

УДК 338.534

Г.В. Туровцев

д-р. фіз.-мат. наук, професор

Д.П. Михайлик

канд. екон. наук, доцент

Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій

МОДЕЛЮВАННЯ МЕХАНІЗМУ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Актуальність. В теперішній час для акумулювання прибутку в господарських структурах, що зареєстровані в зонах з пільговим оподаткуванням, а також для мінімізації митних платежів та оподаткування внутрішньокорпоративних розрахунків підприємства та холдинги застосовують трансфертні ціни.

Згідно з українським законодавством, трансфертне ціноутворення - це «процес визначення трансфертної ціни, сукупність економічних відносин, які виникають у процесі визначення транс-фертної ціни на будь-який об'єкт торгівлі (товари, послуги або фактори ви-робництва) між пов'язаними компаніями або структурними підрозділами однієї компанії, якщо об'єкт торгівлі перетинає митний кордон» [4].

Проблема пошуку ефективних адаптивних механізмів визначення цін, а відповідно і обчислення податків для інтегрованих структур є актуальним завданням економічної політики не тільки для держав з перехідною економікою, до яких належить Україна, а й для багатьох країн світу [2].

У сучасній науковій літературі немає єдиного підходу до визначення поняття «адаптивний механізм». Досить повно думки сучасних наукових шкіл з проблеми моделювання адаптації викладені в роботі Ю.Г. Лисенко [8]. Вчені розуміють адаптацію як «процес накопичення і використання інформації в системі, скерований на досягнення оптимального в деякому розумінні стану або поведінки системи при початковій невизначеності і зовнішніх умовах, що змінюються». Тому створення адаптивних економічних механізмів – важлива задача для економічної науки [5, 6, 8].

Метою дослідження є розробка моделі адаптивного механізму трансфертного ціноутворення. Об'єктом дослідження виступає промислова галузь національної економіки, а предметом – адаптивний механізм трансфертного ціноутворення для інтегрованих структур економічних систем.

Для побудови моделі формування трансфертних цін розглянемо ряд факторів, що впливають на їх встановлення [2]:

Кваліфікація і професіоналізм менеджерів. Даний фактор свідчить про вимогу високої компетентності менеджерів корпоративного центру в системі трансфертного ціноутворення, так як основним завданням менеджерів в даному процесі є забезпечення збалансованості різних цілей, які суперечать одна одній, що дозволить досягти оптимального для холдингу результату;

Наявність конкурентного ринку. Чинник полягає в тому, що трансферна ціна повинна бути максимально наближена до ціни, за якою продукт може бути придбаний у зовнішніх постачальників або проданий зовнішнім покупцям. Таким чином, трансферна ціна повинна бути наближена до ринкової. Даний принцип характерний для проміжного продукту;

Наявність переговорної сили підприємств. Даний фактор свідчить про те, що трансфертні ціни між двома підприємствами сприяють виникненню конфлікту між ними. Це пояснюється тим, що підприємство - споживач зацікавлений в максимально низьких

цінах, тоді як підприємство - виробник, навпаки, зацікавлений, щоб ціни були якомога вище. Переговорна сила підприємств може мати значний вплив на рівень трансфертних цін;

Наявність вільних потужностей у підрозділу - виробника. Чинник полягає в тому, що якщо у підприємства є вільні виробничі потужності, то для холдингу більш кращим є купити продукцію всередині групи, що, у свою чергу, збільшить прибуток холдингу, при цьому додаткове виробництво дозволить покрити частину постійних витрат, пов'язаних з простоюванням потужностей;

Наявність важливості для холдингу переваг вертикальної інтеграції. Даний фактор свідчить про те, що вертикальна інтеграція дозволяє знизити економічні ризики в холдингу, а саме ризик залежності від споживачів і постачальників, так як підприємство може контролювати весь процес створення вартості - від видобутку сировини до продажу кінцевому споживачеві. Така ситуація стає більш важливою, якщо ринки схильні до сильних коливань, таких як сезонні, кон'юнктурні і т.д., тобто характеризуються високою волатильністю.

На рис.1 представлено класифікацію основних факторів механізму формування трансфертних цін для інфологічного моделювання.

