

**Ключевые слова:** внутрифирменное управление, трансфертное ценообразование, методы трансфертного ценообразования.

**УДК 338.5:336.02**

# СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

*Тема диссертации:*  
**Повышение эффективности внутрифирменного  
управления транснациональных корпораций  
(на примере ЕАЭС)**

**Шираз ВАРДАՅԱՆ**  
Аспирант  
Российско-Армянского университета

*Научный руководитель:*  
**Արշիկ ՏՄԱՐՅԱՆ**  
Доктор экономических наук, профессор

Современные корпорации могут быть представлены как рыночные системы, состоящие из относительно автономных бизнес-единиц и связанные между собой корпоративными целями и стратегией. Из этого можно сделать вывод, что между составляющими корпорации осуществляются операции обмена товаров и услуг. Таким образом, каждая корпорация сталкивается с проблемами согласованности деятельности своих подразделений, так как подразделения в случае внутреннего рынка преследуют собственные интересы, которые не всегда совпадают. Следовательно, одной из главных проблем современного внутрифирменного управления является оптимальное регулирование "внутрифирменной экономики", с учетом всех ее особенностей.

В современных корпоративных структурах внутрифирменная торговля осуществляется тем или иным образом. Подразделения представляются своеобразными экономическими агента, осуществляющими обмен товарами и услугами по внутрифирменной (трансфертной) цене.

Нами было предположено, что наиболее эффективным инструментом внутрифирменного управления в данных условиях является механизм трансфертного ценообразования и что построение оптимальной системы трансфертного ценообразования необходимо для внутрифирменного управления в рамках концепции внутренних рынков.

Процесс определения оптимальной трансфертной цены составляет основу современных внутрифирменных отношений, исходя из того, что трансфертное ценообразование:

- показывает, существуют ли внутрифирменные рыночные отношения вообще;
- определяет объем и частоту внутреннего обмена товарами и услугами;
- влияет на уровень доходности и расходов подразделений;
- позволяет рассчитать доходы и расходы каждого подразделения
- лежит в основе определения финансовых результатов деятельности подразделений;
- является объектом контроля налоговых ведомств.

Таким образом система трансфертного ценообразования является инструментом мотивации менеджеров подразделений и эффективного управления внутрифирменной экономикой.

Согласно Дж. Хиршлейферу, трансфертное ценообразование является производным от децентрализации<sup>1</sup>. Следовательно, существование и тип трансфертного ценообразования определялись на основе сущности и целей децентрализованного управления и корпоративных структуры. Другими словами, система трансфертного ценообразования должна соответствовать бизнес-стратегии и организационной структуре фирмы. Выделяют следующие четыре взаимосвязанных группы целей трансфертного ценообразования:<sup>2</sup>

- функциональная необходимость относится к разделению фирмы на центры ответственности (особенно, центры прибыли). Это влечет за собой измерение и оценку их деятельности, а также мотивацию их руководителей;
- экономическая необходимость заключается в необходимости эффективного распределения среди центров ответственности бизнес-процессов ограниченных ресурсов для достижения целей организации, выраженных в ее стратегических и оперативных планах;
- организационные причины вызваны тем, что в фирме с дивизиональной структурой система трансфертного ценообразования является инструментом интеграции и дифференциации;

1. Hirshleifer J., Internal pricing and decentralized decisions, Bonini et al., 1964.

2. McAulay L., Tomkins C.R. A Review of the contemporary transfer pricing literature with recommendations for future research, British Journal of Management. 1992, №3, с. 121.

• стратегические соображения - система трансфертного ценообразования нужна для выработки оптимальных стратегических решений.

В контексте внутрифирменного управления, определение оптимальной трансфертной цены наиболее вероятно при использовании анализа цепочки создания ценности. Анализ цепочки ценности позволяет определить источники конкурентного преимущества, выделить ключевые внутренние взаимосвязи и, следовательно, сформировать конкурентную стратегию для достижения поставленных целей.

Внутренние рынки подразумевают создание разнообразных торговых связей между подразделениями как внутри одной, так и между несколькими цепочками ценности. Для оптимизации данных отношений важнейшую роль играет оптимальный механизм трансфертного ценообразования, а, так как внутрифирменные сделки являются объектом контроля налоговых ведомств, разработка внутрифирменной стратегии на основе механизма трансфертного ценообразования обеспечивает минимизацию налоговых рисков, в случае, если трансфертная цена будет определяться по принципу “вытянутой руки”.

