

Основным недостатком данного подхода к формированию плана НИОКР является отсутствие прогнозного расчета отпускной цены на модели новой техники до включения их в план НИОКР. Как следствие, нельзя изначально определить будет ли цена созданной предприятием новой техники привлекательна для конечного потребителя или же он предпочтет технику фирм-конкурентов как более дешевую при схожих технико-эксплуатационных характеристиках.

Для обеспечения решения вопроса прогноза цен необходимо привлечь к разработке плана НИОКР предприятия планово-экономическую службу и службу снабжения (управление внешней комплектации), которые работая в тандеме с маркетингом и конструкторами с учетом перечней основных покупных узлов и узлов собственного изготовления смогут провести укрупненный прогнозный расчет себестоимости модели новой техники и отпускной цены в условиях ее серийного производства.

Определение укрупненных стоимостных показателей новой техники позволит утвердить классификационную группу экономической значимости для каждого конкретного вида техники, включаемого в план НИОКР (1-маж значимость, далее 2 и 3), а значит и установить очередность, приоритетность и сроки создания новых моделей машин, более четко прогнозировать финансовый результат на перспективу для производственной деятельности предприятия в целом.

УДК 338.51

ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Магистрант Будник И.А.

Научный руководитель—канд. экон. наук., доцент Адаменкова С.И.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Цена – главная и универсальная форма взаимодействия товаропроизводителя и рынка, которая делает возможной куплю-продажу товара и само экономическое существование его производителя.

Трансфертная цена – это цена, применяемая при обмене товарами в рамках транснациональных корпораций между их подразделе-

ниями в разных странах [1]. Эта цена всегда устанавливается конфиденциально. При трансфертном ценообразовании передача продукции обычно осуществляется по ценам значительно ниже рыночных.

Главная цель введения трансфертных цен - минимизация налогообложения внутрикорпоративных расчетов и таможенных платежей, а также аккумуляция прибыли в сбытовых структурах, зарегистрированных в зонах с льготным налогообложением. В результате, производственные компании поставляют продукцию по трансфертной цене родственным сбытовым компаниям, зарегистрированным в офшорных зонах или странах, использующих невысокие ставки налоговых платежей. Сбытовики реализуют товар по рыночной цене, получая сверхприбыль, с которой не платятся налоги или они незначительны.

Таким образом, при продаже продукции за границу возникает проблема вывоза капитала из страны и занижения базы налогообложения, что приводит к недополучению налогов внутри страны.

В связи с этим возникает необходимость обратить внимание на способы контроля трансфертного ценообразования.

Литература

1. АКАДЕМИК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/14886, – Загл. с экрана.

УДК 339.138

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ИМК НА РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКАХ: ПЕРСПЕКТИВЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Магистрант Русак Е.К.

Научный руководитель – канд. экон. наук., доцент Глубокий С.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Применение маркетинговых коммуникаций в производственной деятельности при позиционировании товара внутри государства или продвижении продукта на зарубежные рынки должно учитывать сложившиеся правила в стране и ее культуру, существующий госу-