

УДК 338.5

ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ (опыт американских компаний)

© 2011 г. **О.О. Панферова***

*Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова, Москва*

В данной статье представлен анализ опыта американских компаний в применении трансфертного ценообразования. Исследование показало, что трансфертное ценообразование является важным механизмом внутрифирменного управления, сфера которого постоянно только расширяется.

Ключевые слова: трансфертное ценообразование, модели трансфертного ценообразования, детерминанты выбора модели трансфертного ценообразования.

Большинство современных компаний можно представить как совокупность отдельных бизнес-единиц (подразделений), между которыми постоянно возникают экономические отношения купли-продажи ресурсов, товаров или услуг. Сделки купли-продажи внутри компании совершаются по внутренним расчётным ценам, называемым трансфертными (переводными) ценами.

Чем крупнее становится компания, структура которой предполагает деление на несколько подразделений, тем более актуальным становится вопрос, какой уровень трансфертной цены является оптимальным.

Кроме того, в контексте глобализации всё заметнее становится роль международных компаний**, подразделения которых находятся на территориях нескольких стран. В таком случае установление трансфертной цены должно согласовываться не только со стратегическими целями компании, но и учитывать налоговые требования тех стран, в которых компания ведёт свою деятельность.

Немаловажно отметить, что не только крупнейшие объединения опираются на трансфертные цены, даже средние компании всё больше внедряют такие цены. Явно обнаруживается прямая зависимость между ростом нормы прибыли компании и увеличением её внутрифирменного оборота с применением трансфертных цен. Это, в свою очередь, отражает эффективность мобилиза-

* ПАНФЕРОВА Оксана Олеговна – аспирантка экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова. E-mail: panferovaoksana@yandex.ru

** Так, за последние 20 лет, по данным ЮНКТАД, средний размер корпораций вырос более чем в 2 раза за счёт увеличения количества дочерних компаний в различных странах мира. При этом общий мировой объём торговли между дочерними компаниями составил в 2008 г. более одной трети всего объёма мировой торговли [20].

ции внутренних ресурсов для достижения общего результата деятельности объединений [3, с. 84].

Функционирование международных компаний и установление ими трансфертных цен связано также с проблемой утечки бюджетных средств. С помощью схем трансфертного ценообразования холдинги занижают внутрифирменные расчётные цены, уменьшая тем самым налоговую базу и, следовательно, свои налоговые обязательства. С этой проблемой пытаются бороться практически все государства, на территории которых функционируют международные компании.

Наибольшее распространение трансфертные цены получили в 1950–1960 гг. XX века, в период начала формирования крупных транснациональных корпораций (ТНК). Уже в начале 1980-х годов в США насчитывалось около 1,5 тыс. компаний, активно применяющих трансфертное ценообразование как механизм внутрифирменного управления. К числу наиболее известных мировых американских компаний, применяющих трансфертные цены, относятся ИБМ, «Форд», «Экссон ойл», «Уол-Март» и др. [2].

Количественный анализ практики применения трансфертного ценообразования является достаточно сложной задачей ввиду отсутствия открытого доступа к статистическим данным о внутрифирменных взаиморасчётах, представляющий коммерческую тайну, которую компания вправе не раскрывать. Даже американские компании, считающиеся наиболее открытыми относительно своей деятельности, публично не раскрывают информацию о структуре организации, а также внутрифирменных взаиморасчетах в течение десяти лет.

