

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ РЫНКОВ И АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В. В. Титов

Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, Новосибирский национальный исследовательский государственный университет (Новосибирск, Россия)

Экономическое стимулирование вполне правомерно рассматривать в качестве силы, целенаправленно включенной в систему оптимального функционирования экономики.

Целью данного исследования является развитие теоретико-методологического подхода к решению проблемы активизации предпринимательской, инновационной и инвестиционной деятельности на промышленных предприятиях на основе экономического стимулирования их сотрудников.

Проблема заключается в построении такого экономического механизма, который и обеспечивал бы стимулирование не только на уровне корпорации в целом, но и в каждой ее фирме, в подразделениях фирм, затрагивал бы деятельность каждого сотрудника. Механизм будет жизнеспособным только при условии распределения прибыли, получаемой от реализации работ, услуг по всем подразделениям предприятия, по фирмам корпорации, участвующим в проведении таких работ, в соответствии с количеством и эффективностью их труда, определяемой на основе добавленной стоимости.

Ключевые слова: активизация инновационной предпринимательской деятельности, механизм экономического стимулирования на основе использования трансфертных цен.

PROBLEMS OF CORPORATE MARKETS AND ACTIVATION OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP

V. V. Titov

Institute of Economics and industrial engineering SB RAS, Novosibirsk national research state University (Novosibirsk, Russia) E-mail: titov@ieie.nsc.ru

Economic incentives are quite rightly regarded as a force deliberately included in the system of optimal functioning of the economy.

The purpose of this research is to develop a theoretical and methodological approach to solving the problem of activation of entrepreneurship, innovation and investment activity in industrial enterprises (and other organizations) on the basis of economic incentives of their employees.

The purpose of this research is to develop a theoretical and methodological approach to solving the problem of activation of entrepreneurship, innovation and investment activity in industrial enterprises on the basis of economic incentives of their employees, ensuring the implementation of this process.

The problem lies in the construction of such economic mechanism which would provide incentives not only at the level of the Corporation as a whole, but at each firm divisions of firms would affect the activity of each employee. The viability of the mechanism only when the distribution of the profit received from realization of works and services in all divisions of the enterprise, firms, corporations involved in carrying out such works in accordance with the quantity and effectiveness of their work based on value added.

Keywords: activation of innovative business activity, mechanism of economic incentives on the basis of transfer prices.

Конкретные задачи исследований связаны с разработкой теоретико-методологических аспектов построения новой системы управления промышленными корпорациями, способствующей активизации инновационного процесса, повышению эффективности производства, росту прибыли. Речь идет о разработке такого хозяйственного механизма, который экономически заинтересовывал бы корпорации, их фирмы, подразделения фирм и их сотрудников не только в выполнении той работы, которая запланирована, но и в разработке и реализации нововведений (новаций), связанных с совершенствованием методов управления и технологий проведения работ, обеспечивающих увеличение эффективности работы предприятия в целом, его подразделений и отдельных сотрудников. Жизнеспособным такой механизм будет только при условии распределения прибыли, получаемой от реализации работ, услуг по всем подразделениям предприятия, участвующим в проведении таких работ, в соответствии с количеством и эффективностью их труда.

Чтобы в компании происходили радикальные изменения, адекватные экономическим нюансам времени, необходимо предоставить ее сотрудникам определенную экономическую свободу в рамках планирования и развития внутрифирменного предпринимательства. Следует на принципах самоорганизации и самоуправления сформировать для человека такие экономические ограничения, которые приведут к оптимизации его деятельности, обеспечивая получение максимальной прибыли для себя, для фирмы и собственника, которые наилучшим образом построили данные условия для сотрудников фирмы [1, 2].

Институт самоуправления существует давно. России принадлежит приоритет в развитии такой формы трудовой демократии, как артель [3, с. 533]. Артельщики брали на подряд цех или участок производства, отчитывались только за количество и качество результатов труда, а все другие управленческие и денежные вопросы решались внутри артели. Однако при существовании подобных форм организации труда неоднозначными остаются формы экономических отношений.

