

FRI-2B.412-1-EM1-07

ALR APPROACH FOR PRICE COMPETITIVENESS OF SME WITHIN INTERNATIONAL SUPPLY CHAIN⁸

Prof. Ivan Dimitrov, PhD

Department of Economics and Management,
Prof. Dr. Asen Zlatarov University, Burgas, Bulgaria
Tel.: 0889 697 007
E-mail: i.t.dimitrov@abv.bg

Emanuila Antonova, PhD Student

Department of Economics and Management,
Prof. Dr. Asen Zlatarov University, Burgas, Bulgaria
Tel.: 0882 630 173
E-mail: emanuila.antonova@gmail.com

Abstract: *In the conditions of globalization of markets, confirmation of the practice of introducing transnational administrative-legal requirements for conducting fair business and access to markets, SMEs should naturally increase their competitiveness. This is achieved through adaptation approaches and taking into account the global situation. This helps SMEs to overcome their natural business disadvantages and, by taking into account their socio-economic importance, to position themselves successfully in global chains. The presented ALR approach for enterprise price analysis is established in real business practice. The purpose of the present study is to investigate the importance and role of an approach to the analysis of the pricing policy of business organizations, which is endorsed by global business leaders and business analysts. The presented information can be used by managers and specialists from real business to increase the price competitiveness of enterprises when positioning in an international supply chain. The same state can increase the knowledge and expand the professional toolkit of students and consultants from business science fields. Finally, a theoretical scope of the potentially affected business entities in Bulgaria is presented.*

Keywords: SME prices, Arm's Length Range, SME competitiveness, SME supply-chain management.

JEL Codes: F23, D21, E31, L11, L14, L24

ВЪВЕДЕНИЕ

Изборът на малко или средно предприятие за партньор и неговото позициониране във верига на доставките със сложна структура и международно участие е значимо предизвикателство пред водещите фирми в дадена сфера на бизнес. В специализираната литература подробно са разгледани недостатъците на малкия бизнес. Въпреки това, някои проучвания сочат, че водещите фирми са все по-склонни да изберат малък партньор, което се дължи на характерната за малката организация ниска степен на бюрократичност, фокус върху нишови ключови компетенции и социална значимост (Moeuf et al., 2016). Множество изследователи подчертават значението на ценовата политика на бизнес-партньора като водещ критерий при вземането на решение за бизнес сътрудничество (Brennan et al., 2007). В добрата практика на трансферното ценообразуване е заложен принципът на сделката между несвързани лица, известен като Arm's Length Principle (от англ., по-нататък ALP). Същността на принципа се изразява в правилото, че цената, договорена в сделка между две свързани страни, трябва да бъде същата като цената, договорена в сравнима сделка между две несвързани страни (Slavica & Vesic, 2017). Значимостта на спазване на принципа между несвързани лица в стопанската практика се изразява в ценообразуване в условията на справедливи пазари. В допълнение на тълкуването на този принцип се извежда понятието за диапазона на независимите пазарни отношения (англ. Arm's Length Range, по-нататък ALR).

⁸ Докладът е представен на научна сесия на 25 октомври 2024 в секция ИКОНОМИКА И МЕНИДЖМЪНТ с оригинално заглавие на български език: ПОДХОД НА НЕЗАВИСИМИ ПАЗАРНИ ОТНОШЕНИЯ ЗА ЦЕНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА МСП В МЕЖДУНАРОДНА ВЕРИГА НА ДОСТАВКИТЕ.

Този диапазон описва стойностния интервал на пазарните цени, които несвързаните компании съгласуват в рамките на трансферното ценообразуване при изпълнение на условията на конкурентен пазар. Дефинирането на ценовия обхват на сделките между несвързани лица (при независими пазарни отношения) се използва за осигуряване на справедливи търговски практики. Ценообразуване, съобразено с ALR, е индикатор, че компаниите спазват общ набор от стандарти за ценообразуване. Прилагането на ALP от МСП увеличава тяхната надеждност като партньор в глобалните вериги и при необходимост от спазване на рестриктивни икономически рамки (Markopoulos et al., 2022).

