

TRANSFER PRICE: A STRATEGIC TOOL FOR SUSTAINABLE BUSINESS IN MOLDOVA

PREȚUL DE TRANSFER – UN INSTRUMENT STRATEGIC PENTRU AFACERI SUSTENABILE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Cristina DIACONU¹

Abstract

This article aims at highlighting the importance of transfer price as a strategic management tool for affiliates and for centralized or decentralized businesses whose activity is organized under the responsibility centers.

Transfer pricing requires aligning with competitors across the value chain, resulting in a judicious monitoring of costs and rational use of resources that are rare often insufficient

In this article are also presented the functions of transfer price and its importance on performance and sustainability of an enterprise.

Key words: *performance, transfer price, strategic tool, affiliates, sustainability, Republic of Moldova*

1. Introducere

Fenomenul curent al globalizării, înăsprirea concurenței, prezența practicilor monopoliste, provocările sociale și ecologice, problemele din sistemului bancar, instabilitatea climatului politic din Republica Moldova reprezintă doar o parte dintre constrângerile majore asupra mediului actual de afaceri din țară, care „obligă” întreprinderile din Republica Moldova să-și reorienteze, reconsiderare și să-și îmbunătățească considerabil modul de organizare și gestiune al activității lor. În acest context, companiile trebuie să țină cont și să exploreze toate opțiunile strategice, în special noi, care le va permite să devină performante, competitive întru obținerea valorii cu adevărat sustenabilă pentru ele.

Ținem să precizăm totuși că întreprinderea nu va putea fi durabilă dacă nu-și pune în operă un sistem informațional integrat. Una dintre modalitățile de realizare a acestui deziderat este instituirea instrumentului “preț de transfer” în cadrul companiilor din Republica Moldova în scopul îmbunătățirii situațiilor financiare ale acestora.

2. Descentralizarea întreprinderilor și problematica determinării prețurilor de transfer

Prin prisma sustenabilității ca strategie de succes întru dăinuirea întreprinderii, facem o paralelă cu legea lui Darwin pentru lumea vie: „Specia care va supraviețui nu este nici cea mai puternică, nici cea mai inteligentă, ci aceea care este cea mai receptivă față de schimbare”. [6]

Transpunerea acestei legi în afaceri impune ca întreprinderile să fie mai exigente, mai eficiente, mai perseverente, mai performante în activitatea lor, precum și să manifeste o atitudine pozitivă față de “nou”, față de schimbare.

Prin urmare, pentru a supraviețui și a deveni durabile, multe întreprinderi au găsit oportună decizia de descentralizare prin crearea unor centre de responsabilitate sau chiar a unor companii independente afiliate, ultimile fiind cel mai des întâlnite în cazul multinaționalelor.

În articolul intitulat “Transfer Prices: Functions, Types, and Behavioral Implications”, Shuster și Clarke Peter (2010) susțin ideea că descentralizarea în

¹ Lect. univ. drd., Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău, Republica Moldova, crissbelocosov@gmail.com

întreprindere simulează existența condițiilor de piață între centrele de responsabilitate care funcționează în mod autonom, indiferent de nivelul de autonomie atribuit. [1, pag.22]

Este adevărat faptul că descentralizarea în sine conduce la avantaje financiare a organizației în ansamblul ei, întrucât delegarea responsabilităților reprezintă un stimulent fără precedent, încurajând inițiativa și îmbunătățind performanța atât a centrelor de responsabilitate, a diviziilor, cât și a întreprinderii privită ca un sistem.

În unul dintre articolele sale "Descentralisation and Intracompany Pricing", economistul Joel Dean, relevă avantajele descentralizării. Acesta susține ideea că o întreprindere mare care fabrică mai multe tipuri de produse ar funcționa mult mai bine în cadrul unui sistem managerial flexibil, care presupune autonomie divizională și libertate decizională. În opinia sa, întreprinderea ar trebui să fie organizată în unități operaționale independente, libere să tranzacționeze atât pe piața intra-firmă, cât și cea externă firmei.

Există desigur diferite grade de descentralizare, iar adesea întreprinderile se situează între cele 2 extreme: modelul pur centralizat și modelul pur descentralizat.

Alexander Young (1979) în disertația sa "Interdivisional Transfer Pricing in Theory and Practice" propune un model de descentralizare, care presupune transformarea centrelor de cost, în centre de profit cu scopul de a încuraja managerii diviziilor de a se preocupa nu doar de costuri, ci și de probleme la fel sau mai importante precum: cererea pieții, preferințele consumatorilor, calitatea producției, mărirea profitului etc.

