

УДК 338.5:061.25:654

І.В. Яцкевич

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТРАНСФЕРТНОЇ ЦІНИ
В АЛЬЯНСОВИХ ВІДНОСИНАХ ГАЛУЗІ ЗВ'ЯЗКУ**

У статті визначено та сформульовано такі поняття як «трансфертне ціноутворення між учасниками-партнерами альянсових відносин в галузі зв'язку» та «трансфертна ціна між учасниками-партнерами альянсових відносин в галузі зв'язку». Визначено етапи формування системи трансфертного ціноутворення між учасниками-партнерами альянсових відносин в галузі зв'язку, фактори які впливають на формування базової націнки, яка є базовою та її залежність при формуванні трансфертної ціни між учасниками-партнерами альянсу. Автором рекомендується методика розрахунку трансфертної ціни між учасниками-партнерами альянсу.

Ключові слова: альянс, альянсові відносини, галузь зв'язку, трансфертна ціна, учасники-партнери.

В статье определены и сформулированы такие понятия как «трансфертное ценообразование между участниками-партнерами альянсовых отношений в отрасли связи» и «трансфертная цена между участниками-партнерами альянсовых отношений в отрасли связи». Определены этапы формирования системы трансфертного ценообразования между участниками-партнерами альянсовых отношений в отрасли связи, факторы влияющие на формирование базовой наценки, которая является базовой и ее зависимость при формировании трансфертной цены между участниками-партнерами альянса. Автором рекомендуется методика расчета трансфертной цены между участниками-партнерами альянса.

Ключевые слова: альянс, альянсовые отношения, отрасли связи, трансфертная цена, участники-партнеры.

© Яцкевич І.В., 2012

Further development of the communications sector of Ukraine on the basis of a market economy requires new methodological approaches and practical recommendations for improving the efficiency of their internal economic relations. The problem of optimization of internal economic relations in the communication becomes especially important in strengthening mizhpidpryyemnytskoyi competition, which promotes the formation and development aliens relations in the communications field.

The article identified and formulated concepts such as:

– transfer pricing between the parties aliens partner relationships in the communications industry – this price, which is used in the calculations between participants aliens partner relationship for the joint development and implementation of services (work product) connection. Thus, all agreements between the parties aliens partner relations in the field of communications carried out by transfer prices;

– transfer price between the parties aliens partner relationships in the communications industry – set of economic relations between the parties alliance partners in connection with the determination of transfer prices in mutual creation and implementation of services (work product) connection.

The stages of the formation of transfer pricing between the parties aliens partner relations in the communications industry (analysis of feasibility of implementation (use) transfer price alliance, analysis of factors influencing transfer price alliance, determination of the mechanism of transfer price estimates alliance), the factors influencing the formation of the basic mark-up which is the base and its dependence on the formation of the transfer price between the parties, the alliance partners (Consumer Price Index, competitiveness of services, life cycle services, promotion services).

The author of the recommended method of calculating the transfer price between the parties, the alliance partners.

Key words: alliance, alliance relations, communications, the transfer price, participating-partners

Постановка проблеми. Подальший розвиток галузі зв'язку України на засадах ринкової моделі господарювання потребує розробки нових методичних підходів та практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності організації їх внутрішньогосподарських відносин. Проблема оптимізації управління внутрішніми економічними відносинами на підприємствах зв'язку набуває особливої актуальності в умовах посилення міжпідприємницької конкуренції, що сприяє формуванню та розвитку альянсових відносин у галузі зв'язку.

Альянсові відносини засновані на поєднанні довгострокових інтересів учасників-партнерів у зміцненні своїх конкурентних переваг. Альянси дозволяють ефективно переносити знання з однієї фірми в іншу. За цим – вимоги інтернаціоналізації економіки і технологічного прогресу, активна позиція на ринку в подоланні міжгалузевих бар'єрів. За цим – цивілізований характер бізнесу, що спирається на здорову етику і довіру між учасниками-партнерами.

Концепція альянсів об'єднує різні форми довгострокових відносин між учасниками-партнерами і виводить їх осмислення на новий якісний системний рівень.