Целта на настоящата разработка е да се разгледа значението и ролята на принципа на сделката между несвързани лица за МСП. Поставени са следните изследователски задачи: да се изведат някои подходи за измерване на свързания с принципа на сделката на несвързани лица диапазон на независимите пазарни отношения; да се обобщи практико-приложна информация за МСП, които планират да участват в международна верига на доставките; да се подпомогне малкия бизнес като се предостави отправна точка за прогнозиране на мащабите на ценовата политика в диапазона на независимите пазарни отношения при участие в международни вериги на доставките. Настоящата разработка може да се използва също за обогатяване на теоретичната подготовка на студентите от бизнес специалностите, както и за повишаване на професионалната квалификация на заетите в малки фирми, които имат намерения за разширение на дейността на международни пазари.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Принципът на сделката между несвързани лица е регламентиран в член 9 от Примерната данъчна конвенция на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР). ОИСР извежда Насоки за трансферното ценообразуване за многонационалните предприятия и данъчните администрации. Налице са Съобщения на ЕК до Съвета на Европа, ЕП и Икономическия и социален комитет, които разглеждат измеренията и проблемите на трансферното ценообразуване. Тези текстове извеждат насоки и препоръки за вътрешногрупово ценообразуване с ниска добавена стойност. Разглеждат се потенциални подходи при „триъгълни“ сделки, вкл. извън ЕС.

Когато едно МСП желае да се позиционира глобално, то следва да извърши анализ на собственото си състояние и потенциал. На практика това се изразява в елиминиране на субективните фактори, които могат да влияят върху цената и решението за приемане или отказ на оферта (Blobner & Lau, 2022). За целта може да се използва богат набор от подходи като се изгради собствена работеща методика за самооценка, която да отговаря на поне две важни условия: да подлежи на адаптиране при промяна на условията на функциониране на МСП; получените резултати да бъдат максимално близки до тези, които би извел и външен независим оценител (Khattri, 2009). Ценообразуването на справедливи пазари е функция на трансферното ценообразуване при несвързани компании. Стратегическото позициониране на МСП в международна верига на доставки по същество представлява положителен резултат от успешно реализиране на процеса по достоверно оценяване и проведени последващи оптимизационни действия в резултат от получените аналитични изводи (Shukor et al., 2020). Способността на МСП за самоанализ и целенасочена оптимизация подпомагат включването и задържането му като желан партньор във веригата на доставките, а прилагането на аналогични за външното оценяване подходи създават устойчивост на позиционирането му във веригата (Bensiek et al, 2012). По същество стратегическите партньори на МСП използват бенчмаркинг анализа като систематичен процес за сравнимост и оценка на представянето на малкия бизнес (Taschner, 2016). Бенчмаркинг анализът може да се основава на признати стандарти, като процесът включва идентифициране на полетата за подобрене на веригата на доставките, избор на ключови партньори, извеждане и анализ на подходящи данни, както и провеждане на оптимизационни действия, основани на предходните стъпки (Maire et al., 2008). ALR изпълнява ролята на обективен индикатор, че партньорите си взаимодействат независимо и в условия на честен бизнес, извън конфликт на интереси, при наличие на лоялност и при цени, сравними с пазарните (Devereux & Keuschnigg, 2009).

Трансферно ценообразуване при спазване на принципа на сделката между несвързани лица

Диапазонът от стойности, определя справедливите цени, които са приемливи за установяване на условията на контролирана транзакция. Тези стойности са изведени от прилагането на валидиран метод за трансферно ценообразуване към множество сравними данни, които са контролируеми по отношение на съдържанието и условията. За да повишат своята конкурентоспособност, МСП могат да приложат ценови подход на възвръщаемост в точно определен интервал (Challumis, 2018). В същността си този подход може да се разглежда като концепция за осъществяване на транзакции между участниците във веригата. При практическото осъществяване на ALP страните в сделката действат от позиция на защита на собствените интереси, независимо и съблюдавайки икономическия принцип за генериране на печалба. Счита се, че прилагането на ALP е благоприятно за участниците във веригата на доставките в поне две важни направления: ефективно управление на активите на предприятието и корпоративните финансови резултати; данъчно облагане и съблюдаване на административните мерки (Wilkie, 2012).