В данных целях, необходимо использование методологии ОЭСР при разработке оптимальной системы трансфертного ценообразования, что предполагает и внедрение рыночных механизмов во внутрифирменные взаимоотношения и соответствие внутрифирменных сделок требованиям налогового кодекса (т.к. они разработаны по рекомендациям ОЭСР).<sup>3</sup>

Как правило, различают две группы методов трансфертного ценообразования: традиционные методы и методы, основанные на анализе прибыльности.

Традиционные методы, в основном, основываются на сравнении условий внутрифирменных сделок со сделками между внешними невязанно связанными компаниями. Выделяют три основных традиционных методов трансфертного ценообразования:

- Метод сопоставимой рыночной цены
- Метод цены последующей реализации
- Затратный метод

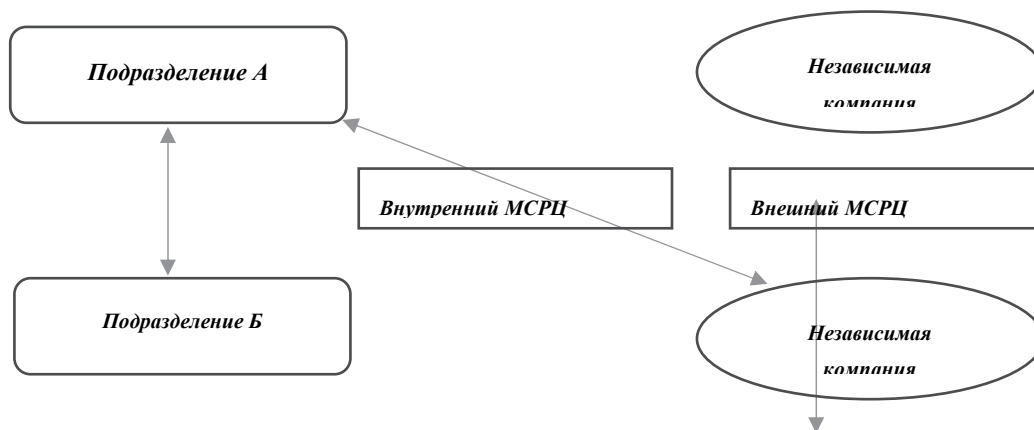
Метод сопоставимой рыночной цены основан на сопоставлении цен во внутрифирменных сделках с интервалом рыночных цен и является приоритетным методом, внутрифирменные сделки могут быть сопоставимы с внешними сделками между невязанно связанными компаниями. В целях применения данного метода могут приниматься как сделки участника внутрифирменной сделки с внешними контрагентами (“внутренний” МСРЦ), так и сделки между не взаимозависимыми компаниями (“внешний” МСРЦ).

При использовании данного метода необходимо обратить особое внимание на сопоставимость, так как сделка не может иметь никаких нерегулируемых различий, которые могли бы повлиять на ценообразование на открытом рынке.

Метод сравнивает цены, взимаемые за товары или услуги, переданные во внутрифирменной сделке, с ценами, взимаемые за товары или услуги, переданные в сопоставимых рыночных сделках с сопоставимыми обстоятельствами. Так как для сравнения используются конечные цены, большое количество рыночных факторов может повлиять на рыночный интервал цены в большей или меньшей мере, что приводит к необходимости наличия высокой степени сопоставимости. Наилучшее использование метода осуществляется при наличии внешних сделок с аналогичными условиями, в аналогичных количествах и на аналогичном рынке.<sup>4</sup>

При использовании внутреннего МСРЦ предполагается наличие сделок одной из сторон внутрифирменной сделки с внешним контрагентом на таких же условиях, в таких же количествах и при других минимальных различиях. При использовании внешнего МСРЦ используются сделки не взаимозависимых компаний на таких же условиях, в таких же количествах и при других минимальных различиях. Пример использования МСРЦ представлен на рисунке 1.

**Рисунок 1.**  
**Сопоставление цен при использовании МСРЦ**



Как правило ввиду высокого воздействия внешних рыночных факторов, МСРЦ используется не так часто и в основном в отраслях с высокой степенью прозрачности (кредиты, гарантии, сделки с роялти и т.д.).

