РАЗДЕЛ XII. ЭКОНОМИКА

Шамхалов Ш.Ш.

Трансфертное ценообразование

*Дагестанский государственный университет
(Россия, Махачкала)*

doi: 10.18411/lj-12-2019-130

idsp: ljournal-12-2019-130

*Научный руководитель
Рябичева О.И.*

Аннотация

В статье рассматриваются особенности трансфертного ценообразования в современных условиях развития экономики России.

Ключевые слова: трансфертное ценообразование, трансфертная цена, взаимозависимые лица, уклонение от налогов.

Последние несколько лет большую актуальность в Российской Федерации приобретают вопросы применения трансфертных цен компаниями.

Трансфертная цена - это цена, которую устанавливают подразделения одной компании на свои внутрифирменные операции. Трансфертной называют цену, отличающуюся от рыночной цены аналогичной сделки, иначе говоря, предприятие приобретает или реализует товары (услуги) по собственным правилам.

Деятельность по установлению «своих цен» внутри одной компании называется трансфертным ценообразованием. [7]

Привязанность к конкретному товару и субъекту, при продаже, либо покупке понимают, как процесс установления трансфертной цены.

Так, например, ученый-экономист Вахрушина М.А. характеризовала трансфертную цену, как передачу продукции одной стороны, сделки или услуги другой стороне, т.е. процесс установки собственных расчетных цен между сегментами одной организации.[3]

В экономической науке рассматривают три способа расчета трансфертной цены:

- 1) на основании рыночных цен;
- 2) на основе себестоимости продукции;
- 3) на основе заранее обговоренных цен, сформированных под воздействием рыночной конъюнктуры и себестоимости.

Цели, которые преследуются в системе управления трансфертным ценообразованием:

- учет товарных запасов по внутренним ценам;
- стимулирование руководителей бизнес-единиц, обеспечивающих прибыльность того или иного направления;
- отдельный учет бизнес-единиц и оценка их вклада в общую прибыль компании;
- Минимизация налогообложения путем перераспределения прибыли;
- постановка аналитического учета, так как трансфертные цены более стабильны и обеспечивают более корректное ценообразование.[2]

Трансфертные цены в основном используются для управленческих платежей и финансовых операций.

Например, при определении процента по внутрихозяйственным займам. [1]

Также трансфертные цены используются для манипуляции прибылью и перевода в страну с более благоприятным налоговым законодательством.

В трансфертном ценообразовании всегда участвуют два участника:

1. Центр, передающий продукцию;
2. Центр, принимающий продукцию.

Т.е. трансфертные цены возникают между взаимозависимыми лицами, которые могут повлиять на условия совершаемой сделки.

Трансфертные цены должны устанавливаться так, чтобы для каждого из центров можно было определить не только реальное значение расходов, но и прибыли, что в дальнейшем позволит сформировать развернутую информационную систему объективной оценки эффективности и выявления «узких мест» в деятельности предприятия. Таким образом, трансфертное ценообразование представляет собой основу для методов измерения, оценки, контроля и стимулирования деятельности центров ответственности.[4]

Перечислим основные характеристики трансфертных цен.

- не являются свободно рыночными, а являются внутренними регулируемыми ценами транснациональных корпораций, что обеспечивает стабильность;
- базируются на затратах на производство или индикаторах рыночных цен;
- способствуют формированию внутренней нормы прибыли транснациональных корпораций за счет перераспределения финансовых ресурсов и минимизации налоговых обязательств;
- влияют на основные макроэкономические показатели: уровень экспорта, валового внутреннего продукта, национального дохода, государственного бюджета и т.д.

Необходимо различать промежуточный и конечный продукт: последний продается за пределы компании. Трансфертная цена применима только к промежуточному продукту, она формирует соответственно затраты покупателя и выручку продающего подразделения.

Существуют три метода определения внутренних цен: [5]

1. На рыночной основе.
2. На базе затрат.
3. Договорные.

В идеале трансфертная цена должна позволять менеджеру подразделения принять решение, оптимальное для организации в целом. Два специфических критерия позволяют остановиться на правильном выборе метода: обеспечение соответствия целей и удовлетворение при ее достижении.

Трансфертные цены на базе рыночных работают хорошо, когда существует рынок для товара на промежуточных стадиях изготовления, все стороны имеют доступ к информации о рынке, и любое подразделение может выходить на внешний рынок при отсутствии договоренности сторон.

Там, где промежуточный рынок является рынком чистой конкуренции и внутренняя зависимость подразделений минимальна, полуфабрикаты или услуги обычно оцениваются по рыночным ценам. При этом необходимо соблюдение следующих условий:

- использование рыночной или договорной цены;
- право выбора для продавца и покупателя – на внешнем либо на внутреннем рынке (внутри предприятия).

Внутрихозяйственный обмен считается предпочтительным, когда цены и качество продукции и услуг соответствуют рыночным.

Филиал-покупатель видит свои выгоды в том, что уверен в качестве, поставщике и надежности доставки.

В большинстве случаев если существует конкурентный рынок промежуточных продуктов, текущая рыночная цена является наиболее подходящей основой формирования трансфертных цен.

В действительности же компании модифицируют рыночные цены для внутренних нужд, вычитая из нее дисконт (принимая в расчет экономию затрат на реализацию, инкассацию платежей, продвижение и т.п.).

