* [1938], 9 SATC 349, AD 267

*Lategan WH v CIR* [1926], 2 SATC 16, CPD 203

*Mooi v SIR* [1972], 34 SATC 1, (1) SA 675 (A)

*New State Areas Ltd v CIR* [1946], 14 SATC 155, AD 610

*Ochberg v CIR* [1933], 6 SATC1, CPD 256

*Payne v Australia (Commissioner of Taxation)* [1996], 66 F.C.R. 299, 96 A.T.C 4407 (F.C.A)

*Port Elizabeth Electric Tramway Co v CIR* [1936], 8 SATC 13, CPD 241

*SIR v Silverglen Investments (Pty) Ltd* [1969], 30 SATC 199, (1) SA 365 (A)

*Stander v CIR* [1997], 59 SATC 212, (3) SA 485 (C)

*Stevens v CSARS* [2007], 69 SATC 1, (2) SA 554 (SCA)