

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ НА МІКРОРІВНІ В УМОВАХ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ

## THEORETICAL AND PRACTICAL BASES OF TRANSFER PRICING FORMATION AT THE MICROLEVEL IN TERMS OF NATIONAL ECONOMY



**Оксана ДЕСЯТНЮК,**  
доктор економічних наук,  
Тернопільський національний  
економічний університет

**Oksana DESYATNIUK,**  
Doctor of Economics,  
Ternopil' National Economic University

**Ольга ЧЕРЕВКО,**  
Тернопільський національний  
економічний університет

**Olga CHEREVKO,**  
Ternopil' National Economic University



Швидка інтеграція України до світового економічного та фінансового простору об'єктивно зумовлює застосування нових методів та підходів до управління інформаційними, фінансовими та матеріальними ресурсами, що базуються на використанні трансфертного ціноутворення. Політика трансфертного ціноутворення є механізмом ефективного управління підприємством в умовах децентралізації та необхідності оптимізації фінансових результатів. Застосування трансфертного ціноутворення набуває особливого значення для транснаціональних компаній в Україні. Воно тягне за собою необхідність розробки компанією (групою компаній) своєї власної політики трансфертного ціноутворення, яка існувала б у рамках вже визначеної тактики та загальної стратегії ефективного управління та розвитку загалом. У зв'язку з цим актуальним є дослідження основних методів формування трансфертних цін на рівні окремо взятого суб'єкта господарювання та в цілому взаємодії учасників ринку з метою узгодження їх економічних інтересів.

Дослідження різних аспектів трансфертного ціноутворення іноземними та вітчизняними вченими тривають з початку ХХ століття. Ця тематика залишається актуальною і сьогодні, оскільки сучасні тенденції розвитку компаній характеризуються суттєвими змінами в умовах їх діяльності, а також необхідністю оперативного реагувати на часту та зазвичай непередбачувану зміну законодавчих вимог. Слід згадати зарубіжних науковців М. Кента [1], Л. Нікельса [2], Р. Екклеса [3], які вивчали встановлення оптимальних та економічно обґрунтованих трансфертних цін. Теоретичні аспекти трансфертного ціноутворення досліджувалися також українськими вченими П. Дзюбою [4], М. Макаренком, Т. Савченком [5] та іншими.

Міжнародний досвід впровадження трансфертних цін всередині великих корпорацій досліджували В. Костюк та І. Шеламова [6], а в ролі інструменту управління компанією – Д. Корепанов [7].

Разом з тим, незважаючи на значне число наукових публікацій, на даний час недостатньо вивченими залишаються питання безпосереднього формування ефективної політики трансфертних цін на підприємствах. Крім того, не повною мірою досліджено механізм застосування компаніями трансфертних цін в умовах перехідної економіки та ефективність їх використання вітчизняними підприємствами на даному етапі розвитку економіки України, оскільки концепція трансфертних цін для вітчизняного бізнесу є все ще новою.

**Метою статті** є обґрунтування теоретичних та практичних засад формування політики трансфертних цін на мікрорівні в економічних умовах України.

Сучасні світові економічні процеси характеризуються інтернаціоналізацією виробничих та фінансових відносин, характерним проявом яких є трансфертне ціноутворення. Використання цін у внутрішньогосподарських зв'язках між структурними підрозділами підприємств досліджувалися ще у 90-х роках під час розробки та впровадження на державних підприємствах внутрішнього господарського розрахунку. На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки запровадження системи внутрішніх цін здійснюється не на господарських, а на ринкових відносинах під впливом попиту та пропозиції, а також законодавчих обмежень.

Основною метою трансфертного ціноутворення зазвичай є вплив на фінансові показники роботи кожного учасника господарської операції при створенні та реалізації продукції (товарів, послуг) для збільшення прибутку та досягнення загальної мети бізнес-партнерів.

Ефективно сформована політика трансфертного ціноутворення покликана покращити економічні результати за рахунок:

- забезпечення узгодженості діяльності та перерозподілу ризиків окремих підрозділів та підприємства в цілому;
- збільшення продуктивності праці співробітників всіх підрозділів для забезпечення прибутковості діяльності;
- підвищення відповідальності та вмотивованості керівників підрозділів (менеджерів);
- наявності бази для оцінки та порівняння результатів діяльності підрозділів;
- покращення позицій фірми на ринку за рахунок податкової оптимізації.