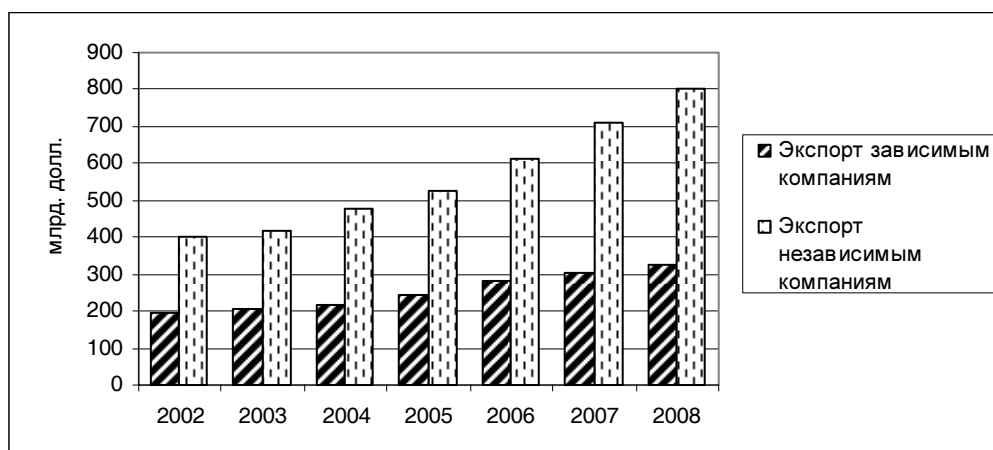
Косвенный количественный анализ применения трансфертных цен можно провести на основе данных по международной торговле между зависимыми подразделениями по сравнению с торговлей между независимыми компаниями; при торговле между зависимыми подразделениями предполагается установление трансфертной цены. Получить такого рода информацию о компаниях США можно, пользуясь официальной статистикой.

Так, согласно данным Бюро переписи населения, продажа товаров и услуг американскими компаниями независимым компаниям превышает тот же показатель для зависимых компаний. Однако наблюдается положительная динамика обоих показателей, что отражает не только усиление мировых позиций американских международных компаний, но также указывает на расширение внутрифирменной экспортной торговли, и, следовательно, количество случаев применения трансфертных цен, скорее всего, возрастает (см. рис. 1).

Ежегодное расширение внутрифирменной торговли проявляется при анализе импорта от зависимых и независимых организаций (см. рис. 2). При этом, в отличие от экспорта, внутрифирменная импортная торговля, практически равна торговле между независимыми компаниями. Кроме того, абсолютные значения объёма импорта из зависимых компаний превышают абсолютные значения объёма экспорта, т.е. внутрифирменная торговля идёт в основном за счёт покупки товаров и услуг американскими подразделениями.

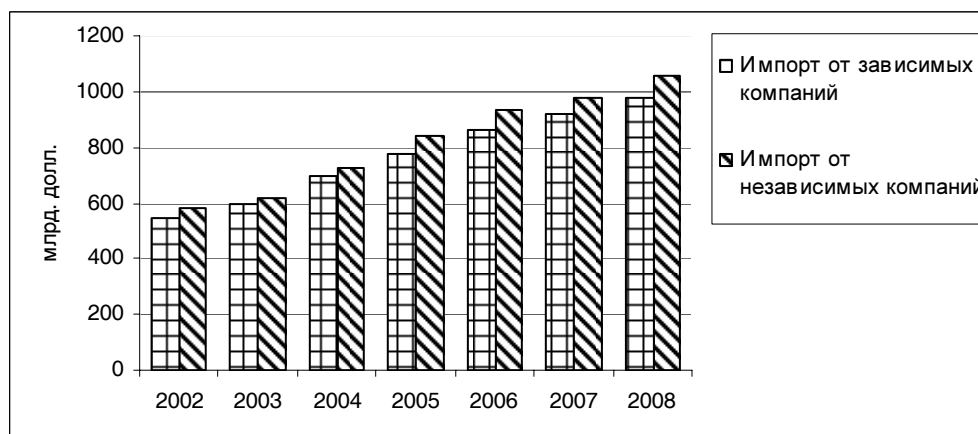
Совокупная внутрифирменная торговля между зависимыми организациями международных корпораций США с годами увеличивается, а следовательно, можно предположить, что расширяется практика применения ими трансфертных цен (см. рис. 3).

Рис. 1. Экспорт международных компаний США зависимым и независимым компаниям, 2002–2008 гг.



U.S. Census Bureau [21].

Рис. 2. Импорт международных компаний США от зависимых и независимых компаний, 2002–2008 гг.