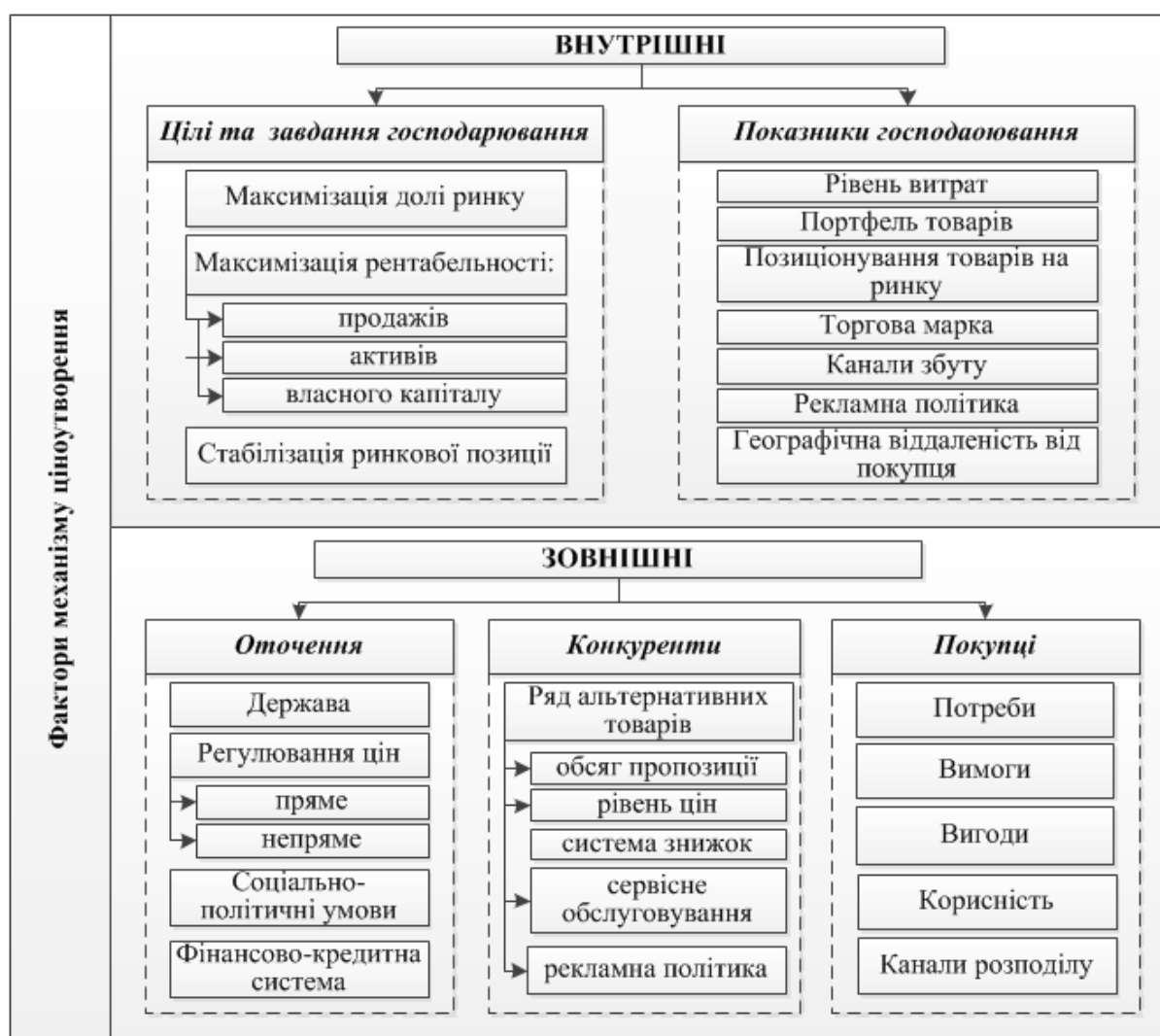


Рис.1. Фактори механізму формування трансфертних цін в моделі

Для порівняння на рис.2 представлена схеми «до» введення трансфертних цін у компанії.

Приймаючи рішення про введення трансфертних цін, слід зазначити, що такий спосіб управління вимагає дотримання низки вимог, які розглянуто нижче [1]:

Можливість регулювання витрат. Так як витрати на внутрішні послуги контролюються споживачами, то ціни на такі послуги встановлюються до початку

періоду надання послуг, тому що сума потенційних витрат повинна бути відома заздалегідь.