*Досліджено теоретико-методологічні засади трансфертного ціноутворення на мікрорівні. Проаналізовано фактори, що впливають на політику трансфертного ціноутворення, та запропоновано алгоритм формування трансфертної ціни на підприємстві. Розглянуто модельний приклад вибору методу трансфертного ціноутворення та розрахунку інтервалу рентабельності, що відповідає сучасним законодавчим вимогам.*

*The theoretical and methodological bases of transfer pricing formation at microlevel are studied. The factors acting upon transfer pricing are analysed and the algorithm to form transfer price at an enterprise is suggested. The model example to choose the method of transfer pricing and calculate the profitability interval meeting modern legal requirements is considered.*

Очевидно, що будь-яке підприємство, яке функціонує в ринковій економіці, формуючи власну політику ціноутворення, має враховувати споживчі якості товарів (продукції, послуг), що продаються, характеристики ринку (попит та пропозиція товару, конкуренція), рівень цін підприємств-конкурентів, заходи прямого та непрямого впливу держави щодо регулювання цін тощо. Тобто при встановленні цін на товари (послуги) слід враховувати:

- фактичну собівартість та нормативи рентабельності;
- ціни підприємств, які випускають (продають) аналогічну продукцію;

Рисунок. Фактори, які впливають на політику трансфертного ціноутворення



- споживчий попит;
- адміністративні обмеження щодо ціноутворення.

Загалом фактори, що впливають на політику трансфертного ціноутворення (див. **рис.**), відрізняються залежно від структури компанії: йдеться про функціонування дивізії всередині однієї країни або міжнародний масштаб діяльності [8]. При цьому у випадку міжнародного трансфертного ціноутворення обов'язковим є врахування порядку оподаткування в різних країнах, митно-тарифних режимів, обмеження щодо руху грошових коштів через кордон (мається на увазі ризик країни щодо вивезення капіталу), ризику зміни валютного курсу, різноманітних законодавчих лімітів тощо.

Слід зазначити, що політику трансфертного ціноутворення неможливо розробити та зафіксувати, вона має реагувати на сучасну нестабільну економічну динаміку і постійно переглядатися. На нашу думку можна виділити наступні етапи алгоритму формування політики трансфертного ціноутворення на підприємстві:

1. Збір інформації та детальний аналіз діяльності компанії.
2. Визначення контрольованих операцій.
3. Аналіз сторін на предмет «пов'язаності».
4. Функціональний аналіз.
5. Вибір методу трансфертного ціноутворення.
6. Формування політики компанії з трансфертного ціноутворення.

Перший етап полягає у визначенні необхідних джерел інформації для формування політики трансфертного ціноутворення компанії. Це необхідно для застосування методу порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу), який згідно з вітчизняним законодавством є пріоритетним для використання. Аналіз інформації про діяльність компанії може також допомогти виявити податкові та комерційні можливості, що раніше не були виявлені. Такими джерелами інформації виступають:

- статут компанії та інформація щодо керівних осіб, перелік пов'язаних осіб (відповідно до українського законодавства);
- договори щодо поставки товарів (послуг) та сертифікати відповідності товарів (послуг);
- договір про торгові марки, інші ліцензійні договори;
- інформація щодо формування закупівельних та продажних цін на товари (послуги);
- правила надання знижок;
- дані фінансової та бухгалтерської звітності компанії;
- вантажні митні декларації (у разі якщо відбувається перетин кордону), а також товарно-транспортні накладні з даними щодо цін товарів (послуг);

- маркетингові дослідження, що проводяться компанією та/або незалежними спеціалізованими маркетинговими організаціями;
- інформація від материнської компанії щодо цін на товари (послуги) для третіх осіб.

Крім того, варто використовувати також фінансову та іншу інформацію з опублікованих і (або) загальнодоступних видань та інформаційних систем, офіційних сайтів українських і (або) іноземних організацій для використання методу Порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу).

