

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита

РАБОТА ПРОВЕРЕНА
Рецензент, финансовый директор
ООО «ЭлМетро Групп»
_____ Е.Р. Рахматулина
«__» _____ 2021 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ И.И. Просвирина
«__» _____ 2021 г.

УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ В ГРУППЕ КОМПАНИЙ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ЭЛМЕТРО ГРУПП»)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ
КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–38.04.01.2021.670.ВКР

Руководитель ВКР, профессор
_____ Просвирина И.И.
_____ 2021 г.

Автор ВКР, студент группы ЭУ-381
_____ Ефремова М.В.
_____ 2021 г.

Нормоконтролер, доцент
_____ Л.А. Ширшикова
_____ 2021 г.

РЕФЕРАТ

Ефремова, М.В. Управление прибылью в группе компаний (на примере ООО «ЭлМетро Групп»). – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ–381, 2021. – 99 с., 13 табл., библиогр. список – 44 наим., 5 прил.

Объект исследования – финансово-хозяйственная деятельность группы компаний «ЭлМетро».

Предмет исследования – методика распределения прибыли предприятий в группе компаний между собственниками на основе трансфертного ценообразования.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка методики распределения прибыли в группе компаний, основанной на методах трансфертного ценообразования.

В работе исследованы методы трансфертного ценообразования, обоснован выбор методики распределения прибыли для исследуемой группы компаний, а также обоснован выбор компаний-аналогов для проведения расчетов диапазона рентабельности по видам деятельности предприятий в группе компаний;

Итогом выполненной работы стали рекомендации, выработанные для предприятий. Практическая значимость работы заключается в том, что разработанные предложения могут быть использованы для оптимального распределения прибыли внутри группы компаний.

Предложения и выводы работы могут быть использованы в деятельности финансово-экономической службы группы компаний.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ И ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	7
1.1 Краткая характеристика группы компаний «ЭлМетро»	7
1.2 Анализ внешней среды компании.....	8
1.3 Анализ внутренней среды компании.....	12
1.4 Стратегический финансовый анализ предприятия	13
Вывод по разделу 1.....	18
2 МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ В ГРУППЕ КОМПАНИЙ.....	21
2.1 Регулирование трансфертного ценообразования в Налоговом кодексе Российской Федерации	21
2.2 Методы расчета трансфертных цен	30
Вывод по разделу 2.....	47
3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО РАСПРЕДЕЛЕНИЮ ПРИБЫЛИ В ГРУППЕ КОМПАНИЙ.....	50
3.1 Выбор метода трансфертного ценообразования	50
3.2 Выбор компаний для определения интервала рентабельности	52
3.3 Формирование интервала рентабельности и рекомендации по распределению прибыли	66
Вывод по разделу 3.....	73
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	76
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	82

ВВЕДЕНИЕ

Основной целью коммерческой организации является получение прибыли. Данный показатель характеризует эффективность деятельности компании и его топ – менеджмента. Поэтому управление финансовым результатом деятельности предприятия является важной задачей на протяжении всего жизненного цикла компании и поэтому определяет актуальность выбранной темы выпускной квалификационной работы.

Прибыль как сложная экономическая категория характеризует финансовое благополучие предприятий. Так как прибыль является основной целью деятельности компании, то она в первую очередь обеспечивает потребность основателей компании, и уже потом возможность рассчитываться по своим долгам, модернизировать производственные мощности, заниматься научно - исследовательской деятельностью за счет сформированного собственного капитала. Санкции со стороны западных стран, пандемия – это время нестабильности не только в рыночных отношениях, но в отношениях с государством (постоянно меняющиеся нормативные акты). Перед созданием предприятия учредители разрабатывают бизнес - план, тем самым планируют инвестиции в будущую организацию. Но не всегда достаточно собственных средств, чтобы реализовать задуманную идею, поэтому приходится защищать свой проект перед инвесторами. Как для учредителей, так и для инвесторов главными показателями являются прибыль, как финансовый результат деятельности, и относительный показатель – рентабельность продаж, означающий доходность предприятия. Обозначенные показатели являются обобщающими факторами, характеризующие эффективность деятельности компании, поэтому требуют подробного анализа и изучения.

В данной работе в качестве объекта исследования является финансово-хозяйственная деятельность группы компаний «ЭлМетро».

Предметом исследования является методика распределения прибыли предприятий в группе компаний между собственниками на основе трансфертного ценообразования.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка методики распределения прибыли в группе компаний, основанной на методах трансфертного ценообразования.

Для реализации поставленной цели исследования потребовалось решить следующие задачи, определившие структуру исследования:

- 1) исследовать методы трансфертного ценообразования, обосновать выбор методики распределения прибыли для исследуемой группы компаний;
- 2) обосновать выбор компаний – аналогов для проведения расчетов диапазона рентабельности по видам деятельности предприятий в группе компаний;
- 3) разработать рекомендации по распределению и управлению прибылью на основании полученных результатов анализа рентабельности.

В исследовании использовалась различная экономическая литература отечественных авторов, которая раскрывает вопросы трансфертного ценообразования и управление прибылью на предприятиях.

1 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ И ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Краткая характеристика группы компаний «ЭлМетро»

История организации «Элметро» начинается с середины 90-х годов. В Южно-Уральском Государственном Университете на базе собственной лаборатории приборостроительного факультета сформировался коллектив разработчиков. Для известных компаний из области промышленной автоматизации началась разработка продукции. Инженерным составом группы компании было разработано более 20 видов приборов для разных отраслей народного хозяйства.

В период становления с 1996 по 2008 годы было произведено более 2 миллионов штук электронных приборов по кооперации для различных предприятий Челябинской области на основе собственных разработок. Это позволило создать экономическую основу компании для проведения научных разработок и конструкторских работ, а также организации собственной производственной базы с целью формирования собственного продуктового портфеля. В 2008 году было принято решение о выводе на рынок собственной торговой марки «ЭлМетро» для продвижения на рынке продукции под собственным брендом. За 10 лет предприятие стало лидером по выпуску отдельных видов продукции (например, видеографический регистратор стал хитом продаж и заменил бумажные регистраторы), а также продолжила НИКОР и расширила линейка продуктов с 2 до 16 типов.

В настоящее время продукция торговой марки «ЭлМетро» широко известна и за пределами российского рынка. Основными потребителями продукции являются организации различных отраслей промышленности таких, как энергетическая, газо- и нефтедобывающая отрасли. Компания постоянно участвует в различных конференциях, выставках, в том числе и выездных, а также является победителем различных программ по поддержке и развитию бизнеса и импортозамещению.

«ЭлМетро» активно сотрудничает представителями зарубежных компаний из Китая, Японии, Франции, Германии. Все это в совокупности позволило компании занять заметное положение на рынке приборостроения в области научных разработок и производства метрологического оборудования и контрольно – измерительных приборов.

В состав группы компаний «ЭлМетро» входит производственное предприятие «ЭлМетро Групп» (ЭМГ) и торговый дом «ЭлМетро - Инжиниринг» (ЭМИ).

1.2 Анализ внешней среды компании

На прибыль и продажи организации оказывают влияние потребительские и рыночные факторы. Для анализа и оценки степени влияния используется PEST – анализ. С помощью PEST-анализа для компании «ЭлМетро» были выявлены факторы, которые в ближайшие несколько лет могут оказывать свое воздействие на объем прибыли. Каждый из этих факторов относится к определенной сфере: политической, экономической, социально-культурной или технологической.

Политические факторы:

1) налоговая политика Российской Федерации. Изменение ставки налога на добавленную стоимость с 18% до 20%, которое произошло в 2019 г., повлекло за собой рост стоимости комплектующих и, как следствие, увеличение себестоимости продукции ТМ «ЭлМетро»;

2) торговая политика государства. С 2014 года в нашей стране активно развивается политика импортозамещения в связи с тем, что иностранные государства ввели ограничительные меры в отношении Российской Федерации. Основной целью нашего государства стала поддержка местного производителя, повышение конкурентоспособности продукции, снижение зависимости от зарубежных поставщиков продукции, а также вывод российских товаров на мировой рынок. Все это предоставляет возможность компании «ЭлМетро» активно развиваться и выводить свою продукцию на внешний рынок, за счет увеличения спроса на отечественную продукцию;

3) политические отношения со странами-поставщиками комплектующих и оборудования. Стоит учесть, что в числе стран – поставщиков для «ЭлМетро» могут быть Швеция, Япония, Китай, США, т.к. «ЭлМетро» закупает некоторое оборудование о комплектующие за пределами России для производства электроники. Поэтому данный фактор может негативно сказаться на деятельности компании из-за возможного дальнейшего ухудшения международных отношений. Программа «Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности на 2013-2025 годы», реализуемая в нашей стране, которая направлена на увеличение доли отечественных компонентов при производстве продукции, может быть и положительным фактором и отрицательным. Положительный момент - это может повысить конкурентоспособность компании «ЭлМетро» по сравнению с транснациональными компаниями, имеющие локализацию в Челябинской области. Отрицательный момент – слаборазвитая электронная и радиоэлектронная промышленность в России.

Экономические факторы:

1) Инфляция. По данным ЦБ РФ уровень инфляции в 2020 году составил 3,9 % - 4,2 %, а в 2021 году прогнозируют снижение цифр до 3,5 % - 4 %. Однако, по мнению экспертов, итоговый уровень инфляции может превысить прогнозные значения;

2) курсы основных валют. По прогнозам экспертов в в 2021 году значительного снижения курсов евро и доллара ожидать не стоит. Поэтому в плане влияния данного фактора на деятельность компании возможно следующее: если курсы валют не будут подвергаться существенным изменениям, то это не окажет значительного влияния на изменение прибыли организации. В случае роста курса основных валют, возможно увеличение затрат предприятия при покупке оборудования и необходимых комплектующих у иностранных поставщиков;

3) цены на топливо. За последние несколько лет отмечается стабильный рост цен на бензин и горюче-смазочные материалы, что приводит к увеличению

расходов на транспортировку продукции покупателям из других регионов, что негативно сказывается на финансовом результате организации;

4) уровень развития института предпринимательства. В настоящее время в стране развивается поддержка бизнеса путем предоставления кредитов на льготных условиях, субсидий на возмещение расходов, а также различных грантов на научные разработки. «ЭлМетро» активно участвует в данных программах для получения грантов на развитие бизнеса и снижения расходов в при разработке инновационных проектов.

Социально-культурные факторы:

1) требования заказчиков к качеству продукции, услуг и уровню сервиса. В условиях современного рынка вопрос качества продукции встает все более остро, т.к. требования покупателей к продукции возросли. Потребители выбирают тех поставщиков, которые в наибольшей степени могут удовлетворить их запросы. Заказчиков интересует не только продукция, но и спектр услуг, которые может предоставить компания-поставщик для реализации проекта в полной мере;

2) уровень квалификации кадров. В последние годы отмечается нехватка квалифицированных кадров, особенно в области технических специальностей. С учетом этого стало появляться больше бюджетных мест на инженерные специальности. Это позволит увеличить количество желающих на данные направления в высших учебных заведениях, а, следовательно, увеличит количество квалифицированных специалистов;

3) изменение отношения к продукции российских производителей. С ростом качества продукции и услуг повышается степень спроса и доверия к продукции отечественного производства.

Технологические факторы:

1) стремление к механизации процессов. Разработка информационных программ помогает решить задачи в различных службах организации, что приводит к сокращению временных и денежных затрат компании в разных направлениях деятельности;

2) модернизация производственного оборудования. Появление современных моделей оборудования способствует повышению качества производимой продукции и сроков производства, что положительно сказывается на сбыте продукции и прибыли организации;

3) изменения в методах и практиках ведения бизнеса. Применение компаниями таких практик, как бережливое производство, система менеджмента качества и т.д., позволяющих сократить издержки бизнеса. Внедрение в компании таких инструментов, как система менеджмента качества, бережливое производство, позволяет снизить издержки в процессе деятельности компании;

4) разработка новых технологий. Разработка и внедрение новых продуктов с улучшенными техническими возможностями позволит дать значительное конкурентное преимущество организации, а также качественно отразится на продаже продукции.

В процессе PEST – анализа определяется степень влияния каждого фактора на предприятие и направление влияния. С учетом изменений факторов рассчитывается среднее значение его влияния. Результаты данного анализа представлены в приложении А.

В результате проведенного анализа видно, что особую опасность для работы организации представляют экономический и политический факторы. Среди них наибольшее влияние оказывают курс валюты, цены на бензин, а также политика государства в области налогов.

Положительно на деятельность организации влияют социально – культурный и технологический факторы, такие как стремление к автоматизации процессов, модернизация производственного оборудования, уровень квалификации кадров, разработка новых видов продукции.

В 1979 году Майкл Портер разработал модель 5 сил конкуренции, с помощью которой можно оценить степень влияния конкуренции на деятельность предприятия, а также выработать собственную стратегию для ведения бизнеса [33, с. 17]. К 5 силам конкуренции Портер относил:

- рыночная власть потребителей;
- рыночная власть поставщиков;
- риск появления новых участников;
- риск появления заменяющих продуктов;
- соперничество существующих на рынке компаний.

В результате применения метода оценивается рейтинг влияния каждой силы в зависимости от степени значимости угрозы [34, с. 31]. Данные оценки 5 сил Портера в приложении Б.

В результате проведенного анализа определено, что наибольший риск для предприятия составляет высокая степень конкуренции, а также достаточное количество замещающей продукции. Основными конкурентами в уральском регионе в области приборостроения являются достаточно крупные компании, такие как «ЭМИС», группа компаний «Метран», которые могут снижать цены на выпускаемые товары, что создает риск потери покупателя. Определенный риск несет в себе деятельность компаний – дилеров. Данные организации зачастую сотрудничают с большим числом поставщиков, поэтому могут предложить покупателям обширный список позиций. При этом не каждая производственная компания может обеспечить потребности покупателя.

Для увеличения конкурентоспособности компания «ЭлМетро» должна сосредоточиться на разработке и производстве новых видов приборов, не имеющих аналогов на рынке.

1.3 Анализ внутренней среды компании

Для эффективного управления бизнесом необходимо знать слабые и сильные стороны предприятия. Для этих целей используют SWOT – анализ, при этом могут учитываться факторы, выделенные в процессе STEP – анализа

Результаты проведенного SWOT-анализа для ООО «ЭлМетро Групп» представлены в приложении В.

В процессе анализа необходимо учитывать сильные стороны компании, они отражают конкурентные преимущества организации перед другими игроками на рынке. Слабые стороны показывают, в чем компания уступает конкурентам. Возможности – это рычаги, которые компания может использовать для развития. Угрозы представляют собой трудности, которые способны нанести ущерб. Эти элементы сводятся в таблицу, описываются стратегические действия организации.

На основе проведенного SWOT-анализа можно сделать вывод, что компании стоит обратить внимание на свои слабые стороны и угрозы. К ним можно отнести низкую скорость принятия управленческих решений, что отрицательно сказывается на общей прибыльности предприятия. При этом «ЭлМетро» обладает достаточным количеством возможностей, чтобы усилить свои позиции на рынке контрольно-измерительных приборов.

1.4 Стратегический финансовый анализ предприятия

Стратегический финансовый анализ представляет собой процесс исследования влияния факторов внешней и внутренней среды на результативность финансовой деятельности предприятия с целью выявления особенностей и возможных путей развития в перспективном периоде. Стратегический финансовый анализ является самой сложной подсистемой аналитической работы, в процессе которой необходимо выявить стратегические возможности развития предприятия, идентифицировать драйверы роста стоимости бизнеса по финансовой составляющей, определить стратегические параметры финансового потенциала предприятия.

Проведем анализ финансовых коэффициентов предприятия. В приложении Г приведены данные бухгалтерского баланса предприятия. Показатели для сравнительного финансового анализа компании «ЭлМетро Групп» приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели для стратегического финансового анализа компании ООО «ЭлМетро Групп» в 2018-2019 гг.

Показатель	2018	2019	Прирост, %	Среднеотраслевой показатель
Быстрая ликвидность	0,6	0,9	0,3	≥ 1
Текущая ликвидность	1,3	1,7	0,4	≥ 2
Рентабельность активов ROA, в %	20,7	13,9	-6,8	≥ 0
Доходность собственного капитала ROE, в %	32,8	20,5	-12,3	$\geq 11\%$
Рентабельность продаж по прибыли от продаж, %	12	9,8	-2,2	$\geq 4\%$
Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	7,6	7	-0,6	$\geq 2\%$
Период оборота активов, кол-во оборотов в год	2,12	1,42	-0,7	-
Период оборота дебиторской задолженности, дней (ПОДЗ), дней	57	68	11	≤ 43 дн
Период оборота кредиторской задолженности, дней (ПОКЗ)	57,8	59	1,2	-

Коэффициент общей ликвидности (коэффициент текущей ликвидности), характеризующий общую обеспеченность предприятия оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных (текущих) обязательств предприятия. Данный коэффициент характеризует ожидаемую платежеспособность предприятия на период, равный средней продолжительности одного оборота всех оборотных средств. Показатель в рассматриваемом периоде увеличился на 0,4, но остался ниже нормативного значения. Значение показателя говорят о недостаточном уровне покрытия текущих обязательств оборотными активами и общей низкой ликвидности. Это может свидетельствовать о затруднениях в сбыте продукции и проблемах, связанных с организацией снабжения.