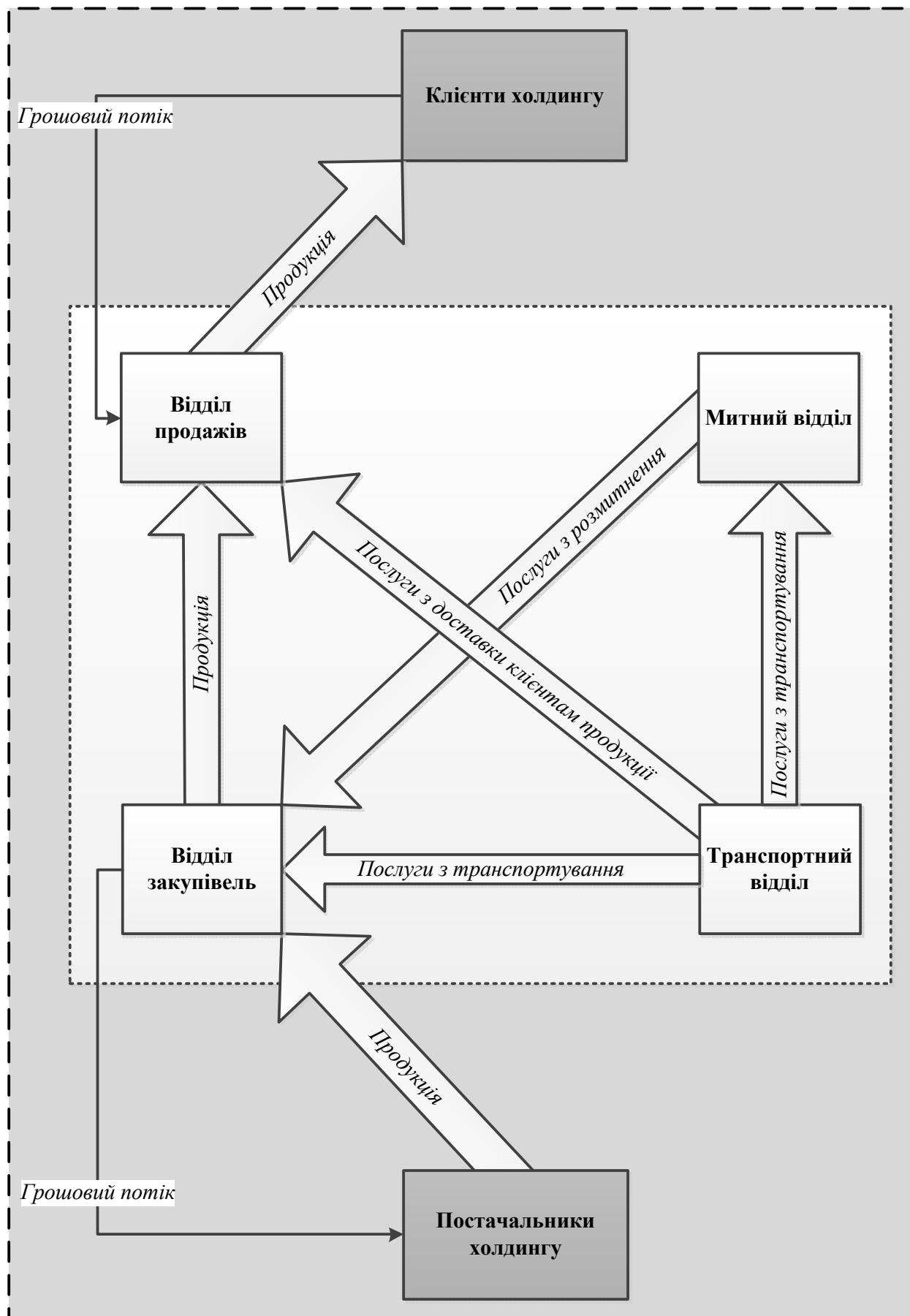


Рис.2. Схема ціноутворення до впровадження моделі

При цьому, необхідно, щоб керівник підрозділу мав повноваження відмовитися від послуги, в якій, на його думку, немає необхідності, а також від зайвих площ, технологій. У протилежному випадку є ймовірність, що основний бізнес підприємства стагнуватиме, так як підрозділи надмірно їх використовуватимуть.

Професіоналізм керівників. Для правильного визначення напрямку, в якому необхідно знизити витрати і підвищити прибутковість підрозділу, керівникам бізнес-одиниць необхідно бути компетентними в галузі економічних законів, відповідно до яких працює ринок. У зв'язку з такою ситуацією може виникнути необхідність у додатковому навчанні керівників підрозділів [10].

Наявність управлінського обліку. Підприємству необхідна розвинена система управлінського обліку для того щоб правильно визначити перелік послуг, які оплачуватимуться, а також спосіб розрахунку їх вартості, іншими словами правильно сформувані базу для встановлення трансфертних цін [7]. Таким чином, необхідно регулярно розраховувати динаміку нефінансових показників, таких як: кількість людино-годин, кількість документів для оформлення різних операцій, зміни числа автоматизованих місць в компанії, які необхідні для підбору співробітника на ту чи іншу вакансію, тощо.

У господарській практиці застосовуються декілька методів формування трансфертних цін, представлені на рис. 3.

Розглянемо ці підходи більш докладно.

Ринковий підхід використовується у всіх підрозділах, які надають послуги на ринку. Слід зазначити, що за базову ціну при такому підході приймається ринкова ціна цих послуг. При цьому ціна може як знижуватися, так і збільшуватися за умови якщо керівництво підприємства планує стимулювати розвиток того чи іншого бізнес-напряму [3]. Тоді якщо керівництво планує стимулювати споживання тієї чи іншої послуги всередині підприємства, то трансферна ціна встановлюється нижче ринкової. При цьому, якщо керівник вважає, що підрозділ є вигідним клієнтом для зовнішніх підприємств, то в такому випадку можливе зниження внутрішньої ціни на послуги. Наприклад, відділ закупівель може виступати в якості такого вигідного клієнта. Слід зазначити, що компанія може отримати знижки, надані постачальником у випадку, якщо обсяги закупівель значні. При цьому, компанія сприяє здешевленню ресурсів і збільшенню обороту стимулюючи збільшення попиту на послуги відділу закупівель за рахунок зниження внутрішніх цін.