З метою визначення методу, застосування якого дозволить зробити обґрунтовані висновки для цілей оподаткування доходів сторін за договорами, необхідно насамперед провести детальний аналіз діяльності компанії: її активів, організаційної та юридичної структури, галузі, конкурентів та основних характеристик ринку, на якому функціонує компанія.

При цьому важливо чітко визначити власне ті фактори, які визначають ціни та обсяг реалізації продукції. Так, головними чинниками, які впливають на формування та встановлення цін на товари чи послуги компанії, є такі:

- складання та зберігання товарів та їх доповнюючих компонентів;
- проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт;
- здійснення виключно оптового та/або роздрібного продажу;
- надання додаткових послуг щодо гарантійного обслуговування та заміни пошкодженого товару;
- витрати на маркетинг, рекламу та страхування товарів;
- здійснення сертифікації та контролю якості продукції;
- організація збуту товарів;
- здійснення стратегічного та оперативного управління, в тому числі визначення цінової політики, стратегії реалізації товарів (обсягів продажу та асортименту товарів, їх споживчих якостей).

Також компанії слід визначити коло пов'язаних осіб, оскільки останніх разом з розширеним переліком контрольованих операцій необхідно вказати у Звіті про контрольовані операції. Перелік осіб, які визнаються пов'язаними для цілей трансфертного ціноутворення, визначений в пп. 14.1.159 п.14.1 ст.14 Податкового кодексу України (ПКУ), а контрольовані операції необхідно визначати враховуючи положення пункту 39.2.1 статті 39 ПКУ [9, 10].

Так, згідно з пп. 39.2.2.1 ст.39 ПКУ для визначення обсягу отриманих доходів та/або понесених витрат під час здійснення контрольованої операції платники податків і центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну податкову і митну політику, проводять зіставлення такої контрольованої операції з іншими операціями, сторони яких не є пов'язаними особами. При цьому, п.39.2.2 ст.39 ПКУ встановлює, що операції визнаються зіставними, якщо вони здійснюються в однакових комерційних та/або фінансових умовах з контрольованою операцією. Такі умови можуть бути визнані зіставними лише у разі, якщо відмінності між ними не мають істотного впливу на результати операції або можуть бути усунені шляхом коригування умов та/або результатів зіставних чи контрольованих операцій (п.39.2.2.3 ст.39 ПКУ).

Відповідно до п.39.2.2.4 ст.39 ПКУ під час визначення зіставності операцій, а також для коригування їх комерційних та/або фінансових умов аналізуються такі елементи контрольованої та зіставних операцій, як:

- товари (роботи, послуги), які є предметом операції;
- функції, які виконуються сторонами операції, активи, що ними використовуються, умови розподілу між сторонами операції ризиків та вигод, розподіл відповідальності між сторонами операції та інші умови операції (далі – функціональний аналіз);
- стала практика відносин та умови договорів, укладених між сторонами операції, які істотно впливають на ціни товарів (робіт, послуг);
- економічні умови діяльності сторін операції, включаючи аналіз відповідних ринків товарів (робіт, послуг), які істотно впливають на ціни товарів (робіт, послуг);
- бізнес-стратегії сторін операції (за наявності), які значним чином впливають на ціни товарів (робіт, послуг).

Наступним етапом є функціональний аналіз, тобто аналіз тих функцій, забезпечення яких покладається на компанію, та ризиків, що приймаються кожною зі сторін в контрольованих угодах. Сюди входить також опис продукції компанії, здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, структура виробництва (торгівлі), логістика, умови зберігання товарів, їх сертифікація та контроль якості, надання побічних послуг, володіння нематеріальними активами.

Проведення детального функціонального аналізу дасть можливість здійснити пошук та вибірку зіставних компаній, а також використати показники їхньої діяльності для розрахунку показників рентабельності та визначення інтервалу рентабельності.

При встановленні трансфертних ціни в контрольованих операціях з пов'язаними особами статтю 39 ПКУ, а також Настановами ОЕСР щодо трансфертного ціноутворення [11] передбачені такі методи:

1. Порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу) (Comparable Uncontrolled Prices – CUP).
2. Ціни перепродажу (Resale minus).
3. «Витрати плюс» (Cost plus).
4. Чистого прибутку (Transactional net margin method – TNMM).
5. Розподілення прибутку (Profit split).