Условно нормативное значение коэффициента варьирует от 1,5 до 2. В данном случае значение коэффициента немного ниже рекомендуемого уровня, но

предприятие покрывает свои краткосрочные долговые обязательства ликвидными активами.

Коэффициент срочной ликвидности (коэффициент быстрой ликвидности), отражающий долю текущих обязательств, покрываемых за счет денежных средств и реализации краткосрочных ценных бумаг, увеличился в анализируемом периоде с 0,6 и до 0,9 или на 0,3. Коэффициент быстрой ликвидности на конец 2019 года существенно увеличился, это говорит о том, что платежеспособность предприятия улучшается и ускоряется оборачиваемость собственных средств, вложенных в запасы.

Рентабельность активов (ROA) – финансовый коэффициент, характеризующий отдачу от использования всех активов организации, эффективность использования имущества, позволяющий оценить качество работы финансовых менеджеров. Он показывает сколько прибыли приходится на каждую денежную единицу, вложенную в имущество организации. В 2018 году данный показатель составил 20,7 %, в 2019 произошло снижение данного коэффициента на 6,8 %, его значение стало равным 13,9 %., т.е. 13 копеек прибыли от продажи отдает каждый рубль стоимости активов предприятия. Снижение данного показателя свидетельствует о снижении чистой прибыли организации.

Доходность собственного капитала (ROE) показывает на сколько эффективно использовался собственный капитал, т.е. какой доход получило предприятие на денежную единицу собственных средств. За период 2018-2019 данный показатель снизился с 32,8 % до 20,5, при этом показатель находится выше нормативного.

Рентабельность продаж по прибыли от продаж показывает, какую сумму прибыли получает предприятие с каждого рубля проданной продукции. Чем выше значение данного показателя, тем более эффективно осуществляется основная деятельность предприятия. На данном предприятии рентабельность продаж по прибыли от продаж снизилась с 12 % до 9,8 %. Снижение показателя может говорить о том, что либо произошло падение спроса или цен на продукцию, либо затраты на изготовление продукции увеличились.

Рентабельность продаж по чистой прибыли показывает долю чистой прибыли, содержащуюся в денежной единице выручки. Данный показатель также показал снижение с 97,6 % до 7 %. Он означает, что 7 копеек прибыли содержится в одном рубле выручки.

Коэффициент оборачиваемости активов характеризует размер объема выручки от продажи продукции в расчете на один рубль оборотных активов. Коэффициент оборачиваемости активов показывает количество полных циклов обращения продукции за период анализа. Данный коэффициент имеет волнообразную динамику, при этом к концу 2019 года произошло снижение и составляет 1,42. Это может быть связано с ростом используемых активов.

Период оборота дебиторской задолженности показывает сколько времени проходит с момента продажи до момента получения оплаты. В данном случае период оборота дебиторской задолженности равен 68 дням. Данный показатель вырос на 11 дней по сравнению с 2018 годом, что говорит об отрицательной динамике. Как и для других показателей оборачиваемости не существует четких нормативов, поскольку они сильно зависят от отраслевых особенностей и технологии работы предприятия.

Период оборота кредиторской задолженности – это показатель скорости погашения организацией своей задолженности перед поставщиками и подрядчиками. На данном предприятии период оборота кредиторской задолженности увеличился на 1,2 дней и в 2019 году составил 59 дней.

Проведем анализ финансовых коэффициентов ООО «ЭлМетро – Инжиниринг». Данные бухгалтерского баланса для анализа представлены в приложении Д. Показатели для сравнительного финансового анализа компании «ЭлМетро - Инжиниринг» приведены в таблице 2.

Коэффициент быстрой ликвидности на конец 2019 года немного снизился, но оказался чуть выше среднеотраслевого показателя. Это говорит о том, что платежеспособность предприятия ухудшилась и оборачиваемость собственных средств, вложенных в запасы, снизилась.

Таблица 2 – Показатели для стратегического финансового анализа

ООО «ЭлМетро - Инжиниринг» в 2018-2019 гг.

Показатель	2018	2019	Прирост, %	Среднеотраслевой показатель
Быстрая ликвидность	1,3	1,03	-0,27	≥ 1
Текущая ликвидность	1,9	1,4	-0,5	≥ 1
Рентабельность активов ROA, в %	6	20	14	≥ 5
Доходность собственного капитала ROE, в %	6	42	36	≥ 40
Рентабельность продаж по прибыли от продаж, %	1,09	6,6	5,51	≥ 2
Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	0,5	4,6	4,1	≥ 1
Период оборота активов, кол-во оборотов в год	5,7	3,04	-2,66	-
Период оборота дебиторской задолженности, дней (ПОДЗ), дней	80,1	61,9	-18,2	≤ 46
Период оборота кредиторской задолженности, дней (ПОКЗ)	39,7	49,9	10,2	-

Коэффициент текущей ликвидности за анализируемый период выше нормативного значения, следовательно, предприятие имеет достаточно хорошую платежеспособность по отношению к среднему по отрасли. Это говорит о хорошем финансовом состоянии данной компании. Однако, на конец изучаемого периода этот показатель снизился.

Рентабельность активов (ROA) показывает эффективность управления денежными средствами на предприятии, а именно показывает, сколько денежных средств приходится на единицу активов, имеющихся у предприятия. На конец 2019 г. данный показатель увеличился и составил 20 %, что говорит об увеличении чистой прибыли предприятия.

Доходность собственного капитала также увеличилась и на конец 2019 года составила 42 %, при этом значение коэффициента находится чуть выше среднеотраслевого показателя. Данный показатель характеризует эффективность использования не всего капитала (или активов) организации, а только той его части, которая принадлежит собственникам предприятия.

Рентабельность продаж по прибыли от продаж за 2019 год увеличилась и составила 6,6 %, можно предположить, что это связано с тем, что спрос на продукцию вырос. Рентабельность продаж по чистой прибыли в 2018 году составлял 0,5% за счет низкого уровня чистой прибыли, что может быть связано с тем, что 2018 год был кризисным и спрос на продукцию был низким. В 2019 году рентабельность продаж по чистой прибыли возросла и составила 4,6%, что говорит о положительной динамике.

Коэффициент оборачиваемости активов показывает количество полных циклов обращения продукции за период анализа. Другими же словами, сколько денежных единиц реализованной продукции принесла каждая денежная единица активов. Данный коэффициент к концу 2019 года показал снижение и составил 3,04. Это может быть связано с ростом используемых активов.

Период оборота дебиторской задолженности характеризует период времени, который проходит с момента продажи до момента получения оплаты. Как и для других показателей оборачиваемости не существует четких нормативов, поскольку они сильно зависят от отраслевых особенностей и технологии работы предприятия. В нашем случае, на конец 2019 года показатель существенно снизился, это говорит о том, что покупатели стали быстрее погашать свою задолженность.

Период оборота кредиторской задолженности – это показатель скорости погашения организацией своей задолженности перед поставщиками и подрядчиками. На данном предприятии период оборота кредиторской задолженности значительно увеличился на 10,2 дней и в 2019 году составил 49,9 дней.

Вывод по разделу 1

История компании началась в 90-х годах с формирования конструкторского бюро на базе приборостроительного факультета Южно-Уральского

Государственного университета. В период становления с 1996 по 2008 годы было произведено более 2 миллионов штук электронных приборов по кооперации для различных предприятий Челябинской области на основе собственных разработок. Это позволило создать экономическую основу компании для проведения научных разработок и конструкторских работ, а также организации собственной производственной базы с целью формирования собственного продуктового портфеля. В 2008 году была зарегистрирована торговая марка «ЭлМетро» для продвижения на рынке собственной продукции. За 10 лет самостоятельной деятельности предприятия на рынке, линейка продуктов увеличилась с 2 до 16 типов.

. В состав группы компаний «ЭлМетро» входит производственное предприятие «ЭлМетро Групп» (ЭМГ) и торговый дом «ЭлМетро – Инжиниринг» (ЭМИ).

В 2018 году компания «ЭлМетро» отметила свое 10-летие, поэтому можно сказать, что данное предприятие давно на рынке, т.к. статистика говорит, что большая часть компаний распадается, не дожив до своего трехлетия.

Анализ внутренней и внешней среды выявил определенные сложности, с которыми приходится бороться компании «ЭлМетро».

Особую опасность для работы организации представляют экономический и политический факторы. Среди них наибольшее влияние оказывают курс валюты, цены на бензин, а также политика государства в области налогов.

Положительно на деятельность организации влияют социально - культурный и технологический факторы, такие как стремление к автоматизации процессов, модернизация производственного оборудования, уровень квалификации кадров, разработка новых видов продукции.

Наибольший риск для предприятия составляет высокая степень конкуренции, а также достаточное количество замещающей продукции. Основными конкурентами в уральском регионе в области приборостроения являются достаточно крупные компании, такие как «ЭМИС», группа компаний «Метран»,

которые могут снижать цены на выпускаемые товары, что создает риск потери покупателя. Определенный риск несет в себе деятельность компаний – дилеров. Данные организации зачастую сотрудничают с большим числом поставщиков, поэтому могут предложить покупателям обширный список позиций. При этом не каждая производственная компания может обеспечить потребности покупателя.

Для увеличения конкурентоспособности компания «ЭлМетро» должна сосредоточиться на разработке и производстве новых видов приборов, не имеющих аналогов на рынке.

Компании стоит обратить внимание на свои слабые стороны и угрозы. К ним можно отнести низкую скорость принятия управленческих решений, что отрицательно сказывается на общей прибыльности предприятия. При этом «ЭлМетро» обладает достаточным количеством возможностей, чтобы усилить свои позиции на рынке контрольно-измерительных приборов.

Финансовый анализ деятельности предприятия также показал, что деятельность предприятия носит в целом нестабильный характер и компания может быть подвержена экономическим и политическим изменениям. По итогам анализируемого периода, у данной группы компаний имеются финансовые средства для дальнейшей деятельности, но необходимо принять решение в отношении корректирующих действий, что поможет преодолевать последствия кризиса и успешно поддерживать свои позиции на рынке в ходе конкурентной борьбы.

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ В ГРУППЕ КОМПАНИЙ

2.1 Регулирование трансфертного ценообразования в Налоговом кодексе Российской Федерации

Сегодня в Налоговом кодексе Российской Федерации (НК РФ) трактование термина «трансфертного ценообразования» отсутствует [1]. Толкование данного понятия имеет доктринальное значение, выступает разновидностью ценообразования, на него влияние оказывает многогранность методик и моделей ценообразования.

Поэтому под трансфертным ценообразованием могут понимать полностью противоположные понятия.

Трансфертное ценообразование стоит рассматривать в качестве ценообразования внутренних и внешних сделок. Данное разделение связано со спецификой области использования.

Периметр покрытия сделок и их специфика объясняют трансфертное ценообразование. Периметр покрытия – это совокупность операций, подлежащих налоговому контролю и обусловленных отклонением цен от рыночных. Цель такой манипуляции сводится к оптимизации налоговых платежей [4]. Из изложенного выше следует, что под трансфертной ценой понимаем цену, отличную от рыночной, не соответствующей цели коммерческой компании. В отечественном налоговом законодательстве до момента приведения его в соответствие с международными нормами был закреплён вышеобозначенный подход к трактовке трансфертной цены. Налоговый контроль распространялся на сделки между взаимозависимыми лицами и бартерные операции, а также операциям, у которых отклонение цены от рыночной было свыше 20 %, у одних из которых такое отклонение было в большую сторону, у других оно было в меньшую сторону.

В узком смысле в процессе расчета трансфертной цены периметр покрытия сделок имеет лимит взаимозависимостей сторон сделки. Данная концепция гласит, что цена в сделках между независимыми лицами будет считаться равной рыночной, а сами такие сделки в итоге образуют рыночную цену. В рамках этого подхода процесс формирования трансфертных цен обусловлен процессом глобализации экономики и выступает результатом усложнения бизнес-процессов корпораций, деятельность которых ведется в нескольких странах [12]. Необходимость контроля со стороны налоговых органов обусловлена потенциальной возможностью установления между взаимозависимыми лицами финансовых и коммерческих условий, отличных от условий, соответственно, устанавливаемых между независимыми лицами. Такого рода манипуляция в конечном итоге ведет к налоговой экономии для международной группы компаний и выводу денежных средств в иные страны.

В правоприменительной практике нередко трактовка трансфертного ценообразования подменяется в разных смыслах [18, с. 84].

Налоговое законодательство Российской Федерации под рыночной ценой товара (работ, услуг) подразумевает цену, которая характеризуется спросом и предложением на сопоставимый товар (работы, услуги), производимых и реализуемых на сопоставимых рынках (п 4. ст. 40 НК РФ) [1].

Цена выступает в качестве базы в процессе расчета налоговой базы на доход [1]. Независимые участники рынка пребывают на некотором расстоянии один от другого (на расстоянии вытянутой руки) и осуществляют сделки между собой по ценам, сформированным на основании воздействия рыночных механизмов, что в итоге является сутью такого принципа как принцип «вытянутой руки».

Налоговая база на доходы таких участников сделки возникает благодаря рыночным ценам.

Часть исследователей склонна рассматривать трансфертные цены с целью распределения затрат между различными центрами ответственности компании

или формирования центра прибыли исключительно в рамках управленческого учета, но, стоит отметить, что подобный подход не ведет к изменениям в финансовом положении исследуемой компании, поэтому он не является предметом анализа для налогообложения.

Стоит отметить, что именно через такой подход и осуществляется создание цены между аффилированными рыночными участниками, которые, соответственно, следуют как «идущие рука об руку», поэтому они являются взаимозависимыми [2]. Именно у подобных компаний есть возможность рассчитывать цены, которые будут выступать в качестве выгодных именно группе компании для минимизации налоговой базы по доходам (трансфертные цены).

В ходе заключения сделок между собой взаимозависимые компании стремятся работать на специфических ценах и иных условиях сделок, осуществляемых между ними. Стоит отметить, что ни цены, ни условия таких сделок не вызовут одобрения у независимых участников рынка. Необходимо отметить, что действующие цены между взаимозависимыми лицами созданы не по рыночным правилам, что потенциально может являться свидетельством некорректной налоговой базы и, как следствием, заниженных налоговых отчислений, поэтому данные цены должны подлежать анализу.

Поэтому можно сказать, под трансфертным ценообразованием (ТЦО) именуется процесс формирования цен для сделок между компаниями, которые являются взаимозависимыми, при этом данные цены дают возможность перераспределения убытков или дохода внутри такой группы, соответственно, сведения к минимуму величины налоговой базы, в т. ч. в низконалоговых юрисдикциях с участием подконтрольных участников группы.

В отечественном налоговом законодательстве нет терминов таких как «трансфертная цена» или «трансфертное ценообразование», но в практической деятельности данные термины являются широко используемыми. На сайте ФНС подчеркивается, что трансфертное ценообразование в настоящее время

является наиболее широко распространенной и самой простой схемой сведения к минимуму величины налоговых платежей благодаря использованию механизма перераспределения совокупной прибыли группы лиц в пользу лиц, которые находятся за границами нашей страны, а именно, в странах, в которых действуют более низкие налоги [44].

Налоговые органы определяют соответствие трансфертной цены рыночной. В ситуации выявления налоговыми органами, что трансфертные сделки были сформированы не на рыночных условиях, они обязывают компании произвести доначисление величины налоговых платежей до уровня налоговых платежей, которые были бы уплачены такими компаниями на основании рыночных цен.

В начале 90 гг. прошлого века в Российской Федерации к вопросу необходимости регулирования трансфертного ценообразования возник интерес. В то время действовали правила, на основании которых не было возможности реализовывать продукцию по ценам меньше себестоимости без налоговых последствий [16, с. 5]. Тогда в широком смысле трактовалось трансфертное ценообразование, в итоге мониторились сделки не только между взаимозависимыми лицами, но и сделки с ценами, где были отклонения от рыночных. В результате налоговый контроль был достаточно трудозатратным и трудоемким процессом для налоговых органов и налогоплательщиков.

В рамках нашей страны отечественные правила ТЦО предоставляли полномочия ФНС России с целью выполнения мероприятий по контролю относительно цен в сделках между взаимозависимыми лицами, такие правила начали действовать с 01.01.12 г., с момента вступления в силу раздела V.1 отечественного налогового кодекса [9]. Указанный раздел называется «Взаимозависимые лица. Общие положения о ценах и налогообложении. Налоговый контроль в связи с совершением сделок между взаимозависимыми лицами. Соглашение о ценообразовании» (Федеральный закон от 18.07.2011 № 227-ФЗ) [2]. После вступления в силу указанный раздел продолжает непрерывно совершенствоваться.

