

УДК 338.5

## **ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

**Григорян Н.С.**

*студентка факультета «Финансы и кредит»*

*Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина,*

*Краснодар, Россия*

**Шевченко Ю.С.**

*к.э.н., доцент кафедры «Финансы»*

*Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина,*

*Краснодар, Россия*

### **Аннотация**

В статье рассматривается важность и возможности применения трансфертного ценообразования на организациях, различного уровня развития, начиная от малых и до транснациональных организаций. Под трансфертным ценообразованием понимают процесс установления трансфертной цены, которая всегда привязана к конкретному товару и субъекту.

**Ключевые слова:** Трансфертная цена, грамотное распределение финансов, ценообразование, центр ответственности

### **TRANSFER PRICING**

**Grigorian N.S.**

*student of the faculty «Finance and credit»*

*Kuban State Agrarian University name I.T. Trubilina*

*Krasnodar, Russia*

**Shevchenko Yu.S.**

*Ph.D., Associate Professor*

*Kuban State Agrarian University name I.T. Trubilina*

*Krasnodar, Russia*

### **Abstract**

The article discusses the importance and possibilities of using transfer pricing on organizations of different levels of development, ranging from small to transnational organizations. Transfer pricing refers to the process of setting a transfer price, which is always tied to a specific product and entity.

**Keyword:** Transfer price, proper distribution of finance, pricing, responsibility center.

На сегодняшний день проблемы трансфертного ценообразования актуальны как для крупных организаций, так и для более мелких предприятий.

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.

Таким образом, деятельность по установлению «своих цен» внутри одной компании называется трансфертным ценообразованием.

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 [2].

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 рассмотрены на рис. 1.

Выбранная структура управления трансфертными ценами распространяется:

- на полуфабрикаты;
- на различные изделия;
- на готовую продукцию.

Например, когда реализация изготавливает полуфабрикат и реализует данный полуфабрикат другому подразделению для доработки, также возможно и так, что одно подразделение передает иному подразделению определенный готовый продукт по внутренним ценам [3].



Рис. 1 – Цели трансфертного ценообразования

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.

Основные характеристики трансфертных цен представлены на рис. 2.

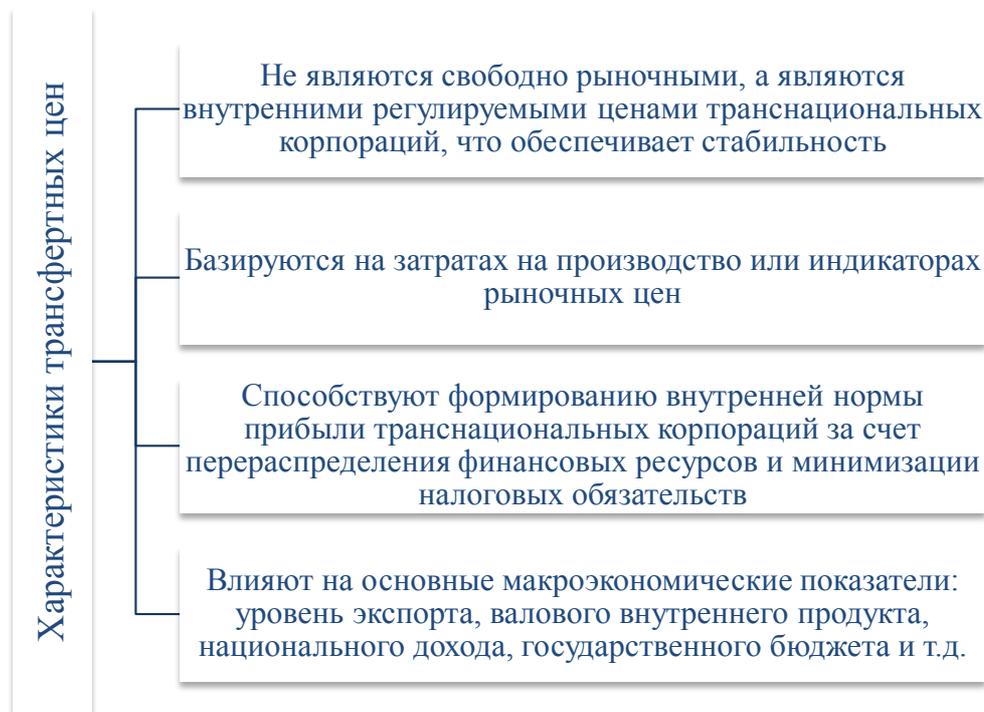


Рисунок 2 – Характеристики трансфертных цен

На возможности отклонения от рыночных цен основывается механизм трансфертных цен. Относительное понижение трансфертных цен на комплектующую и сырье от иных филиалов транснациональных организаций означает ее дополнительное финансирование и увеличение прибыли [2]. Повышение трансфертных цен на импортируемые продукты приводит к фактическому трансферу финансовых ресурсов материнской компании. При рассмотрении этого с точки зрения экспорта, будет наблюдаться обратная зависимость [3].

Например. Меховая фабрика N занимается выпуском меховых головных уборов и шуб. Они используют трансфертную цену для разных стадий производства. Они делают головные уборы из трикотажа и на них нашивают мех, украшают и отправляют в продажу.

В одном отделе вяжутся головные уборы. Работа вязальной машины стоит 15 руб./мин. Шапка вяжется 5 минут. З/п сотрудника, следящего за ней 1000 руб. за 8-ми часовой рабочий день. По пряже изделие стоит 36 руб., при условии что весит 100 грамм. Таким образом трансфертная цена первого цеха:

$$(15*5)+36+(1000/((60/5)*8))=121,42 \text{ руб.} \quad (1)$$

Далее изделие передаётся в отдел отделки мехом. Стоимость меха на одно изделие ориентировочно 1500 руб. З/п сотрудника, который кроит и пришивает мех 200 руб. за изделие. Таким образом трансфертная цена второго цеха:

$$121,42+1500+200=1821,42 \text{ руб.} \quad (2)$$

В третьем отделе изделие украшают бусами и различными элементами декора, с/с декора грубо говоря 150 руб. Таким образом трансфертная цена третьего цеха:

$$1821,42+150+50=2021,42 \text{ округлим } 2022 \text{ руб.} \quad (3)$$

Далее к этой цене добавляется маржа, которую хочет иметь производитель, к примеру, она составит 40%, получаем рыночную стоимость 2830 руб.

Если вдруг на каком этапе что-то произошло, то это отразится на трансфертной цене. Выявление причины позволит вовремя скорректировать работу и внести изменения.

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, что способствует повышению качества и конкурентоспособности продукции в целом на предприятии.

### Библиографический список

1. Безруких, П. С. Бухгалтерский учет: Учебник / П. С. Безруких, А.С. Бакаев, Н.Д. Врублевский. – М.: Бухгалтерский учет, 2016. – 719 с.

2. Вахрушина, М. А. Анализ финансовой отчетности: Учебник / М. А. Вахрушина, Н. С. Пласкова. – М.: Вузовский учебник, 2013. – 367 с.

3. Экономика предприятия: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. / В. Я. Горфинкель [и др.]; под ред. В. Я. Горфинкеля. – М., 2017.

*Оригинальность 94%*