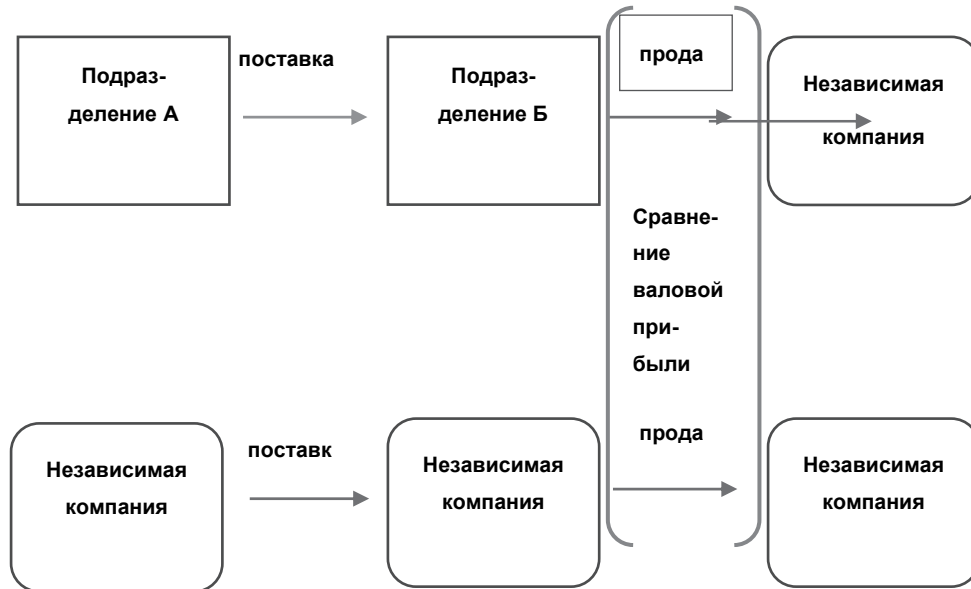
3. Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations, OECD, 2010, URL: <http://www.oecd.org/ctp/transfer-pricing/transfer-pricing-guidelines.htm>

4. International Tax Institute. 2010. Transfer Pricing Methods.ITI: URL: <http://www.itinet.org/transferpricing/methods.htm>

Перед тем, как решить, какие факторы не сопоставимы и насколько они важны, необходимо найти внутреннюю и внешнюю основу для сравнения. Лучше всего, скорректировать несопоставимые факторы точным и надежным способом. Но корректировки могут повлиять на точность или надежность сопоставимой цены. В некоторых случаях лучше комбинировать данный метод с другими методами или в некоторых случаях просто использовать другие методы.

Метод цены последующей реализации оценивает трансфертную цену путем сравнения валовой прибыли во внутрифирменной сделке с маржей валовой прибыли в одной или нескольких независимых транзакциях. МЦПР является приоритетным для сделок, предметом которых является товар, перепродаваемый независимым лицам без переработки и используется в случае, если лицо, осуществляющее перепродажу, не владеет объектами НМА, оказывающими существенное влияние на уровень его валовой рентабельности. Пример МЦПР показан на рисунке 2.

Рисунок 2. Метод цены последующей реализации



Учитывая, сравнение на валовом уровне существуют некоторые ограничения при использовании данного метода из-за рыночных факторов, воздействующих на ценообразование. Также возможны различия в методологии бухгалтерского учета, применяемого сопоставляемыми компаниями (отнесение расходов на себестоимость продаж либо включение в коммерческие и управленческие расходы, может осуществляться компаниями различным образом в соответствии с учетной политикой компании). При этом общедоступные источники информации не содержат сведения о порядке учета компаниями затрат, поскольку учет тех или иных затрат в себестоимости или в составе управленческих и коммерческих расходов прописывается в учетной политике компании, которая недоступна в открытых источниках информации.

Затратный метод основан на сопоставлении валовой рентабельности затрат во внутрифирменной сделке с рыночным интервалом валовой рентабельности затрат в сопоставимых сделках. При этом валовая рентабельность внутрифирменной сделки сопоставляется с рыночным интервалом валовой рентабельности, определяемым согласно одному из двух способов, описанных ниже:

- На основании данных бухгалтерской отчетности сопоставимых компаний, осуществляющих деятельность, аналогичную деятельности в рамках внутрифирменной сделки.
- На основании информации о сделках стороны внутрифирменной сделки с независимыми компаниями.

Для целей применения затратного метода с использованием внешних сопоставимых сделок данные бухгалтерской отчетности, на основании которых осуществляется расчет интервала рентабельности, должны быть приведены в сопоставимый вид, обеспечивающий несущественность влияния отклонений в порядке учета расходов на показатели рентабельности и интервал рентабельности. Пример использования затратного метода показан на рисунке 3.