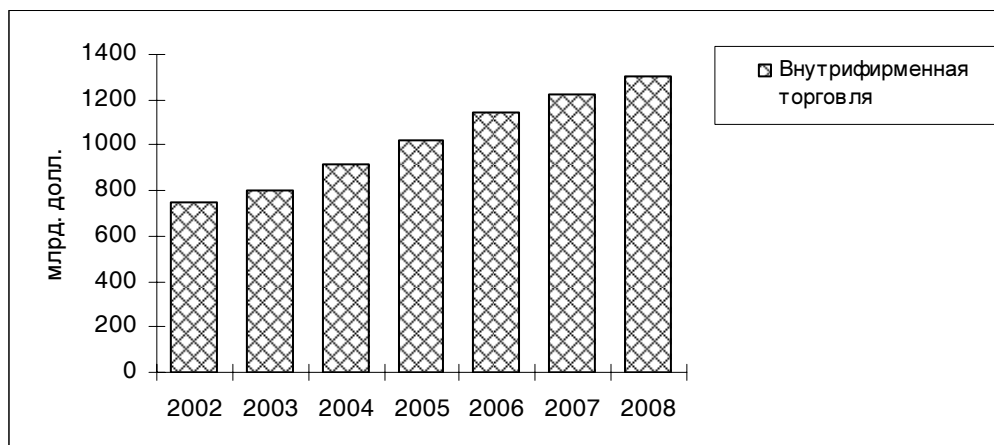
U.S. Census Bureau [21].

Таким образом, косвенный количественный анализ деятельности американских компаний показывает, что практика применения трансфертных цен с каждым годом расширяется за счёт усиления позиций этих компаний и увеличения между ними внутрифирменных потоков.

Что касается методов, то все возможные методы установления трансфертных цен американскими компаниями регулируются Налоговым управлением США (*Internal Revenue Service*).

Приоритетным считается метод, при котором трансфертная цена устанавливается на уровне рыночной цены аналогичного продукта. Часто этот метод называют «принципом вытянутой руки». Суть метода заключается в том, что

Рис. 3. Внутрифирменная торговля
международных компаний США, 2002–2008 гг.



U.S. Census Bureau [21].

цена товаров по внутрифирменной («контролируемой») сделке сравнивается с ценой аналогичных товаров по сопоставимым сделкам между независимыми предприятиями (как внутри страны, так и за её границами).

В США данные по рыночным ценам доступны публично [20], однако бывает довольно сложно найти точный аналог такого же продукта и такой же сделки, чтобы установить трансфертную цену так, чтобы не было различий, влияющих на установление трансфертной цены. Такие затруднения могут возникнуть в случае товаров или услуг, в производстве которых используются специфические активы; в случае передачи нематериальных активов, ноу-хау и в других исключительных случаях ввиду сложности, а иногда невозможности обнаружения аналогов на рынке.

Проблемы отсутствия конкурентного рынка и аналога самого трансфертного продукта при установлении трансфертной цены могут быть решены при помощи затратных методов. В рамках затратного подхода также можно выделить три основных варианта расчёта издержек подразделения. Так, в основу трансфертной цены может быть положена полная фактическая себестоимость, нормативная себестоимость или переменная себестоимость. При этом в американских компаниях каждый из отмеченных затратных методов может реализовываться по одной из двух схем – либо трансфертная цена просто приравнивается к издержкам производящего подразделения без каких-либо дополнительных отчислений в его пользу, либо по методу «издержки плюс» [11, р. 435–445].

Когда трансфертная цена приравнивается только к издержкам, не учитываются интересы подразделения и она вряд ли может стать механизмом стимулирования менеджеров подразделения. Более того, это может побудить менеджеров подразделения предоставлять недостоверную информацию об уровне издержек. В частности, менеджеры подразделений могут завышать уровень издержек для извлечения дополнительной выгоды.

Для того чтобы менеджеры подразделений предоставляли достоверную информацию о своей деятельности, необходима эффективная система стимулов. Одним из способов является материальное вознаграждение. В случае использования трансфертной цены это достигается при помощи затратного метода «издержки производства плюс некоторые отчисления в пользу продающего подразделения» [22, р. 45–56].