Основные правила и принципы, нашедшие отражение в обозначенном разделе отечественного налогового кодекса, которые в итоге позаимствовали из международного права, где имело место регулирование вопроса трансфертного ценообразования, к примеру, руководства ОЭСР «О трансфертном ценообразовании для транснациональных компаний и налоговых органов», в данном руководстве за его основу был взят рассмотренный уже принцип «вытянутой руки».

После дополнения первой части отечественного налогового кодекса новым разделом V.1, была произведена отмена ст. 20 и 40.

Со стороны ФНС налоговый контроль трансфертных цен считается допустимым исключительно для контролируемых сделок, а также сделок, которые приравнены к ним [1]. Проверка соответствия трансфертных цен рыночным является самостоятельным видом налогового контроля, соответственно, в НК РФ указано, что они не могут быть предметом камеральных и выездных проверок [1].

Правила ТЦО требуют от цен, используемых взаимозависимыми лицами в контролируемых сделках, соответствия уровню цен, действующему в аналогичных, в данной ситуации сопоставимых, сделках между независимыми лицами.

Согласно действующему налоговому законодательству сделки будут считаться сопоставимыми с исследуемой сделкой в ситуации, когда они произведены в одинаковых коммерческих и финансовых условиях с исследуемой сделкой.

Тестирование на соответствие трансфертных цен рыночным выполняется на основании определенного порядка, который берет начало с анализа исследуемой сделки по ее функциям, предмету и рискам участников подобных сделок. Затем необходимо сделать выбор метода для обоснования рыночной цены на базе выявленных особенностей контролируемой сделки [3]. Стоит обратить внимание, что именно благодаря выбранному методу следует осуществлять расчет дохода по сделке на базе рыночной цены, только затем необходимо сравнить с фактическим

доходом сторон по конкретной сделке.

На базе осуществления сравнения трансфертных и рыночных цен ФНС определяет полноту определения и уплаты следующих налоговых платежей:

1) налога на прибыль компании, за исключением части налога на прибыль компаний, подлежащей определению для прибыли контролируемых иностранных компаний;

2) НДФЛ, уплачиваемого организациями различных организационно-правовой формы и индивидуальными предпринимателями, и иными лицами, которые согласно действующего законодательства обязаны отчитываться по НДФЛ;

3) НДС (налога на добычу полезных ископаемых);

4) НДС, в случае одной из сторон сделки выступает компания или индивидуальные предприниматели - налогоплательщики НДС.

Если обнаружена заниженная величина вышеперечисленных налогов или завышенная величина убытков, подлежащих расчету согласно действующего налогового законодательства, то необходимо выполнить необходимые корректировки налоговых баз.

Ключевыми терминами российских правил ТЦО являются контролируемые сделки и взаимозависимые лица.

В налоговом законодательстве нашей страны есть случаи взаимозависимых лиц как среди организаций различных форм собственности и организационно-правовой формы, так и физических лиц [3]. В налоговом кодексе нашей страны приведены 11 формальных признаков взаимозависимости, каждый из которых основан на степени прямого или же косвенного участия в капитале, родственных отношений, полномочий по назначению управляющих органов (правления и иного) и служебной подчиненности (руководитель – сотрудник).

Критерии и определение взаимозависимости до введения нового раздела регулировались с помощью ст. 20 отечественного налогового кодекса, где приведен перечень исключительно трех параметров признания лиц взаимозависимыми, в главе 14.1 отечественного налогового кодекса есть

возможность найти уточнения термина взаимозависимости лиц.

Относительно ранее существующего порога по доле участия одного лица в капитале другого, нововведения увеличили долю до 25 % с 20 %.

В случае недостатка прямых критериев с целью признания лиц в качестве взаимозависимых, но в то же время при достаточном количестве оснований предполагать существование влияния на конечные итоги работы или условия совершения сделок, у налоговых органов есть потенциальная возможность обратиться в суд с целью признания таких лиц, как взаимозависимых, на основании доказательств, находящихся в их распоряжении.

Полностью новым стало право участников сделок для признания в независимом порядке признавать себя взаимозависимыми лицами согласно налогового законодательства (п. 6 ст. 105.1 НК РФ) [1] и корректировать налоговую базу (п. 6 ст. 105.3 НК РФ) [1].

Принятый закон обозначил необходимость проведения контрольных мероприятий отечественной ФНС для сделок между взаимозависимыми лицами по месту её нахождения.

Федеральный закон № 227-ФЗ [2] регламентирует перечень сделок между взаимозависимыми лицами и сделок, приравненных к ним, подлежащим контролю, в частности:

1) сделки, произведенные благодаря независимому посреднику, хотя такой посредник может принимать самое минимальное участие в ней;

2) действующее налоговое законодательства нашей страны установило перечень товаров мировой биржевой торговли, сделки, которые важно контролировать даже, если полностью отсутствует взаимозависимость между участниками;

3) сделки с участниками, место регистрации которого относится к офшорной юрисдикции.

Под контролируемые сделки подразумевают сделки между взаимозависимыми лицами с учетом параметров указанных сделок, к примеру,

суммовых лимитов, обозначенных в налоговом законодательстве, кроме того, сделки между лицами, которые не относятся к категории «взаимозависимых», но в то же время они приравнены к сделкам, подлежащим контролю, согласно налогового законодательства [1]. Также сделка может быть признана как контролируемая в судебном порядке на основании действующего налогового законодательства.

Налогоплательщики относительно контролируемых сделок обязаны предоставлять уведомление в период не позднее 20 мая года, который идет за календарным годом их совершения.

Налогоплательщик на основании требования обязан подготовить документы по определенной сделке или же группе однородных сделок, где есть описание особенности сделок, подлежащих контролю, и происходит обоснование соответствия используемой цены рыночной.

Для нарушений в рамках трансфертного ценообразования предусмотрены весьма суровые санкции, которые применяются в для проверок – 40 % от неуплаченной величины налоговых платежей (минимум 30 000 (тридцать тысяч) рублей).

В Федеральный закон № 227-ФЗ было внесено важное изменение, суть которого сводится к расчету величины отклонения цены в сделке от рыночного интервала [2]. Действующее законодательно включает термин безопасного коридора, если цена, используемая в конкретной сделке, соответствует ему, её стоит считать рыночной. Интервал рыночных цен рассчитывается путем сравнения разнообразия рыночных цен, участвующих в сделке и попадающих в интервал от минимального до максимального, на основании данных полученных по сопоставимым компаниям.

Стоит обратить внимание, что для целей налогообложения есть механизм заключения соглашений о ценообразовании [9]. Для наиболее крупных налогоплательщиков создана возможность обращения их с заявлением о заключении указанного соглашения, для создания порядка формирования цен и

методов ценообразования в сделках, подлежащих контролю со стороны налоговых органов, т.е. предметом соглашений выступает не трансфертная цена, а методика их расчета.

Предприятие ежегодно должно самостоятельно проводить анализ соглашений, заключенных между взаимозависимыми лицами, с целью соблюдения условий, оговоренных в законодательных актах, чтобы избежать доначисления налоговых платежей.

Величина госпошлины за рассмотрение заявления о заключении соглашения о ценообразовании, а также заявления о внесении изменений в него, равняется по величине 2 млн. руб.

В качестве еще одного механизма, созданного на законодательном уровне, выступают симметричные корректировки [1]. НК РФ создал право для второй стороны сделки выполнить перерасчет налоговой базы в следующих ситуациях:

- если относительно первой стороны сделки была выполнена проверка ФНС России и произведено доначисление налоговых платежей. Вторая сторона сделки имеет возможность осуществить перерасчет на основании цен, установленных в ходе проверки как рыночные;

- если первая сторона сделки произвела корректировку налоговой базы и уплатила недоимку самостоятельно. В подобной ситуации вторая сторона сделки обладает потенциальной возможностью выполнять перерасчет налоговой базы на базе цен корректировки первой стороны.

Вышеуказанные изменения присуща глобальность для субъектов налоговых отношений, а именно, осуществляющих налоговый контроль и подпадающих под него.

Изменения направлены на упорядочивание и повышение эффективности мероприятий относительно контроля со стороны налоговых органов в вопросах относительно трансфертного ценообразования, корректного расчета интервала рыночных цен, дающих характеристику взаимосвязи предложения и спроса.

Нормы трансфертного ценообразования связаны с введением в налоговое

законодательство института консолидированной группы налогоплательщиков.

С 2012 г. в Российской Федерации действует законодательство по трансфертному ценообразованию, регулируемое Разделом V.1. Налогового кодекса РФ [10]. Стоит сделать акцент, что нормы раздела схожи с «Руководством ОЭСР по трансфертному ценообразованию» (OECD Transfer Pricing guidelines 2017), но с учетом специфики российской экономики [12]. Единый подход к регулированию трансфертных цен как в российской практике, так и в международной, позволяет минимизировать возможности недобросовестного использования трансфертных цен со стороны компаний, действующих в разных юрисдикциях и исключить риск двойного налогообложения. Это способствует формированию благоприятного инвестиционного климата.

2.2 Методы расчета трансфертных цен

Налоговое законодательство предусматривает механизм формирования подтверждения налогоплательщиком рыночного характера ценообразования между взаимозависимыми лицами [20, с. 43]. Рассмотрим пять методов трансфертного ценообразования.

Первый метод – метод сравнения цен – является основным в процессе реализации товаров, услуг и работ).

Второй метод – метод цены последующей реализации – является доминирующим, если товар передается иному лицу без переработки.

Третий метод – затратный метод – состоит в сравнении рыночной валовой рентабельности затрат реализатора, он используется если нет возможности применения одного из вышеуказанных методов.

Четвертый метод – метод сопоставимой рентабельности – состоит в сравнении операционной рентабельности стороны сделки с рыночным уровнем операционной рентабельности в сопоставимых сделках, данный метод применяется если невозможно использовать вышеуказанные методы.

Пятый метод – метод распределения прибыли – сводится к перераспределению прибыли, полученной участниками сделки, но аналогично механизму распределения между независимыми сторонами, этот метод используется в основном для участников сделки, являющегося собственником НМА, оказывающим влияние на рентабельность и нет потенциальной возможности использования иных методов.

Согласно НК РФ есть возможность использования комбинации двух и большего числа методов для расчета трансфертных цен.

В зарубежных странах, сделки, которые попадают под контроль налоговых органов, обязаны предоставлять специальный расчет трансфертной цены [19, с. 35]. В Российской Федерации такой необходимости нет, и организации могут самостоятельно выбирать метод ценообразования, так как данный вопрос в Налоговом Кодексе никак не определен. Однако, налоговые инспекции в праве (потенциально) рассчитать трансфертную цену по сделке. Потому что это может способствовать минимизации налоговой базы, что влечет за собой бюджетные потери.

В качестве основного метода для определения трансфертных цен для целей налогообложения является метод сопоставимых рыночных цен, который базируется на данных по ценам на сопоставимые товары (работы, услуги), которые должны соответствовать диапазону полученных рыночных на идентичные товары.

Метод сопоставимых рыночных цен ограничен тем, что в процессе сбора информации не всегда мы можем в полной мере определить уровень затрат, относящихся к той или иной сделке, т.е. к достоверности полученной информации, а также высоким уровнем различия между высокотехнологичными продуктами и условиями сделки. Напротив, преимуществом метода может служить его объективность, так как в полной может быть собран только высококвалифицированными специалистами.

Пример

Рассмотрим пример определения соответствия цены контролируемой сделки рыночному уровню с использованием метода сопоставимых рыночных цен.

На протяжении года организация «Альфа» поставляла товар компании ОАО «Производственная фирма «Мастер» с целью дальнейшей переработки. Данные организации являются взаимозависимыми лицами. Вместе с тем, ОАО «Мастер» на сегодняшний день имеет статус участника центра «Сколково», и, в связи с этим согласно статье 246.1 НК получает освобождение от уплаты налога на прибыль. Между организациями «Альфа» и «Мастер» совокупный доход по сделкам превышает 1 млрд руб. В соответствии с установленными условиями сделки, договорная цена поставляемого товара составляет 3000 руб. за одну тонну. Объём проданного товара составляет 1 100 000 тонн.

Ввиду того, что сделку между организациями «Альфа» и «Мастер» признают контролируемой, договорная цена сделки должна быть проверена на соответствие рыночной цене. Для выполнения данного условия бухгалтер организации «Альфа» получил информацию об условиях аналогичных сделок у конкурентов и провел сопоставление полученных данных с условиями сделки между организациями «Альфа» и «Мастер». В ходе анализа рынка бухгалтер получил следующие данные о сопоставимых ценовых показателях (выборки): 2950 руб./тонну, 3150 руб./тонну, 3100 руб./тонну и 3200 руб./тонну.

Далее бухгалтер, определяя интервал рыночных цен рассортировал ценовые показатели в порядке возрастания с присвоением им порядковых номеров:

- 1) 2950;
- 2) 3100;
- 3) 3150;
- 4) 3200.

Как видим, количество ценовых показателей – четыре, из этого следует, что при делении на четыре получилось целое число ($4 : 4 = 1$).

Для определения минимального значения интервала, бухгалтер использовал два следующих показателя:

- цену с порядковым номером 1 – 2950 руб./тонну;
- цену с порядковым номером 2 – 3100 руб./тонну.

Таким образом, среднее арифметическое значение этих величин составляет 3025 $((2950 + 3100) : 2)$.

Данный показатель равен минимальному значению интервала рыночных цен.

Для определения максимального значения интервала, бухгалтер нашел произведение количества ценовых показателей, входящих в интервал и коэффициента 0,75. В результате получено целое число 3 $(4 \times 0,75 = 3)$. Чтобы определить максимальное значение интервала, бухгалтер воспользовался двумя показателями:

- цена с порядковым номером 3 – 3150 руб./тонну;
- цена с порядковым номером 4 – 3200 руб./тонну.

Таким образом, среднее арифметическое значение этих величин составляет 3175 $((3150 + 3200) : 2)$.

Данный показатель равен максимальному значению интервала рыночных цен.

Как показывают результаты проведенных расчётов, полученный интервал рыночных цен на товар составил от 3025 руб./тонну до 3175 руб./тонну. Из этого следует, что цена (3000 руб./тонну), которую применили при сделке между организациями «Альфа» и «Мастер», не соответствует сложившейся рыночной цене. Таким образом, для задач налогообложения организации «Альфа» необходимо использовать цену 3025 руб./тонну (минимальное значение интервала цен).

Бухгалтер организации «Альфа» в течении года руководствуясь нормами пункта 7 статьи 105.3 НК производил расчёты налога на прибыль исходя из договорной цены сделки (3000 руб./тонну). В результате чего, по итогам года, данные по налогу на прибыль оказались занижены. Вследствие этого, бухгалтер решил осуществить корректировку налогооблагаемой прибыли.

Так, исходя из сложившейся рыночной цены, сумма дохода по сделке составляет 3 327 500 000 руб. $(3025 \text{ руб./тонну} \times 1,1 \text{ млн тонн})$. Данная сумма

(вместо суммы 3 300 000 000 руб.) была учтена бухгалтером в составе доходов от реализации и отражена в годовой декларации по налогу на прибыль. Бухгалтер при расчёте налога на прибыль (по сроку уплаты налога до 28 марта следующего года) определил величину налога с учётом рыночного дохода по сделке.

Согласно законодательству метод цены последующей реализации [1] базируется на использовании валовой рентабельности налогоплательщика в процессе проведения контролируемой сделки.

Если отношение валовой прибыли к выручке компании (валовая рентабельность), выполняющей перепродажу товара (работ, услуг), находится в интервале рентабельности, можно считать, что цена приобретенного товара в контролируемой сделке соответствует рыночной цене.

Если валовая рентабельность лица, выполняющего перепродажу товара (работ, услуг), ниже нижней границы определенного интервала рентабельности, то используется цена, которая определена на базе фактической цены последующей реализации товара и валовой рентабельности, которая соответствует нижней границе диапазона рентабельности.

Если валовая рентабельность лица, осуществляющего перепродажу, будет более высокой, чем верхняя граница диапазона рентабельности, то принимается цена для контролируемой сделки, определяемая на базе фактической цены последующей реализации товара и валовой рентабельности, которая находится на уровне верхней границы диапазона рентабельности.

В расчете соотношения валовой прибыли и выручки (валовой рентабельности) требуется применять алгоритм аналогичный тому, что используется в методе сопоставимых цен. При этом вместо ценовых показателей необходимо включить показатель валовой рентабельности реализованной продукции.

Пример

Рассмотрим пример определения соответствия цены контролируемой сделки рыночному уровню используя метод цены последующей реализации.

