

«Мотивы использования трансфертных цен в РФ»

Целью данного доклада является выявление основной причины использования трансфертных цен в РФ. Трансфертная цена – это цена, устанавливаемая на сделки между взаимозависимыми фирмами. Поэтому трансфертные цены используются группами компаний (далее - корпорациями), состоящих из нескольких осуществляющих торговлю друг с другом фирм.

Можно выделить две основные группы причин, влияющих на уровень трансфертных цен:

- внутренние для корпорации мотивы
- внешние для корпорации мотивы

Рассмотрим каждую из этих групп более подробно.

Существует несколько основных внутренних для предприятий причин установления трансфертных цен.

1) *Регулирование норм прибылей.* Трансфертные цены используются для создания определенной нормы прибыли в тех или иных подразделениях корпорации. В результате подобных действий внутри корпорации образуются фирмы, аккумулирующие прибыль корпорации (profit center). Если существуют фирмы, на которых образуется прибыль, то существуют фирмы – центры издержек (cost center). В основном, это те фирмы, которые оказывают различные услуги фирмам, входящим в корпорацию предприятиям. Цены продажи их услуг устанавливаются таким образом, чтобы только покрыть издержки производства. Норма прибыли на таких предприятиях является минимально допустимой. Механизм использования таких центров прибылей и издержек прост. В идеале все структуры одной корпорации продают друг другу товар по ценам себестоимости (включая транспортные расходы и т.д.) и только в одном месте, так называемом profit center возникает огромная разница закупочных и реализационных цен. Данная фирма покупает продукцию по внутрифирменным ценам, а реализует по рыночным ценам, что приводит к возникновению намного превышающую общий рыночный уровень прибыли. Подобное построение структуры корпорации упрощает инвестиционный процесс, так как все проекты финансируются из одного общего центра.

2) *Экономический контроль предприятий.* Трансфертные цены используются холдингами для создания эффективной системы экономических стимулов. Посредством данной системы холдинг может контролировать и регулировать выпуск каждого из предприятий системы.

Постоянной практикой функционирования дочерних предприятий является реализация друг другу различных нематериальных товаров. Это может быть информация о рынке, краткосрочная помощь внутри корпорации при возникновении различных проблем, связанных с технологией производства, менеджментом, практикой учета. В этом случае нельзя выделить никаких специфических внутренних причин для установления цен на подобные услуги. В идеале, они могут оказываться бесплатно, так как все работают на одну корпорацию. Таким образом, можно выделить такой тип внутрифирменных трансакций, где у корпорации нет никаких внутренних причин устанавливать специальные цены.

Тем не менее, принцип платности здесь реализуется через внешние стимулы корпорации. Международные корпорации действуют одновременно в нескольких юрисдикциях и вынуждены устанавливать трансфертные цены при международных сделках. Поэтому в качестве внешних причин можно выделить следующие:

1) *Наличие таможенных пошлин при международных операциях.* Если пошлины взимаются со стоимости товара, то назначение больших цен при международной операции означает увеличение уплаченных пошлин при пересечении границы. Если же размер пошлины исключительно зависит от количества единиц товара, то решение о трансфертных ценах не влияет на размер пошлины.

2) *Косвенные налоги и НДС при международных операциях.* В современной практике международного налогообложения НДС взимается по принципу места назначения. Применение данного принципа рекомендовано OECD. Завышение трансфертных цен приводит к завышению таможенной стоимости товара, что приводит к увеличению налогового бремени по косвенным налогам (НДС и акцизы). Следовательно, для минимизации бремени по косвенным налогам необходимо занижать трансфертные цены при международных операциях.

3) *Требование налоговых органов.* В соответствии с требованием налоговых органов корпорация должна учитывать все трансакции, так как от этого зависит налогообложение дохода корпорации. Поэтому корпорация должна устанавливать трансфертные цены даже там, где нет никаких внутренних причин к этому.