Вторым практическим методом является метод последующей реализации. В данном случае трансфертная цена приравнивается к цене, по которой товар, приобретённый у зависимого поставщика, перепродаётся независимому покупателю. Затем цена перепродажи товара уменьшается на величину валовой маржи при перепродаже» [20]. Для определения величины валовой маржи используются данные по сопоставимым сделкам. Остаток от вычитания маржи после соответствующих корректировок на другие затраты, связанные с приобретением товара (например, таможенные пошлины), может считаться стоимостью товара на открытом рынке при соблюдении нормальных коммерческих условий. Сложность может возникнуть при поиске сопоставимых сделок.

Американскими компаниями также используется и третий метод – распределение прибыли. Посредством данного метода сначала вычисляется общая прибыль, полученная от совместных сделок между подразделениями одной компании, после чего она делится между ними на основе степени их фактического участия в образовании прибыли [20, р. 68]. Степень участия определяется на основе тех или иных объективных экономических показателей, наиболее подходящих к конкретному случаю. Например, прибыль может распределяться согласно отраслевым нормам, по товарообороту, на основе соотношения числа работников в подразделениях компании и другими способами.

Преимущество данного метода заключается в том, что у каждого подразделения появляется возможность получения прибыли, а следовательно, и высокая заинтересованность в достижении конечного результата. Основным недостатком данного метода становится сложность распределения прибыли. Часто при применении данного метода различные подразделения компании ставятся в неравные условия, что провоцирует конфликты между ними.

Кроме того, существует метод расчёта чистой маржи сделки, который основан на анализе маржи, полученной компанией в результате сделки или серии сделок, по отношению к некоторой базе, такой как оборот, издержки или использованный капитал. Предполагается, что исчисленная таким образом относительная чистая маржа при «правильном» ценообразовании должна совпадать с аналогичным показателем, существующим у независимых контрагентов и уже на этой основе устанавливается трансфертная цена. Если совпадение не достигнуто, то производится необходимая корректировка трансфертной цены. Этот метод наименее «традиционен» и наиболее технически сложен. Обычно он используется, когда применение всех остальных методов по каким-либо причинам вызывает затруднения [20, р. 74–81].

Наконец, трансфертная цена может устанавливаться в результате переговоров между менеджерами бизнес-единиц. В рамках данного подхода фирма рассматривается как коалиция, участники которой имеют различные, а порой даже противоположные интересы, в результате чего каждый из участников настаи-

вает на том уровне трансфертной цены, который выгоден именно ему. Разрешение данных противоречий происходит в течение длительных переговоров.

Сторонники данного подхода утверждают, что трансфертные цены, установленные в результате переговоров, будут способствовать мотивации менеджеров отдельных автономных подразделений компаний. Большая автономность подразделений от центра заставляет менеджеров становится более ответственными, так как их доход начинает прямо зависеть от их действий. Так, Дж. Дин отмечает, что такой подход к установлению трансфертной цены поддерживает автономность каждого подразделения, так как для менеджеров подразделений появляется возможность в какой-то степени реализовать свои интересы, высказать их на переговорах [10, р. 65–74]. Исследования Р. Акельберга и Ж. Юкла подтверждают, что определение трансфертных цен путем переговоров способствует большей координации действий отдельных подразделений [5].

Понятно, что в результате переговоров менеджеры подразделений могут прийти к решению, которое в наибольшей степени соответствует интересам обеих сторон, но не стоит забывать, что переговоры могут длиться очень долго, так как договаривающиеся стороны часто имеют противоположные интересы, и прийти к единственно верному решению, удовлетворяющему интересам обеих сторон, довольно сложно.

В законодательстве США по трансфертному ценообразованию определяется, что компании могут выбирать любой наилучший метод расчёта трансфертных цен, наиболее точно соответствующий «принципу вытянутой руки».

Выбор американскими компаниями модели трансфертного ценообразования зависит от многих факторов, всю совокупность которых можно разделить на две группы – организационные факторы и факторы окружающей среды.

Организационные факторы трансфертного ценообразования связаны с характеристиками компании, её стратегией и проводимой внутренней политикой.