Таким образом, на уровне промышленных корпораций необходимо сформировать механизм хозяйствования, экономически заинтересовывающий работников предприятия вести разработку и реализацию новаций. Основа механизма базируется на отнесении прибыли, получаемой от продаж товаров и услуг, на все технологические переходы на предприятии, между фирмами корпорации с учетом создаваемой добавленной стоимости во всех структурах предприятия, фирм корпорации. Здесь без формирования внутрифирменных

цен не обойтись. Следовательно, прежде чем говорить о хозяйственном механизме, надо дать определение внутрифирменных цен и направлений их использования в механизме экономического стимулирования.

Внутрифирменная, трансфертная цена устанавливается на товары и услуги, продаваемые в рамках одного предприятия или корпорации. Цены на конечную продукцию корпорации определяются на рынке, поэтому внутрифирменные цены определяются относительно этой цены. В России такие цены определяются в соответствии с Федеральным законом от 18.07.2011 № 227-ФЗ (с уточнениями от 05.04.2013), и разделом V.1 НК РФ. В них даны основные понятия в условиях сделок (между взаимозависимыми лицами, определение которых подробно и сложно дается в законе) с помощью трансфертного ценообразования.

В первую очередь трансфертные цены используются для снижения налоговой нагрузки в целом на корпорацию. Однако это не всегда получается. Например, пусть продукция корпорации продается по рыночной цене через дочернюю фирму (торговый дом). Предприятия корпорации работают в одной и той же налоговой системе. В этом случае как бы ни менялись цены на продукцию внутри корпорации при продаже незавершенного производства, комплектующих от одной фирмы к другой, готовой продукции в торговый дом, налоговая нагрузка на корпорацию в целом останется без изменения. Поэтому для такого случая изменение трансфертных цен позволяет только перераспределить частично прибыль между фирмами корпорации. Этим пользуются многие головные фирмы корпораций, но данный механизм не стимулирует повышение эффективности функционирования предприятия, для которого цены на товары уменьшены. Если для какой-то фирмы цену на комплектующие установить меньше себестоимости, то в целом сальдированная прибыль до отчисления налога остается неизменной, а чистая прибыль уменьшится, так как увеличится налог на прибыль для фирмы, которая эти комплектующие покупает. Данная ситуация в литературе не анализируется.

Рассмотрим положение, когда торговый дом находится в льготной зоне налогообложения. В этом случае продукция поступает в торговый дом с минимальными ценами, а продается по рыночным. Эффект налицо. Такая схема использования трансфертных цен разработана давно и активно используется на практике [4–8; и др.].

Интересен подход использования трансфертных цен для кредитования одного предприятия другим [7]. Предприятие по сниженным ценам продает свою продукцию другому, на котором появляется дополнительный источник финансирования инве-

стиций. После получения эффекта инвестируемое предприятие возвращает кредитору с процентами полученный кредит, например, покупкой у кредитора продукции по повышенным ценам. Механизм ясен, но количественная его реализация достаточно сложна.

В России ФЗ № 227-ФЗ от 18.07.2011 ограничивает отклонение трансфертных цен относительно рыночных. Законом установлены следующие методы трансфертного ценообразования в целях налогообложения: метод сопоставимых рыночных цен, цены последующей реализации, затратный, сопоставимой рентабельности и распределения прибыли. Каждый из этих методов основан на использовании определенного количества данных, получение которых не всегда достаточно просто, что приводит к неоднозначному алгоритму расчетов. Кроме этого, для трансфертных цен должны быть рассчитаны интервалы отклонений цен, рентабельности, распределения прибыли.