Здійснюючи операції у динамічному середовищі учасниками-партнерами альянсових відносин у галузі зв'язку, суб'єкти підприємницької діяльності повинні враховувати весь спектр впливу зовнішніх факторів. Пошук додаткових ефективних інструментів управління підприємств зв'язку є перманентним завданням керівників учасників-партнерів альянсових відносин.

Відтак існує об'єктивна необхідність запровадження системи трансфертного ціноутворення у альянсових відносин галузі зв'язку. Основним завданням даної системи є оптимізація управління учасників-партнерів альянсових відносин на основі оцінки ефективності їх діяльності.

Трансферні ціни використовують у плануванні і при здійсненні контролю, вони є елементом економічної політики підприємств. Як інструмент планування трансферні ціни регулюють внутрішньопідприємницькі господарські зв'язки, що ви-

користуються як інструмент контролю, забезпечують досягнення планових показників по прибутку, зниження витрат виробництва і реалізації продукції на всіх етапах виробництва і руху товару до кінцевого споживача. Важливу роль трансферні ціни грають в контролі за виконанням фінансового плану. Крім того, їх широко використовують з метою розподілу ресурсів і прибутку всередині підприємства.

Трансферні ціни розробляються керівництвом підприємств на основі єдиної політики і виконують специфічні завдання, які не характерні для звичайного ціноутворення. До специфічних завдань трансфертного ціноутворення відносяться:

- розподіл і перерозподіл прибутку між центрами відповідальності;
- мінімізація митних та податкових платежів, оплачуваних в глобальному масштабі;
- мінімізація політичних, економічних і кредитних ризиків;
- розподіл ринків збуту та сфер впливу між різними підрозділами центрів відповідальності;
- завоювання позицій на нових ринках;
- переклад прибутку, одержувачем-підприємством, з країн, де введено заборону або обмеження на переклад прибутку;
- навмисне зниження прибутку, одержуваної окремими центрами відповідальності, у зв'язку з побоюванням вимог працівників про підвищення зарплати або скороченням персоналу.

Огляд останніх досліджень і публікацій. Дослідженню трансфертних цін приділяють значну увагу вітчизняні та зарубіжні науковці: О. Терещенко, Н. Волошнюк, Т. Козенкова, Д. Войко, Р. Костирко та інші [1-8], певним чином розкривають сутність, принципи та методи трансфертного ціноутворення, тарифну політику у галузі зв'язку [9]. Однак, дані питання потребують подальшого дослідження з урахуванням особливості ви-

користання трансфертного ціноутворення між учасниками-партнерами альянсових відносин у галузі зв'язку.

Завдання дослідження. Метою статті є дослідження особливості формування трансфертної ціни між учасниками-партнерами альянсових відносин в галузі зв'язку.

Основний матеріал дослідження. Формування та впровадження трансфертної ціни в галузі зв'язку між учасниками-партнерами альянсових відносин повинні не суперечити законодавчим документам які регулюють галузь зв'язку [10-15].

В регулюючих законодавчих документах України в галузі зв'язку визначаються поняття «розрахункова такса», «розрахункова такса за послугу пропуску трафіка» [10], принципи тарифного регулювання на ринку телекомунікацій України [10], порядок розрахунків за телекомунікаційні послуги [10] та взаємодію операторів телекомунікацій України з операторами телекомунікацій інших держав [10]. В документах [13-15] встановлюється механізм визначення тарифу на поштові та телекомунікаційні послуги. Однак, в даних документах не визначаються такі поняття як «трансфертна ціна» та «трансфертне ціноутворення» як і поняття «альянсові взаємовідносини».

Враховуючи вищевикладені факти і міркування доцільно визначити, що *трансфертна ціна між учасниками-партнерами альянсових відносин в галузі зв'язку* – це ціна, яка застосовується в розрахунках між учасниками-партнерами альянсових відносин для спільного створення і реалізації послуг (робіт, продукції) зв'язку. Таким чином, всі угоди між учасниками-партнерами альянсових відносин в галузі зв'язку здійснюються за трансфертними цінами.

Відповідно «*трансфертне ціноутворення між учасниками-партнерами альянсових відносин в галузі зв'язку*» можна сформулювати як сукупність економічних відносин між учасниками-партнерами альянсу в галузі зв'язку з визначення трансфертних цін при взаєморозрахунку зі створення і реалізації послуг (робіт, продукції) зв'язку.