Adepii centrelor de profit în frunte cu Peter Drucker care a și propus acest termen în 1945, susțin în mod repetat ca este mult mai motivant să fii responsabil de performanța unui centru de profit, mai degrabă decât al unui centru de cost, pentru ca una este când urmezi un buget de cheltuieli, și alta este să fii preocupat și de maximizarea profitului prin prisma performanței vânzărilor. [7]

Fapt ce nu poate fi negat este că orice activitate cu cât este mai complexă, cu atât devine mai greu de supravegheat, coordonat, evaluat, ceea ce conduce adesea la pierderea din vedere a unor detalii semnificative, esențiale în procesul decizional.

Astfel, constatăm importanța descentralizării și efectul acestui fenomen asupra dimensiunii celui mai important indicator calitativ de performanță al oricărei întreprinderi-profitul.

Deși, fenomenul de descentralizare prezintă o serie de avantaje, precum am și menționat anterior, acesta a adus cu sine și o mare provocare - necesitatea măsurării valorii unei tranzacții intra-firmă, respectiv a elaborării unei metodologii, a unui mecanism de determinare a unui atare preț, denumit în literatura de specialitate preț de transfer.

Există mai multe interpretări și scopuri de utilizare și proiectare a unui sistem al prețurilor de transfer în cadrul companiilor: drept obligativitate impusă de cadrul legal regulamentar în materia prețurilor de transfer; ca necesitate a instituirii unei metodologie de calcul condiționat de relațiile cu alte organizații afiliate; ca un mecanism, instrument managerial unic de gestionare eficientă a unei organizații, ultimul dintre care și reprezintă subiectul cercetării noastre în acest articol.

3. Importanța economică a prețului de transfer pentru întreprinderile din Republica Moldova

În condițiile economice actuale din Republica Moldova, marcate nu doar de o concurență din ce în ce mai acerbă pe fonul globalizării, ci și de un climat politic instabil, un sistem bancar "problematic" face ca creșterea competitivității să devină o condiție esențială pentru existența și supraviețuirea oricărei întreprinderi.

Prin urmare, pentru a deveni durabilă, o întreprindere trebuie să fie în primul rind performantă. Performanța acesteia depinde însă semnificativ de capacitatea sa de a se perfecționa în mod continuu, de a prospera pe termen indefinit de lung, de a fi receptivă la

schimbările mediului și de a se adapta la ele în cel mai scurt timp. Astfel, performanța obligă la adoptarea unei viziuni

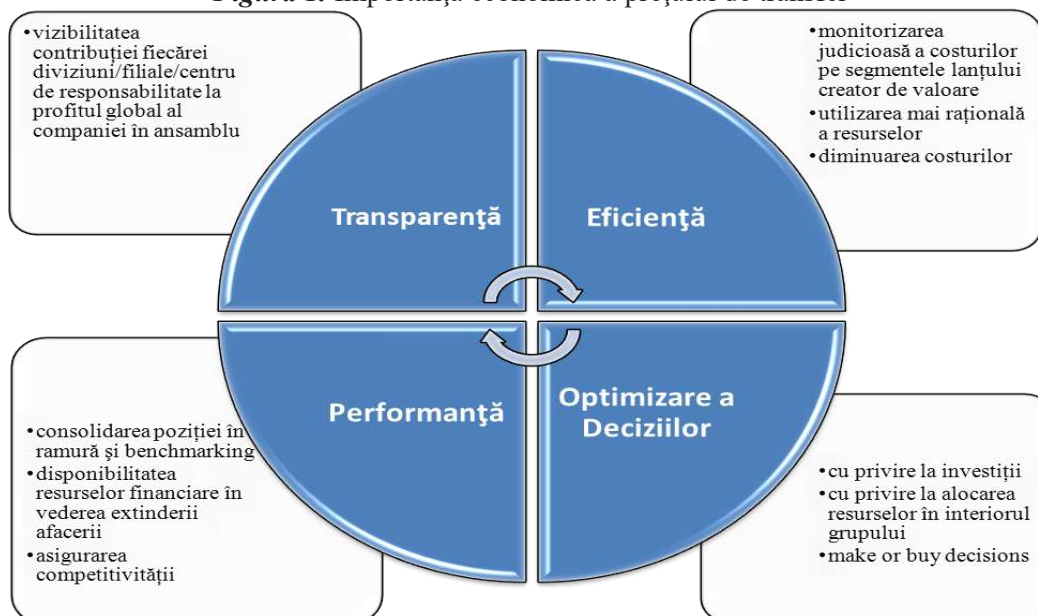
Cert este că performanța unei întreprinderi nu va fi asigurată dacă aceasta nu-si va pune în opera un sistem informational integru, care să ofere o imagine veritabilă, complexă și cel mai importantă “reală”, atât de necesară în luarea și fundamentarea deciziilor în afaceri.

