

инвентаризации активов и обязательств организаций, оформления результатов инвентаризации. В учетной политике следует установить порядок проведения инвентаризации дебиторской и кредиторской задолженности, в т.ч. возникающих при расчетах с покупателями и заказчиками;

7) постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 26.12.2022 г. № 61 «Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности „Влияние изменений курсов иностранных валют“». В соответствии с требованиями Национального стандарта в учетной политике необходимо закрепить механизм пересчета монетарных обязательств в расчетах с покупателями и заказчиками, выраженных в иностранной валюте;

8) постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30.06.2016 г. № 58 «Об установлении форм товарно-транспортной накладной, товарной накладной и утверждении Инструкции о порядке заполнения товарно-транспортной накладной, товарной накладной». Считаем необходимым также в учетной политике определить порядок внесения исправлений в данные документы путем оформления корректировочного акта.

Изменения НПА могут повлиять на существующую учетную политику организации. Пересмотр или дополнение учетной политики необходимы для того, чтобы обеспечить соответствие финансовой отчетности новым требованиям, а также для избежания нарушений законодательства и последующих финансовых или правовых проблем. Отсутствие своевременного пересмотра учетной политики может привести к некорректному отражению финансовой информации, ошибочным расчетам налоговых обязательств или другим непредвиденным последствиям.

Таким образом, роль учетной политики в организации сводится к обеспечению соответствия финансового учета требованиям НПА. Ее пересмотр или дополнение являются необходимой и важной процедурой, способствующей сохранению прозрачности и точности финансовой отчетности.

А. М. Амелянович

Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Головач

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТРАНСФЕРТНЫХ ЦЕН ПРИ ДВИЖЕНИИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

В статье исследуются экономическое содержание трансфертных цен в условиях децентрализации бизнеса и эффект от их применения для максимизации прибыли крупных корпоративных структур.

Организации стремятся к эффективному функционированию своего бизнеса для получения максимальной прибыли. Однако зачастую организации используют способы минимизации налоговых обязательств, которые противоречат нормам законодательства страны.

Современный уровень развития промышленных предприятий характеризуется четко выраженной тенденцией к укрупнению бизнеса. Реализуется данная тенденция путем образования холдинговых структур. В отечественной практике холдинги формируются путем объединения организаций вокруг головной компании, в качестве которой чаще всего выступает крупное промышленное предприятие. Важным аспектом отношений головной компании и участников холдинга является установление трансфертных цен для оценки выпуска готовой продукции в разрезе бизнес-единиц холдинга. Использование трансфертных цен выступает как средство более эффективного управления производственной деятельностью. А ввиду большего масштаба деятельности холдингов и концернов трансфертные цены приобретают важность в нынешней экономической ситуации [1].

Существует множество определений трансфертных цен в различных областях науки. В узком смысле трансфертные цены представляют собой внутрифирменные цены, которые применяются внутри компании при осуществлении операций по реализации продукции или услуг между подразделениями или компаниями холдинга. В широком смысле трансфертные цены — цены, определенные нерыночным путем в целях снижения налоговой нагрузки, которые подлежат контролю со стороны налоговых органов. В управленческом учете трансфертные цены трактуются как цены, по которым центры ответственности передают друг другу свою продукцию, работы или услуги [2].

Согласно налоговому законодательству Республики Беларусь трансфертные цены — цены, отличные от тех, которые имели бы место в сделках, соответствующих рыночным условиям, прибыль от осуществления которых могла бы быть получена лицами, являющимися сторонами сделки, но вследствие указанного отличия не была получена [3].

Трансфертные цены, используемые в операциях в пределах одной страны, используются для учета движения продукции, услуг, финансов, а также для оценки деятельности подразделений компании.

Промышленность Республики Беларусь представлена в основном такими объединениями, как холдинги и концерны. На данный момент учет движения продукции между компаниями холдинга не регламентирован. Законодательство позволяет учитывать готовую продукцию в условной оценке и по фактической себестоимости. Передавать продукцию по фактической себестоимости невыгодно производителю, потому что окупаются только затраты на производство. Производителю выгоднее реализовать продукцию на сторону.

Передача по ценам реализации уже невыгодна покупателю, так как получить выгоду от ее реализации уже не представляется возможным.

Ввиду этого целесообразным является применение трансфертных цен для учета движения продукции между участниками холдингов или концернов.

Грамотно установленные трансфертные цены позволят получить выгоду от операций как производителю, так и покупателю продукции. Производитель будет получать свою долю прибыли от реализации произведенной про-

дукции, покупатель же будет приобретать продукцию по ценам ниже рыночных, что также позволит ему получить свой процент прибыли.