Загальна мета трансфертного ціноутворення між учасниками-партнерами альянсових відносин в галузі зв'язку – впливати на показники роботи кожного учасника-партнера альянсу при створенні та надання послуг (робіт, продукції) зв'язку, що сприяє збільшенню прибутку учасників-партнерів. Досягнення цієї загальної мети повинне забезпечуватися через цілу систему часткових цілей. Основними з яких є:

– представляти інформацію для прийняття керівниками учасниками-партнерів альянсу економічно-обґрунтованих рішень. Це станеться тоді, коли управлінські рішення між учасниками-партнерами альянсу, націлені на зростання їхнього прибутку та укріплення позицій на ринку зв'язку;

– представляти інформацію для оцінки роботи керівників учасників-партнерів альянсу і економічних показників діяльності учасників-партнерів. Необґрунтована трансфертна ціна може привести до неправильної оцінки витрат й прибутку учасників-партнерів та ефективності формування альянсу;

– гарантувати, що автономність діяльності учасників-партнерів – не порушується, витрати – компенсуються, ефективність діяльності – зростає, імідж – не погіршується;

– мінімізувати політичний, економічний і кредитний ризиків учасників-партнерів альянсу;

– сприяти завоювання позицій учасниками-партнерами альянсу на нових ринках за рахунок зменшення витрат.

Використання трансфертної ціни (ТЦ) між учасниками-партнерами альянсу в галузі зв'язку сприяє вирішенню таких завдань як:

– трансфертне ціноутворення дозволяє об'єктивно оцінити фінансові результати діяльності учасників-партнерів альянсу по видам діяльності, що сприяє виявленню збиткових послуг зв'язку та прийняти своєчасні відповідні управлінські рішення;

– трансфертна ціна є відправною точкою при встановленні ціни на послуги (роботу, продукцію) зв'язку, оскільки в ідеалі вона має являти собою справедливую ринкову ціну, за якою

надається споживачу. Підприємству для визначення ціни послуги (роботи, продукції) залишається, взявши за основу трансфертну ставку, додати норму прибутку;

– механізм трансфертного ціноутворення може бути застосовано при розробці моделей прогнозування діяльності учасників-партнерів альянсу.

При затвердженні трансфертної ціни між учасниками-партнерами альянсу тобто трансфертної ціни альянсу (ТЦА) необхідно провести економічне обґрунтування з її формування з урахування особливості галузі зв'язку, видів діяльності та беручи до уваги економічну кон'юнктуру, політичну ситуацію, ступінь конкурентної значущості послуг (робот, продукції) зв'язку для альянсу та ін.

Розглянувши сутність, роль та складові системи трансфертного ціноутворення в альянсових відносинах між учасниками-партнерами в галузі зв'язку можна відобразити послідовність реалізації даного процесу на основі виділення певних етапів (рис.).

Процес формування системи ТЦА можна подати у вигляді трьох етапів. На першому етапі проходить аналіз доцільності впровадження або використання ТЦА, за результатом якого може бути сформульовано дві альтернативні однозначні відповіді або рішення щодо впровадження ТЦА на основі розширення часових рамок та набору критеріїв дослідження (аналіз галузі, аналіз створення послуги (робот, продукції)). У разі прийняття рішення щодо недоцільності впровадження системи ТЦА залишається можливість для повторного дослідження даного питання за умови зміни будь-яких параметрів діяльності між учасниками-партнерами альянсу, які матимуть принципове значення для впровадження даної системи або пошук та заміна учасника-партнера альянсу.