На протяжении года организация «Альфа» поставляла товар компании ОАО «Производственная фирма «Мастер» с целью дальнейшей переработки. Данные организации являются взаимозависимыми лицами. Вместе с тем, ОАО «Мастер» на сегодняшний день имеет статус участника центра «Сколково», и, в связи с этим согласно статье 246.1 НК получает освобождение от уплаты налога на прибыль. Между организациями «Альфа» и «Мастер» совокупный доход по сделкам превышает 1 млрд руб. В соответствии с установленными условиями сделки, договорная цена поставляемого товара составляет 2000 руб. за одну тонну. Объем проданного товара составляет 1 100 000 тонн.

Организация «Мастер» без какой-либо переработки перепродаёт товар по цене 5000 руб. за тонну нескольким покупателям, которые не являются с данной организацией взаимозависимыми лицами. Валовая рентабельность реализованной продукции организации «Мастер» составляет 0,60.

Ввиду того, что сделку между организациями «Альфа» и «Мастер» признают контролируемой, договорная цена сделки должна быть проверена на соответствие рыночной цене. Для выполнения данного условия бухгалтер организации «Альфа» произвел расчёты показателей валовой рентабельности реализованной продукции по своим сделкам с независимыми контрагентами. Все данные были взяты из бухгалтерской отчётности. В результате чего, были получены следующие результаты. Рентабельность организации «Альфа» при перепродаже товаров независимым контрагентам составляет: 0,32; 0,39; 0,35; 0,41; 0,31; 0,39; 0,38; 0,42; 0,35; 0,34.

Далее бухгалтер для определения интервала валовой рентабельности рассортировал полученные значения в порядке возрастания с присвоением им порядковых номеров:

- 1) 0,31;
- 2) 0,32;
- 3) 0,34;
- 4) 0,35;

- 5) 0,35;
- 6) 0,38;
- 7) 0,39;
- 8) 0,39;
- 9) 0,41;
- 10) 0,42.

Как видим, количество показателей валовой рентабельности – десять, из этого следует, что при делении на четыре получилось дробное число ($10 : 4 = 2,5$). Минимальным является значение интервала равное 0,34 (проводим округление 2,5 в меньшую сторону до 2 и увеличиваем на единицу, что отвечает цене с порядковым номером 3).

Для определения максимального значения интервала, бухгалтер нашел произведение количества ценовых показателей, входящих в интервал и коэффициента 0,75. В результате получено дробное число 7,5 ($10 \times 0,75 = 7,5$). Максимальным является значение интервала равное 0,39 (проводим округление 7,5 в меньшую сторону до 7 и увеличиваем на единицу, что отвечает цене с порядковым номером 8).

Итак, полученное значение интервала валовой рентабельности составило от 0,34 до 0,39. Отсюда можно сделать вывод, что рентабельность организации «Мастер» не соответствует сложившейся на рынке, что подтверждается соотношением $0,60 > 0,39$. Как результат, цена, которая использовалась в анализируемой сделке между организациями «Альфа» и «Мастер» (2000 руб./тонну), не соответствует рыночной цене. Таким образом, учитывая полученное максимальное значение показателя валовой рентабельности 0,39, наценка организации «Мастер» (цена реализации – цена закупки) должна быть равна 1950 руб./тонну ($5000 \text{ руб./тонну} \times 0,39$).

Соответственно, рыночная цена товара, поставляемого в рамках исследуемой сделки должна равняться 3050 руб./тонну ($5000 \text{ руб./тонну} - 1950 \text{ руб./тонну}$).

Затратный метод является методом для сопоставления цены сделки рыночной на основании сравнения валовой рентабельности затрат лица, выступающего участником такой сделки или же группы таких однородных сделок, с рыночным диапазоном валовой рентабельности затрат в сопоставимых сделках.

В процессе расчета трансфертной цены методом затрат на практике используют различные виды себестоимости [31, с. 87]. Сумма полной себестоимости и прибыли является трансфертной ценой.

У этого метода есть достоинства и недостатки, к первой категории следует отнести объективность и простоту расчетов, ко второй - отсутствие заинтересованности у продавца к снижению уровня его фактических затрат.

Если цена формируется на основании неполной себестоимости, то затраты компании делят на основании их зависимости от производственных объемов на постоянные (не зависят от объема и относятся на финансовый результат, соответственно, покрываются за счет маржинального дохода) и переменные (зависят от объема производства, на их основании выполняется расчет неполной себестоимости) [22, с. 139]. Трансфертная цена в рамках этого метода рассчитывается как переменные затраты плюс маржинальный доход.

Достоинство метода заключается в том, что на базе переменных затрат возникает возможность обеспечить гибкость цен с учетом текущей рыночной ситуации и принимать более обоснованные решения в вопросе изменения объемов производства. В качестве недостатка этого метода выступает наличие в компании чрезмерно развитой системы управленческого учета.

При использовании метода нормативной себестоимости в процессе установки трансфертной цены происходит расчет управляющей компанией сметной цены центру ответственности, у последнего нет возможности превышать её, возникшие отклонения фактических цен относят на финансовый результат [22, с. 141]. Трансфертная цена на основании данного метода определяется: себестоимость плюс нормативная прибыль.

Недостаток данного метода заключается в отсутствии возможности его использования при высоких уровнях инфляции.

Недостатками затратных методов ценообразования являются высокий уровень цены реализации внешнему клиенту (порой выше рыночной), что ведет к уменьшению реализации на рынке и санкциям со стороны налоговых органов.

Если валовая рентабельность затрат реализатора, выступающего участником сделки, которая подлежит контролю, находится в диапазоне рентабельности, то считается, что цена такой сделки соответствует рыночной.

Расчёт данных показателей производят на основе данных бухгалтерской отчётности с учётом определённых особенностей.

Согласно общему правилу, для сопоставления необходимо использовать показатели как минимум четырёх организаций [38, с. 54]. Впрочем, в случае отсутствия информации о таком количестве организаций, допускается использование информации меньшего количества показателей.

Для расчёта валовой рентабельности затрат необходимо использовать следующую формулу [17, с. 98]:

Валовая рентабельность затрат = Валовая прибыль : Себестоимость проданных товаров, работ, услуг

Если результаты расчёта валовой рентабельности продавца показывают, что валовая рентабельность продавца ниже рыночной (ниже минимального значения интервала), то для целей налогообложения цену сделки целесообразно скорректировать. Важно чтобы корректировки соответствовали общему принципу трансфертного ценообразования.

Пример

Рассмотрим пример определения соответствия цены контролируемой сделки рыночному уровню с использованием затратного метода.

На протяжении года организация «Альфа» поставляла товар компании ОАО «Производственная фирма «Мастер» с целью дальнейшей переработки. Данные организации являются взаимозависимыми лицами. Вместе с тем, ОАО «Мастер» на сегодняшний день имеет статус участника центра «Сколково», и, в связи с этим согласно статье 246.1 НК получает освобождение от уплаты налога на прибыль. Между организациями «Альфа» и «Мастер» совокупный доход по сделкам превышает 1 млрд руб. В соответствии с установленными условиями сделки, договорная цена поставляемого товара составляет 3000 руб. за одну тонну. Объем проданного товара составляет 1 100 000 тонн. Себестоимость поставляемого товара – 2800 руб. за одну тонну. Валовая рентабельность затрат составляет 0,075.

Ввиду того, что сделку между организациями «Альфа» и «Мастер» признают контролируемой, договорная цена сделки должна быть проверена на соответствие рыночной цене. Для выполнения данного условия бухгалтер организации «Альфа» произвёл расчёты валовой рентабельности затрат по своим сделкам с несколькими независимыми контрагентами. Все данные были взяты из бухгалтерской отчётности. В ходе анализа, бухгалтер получил следующие данные рентабельности по продаже товаров с независимыми контрагентами: 0,062; 0,072; 0,069; 0,085; 0,078; 0,083; 0,081; 0,065; 0,076; 0,078; 0,063; 0,069.

Далее бухгалтер для определения интервала валовой рентабельности затрат рассортировал показатели рентабельности в порядке возрастания, присвоив им порядковые номера:

- 1) 0,062;
- 2) 0,063;
- 3) 0,065;
- 4) 0,069;
- 5) 0,069;
- 6) 0,072;
- 7) 0,076;
- 8) 0,078;

- 9) 0,078;
- 10) 0,081;
- 11) 0,083;
- 12) 0,085.

Как видим, количество показателей валовой рентабельности – двенадцать, из этого следует, что при делении на четыре получилось целое число ($12 : 4 = 3$).

Для определения минимального значения интервала, бухгалтер использовал два следующих показателя:

- рентабельность с порядковым номером 3 – 0,065;
- рентабельность с порядковым номером 4 – 0,069.

Таким образом, среднее арифметическое значение этих величин составляет 0,067 ($((0,065 + 0,069) : 2)$).

Данный показатель равен минимальному значению интервала валовой рентабельности затрат.

Для определения максимального значения интервала, бухгалтер нашел произведение количества ценовых показателей, входящих в интервал и коэффициента 0,75. В результате получено целое число 9 ($12 \times 0,75 = 9$). Для расчета максимального значения интервала бухгалтер использовал два следующих показателя:

- рентабельность с порядковым номером 9 – 0,078;
- рентабельность с порядковым номером 10 – 0,081.

Таким образом, среднее арифметическое значение этих величин составляет 0,0795 ($((0,078 + 0,081) : 2)$).

Рассчитанный показатель равен максимальному значению интервала валовой рентабельности затрат.

Итак, полученный интервал показателя валовой рентабельности затрат составил от 0,067 до 0,0795. Из этого следует, что валовая рентабельность поставщика соответствует сложившейся на рынке, что подтверждается неравенством $0,067 < 0,075 < 0,0795$. Как результат, цена, которая была

использована в сделке между организациями «Альфа» и «Мастер» (3000 руб./тонну), также соответствует установленной на рынке цене. Такая ситуация предполагает, что цену для целей налогообложения корректировать нет необходимости.

Согласно действующего законодательства метод сопоставимой рентабельности использует рентабельность при совершении контролируемой сделки [1]. Этот метод применяется в случае если не могут быть применены метод сопоставимых рыночных цен, метод цены последующей реализации и затратный метод в связи с тем, что нет или мало данных, на основании которых можно заключить о сопоставимости коммерческих или финансовых условий сопоставляемых сделок.

Используют такие показатели операционной рентабельности для указанного метода:

- 1) рентабельность продаж;
- 2) рентабельность затрат;
- 3) рентабельность управленческих и коммерческих затрат;
- 4) рентабельность активов;

5) любой иной показатель рентабельности, показывающий взаимосвязь между выручкой и выполняемыми функциями, используемыми активами и принимаемой величиной коммерческих рисков.

Если рентабельность по сделке, подлежащей контролю, находится в диапазоне рентабельности, считается, что цена соответствует рыночной.

Если рентабельность по сделке, подлежащей контрольным мероприятиям, ниже нижней границы диапазона рентабельности, следует учитывать минимальное значение диапазона рентабельности.

Если рентабельность выше верхней границы диапазона рентабельности, то учету подлежит максимальное значение интервала рентабельности.

На основании учета нижнего или верхнего предела диапазона рентабельности выполняется корректировка прибыли (выручки, дохода) по сделке, подлежащей контролю, в целях налогообложения.

В целом, рассмотренные выше методы сопоставимой рентабельности и затратный метод практически идентичны. В их применении существуют лишь два различия. Первое различие заключается в том, что по результатам сопоставления рентабельности, при наличии необходимости, проводится корректировка прибыли (выручки, дохода) от сделки, а не цены по ней [26, с. 14]. Второе различие заключается в том, что для расчётов используют любые из приведенных ниже показателей рыночной рентабельности:

- рентабельность продаж;
- рентабельность затрат;
- рентабельность коммерческих и управленческих расходов;
- рентабельность активов;
- иной показатель рентабельности.

Для расчета показателей необходимо использовать следующие формулы [1]:

Рентабельность продаж = Прибыль от продаж : Выручка от продаж (за минусом НДС и акцизов);

Рентабельность затрат = Прибыль от продаж : (Себестоимость проданных товаров, работ, услуг + Коммерческие и управленческие расходы, связанные с продажей товаров, работ, услуг);

Рентабельность коммерческих и управленческих расходов = Валовая прибыль : Коммерческие и управленческие расходы, связанные с продажей товаров (работ, услуг);

Рентабельность активов = Прибыль от продаж :

: Текущая рыночная стоимость (при отсутствии информации – балансовая стоимость) оборотных и внеоборотных активов, которые прямо или косвенно использованы в контролируемой сделке.

Важно выбирать конкретный показатель рентабельности с целью сопоставления с учётом определённых особенностей.

Пример

Рассмотрим пример определения соответствия цены контролируемой сделки рыночному уровню с использованием метода сопоставимой рентабельности продаж.

На протяжении года организация «Альфа» поставляла товар компании ОАО «Производственная фирма «Мастер» с целью дальнейшей переработки. Данные организации являются взаимозависимыми лицами. Вместе с тем, ОАО «Мастер» на сегодняшний день имеет статус участника центра «Сколково», и, в связи с этим согласно статье 246.1 НК получает освобождение от уплаты налога на прибыль. Между организациями «Альфа» и «Мастер» совокупный доход по сделкам превышает 1 млрд руб. Исходя из этого, сделки признаются контролируруемыми.

В соответствии с установленными условиями сделки, договорная цена поставляемого товара составляет 2000 руб. за одну тонну. Объём поставляемого товара составляет 1 100 000 тонн. Прибыль составляет 660 000 000 руб. Проведенные расчёты показывают, что фактическая рентабельность продаж составляет 0,30 (660 000 000 руб.: (1 100 000 тонн × 2000 руб./тонну)).

Ввиду того, что сделку между организациями «Альфа» и «Мастер» признают контролируемой, договорная цена сделки должна быть проверена на соответствие рыночной цене. Для выполнения данного условия бухгалтер организации «Альфа» произвёл расчёты рентабельности продаж сопоставимых по виду деятельности организаций. Все данные были получены из справочных систем анализа компаний. В ходе анализа, бухгалтер получил следующие данные

рентабельности по продаже товаров с независимыми контрагентами: 0,32; 0,39; 0,35; 0,41; 0,38; 0,36; 0,42; 0,44; 0,39; 0,37; 0,45; 0,45.

Далее бухгалтер для определения интервала валовой рентабельности затрат рассортировал показатели рентабельности в порядке возрастания, присвоив им порядковые номера:

- 1) 0,32;
- 2) 0,35;
- 3) 0,36;
- 4) 0,37;
- 5) 0,38;
- 6) 0,39;
- 7) 0,39;
- 8) 0,41;
- 9) 0,42;
- 10) 0,44;
- 11) 0,45;
- 12) 0,45.

Как видим, количество показателей валовой рентабельности – двенадцать, из этого следует, что при делении на четыре получилось целое число ($12 : 4 = 3$).

Для определения минимального значения интервала, бухгалтер использовал два следующих показателя:

- рентабельность с порядковым номером 3 – 0,36;
- рентабельность с порядковым номером 4 – 0,37.

Таким образом, среднее арифметическое значение этих величин составляет 0,365 ($((0,36 + 0,37) : 2)$).

Данный показатель равен минимальному значению интервала рентабельности продаж.

Для определения максимального значения интервала, бухгалтер нашел произведение количества показателей рентабельности, входящих в интервал и

коэффициента 0,75. В результате получено целое число 9 ($12 \times 0,75 = 9$). Для расчета максимального значения интервала бухгалтер использовал два следующих показателя:

- рентабельность продаж с порядковым номером 9 – 0,42;
- рентабельность продаж с порядковым номером 10 – 0,44.

Таким образом, среднее арифметическое значение этих величин составляет 0,43 ($(0,42 + 0,44) : 2$).

Данный показатель равен максимальному значению интервала рентабельности продаж.

Таким образом, интервал рентабельности продаж составил от 0,365 до 0,43. Из этого следует, что рентабельность продаж продавца не соответствует рыночной, что подтверждается соотношением $0,30 < 0,365$. Как следствие, цена, которая была применена в сделке между организациями «Альфа» и «Мастер» (2000 руб./тонну), также не соответствует рыночной цене. Бухгалтер организации «Альфа» для целей налогообложения скорректировал прибыль по сделке с организацией «Мастер», исходя из минимального значения рентабельности 0,365. Таким образом, по результатам корректировки прибыль составляет 803 000 000 руб. ($(1\ 100\ 000\ \text{тонн} \times 2000\ \text{руб./тонну} \times 0,365)$). Также бухгалтер дополнительно включил 143 000 000 руб. ($803\ 000\ 000\ \text{руб.} - 660\ 000\ 000\ \text{руб.}$) в состав внереализационных доходов.

Согласно законодательству метод распределения прибыли распределяет величину прибыли сделки.

Если бухгалтерская отчетность анализируемых компаний формируется по разным правилам учета, в такой ситуации их отчетность важно привести для целей использования этого метода к единым правилам бухгалтерского учета.

Редко применяется метод распределения прибыли, только если отсутствует возможность для использования вышеуказанных методов ценообразования и при наличии тесной взаимосвязи деятельности участников исследуемой сделки; при

наличии у них прав на объекты интеллектуальной собственности, оказывающих сильное влияние на их рентабельность.