În cartea sa „Business Economics”, Maria Moschandreas afirma că prețurile de transfer au un impact direct asupra profitabilității diviziilor, rentabilității organizației, eficienței deciziilor strategice adoptate, precum și asupra menținerii și asigurării competitivității acesteia. [3, pag. 286]

Autorii articolului „Transfer Pricing and the Control of Internal Corporate Transactions” James Brickley, Clifford Smith și Jerold Zimmerman (1995) subliniază și ei rolul substanțial al acestuia ca fiind un instrument eficace, de măsurare și evaluare a performanțelor diviziilor/ departamentelor/ filialelor/ companiilor afiliate și contribuției acestora asupra profitului global asupra întreprinderii în ansamblu. [2, pag.66]

Neringa Stonciuviene, Simona Uzkuraite în articolul său “Principles of the transfer price formation in the multicomponent enterprises”, susțin că prețurile de transfer reprezintă atât o cerință în cazul descentralizării cât și un mare „câștig”. [5, pag.66]

După savanții Michael Czinkota și Ronkainen, mecanismul prețurilor de transfer este un element cheie în mixul de marketing. [4, pag.550] Fără precedent, prețurile de transfer sunt destinate să furnizeze managerilor de divizii informații relevante cu privire la costul și rentabilitatea tranzacțiilor din interiorul companiei. Dat fiind faptul că indicatorii de performanță se bazează în special pe profiturile segmentelor pe care le gestionează, prețurile de transfer sunt menite să faciliteze și să stimuleze în acest scop transferul de bunuri și servicii intra-firmă. După cum se vede și în figura 1, ținem să afirmăm că prețul de transfer reprezintă un instrument valoros de analiză și fundamentare a deciziilor economice cu privire la investițiile planificate, costurile de producție și introducerea tehnologiilor; un important instrument de măsură, prin care se evaluează consumurile de muncă, materie primă, materiale auxiliare etc. pe fiecare segment în parte, un instrument decisional care permite măsurarea performanțelor diviziilor justificând astfel alocarea resurselor și identificarea ariilor de interes-cheie ale unei întreprinderi, un instrument de comparație cu concurenții pe întreg lanț creator de valoare identificând astfel punctele slabe ale companiei în materie de costuri și prețuri.

Figura 1. Importanța economică a prețului de transfer

Sursa: Elaborat de autor

4. Concluzii

Cu certitudine afirmăm că performanța și responsabilitatea reprezintă doi dintre cei mai importanți piloni ai unei întreprinderi în materie de sustenabilitate și dezvoltare durabilă.

Un instrument de măsurare a performanțelor este prețul de transfer. Pe lângă măsurarea performanțelor, prețul de transfer îndeplinește și alte funcții, la fel sau mai importante cum ar fi: funcția de instrument de analiza și fundamentare a deciziilor economice adecvate cu privire la investițiile planificate, costurile de producție și introducerea tehnologiilor, funcția de stimulare și motivare, funcția de instrument de măsură, prin care se evaluează consumurile de muncă, materie primă, materiale ș.a.

Astfel, ținem să precizăm importanța prețului de transfer ca instrument strategic decizional și să subliniem faptul că o întreprindere nu va putea fi sustenabilă dacă nu-și pune în operă un sistem informațional integrat, care să facă posibilă diagnosticarea afacerii, elaborarea strategiei de afaceri și adoptarea deciziilor raționale de afaceri.

Prețul de transfer impune alinierea cu competitorii pe întreg lanț valoric, ceea ce determină o monitorizare judicioasă a costurilor, respectiv a utilizării cât mai optime și mai raționale a resurselor care sunt rare, adesea insuficiente.

Acest instrument cu siguranță va ajuta întreprinderile din Republica Moldova să obțină performanțe mai bune, produse mai competitive și perspective de dezvoltare durabilă în adevăratul sens al cuvântului.

Bibliografie

1. Clarke Peter & Shuster "Transfer Prices: Functions, Types, and Behavioral Implications", MANAGEMENT ACCOUNTING QUARTERLY 22 WINTER 2010, VOL. 11, NO. 2, p. 22
2. Clifford Smith, James Brickley, și Jerold Zimmerman „Transfer Pricing and the Control of Internal Corporate Transactions” Journal of Applied Corporate Finance Volume 8, Issue 2, , Summer 1995, pag. 66
3. Maria Moschandreas „Business Economics”, 2000, ediția a 2-a, p. 286
4. Michael Czinkota și Ronkainen, Global Pricing, Chapter 17, 2007, p. 550

5. Neringa Stonciuviene, Simona Uzkuaitė, „Principles of the transfer price formation in the multicomponent enterprises”, European Scientific Journal July 2015 /SPECIAL/ edition ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431, p.66
6. <http://cuvintecelbre.ro/citate/autori/charles-darwin/>
7. http://www.readyratios.com/reference/accounting/profit_center.html