Таким образом, существование внутренних и внешних причин побуждает корпорацию к установлению трансфертных цен. Тем не менее, в соответствии с основной предпосылкой экономической науки корпорация, как и любой экономический агент, руководствуется принципом рациональности в своих действиях: трансфертные цены устанавливаются таким образом, чтобы достичь цели увеличения стоимости корпорации в долгосрочном периоде. В этом случае трансфертные цены могут отличаться от цен, которые действуют между независимыми субъектами, то есть от цен, установленных по правилу вытянутой руки. Увеличение стоимости корпорации может быть достигнуто посредством двух основных механизмов:

- 1) достижение максимальной внутренней эффективности компании
- 2) финансовым структурированием сделок

Внутренняя эффективность корпорации сочетает в себе все вышеперечисленные внутренние причины установления трансфертных цен и выражается в построении оптимальной структуры внутреннего контроля, поощрения и стимулирования бизнес единиц, входящих в корпорацию. В данном случае трансфертные цены используются в основном для повышения эффективности работы менеджеров предприятий корпорации и создания наиболее удобных схем инвестирования общей прибыли корпорации в наметившиеся точки роста.

Под финансовым структурированием сделок между бизнес единицами корпорации понимается регулирование трансфертных цен по уменьшению оттока финансовых средств за пределы корпорации. Получателями таких финансовых средств могут выступать таможенные и налоговые органы государства. Данная деятельность по международной классификации называется *манипулированием трансфертными ценами*. Под воздействием внешних причин установления трансфертных цен фирмы пытаются скорректировать трансфертные цены таким образом, чтобы минимизировать общее налоговое бремя корпорации. Если установление трансфертных цен в целом является необходимой процедурой, не противоречащей закону, то манипулирование трансфертными ценами может идти вразрез с законодательством и наказываться налоговыми органами. Таким образом, «манипулирование трансфертными ценами – это свободное установление цены, уплаченной одной фирмой другому дочернему предприятию корпорации, находящемуся в иностранной налоговой юрисдикции, с целью снижения общего уровня налогового бремени корпорации (с учетом всех филиалов)»¹. Необходимо заметить, что в данном определении термин «налоговое бремя» включает не только налоги в обычном понимании, но все внешние ограничения на деятельность

¹ Eden, 1998, стр. 20

корпорации: пошлины, антимонопольные правила и т.д. В этой связи, на необходимость корректировки трансфертных цен в ту или иную сторону влияет большое количество внешних факторов. Тем не менее, основными являются следующие:

- 1) таможенные пошлины
- 2) экспортные налоги и субсидии
- 3) разница в ставках налога на прибыль корпораций в различных юрисдикциях
- 4) уровень конкуренции

Стратегия корпорации применительно к данным факторам может быть описана всего двумя основными правилами:

- концентрация налогооблагаемой прибыли в юрисдикции с низкими налогами
- концентрация вычитаемых из налоговой базы издержек в юрисдикции с высокими налогами на прибыль.

Рассмотрим применение вышеназванных правил на практике. Для этого составим таблицу действий корпорации для каждого изменения факторов.

Таблица 1

Группа факторов	Общая стратегия корпорации
Разница в ставках налогов на прибыль	1) Завышение стоимости импорта и занижение стоимости экспорта для страны с высокими ставками налога. 2) Откладывание дивидендных платежей 3) Увеличение оттока платежей роялти и уменьшение их притока в страну с высокими ставками
Увеличение импортных пошлин	При стоимостной основе расчета пошлин необходимо снизить номинальную стоимость импорта
Введение экспортных субсидий	При стоимостной основе расчета субсидий необходимо увеличить стоимость экспорта
Увеличение конкуренции	Занижение стоимости сырья для фирмы, которая сталкивается с большой конкуренцией. Это позволит снизить цену продукции для удержания рынка.

Описанные в таблице стратегии являются очевидными и достаточно примитивными. На практике международным корпорациям приходится составлять из этих примитивных стратегий комплексные комбинации, где проводится оптимизация не по одной стране, а по целому ряду разных стран и разных форм внутрифирменной торговли.

Эмпирические исследования факторов, которыми руководствуются корпорации при установлении трансфертных цен.