Данный метод используется для распределения общей или остаточной величины прибыли участников сделки, в частности, расчетная величина прибыли (убытка) каждого из участников сделки подлежит определению на базе одного из 4-х методов трансфертного ценообразования с учетом им выполняемых функций, используемых активов и принимаемой величины коммерческих рисков; расчет для остаточной прибыли (убытка) по сделке определяют как дельту между общей прибылью (убытком) по сделке и расчетной величине прибыли (убытка) от продаж.

При распределении совокупной (во втором случае – остаточной) прибыли важно учитывать степень участия каждой из сторон в контролируемой сделке. Соответственно, степень участия каждой из сторон необходимо определять на основе показателей, которые оказывают влияние на величину прибыли (убытка) по контролируемой сделке [2]. К ним относят:

- величина затрат на создание нематериальных активов, которые используются в сделке и оказывают влияние на ее финансовый результат;
- характеристики персонала (численный состав, квалификация, затраты труда, размер расходов на заработную плату);
- рыночная стоимость активов, которые используются в сделке и оказывают влияние на ее финансовый результат.

По результатам распределения прибыли (в первом случае – совокупной, остаточной – во втором) при учете степени участия сторон контролируемой сделки расчет по первому варианту можно считать готовым [31., с. 78]. Что касается второго варианта, то здесь готов лишь один показатель, а именно – остаточная прибыль каждой из сторон сделки.

При проведении расчетов по второму варианту (распределение остаточной прибыли) в качестве дополнения целесообразно определить итоговый размер прибыли для каждой из сторон сделки. Для решения этой задачи для каждой из

сторон сделки необходимо найти сумму остаточной и расчетной прибыли соответственно [1]. Проведенные расчеты позволят определить показатели, необходимые для сопоставления по второму варианту.

На следующем этапе целесообразно провести сравнение фактического распределения прибыли (убытка) с расчетным. В ситуации, когда фактические показатели прибыли (убытка) контролируемой сделки будут отличаться от расчетных, следует провести корректировку налоговой базы по налогу на прибыль [2]. Важно, что проводимые корректировки должны отвечать общему принципу трансфертного ценообразования.

В ходе распределения между участниками общей или остаточной прибыли (убытка) важно учесть рыночную стоимость используемых активов; персонал, работающий над результатами сделки; затраты каждого из участников на создание нематериальных активов; иные показатели, указывающие на связь между прибылью (убытком) и исполняемыми функциями, применяемыми активами и принимаемыми коммерческими рисками.

На базе сравнения убытка или прибыли, учтенных в налогообложении с фактически полученными убытками или прибылью, выполняется корректировка прибыли участника сделки для определения налога на прибыль компании.

Использование в налогообложении прибыли или убытка, определенных на базе указанного метода, происходит при условии, что это не ведет к уменьшению налоговых отчислений, подлежащих уплате в различные бюджеты России.

Вывод по разделу 2

Под трансфертным ценообразованием именуется процесс формирования цен для сделок между компаниями, которые являются взаимозависимыми, при этом данные цены дают возможность перераспределения убытков или дохода внутри такой группы, соответственно, сведения к минимуму величины налоговой базы.

В основе налогообложения сделок между взаимозависимыми лицами заложен принцип сопоставления доходов. Целью данного принципа является сопоставление фактических доходов, полученных по сделке, с теми доходами, которые организация могла бы получить в том случае, если бы совершила аналогичную сделку с лицом, которое не является взаимозависимым.

Однако можно рассматривать трансфертные цены с целью распределения затрат между различными центрами ответственности компании или формирования центра прибыли исключительно в рамках управленческого учета, но, стоит отметить, что подобный подход не ведет к изменениям в финансовом положении исследуемой компании, поэтому он не является предметом анализа для налогообложения.

Для определения трансфертных цен в Налоговом кодексе РФ используется пять методов:

Основным (первым) методом для определения трансфертных цен с целью налогообложения доходов является метод сопоставимых рыночных цен, основанный на расчете соответствия цены товаров (работ, услуг) в сделке, на базе сравнения цены, используемой в исследуемой сделке, с диапазоном рыночных цен идентичных товаров.

Метод цены (второй) последующей реализации базируется на использовании валовой рентабельности налогоплательщика в процессе проведения сделки. В процессе применения метода цены последующей реализации анализ валовой рентабельности требует достаточного уровня сравнения стандартов бухгалтерского учета между исследуемой сделкой и потенциально сопоставимыми сделками.

Затратный метод (третий) является методом для сопоставления цены сделки рыночной на основании сравнения валовой рентабельности затрат лица, выступающего участником такой сделки или же группы таких однородных сделок, с рыночным диапазоном валовой рентабельности затрат в сопоставимых сделках.

Согласно действующему законодательству метод сопоставимой рентабельности (четвертый) использует рентабельность при совершении сделки [1]. Этот метод применяется в случае, если не могут быть применены метод сопоставимых рыночных цен, метод цены последующей реализации и затратный метод в связи с тем, что нет или мало данных, на основании которых можно заключить о сопоставимости коммерческих или финансовых условий сопоставляемых сделок.

Редко применяется метод распределения прибыли (пятый), только если отсутствует возможность для использования вышеуказанных методов ценообразования и при наличии тесной взаимосвязи деятельности участников исследуемой сделки.

Между участниками исследуемой сделки или же группы однородных сделок прибыль распределяется на базе их вклада в полученную прибыль, оцениваемого пропорционально выполняемым функциям, применяемым активам и принимаемым коммерческим рискам, а также капиталу, инвестированному в сделку, если данные бухгалтерского учета сопоставимы, а общая рентабельность активов участников приведена к сравнительному виду методом корректировок.

3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО РАСПРЕДЕЛЕНИЮ ПРИБЫЛИ В ГРУППЕ КОМПАНИЙ

3.1 Выбор метода трансфертного ценообразования

В нашей стране компании в процессе расчета трансфертных цен имеют возможность использовать любой метод ценообразования, т. к. сейчас данный вопрос в налоговом законодательстве не имеет нормативных требований с целью применения рыночной цены. Но для налогообложения у налоговых органов есть потенциальная возможность пересчитать трансфертную цену компании по подконтрольной сделке, что описывается в гл. 14 НК РФ, по 5 методам ценообразования [1].

Основным методом для определения трансфертных цен с целью налогообложения доходов является метод сопоставимых рыночных цен.

Ограничение на использование метода сопоставимых рыночных цен в данной работе связано с недостаточным объемом информации о рынке продукции, имеющейся в свободном доступе. По итогам анализа сделок нет достаточной информации о сопоставимых сделках и ценах на них из достоверных и надежных источников.

В процессе применения метода цены последующей реализации и затратного метода измерение себестоимости и валовой рентабельности зависит от применения методов и принципов бухгалтерского учета, действующих в каждой компании. В настоящее время сложно обеспечить сопоставление учетной политики потенциально сравниваемых и независимых дистрибьюторов на территории нашей страны (из-за наличия существенных отличий в методах учета отдельных видов расходов и недоступности сведений об учетной политике сравниваемых и независимых компаний), а, соответственно, сложно получить надежные результаты для использования указанных методов.

Метод распределения прибыли является наиболее сложным с точки зрения расчетов. Необходима выработка практики его применения и предварительная разработка конкретных методик распределения. При его применении наиболее велика доля субъективизма.

В случае метода сопоставимой рентабельности, внешнюю сопоставимую информацию об операционной прибыли можно найти в доступных открытых или даже платных источниках. Также данный метод может использоваться, в случае недостаточного объема информации, на основании которой можно сделать вывод о наличии необходимой степени сопоставимости коммерческих и (или) финансовых условий сопоставляемых сделок и использовать вышеперечисленные методы.

В данной работе применяется метод сопоставимой рентабельности. Можно сказать, что в случаях небольших различий в функциях, выполняемых зависимыми и независимыми компаниями, результаты данного метода являются надежными, а применяемые показатели для метода сопоставимой рентабельности не подвержены существенным отклонениям.

В соответствии с п. 1 ст. 105.12 Налогового кодекса [1], метод сопоставимой рентабельности заключается в сопоставлении операционной рентабельности, сложившейся у лица, являющегося стороной анализируемой сделки, с рыночным интервалом операционной рентабельности в сопоставимых сделках, определенным в порядке, предусмотренном статьей 105.8 Налогового Кодекса.

Если рентабельность по сделке, подлежащей контролю, находится в диапазоне рентабельности, считается, что цена соответствует рыночной.

Если рентабельность по сделке, подлежащей контрольным мероприятиям, ниже нижней границы диапазона рентабельности, следует учитывать минимальное значение диапазона рентабельности.

Если рентабельность выше верхней границы диапазона рентабельности, то учету подлежит максимальное значение интервала рентабельности.

На основании учета нижнего или верхнего предела диапазона рентабельности выполняется корректировка прибыли (выручки, дохода) по сделке, подлежащей контролю, в целях налогообложения.

Для расчётов используют любые из приведенных ниже показателей рыночной рентабельности:

- рентабельность продаж;
- рентабельность затрат;
- рентабельность коммерческих и управленческих расходов;
- рентабельность активов;
- иной показатель рентабельности.

3.2 Выбор компаний для определения интервала рентабельности

Определение тестируемого показателя и тестируемой стороны принципиально важно, их обоснованию обычно уделяется пристальное внимание. В подводящей части находятся на первый взгляд технические, рутинные вопросы бенчмаркинга – поиска сопоставимых компаний.

На сегодня конкретной детальной методики отбора сопоставимых компаний для целей раздела V.1 НК РФ не существует.

Анализ позволяет выделить две группы критериев сопоставимости, которые условно можно назвать обязательными конкретными и обязательными оценочными.

Обязательные конкретные критерии сопоставимости четко установлены в Налоговом кодексе РФ.

1) осуществление сопоставимой деятельности с учетом классификаторов видов деятельности (подп. 1 п. 5 ст. 105.8 НК РФ) [1];

2) величина чистых активов сопоставимой организации больше или равна нулю по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности по состоянию на

31 декабря последнего года из нескольких лет, за которые рассчитывается рентабельность (подп. 2 п. 5 ст. 105.8 НК РФ) [1];

3) организация не имеет убытков от продаж по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности более чем в одном году из нескольких лет, за которые рассчитывается рентабельность (подп. 3 п. 5 ст. 105.8 НК РФ) [1];

4) у сопоставимой компании нет организаций, которые участвовали бы в ней более чем на 25 %, и организаций, в которых она участвовала бы более чем на 25 % (далее – порог независимости) (подп. 4 п. 5 ст. 105.8 НК РФ) [1].

Компании, на основании данных которых налоговый орган и налогоплательщики вправе построить рыночный интервал рентабельности, должны соответствовать обязательным оценочным критериям сопоставимости:

– вести деятельность в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях относительно анализируемой сделки (абз. 2 п. 3, абз. 1 п. 5 ст. 105.8 НК РФ) [1];

– осуществлять функции, связанные с этой деятельностью и сопоставимые с теми, что выполняет тестируемая сторона в контролируемой сделке (подп. 1 п. 5 ст. 105.8 НК РФ) [1].

Эти оценочные критерии обязательны для исполнения, однако в отличие от конкретных обязательных критериев сопоставимости Налоговый кодекс РФ не устанавливает детальных параметров сопоставимости условий ведения деятельности и связанных с нею функций, оставляя это на усмотрение правоприменителя.

Обязательные оценочные критерии, в свою очередь, могут быть разделены на количественные и качественные.

К количественным обязательным оценочным критериям относится выручка. Во многих случаях именно выручка является ключевым показателем масштаба деятельности компании. Законодательство не содержит четких параметров размера выручки для целей определения сопоставимости организаций. В связи с этим при поиске сопоставимых компаний целесообразно установить пороги

выручки, чтобы отсечь организации с несопоставимо малым или большим оборотом по сравнению с тестируемой компанией.

Можно выделить два подхода к определению порога выручки.

Материальный подход – вычленение критериев сопоставимости выручки путем анализа рынка контролируемых сделок. Конкретные показатели размера выручки, свидетельствующие о сопоставимости компаний, устанавливаются в каждом конкретном случае.

Формальный подход – применение для налоговых целей размера выручки и иных количественных критериев, которые установлены законодательством для градации компаний. Пример – значения размера выручки, установленные для субъектов малого и среднего предпринимательства: до 400 млн руб. в год – малый бизнес; до 1 млрд руб. – средний бизнес; свыше 1 млрд руб. – крупный бизнес (постановления Правительства РФ от 22.07.2008 № 556 и от 09.02.2013 № 101 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства») [13].

Качественные обязательные оценочные критерии. Потенциально сопоставимые организации сначала отбираются из баз данных, которые содержат информацию о финансовых показателях компаний, в соответствии с конкретными обязательными критериями и количественными оценочными обязательными критериями сопоставимости (далее – первичная выборка).

Оценочные (как количественные, так и качественные) критерии характеризуют сопоставимость деятельности компаний и ее условий. Поэтому они должны распространяться не только на период, за который могут быть использованы показатели рентабельности сопоставимых компаний (три календарных года, непосредственно предшествующих календарному году, в котором была совершена анализируемая сделка, – подп. 3 п. 5 ст. 105.8 НК РФ) [1], но и на период совершения контролируемой сделки. К примеру, при контроле сделки, совершенной в 2018 г., количественные критерии, в частности размер годовой выручки, должны соблюдаться в течение 2015–2018 гг.

Затем организации, попавшие в первичную выборку, анализируются с помощью иных общедоступных источников информации.

В отличие от международных подходов Налоговый кодекс РФ устанавливает конкретное минимальное количество сопоставимых компаний, показателей которых может быть достаточно для расчета интервала рентабельности. В нормальной ситуации рыночный интервал может быть построен на основе показателей рентабельности не менее четырех сопоставимых компаний (абз. 1 п. 3 ст. 105.8 НК РФ) [1], но допустимо его рассчитывать и исходя из меньшего количества сопоставимых компаний (абз. 4 п. 3 ст. 105.8 НК РФ) [1].

На основании вышеизложенных критериев был произведен отбор сопоставимых организаций для ООО «ЭлМетро Групп». При проведении исследования были использованы материалы базы данных системы СПАРК.

В первоначальную выборку сопоставимых компаний для ООО «ЭлМетро Групп» попали организации, заявившие своим видом деятельности производство инструментов и приборов для измерения, тестирования и навигации. Далее для первоначальной выборки в базе данных автоматически отбираются компании в соответствии с критериями, установленными в п.5 ст. 105.8 НК РФ (величина чистых активов данных компаний больше 0 по данным отчетности на 31 декабря 2019 года, убытки от продаж у данных предприятий отсутствуют больше, чем в одном году за последние 5 лет, а также доля участия этих компаний в других организациях не более 25 %) [1]. После автоматического отбора в выборку попало более 300 компаний. Из них у 217 предприятий отсутствовали финансовые показатели, необходимые для расчетов. Затем были исключены компании, выручка которых в анализируемом периоде составила не менее 250 миллионов рублей и не более 400 миллионов рублей. В результате осталось 14 компаний. В итоговую выборку попали 4 организации, информацию о деятельности которых можно было подтвердить данными с их интернет-сайтов или информационных порталов. Для удобства процесс отбора сопоставимых компаний представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Процесс отбора сопоставимых компаний для ООО «ЭлМетро Групп»

Критерий	Оценка критерия	Отобрано компаний
Сопоставимость вида деятельности	код по ОКВЭД – 26.51 производство инструментов и приборов для измерения, тестирования и навигации	372
Независимость компаний	доля участия этих компаний в других организациях не более 25%	372
Отсутствие убытков	убытки от продаж у данных предприятий отсутствуют больше, чем в одном году за последние 5 лет	
Чистые активы	величина чистых активов данных компаний больше 0 по данным отчетности на 31 декабря 2019 года	
Отсутствие финансовых показателей	компании, у которых отсутствовали финансовые показатели за один или несколько периодов	155
Размер выручки	компании, выручка которых в анализируемом периоде составила не менее 250 миллионов рублей и не более 400 миллионов рублей	18
Дополнительная проверка деятельности на основании информации, полученной из других источников	организации, информацию о деятельности которых можно было подтвердить данными с их интернет-сайтов или информационных порталов	4
Итоговый перечень сопоставимых компаний	ООО «Тюмень Прибор» (г. Тюмень), ЗАО НПП «ЭИС» (г. Екатеринбург), ООО НПП «Мера» (г. Мытищи), ООО «Энай рус» (г. Москва)	

Данные критерии применялись также для отбора сопоставимых организаций для ООО «ЭлМетро – Инжиниринг».

В первоначальную выборку сопоставимых компаний для ООО «ЭлМетро - Инжиниринг» попали организации, заявившие своим видом деятельности оптовую торговлю производственным, электротехническим оборудованием, машинами, аппаратурой и материалами. Далее в базе данных автоматически отбираются компании в соответствии с критериями, установленными в п.5 ст. 105.8 НК РФ (величина чистых активов данных компаний больше 0 по данным

отчетности на 31 декабря 2019 года, убытки от продаж у данных предприятий отсутствуют больше, чем в одном году за последние 5 лет, а также доля участия этих компаний в других организациях не более 25 %) [1].