При применении трансфертных цен прибыль распределена между подразделениями, отсутствует убыточность отдельных подразделений. Также налоговая нагрузка при их применении распределена между всеми участниками холдинга. Существенное влияние трансфертные цены оказывают на себестоимость продукции. При реализации по рыночным ценам себестоимость продукции значительно выше.

Также установление трансфертных цен усиливает кооперацию внутри холдинга, так как компаниям будет выгоднее сотрудничать с участниками холдинга, чем со сторонними организациями. Трансфертные цены не только способствуют интеграции компаний холдинга, но и являются ключевым инструментом контроллинга затрат. Это позволяет определить вид центра ответственности, которым является данное подразделение, — центр затрат, центр прибыли или центр инвестиций. Через использование трансфертного ценообразования измеряется и оценивается выполнение плановых показателей каждым отдельным структурным подразделением или участником холдинга. Таким образом, трансфертное ценообразование является эффективным инструментом оперативного и стратегического планирования, позволяющим вовремя выявлять отклонения от плановых показателей и принимать меры для исправления данной ситуации [4].

Использование трансфертных цен является одним из популярных инструментов снижения организациями налоговой нагрузки. Использование трансфертных цен позволяет регулировать размер сумм доходов и расходов, которые были получены или понесены взаимозависимыми лицами в сделках, что, в свою очередь, определяет сумму налоговых обязательств, подлежащих уплате в бюджет. Поэтому установление трансфертных цен относится к контролируемым сделкам и проверяется налоговыми службами. Занижение трансфертных цен может привести к заниженным значениям начисленных налогов, что приводит к недополучению средств в бюджет страны.

Сложностью при использовании трансфертных цен будет являться обоснование их размера, так как реализация продукции по трансфертным ценам контролируется со стороны налоговых служб. Но с экономической точки зрения целесообразнее использовать при передаче между участниками холдинга продукции по трансфертным ценам, так как данные сделки являются операциями с аффилированными лицами.

Применение трансфертных цен повлечет за собой необходимость совершенствования налоговой системы в отношении контроля за установлением трансфертных цен и совершением сделок с их использованием.

В дальнейшем стоит внедрить трансфертные цены не только при передаче готовой продукции между участниками холдинга, но и между филиалами и структурными подразделениями. Это позволит оценивать эффективность деятельности всех подразделений организации. Логичнее учитывать продукцию в соответствии со степенью ее обработки. Учетные оценки устанавливаются на весь производственный цикл продукции, вне зависимости от того, на каком этапе производства находится продукт.

Источники

1. *Маковчук, И. В.* Трансфертное ценообразование для целей управленческого учета промышленных предприятий холдинговых структур металлургического комплекса / И. В. Маковчук, Е. С. Замбрицкая // Корпоративная экономика. — 2015. — № 3 (3). — С. 18–24.
2. *Головач, О. В.* Бухгалтерский управленческий учет в промышленности : учеб. пособие / О. В. Головач, О. П. Монсеева, О. А. Бондаренко ; под ред. О. В. Головач. — Минск : Вышэйш. шк., 2023. — С. 199–214.
3. Трансфертное ценообразование [Электронный ресурс] // Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. — Режим доступа: https://nalog.gov.by/organizations/transfer_pricing. — Дата доступа: 22.10.2023.
4. *Осипов, Е. С.* Трансфертное ценообразование в системе контроллинга / Е. С. Осипов, Т. В. Степанова // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика : сб. науч. ст. 7-й Междунар. науч.-практ. конф., Курск, 19–20 окт. 2017 г. : в 3 т. / отв. ред. А. А. Горохов. — Курск : ЗАО «Университетская книга», 2017. — Т. 3. — С. 42–44.

Я. Д. Асеева

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. Н. Дудко

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЦИКЛИЧНОСТЬЮ ЭКОНОМИКИ

Рассмотрено понятие конкурентоспособности предприятия. Представлена взаимосвязь конкурентоспособности компании и цикличности экономики.

Международная организация Европейский форум по управлению (EMF) предложила рассматривать конкурентоспособность компании как «ее реальную и потенциальную способность проектировать, производить и продавать продукты, которые более привлекательны для потребителя с точки зрения ценовых и неценовых характеристик, чем у конкурентов». В концепции бенчмаркинга преимущества компании (организационные, экономические и технические) по сравнению с ее конкурентами выделяются в качестве ключевых показателей конкурентоспособности. Эти преимущества используются для снижения затрат, повышения качества продукции, модернизации возможностей, значительного роста производства, сохранения доли рынка и, как следствие, увеличения прибыли.

Конкурентоспособность является основной причиной роста прибыли и продаж для любой компании, независимо от ее размера. Конкурентоспособность компании выражается в потенциале и реальной способности компании, принимая во внимание ее существующие возможности производить и реализовывать продукцию в конкретных условиях, которые более привле-