Анализ последних эмпирических исследований, основанных на анкетировании финансовых менеджеров предприятий, показал, что налогообложение является основным фактором, влияющим на уровень трансфертных цен. Наиболее масштабным трудом в данной области является работа Burns J. (2001), где используются данные по 62 американским корпорациям. Наиболее типичной формой таких исследований является анкетирование руководителей корпораций, что и было сделано в данном случае. Burns удалось получить интересные данные по изменению значимости факторов при ранжировании корпораций по общей выручке, выручке филиалов и доле экспорта своим филиалам. Так, при ранжировании по продажам наиболее важными факторами были конкуренция на внешних рынках и экспортные субсидии в США, при ранжировании по выручке филиалов – таможенные пошлины, налоги в США и в стране нахождения филиалов, и при ранжировании по доле экспорта своим филиалам основными факторами трансфертного ценообразования были названы таможенные пошлины и квоты на экспорт. Данное исследование показало, что основными внешними причинами трансфертного ценообразования остаются таможенные пошлины, уровень конкуренции и разница в налоговых условиях в разных странах. Интересно заметить, что уровень конкуренции в исследованиях, основанных на социологических опросах всегда занимает значительное

место. Тем не менее, реальная картина может искажаться тем, что руководители корпораций могут не искренне отвечать на поставленные вопросы, опасаясь передачи данной информации налоговым органам. Поэтому при анализе результатов таких исследований всегда необходимо делать поправку на искренность. Таким образом, основными причинами трансфертного ценообразования можно считать разницу в ставках налоговых платежей и таможенные пошлины.

Тем не менее, необходимо отметить, что все проанализированные автором исследования относятся к иностранным корпорациям и их операциям в отличных от РФ странах. Более того, подавляющее большинство работ по анализу факторов уровня трансфертных цен посвящено анализу практики корпораций США. По имеющейся информации в России подобных исследований не проводилось. В этой связи одной из целей данной работы является осуществление такого анализа для выявления практики российских корпораций в области трансфертного ценообразования.

Эмпирическое исследование российской практики установления трансфертных цен.

Для анализа факторов уровня трансфертных цен в российских корпорациях автор придерживался двух основных подходов.

Первый подход заключался в анкетировании финансовых менеджеров и руководителей российских корпораций. Данная методика хорошо зарекомендовала себя в исследованиях данного вопроса на западе. Была составлена анкета, состоящая из 5 вопросов, посвященных факторам, которыми руководствуются менеджеры при установлении трансфертных цен (см. Приложение №1). Анкета была разослана в 65 крупных российских корпораций по электронной почте, доступной в открытом доступе через сайты компаний. Тем не менее, из 65 было получено всего 2 ответа, в одном из которых сообщалось о невозможности ответа на вопросы, поставленные в анкете в связи с конфиденциальностью информации. Во втором ответе содержались данные, исходя из которых, основным фактором при установлении трансфертных цен в российских корпорациях является уровень конкуренции и волатильность валютных курсов при внешнеторговых операциях. Данный результат свидетельствует о полном провале в России метода открытого анкетирования корпораций, что связано с опасениями менеджеров относительно попадания указанной информации в налоговые органы. Поэтому автором был использован другой подход, который по имеющейся у автора информации до этого не использовался исследователями в работах, посвященных трансфертному ценообразованию.

Второй подход основан на использовании информации, находящейся в открытом доступе, без специального анкетирования менеджеров (неопросная методика). Основной методикой проведения пассивного анализа информации является контент-анализ, который достаточно часто применяется в социологических исследованиях. Для перехода к результатам анализа необходимо уделить особое внимание существу методики.

Контент-анализ – это метод сбора данных и анализа содержания текстов. Слово «контент» имеет отношение к словам, рисункам, символам и иным сообщениям, которые могут быть объектом коммуникации. Под текстом также понимается нечто написанное, видимое или произнесенное, то есть все то, что образует пространство коммуникации. Контент-анализ относится к той категории методов социологических исследований, которая предполагает кодификацию текста или его квантификацию, то есть перевод содержания текста в числа, подлежащие количественному анализу. Контент-анализ способен посредством объективных числовых параметров показать истинное содержание того или иного текста.

Основная цель исследования заключается в выяснении того, в каких случаях и руководствуясь какими факторами российские корпорации используют трансфертное ценообразование. При этом для чистоты исследования необходимо анализировать информацию исходящую не только от самих корпораций, но и от аналитиков,

государственных органов и других внешних по отношению к корпорациям лиц. Наиболее удобно это сделать посредством анализа российской прессы.