После автоматического отбора в выборку попало более 200 компаний. Из них у 175 предприятий отсутствовали финансовые показатели, необходимые для расчетов. Затем были исключены компании, выручка которых в анализируемом периоде составила не менее 300 миллионов рублей и не более 400 миллионов рублей. В результате осталось 18 компаний. В итоговую выборку попали 4 организации, информацию о деятельности которых можно было подтвердить данными с их интернет-сайтов или информационных порталов. Для удобства процесс отбора сопоставимых компаний представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Процесс отбора сопоставимых компаний для ООО «ЭлМетро - Инжиниринг»

Критерий	Оценка критерия	Отобрано компаний
Сопоставимость вида деятельности	код по ОКВЭД – 26.51 производство инструментов и приборов для измерения, тестирования и навигации	249
Независимость компаний	доля участия этих компаний в других организациях не более 25 %	
Отсутствие убытков	убытки от продаж у данных предприятий отсутствуют больше, чем в одном году за последние 5 лет	
Чистые активы	величина чистых активов данных компаний больше 0 по данным отчетности на 31 декабря 2019 года	
Отсутствие финансовых показателей	компании, у которых отсутствовали финансовые показатели за один или несколько периодов	74
Размер выручки	компании, выручка которых в анализируемом периоде составила не менее 250 млн рублей и не более 400 млн рублей	18

Критерий	Оценка критерия	Отобрано компаний
Дополнительная проверка деятельности на основании информации, полученной из других источников	организации, информацию о деятельности которых можно было подтвердить данными с их интернет-сайтов или информационных порталов	4
Итоговый перечень сопоставимых компаний	ЗАО «АТЭКС Электро» (г. Санкт-Петербург), ООО «Кабельная Арматура» (г. Новосибирск), ООО «Клевер Техно» (г. Москва), ООО «Предприятие «Аксиома» (г. Саратов)	

В соответствии с п. 6 ст. 105.12 Налогового кодекса [1], при использовании метода сопоставимой рентабельности с рыночным интервалом рентабельности сопоставляется рентабельность той стороны анализируемой сделки, которая отвечает следующим требованиям:

1) сторона анализируемой сделки осуществляет функции, вклад которых в полученную прибыль по сделкам, последовательно совершенным с одним и тем же товаром, меньше, чем вклад другой стороны анализируемой сделки.

Для удобства определения наибольшей или наименьшей суммы рисков и функций по компаниям, введем значения для оценки показателей в таблице 5 [1].

Таблица 5 – Значения для оценки показателей

Характеристика	Значение
Функция не осуществляется / риск отсутствует	0
Функция осуществляется в незначительном объеме / незначительный риск (не более 25%)	1,0
Функция осуществляется в меньшем объеме / риск в меньшую сторону (от 25% до 50%)	2,0
Функция осуществляется равномерно двумя компаниями/риск равномерно распределен	2,5
Функция осуществляется в большем объеме / риск распределен в большую сторону (от 50% до 75%)	3,0
Функция осуществляется в существенном объеме/существенный риск (от 75% до 100%)	4,0
Функция осуществляется полностью/риск относится полностью (100%)	5,0

В таблице 6 [1] представлены функции и риски, которые несут ООО «ЭлМетро Групп» (ЭМГ) и ООО «ЭлМетро-Инжиниринг» (ЭМИ) в рамках договоров поставки.

Таблица 6 – Функции и риски компаний

Функции, риски	ЭМГ	ЭМИ
Функции		
Проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ	5	0
Осуществление производства продукции	5	0
Осуществление сборки продукции или их компонентов	5	0
Осуществление монтажа и (или) установки оборудования	0	1
Осуществление дизайна продукции и их технологической разработки	4	2
Приобретение товарно-материальных ценностей	5	0
Осуществление оптовой или розничной торговли товарами	0	5
Осуществление функций по ремонту, гарантийному обслуживанию	5	0
Продвижение на новые рынки своей продукции, маркетинг, реклама	0	3
Транспортировка продукции	0	3
Осуществление контроля качества	5	0
Итого (Функции)	34	14
Риски		
Производственные риски, включая риск неполной загрузки производственных мощностей	5	0
Риск изменения рыночных цен на приобретаемые материалы вследствие изменения экономической конъюнктуры	4	0
Риск изменения рыночных цен на выпускаемую продукцию вследствие изменения экономической конъюнктуры	0	4
Риски, связанные с утратой имущества, имущественных прав	2	4
Риски изменения курса иностранной валюты по отношению к рублю или другой валюте	3	0
Кредитный риск	4	2
Риск, связанный с отсутствием результата при осуществлении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ	5	0
Риск невостребованности продукции	2,5	2,5

Функции, риски	ЭМГ	ЭМИ
Итого (Риски)	25,5	12,5
Активы		
Материальные активы	5	2
Нематериальные активы	5	2
Итого (Активы)	10	4
Общий Итог	62	33

Рассмотрим подробнее функции и риски, представленные в таблице.

В рамках сделок по договору поставки функция производства товаров осуществляется ООО «ЭлМетро Групп» в полном объеме. В отношении функций осуществления сборки товаров или их компонентов, монтажа и (или) установки оборудования — также можно сказать, что ЭМГ осуществляет практически в полном объеме.

Проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ предполагает осуществление в производственных целях работ, направленных на создание новых деталей и комплектующих, либо технологий, изготовление и испытание опытных образцов. Данную функцию несет на себе ООО «ЭлМетро Групп».

В процессе осуществления производственной деятельности происходит приобретение иных товарно-материальных ценностей, необходимых для производства. Соответственно, функцию «приобретение товарно-материальных ценностей» в полном объеме исполняет ЭМГ.

Функции оптовой или розничной торговли товарами, продвижение на новые рынки товаров (работ, услуг), маркетинг, реклама несет на себе ООО «ЭлМетро - Инжиниринг».

Функцию ремонта, гарантийного обслуживания, а также транспортировку товаров согласно условиям договоров поставки осуществляет ЭМГ.

Проведение учебных процессов для персонала с целью повышения квалификации сотрудников и обучению профессиональным навыкам для

улучшения бизнеса каждая из сторон осуществляет в равной степени в рамках своей хозяйственной деятельности.

Производственные риски связаны с производством продукции, товаров и услуг, а также с ведением иных видов производственной деятельности, в ходе которой организации сталкиваются с проблемами неадекватного использования сырья, роста себестоимости, увеличения потерь рабочего времени, использования новых методов производства. Данные риски соответствуют производственным функциям. Следовательно, в данном случае риск в полном объеме лежит на ООО «ЭлМетро Групп».

В случае изменения рыночных цен на закупаемые товары, у ЭМГ возрастет себестоимость. Чтобы покрыть данные издержки будет возрастать цена отпускаемой продукции для ЭМИ. В связи с этим можно сказать, что риску изменения рыночных цен подвержены обе компании.

Риски, связанные с утратой имущества, имущественных прав — это риски, связанные с гибелью, повреждением, потерей или хищением товаров. Риск случайной гибели или повреждения товаров переходит от поставщика к покупателю с момента подписания покупателем товарной накладной. Учитывая, что во время транспортировки товаров данный риск лежит на покупателе, можно сделать вывод, что он несет данный риск в большей степени, а поставщик — в меньшей.

Риск изменения курса иностранной валюты по отношению к рублю лежит на компании ЭМГ, т.к. закуп определенной доли комплектующих осуществляется у иностранных поставщиков. С ростом стоимости валюты может возрасти себестоимость. Таким образом, валютный риск несет компания ЭМГ.

Кредитный риск связан с неспособностью или нежеланием ЭМИ оплатить товар в случае, если при перепродаже товара оплата данной продукции будет задержана конечным потребителем. Следовательно, данный риск в большей степени можно отнести к ЭМГ.

Риск, связанный с безрезультатностью осуществления научно - исследовательских и опытно-конструкторских работ возникает в связи с созданием в производственных целях новых деталей и комплектующих, а также с разработкой новых технологий и изготовлением опытных партий товаров. Данный риск в полной мере несет на себе ООО «ЭлМетро Групп».

Группа компаний «ЭлМетро» работает в приборостроительной отрасли, которая является высококонкурентной средой. Следовательно, потребитель может выбрать товар-заменитель. На основании этого можно сказать, что риск не востребоваемости товара в равной степени присущ и ЭМГ, и ЭМИ.

В состав материальных активов, используемых компанией-производителем (ЭМГ) в рамках исполнения своих обязанностей включаются:

- денежные средства;
- объекты недвижимости, которые используются для производства продукции;
- запасы.

На основании вышеизложенного можно сказать, что компанией ЭМГ используются более существенные материальные активы, чем компанией ЭМИ.

В рамках осуществляемой деятельности используются также нематериальные активы. ЭМГ является компанией, которая занимается научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами, а также является держателем конструкторской и технической документации, результатами проведенных исследований оказываются патенты на изобретения и полезные модели. В ЭМИ к нематериальным активам относятся приобретенные права на программные продукты, а также различные сертификаты и лицензии, необходимые для осуществления текущей деятельности. Можно сказать, что ЭМГ будет являться основным держателем нематериальных активов.

По итогам функционального анализа мы можем сделать вывод, что ООО «ЭлМетро-Инжиниринг» несет меньший объем функций и рисков в рамках сделки, чем ООО «ЭлМетро Групп». С учетом этого, есть основания полагать, что

ООО «ЭлМетро-Инжиниринг» может рассматриваться в качестве анализируемой стороны при применении методов определения рыночных цен.

2) сторона анализируемой сделки принимает меньшие экономические (коммерческие) риски, чем другая сторона анализируемой сделки;

Чтобы определить, какая сторона анализируемой сделки принимает меньшие экономические риски, необходимо провести дополнительный анализ экономических показателей.

В систему оценки финансовых рисков можно включить риск снижения рентабельности. В связи с тем, что показатели рентабельности продаж, затрат, услуг, активов и т.д., нельзя в полной мере отнести к показателям, характеризующим только производственную деятельность.

Рентабельность продаж используется как основной индикатор оценки финансовой эффективности компаний с относительно небольшими объемами основных средств и собственного капитала. Оценка рентабельности продаж дает возможность объективно взглянуть на состояние дел.

Рассматривать данный показатель лучше в сравнении с аналогичным показателем компаний – аналогов за анализируемый период.

В таблице 7 приведены расчетные показатели рентабельности продаж для ООО «ЭлМетро Групп» и сопоставимых компаний за период 2016 - 2019 г.г.

Таблица 7 – Рентабельность продаж ООО «ЭлМетро Групп» и сопоставимых компаний за 2016-2019 г.г.

Наименование	Рентабельность продаж, %			
	2016	2017	2018	2019
ООО «ЭлМетро Групп»	1	8	-1	5
ООО «Тюмень Прибор»	12	15	16	14
ЗАО «НП «ЭИС»	19	12	8	11
ООО «НП «Мера»	2	12	10	7
ООО «Энай Рус»	9	3	2	4

На основании данных таблицы был построен график, который представлен на рисунке 1.

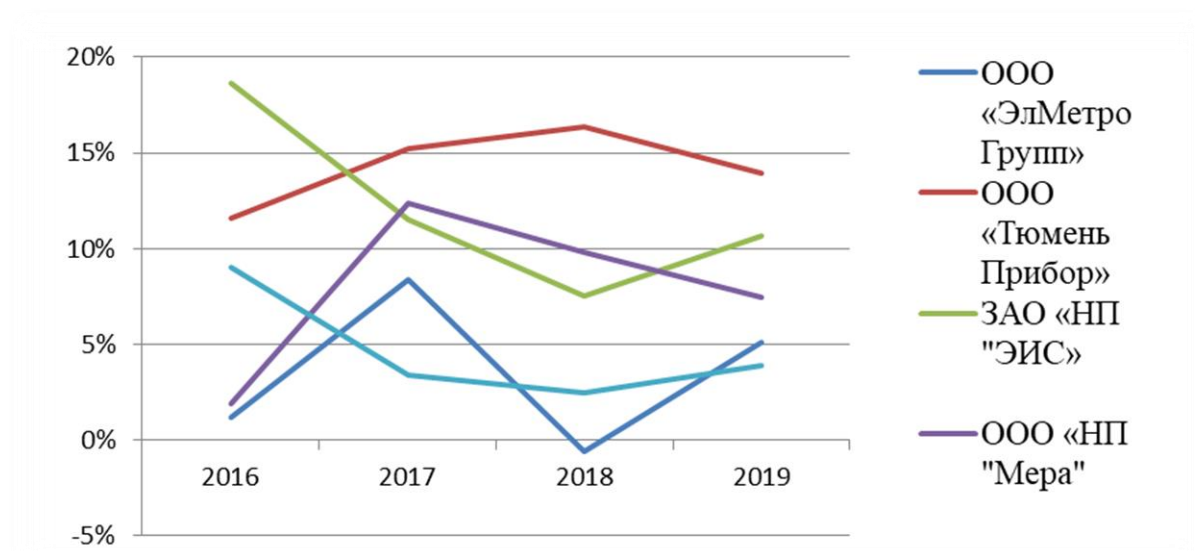


Рисунок 1 – Рентабельность продаж ООО «Элметро Групп» и сопоставимых компаний

На рисунке 1 видно, что диапазон разброса показателей рентабельности продаж ООО «ЭлМетро Групп» и компаний – аналогов достаточно большой.

Далее была рассчитана рентабельность продаж для ООО «ЭлМетро - Инжиниринг» и сопоставимых компаний. Результаты отражены в таблице 8.

Таблица 8 – Рентабельность продаж ООО «ЭлМетро-Инжиниринг» и сопоставимых компаний за 2016-2019 г.г.

Наименование	Рентабельность продаж, %			
	2016	2017	2018	2019
ООО «ЭлМетро-Инжиниринг»	10	9	5	2
ЗАО «АТЭКС-Электро»	8	8	2	6
ООО «Кабельная арматура»	8	4	2	6
ООО «Клевер Техно»	4	9	9	6
ООО «Предприятие «Аксиома»	5	3	3	3

На основании полученных данных был построен график, который показан на рисунке 2.

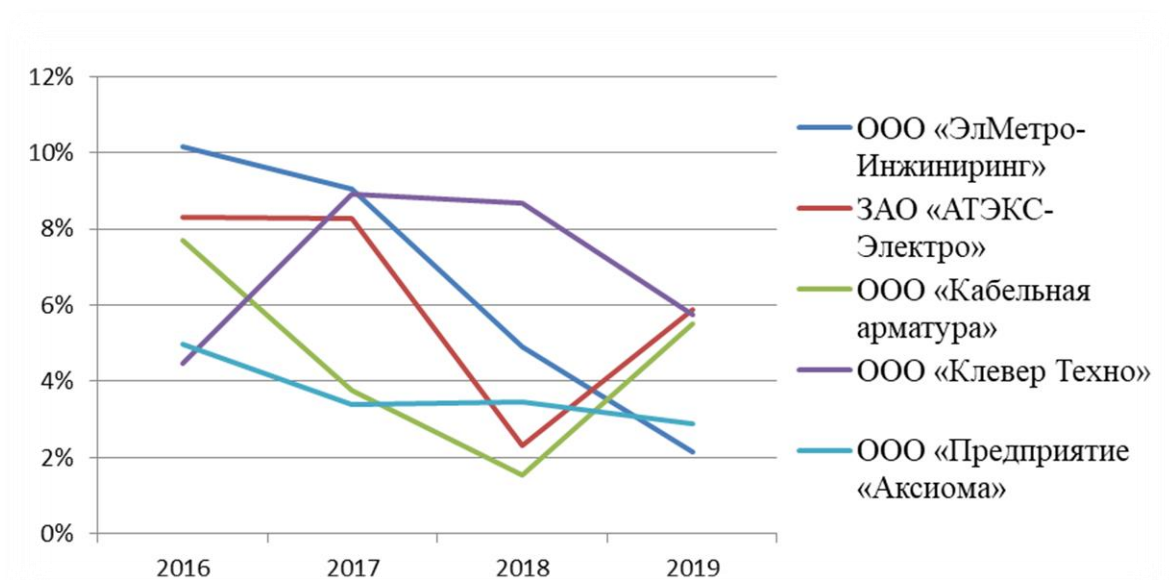


Рисунок 2 – Рентабельность продаж ООО «ЭлМетро - Инжиниринг» и сопоставимых компаний

Анализируя полученные графики можно сказать, что разброс показателей рентабельности ЭМГ и сопоставимых компаний гораздо более выражен, чем разброс аналогичных показателей ЭМИ и ее сопоставимых компаний. На основании этого можно сделать предположение, что организация «ЭлМетро – Инжиниринг» несет меньшие экономические риски. Следовательно, можно сказать, что ООО «ЭлМетро-Инжиниринг» может рассматриваться в качестве анализируемой стороны при применении метода сопоставимой рентабельности.