Відповідно до ст. 39.3.1.5, коли існує можливість застосування і методу порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу), і будь-якого іншого методу, застосовується метод порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу).

З цього випливає, що інші методи можуть використовуватися тільки якщо доведено, що неможливо застосувати метод порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу). При цьому ПКУ не встановлює ієрархію інших методів, окрім спеціально обумовлених випадків.

Відповідно до п.39.3.3.1 ст.39 ПКУ метод порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу) базується на порівнянні ціни товарів (робіт, послуг), застосованої під час контрольованої операції, з ринковим діапазоном цін на ідентичні (а за їх відсутності – однорідні) товари (роботи, послуги) у зіставних операціях.

Для визначення ринкового діапазону цін товару (роботи, послуги) згідно з методом порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу) використовується інформація про укладені та реалізовані платником податків або іншими особами договори про продаж ідентичних (а за їх відсутності – однорідних) товарів (робіт, послуг) у зіставних умовах на відповідному ринку товарів (робіт, послуг).

При цьому враховуються характеристика товарів (робіт, послуг), їх кількість (обсяг), функції, що виконуються сторонами, умови розподілу між сторонами ризиків і вигод, строки виконання зобов'язань, умови здійснення платежів, звичайних для такої операції, характеристика ринку товарів (робіт, послуг), на якому здійснено операцію, бізнес-стратегії підприємства, інші об'єктивні умови, що можуть вплинути на ціну.

Метод ціни перепродажу використовується для визначення відповідності ціни товару, за якою товар придбавається під час здійснення контрольованої операції та перепродається непов'язаним особам. Метод ціни перепродажу також використовується, якщо під час перепродажу товару здійснюються такі операції:

□ підготовка товару до перепродажу та його транспортування (поділ товарів на партії, формування поставок, сортування, перепаккування);

□ змішування товарів, якщо характеристики кінцевої продукції (напівфабрикатів) істотно не відрізняються від характеристик змішуваних товарів.

Метод «витрати плюс» застосовується, зокрема, під час:

□ виконання робіт (надання послуг) особами, які є пов'язаними з отримувачами результатів таких робіт (послуг);

□ реалізації товарів, сировини або напівфабрикатів за договорами між пов'язаними особами;

□ реалізації товарів (робіт, послуг) за довгостроковими договорами (контрактами) між пов'язаними особами.

Отже, зазначений метод не може бути застосований, коли контрольованою операцією є придбання товарно-матеріальних цінностей, тобто, у контрольованих операціях 1 та 2.

Метод чистого прибутку використовується, зокрема, у разі відсутності або недостатності інформації, на підставі якої можна обґрунтовано зробити висновок про достатній рівень зіставності комерційних та/або фінансових умов контрольованої та зіставних операцій під час використання методів, визначених у підпунктах 39.3.4 і 39.3.5 статті 39 ПКУ, тобто під час використання методу ціни перепродажу та методу «витрати плюс».

Відповідно до п.39.3.7.1 ст.39 ПКУ метод розподілення прибутку полягає у зіставленні фактичного розподілення отриманого сукупного прибутку між сторонами контрольованої операції з розподіленням при-

бутку, здійсненим на економічно обґрунтованій основі між непов'язаними особами.

Метод розподілення прибутку використовується, зокрема, у разі наявності:

□ істотного взаємозв'язку між контрольованими операціями та іншими операціями, що здійснюються сторонами контрольованої операції з пов'язаними з ними особами;

□ у власності (користуванні) сторін контрольованої операції прав на об'єкти нематеріальних активів, що істотно впливають на рівень рентабельності.

Розподілення прибутку між сторонами контрольованих операцій проводиться на підставі оцінки їх вкладу в сукупний прибуток відповідно до критеріїв, що базуються на об'єктивних даних та підтверджуються інформацією у зіставних операціях та/або внутрішніми даними сторін контрольованих операцій відповідно до виконаних кожною з них функцій, використаних під час здійснення контрольованих операцій активів та прийнятих економічних (комерційних) ризиків, пов'язаних з таким здійсненням (п.39.3.7.4 ст.39 ПКУ).