Это трансфертные цены обозначаются как "рыночная цена минус». Строго говоря, рыночная цена как таковая может использоваться в качестве трансфертной на промежуточный продукт, только если условия поставки, скидок, после сбытового обслуживания и пр. абсолютно идентичны. Иногда рыночные цены промежуточных продуктов не существуют, либо не могут быть определены, либо неприменимы из-за уникальных условий осуществления поставок, размера партии, сроков выполнения заказа и пр.

В этих условиях различные версии подхода "затраты плюс прибыль" как справедливый и надежный субститут рыночной цены, за основу трансфертных цен берут затраты.

Использование в качестве трансфертных цен полной себестоимости не может побуждать подразделение поставщика тщательнее контролировать свои затраты. Если внутренняя цена подсчитывается как сумма фактических затрат изготовителя и установленного процента рентабельности от них, то подразделение-поставщик может получить дополнительный доход на каждый доллар перерасхода. Многие компании используют нормативную или бюджетную себестоимость для стимулирования режима экономии.

По данным журнала The Economist, на базе трансфертных цен сегодня осуществляется 30-50% мирового экспорта товаров и услуг.

Используя механизм трансфертных цен, транснациональные корпорации добиваются снижения налоговой нагрузки в среднем на 10-15%. [6]

Одной из основных проблем применения трансфертного ценообразования является вывод налоговой базы в низконалоговые юрисдикции.

Кроме того, многие экономисты затрагивают проблему определения рыночной цены для целей налогообложения. Следствием этого является возможность компаний создавать схемы уклонения от налогообложения с целью получения необоснованной налоговой выгоды.

В данном случае должностные лица налогового органа сталкиваются с проблемой получения доказательной базы при осуществлении налогового контроля.

Налоговый контроль трансфертного ценообразования осуществляет Федеральная налоговая служба России, а именно Управление по трансфертному ценообразованию.

Несмотря на достижения в области налогового контроля, на современном этапе развития достаточно сложно выявлять контролируемые сделки. Это связано с тем, что не все компании заявляют о совершении таких сделок, то есть не представляют уведомление о контролируемых сделках в налоговый орган в соответствии с законодательством о налогах и сборах.

Так, за 2017 год было получено 1615 извещений от территориальных налоговых органов, проводивших выездные и камеральные налоговые проверки, при этом, за 2016 год получено более 2 300 извещений. Данное явление указывает на то, что в России действует ряд компаний, скрывающих контролируемые сделки. Таким образом, целесообразно полагать, что при наличии выгоды налогоплательщика от применения трансфертных цен не произойдет существенного снижения налоговых правонарушений.

Ввиду этого, возникает необходимость осуществления качественного налогового контроля с целью выявления и пресечения таких явлений, как вывод налоговой базы в низконалоговые юрисдикции, неправильное применение норм налогового законодательства, распределение расходов между интегрированными структурами.

В частности, такое направление в налоговой политике государства, как максимальное исключение интереса и возможностей налогоплательщиков осуществлять налоговые правонарушения в части трансфертного ценообразования, позволит эффективно противодействовать стремлению налогоплательщиков снизить налоговые обязательства перед бюджетами бюджетной системы РФ.

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что использование трансфертных цен в внутрифирменной передаче является эффективным способом при ведении управленческого учета, а также позволяет определить финансовый результат деятельности отдельных отделов и сформировать их управленческие балансы, т.е. рассматривать каждый цех как мини-организацию. Таким образом использование такого механизма нацеливает руководство цехов и сотрудников на максимизацию прибыли.

1. Безруких, П. С. Бухгалтерский учет/ Учебник– М.: Бухгалтерский учет. 2016. С. 719.
2. Григорян Н.С., Шевченко Ю.С. Особенности использования трансфертного ценообразования// Вектор экономики. 2019. № 6(36). С. 177.
3. Горфинкель В.Я. Экономика предприятия/ учебник– М. 2017. С. 375.
4. Гюмюшлю А.И. Применение трансфертного ценообразования// Практический маркетинг. 2019. С. 640.
5. Немцева Ю.В., Тележенкова М.Д. Анализ методов ценообразования // Тенденции и перспективы развития социотехнической среды. 2018. С. 321.
6. Татаренко А.М., Мандрощенко О.В. К вопросу о трансфертном ценообразовании// Весенние дни науки вшэм. 2018. С. 309.
7. Часыгов Н.Х. Особенности трансфертного ценообразования// Международный академический вестник. 2019. № 5(37). С. 166. 179.

Рябичева О.И., Шапиева Р.М.
Влияние цены на изменения спроса

*Дагестанский государственный университет
(Россия, Махачкала)*

doi: 10.18411/lj-12-2019-131

idsp: ljjournal-12-2019-131

Аннотация

Поступающий на рынок товар может пользоваться у потребителей большим или меньшим успехом, или, как говорят, большим или меньшим спросом. Спрос является важнейшей категорией рыночной экономики, так как именно он в конечном счете определяет цену на различные товары, распределяет сырье и готовую продукцию.

Ключевые слова: Стоимость, цена, спрос.

Abstract

A product arriving on the market may be more or less successful with consumers, or, as they say, more or less in demand. Demand is the most important category of a market economy, since it is he who ultimately determines the price of various goods, distributes raw materials and finished products.

Keywords: Cost, price, demand.