В классическом контент анализе используется случайное построение выборки на основе большого количества текстовых документов. В случае с трансфертным ценообразованием использовался метод направленной выборки тех статей, опубликованных в заранее определенных периодических изданиях, которые в себе содержат словосочетания «трансфертная цена» или «трансфертное ценообразование». За период с 01.01.1997 года по 01.10.2003 года анализировался 21 источник российской прессы. При этом не принимались во внимание сообщения информационных агентств, а также публикации в научных журналах в связи с тем, что первые носят достаточно поверхностный характер и несут небольшой объем зачастую непроверенной информации, а вторые имеют очень узкую специализацию исследований. В соответствии с указанными критериями была составлена выборка из 331 статьи. В соответствии с целью исследования необходимо, чтобы статья была посвящена российским корпорациям, что предполагает ориентирование статьи на ситуацию в РФ. По данному критерию было удалено 35 статей, в основном опубликованных в «Финансовой газете» в рубрике, посвященной обзору налогообложения различных стран мира. В результате анализировалась выборка, состоящая из 296 статей.

Выше было показано, что все факторы, оказывающие влияние на уровень трансфертных цен, могут быть сгруппированы в две группы: повышение внутренней эффективности и уменьшение оттоков средств из корпорации в виде налогов, таможенных платежей и т.д. Основной вопрос, на который предстояло дать ответ состоял в том, для чего больше используется трансфертное ценообразование в российских корпорациях: для достижения внутренней эффективности или для достижения налоговой экономии. Для ответа на данный вопрос было использовано манифестное кодирование со смысловыми элементами. Другими словами, был составлен набор слов, характеризующий ту или иную группу факторов трансфертного ценообразования. Для группы повышения внутренней эффективности были использованы такие слова, как «контроль» (внутрифирменный), «управление» (корпораций или потоками), «инвестиции» (внутренние или для развития производства), «конкуренция» (повышение конкурентоспособности). Для группы уменьшения оттоков из корпорации в виде налогов были использованы слова, образованные от слова налог, такие как «налогоплательщик, налоговые выплаты, налоговое бремя и т.д. Вместе с тем для выяснения связи трансфертных цен и нефтяных или газовых корпораций учитывалось количество в статье слов, образованных от слов «нефть» и «газ».

Помимо этого автором были составлены вопросы, относящиеся к латентной кодификации текста. Вот перечень этих вопросов:

- 1) Написана ли статья с позиции налоговых органов или с точки зрения компании? Кто мог бы быть заказчиком этой статьи? Кто отвечает на вопросы интервьюера, если статья представляет собой интервью?
- 2) В каком контексте используется словосочетание «трансфертная цена» или «трансфертное ценообразование»? Используется ли оно в контексте налоговых платежей, инвестиций и внутреннего контроля, привлекательности для внешнего инвестора или цель неясна, что может быть в случае перечислении трансфертного ценообразования в ряде других компонентов.
- 3) Применяется ли словосочетание «трансфертная цена» или «трансфертное ценообразование» только для описания внутрироссийского рынка или в статье затрагиваются проблемы международной торговли?

Наряду с этим для выявления направленности статьи на проблему трансфертных цен рассчитывалось количество использования словосочетаний «трансфертная цена» и «трансфертное ценообразование».

Для проведения анализа кодирования использовались эконометрические методы исследования, а также графическое представление.

В процессе контент-анализа была выявлена история трансфертных цен в РФ. Так, можно с уверенностью утверждать, что российская пресса озаботилась проблематикой трансфертных цен лишь в 1998 году, то есть как раз после принятия первой части налогового кодекса. Это хорошо видно на графике 1:

График 1



В дальнейшем интерес к трансфертным ценам возрастал до пикового значения в 2001 году. Основное объяснение такого явления основывается на борьбе в прессе между государством и представителями бизнеса в связи с обсуждением поправок в НК РФ, серьезно ужесточающих регулирование трансфертных цен. В 2002 году количество публикаций по данной теме несколько уменьшилось, но продолжает оставаться на высоком уровне по сравнению с 2000 или 1999 годом. Учитывая несовершенство российского законодательства в области трансфертных цен, а также возрастающую эффективность управления российскими предприятиями, в будущем стоит ожидать увеличения интереса к указанной проблеме с наличием моментов резкого увеличения публикаций при обсуждении очередного изменения законодательства в области трансфертных цен.

В результате проведенного анализа были получены следующие выводы.