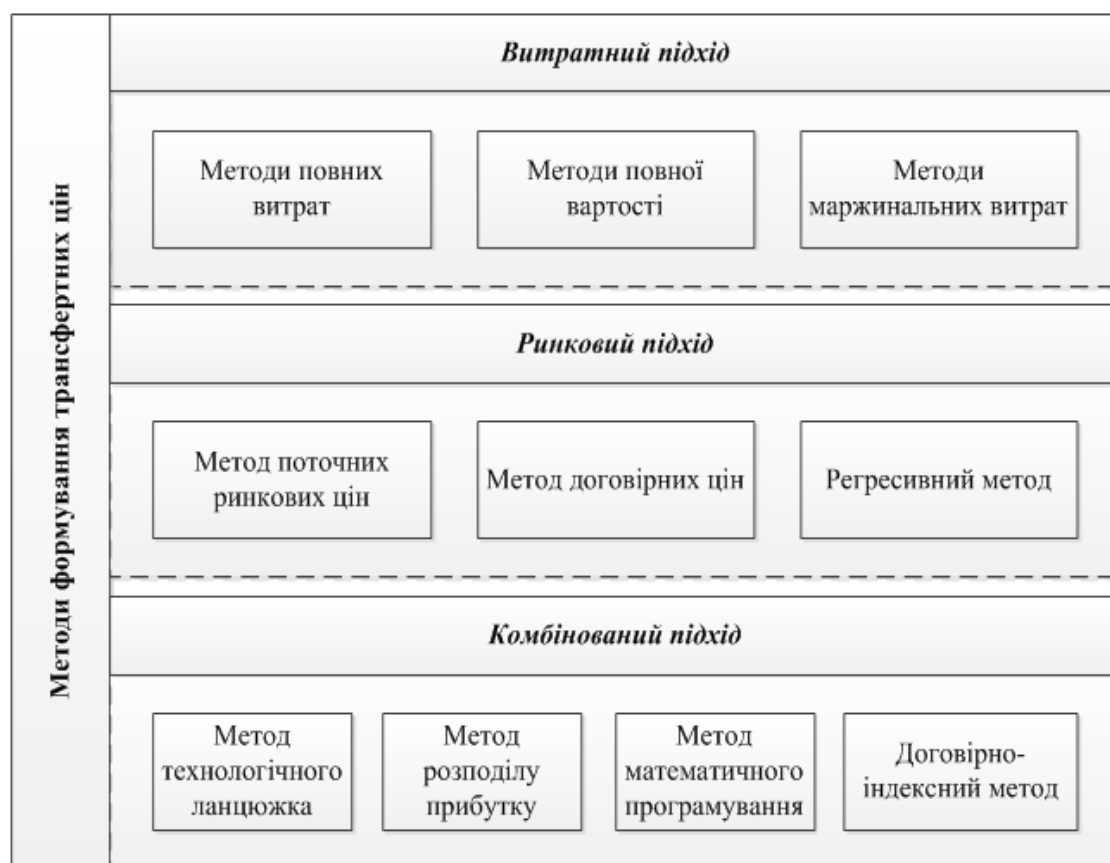


Рис. 3. Методи формування трансфертних цін [2,3]

Якщо підрозділ гарантує кращий сервіс, наприклад, забезпечує оперативне надання послуг, яке у зв'язку з адміністративними бар'єрами неможливо отримати на ринку, то в такому випадку трансферна ціна встановлюється вище ринкової. Така схема іноді застосовується для оцінки роботи транспортних підрозділів або служби персоналу [1].

На основі аналізу методів формування трансфертних цін, а також факторів і вимог, що сприяють їх освітою, було побудовано інфологічну модель формування трансфертних цін в холдингу, яку представлено на рис. 4.