Привържениците и критиците на подхода за ценообразуване ALR посочват някои негови по-важни предимства и недостатъци. Сред най-безспорните силни страни се изтъкват повишената конкурентоспособност на МСП в резултат на контролирано ценово равнище и предвидимост в действията на партньора, което благоприятства бизнес планирането и постигането на прогнозните стойности (Cheng & Zhang, 2010). Сред най-често дискутираните слабости на ALP са посочени ограниченията, които се поставят пред малкия бизнес, който по принцип функционира в условията на силно ограничени ресурси. Това възпрепятства растежа на МСП извън заложения ценови интервал, а развитието е контролирано до определени граници (Favourate & Wealth, 2022).

При вземане на решение от МСП за прилагане на ценова политика по метода на ALR, следва да се анализират внимателно ползите и нежеланите ефекти в резултат от това. Тогава пред малкия бизнес се поставя критичната задача да определи колко точно е допустимия размер на ограничението на ценовите равнища. Пред МСП могат да се поставят три категории ограничения, с които всяко едно предприятие, което желае да участва в международна верига на доставките, следва да се съобразява (Wilkie, 2012):

- безусловни – всички видове административни и конюнктурни, финансови, правни, геополитически, вътрешни и външни закони, разпоредби, препоръки, стандарти и др., които действат едновременно върху условията за правене на бизнес;

- субективни правила на бизнеса – пазарните условия са дефинирани от конкурентните сили и зависят от браншовата специфика, географските характеристики, състоянието и традициите на водещите фирми правене на бизнес;

- вътрешни изисквания за ширина на диапазона на ценовото равнище по метода ALR – малкият бизнес може да вземе решение за включване в международна верига на доставките в зависимост от глобалните и стратегически цели на МСП, потенциал, пазарно позициониране, характеристика на ресурсите и др.

Независимо дали оценяването на потенциала на ценовата политика на МСП се извършва под формата на самоанализ от малкото предприятие, на база опит и подходящ ресурс самостоятелно от стратегическия партньор или в сътрудничество с външен оценител, същото следва да премине през поне две основни стъпки (Eden & Smith, 2001):

- Проучване на преките конкуренти на МСП, които извършват аналогични и сравними дейности в същата бизнес ниша, притежават аналогични ключови компетенции, активи и параметри на предлагания продукт.

- Идентифициране на диапазона на ценообразуването в условията на независими пазарни отношения във веригата чрез отчитане на маржа на печалбата на база размера на сумарните разходи.

При вземане на решение за включване на МСП в глобална верига следва да се изследват функциите, рисковете и профила на активите на МСП. В същността си това е

процес, който може да бъде описан като съставен от следните елементи (Mills, 2019; Wattel, 2016):

1. *Скрининг на икономическата дейност* – проучване на спецификите на бранша и на пазарното позициониране на предприятието.

2. *Географско проучване* – важен критерий за оценка на малкото предприятие като част от международна верига на доставките. Отчита се местоположението на адреса на управление на стопанската единица, както и наличието на опит в териториалното разпределение на бизнеса. Международната територия, която се покрива от веригата на доставките, е важна за оценка на възможността МСП да изпълнява целевите си функции в условията на специални юридически и икономически изискванията.

3. *Измерване на степента на независимост на МСП* – тя е важна за прилагане на принципа на сделката между несвързани лица. Степента на независимост на МСП най-често се разглежда в две направления – хоризонтално и вертикално с анализ на партньорствата и дъщерните дружества.

4. *Юридическо и финансово състояние на МСП.*

5. *Година на основаване* – за водещите фирми в дадена бизнес ниша този показател е важен от гледна точка на оценяване на способността на МСП да оцелява и постига удовлетворителни резултати в дългосрочен план.

6. *Достатъчност на наличната информация* – финансово-счетоводните данни се оценяват количествено по времеви и обемен признак.