1) **Трансфертное ценообразование гораздо чаще используется в налоговом контексте нежели в контексте повышения внутренней эффективности корпораций.** Анализ, основанный на латентном кодировании показал, что соотношение двух групп примерно 64% против 26% в пользу налоговой оптимизации. Результаты графического анализа упоминания трансфертных цен представлены на Графике 1.

График 1.

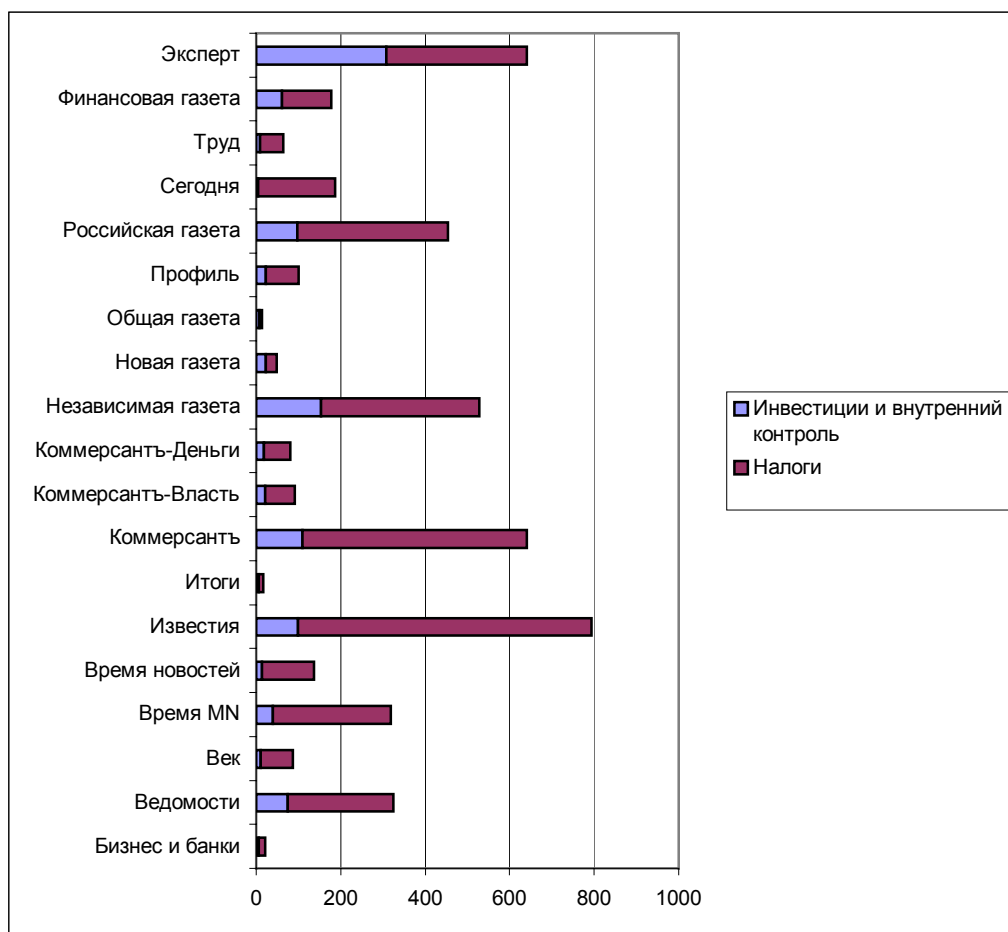


При этом необходимо учесть, что если рассматривать то же распределение в зависимости от той позиции, с которой писалась статья, то очевидно наличие зависимости между контекстуальным наполнением использования трансфертных цен. С позиций государственных органов налоги являются приоритетной целью использования трансфертных цен (82%), после чего следуют инвестиции и внутренний контроль (10%), а уже за ними проблемы инвестиционного климата (6%). С позиций корпораций все выглядит иначе: лидируют инвестиции и внутренний контроль (64%), потом налоги (19%) и инвестиционная привлекательность (14%).