В рассмотренных в литературе и Федеральном законе № 227-ФЗ подходах не говорится об экономическом стимулировании активизации инновационного процесса на предприятиях, о повышении эффективности производства на основе использования трансфертных цен. Рассматриваются другие проблемы: предприятия заботятся о снижении налоговой нагрузки, а государство беспокоит проблема повышения налоговой базы.

В данной работе представим другой подход обоснования расчетов внутрифирменных цен и их использования при формировании экономического механизма организации внутрикорпоративных рынков.

В настоящее время экономика России связана с поиском институционального механизма, способствующего повышению эффективности работы промышленных предприятий, фирм, корпораций. Современная компания отличается наличием в ней внутреннего (организационного) рынка, позволяющего использовать предпринимательской инициативы [3]. Важно оценить хозяйственную деятельность в дивизиональных структурах, дочерних фирмах компании. Только в 1990-е гг. стали появляться корпорации, использующие предпринимательство, рыночные отношения во внутрифирменном управлении. Рынки внутри корпорации формируются на базе создания внутренних предпринимательских подразделений, экономических инфраструктур для обеспечения управленческих решений. Базу таких структур определяют фирмы с производственной деятельностью. Внутренняя рыночная экономика формируется как сеть деловых отношений всех фирм корпорации.

Организационные, корпоративные рынки определяют важнейшую теоретико-методологи-

ческую институциональную проблему, существенно влияющую на эффективность работы компаний.

Основной задачей внутрифирменного управления в корпорации является согласование степени повышения эффективности производства с экономическими интересами работающих. Для этого необходимо определить конечные результаты труда для структур фирм, самих фирм корпорации и отнести ответственность за эти результаты на работающих в данных структурах, используя принципы самоорганизации и самоуправления.

Предлагаемый вариант расчетов внутрикорпоративных цен основан на определении доли прибыли для фирм корпорации, получение которой возможно от реализации производимой совместно продукции. В основном внутрифирменные цены формируются с учетом затрат на производство и цен готовой продукции на рынке. Если аналогичная продукция продается на рынке, то определение внутрифирменных цен упрощается.

Цены на готовую продукцию компании определяются договорами с потребителями. На основе этих цен и издержек производства определяется прибыль компании, ее дочерних предприятий. Прибыль должна распределяться между фирмами корпорации так, чтобы не нарушались балансы их интересов. Если такие балансы нарушаются, то снижается эффективность производства. Балансы интересов должны соблюдаться и между подразделениями предприятия.

При распределении прибыли относительно затрат по этапам работ нарушается баланс интересов подразделений предприятия, так как уровень материальных затрат в себестоимости их работ различен. Затратный подход при внутрифирменном ценообразовании приводит к снижению эффективности управленческих решений [8].

Для рассмотрения предлагаемой методологии внутрифирменного ценообразования, в основе которой лежит работа [9], представим модель формирования внутрифирменных цен.

Пусть готовую продукцию выпускает фирма f_1 . Цена продаж одного из изделий составляет C единиц (без НДС). Полную себестоимость S изделия определяют затраты как данной головной фирмы, так и фирмы f_2 , которая поставляет комплектующие для фирмы f_1 по цене C_2 . Цена определена так: $(1 + r)S_2$, r — доля прибыли относительно себестоимости комплектующих — S_2 . Такая методика распространена как за рубежом, так и в России. Значение r соответствует рентабельности комплектующих на предприятии f_2 . Когда значение рентабельности для изделия в целом больше r , то фирма f_1 относит на свой счет часть эффекта фирмы f_2 . Интересы фирмы f_2 нарушаются, экономический

стимул уменьшения затрат на производство не работает.