Так, одним из возможных организационных факторов, влияющих на метод трансфертного ценообразования, является размер фирмы. Как отмечается во многих эмпирических исследованиях американских экономистов, чем больше фирма, тем больше она стремится использовать рыночный метод установления трансфертной цены, в то время как мелкие и средние компании устанавливают трансфертную цену, основываясь по большей части на своих затратах [8, р. 81]. Одним из возможных объяснений данной тенденции может стать предположение о том, что более крупные компании в рамках своей организационной структуры имеют большое количество подразделений, управление которыми является сложным процессом. Поэтому часто отдельные подразделения наделяются некими полномочиями. Автономность и самостоятельность подразделений в результате приводит к тому, что отношения с другими подразделениями компании строятся на рыночных принципах. Как показывают эмпирические исследования, в среднем внутрифирменные цены значительно ниже (примерно на 43%) цен аналогичных продуктов, продающихся на открытом рынке [7, р. 3].

Немаловажным фактором также становится стратегия компании. Интересна в данном случае модель Р. Экклеса. Проанализировав 13 американских

компаний, он установил, что определяющими факторами трансфертного ценообразования являются степень интеграции компании, которая отражает уровень взаимозависимости подразделений друг от друга, и степень её диверсификации как индикатор сегментации продуктового рынка.

Для каждого типа фирм Экклес показал основной механизм расчета трансфертных цен. Политика трансфертного ценообразования приведена в таблице. Основным результатом исследования Экклеса состоит в том, что трансфертное ценообразование зависит от стратегии компании. Как видно из таблицы, чем автономия сильнее, т.е. чем меньше взаимозависимость между подразделениями компании, тем, скорее всего, трансфертная цена будет приравнена к рыночной цене; если же автономия слаба, то, согласно модели Экклеса, более оправданным становится применение затратных методов расчета трансфертной цены.

Таблица

Политика трансфертного ценообразования по Экклесу

Вертикальная интеграция	Диверсификация	
	высокая	низкая
высокая	Полные издержки	Рассчитанные на основе рыночных цен
низкая	Нет трансфертного ценообразования	Автономия обмена по рыночным ценам

Пашкус В.Ю. Теория трансфертного ценообразования в современной организации: понятия, модели, проблемы [2].

Однако данной модели присущи два основных недостатка. Во-первых, Экклес исключил из поля зрения другие факторы, которые также могли бы повлиять на выбор модели трансфертного ценообразования и привести к другим выводам. Во-вторых, в работе Экклеса не даётся чётких критериев степени интеграции и диверсификации: возникает вопрос, какую из компаний считать высоко интегрированной?

На основе исследований Экклеса, Б. Спайсером была разработана организационная модель процесса трансфертного ценообразования. Она включает в себя организационные, бихевиористские, стратегические, а также транзакционные переменные. Особый акцент в этой модели делается на специфичность внутренней транзакции. Спайсер делит передаваемые изделия на две группы: идиосинкразические (изготовленные в соответствии с требованиями потребителя) и стандартные. Как отмечает Спайсер, в условиях высокой «идиосинкразичности» и стабильной торговли фирма, скорее всего, будет придерживаться затратного подхода трансфертного ценообразования. При нестабильности торговли между подразделениями, а также при производстве стандартизованных изделий, аналогии которых довольно легко найти на рынке, трансфертная цена, скорее всего, будет приравниваться к рыночной цене. В промежуточных ситуациях возможен как затратный подход определения трансфертной цены, так и ведение переговоров, в ходе которых будет установлена трансфертная цена [17].

Отметим, что модель Спайсера требует эмпирических подтверждений. Основной её недостаток заключается в том, что автор не рассматривал вопрос об автономии подразделений.

Фактор характеристики изделия с точки зрения его стандартизованности или инновационности изучался и другими экономистами. Если трансфертное изделие является инновационным, не имеющим аналогов на рынке, то компании используют затратный метод определения трансфертной цены, в то время как для широко распространенных на рынке товаров трансфертная цена приравнивается к рыночной как самой оптимальной [6]. Трансфертная цена на инновационное изделие также может устанавливаться в ходе переговоров [10].

Следующий организационный фактор, влияющий на выбор трансфертной цены, – это непосредственно организация производства. Можно выделить три типа организации производства.