Отже, визначивши метод для розрахунку ціни товару чи послуги, компанія може сформувати власну політику з трансфертного ціноутворення. Застосовуючи метод ціни перепродажу, розраховується ринковий діапазон цін; для методу розподілення прибутку – ринковий діапазон цін та/або ринковий діапазон рентабельності, для всіх інших методів – ринковий діапазон рентабельності.

Розглянемо модельний приклад вибору методу трансфертного ціноутворення на підприємстві А, що займається реалізацією і виготовленою продукції. Для спрощення будемо вважати, що зіставність умов збережена, і для порівняння вибрано підприємства Б, В та Г з такими фінансово-економічними показниками (табл. 1):

Таблиця 1. Фінансово-економічні показники підприємств, тис. грн.

Показник	Чистий дохід	Собівартість	Валовий прибуток	Прибуток від операційної діяльності	Операційні витрати
Підприємство	2	3	4	5	6
1					
А	516468	450705	65763	5343	17502
Б	13145,9	11382,3	1763,6	782,5	364,1
В	2499,7	2122,8	376,9	124,6	92,2
Г	15062,1	11186,9	3875,2	95,7	156

Вважатимемо, що продукція підприємства А виготовлена на новому обладнанні, що сконструював за власними розробками інженерний відділ підприємства А. Таким чином, продукція підприємства А є унікальною, а отже, метод порівняльної неконтрольованої ціни використовувати неможливо, адже ідентичної (однорідної) продукції не існує.

Оскільки товар виробляється безпосередньо на підприємстві А, а не купується з метою продажу, використовувати метод ціни перепродажу є недоцільним.

Для цілей застосування методу «витрати плюс» дані бухгалтерської звітності зіставних компаній, наявні в загальнодоступних джерелах, не можуть бути приведені в зіставний вигляд, оскільки облікова політика потенційно зіставних компаній може відрізнятися в частині віднесення тих чи інших витрат до відповідних статей.

У такому випадку контрольована операція полягає в продажу товарів, а не нематеріальних активів, а також вважатимемо, що немає взаємозв'язку між контрольованими операціями та іншими операціями, що здійснюються сторонами контрольованої операції з пов'язаними з ними особами. А тому метод розподілення прибутку у цьому разі застосовуватися не може.

Тому доцільним є використання методу чистого прибутку, оскільки він дає можливість зробити найбільш обґрунтований висновок щодо відповідності ціни операції ринковому рівню з урахуванням фактичних обставин і умов контрольованої операції. Застосування такого методу, відповідно до ПКУ потребує визначення ринкового діапазону рентабельності.

Під час визначення ринкового діапазону рентабельності використовуються значення показників рентабельності, що визначаються за результатами не менше трьох зіставних операцій, у тому числі здійснених платником



Таблиця 2. Розрахунок чистої рентабельності витрат, %

Підприємство	Показник	Чиста рентабельність витрат (гр.5/гр.3)
А		1,14
Б		6,66
В		5,63
Г		0,84

податків, за умови, що зазначені операції були здійснені з особами, які не є пов'язаними.

Оскільки при використанні методу чистого прибутку законодавством чітко не вказано, який саме показник рентабельності слід застосовувати, тому доцільним у даному випадку є застосування Настанов ОЕСР, які містять детальну інформацію про індикатори, які беруться для розрахунків.

Вважаємо, що для розрахунку інтервалу рентабельності при використанні методу чистого прибутку в даній контрольованій операції за даних умов господарської діяльності підприємства А слід розрахувати показник чистої рентабельності витрат [12] для вибраних підприємств (табл. 2), що визначається як відношення прибутку від операційної діяльності до суми собівартості реалізованих товарів (робіт, послуг) та операційних витрат (адміністративних витрат, витрат на збут та інших), пов'язаних з реалізацією товарів (робіт, послуг). Важливо зазначити, що в даному випадку необхідно вилучити із мірила витрати, які пов'язані з іншими видами діяльності або операціями, які істотно впливають на порівнянність з контрольованою операцією.