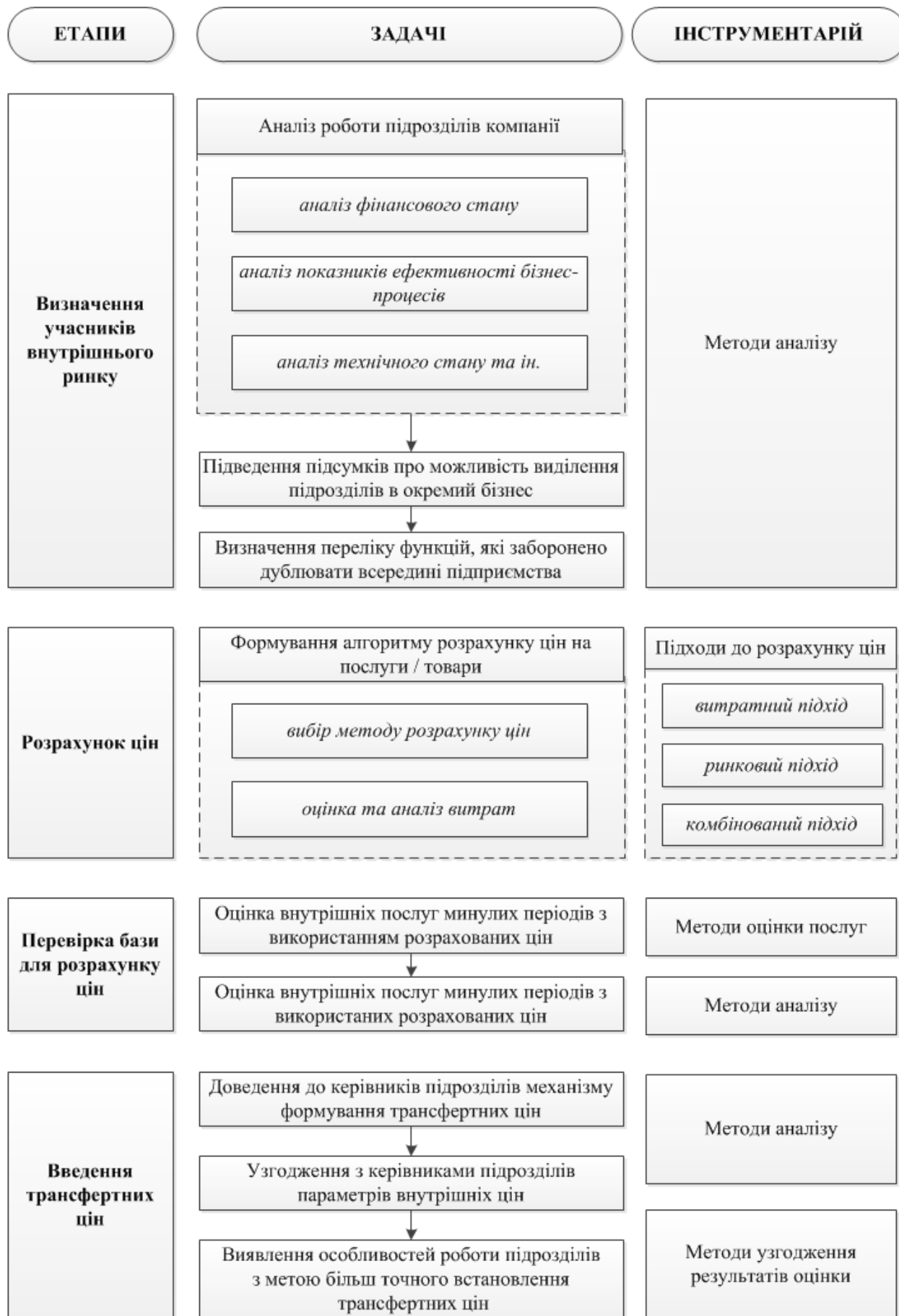


Рис.4 Схема інфологічної моделі формування трансфертних цін

Слід зазначити, що ринковий підхід передбачає безперервне відстеження поточної ситуації на ринку товарів і послуг, що забезпечує точне відображення економічного внеску підрозділу в прибуток підприємства. При цьому рентабельність підрозділів можна зіставляти з рентабельністю аналогічних підприємств, що працюють на ринку.

Витратний підхід передбачає розрахунок трансфертних цін на основі витрат. Даний підхід застосовується для тих підрозділів, ринкові ціни, на послуги яких з якихось причин є завищеними або такого роду послуги в за певних обставин неможливо купити на ринку. Вартість послуги можна оцінювати за сумою змінних і постійних витрат, тобто за повними витратами, за умови, що вона носить регулярний характер. До таких послуг можна віднести ІТ - службу. У ситуації з адміністраторами комп'ютерної мережі витратами буде заробітна плата і амортизація основних засобів. У розрахунку на одне робоче місце сума даних витрат дорівнює вартості ресурсу. Тоді додатковий дохід ІТ - відділу буде приносити збільшення кількості комп'ютеризованих робочих місць [2].

Закон про трансферне ціноутворення, який набув чинності 1 вересня 2013, не тільки встановлює нові правила для бізнесу, а й визначає концепцію державної політики у сфері оподаткування [4].

Виходячи з рис.4, розглянемо етапи формування трансфертних цін більш докладно. На першому етапі формування трансфертних цін необхідно визначити підрозділи, які за допомогою трансфертних цін будуть оцінюватися. Доцільно і раціонально розробляти і впроваджувати такий механізм для відносно незалежних філій або відділів, підприємств в числі групи, підрозділів і проектів, які в майбутньому планується виділити в окремий бізнес. У такому випадку це можуть бути деякі служби реклами, виробництва, служби логістики, ІТ- відділ, тощо. Великі холдинги, які мають великий адміністративний апарат, можуть включати в їх число відділ внутрішнього аудиту, бухгалтерії, юридичний відділ [1].

На даному етапі також слід визначити перелік функцій, які заборонено дублювати всередині підприємства . Наприклад , у разі контролю інформаційних технологій, що є для підприємства надзвичайно важливим, керівництво може заборонити підрозділам створювати власні ІТ- відділи. Тоді споживачі таких послуг зможуть вибирати тільки постачальник і їх кількість.