Первый тип производства предполагает, что производство последующего компонента начинается только после производства предыдущего, что характерно для стандартизованной продукции (к примеру, на сборочных линиях). В данных условиях наилучшая координация достигается при помощи установлении трансфертной цены на основе затратного подхода.

Второй тип производства предполагает наличие конкуренции между отдельными бизнес-единицами внутри одной компании. В таких условиях существует возможность использования рыночных цен в качестве расчета трансфертной цены.

Наконец, третий тип организации производства предполагает наличие не только прямых, но и обратных связей между производителями и покупателями, к примеру, в условиях производства на заказ. Для изделий, производимых на заказ, не существует внешних рынков, где бы производились их аналоги, поэтому в данном случае трансфертная цена устанавливается в результате переговоров между заказчиком и поставщиком [18].

На выбор модели трансфертного ценообразования также влияет социальная среда внутри компании, а именно – уровень доверия в организации между отдельными подразделениями. В работах, посвящённых данной проблематике, утверждается и эмпирически доказывается, что в условиях высокого доверия между подразделениями информация о деятельности компании распространяется быстро, что даёт возможность устанавливать трансфертную цену в результате переговоров между менеджерами подразделений, которые будут менее длительными, так как доверие друг к другу высоко.

Низкий уровень доверия между отдельными подразделениями препятствует свободному распространению информации и вызывает необходимость вмешательства административного центра, следовательно, трансфертные цены должны либо приравниваться к рыночной цене, либо устанавливаться на основе использования затратного подхода [12, р. 482–490].

Что касается проводимых между подразделениями переговоров, то можно отметить, что их эффективность зависит от вариантов их проведения. В некоторых эмпирических исследованиях выявляется, что, проводимые «лицом к лицу», т.е. при личной встрече менеджеров подразделений, а не посредством телекоммуникационных технологий (телефон, Интернет) переговоры будут

более эффективными, и трансфертная цена будет устанавливаться в наибольшем соответствии с интересами обеих сторон [13].

К **факторам внешней окружающей среды** относятся характеристики внешних относительно компании условий, в которых она функционирует.

Более стабильные внешние условия делают более реалистичными прогнозы как относительно собственного развития компании и развития конкурентов, так и изменений в отраслевом спросе. В более стабильных условиях фирмы более склонны использовать ориентированные на рынок цены.

Кроме того, стабильность окружающей среды предполагает стабильность используемых технологий, а значит, производимые изделия или полуфабрикаты становятся всё более стандартизованными, поэтому применение рыночной цены при взаиморасчётах становится оправданным.

В условиях нестабильности и неопределённости, напротив, расчёт трансфертной цены на основе рыночной, невозможен. Рыночные условия постоянно меняются, прогнозы сделать практически невозможно, также часто меняются технологии. В таких условиях предполагается расчёт трансфертной цены на основе затратного подхода [9, р. 890–905].

Наконец, можно отметить фактор внешней институциональной среды [14, р. 22]. Выбор той или иной модели трансфертного ценообразования зависит от таких институциональных факторов, как регулирующие деятельность данной компании нормативы, нормы и правила поведения в данной отрасли. В частности, к факторам внешней социальной среды относятся такие переменные, как различия в налоговом законодательстве тех территорий, на которых функционируют подразделения компании, импортные квоты, таможенные пошлины.

Для международных компаний серьёзное значение при установлении трансфертной цены имеют такие факторы, как экономическая и политическая структура принимающей страны (уровень таможенных пошлин, квот на импорт и т.п.); законодательство принимающей страны (налоговое, регулирующее внешнеэкономическую, предпринимательскую деятельность, валютно-кредитную сферу и т.п.); темпы инфляции; политические, экономические и кредитные риски (например, вероятность изменения политического курса государства, законодательства, девальвации национальной валюты, риски неплатежей и т.п.); уровень цен на рынке принимающей страны; уровень либерализации валютного рынка; порядок экспатриации (перевода) прибыли из принимающей страны; порядок выплаты дивидендов в принимающей стране, налоговые ставки принимающей страны, реальный обменный валютный курс и другое.