Для розрахунку інтервалу рентабельності згідно з Податковим кодексом України необхідно розрахувати мінімальне та максимальне значення рентабельності (табл. 3). Порядок розрахунку та застосування ринкового діапазону цін та рентабельності затверджено Постановою Кабінету Міністрів України № 763 від 17.10.2013 р. Згідно з ним мінімальне значення ринкового діапазону цін визначається:

□ якщо частка від ділення числа значень вибірки цін на чотири є цілим числом – як середнє арифметичне значення між значенням, що має у вибірці порядковий номер, рівний такому цілому числу, та значенням, що має наступний порядковий номер у вибірці;

□ якщо частка від ділення числа значень вибірки цін на чотири не є цілим числом – як значення, що має у вибірці порядковий номер, який дорівнює збільшеній на одиницю цілій частині такого числа.

Максимальне значення ринкового діапазону цін визначається:

□ якщо добуток числа 0,75 і числа значень вибірки цін є цілим числом – як середнє арифметичне значення між значенням, що має у вибірці порядковий номер, що дорівнює такому цілому числу, та значенням, що має наступний порядковий номер у вибірці;

□ якщо добуток числа 0,75 і числа значень вибірки цін не є цілим числом – як значення, що має у вибірці порядковий номер, який дорівнює збільшеній на одиницю цілій частині такого числа.

Застосування з метою оподаткування мінімального чи максимального значення ринкового діапазону цін здійснюється за умови, що це не призведе до зменшення суми податку, що підлягає сплаті до бюджету. Якщо ціна в контрольованій операції є меншою, ніж мінімальне значення ринкового діапазону цін, то для цілей оподаткування приймається ціна, яка відповідає мінімальному значенню ринкового діапазону цін. У випадку якщо ціна в контрольованій операції перевищує максимальне значення ринкового діапазону цін – приймається ціна, яка відповідає максимальному значенню ринкового діапазону цін.

Таким чином, вибірка в нашому випадку складається з трьох позицій (не включаючи показники компанії А). Впорядкувавши вибірку за зростанням, позиція мінімального значення буде під номером 1 (розрахунок:

Таблиця 3. Розрахунок діапазону рентабельності, %

	Чиста рентабельність витрат
Мінімальне значення	0,84
Максимальне значення	6,66
Значення підприємства А	1,14

$\frac{3}{4}+1=1,75$ , ціла частина 1), а максимального – під номером 3 (розрахунок:  $0,75 \times 3+1=3,25$ , ціла частина 3). – табл. 3.

Отже, підприємство А може застосовувати власні трансфертні ціни без ризику донарахування фіскальними органами податкових зобов'язань та штрафних санкцій, оскільки значення чистої рентабельності витрат підприємства А входить до розрахованого інтервалу рентабельності.

## ВИСНОВКИ

Залежно від фінансового стану та цілей компанії, ринкової кон'юнктури та інших факторів фінансово-економічна служба компанії часто формує ціни на товари (послуги) за допомогою трансфертних цін для більш оперативного контролю витрат та досягнення кращих результатів діяльності різних підрозділів підприємства. Встановлення трансфертних цін повинно відбуватись так, щоб для кожного з підрозділів можна було визначити не тільки реальні витрати, а й прибуток, що надалі дозволить сформувати розгорнуту інформаційну систему оцінки ефективності діяльності компанії та виявити «вузькі місця».

Формування трансфертної ціни має для керівника компанії створити можливість забезпечити ефективну систему економічних стимулів та приймати оптимальні рішення для корпорації в цілому. Політика трансфертного ціноутворення є необхідною умовою ефективного функціонування холдингу, оскільки за відсутності розвиненої системи трансфертного ціноутворення діяльність компанії в сучасних умовах високої конкуренції та швидкоплинності ринку може бути під загрозою.