На другому етапі слід встановити алгоритм розрахунку цін по кожній послугі, а також порядок, згідно з яким розраховані ціни будуть змінюватися і застосовуватися [1].

Слід зазначити, що політику ціноутворення можна вважати ефективною за умови відповідності обсягу виробництва обсягом продажів, а також у разі підвищення конкурентоспроможності компанії та збільшення її чистого прибутку. У такому випадку можна запропонувати наступний алгоритм ціноутворення для компанії. При цьому алгоритм формування цін на товари або послуги формується, виходячи з цілей компанії. Даний алгоритм представлено на рис.5.

На третьому етапі формування трансфертних цін слід оцінити правильність обраної бази для їх розрахунку. У даній ситуації необхідно обсяг внутрішніх послуг минулих періодів, а саме за рік оцінити з використанням розрахованих цін .

У разі якщо не всі послуги, які споживає підрозділ, враховані, або ціни на його послуги завищені, то можна сказати, що підрозділ, який оцінюється витратним способом і при цьому повинно працювати з нульовим результатом, приносить прибуток.

За умови якщо ж послуги підрозділу не користуються попитом, або занижені ціни, або список послуг неповний, то такий підрозділ виявляється в збитку.

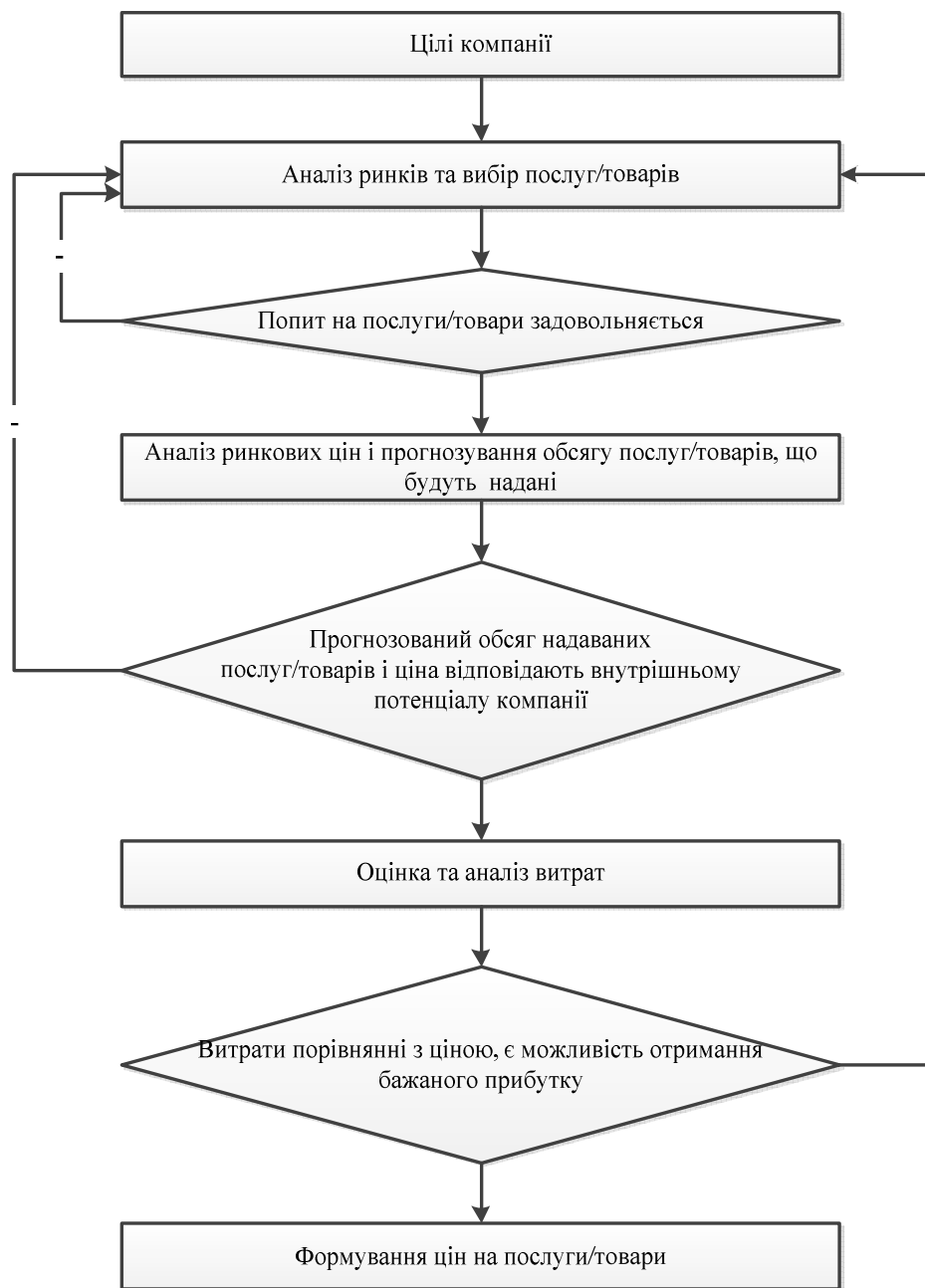


Рис. 5. Алгоритм формування цін на продукцію підприємства

За результатами оцінки підрозділу на основі даних аналізу за ринковими цінами можна зробити висновок про його збитковості або прибутковості в порівнянні з підприємствами, які надають такого роду послуги або продають аналогічні товари на відкритому ринку. У разі прибутковості підрозділу, можливо, прийняття рішення про виведення його в окрему компанію [3].

