

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ЦЕНЫ

Установлена связь элементов налоговой нагрузки и цен. На основании анализа данных предприятий добывающей отрасли сделан вывод о том, что с ростом результативности деятельности предприятия доля налогов в цене товара будет возрастать до определенного предела. Рассмотрены зависимости и факторы, влияющие на цены. Проблема влияния налогов на цены рассмотрена как с точки зрения предложения, так и с точки зрения спроса на продукцию, а также действия конкурентов на различных типах рынков.

Ключевые слова: налоговая нагрузка, цена, предприятия добывающей отрасли, факторы, влияющие на цены, предложение, спрос, влияние налогов на цены.

Современные научные подходы к понятию цены базируются на двух основных положениях. Рыночные цены формируются согласно закону стоимости, который определяет следующие основные зависимости: 1) необходимость тратить в производстве общественно-необходимого труда соответственно экономическим нуждам общества и по нормам, отвечающим средним условиям на данном этапе развития производства; 2) эквивалентность обмена, т.е. возмещение расходов на производство товаров. В рыночной экономике затраты на каждом этапе производства выступают в стоимостной форме и состоят из факторных доходов труда (зарботной платы), природных ресурсов (обязательных ресурсных платежей) и капитала (прибыли). Теория стоимости является методологической основой формирования цен. При этом следует подчеркнуть, что все основные концепции стоимости – трудовая, предельной полезности, предельной производительности – являются абстрактными моделями, которые не могут отображать всю совокупность факторов, влияющих на формирование цен. Органическое объединение в механизме ценообразования положений трудовой теории стоимости и потребительной стоимости имеет принципиальный характер.

Механизм сбалансирования спроса и предложения занимает центральное место в рыночной системе, где цена товара выполняет функцию регулятора. Спрос как экономическую категорию товарного производства можно определять через представленную на рынке платежеспособную потребность в товарах [2]. Для любого рынка характерна тенденция постоянного убывания спроса с возрастанием предложения. Согласно этому закону спрос находится в обратно пропорциональной зависимости от цены: чем выше цена, тем меньше спрос, и наоборот.

Налоги вместе с затратами и прибылью формируют цены товаров. С позиции производителя (продавца) прибыль является функцией от цены, т.е. формируется по остаточному принципу после уплаты налогов и покрытия расходов. В зависимости от того, в какой пропорции добавленная стоимость распределяется между государством, наемными работниками и предприятиями, изменяется роль налогового механизма в формировании цен. Выделим два основных фактора цены: 1) размер и структуру расходов на производство; 2) эластичность спроса на продукцию. Влияние налогообложения на ценообразование может усиливаться или ослабевать в зависимости от действия каждого из этих факторов.

В различной структуре расходов одни налоги могут возрастать, другие – уменьшаться. То есть необходимо

проведение оценки влияния системы налогообложения на ценообразование как при постоянной структуре расходов и изменяющихся ставках налогов, так и при переменной структуре расходов и не изменяющихся налогах. Кроме структуры расходов, необходимо учитывать эластичность спроса на продукцию: через механизмы перекладывания налогов высокая эластичность снижает их воздействие на цены, низкая эластичность усиливает такое влияние. Можно утверждать, что цены товаров определяют объемы прямых и косвенных налогов в условиях сокращения спроса при неизменности суммы уплаченных на единицу продукции налогов. И наоборот – влияние прямых и косвенных налогов на цены товаров возрастает в условиях роста спроса и, соответственно, сокращения налогов.

Рассматривать проблему влияния налогов на цены необходимо как с точки зрения предложения, так и с точки зрения спроса на продукцию. Если при росте расходов и уплате налогов цены не возрастают, тогда сокращаются прибыли или возрастают убытки производителей. Если при росте расходов и уплате налогов цены на товары возрастают пропорционально росту таких расходов, уменьшаются реальные доходы потребителей. Если при росте расходов и уплате налогов цены на товары возрастают более быстрыми темпами, чем расходы на уплату налогов, возрастают прибыли производителей и, соответственно, сокращаются реальные доходы конечных потребителей. Однако цены могут изменяться не только вследствие изменения ставок налога, но и в зависимости от конъюнктуры рынка. Допустим, что налог, который входит в цену продукции, возрастает на единицу ($S_1 - S = 1$). Линия предложения данного товара перемещается вверх и влево ($SS \Rightarrow S_1S_1$). При заданной эластичности спроса на продукцию (линия DD) на рынке устанавливается новая цена в точке C_1 .

Рост цены не полностью перекрывает рост расходов производителя на уплату налогов, т.е. выполняется неравенство

$$S_1 - S > C_1 - C, \quad (1)$$

где S_1 – сумма налоговых обязательств производителя на единицу выпущенного товара после изменения ставки налога; S – сумма налоговых обязательств производителя на единицу выпущенного товара до изменения ставки налога; C_1 – цена единицы товара после изменения ставки налога; C – цена единицы товара до изменения ставки налога.