Операционная прибыль рассматриваемого изделия определена как $P = C - S$. Однако конечный результат работы корпорации определяется величиной чистой продукции (добавленной стоимости). При этом цена комплектующих может не включать всю чистую продукцию, созданную фирмой f_2 , другая часть поглощается первой фирмой. Поэтому более обоснованным было бы отнесение прибыли по фирмам пропорционально добавленной стоимости. Обозначим через H величину добавленной стоимости (прибыль, оплата труда с начислениями, амортизация и другие начисления) по рассматриваемому изделию: $H = H_1 + H_2$. Здесь H_2 — добавленная стоимость по комплектующим второй фирмы:

$$\begin{aligned} H_2 &= P_2 + Z_2(1 + h_{21})(1 + h_{22})(1 + h_{23}) + Z_2 h_{24} = \\ &= P_2 + Z_2((1 + h_{21})(1 + h_{22})(1 + h_{23}) + h_{24}) = \\ &= P_2 + Z_2(1 + h_2), \end{aligned}$$

где Z_2 — прямые затраты (основной) заработной платы на второй фирме, которые отнесены в себестоимость производства комплектующих, включаемых в рассматриваемое изделие; h_{21} — доля, отражающая дополнительные расходы заработной платы (отпускные и др.); h_{22} — доля накладных расходов по оплате труда (заработная плата ИТР, служащих), относимых на указанную продукцию; h_{23} — доля страховых отчислений относительно величины оплаты труда; h_{24} — доля амортизационных (и других) начислений относительно значений Z_2 ; h_2 — итоговая доля добавленной стоимости относительно основной заработной платы.

Величина P_2 определяется как доля от значения P . Доля находится отношением величины добавленной стоимости в комплектующих к ее общей величине: $P_2 = PH_2/H$. Выражение значения H_2 вставим в расчет P_2 :

$$P_2 = Z_2(1 + h_2)P / (H - P),$$

где $(H - P)$ — добавленная стоимость по изделию без учета прибыли.

Таким образом, разнесение прибыли по фирмам пропорционально добавленной стоимости равнозначно отнесению прибыли пропорционально затратам заработной платы. В этом случае существенно упрощается практический подход к формированию внутрифирменных цен. На предприятиях затраты основной заработной платы на одно изделие всегда имеются.

Представим методическую модель определения внутрифирменных, трансфертных цен. Пусть две (или несколько) фирмы корпорации производят изделие, операционная прибыль по которому составляет величину P . Оплата труда и амортиза-

ционные (и другие) начисления, входящие в себестоимость изделия, определяют значение

$$W = W_1 + W_2, W_2 = Z_2(1 + h_2),$$

величина W_1 находится аналогично W_2 .

При этом на всех фирмах корпорации следует использовать единую систему оплаты труда. Тогда внутрифирменная цена комплектующих по рассматриваемому изделию фирмы f_2 находится следующим образом:

$$C_2 = S_2 + P_*W_2/W.$$

Если технология производства затрагивает более двух фирм, то цены рассчитываются нарастающим итогом.

Суть представленной методики формирования трансфертных цен в производственной корпорации заключается в следующем. Исходными данными является информация по базовому варианту прогнозного годового плана работы компании. В нем не фиксируются предстоящие новации. Определяется прибыль в целом по продукции и по технологическим переходам в фирмах корпорации. Доля прибыли, включенная во внутрикорпоративные цены, пропорциональна затратам основной заработной платы. Эти цены корректируются при изменении затрат на производство. Эффективность производства повышается за счет реализации нововведений уже после утверждения цен. Это позволяет часть экономического эффекта отнести по месту его возникновения. Подобный механизм расчета цен, экономического стимулирования способствует развитию внутрикорпоративного предпринимательства, повышению мотивации труда, достижению баланса экономических интересов фирм корпорации, обеспечению устойчивого развития компании.

Представим пример внутрифирменного ценообразования в корпорации «Сибгормаш» на основе данных производства легкого плуга [10]. Головная компания продает плуг по цене 13 334 руб. с операционной прибылью 1552 руб. (себестоимость — 11 782 руб.). ОАО «Метизный завод» продавал ступицу плуга по цене 462 руб. Ее себестоимость — 421 руб., уровень операционной прибыли — 41 руб. При рентабельности плуга в целом в 13,2% (1552 / 11 782) на ОАО «Метизный завод» показатель рентабельности ступицы составлял 9,7%. Какая же цена ступицы наиболее обоснована?