Аналогичные результаты показал анализ, основанный на манифестном кодировании путем суммирования количеств встречающихся слов и сочетаний в различных статьях. Основной целью использования трансфертных цен по-прежнему остается налоговая оптимизация (77%), а инвестиции и внутренний контроль далеко позади (23%). Необходимо отметить, что несоответствие процентного соотношения, полученного в результате манифестного и латентного кодирования связана со скрытой информацией, которую содержит текст, но которую нельзя увидеть при простом его прочтении.

Распределение полученных процентов достаточно сильно различается в зависимости от источника информации. Распределение по источникам информации показано на графике 2.

График 2.



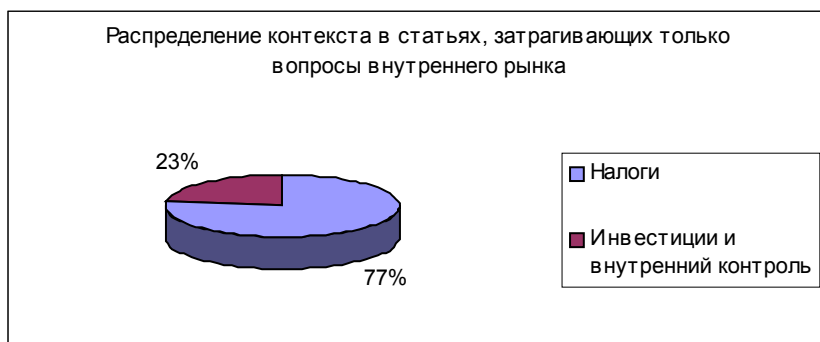
Анализ приведенного графика позволяет выявить, как те источники информации, которые поддерживают интересы корпораций, так и те, которые поддерживают позицию налоговых и других государственных органов. Среди поддерживающих интересы корпораций можно выявить такие информационные издания, как «Эксперт», «Новая газета» и «Независимая газета». Со стороны государственных органов чаще всего выступает «Сегодня», «Время MN», «Известия» и «Труд». Вопреки устоявшемуся мнению «Российская газета» оказалась наиболее объективной, а соотношение количества слов, поддерживающих мнение, что трансфертные цены используются для повышения эффективности внутреннего контроля и инвестиций, и слов, показывающих наличие элементов налогового планирования, равно среднему соотношению количеств указанных слов по всем исследуемым источникам.

2) Вторым основным выводом является тот факт, что **практически во всех статьях, где встречается упоминание трансфертных цен речь идет о нефтяной отрасли.** Основное внимание в российской прессе уделяется трансфертному ценообразованию в нефтяной отрасли. Упоминание о нефти есть в 229 статьях из 296, то есть практически в 80% статей. Наличие связи между вышеозначенными значениями также показал и регрессионный анализ. В то же время, регрессионный анализ не показал наличия зависимости между упоминанием слова «нефть» и упоминанием слова «налоги», зато такая зависимость обнаружилась между словом «нефть» и словами, относящимися к группе инвестиций и внутреннего контроля. В этой связи можно заключить, что только нефтяные компании готовы лоббировать свои интересы в прессе, утверждая, что трансфертные цены используются ими исключительно для целей создания эффективных инвестиционных программ. Такой же вывод можно сделать, если рассмотреть значения корреляций между этими величинами:

	Контроль	Налоги	Нефть
Контроль	1		
Налоги	-0,09019	1	
Нефть	0,184093	0,014504	1

Для подтверждения указанного факта был использован усиленный вариант контент-анализа, основанный на анализе близости месторасположения слов в статье, который показал, что слово «нефть», а также формируемые на его основе слова используются в одном предложении вместе со словом «трансфертная цена» в 147 статьях из 296 проанализированных статей, что составляет 49,6% общей совокупности. При этом необходимо учитывать смещенность этой оценки в меньшую сторону, так как анализируется не вся статья, а лишь одно предложение. В свою очередь, слово «налоги» используется в одном предложении со словом «трансфертная цена» в 192 статьях, что эквивалентно 64,9% общей выборки. Перекрестный запрос на предмет выявления количества статей, в которых в одном предложении одновременно встречаются слова «нефть», «трансфертная цена» и «налоги» показал результат в количестве 67 статей, что соответствует 22,6% выборки. Таким образом, в соответствии с российской прессой трансфертные цены по крайней мере в 65 случаях из 100 используются для описания налоговых взаимоотношений между корпорациями и государством, и при этом в по крайней мере в 22 случаях речь идет о нефтедобывающей промышленности, что является достаточно большим показателем, так как в иностранных исследованиях такая доля не превышает 4%. Велика вероятность, что данное отличие объясняется большой значимостью нефти для российской экономики.