3) сторона анализируемой сделки не владеет объектами нематериальных активов, оказывающими существенное влияние на уровень рентабельности.

В ЭМИ к нематериальным активам относятся приобретенные права на программные продукты, а также различные сертификаты и лицензии, необходимые для осуществления текущей деятельности. Данные нематериальные активы не оказывают существенного влияния на уровень рентабельности.

Следовательно, ООО «ЭлМетро-Инжиниринг» может рассматриваться в качестве рассматриваемой стороны анализируемой сделки.

3.3 Формирование интервала рентабельности и рекомендации по распределению прибыли

В соответствии с методом сопоставимой рентабельности могут использоваться следующие показатели операционной рентабельности, определяемые в соответствии с п. 1 ст. 105.8 Налогового Кодекса [1]:

- 1) рентабельность продаж;
- 2) рентабельность затрат;
- 3) рентабельность коммерческих и управленческих расходов;
- 4) рентабельность активов;
- 5) иной показатель рентабельности, отражающий взаимосвязь между осуществляемыми функциями, используемыми активами и принимаемыми экономическими (коммерческими) рисками и уровнем вознаграждения.

Показатели рентабельности используются с учетом следующих особенностей:

а) рентабельность продаж используется при последующей перепродаже товаров, приобретенных у лиц:

– являющихся взаимозависимыми с лицом, осуществляющим перепродажу, лицам, которые не являются взаимозависимыми с ним;

– а также при последующей перепродаже товаров, приобретенных у лиц, не являющихся взаимозависимыми с лицом, осуществляющим перепродажу, лицам, которые являются взаимозависимыми с ним.

Рентабельность продаж определяется как отношение прибыли от продаж к выручке от продаж, исчисленной без учета акцизов и налога на добавленную стоимость

Данный показатель может использоваться для компании «ЭлМетро – Инжиниринг», т.к. это предприятие является торговым домом и осуществляет

перепродажу товаров, приобретенных у лица, являющегося с ней взаимозависимым лицом.

б) валовая рентабельность коммерческих и управленческих расходов используется в случаях, если лицо, осуществляющее перепродажу, несет незначительные экономические (коммерческие) риски при приобретении и последующей перепродаже товаров в непродолжительный период, и при этом существует прямая взаимосвязь между величиной валовой прибыли от продаж лица, осуществляющего перепродажу, и величиной осуществленных им коммерческих и управленческих расходов.

Рентабельность коммерческих и управленческих расходов определяется как отношение валовой прибыли к коммерческим и управленческим расходам, связанным с продажей товаров (работ, услуг).

в) рентабельность затрат используется при выполнении работ, оказании услуг, а также при производстве товаров.

Рентабельность затрат, определяется как отношение прибыли от продаж к сумме себестоимости проданных товаров (работ, услуг), коммерческих и управленческих расходов, связанных с продажей товаров (работ, услуг).

г) рентабельность активов используется при производстве товаров (в частности, если анализируемые сделки совершаются лицами, которые осуществляют капиталоемкую деятельность).

Рентабельность активов определяется как отношение прибыли от продаж к текущей рыночной стоимости активов (внеоборотных и оборотных), прямо или косвенно используемых в анализируемой сделке.

В данной работе использован метод сопоставимой рентабельности. В качестве показателя операционной рентабельности использованы показатели рентабельности продаж. Данные для расчета показателей рентабельности взяты из отчетов о финансовых результатах анализируемой и сопоставляемых организаций.

Для использования метода сопоставимой рентабельности необходимо найти максимальный и минимальный предел интервала рентабельности, которые определяют в такой последовательности:

1) совокупность значений рентабельности, необходимых для расчета границ рентабельности, упорядочивается по возрастанию, формируя выборку, применяемую с целью расчета этого интервала. Каждому значению рентабельности, начиная с минимального, следует присваивать порядковый номер. Если выборка включает два одинаковых значения рентабельности и более, в такую выборку включаются все подобные значения [27, с. 49]. При нахождении границ рентабельности не следует учитывать рентабельность исследуемой сделки;

2) минимальное значение интервала рентабельности выявляется в таком порядке:

– если частное от деления на 4 числа значений рентабельности в выборке, сформированной на основании методики, указанной в п. 1, – целое число, то в качестве минимального значения границ рентабельности следует признать среднее арифметическое значения рентабельности, являющегося владельцем порядкового номера, равного данному целому числу, и значения рентабельности, у которого есть следующий по возрастанию порядковый номер в выборке,

– если частное от деления на 4 числа значений рентабельности в выборке, сформированной на основании методики, указанной в п. 1, не является целым числом, то минимальное значение границ рентабельности подлежит признанию значения рентабельности с порядковым номером, равным целой части такого дробного числа, увеличенной на одну единицу;

3) максимальное значение интервала рентабельности следует рассчитывать в таком порядке:

– если целым числом будет результат произведения 0,75 и числа значений рентабельности в выборке, образованной на базе п.1, то верхняя граница диапазона рентабельности будет признаваться как среднее арифметическое

значения рентабельности с порядковым номером, равным целому числу, и значения рентабельности, имеющего следующий по возрастанию порядковый номер в выборке;

– если не будет целым числом результат произведения 0,75 и числа значений рентабельности в выборке, образованной на базе п.1, то верхняя граница диапазона рентабельности будет равна значению рентабельности с порядковым номером, равным целой части данного дробного числа, увеличенной на одну единицу.

В таблице 9 представлены показатели бухгалтерской отчетности анализируемой и сопоставляемых организаций и произведен расчет рентабельности продаж.

Таблица 9 – Расчет рентабельности продаж ООО «ЭлМетро - Инжиниринг» и сопоставляемых организаций

Показатель	ООО «ЭлМетро- Инжиниринг»	Сопоставляемые организации			
		ЗАО «АТЭКС- Электро»	ООО «Кабельная арматура»	ООО «Клевер Техно»	ООО «Предприятие «Аксиома»
Выручка, тыс. руб.	323 226	308 854	305 282	397 018	311 186
Прибыль (убыток от продаж, тыс. руб.	6 944	18 200	16 864	22 781	8 936
Рентабельность продаж, %	2	6	6	6	3

В таблице 10 произведен расчет рыночного интервала рентабельности продаж.

На основании данных приведенных в таблице можно сделать вывод, что рентабельность продаж ООО «ЭлМетро – Инжиниринг» ниже рыночного интервала рентабельности, что подтверждается соотношением $2\% < 4,5\%$.

Данные значений рентабельности, необходимых для расчета границ рентабельности, упорядочивается по возрастанию. Каждому значению рентабельности, начиная с минимального, присваивается порядковый номер.

Таблица 10 – Расчет рыночного интервала рентабельности продаж

Значения рентабельности продаж в порядке возрастания, %	3	6	6	6
Нумерация показателей рентабельности продаж в порядке возрастания	1	2	3	4
Минимальное значение диапазона рентабельности: Число значений рентабельности, деленное на 4 – 1 ($4 : 4 = 1$) Среднее арифметическое № 1 и № 2: $(3 + 6) : 2 = 4,5 \%$				
Максимальное значение диапазона рентабельности: Число значений рентабельности, умноженное на 0,75 – 3 ($4 \times 0,75 = 3$) Среднее арифметическое № 3 и № 4: $(6 + 6) : 2 = 6 \%$				
Рыночный диапазон рентабельности продаж: 4,5 % – 6 %				

Как было сказано выше, кроме торгового дома «ЭлМетро-Инжиниринг» в группу компаний «ЭлМетро» входит производственная организация «ЭлМетро Групп» (ЭМГ). Чтобы сделать выводы о том, как распределяется прибыль в группе компаний «ЭлМетро», необходимо определить рентабельность продаж ЭМГ и сопоставить ее с рыночной рентабельностью продаж, рассчитанную на основании данных сопоставимых компаний.

В таблице 11 представлены показатели бухгалтерской отчетности ООО «ЭлМетро Групп» и сопоставляемых организаций и произведен расчет рентабельности продаж.

Таблица 11 – Расчет рентабельности продаж ООО «ЭлМетро Групп» и сопоставляемых организаций

Показатель	ООО «ЭлМетро Групп»	Сопоставляемые организации			
		ООО «Тюмень прибор»	ЗАО «НПП «ЭИС»	ООО «НП «Мера»	ООО «Энай рус»
Выручка, тыс.руб	274 545	368 987	406 777	391 851	288 950
Прибыль (убыток) от продаж, тыс.руб.	13 931	51 538	43 467	29 054	11 524
Рентабельность продаж, %	5	14	11	7	4

В таблице 12 произведен расчет рыночного интервала рентабельности продаж.

Таблица 12 – Расчет рыночного интервала рентабельности продаж

Значения рентабельности продаж в порядке возрастания, %	4	7	11	14
Нумерация показателей рентабельности продаж в порядке возрастания	1	2	3	4
Минимальное значение диапазона рентабельности: Число значений рентабельности, деленное на 4 – 1 ($4 : 4 = 1$) Среднее арифметическое № 1 и № 2: $(4 + 7) : 2 = 5,5 \%$				
Максимальное значение диапазона рентабельности: Число значений рентабельности, умноженное на 0,75 – 3 ($4 \times 0,75 = 3$) Среднее арифметическое № 3 и № 4: $(11 + 14) : 2 = 12,5 \%$				
Рыночный диапазон рентабельности продаж: 5,5 % – 12,5 %				

На основании данных приведенных в таблице можно сделать вывод, что рентабельность продаж ООО «ЭлМетро Групп» чуть ниже рыночного интервала рентабельности, что подтверждается соотношением $5 \% < 5,5 \%$.

Анализ ООО «ЭлМетро Групп» и ООО «ЭлМетро-Инжиниринг», входящих в состав группы компаний «ЭлМетро» показал, что обе компании являются взаимозависимыми, при этом находятся и зарегистрированы в одной стране, а также эти обе организации используют общую систему налогообложения. Зачастую главной целью введения трансфертного ценообразования является минимизация налогообложения. Однако, трансфертное ценообразование – это не только способ ухода от налогов. Сами по себе трансфертные цены как внутренние расчетные цены компаний позволяют оптимизировать затраты и внутренние финансовые потоки компаний.

Из приведенных выше расчетов видно, что рентабельность продаж ЭМИ и ЭМГ ниже рыночного интервала рентабельности. Для сложившейся ситуации можно спрогнозировать 2 варианта:

1) приведем уровень рентабельности продаж ЭМИ до нижней границы рыночного интервала при условии, что выручка ЭМИ останется неизменной. Данные расчеты приведены в таблице 13.

На основе проведенных расчетов можно сделать следующий вывод. При увеличении рентабельности продаж до рыночного интервала при условии, что выручка остается неизменной, происходит увеличение прибыли от продаж.

Таблица 13 – Расчет скорректированной рентабельности продаж ООО «ЭлМетро – Инжиниринг»

Показатель	До коррекции	После коррекции
Выручка, тыс. руб.	323 226	323 226
Прибыль от продаж, тыс. руб.	6 944	12 929
Рентабельность, %	2	4

Чтобы обеспечить рост прибыли от продаж при неизменной выручке, необходимо снизить себестоимость. Для анализа необходимо принять во внимание, что ЭМИ закупает продукцию у ЭМГ, следовательно, себестоимость ЭМИ будет равна выручке ЭМГ. Если затраты в ЭМГ остаются на прежнем уровне, а выручка снизится, то рентабельность продаж ЭМГ также будет снижаться и ее значение не будет соответствовать рыночному интервалу. На основании вышеизложенного можно сделать следующий вывод о том, чтобы привести рентабельность продаж обеих взаимосвязанных компаний до рыночного интервала рентабельности продаж, необходимо понизить уровень затрат.

2) рассмотрим вариант, когда степень отклонения рентабельности продаж обеих компаний от рыночного интервала рентабельности будет примерно одинакова.

Из произведенных выше расчетов видно, что рентабельность ЭМГ составляет 5 %, а нижняя граница рыночного интервала начинается с 5,5 %, следовательно, степень отклонения рентабельности ЭМГ от рыночного интервала составляет 10 %. При этом рентабельность продаж ЭМИ составила 2 %, а нижняя граница рыночного интервала для ЭМИ начинается с 4 %, исходя из этого, степень ее отклонения от рыночного интервала составляет 100 %. Увеличивать степень отклонения рентабельности продаж ЭМГ от рыночного интервала до значений ЭМИ не рационально, поэтому рассмотрим вариант, когда рентабельность продаж ЭМИ отклоняется от своего рыночного интервала на 10 %. Исходя из этого, рентабельность ЭМИ должна возрасти. Данный рост возможен за счет увеличения цены на отпускаемую продукцию, при этом себестоимость останется на прежнем уровне, а выручка возрастет. Но стоит учесть, что есть ограничения со стороны

рынка и повышение цены не всегда возможно. На основании этого можно пойти другим путем, т.е. снизить закупочную цену (себестоимость). Данную продукцию ЭМИ закупает у ЭМГ, следовательно, ЭМГ должна либо снизить цену на свою продукцию, при этом выручка в ЭМГ снизится, затраты останутся на прежнем уровне, следовательно, рентабельность продаж ЭМГ уменьшится, поэтому для ЭМГ целесообразнее снизить себестоимость продукции.

На основании вышеизложенной информации можно сделать вывод о том, что группе компаний «ЭлМетро» следует изменить бизнес-модель и привести рентабельность продаж до среднерыночных показателей путем снижения затрат, в противном случае высоки риски утраты конкурентоспособности на рынке.

Для повышения эффективности деятельности компании можно сформулировать ряд предложений:

1) разработка консолидированной отчетности для представления информации о деятельности данных взаимосвязанных организаций как деятельности единого хозяйственного предприятия. Данный формат отчетности даст объективную оценку собственникам эффективности принятых ими решений;

2) торговая компания принимает участие в тендерах, что приводит к ценовой конкуренции, что может оказать отрицательное влияние на рентабельность продаж в торговой компании. В данном случае можно порекомендовать разработку системы сквозного ценообразования.

Вывод по разделу 3

В данной работе применяется метод сопоставимой рентабельности. Можно сказать, что в случаях небольших различий в функциях, выполняемых зависимыми и независимыми компаниями, результаты данного метода являются надежными, а применяемые показатели для метода сопоставимой рентабельности не подвержены существенным отклонениям.

Метод сопоставимой рентабельности заключается в сопоставлении операционной рентабельности, сложившейся у лица, являющегося стороной анализируемой сделки, с рыночным интервалом операционной рентабельности в сопоставимых сделках, определенным в порядке, предусмотренном статьей 105.8 Налогового Кодекса [1].

С целью определения рыночного интервала рентабельности был произведен отбор сопоставимых компаний на основании критериев сопоставимости (конкретные и оценочные). В соответствии с Налоговым кодексом РФ рыночный интервал может быть построен на основе показателей рентабельности не менее четырех сопоставимых компаний [1]. В результате проведенной работы было отобраны четыре сопоставимых организации для ООО «ЭлМетро Групп» и четыре сопоставимых организации для ООО «ЭлМетро – Инжиниринг», входящих в группу компаний «ЭлМетро».

В качестве стороны анализируемой сделки была выбрана компания «ЭлМетро – Инжиниринг», т.к. именно она отвечала предъявляемым требованиям к стороне сделки, которую используют для анализа.

В выбранной методике использовался показатель рентабельности продаж, т.к. он в большей степени отражает взаимосвязь между осуществляемыми функциями, используемыми активами и принимаемыми экономическими рисками.

Рентабельность продаж ООО «ЭлМетро – Инжиниринг» составила 2 %. Данный показатель оказался значительно ниже рыночного интервала рентабельности, который оказался равен 4,5 % - 6 %.

Кроме торгового дома «ЭлМетро-Инжиниринг» в группу компаний «ЭлМетро» входит производственная организация «ЭлМетро Групп». Чтобы сделать выводы о том, как распределяется прибыль в группе компаний «ЭлМетро», была определена рентабельность продаж ЭМГ (5 %) и рассчитан рыночный интервал (5,5 % – 12,5 %) для данной компании на основании данных сопоставимых компаний. Рентабельность продаж ООО «ЭлМетро Групп» также

оказалась чуть ниже рыночного интервала рентабельности, что подтверждается соотношением $5\% < 5,5\%$.

Зачастую главной целью введения трансфертного ценообразования является минимизация налогообложения. Сами по себе трансфертные цены как внутренние расчетные цены компаний позволяют оптимизировать затраты и внутренние финансовые потоки компаний. Группе компаний «ЭлМетро» было предложено привести рентабельность продаж до среднерыночных показателей путем снижения затрат, в противном случае высоки риски утраты конкурентоспособности на рынке. Для повышения эффективности хозяйственной деятельности необходима разработка консолидированной отчетности в группе компаний, а также системы сквозного ценообразования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью создания любого коммерческого предприятия является получение прибыли, что зафиксировано в нормативных актах.