Как и в случае предыдущего метода различия в методологии бухгалтерского учета, применяемого сопоставляемыми компаниями, также вносят определенные ограничения при использовании данного метода.

Как было показано выше, в некоторых случаях невозможно использовать традиционные методы для поиска оптимальной трансфертной цены, из-за высоких требований по сопоставимости в сочетании с отсутствием или недостаточностью данных. В таких случаях есть возможность использовать методы, основанные на сравнении оперативной прибыли. Эти методы основаны на чистой прибыли от операций компаний осуществляющих сопоставимую деятельность.

Метод распределения прибыли основывается на сопоставлении фактического распределения между сторонами сделки совокупной прибыли, полученной всеми сторонами этой сделки, с распределением прибыли между сторонами сопоставимых сделок. Для определения вклада сторон необходимо рассмотреть различные аспекты сделки, такие как, функции, задействованные сторонами, понесенные сторонами риски, использованные сторонами активы и выполненные сторонами операции. Распределение вышеотмеченных аспектов сделки должно аналогичным способом отразиться на распределении прибыли, притом максимально приближенным к тому способу, каким независимая компания разделила бы прибыль в сопоставимой ситуации.

Метод имеет свои преимущества, но он также имеет некоторые недостатки, такие как сложность определения распределения прибыли между независимыми компаниями и асимметричность информации по отношению к разграничению затрат, прибыли и активов, использованных и в сделке, и в других внутрифирменных процессах.

Метод сопоставимой рентабельности заключается в сопоставлении операционной рентабельности, сложившейся у одной из сторон внутрифирменной сделки, с рыночным интервалом операционной рентабельности, сложившейся у сопоставимых независимых компаний. Таким образом данный метод фокусируется на сравнении чистой прибыли компаний, действующих в сопоставимых условиях, и, тем самым, метод минимизирует недостатки предыдущих методов.

Рисунок 2. Затратный метод

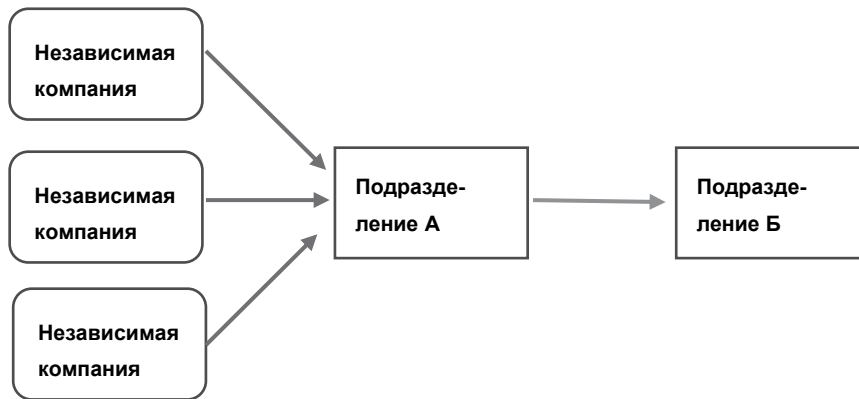
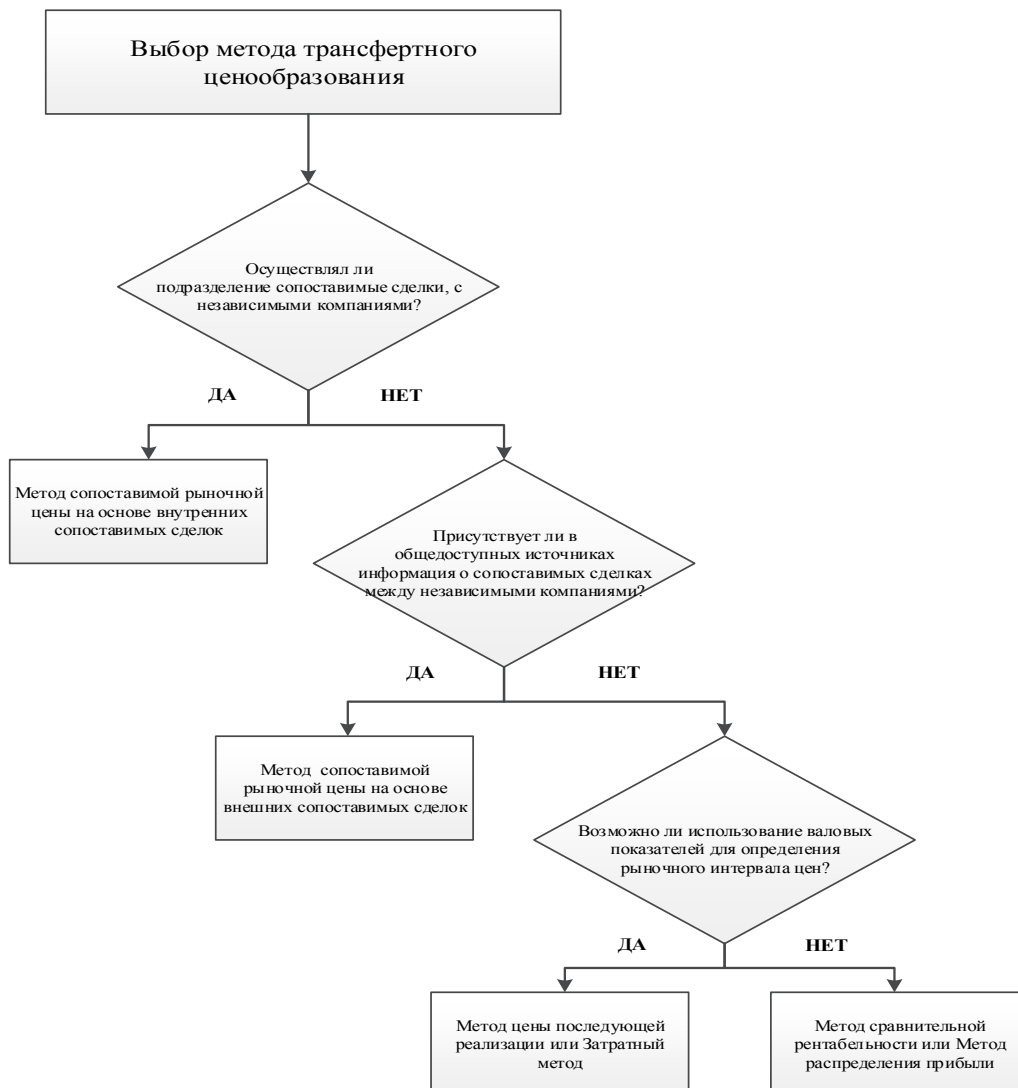


