

# PHƯƠNG PHÁP GIÁ BÁN LẠI TRONG CHUYỂN GIÁ

TS. ĐOÀN TRANH  
Trưởng Đại học Duy Tân

## 1. Đặt vấn đề

Vấn đề chuyển giá nội bộ của các công ty đa quốc gia (MNC) là vấn đề thực tế nhằm đạt được chi phí bé nhất để có lợi nhuận cao nhất, trong đó việc khai thác ưu đãi thuế tại mỗi quốc gia là vấn đề quan tâm nhiều nhất khi thực hiện chuyển giá trong nội bộ các MNC. Để tránh gian lận thuế gây thất thu thuế tại các quốc gia có doanh nghiệp thường trú đặt cơ sở và cũng nhằm mục tiêu tránh đánh thuế trùng vào các khoản thu nhập của các công ty trong nội bộ của MNC. Các quốc gia mà đặc biệt các quốc gia thuộc tổ chức OECD đã đưa ra những hướng dẫn nhằm hướng dẫn các quốc gia trong tổ chức này áp dụng nguyên lý cách tay vươn dài tức mọi giao dịch trong nội bộ của MNC phải dựa trên cơ sở của giá cả theo thị trường.

Dưới những nguyên lý của cánh tay vươn dài, các công ty con thuộc MNC phải xác định giá giao dịch nội bộ thế nào đảm bảo giống như các giao dịch của các doanh nghiệp độc lập với điều kiện hoạt động tương đương nhau. Tổ chức OECD đưa ra 5 phương pháp chuyển giá cho phép các MNC áp dụng là: 1) Phương pháp định giá chuyển giao trên cơ sở giá tự do có thể so sánh được (Comparable Uncontrolled Price – CUP); 2) Phương pháp giá bán lại (Resales Price Method); 3) Phương pháp giá vốn cộng Lãi (Cost Plus Method); 4) Phương pháp chiết tách lợi nhuận (Profit Split Method); và 5) Phương pháp so sánh lợi nhuận (Transactional Net Margin Method – TNMM).

Trong nội dung của bài viết này chúng ta nghiên cứu phương pháp giá bán lại (Resales Price Method) là phương pháp được áp dụng trong điều kiện cung cấp dịch vụ và tài chính trong nội bộ các MNC.

## 2. Nội dung của phương pháp giá bán lại (Resales Price Method)

Phương pháp giá bán lại này dựa vào giá bán lại của sản phẩm do cơ sở kinh doanh bán cho bên độc lập để xác định giá (chi phí) mua vào của sản phẩm đó từ bên liên kết. Như vậy, phương pháp này bắt đầu bằng việc lấy giá bán lại (hay giá bán ra) trừ (-) lợi nhuận gộp, trừ (-) các chi phí khác. Trong đó, lợi nhuận gộp bao gồm các khoản chiết khấu mà công ty độc lập này được hưởng và tổng các khoản chiết khấu này phải đủ bù đắp cho các chi phí bán hàng, chi phí quản lý và điều hành doanh nghiệp cũng như một mức lợi nhuận hợp lý. Các khoản chi phí khác là các chi phí liên quan đến việc mua sản phẩm và vận chuyển sản phẩm như thuế nhập khẩu, chi phí hải quan, chi phí bảo hiểm, chi phí vận chuyển. Như vậy sau khi loại trừ hai yếu tố lợi nhuận gộp và chi phí khác thì phần còn lại có thể được xem như là giá cả theo nguyên tắc thị trường (ALP).

Điều kiện để áp dụng phương pháp này:

Thứ nhất, các bên giao dịch phải độc lập với nhau, không có bất cứ ràng buộc nào. Vì nếu có tồn tại các ràng buộc, liên kết thì giá bán ra của các sản phẩm này sẽ không còn mang tính khách quan và tuân theo qui luật thị trường nữa.