На политику трансфертного ценообразования оказывает влияние множество факторов. С одной стороны, на установление трансфертной цены влияют внутрифирменные характеристики компании, её стратегия, организация производственного процесса, характеристики производимого ею продукта, внутренняя социальная среда и др. С другой стороны, немаловажное значение приобретает внешняя среда, в особенности институциональная среда, регулирующая деятельность компаний, применяющих трансфертное ценообразование. Бремя доказывания правильности установления трансфертной цены в США ложится непосредственно на налогоплательщика, который должен доказать, что его цены установлены на рыночных принципах.

Исследование деятельности американских международных компаний также позволяет сказать, что трансфертное ценообразование является важным аспектом построения внутренней налоговой политики. Трансфертное ценообразование позволяет компаниям минимизировать налоговые платежи путём трансферта капитала в более благоприятные страны с точки зрения налоговых условий.

К примеру, расследование по делу компании «Энрон» показало, каким образом, с учётом советов «Артур Андерсон», «Делойт», «Дойче банк» и других крупных юридических фирм, энергетический гигант США создал 3 500 отечественных и зарубежных дочерних компаний и филиалов, в том числе в таких местах, как Теркс и Кайкос, Бермудские острова и Маврикий. Уклонение от налогов компанией «Энрон» осуществлялось посредством перемещения части полученных доходов в «налоговые убежища». Сенат США отметил, что дело «Энрона» ещё раз подтвердило необходимость регулирования трансфертного ценообразования. По оценкам, за период 1996–2000 гг. около 1 785 млн. долл. прибыли компании «Энрон» было скрыто от налоговых органов и, соответственно, не обложено налогом [6, р. 8–11].

Анализ регулирования применения трансфертных цен и его воздействия на внутрифирменную политику, показал, что 52% опрошенных международных компаний в 2007 г. подвергались проверкам со стороны налоговых органов, при этом 27% компаний были вынуждены скорректировать трансфертные цены в соответствии с требованиями налоговых служб. 82% компаний США подверглись значительным проверкам. Если раньше аудиторские проверки проводились по поводу оценки нематериальных активов, в том числе по поводу оценки интеллектуальной собственности, то теперь на первое место вышли проблемы трансфертного ценообразования (55% всех аудиторских проверок).

В результате проверки компании, нарушившие правила трансфертного ценообразования, выплачивают штрафы. Штрафы накладываются в 31% случаев проверок. Анализ 2007 г. показал, что международные компании, функционирующие во Франции и Италии, чаще всего облагаются штрафами [15, р. 13–15]. Однако штрафы в результате проверок представляют собой наименее опасное наказание для компаний. По результатам проверок некоторые компании банкротятся.

Ярким примером банкротства в результате налоговой проверки стал один из крупнейших операторов телекоммуникаций – американская компания «УорлдКом» (*WorldCom*). Причиной громкого финансового скандала, разгоревшегося в июне 2002 г., стало обнаружение ошибки в финансовой отчётности компании на сумму более 3,8 млрд. долларов [1].

Кроме того, в США проверяющие органы придерживаются довольно жёсткого подхода в отношении документации и отчетности: документация должна быть свежей и включать всю соответствующую информацию, в том числе сведения, ставшие известными после совершения сделки. Компании должны представлять налоговым органам такую подробную информацию, чтобы избежать санкций в случае значительного занижения налоговых обязательств в результате ценовых манипуляций.

Мировой финансовый кризис также внёс свои коррективы в практику применения трансфертного ценообразования. Налоговые проверки участились, требования ужесточились, штрафы возросли, что в свою очередь заставило компании ещё серьезнее относиться к разработке политики трансфертного ценообразования, к расширению использования методов предотвращения налоговых проверок. Наибольшее количество налоговых проверок наблюдалось в автомобильной, нефтегазовой отрасли, в отраслях потребительских и лекарственных товаров, которые и так испытывают серьёзные трудности.