7. *Икономико-математически количествени показатели.* След прилагане на горните стъпки с цел селекция и елиминиране на неподходящите алтернативи следва да се извърши количествен скрининг, базиран на финансови данни, чрез измерване на ключови показатели. Изборът на състава от индикатори на критичните точки зависи от стратегическите цели. За скрининг на екстремални резултати такива могат да бъдат: размер на предприятието, структура на активите, съдържание на годишната данъчна декларация (Atrill & McLaney, 2002).

Определянето на ценовия диапазон при спазване на принципа за сделка между несвързани лица може да бъде извършено по следната примерна методика:

- *Избор на индикатор за равнище на печалбата.* Границите на ALR като детерминанта на променливата „Размер на печалбата“ определят множество сценарии с теоретично прогнозирани стойности на крайния финансов резултат. Индикаторът за равнище на печалбата предоставя информация за възвращаемостта на инвестициите на компанията и използването на активите при дадено ниво на допустим риск. Степента на доверие в стойността на индикатора за равнище на печалбата може да бъде уточнена чрез допълнителен анализ на трета група показатели като обръщаемост на капитала към степента на изпълнение на функциите на предприятието. В зависимост от специфичните ценови регулации като условие за функциониране на веригата на доставките, индикаторът за равнището на печалбата може да бъде разпределен в подмножества, дефиниращи съответните финансови отношения. Ценовата надценка над сумарните разходи се приема за най-точен индикатор на добавената стойност при отчитане на функциите на стопанската единица и профила на риска.

- *Определяне на времеви интервал на данните.* За пълно разбиране на факторите и условията, които влияят на бизнеса на МСП и за надлежно описание на силите, които могат да въздействат върху наличието на контролирани транзакции, е прието да се наблюдават повече от един отчетен период, по правило последните 3 години. ОИСР препоръчва да се извърши цялостен анализ на бизнеса или на продуктовия цикъл.

- *Определяне на обхвата на резултата.* Условие за прилагането на ALR е извършването на съпоставка с резултатите на конкурентните стопански единици. Необходимо е да се измери влиянието на всички фактори, имащи въздействие върху равнището на трансферната цена и следователно върху индикатора за равнище на печалбата. ОИСР и ЕК приемат, че не съществува точка на фиксиране на цената по метода ALR, а диапазон на допустими ценови равнища.

Количествено дефиниране на ценовия диапазон на сделката между несвързани лица. След преминаване на изброените по-горе стъпки и избраните детерминанти се извършва математическо изчисление на ценовото равнище около медианата на горен и долен кватил като средно претеглена надценка над сумарните разходи.

Приложимост на подхода за трансферно ценообразуване ALR от МСП в България

Както вече бе отбелязано, подходът намира приложение при повишаване на конкурентоспособността на предприятията в условията на честен бизнес. Това е валидно за стопански организации с различен размер и многообразие на икономически дейности. За изследователския екип представлява интерес отговора на въпроса какъв дял от българските МСП планират включване в глобална верига. За същите може да се очаква да бъдат поставени в ситуация на външно оценяване на ценовата им политика по критериите на ALR. За целта е проведено емпирично изследване сред МСП в България. Някои методически критерии и резултати са представени по-долу.

Характеристика на наблюдаваните МСП в България

За получаване на условна числова стойност на потенциално възможното влияние на метода в реалната съвременна бизнес конюнктура се поставиха следните изисквания пред участниците в изследването:

- Компаниите са основани на територията на България.
- Компаниите са действащи и активни в последни три отчетни периода като са подавали ненулеви данъчни декларации.
- Към момента на допитването не са обявени за „мъртви“ и не са в процедура на ликвидация и фалит.
- Традиционно осъществяват дейност, както на територията на Р България, така и на международния пазар.
- Компаниите са с малък или среден размер, съгласно Препоръките на ЕС от 2003г. Това са предприятия „с работодател“, които осигуряват работни места на поне 10 трудово активни лица. Изключени от изследването са микропредприятията, защото се считат за рискови от водещите фирми в глобалните вериги, което ги прави непредпочитан партньор.
- Стопанските единици извършват нефинансова икономическа дейност.
- Не са поставени ограничения за участие според вида на нефинансовата дейност.