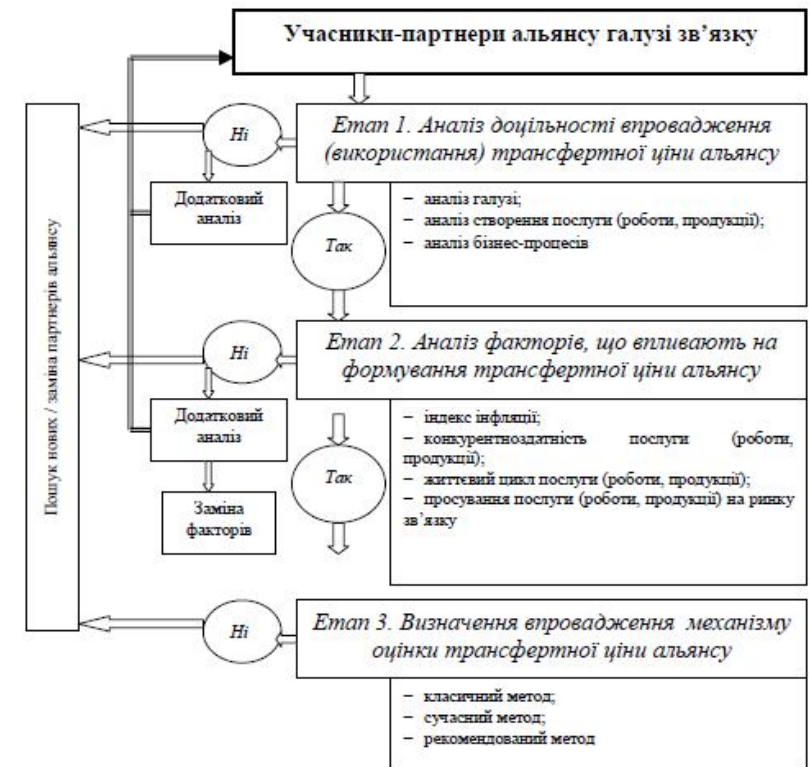


Рис. Етапи формування системи трансфертного ціноутворення між учасниками-партнерами альянсових відносин в галузі зв'язку

Прийняття позитивного рішення щодо доцільності формування системи ТЦА призводить до необхідності визначення та аналізу факторів які впливають на формування ТЦА з урахуванням особливості послуги (робіт, продукції) зв'язку. Особливості формування факторів залежатимуть від виду діяльності та

цілей, які обумовлюватимуться специфічними параметрами взаємодії між учасниками-партнерами альянсу. Дана залежність залежить від особливості формування альянсу, взаємовідносин між учасниками-партнерами та їхніх стратегічних цілей. Складність у розробці даної системи полягає в необхідності врахування багатьох зовнішніх та внутрішніх факторів діяльності альянсу, причому останні матимуть унікальний характер для кожного альянсу.

ТЦА встановлені на послуги (роботу, продукції) зв'язку, в рівній мірі має як зовнішнє по відношенню до учасників-партнерів значення, так і внутрішнє. У зовнішньому середовищі ціна багато в чому визначає чисельність і склад покупців, які забезпечують надходження грошових коштів до учасників-партнерів альянсу. Усередині альянсу цих надходжень повинно вистачити для покриття всіх витрат, пов'язаних з наданням послуг (робот, продукції) зв'язку, а також для подальшого розвитку відносин і виплат власникам і інвесторам. І якщо рівень цін на послуги (роботу, продукції) зв'язку учасників-партнерів не забезпечує прибуток, то альянс не зможе розвиватися і не має довгострокової перспективи. Якщо обсяг надходжень не покриває всі витрати альянсу навряд чи зможе вижити.

Першочерговим при формуванні ТЦА учасники-партнери альянсу вкладають очікуваний прибуток, тобто базову націнку, на яку впливають ряд факторів, коливання яких сприяє збільшенню чи зменшенню ТЦА. Проведені дослідження дають змогу визначити, що на базову націнку впливають такі фактори як:

– індекс споживчих цін (індекс інфляції) – показник, який характеризує зміни загального рівня цін на товари і послуги, придбані населенням для невиробничого споживання;

– конкурентоспроможність послуги (роботи, продукції) зв'язку – сукупність якісних і вартісних властивостей продукції, які забезпечують задоволення конкретних потреб споживачів на певному сегменті ринку;

– життєвий цикл послуги (роботи, продукції) зв'язку – характеризує її поведінку на ринку, а його тривалість пов'язана з можливостями реалізації послуг (робот, продукції) підприємств зв'язку в конкретних ринкових умовах;

– просування послуги (роботи, продукції) зв'язку учасниками-партнерами альянсу на ринку зв'язку – сукупність різних видів діяльності по доведенню інформації про достоїнства товару до потенційних споживачів і стимулюванню виникнення в них бажання його купити (придбати).