На четвертому етапі формування трансфертних цін на основі моделювання і планів наступних періодів, а саме наступного року встановлюється порядок розрахунку премій керівникам підрозділів. Зазвичай премії керівникам підрозділів визначаються як відсоток від чистого прибутку підрозділу.

Розрахунок премій керівників тих підрозділів, які є збитковими і працюють без прибутку, можуть здійснюватися залежно від фінансового результату всієї компанії [9].

Слід зазначити, що рішення про введення механізму формування трансфертних цін необхідно довести до керівників підрозділів, а також слід узгодити з ними параметри внутрішніх цін. Такий підхід дозволяє виявити особливості роботи підрозділів, які явно помітні тільки їх керівникам. Також підхід дасть можливість більш точно враховувати ситуацію в компанії при встановленні трансфертних цін.

На рис.6 представлена схема роботи холдингу з введеними трансфертними цінами.

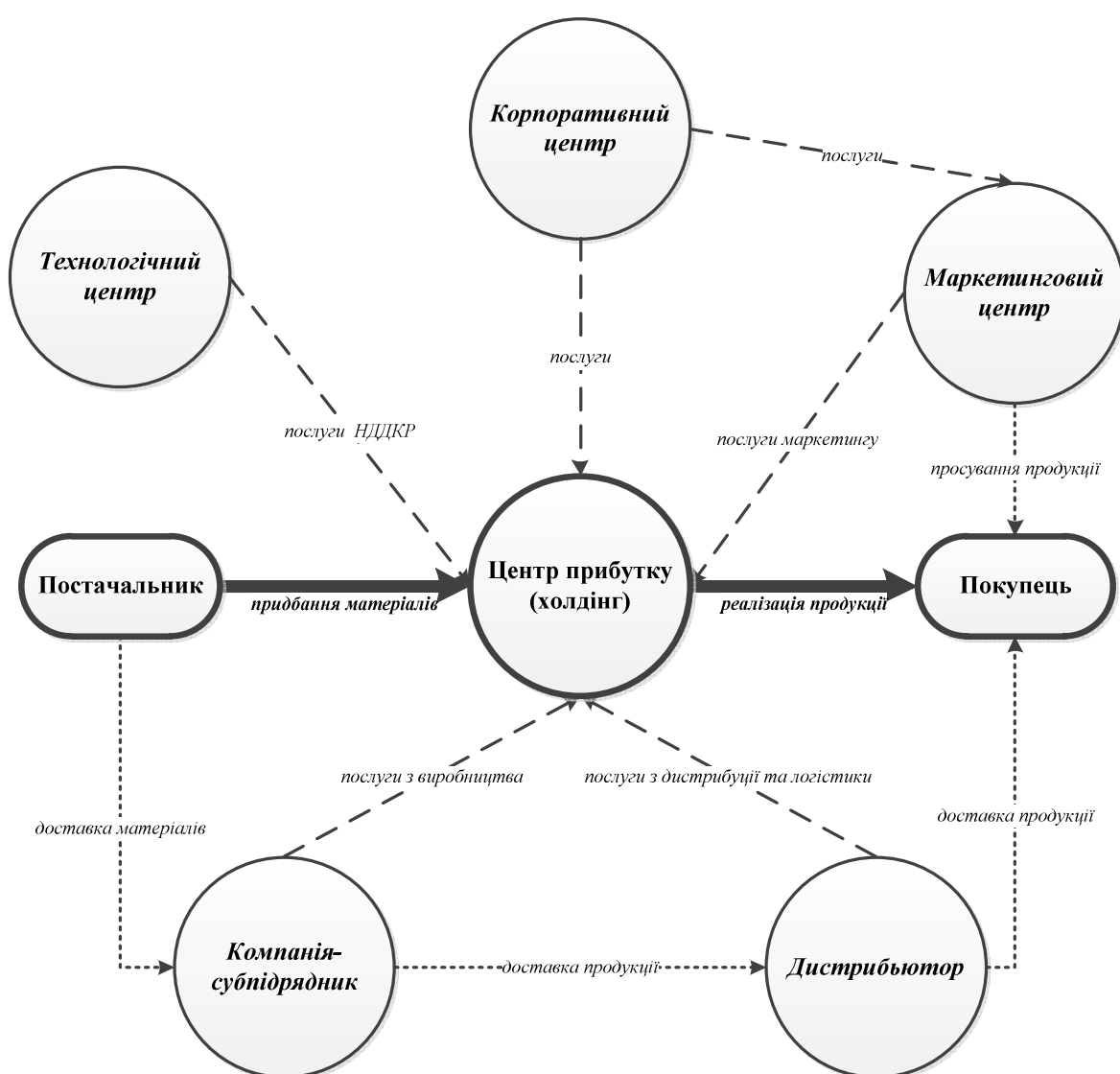


Рис.6. Схема роботи холдингу з введеними трансфертними цінами

Висновки. Таким чином, введення механізму формування трансфертних цін сприяє більш ефективному управлінню, що спрощує аналіз ефективності діяльності підрозділів компанії. Формування трансфертних цін служить інструментом зовнішнього ціноутворення, а також дозволяє оптимально розподіляти ресурси між підрозділами. Крім того, такий механізм ціноутворення на базі розробленої моделі спрямований на зниження витрат підрозділів і головної компанії.

Література

1. Гусев А. Трансфертные цены в управлении компанией [Електронний ресурс] // Research and Technology - Step into the Future. – Режим доступу: <http://www.tsi.lv/ResTech/2007/v2-2/5.pdf>
2. Иванова Е.В., Щукина Е.С. Трансфертная цена как способ совершенствования механизма ценообразования в условиях трансформационной экономики // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2006. - №8. - Режим доступу: http://vestnik.osu.ru/2006_8/6.pdf
3. Фомин М. Трансфертное ценообразование: за и против / Библиотека "ИНТАЛЕВ" - Режим доступу: <http://www.intalev.ua/library/articles/article.php?ID=24930>.
4. Закон України Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення від 04.07.2013 № 408-VII
5. Моделирование проектного управления сложными экономическими объектами: монография / С.И. Левицкий; [научн. ред. проф. Ю.Г. Лысенко]. – Донецк: Юго-Восток, 2012. – 341 с.
6. Mikhaylik D.P. Assessment Techniques For Integration Efficiency Of Economic Objects / D.P. Mikhaylik, S.I. Levitskiy, I.A. Frunze // International Journal of Economics,