Обхват на потенциала за прилагане на ALR сред български МСП

За научно-изследователски цели в периода 2018-2023 г. е направено анкетно допитване с цел изследване на стопанската конюнктура за МСП в България. Чрез множество канали са достигнати около 1500 микро, малки и средни предприятия. Получени са удовлетворително попълнени анкетни карти от около 18 % от респондентите. От тях до последваща обработка достигат 252 бр. анкетни карти. Част от получените данни са използвани за изчисление на допустимото възможно въздействие върху ценовата политика на МСП в България, планиращи да се позиционират в международна верига на доставките. Изследователският екип допуска, че като част от пазара на ЕС, то по-долу описаната група, която планира да разшири дейността си на международен пазар може в даден момент от стопанската си дейност да бъде обект на измерване на ценовата политика по метода ALR.

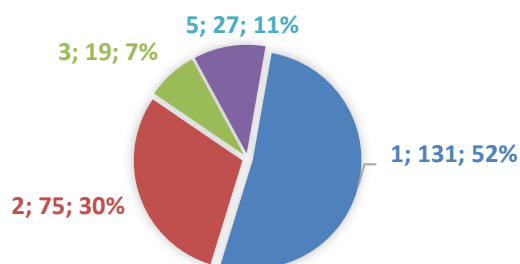
26 % от всички анкетирани български МСП са декларирали малък и среден размер според критерия численост на персонала. Резултатите са показани на Фигура 1.



Фигура 1. Профил на участниците в изследването

Следващата графика визуализира разпределението на участниците в изследването на база географско позициониране.

ГЕОГРАФСКО РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ПАЗАРА



1. В непосредствена близост до адреса на управление, същото населено място
2. В географската и административна област на адреса на управление
3. По цялата територия на България
4. В чужбина
5. Друго - по цял свят или друга особеност на веригата, смесен тип.

Фигура 2. Територия на дистрибутивната дейност

Кръстосаният анализ на получените анкетни карти показва, че всички 8 средни по размер предприятия са част от глобална верига, но и правят опит да разширят дейността си в чужбина. При допитване всички средни предприятия в България, декларират това твърдение за валидно. От друга страна, 9 малки предприятия са посочили, че планират да се включат в глобална верига. Техният брой представлява около 16% от всички анкетирани малки предприятия.

За изчисление на абсолютния брой на потенциално заинтересованите малки и средни предприятия се търси референция към данните от НСИ. Представени в таблицата по-долу са официални статистически данни, прочетени на 30.07.2024 с актуалност към 30.11.2023, публикувани на страницата на Национален статистически институт (nsi.bg):

Таблица 1. Брой предприятия в България.

Общ брой предприятия	Микро	Малки	Средни	Големи
449 481	420 011	24 178	4 529	763

Чрез съпоставяне на данните от изследването към официалните данни, то може да се допусне, че теоретико-методическите указания за извършване на трансферно ценообразуване по принципа на независимите пазарни отношения, могат да се приложат и подпомогнат конкурентното позициониране на над 3500 български малки предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условията на глобализация и утвърждаване на практиката за въвеждане на транснационални административно-юридически изисквания МСП следва да повишават своята конкурентоспособност. Това се постига чрез прилагане на адаптационни подходи като например бизнес философия за водене на бизнеса, които да подпомогнат МСП да преодоляват естествените си стопански недостатъци. Представеният подход за ценообразуване, основаващ се на принципа на сделката между несвързани лица - ALP е утвърден в реалната бизнес практика и може да се използва успешно за ценови анализи от предприятията. Въз основа на проведено проучване е установен теоретичния обхват на потенциално засегнатите малки български стопански организации, които планират разширение в глобални вериги и които могат да го прилагат, както за целите на ценообразуването, така и за прогнозиране на ценовия диапазон на техните продукти при участие в глобална верига на доставките.