Заводской вариант: $421(1 + 0,097) \approx 462$ руб. При рентабельности плуга в 13,2% цена ступицы должна была быть 477 руб. — $421(1 + 0,132)$. В третьем варианте распределение прибыли осуществлено пропорционально затратам основной заработной платы. Схема расчета такова:

$421 + 2,89 (1552 / 868) \approx 426$ руб. (2,89 руб. — основная заработная плата по ступице, 868 руб. — в целом по плугу).

Таким образом, рассмотренный пример расчета внутрифирменных цен показал, что предложенный методологический подход вполне работоспособен для целей организации экономических отношений между фирмами корпорации, между взаимозависимыми лицами. При этом устранено влияние материальных затрат на распределение прибыли по фирмам корпорации.

Представим методический подход к формированию внутрифирменных цен на уровне подразделений предприятия, фирмы. Здесь также используются данные проекта годового плана предприятия, согласованного и на уровне корпорации. Как уже отмечалось, в проекте плана отсутствуют инновационные мероприятия, повышающие эффективность производства. Пусть $Z_{зп}$ — предварительный план по фонду заработной платы с начислениями (без учета страховых платежей). Из этой суммы выделен объем основной заработной платы с начислениями — $Z_{очн}$, который учтен в себестоимости продукции i — $Z_{i, очн}$. Расчет себестоимости продукции также входит в предварительный внутрифирменный план. Амортизация (и другие начисления) — $A_{ам}$, разнесенная по изделиям — $A_{i, ам}$. Величины $A_{i, ам}$ определяются пропорционально значениям $Z_{i, очн}$. Тогда $W = Z_{зп} + A_{ам}$, W — базовая величина показателя, определяющего распределение прибыли при расчете внутрифирменных цен. Через P_0 обозначена расчетная операционная прибыль, предварительно определенная в плане продаж продукции. Прибыль по изделиям i — P_{0i} . Расчеты проводятся с учетом текущих или прогнозных цен на готовую продукцию. На основе указанных данных определяются следующие показатели:

$$V = P_0 / W, V_i = P_{0i} / W_i,$$

где V — величина прибыли на рубль базового параметра W , V_i — прибыль, относимая на рубль параметра W_i , включающего заработную плату с начислениями, амортизацию и другие расходы, учитываемые в себестоимости продукции i .

Параметры W_i определяются на основе значений Z_{kij} : Z_{kij} — основная заработная плата с начислениями по детали k изделия i на технологическом переходе j . На технологических переходах фиксируются коэффициенты h_j (цеховые накладные расходы по оплате труда) и $h_{j, ам}$ (амортизационные отчисления и другие расходы). Отсюда

$$w_{kij} = Z_{kij} (1 + h_j + h_{j, ам} + h + h_{ам}).$$

Коэффициенты h , $h_{ам}$ определяют общезаводские накладные расходы по оплате труда, амортизационные и другие начисления. Отсюда $W_i = \sum_{kj} w_{kij}$.

Представим внутрифирменное ценообразование для цехов основного производства. Деталь k изделия i поступает на технологический переход j по входной цене $C_{kij, вх}$. В полную себестоимость S_{kij} детали k на j -м технологическом переходе входят общезаводские и коммерческих расходы, общепроизводственные расходы, прямые затраты, включая и w_{kij} . Тогда с технологического перехода j деталь k уходит по цене $C_{kij, вых}$:

$$C_{kij, вых} = C_{kij, вх} + S_{kij} + w_{kij} V_i.$$

Поскольку на предприятии рассчитывается себестоимость продукции, формирование цен полностью обеспечено информацией. К тому же на каждом технологическом переходе фиксируется дополнительная информация — величина операционной прибыли, отнесенная к детали.

