

Salans: определение рыночной цены по импортным товарам, возвращаемым иностранному поставщику — применение закона о трансфертном ценообразовании

24.07.2012

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

Российские дочерние компании крупных иностранных поставщиков товара часто создаются для того, чтобы осуществлять закупку и ввоз иностранного товара в РФ и последующую его продажу на российском рынке. Российская компания закупает товар у иностранного поставщика, который в большинстве случаев является ее взаимозависимым лицом (компании входят в одну группу).

К сделкам между российской компанией и ее иностранным взаимозависимым поставщиком будут применяться правила о контроле цен для целей налогообложения:

- С 2014 года – ко всем сделкам;
- В отношении 2012 года – сделки будут контролируемыми, если годовой оборот по всем сделкам между вышеуказанной российской компанией и ее иностранным взаимозависимым поставщиком превысит 100 млн. рублей; в отношении 2013 года – соответственно 80 млн. рублей.

Как показывает практика, между российской компанией и ее иностранным поставщиком, как правило, заключаются два вида договоров поставки:

1) договор, по которому российская компания приобретает иностранный товар для продажи

на территории РФ;

2) договор, который регулирует обратную продажу иностранному поставщику товара, ранее приобретенного российской компанией. Причины для такой обратной перепродажи могут быть разные:

товар не был продан в РФ в течение длительного времени, и вероятность его продажи является крайне низкой (т.н. «моральное устаревание»);

товар отзывается из РФ иностранным поставщиком в связи с выявленными техническими неполадками товаров этой группы на других рынках;

иностранному поставщику истребует этот товар у российской компании в связи с изменением стратегии продаж группы (например, в связи с намерением более выгодно продать большую партию на других рынках).

Цены товаров, подлежащих такой обратной продаже, скорее всего, будут ниже (возможно, существенно ниже) цен, по которым российская компания продает эти товары на территории РФ.

Как российской компании подготовиться к возможной проверке налоговыми органами уровня цен по сделкам «обратной продажи» товара иностранному поставщику и как доказать, что примененные цены соответствуют рыночным для целей налогообложения?

По нашему мнению, в данной ситуации целесообразно использовать метод сопоставимых рыночных цен (*comparable uncontrolled price method*), поскольку эти же товары российская компания продает независимым покупателям — российским потребителям или дистрибьюторам.

Как следствие, в качестве базы для расчета цены «обратной продажи» может быть использована цена продажи этого товара на российском рынке. Вместе с тем, условия

«обратной продажи» товара иностранному поставщику существенно отличаются от условий обычной продажи таких же товаров российским потребителям, поэтому стандартная цена продажи в РФ подлежит серьезной корректировке для того, чтобы обеспечить сопоставимость цен.

В частности, необходимо будет сделать следующие корректировки:

при обратной продаже товаров, которые морально устарели и долго не продаются на российском рынке, – может быть сделана корректировка на коэффициент устаревания товаров. Чем дольше товар остается непроданным, тем ниже может быть его потребительская ценность, а, следовательно, ниже цена обратной перепродажи;

при «отзыве» товаров иностранным поставщиком целесообразно применить коэффициент, рассчитанный исходя из возможного снижения потребительской стоимости группы товаров, по которой были выявлены дефекты; при этом сформированная с учетом корректировки цена должна как минимум покрывать расходы на приобретение российской компанией товара, на его транспортировку, страховку и проч.;

при принятии иностранным поставщиком решения об «оптовом» выкупе у российской организации ранее проданных ей товаров (например, в ситуации, когда иностранный поставщик нашел более выгодные рынки сбыта) ситуация будет принципиально другой – иностранный поставщик должен предложить российской компании выгодную цену, которая объективно была бы приемлемой для российской компании. Такая цена может быть ниже, чем цена продажи этого товара на российском рынке, но только в связи с тем, что товары выкупаются большой партией (т.н. «оптовая скидка»), и российская компания может быть экономически заинтересована в том, чтобы продать всю партию товаров с небольшой скидкой и затем полностью обновить ассортимент. В данной ситуации существенное снижение цены товаров было бы крайне сложно обосновать, особенно если достигнута договоренность об обратном выкупе по той цене, по которой ранее российская компания приобретала эти товары. В этом случае споры с налоговыми

органами относительно необоснованного занижения российской компанией цены таких товаров практически неизбежны.

Мы рекомендуем заранее согласовать с иностранным поставщиком условия «обратного выкупа» и подготовить документы, обосновывающие применение цены такого выкупа, поскольку уже в 2013 году налоговые органы начнут проверки цен, примененных сторонами подобных сделок в этом году.

НОВОСТИ КОМПАНИЙ