Узагальнюючи вищесказане можна зазначити, що на формування базової націнки дає можливість визначення залежності даних показників при формуванні ТЦА. Залежність у загальному виді має вид

$$H_0 = f(I; K; J_{\text{ц}}; Z), \quad (1)$$

де H_0 – базова націнка, %;

I – індекс споживчих цін (індекс інфляції);

K – конкурентоспроможність послуги (роботи, продукції) зв'язку;

$J_{\text{ц}}$ – життєвий цикл послуги (роботи, продукції) зв'язку;

Z – просування послуги (роботи, продукції) зв'язку учасниками-партнерами альянсу на ринку зв'язку.

Розроблена модель залежності між базовою націнкою та факторів які на неї впливають при формуванні розрахунку ТЦА має концептуальний характер і відображає загальну логіку даного процесу та дає можливість враховувати дану модель при розрахунку ТЦА.

Сутність останнього етапу формування системи трансфертного ціноутворення між учасниками-партнерами альянсових відносин в галузі зв'язку полягає у визначенні механізму оцінки ТЦА. Даний етап складається з визначення методики механізму оцінки ТЦА за класичними, сучасними методами або за рекомендованим механізмом визначення ТЦА.

Визначення методики ТЦА в альянсі залежить від особливості формування взаємовідносин між учасниками-партнерами альянсу. При визначенні методу ТЦА керівники альянсу повинні обгрунтовано підійти до даного процесу, що пов'язано з тим, що ТЦА є основою формування трансфертного ціноутворення учасниками альянсу, – це по-перше. По-друге, обгрунтованість вибору є основою щодо знижування ймовірності появи потенційних конфліктів та втрати довіри між учасниками-партнерами. Однак, обгрунтований вибір методики розрахунку ТЦА дозволить використовувати даний тип цін не тільки для оцінки діяльності між учасниками-партнерами альянсу, а й між структурними підрозділами (філіями).

Рівень відповідності потенційних цілей системи трансфертного ціноутворення тактичним та стратегічним цілям альянсу є одним із ключових факторів визначення цільового підходу до трансфертної ціни між учасниками-партнерами альянсу в галузі зв'язку.

Висновки. У результаті досліджень було визначено, що керівники підприємств зв'язку бажать, щоб ТЦА враховувала особливості коливання ринку зв'язку (зовнішні фактори) та стратегічні цілі учасників альянсу (внутрішні фактори). Таким чином, можна визначити основні умови при виборі механізму розрахунку ТЦА: гнучкість та врахування особливості формування підприємницького середовища (зовнішні та внутрішні фактори). Для розрахунку ТЦА пропонується використовувати таку формулу як

$$\text{ТЦА} = c + \Pi_6 + k_6, \quad (2)$$

де ТЦА – трансфертна ціна між учасниками-партнерами альянсових відносин на одиницю послуги (роботи, продукції) зв'язку, грн.;

c – собівартість одиниці послуги (роботи, продукції) зв'язку, грн.;

Π_6 – бажана величина прибутку з одиниці послуги (роботи, продукції) зв'язку, грн.;

k_6 – коефіцієнт впливу підприємницького середовища, який розраховується за формулою

$$k_6 = \frac{(c + \Pi_6)^2}{I + K + \mathcal{J}_u + Z}, \quad (3)$$

де I – темп зміни індексу споживчих цін (індекс інфляції);

K – темп зміни конкурентоспроможності послуги (роботи, продукції) зв'язку;

\mathcal{J}_u – темп зміни життєвого циклу послуги (роботи, продукції) зв'язку;

Z – темп зміни щодо просування послуги (роботи, продукції) зв'язку учасниками-партнерами альянсу на ринку зв'язку.