В теории рынков применяются такие понятия, как чистая конкуренция и чистая монополия, а также их комбинации: олигополия и монополистическая конкуренция.

Рынок чистой конкуренции характеризуется большим количеством как продавцов, так и покупателей, барьеры входа и выхода на этом рынке незначительны. Влияние налогов на цены в такой среде зависит от ценовой эластичности спроса. Очевидно, спрос на товары первой необходимости (прожиточной корзины) является низкоэластичным, а спрос на другие товары имеет высокую степень эластичности. На конкурентном рынке эластичные предложение и спрос при повышении налогов приводят к сокращению производства и потребления товаров, оставляя налоговые поступления на прежнем уровне. Эластичное предложение при неэластичном спросе показывает, что потребление продукта не может значительно сократиться или цена не возрастает на сумму налога, распределяемого между производителем и потребителем в определенной пропорции.

С позиций теории рынков при неэластичном спросе на монопольном рынке цены возрастают быстрее, чем размер налога, при эластичном спросе цены возрастают на величину, меньшую, чем размер налога. И в одном и в другом случае уменьшается предложение товара. Рынку монополистической конкуренции присущи черты как монополистического рынка, так и рынка чистой конкуренции. На таком типе рынка имеется определенный контроль за ценами, хотя существует значительное количество продавцов, которые занимают весомый сегмент рынка. В сферах деятельности с неизменяющимися расходами цена может вырасти на весь размер налога, в сферах деятельности с возрастающими расходами – на сумму, меньшую величине налога, в сферах деятельности с ниспадающими расходами – на величину, превышающую размер налога.

В условиях олигополии, когда существует немного производителей и между ними есть определенная договоренность о ценах, характер влияния налогов на цены приближается к монополистическому. На практике спрос на продукцию в большинстве случаев является малоэластичным по цене. Р. Пиндайк утверждает: «Кроме сельского хозяйства, лишь несколько реальных

мировых рынков являются конкурентными в том смысле, что каждая фирма сталкивается с горизонтальной кривой спроса и что фирмы могут свободно войти в дело и выйти из него» [3]. Как отмечалось выше, при неэластичном спросе введение новых налогов или отмена старых могут оказать значительное влияние на уровень цен. Рассматривая это взаимодействие налогов и цен, можно утверждать, что неравенство в формуле (1) превращается в равенство, т.е. налог полностью перекладывается на потребителей.

Действующая система налогообложения определяет цены предложения товаров (услуг) настолько, насколько налоги и сборы включаются в цену при условии прибыльной работы. Если предприятие работает убыточно, то часть налогов и сборов должны покрываться за счет собственных средств такого предприятия. Лишь добавленная стоимость, созданная на каждом этапе производства товаров (услуг), может быть источником уплаты налогов. Поэтому при анализе влияния налогов на уровень цен правильным будет предположение: доля налогов, которые включаются в себестоимость, в цене товаров сокращается с повышением прибыльности работы предприятия.

Рассмотрим условный пример, построенный на интегрированных данных деятельности предприятий добывающей отрасли. За основу взят товар (железная руда), который добывается на нескольких предприятиях с одинаковыми технико-экономическими данными (производственные мощности, уровень их загрузки, рынки сбыта являются идентичными), поскольку он имеет наилучшую структурированность налогов в цене. В связи с сохранением конфиденциальности фактических данных предприятий добывающей отрасли применим средние показатели деятельности предприятий за 2006–2007 г. При одинаковом уровне расходов уровень добычи является разным по объективным причинам, которые приводят к разным объемам реализации у каждого из предприятий (таблица).

Структура налоговой нагрузки на цену в зависимости от результатов деятельности прибыльных предприятий, %

Показатель	Предприятия		
	П1	П2	П3
Часть чистой прибыли в цене	10,9	20,0	32,7
Доля налогов в цене продажи	30,5	31,9	33,8
В том числе:			
доля НДС и ЕСН	1,9	1,7	1,4
доля ресурсных платежей в цене	8,6	7,5	6,0
доля материальных и других расходов, включая амортизацию в цене	48,6	42,5	34,0
доля чистых расходов на оплату труда в цене	9,7	8,5	6,8
доля налога на прибыль в цене	3,3	6,0	9,8
доля НДС в цене	16,7	16,7	16,7

Приведенные данные свидетельствуют о существовании сложной зависимости между налогами и ценами. Исследование подобных процессов возможно только при условии использования методов статистического нахождения причинно-следственных связей.