## ЛІТЕРАТУРА

- Kent M. *Transfer pricing handbook* [Electronic resource] / M. Kent / World of digitals. – Access mode : <http://www.world-of-digitals.com/en/robert-feinschreiber-margaret-kent-transfer-pricing-handbook-ebook-pdf.html> – Title from screen.
- Nichols L. *Technology transfer and diffusion* [Electronic resource] / L. Nichols / Public administration and public policy. – Access mode : <http://www.eolss.net/Sample-Chapters/C14/E1-34-06-01.pdf>. – Title from screen.
- Robert G. Eccles *The transfer pricing problem: a theory for practice* [Electronic resource] / G. Eccles Robert / Harvard library. – Access mode : <http://hollis.harvard.edu/?itemid=|library/m/aleph|000395904>. – Title from screen.
- Дзюба П.В. Трансфертне ціноутворення: економічний зміст і специфіка // *Економіка України*. – 2006. – №1. – С.14-22.
- Макаренко М.І., Савченко Т.Г. Система трансфертного ціноутворення в комерційних банках. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – 238 с.
- Шеламова, В.Р. Костюк Міжнародний досвід формування трансфертних цін // *Актуальні проблеми економіки*. – 2009. – №6. – С. 170-176.
- Корепанов Д.Н. Трансфертне ціноутворення в рамках внутрікорпоративної торгівлі ТНК : сутність і перспективи використання // *Інтеграл*. – 2009. – №2. – С. 48-49.
- Abdallah W. M. *International Transfer Pricing Policies: Decision-Making Guidelines for Multinational Companies* / Wagdy M. Abdallah // New York: Quorum books, 1989. – 162 p.
- Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення» від 04.07.2013 № 408-VII.
- Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI.
- Настанови ОЕСР щодо трансфертного ціноутворення для транснаціональних компаній та податкових служб (OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations), 2010. – 444 с.
- Valerie Amerkhal. *Functional Analysis and Choosing the Best Method. Practical Guide to U.S. Transfer Pricing: Third Edition* (Editor – Robert T. Cole). – Economic Consulting Services, LLC, December 2006. – 31 p.

## REFERENCES

- Kent M. *Transfer pricing handbook. World of digitals*. Available at: <http://www.world-of-digitals.com/en/robert-feinschreiber-margaret-kent-transfer-pricing-handbook-ebook-pdf.html>
- Nichols L. *Technology transfer and diffusion. Public administration and public policy*. Available at: <http://www.eolss.net/Sample-Chapters/C14/E1-34-06-01.pdf>
- Robert G. Eccles. *The transfer pricing problem: a theory for practice*. Harvard library. Available at: <http://hollis.harvard.edu/?itemid=|library/m/aleph|000395904>
- Dzyuba P.V. *Transferfne tsinoutvorennia: ekonomichnyy zmist i spetsyfika* [Transfer pricing: economic content and specificity]. *Ekonomika Ukrainy*, 2006, no. 1, pp. 14-22 [in Ukrainian].
- Makarenko M.I., Savchenko T.H. *Sistema transferfnoho tsinoutvorennia v komertsyinykh bankakh* [Transfer pricing system in commercial banks]. Sumy, DVNZ "UABS NBU", 2008, 238 p. [in Ukrainian].
- Shelamova, Kostyuk V.R. *Mizhnarodnyy dosvid formuvannya transferfnykh tsin* [International experience of formation of transfer prices]. *Aktual'ni problemy ekonomiky*, 2009, no. 6, pp. 170-176 [in Ukrainian].
- Korepanov D.N. *Transferfnye ceny v ramkakh vnutrikorporativnoy torgovli TNK: sushhnost' i perspektivy ispol'zovaniya* [Transfer prices within the intra-trade of TNCs: the nature and prospects]. *Integral*, 2009, no. 2, pp. 48-49 [in Russian].
- Abdallah W.M. *International Transfer Pricing Policies: Decision-Making Guidelines for Multinational Companies*. New York, Quorum books, 1989, 162 p.
- The Law of Ukraine "On Amendments to the Tax Code of Ukraine concerning transfer pricing" of 04.07.2013 № 408-VII. [in Ukrainian].
- The Tax Code of Ukraine of 02.12.2010 № 2755-VI. [in Ukrainian].
- OECD *Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations*. 2010, 444 p.
- Valerie Amerkhal. *Functional Analysis and Choosing the Best Method. Practical Guide to U.S. Transfer Pricing: Third Edition* (Editor – Robert T. Cole). Economic Consulting Services, LLC, December 2006, 31 p.