Thứ hai, không có sự khác biệt quá lớn về điều kiện giao dịch khi so sánh giữa giao dịch độc lập và giao dịch liên kết gây ảnh hưởng trọng yếu đến tỷ suất lợi nhuận gộp bán ra (doanh thu thuần). Các nghiệp vụ mua hàng được chọn phải có liên quan đến nghiệp vụ chuyển giao mà ta cần xác định giá thị trường.

Thứ ba, nếu xảy ra trường hợp có khác biệt thì các khác biệt này cần phải được loại bỏ trước khi đem ra so sánh. Trong thực tế có các trường hợp không tồn tại các nghiệp vụ hoàn toàn phù hợp với nhau để có thể so sánh, vì vậy có thể tính toán giá cả theo nguyên tắc thị trường bằng cách dựa trên khoản chiết khấu có nguồn gốc từ chính công ty thương mại một thị trường tương tự. Chúng ta cần phải biết là trong thực tế giữa các nghiệp vụ chuyển giao nội bộ của MNC và nghiệp vụ chuyển giao có thể so sánh được tồn tại những khác biệt do sự vận động không ngừng của nền kinh tế như lạm phát, lãi suất và các ràng buộc về kinh tế, các thoả ước kinh tế.

Trong thực tế có một số trường hợp phương pháp này không thể thực hiện được do có những yếu tố tác động đến mức chiết khấu (tỷ lệ lãi gộp) và các chi phí khác. Các yếu tố đó xảy ra trong các trường hợp sau:

- Hàng hoá được các công ty thương mại mua về, sau đó đem gia công chế biến thêm và làm thay đổi đáng kể giá trị của sản phẩm, vì vậy mà ảnh hưởng đến việc xác định tỷ lệ chiết khấu hợp lý.

- Hàng hoá mua về sau đó đem thay đổi nhãn hiệu bằng nhãn hiệu có uy tín hơn, và bán ở mức giá cao hơn dẫn đến khó khăn trong việc xác định khoản chiết khấu hợp lý.

- Thời gian từ lúc mua hàng đến lúc bán hàng quá lâu, và khoảng cách địa lý làm cho kéo theo các rủi ro về tỷ giá, lạm phát và những biến động của nền kinh tế.

- Khác nhau về mặt chức năng kinh doanh (ví dụ như đại lý phân phối độc quyền, thực hiện các chương trình quảng cáo, khuyến mãi, bảo hành) cũng làm ảnh hưởng đến tỷ suất lãi gộp hay mức chiết khấu.

- Khác nhau về chủng loại, qui mô, khối lượng, thời gian quay vòng của sản phẩm và tính chất hoạt động của thị trường như là công ty thương mại này là bán buôn hay bán lẻ

- Phương pháp hạch toán kế toán, phải đảm bảo các bên tham gia vào giao dịch liên kết cùng hạch toán theo cùng phương pháp kế toán, phương pháp theo dõi hàng tồn kho. Nếu các bên tham gia vào các giao dịch sử dụng các phương pháp kế toán khác nhau vào các nghiệp vụ thì việc so sánh các nghiệp vụ sẽ trở nên bị khập khiễng.

Do đó mấu chốt của phương pháp này là xác định mức chiết khấu (tỷ lệ lãi gộp) một cách hợp lý. Nhưng chúng ta cũng không thể lấy tỷ lệ chiết khấu hay tỷ lệ lãi gộp bình quân cho toàn ngành mà áp đặt vào để so sánh. Phương pháp này thường được áp dụng cho các trường hợp giao dịch đối với các công ty thương mại các sản phẩm thuộc khâu cung cấp các dịch vụ giản đơn và thường thời gian phân phối từ khi mua hàng đến khi bán hàng ngắn và ít bị ảnh hưởng biến động của tính thời vụ. Đồng thời các sản phẩm bán ra không qua gia công chế biến, lắp ráp hay thay đổi cấu trúc ban đầu của sản phẩm mà làm tăng một phần đáng kể giá trị của sản phẩm.