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы было проведено ряд интервью с собственниками группы компаний «ЭлМетро», а также с топ - менеджерами. В качестве одной из целей для данной работы была поставлена задача по разработке рекомендаций по управлению прибылью внутри группы компаний на основании предлагаемых методик трансфертного ценообразования.

Все вышесказанное подтверждает актуальность выбранной темы и необходимость достижения целей, поставленных в данной работе.

В период становления с 1996 по 2008 годы было произведено более 2 миллионов штук электронных приборов по кооперации для различных предприятий Челябинской области на основе собственных разработок. Это позволило создать экономическую основу компании для проведения научных разработок и конструкторских работ, а также организации собственной производственной базы с целью формирования собственного продуктового портфеля. В 2008 году было принято решение о выводе на рынок собственной торговой марки «ЭлМетро» для продвижения на рынке продукции под собственным брендом. За 10 лет предприятие стало лидером по выпуску отдельных видов продукции (например, видеографический регистратор стал хитом продаж и заменил бумажные регистраторы), а также продолжила НИКОР и расширила линейка продуктов с 2 до 16 типов.

В состав группы компаний «ЭлМетро» входит производственное предприятие «ЭлМетро Групп» (ЭМГ) и торговый дом «ЭлМетро – Инжиниринг» (ЭМИ).

В 2018 году компания «ЭлМетро» отметила свое 10-летие, поэтому можно сказать, что данное предприятие давно на рынке, т.к. статистика говорит, что большая часть компаний распадается, не дожив до своего трехлетия.

Особую опасность для работы организации представляют экономический и политический факторы. Среди них наибольшее влияние оказывают курс валюты, цены на бензин, а также политика государства в области налогов.

Положительно на деятельность организации влияют социально - культурный и технологический факторы, такие как стремление к автоматизации процессов, модернизация производственного оборудования, уровень квалификации кадров, разработка новых видов продукции.

Наибольший риск для предприятия составляет высокая степень конкуренции, а также достаточное количество замещающей продукции. Определенный риск несет в себе деятельность компаний – дилеров. Данные организации зачастую сотрудничают с большим числом поставщиков, поэтому могут предложить покупателям обширный список позиций. При этом не каждая производственная компания может обеспечить потребности покупателя.

Для увеличения конкурентоспособности компания «ЭлМетро» должна сосредоточиться на разработке и производстве новых видов приборов, не имеющих аналогов на рынке.

Компании стоит обратить внимание на свои слабые стороны и угрозы. К ним можно отнести низкую скорость принятия управленческих решений, что отрицательно сказывается на общей прибыльности предприятия. При этом «ЭлМетро» обладает достаточным количеством возможностей, чтобы усилить свои позиции на рынке контрольно-измерительных приборов.

Финансовый анализ деятельности предприятия также показал, что деятельность предприятия носит в целом нестабильный характер и компания может быть подвержена экономическим и политическим изменениям. По итогам анализируемого периода, у данной группы компаний имеются финансовые средства для дальнейшей деятельности, но необходимо принять решение в отношении корректирующих действий, что поможет преодолевать последствия кризиса и успешно поддерживать свои позиции на рынке в ходе конкурентной борьбы.

Под трансфертным ценообразованием именуется процесс формирования цен для сделок между компаниями, которые являются взаимозависимыми, при этом данные цены дают возможность перераспределения убытков или дохода внутри такой группы, соответственно, сведения к минимуму величины налоговой базы.

В основе налогообложения сделок между взаимозависимыми лицами заложен принцип сопоставления доходов. Целью данного принципа является сопоставление фактических доходов, полученных по сделке, с теми доходами, которые организация могла бы получить в том случае, если бы совершила аналогичную сделку с лицом, которое не является взаимозависимым.

Однако можно рассматривать трансфертные цены с целью распределения затрат между различными центрами ответственности компании или формирования центра прибыли исключительно в рамках управленческого учета, но, стоит отметить, что подобный подход не ведет к изменениям в финансовом положении исследуемой компании, поэтому он не является предметом анализа для налогообложения.

Для определения трансфертных цен в Налоговом кодексе РФ используется пять методов: сравнение цен; цена последующей реализации; затратный метод; сопоставимая рентабельность; распределения прибыли.

Основным методом для определения трансфертных цен с целью налогообложения доходов является метод сопоставимых рыночных цен, основанный на расчете соответствия цены товаров (работ, услуг) в сделке, на базе сравнения цены, используемой в исследуемой сделке, с диапазоном рыночных цен идентичных товаров. Преимущество метода состоит в объективном характере, т. к. он зависит от профессионализма и степени квалификации специалистов подразделений, на которых возложена процедура создания трансфертных цен. В качестве недостатка метода является отсутствие единого и официального источника сведений для получения данных о рыночных ценах, критериев сопоставления экономических условий.

Метод цены последующей реализации базируется на использовании валовой рентабельности налогоплательщика в процессе проведения сделки. В процессе применения метода цены последующей реализации анализ валовой рентабельности требует достаточного уровня сравнения стандартов бухгалтерского учета между исследуемой сделкой и потенциально сопоставимыми сделками.

Затратный метод является методом для сопоставления цены сделки рыночной на основании сравнения валовой рентабельности затрат лица, выступающего участником такой сделки или же группы таких однородных сделок, с рыночным диапазоном валовой рентабельности затрат в сопоставимых сделках.

Согласно действующему законодательству метод сопоставимой рентабельности использует рентабельность при совершении сделки [1]. Этот метод применяется в случае, если не могут быть применены метод сопоставимых рыночных цен, метод цены последующей реализации и затратный метод в связи с тем, что нет или мало данных, на основании которых можно заключить о сопоставимости коммерческих или финансовых условий сопоставляемых сделок.

Редко применяется метод распределения прибыли, только если отсутствует возможность для использования вышеуказанных методов ценообразования и при наличии тесной взаимосвязи деятельности участников исследуемой сделки.

Между участниками исследуемой сделки или же группы однородных сделок прибыль распределяется на базе их вклада в полученную прибыль, оцениваемого пропорционально выполняемым функциям, применяемым активам и принимаемым коммерческим рискам, а также капиталу, инвестированному в сделку, если данные бухгалтерского учета сопоставимы, а общая рентабельность активов участников приведена к сравнительному виду методом корректировок.

В данной работе применяется метод сопоставимой рентабельности. Можно сказать, что в случаях небольших различий в функциях, выполняемых зависимыми и независимыми компаниями, результаты данного метода являются

надежными, а применяемые показатели для метода сопоставимой рентабельности не подвержены существенным отклонениям.

Метод сопоставимой рентабельности заключается в сопоставлении операционной рентабельности, сложившейся у лица, являющегося стороной анализируемой сделки, с рыночным интервалом операционной рентабельности в сопоставимых сделках, определенным в порядке, предусмотренном статьей 105.8 Налогового Кодекса [1].

С целью определения рыночного интервала рентабельности был произведен отбор сопоставимых компаний на основании критериев сопоставимости (конкретные и оценочные). В соответствии с Налоговым кодексом РФ рыночный интервал может быть построен на основе показателей рентабельности не менее четырех сопоставимых компаний [1]. В результате проведенной работы было отобраны четыре сопоставимых организации для ООО «ЭлМетро Групп» и четыре сопоставимых организации для ООО «ЭлМетро – Инжиниринг», входящих в группу компаний «ЭлМетро».

В качестве стороны анализируемой сделки была выбрана компания «ЭлМетро – Инжиниринг», т.к. именно она отвечала предъявляемым требованиям к стороне сделки, которую используют для анализа.

В выбранной методике использовался показатель рентабельности продаж, т.к. он в большей степени отражает взаимосвязь между осуществляемыми функциями, используемыми активами и принимаемыми экономическими рисками.

Рентабельность продаж ООО «ЭлМетро – Инжиниринг» составила 2 %. Данный показатель оказался значительно ниже рыночного интервала рентабельности, который оказался равен 4,5 % - 6 %.

Кроме торгового дома «ЭлМетро-Инжиниринг» в группу компаний «ЭлМетро» входит производственная организация «ЭлМетро Групп». Чтобы сделать выводы о том, как распределяется прибыль в группе компаний «ЭлМетро», была определена рентабельность продаж ЭМГ (5 %) и рассчитан

рыночный интервал (5,5 % - 12,5 %) для данной компании на основании данных сопоставимых компаний. Рентабельность продаж ООО «ЭлМетро Групп» также оказалась чуть ниже рыночного интервала рентабельности, что подтверждается соотношением $5\% < 5,5\%$.

Сами по себе трансфертные цены как внутренние расчетные цены компаний позволяют оптимизировать затраты и внутренние финансовые потоки компаний. Группе компаний «ЭлМетро» было предложено привести рентабельность продаж до среднерыночных показателей путем снижения затрат, в противном случае высоки риски утраты конкурентоспособности на рынке. Для повышения эффективности хозяйственной деятельности необходима разработка консолидированной отчетности в группе компаний, а также системы сквозного ценообразования.

В выпускной квалификационной работе были решены следующие задачи:

- 1) исследованы методы трансфертного ценообразования и обоснован выбор методики распределения прибыли для исследуемой группы компаний;
- 2) обоснован выбор компаний-аналогов для проведения расчетов диапазона рентабельности по видам деятельности предприятий в группе компаний;
- 3) разработаны рекомендации по распределению и управлению прибылью на основании полученных результатов анализа рентабельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Налоговый кодекс Российской Федерации: часть первая: офиц. текст по сост. на 31.07.1998 с изм. и доп. согласно ФЗ от 02.08. 2019 г. № 146-ФЗ [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 10.09.20).

2 Федеральный закон от 18.07.2011 № 227-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием принципов определения цен для целей налогообложения», [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 02.09.20).

3 Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» текст с изм. и доп., вступ. в силу с 02.08.2019, [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 05.010.20).

4 Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно - тарифной политики на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов, [Электронный ресурс] // Минфин России – Режим доступа: <https://minfin.ru> (дата обращения: 01.10.20).

5 Письмо Минфина России от 18.10.2012 № 03-01-18/8-145, [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 13.10.20).

6 Письмо Минфина России от 05.07.2012 № 03-01-18/5-89 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 12.10.20).

7 Письмо Минфина России от 26.10.2012 № 03-01-18/8-149 [Электронный

ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 17.10.20).

8 Письмо ФНС России от 11.03.2015 № ЕД-4-13/3833, [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 12.10.20).

9 Проект федерального закона «О внесении изменений в часть первую Налогового кодекса Российской Федерации (в части совершенствования порядка заключения соглашения о ценообразовании для целей налогообложения)» от 03.03.2017, [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: ВерсияПроф. – Режим доступа: <http://regulation.gov.ru/> (дата обращения: 09.10.20).

10 Приказ Минфина России от 29.03.2018 № 60н «Об утверждении Порядка заключения соглашения о ценообразовании для целей налогообложения в отношении внешнеторговой сделки, хотя бы одна сторона которой является налоговым резидентом иностранного государства, с которым заключен договор (соглашение) об избежании двойного налогообложения, с участием уполномоченного органа исполнительной власти такого иностранного государства», [Электронный ресурс] // СПС«КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 07.09.20).

11 Федеральный закон от 03.08.2018 № 302-ФЗ «О внесении изменений в часть первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации», [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 07.10.20).

12 OECD Transfer Pricing Guidelines for multinational Enterprises and Tax Administrations – Руководство организации по экономическому сотрудничеству и развитию (ОЭСЗ) «О трансфертном ценообразовании для транснациональных корпораций и налоговых органов» в редакции от 10 июля 2017 г., [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.oecd.org/> (дата обращения: 18.09.20).

13 Постановления Правительства РФ от 22.07.2008 № 556 и от 09.02.2013 №

101 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»), [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 08.08.20).

14 Приказ ФНС России от 13.12.2018 № ММВ-7-1/803 Об утверждении Стратегической карты ФНС России на 2019 - 2023 годы, [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 07.08.20).

15 Анализ финансовой отчетности: методические указания / составитель Л.Л. Зайончик. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2017. – 32 с.

16 Белых, В.С. Трансфертное ценообразование: современное состояние, проблемы и предложения по совершенствованию / В.С. Белых // Налоги. – 2011. – № 2. – с. 2 – 10.

17 Борисова, О. В. Ценообразование в коммерческой деятельности / О.В. Борисова. – М.: Academia, 2012. - 176 с.

18 Васильева, И.Г. Экономическое содержание понятия «Трансфертная цена» / И.Г. Васильева // Аудит и финансовый анализ. – 2009. – № 4. – с. 84 – 89.

19 Голишевский, В.И. Международные принципы налогового регулирования трансфертного ценообразования / В.И. Голишевский, А.С. Кизимов // Финансы. – 2011. – № 7. – с. 32 – 36.

20 Голишевский, В.И. Контроль за трансфертным ценообразованием – фактор конкурентоспособности налоговой системы государства / В.И. Голишевский, А.С. Кизимов, М.С. Хорохорин // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – № 5. – с. 42 – 49.

21 Головкин, А.Н. Налоговый контроль за ценами / А.Н. Головкин. – Москва: Оригинал-макет, 2015. – 132 с.

22 Грундел, Л.П. Налоговое регулирование трансфертного ценообразования в России / Л.П. Грундел, Н.И. Малис. - М, «ИНФРА-М», 2015 – 256 с.

23 Кашин, В.А. Налоговые соглашения России: Международное налоговое

планирование для предприятий / В.А. Кашин. – Москва: Финансы, 1998. – 383 с.

24 Кизимов, А.С. Налоговое регулирование трансфертного ценообразования / А.С. Кизимов // Налоговая политика и практика. – 2007. – № 9. – с. 34.

25 Крашенинникова, М.Е. Правовые проблемы налогообложения вертикальных интеграционных структур / М.Е. Крашенинникова. – Москва: Юнити - Дана, 2013. – 192 с.

26 Мельникова, Е.И. Методы определения юридическими лицами рыночной цены товаров в целях налогообложения / Е.И. Мельникова // Страховое дело. – 2016. – № 4 (277). – с. 10 – 20.

27 Мешалкин, В.А. Контроль цен в целях налогообложения. Трансфертное ценообразование / В.А. Мешалкин. – Москва: АйСи Групп, 2013. – 128 с.

28 Мишустин, М.В. Налоги и налоговое администрирование / М.В. Мишустин. – Москва: Просвещение, 2015. – 912 с.

29 Невешкина, Е. В. Управление затратами и ценообразованием. Применение в условиях кризиса / Е.В. Невешкина, С.В. Савонина, О.В. Фадеева. - М.: Омега-Л, 2010. – 136 с.

30 Непесов, К.А. Налоговые аспекты трансфертного ценообразования: сравнительный анализ опыта России и зарубежных стран / К.А. Непесов. – Москва: ВолтерсКлувер, 2007. – 304 с.

31 Окладников, Д. Е. Практическое ценообразование / Д.Е. Окладников.– Москва: Ленанд, 2014. – 160 с.

32 Пансков, А.В. Трансферты внутри корпораций / А.В. Пансков // Налоговая политика и практика. – 2004. – № 4. – с.21 – 25.

33 Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / М. Портер. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 289 с.

34 Портер, М. Конкурентное преимущество. / М. Портер. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 254 с.

35 Томпсон-мл., А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации / А.А. Томпсон-мл., Ш.А. Стрикленд. – М.: Вильямс, 2003. – 328 с.

36 Фляйшер, К. Стратегический и конкурентный анализ: методы и средства конкурентного анализа в бизнесе / К. Фляйшер, Б. Бенсуссан. – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2005. – 541 с.

37 Черник, Д.Г. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для академического бакалавриата / под. ред. Черника Д.Г., Шмелева Ю.Д.– М: «Юрайт», 2016 – 496 с.

38 Ямпольская, Д.О. Ценообразование в условиях рынка / Д.О. Ямпольская. – М.: Международные отношения, 2015 – 192 с.

39 Официальный сайт ООО «ЭлМетро Групп». – URL: <https://elmetro.ru/> (дата обращения 10.11.2020).

40 Корпоративные финансы, оценка, учет и т.д. – URL: www.cfin.ru/ (дата обращения 27.11.2020).

41 Колодина, И. Цены пришли к одному знаменателю. Порядок симметричных корректировок усовершенствуют [Электронный ресурс] // Российская Бизнес-газета. – № 944. – URL: <http://www.rg.ru/2014/04/22/korrektirovki.html> (дата обращения 10.08.2020).

42 Министерство промышленности и торговли Российской Федерации. – URL: <http://minpromtorg.gov.ru/> (дата обращения 15.12.2020).

43 Пашкус, В.В. Теория трансфертного ценообразования в современной организации: понятия, модели, проблемы [Электронный ресурс] // НОУ «ИПП», 2004. – URL: <http://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=000761> (дата обращения 10.09.2020).

44 Федеральная налоговая служба – URL: <http://nalog.ru/> (дата обращения 18.12.2020).