Таким образом, анализ трансфертного ценообразования на примере американских компаний показывает, что сфера применения трансфертного ценообразования как механизма внутрифирменного управления постепенно расширяется с ростом масштабов внутрифирменной торговли. Методы и непосредственно методика расчёта трансфертной цены американскими компаниями довольно подробно описано в регламентациях Налогового управления США, основанных на Стандартах ОЭСР. Что касается выбора метода определения трансфертной цены, то приоритетным считается метод приравнивания внутренней цены к рыночной цене. В случае, если нет аналога изделия, на который известна трансфертная цена, то используются другие методы, определяемые Налоговым управлением США. Но выбор метода определения трансфертной цены должен быть логичным и обоснованным, в том числе и документально.

Список литературы

1. *Иванов П.* Прodelки WorldCom останутся в памяти потомков (<http://www.gazeta.ru/2002/07/22/prodelkiWorl.shtml>).
2. *Пашкус В.Ю.* Теория трансфертного ценообразования в современной организации: понятия, модели, проблемы (<http://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=000761>).
3. *Пороховский А.А.* Экономические отношения в монополистических объединениях (на примере промышленных концернов). М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979. 159 с.
4. Центральный банк РФ (<http://www.zcd.zn/zcb/2008-15/14172>).
5. *Ackelberg R. and Yukl G.* Negotiated Transfer Pricing and Conflict Resolution in Organizations // Decision Sciences. July, 1979. No. 10. P. 387–398.
6. *Adler R.* Transfer Pricing for World-Class Manufacturing // Long Range Planning. 1996. No. 29. P. 69–75.
7. *Bernard A.B., Jensen J.B., Schott P.K.* Transfer Pricing by U.S.-Based Multinational Firms (Working Paper No. 12493) // NBER. August 2006 (<http://www.nber.org/papers/w12493>).
8. *Borkowski S.C.* Environmental and Organizational Factors Affecting Transfer Pricing: A Survey // JMAR. 1990. Vol. 2. P. 78–99.
9. *Brews P., Hunt M.* Learning to Plan and Planning to Learn: Resolving the Planning School/ Learning School Debate // Strategic Management Journal. 1999. No. 20(10). P. 889–913.
10. *Dean J.* Decentralization and Intracompany Pricing // Harvard Business Review. July-August, 1955. No. 33. P. 65–74.

11. *Goetz B.E.* Transfer Prices: An Exercise in Relevancy and Goal Congruence // Accounting Review. July, 1967. No. 45. P. 435–470.
12. *Granovetter M.* Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. 1985. No. 3. P. 481–510.
13. *Kachelmeier S.J., Towry K.L.* Negotiated Transfer Pricing: Is Fairness Easier Said than Done? // The Accounting Review. July, 2002. Vol. 77. No. 3. P. 571–593.
14. *Li D., Ferreira M.P.* Internal and External Factors on Firms' Transfer Pricing Decision: Insights from Organizational Studies (Working Paper No. 06/2007) (www.globadvantage.ipleiria.pt).
15. Precision under Pressure – Global Transfer Pricing Survey 2007-2008. Ernst&Young, 2008
([http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_Tax_TPSurvey_2007/\\$FILE/Tax_TPSurvey_2007.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_Tax_TPSurvey_2007/$FILE/Tax_TPSurvey_2007.pdf)).
16. *Sikka P., Willmott H.* The Dark Side of Transfer Pricing: Its Role in Tax Avoidance and Wealth Retentiveness // Critical Perspectives on Accounting. February, 2010. P. 8–11.
17. *Spicer B.H.* Towards an Organizational Theory of the Transfer Pricing Process // Accounting, Organization and Society. 1988. No. 13(3). P. 303–321.
18. *Thompson J.* Organizations in Action. Social Science Bases of Administrative Theory. New York: McGraw-Hill, 1967. 177 p.
19. Today's Market Prices (<http://www.todaymarket.com>).
20. Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations 2009. OECD, 2009
(http://www.oecd.org/document/34/0,3343,en_2649_33753_1915490_1_1_1_1,00.html)
21. U.S. Census Bureau (<http://sasweb.ssd/census.gov/relatedparty>).
22. *Vendig R.* A Three-Part Transfer Price // Management Accounting. September, 1973. No. 55. P. 45–56.
23. World Investment Report 2008: Transnational Corporations and the Infrastructure Challenge. N.Y., Geneva: UN, UNCTAD, 2008
(<http://www.rcb.ru/rcb/2008-15/14172/>).