Рисунок 4. Алгоритм выбора метода трансфертного ценообразования



Преимущество метода заключается в том, что он не так сильно ограничивается различиями в сделке и некоторыми функциональными различиями. Однако, существуют другие факторы, по отношению к которым этот метод относительно чувствителен (например, сложность определения сопоставимых компаний, определения выручки от реализации, операционных расходов и активов и т.д.) и из-за которых должен быть проведен подробный анализ сопоставимости с использованием этого метода.

Как правило, при использовании данного метода необходимо объективно определить отрасль деятельности подразделения и ее специфику, рыночную нишу, а также выявить независимые компании, деятельность которых максимально сопоставима с деятельностью подразделения. В этих целях осуществляется экономическое исследование, бенчмаркинг деятельности и финансовый анализ, с дальнейшим выбором показателя рентабельности и выявления рыночного интервала, на который должно ориентироваться подразделение при определении трансфертной цены.

При выборе конкретного показателя рентабельности учитываются вид деятельности, осуществляемый стороной внутрифирменной сделки, осуществляемые им функции, используемые активы и принимаемые экономические (коммерческие) риски, полнота, достоверность и сопоставимость данных, используемых для расчета соответствующей рентабельности, а также экономическая обоснованность такого показателя.

На основании вышеизложенного описания методов трансфертного ценообразования, а также специфик их использования как в контексте внутрифирменного управления, так и в рамках налогового регулирования, нами предложен алгоритм выбора метода трансфертного ценообразования (рисунок 4).

Таким образом, нами проведен анализ предусмотренных Рекомендациями ОЭСР и НК РА методов трансфертного ценообразования, который был направлен на выявление недостатков и преимуществ каждого метода в разрезе возможности их применения в отношении внутрифирменной экономики и ее соответствия как рыночным механизмам, так и требованиям налогового законодательства.

Для имплементации методов трансфертного ценообразования и разработки соответствующей стратегии необходимо выявить основные процессы, воздействующие на внутрифирменную торговлю, а также дать качественную характеристику подразделений.

**Ներկայացվել է 27.07.2017թ.  
Ընդունվել է սպազորությամբ 31.08.2017թ.**