На основании анализа данных таблицы можно сделать вывод: с ростом результативности деятельности (прибыльности работы) предприятия доля налогов в цене товара будет возрастать до определенной границы:

$$T = 1 - \frac{1}{(1 + t_{vat})} + \frac{P' \times t_p \times T_p + L \times t_s + \sum L \times t_l}{V}, \quad (2)$$

где T – налоги в ценах продажи товаров (услуг); t_{vat} – ставка налога на добавленную стоимость; P' – чистая прибыль к налогообложению; t_p – ставка налога на прибыль; T_p – сумма других налогов, связанных с производством (плата за землю, ресурсные платежи); L – фактические расходы на оплату труда; t_s – обобщенная ставка, по которой начисляются социальные налоги; t_l – ставка НДС; V – рыночная цена продукции.

Доля налога на добавленную стоимость в цене товара зависит исключительно от ставки этого налога и остается неизменной при любых обстоятельствах: $1 - 1 / (1 + t_{vat}) = \text{const}$. Рассматривая налоги в составе цен товаров, необходимо учитывать, что с ростом прибыли доля других налогов, которые включаются в себестоимость, и социальных налогов уменьшается, а доля налога на прибыль возрастает. Такие структурные изменения происходят при общем росте доли налогов в цене товаров (услуг). Поскольку доля налога на добавленную стоимость в цене налогооблагаемых товаров определяется исключительно ставкой этого налога, целесообразно рассмотреть факторы, которые влияют на налоговую составляющую цены в части других налогов и сборов. Для этого уберем из формулы (2) элемент $(1 - 1 / (1 + t_{vat}))$ и разобьем остаток на отдельные доли:

$$T_1 = \frac{t_p}{1 + t_{vat}} - \frac{C}{V} t_p + \frac{T_p}{V} + L \frac{t_1 + t_s}{V}. \quad (3)$$

Выразим прибыль к налогообложению P как разность между выручкой от реализации (V) без НДС и полной себестоимостью продукции; можем трансформировать формулу (3) в выражение

$$T_1 = \frac{P' t_p}{V} + \frac{T_p}{V} + \frac{L t_s}{V} + \frac{\sum L t_i}{V}. \quad (4)$$

С учетом формулы (4) общее уравнение, которое может описать налоги в цене товара, можно представить так:

$$T_1 = 1 - \frac{1 - t_p}{1 + t_{vat}} - \frac{C}{V} t_p + \frac{T_p}{V} + \frac{L}{V} (t_1 + t_s), \quad (5)$$

где T – доля налогов в ценах продажи товаров (услуг); t_{vat} – ставка налога на добавленную стоимость; C – полная себестоимость продукции; V – рыночная стоимость продукции; t_p – ставка налога на прибыль; T_p – сумма других налогов (плата за землю, ресурсные платежи); L – фактические расходы на оплату труда; t_s – обобщенная ставка, по которой начисля-

ются социальные налоги; t_1 – средняя ставка обложения НДС.

Формула (5) будет действующей при любых условиях для цен внутреннего рынка и даст возможность определить налоговую составляющую в цене продукции в зависимости от структуры расходов и рентабельности производства при стабильных ценах. Практическое значение предложенного метода состоит в том, что он позволяет определить и оценить налоговую нагрузку на цены в различных видах экономической деятельности в зависимости от характерной для них структуры расходов и уровня рентабельности производства. При применении этой формулы необходимо учитывать следующее ограничение: если доля расходов в цене товара превышает стоимость этого товара без НДС, т.е. $C / V > 1 / (1 + t_{vat})$, налоговая нагрузка на цену достигает минимального значения для каждого уровня трудоемкости продукции. В таком случае, с целью расчета налоговой нагрузки, выражение $(C / V) t_p$ приравнивается к нулю. С учетом действующих в России НДС, уровня средней заработной платы и ставок социальных налогов [1, 4] можем налоговую нагрузку на фонд оплаты труда приравнять к $t_1 + t_s = 39\%$ (13% – НДС; 26% – начисление ЕСН).

Формула (5) дает возможность установить связь между относительными величинами и налоговой нагрузкой на цены. Выражение T_p / V определяет отношение объемов начисленных налогов, связанных с производством: ресурсных, имущественных и других налогов к рыночной цене. Эта доля в цене продукции устанавливается автономно и для каждого вида хозяйственной деятельности может существенно отличаться. Для конкретного вида хозяйственной деятельности доля налогов, связанных с производством, в цене продукции может быть условно принята за относительную постоянную величину $T_p / V = \text{const}$, что даст возможность провести анализ влияния налоговых факторов на ценообразование при наличии лишь двух переменных: рентабельности и трудоемкости продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Налоговый Кодекс РФ*: Официальный текст. М.: ЭЛИТ, 2008. Ч. I, II. 480 с.
2. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1992. 733 с.
3. *Пиндайк Р., Рубинфельд Д.* Микроэкономика. М.: Экономика, 1992. 510 с.
4. *Казаков В.В.* Управление развитием муниципальных образований в условиях реформы местного самоуправления. Томск: Изд-во НТЛ, 2005. 216 с.

Статья представлена научной редакцией «Экономика» 15 декабря 2008 г.