Благодарности

Изследванията по тази статия са в рамките на проект НИХ 485/2023 на Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ – Бургас

REFERENCES

- Andelic, S, Vesic, T.; The importance of financial analysis for business decision making, 10.2017, Finance, Banking, Insurance, pp. 9-25, Faculty of Business Economics & Entrepreneurship, Belgrade, Serbia.
- Atrill, P, McLaney, E.; Management Accounting, 2002, London: Pearson Education Ltd. p.4,
- Bensiek, T, Kuhn, A, Gausemeier, J., 2012, Self-assessment for evaluating and improving the product-development processes in SMEs, ASME 2012 International Design Engineering Technical Conferences and Computers and Information in Engineering, doi: 10.1115/DETC2012-70408
- Blobner, C, Lan, L.K., 2022, Maturity Assessment to Support SME Overcoming Structural Changes in Their Business Environment, In; The Future of Smart production for SMEs, pp 77-88, doi: 10/1007/978-3-031-15428-7_7
- Brennan, R, Canning, L, McDowell, R, Price-Setting in Business-to-Business Markets, 2007, The Marketing Review, 7(3):207-234, doi: 10.1362/149634707x230068
- Challamis, C., 2018, The Arm's Length Principal and The Fixed Length Principle – Economic Analysis, 2018, SSRN Economic Journal, doi: 10.2139/ssrn.3148276
- Cheng, W, Zhang, D., 2010, The Arm's Length Principal, Transfer pricing & Foreclosure Under Imperfect Competition, Source: RePEc.
- Devereux, M, Keuschnigg, C., The Distorting Arm's Length Principal in International Transfer pricing, 2009, Oxford.
- Eden, L, Smith, R.A., 2001, Not at Arm's Length, Journal of Business & Finance Librarianship, 6(4):3-22, doi: 10.1300/J109v06n04_02
- Favourate, S, Wealth, E., The Arm's Length Principal: A Panacea or Problem To regulating Transfer Pricing Transaction by MNES in developing Countries, 2022; Eurasian Journal of Business and Management, 10(2): 137-152, doi: 10.15604/ejbm.2022.10.02.004
- Horingen, C, Sundun, G, Stralton, W.; Introduction to Management Accounting, 2008, p.4, New York: Hall International Inc.
- Khatri, S.B., 2009, SME Assessment – SME Business Assessment, SWOT Analysis and Capability GAP Assessment; Planet Finance.
- Maire J.L., Bronet, V, Pillet, M., 2008, Benchmarking: Methods and Tools for SME; In: Benchmarking An International Journal, 15(6):76-781, doi: 10.1108/14635770810915931
- Markopulos, E, Querrec, E, levimula, M., 2022, A Strategic Partner selection decision-making support methodology in the business modelling phase, 13th International Conference on Applied Human Factors & Economics (AHFE 2022), Vol. 31, doi: 10.54941/ahfe1001529
- Mills, T., 2019, Fully armed; Is the application of The Arm's Length Principal the best method to address transfer mispricing in developing countries?, In: The Extractive Industries and Society, 6(4), doi: 10.1016/j.exis.2019.07.011
- Moeuf, A, Tamayo, S, Lamouri, S, Pellerin, R, Lelievre, A.; Strengths and weaknesses of small and medium sized enterprises regarding the implementation of lean manufacturing, IFAC-PapersOnLine, Volume 49, Issue 12, 2016, Pages 71-76, ISSN 2405-8963, <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2016.07.552>
- Shukor, S.A., Sheikhi A, Nashir A.H.M., Enterprise Resource Planning (ERP) adapting issues and trends, 2020, ISBN: 1817-3195
- Taschner, A., 2016, Improving SME Logistics Performance Through Benchmarking; In: Benchmarking An International Journal 23(7):1780-1797, doi: 10.1108/BIJ-03-2015-0029
- Watter, P., 2016, Stateless Income, State Aid and The (Which?) Arm's Length Principal, Intertax 44 (Issue11):791-801, doi: 10.54648/TAXI2016071
- Wilkie, J.S., 2012, Reflecting on The Arm's Length Principal: What's The "Principle"? Where Next?; In: Fundamentals of International Transfer Pricing in Law and Economics, pp 137-156, doi: 10.1007/978-3-642-25980-7_8