1. Gusev A. (2007) Transfer prices in company's control *Research and Technology - Step into the Future*. Available at: <http://www.tsi.lv/ResTech/2007/v2-2/5.pdf>
2. Ianova E.V.; Schukina E.S. (2006) Transfer price as pricing technique approach in transition economy. *Proceedings of Orenburg state university*, Vol.8. Available at: http://vestnik.osu.ru/2006_8/6.pdf
3. Fomin M. (2011) Transfer Pricing, "Intalev" Library, Available at: <http://www.intalev.ua/library/articles/article.php?ID=24930>
4. The Law of Ukraine On the entry of amendments to the Ukrainian Sub-Law on Transfer of Goods from July 4, 2013 No. 408-VII
5. Levitskiy, S.I., (2012). Modeling of project management of complex economic objects: monograph. Yugo-Vostok, Ltd., 340 p.
6. Mikhaylik, D.P.; Levitskiy, S.I.; Frunze, I.A. (2014) Assessment Techniques For Integration Efficiency Of Economic Objects *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol.2, Is.2. Available at: <http://ijecm.co.uk/wpcontent/uploads/2014/02/222.pdf>
7. Levitskiy, S.I.; Frunze I.A. & Zaitseva N.M. (2010).

Commerce and Management. – 2014 - Vol. 2, Is.2. Available at: <http://ijecm.co.uk/wpcontent/uploads/2014/02/222.pdf>

7. Levitskiy, S.I.; Frunze I.A. & Zaitseva N.M. Integrated information system of enterprise's resource management. // *Ekonomichna Kibernetika* [Economic Cybernetics] – 2010 – Vol. 61-63(1-3) - pp.87-95.

8. Методы антикризисного управления по слабым сигналам. Монография. / Ю.Г. Лысенко и др. – Донецк: Юго-Восток, 2009. – 195 с.

9. Имитационное моделирование экономических систем: прикладные аспекты: коллективная монография / Ю.Г. Лысенко, Д.В. Беленко, Д.П. Михайлик и др. – Донецк, Изд-во «Ноулидж» (донецкое отделение), 2013. – 359 с.

10. Модели управления проектами в нестабильной экономической среде: монография / Лысенко ЮГ, Белый АП, Гнатушенко ВВ и др. - Донецк: Юго-Восток, 2003. - 292 с.

Integrated information system of enterprise's resource management. *Ekonomichna Kibernetika* [Economic Cybernetics], Vol. 61-63(1-3), pp.87-95.

8. Lysenko Yu.G. et al. (2009) Methods of anti-crisis management for weak signals: monograph, Yugo-Vostok, Ltd., 195 p.

9. Mikhaylik D.P. (2013) Imitation and modeling of economic systems: monograph, Yugo-Vostok, Ltd., 359 p.

10. Lysenko Yu.G. et al. (2003). Models of project management in unstable environment: monograph, Yugo-Vostok, Ltd., 292 p.