3) Вопросы использования трансфертных цен внутри границ РФ гораздо важнее для российской прессы, чем вопросы использования трансфертного ценообразования в международной торговле. Более того, в зависимости от того, затрагиваются ли в статье вопросы международной торговли и внешнеторговых сделок, соотношение количества слов, поддерживающих мнение, что трансфертные цены используются для повышения эффективности внутреннего контроля и инвестиций, и слов,



показывающих наличие элементов налогового планирования, сильно различается.



Данное различие можно объяснить тремя тенденциями, отмеченными автором с помощью контент-анализа. Во-первых, указанное различие может иметь место вследствие более высокой интенсивности лоббирования нефтяными корпорациями вопросов применения трансфертных цен во внешнеторговых сделках, так как увеличение надзора в этой области наиболее сильным образом ударит по способности корпораций создавать центры прибылей в оффшорных зонах. Данная тенденция подтверждается при латентном кодировании, которое показывает, что общая доля статей, поддерживающих позицию корпораций, при переключении с внутреннего рынка на внешний увеличивается с 27% до 40%. Во-вторых, не могло не сыграть роль в данном вопросе внимание налоговых органов к нефтяной отрасли и особенно к налогу на добычу полезных ископаемых, что не предполагает увеличение эффективности контроля при трансграничных сделках в связи с чем, наиболее часто употребляемой темой публикаций 7,6% является необходимость внесения поправок в налоговый кодекс в части главы 26, а также статьи 20 НК РФ, которая относится к определению взаимозависимости лиц и не играет особой роли при регулировании внешнеторговых сделок в НК РФ. В третьих, большую роль сыграла озабоченность региональных властей недопоступлением платежей по налогу на прибыль в региональные бюджеты в связи с применением корпорациями трансфертных цен. По значимости данная тема стоит на втором - 3,7% всех публикаций посвящено озабоченности региональных властей трансфертными ценами внутри РФ.

Таким образом, с помощью контент-анализа было определено, что трансфертные цены используются российскими корпорациями в основном для минимизации налоговых платежей, причем основной отраслью, где используются трансфертные цены, является нефтедобывающая. Одновременно с этим, для российской прессы, а значит и для российских властей и граждан, вопросы использования трансфертных цен внутри границ РФ гораздо важнее вопросов использования трансфертного ценообразования в международной торговле и внешнеторговых сделках.

Приложение №1

Анкета по трансфертным ценам

1) Использует ли Ваша фирма в своей хозяйственной деятельности трансфертные цены?
(трансфертная цена – это цена между взаимозависимыми лицами)

- _____ - да
_____ - нет

Если Вы ответили на предыдущий вопрос положительно, то переходите ко второй части анкеты.

2) Оцените влияние, которое оказывают перечисленные ниже факторы на решение об уровне трансфертных цен для Вашей фирмы (4 – сильно влияет, 3 – влияет, но не сильно, 2 – затрудняюсь ответить (влияние не определено), 1 – не влияет)

1. _____ ставка налога на прибыль в регионе
2. _____ другие налоги РФ
3. _____ ставки налогообложения за границей (в случае внешнеторговых операций)
4. _____ уровень конкуренции
5. _____ требования валютного контроля (в случае внешнеторговых операций)
6. _____ уровень таможенных пошлин и сборов (в случае внешнеторговых операций)
7. _____ требование статьи 40 налогового кодекса РФ (принципы определения цен товаров, работ и услуг для целей налогообложения)
8. _____ уровень нестабильности валютных курсов (в случае внешнеторговых операций)
9. _____ (другое)

3) Расставьте в порядке убывания значимости основные цели установления трансфертных цен (1 – незначительная цель, 5 – основная цель):

1. _____ стимулирование инвестиционной деятельности фирмы
2. _____ налоговое планирование на предприятиях
3. _____ поддержка убыточных предприятий
4. _____ создание ценовых конкурентных преимуществ
5. _____ вывод прибыли в оффшорные зоны (в случае внешнеторговых операций)

4) Если Вы не заполнили анкету, то укажите причину отказа