ТЦА не повинна бути занадто низькою, щоб мотивувати учасників-партнерів, реалізувати послуги зв'язку та на ринку зв'язку. ТЦА не повинна бути і занадто високою, щоб учасники-партнери були конкурентоспроможними на ринку. З урахуванням цих двох умов трансферна ціна встановлюється в інтервалі від мінімально допустимої ціни до ринкової ціни. Таким чином, можна зазначити, що при відповідних розрахунках учасники-партнери альянсу повинні дотримуватись таких умов: ТЦА повинна бути менше ринкової ціни (РЦ), відповідно доходи між учасниками-партнерами альянсу (ДА) будуть менші ніж від доходів, які вони отримують від ринкової діяльності (ДР), тобто $\text{ТЦА} < \text{РЦ}$ й $\text{ДА} < \text{ДР}$.

Рекомендований підхід враховує цілі альянсу, сприяє підтримці їх інтересів, активізує їх діяльність, підвищує об'єктивність управлінських рішень з доцільності застосування трансфертної ціни, сприяє проведенню аналізу даних у рамках стратегічного управління між учасниками-партнерами альянсу з метою визначення подальших напрямів їхнього розвитку.

Використовуючи даний підхід розрахунку визначення ТЦА можна більш якісно оцінити вплив зовнішніх факторів, очікуваний прибуток та економічну ефективність інвестицій у формуванні альянсу. Учасники-партнери альянсу орієнтовані на нарощування своєї ринкової вартості для подальшої ефективної діяльності та залучення інвесторів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Терещенко О.О. Трансфертне ціноутворення як інструмент контролінгу / О.О. Терещенко, Н.В. Волошинюк // *Фінанси України*. – № 5. – 2007. – С. 127-135.
2. Козенко Т. Трансфертні ціни в групі компаній / Т. Козенко // *Проблеми теорії і практики управління*. – № 8. – 2007. – С. 49-58.
3. Войко Д. Трансфертне ціноутворення в отношениях между центрами финансовой отчетности / Д. Войко // *Проблеми теорії і практики управління*. – № 2. – 2007. – С. 81-90.
4. Костирко Р.О. Трансфертне ціноутворення – інструмент внутрішнього контролю результатів взаємовідносин між структурними підрозділами підприємства / Р.О. Костирко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2008_26/statti/3_1.htm.
5. Друри К. *Управленческий и производственный учет: Учебник* / К. Друри: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 1071 с.
6. Карпова Т.П. *Управленческий учет* / Т.П. Карпова. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2000. – 347 с.

7. *Управленческий учет: Учебн. пособие* / Под. ред. А.Д. Шеремета. – М.: ФБК-ПРЕСС, 2000. – 512 с.
8. Хорнгрен Ч. *Управленческий учет* / Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар: Пер. с англ. – 10-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 1008 с.
9. *Перспективи розвитку поштового зв'язку України: регуляторні, економічні та технологічні принципи* / К.О. Танащук, Л.О. Яцук, О.Л. Нечипорук та ін.; За заг. ред. К.О. Танащук, О.Л. Нечипорука, Л.О. Яцука, Н.О. Котової. – К.: ДУІКТ, 2008. – 338 с.
10. Закон України «Про телекомунікації» № 1280-IV від 18.11.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1280-15>.
11. Закон України «Про поштовий зв'язок» № 2759-III від 04.10.2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2759-14>.
12. Наказ Держкомстату України «Порядок визначення обсягів продукції (робіт, послуг) у порівнянних цінах на підприємствах пошти та зв'язку» № 283 від 26.06.2006 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0842-06>.
13. Рішення Національної комісії з питань регулювання зв'язку України «Про затвердження Порядку регулювання тарифів на універсальні послуги поштового зв'язку» № 1301 від 20.01.2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0880-09>.
14. Рішення Національної комісії з питань регулювання зв'язку України «Про затвердження Порядку регулювання тарифів на загальнодоступні телекомунікаційні послуги» № 1438 від 02.04.2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0880-09>.

15. Рішення Національної комісії з питань регулювання зв'язку України «Про затвердження Порядку взаєморозрахунків між операторами телекомунікацій» № 1586 від 09.07.2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0880-09>.

Стаття надійшла до редакції 27.08.2012

Рецензент – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Економіка підприємства та корпоративного управління» Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова **В.М. Орлов**.

Рецензент – кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної та фінансової політики Одеського регіонального інституту державного управління НАДУ при Президентіві України **О.В. Голинська**.