Такой расчет в фирме полностью обеспечен данными в рамках формирования себестоимости продукции. При этом появляется новая информация — операционная прибыль, отнесенная к детали k изделия i , — $w_{kij} V_i$.

Расчет внутризаводских цен на участках, в бригадах основных, вспомогательных производств может быть выполнен аналогично.

Подобное внутрифирменное ценообразование отнесет большую часть прибыли в основное производство. Другим структурам предприятия для своего содержания придется зарабатывать средства у основных производств.

Следовательно, уменьшая свои затраты и объемы услуг из других структур предприятия, сокращая уровень оборотных активов, подразделения могут значительно сократить издержки производства, а часть полученной прибыли будет отнесена на их счет. Изменение рыночной конъюнктуры влечет за собой перерасчеты себестоимости продукции и цен.

Методика внутрифирменного ценообразования для услуг вспомогательного производства, где выделение результатов труда может быть отражено количественно, аналогична ее изложению для основных подразделений.

Расчеты цен в подразделениях, где выделение единицы результата труда затруднено (административно-управленческие, конструкторско-технологические отделы и т. п.), проводятся по-другому. Так, некоторая техническая служба фирмы требует для ее содержания объем расходов в размере N , включая заработную плату $W_{тс}$ с начислениями и амортизацию основных фондов, отнесенных к данному подразделению, другие расходы; фиксируется $V_{нов}$ — прибыль, отнесенная на счет данной службы, как часть экономии от внедрения различных новаций. Тогда оценка стоимости работ данного подразделения предприятия

$$R = N + VW_{\text{тс}} + V_{\text{нов}}.$$

Значение $VW_{\text{тс}}$ соответствует минимальной прибыли, которая отнесена к подразделению предприятия. Дополнительная прибыль может быть получена за счет разработки и внедрения новаций, сокращающих затраты. Экономическая эффективность отражает результаты НТП.

Технические службы предприятия определяют связь экономической эффективности с реализацией результатов НТП. Такие структуры предприятия реализуют стратегию предпринимательского интереса как двигателя НТП, повышения эффективности на основе внедрения нововведений. Должное экономическое стимулирование этого процесса обеспечивает его жизнеспособность.

Для развития всей корпорации внедрение рассматриваемого внутрифирменного механизма будет обеспечивать повышение устойчивости деятельности корпорации к изменению внешней среды. Подобная схема управления фирмой на основе экономических, предпринимательских интересов может быть использована всеми работниками фирмы. В системах управления корпорациями как в России, так и за рубежом не хватает подобного механизма.

При формировании внутрикорпоративного рынка возникает достаточно сложная проблема разнесения системного эффекта (эффекта синергии, синергетического эффекта) в корпорации между ее фирмами. Экономическая выгода в основном достается головной фирме группы, которая выпускает готовую продукцию. Подобный дисбаланс в экономических отношениях между фирмами снижает эффективность работы корпорации. На практике частично данная проблема решается перекрестным владением акций фирмами группы (такая практика широко используется за рубежом). При этом экономическое взаимодействие между фирмами должно осуществляться на основе внутрифирменных цен.

Разные причины способствуют возникновению синергического эффекта [10]: общие системы маркетинга, лучшее использование возможностей производства, эффекты масштаба, лучшее использование инвестиционных ресурсов, эффект системного (синергетического) управления, конгломератная синергия (разделение рисков). Эффекты достигаются и за счет поднятия предпринимательского духа в фирмах корпорации. Процесс интеграции работы фирм корпорации осуществляется на основе стратегических решений.

Представим один из вариантов разнесения системного эффекта между фирмами корпорации с помощью оценок результатов работы фирм на основе использования экономического механизма согласования функционирования фирм корпо-

рации между собой [10]. Решается такая задача на основе оптимизационного моделирования [10]. Делается прогноз деятельности корпорации на планируемый период. Оптимизация планирования, кооперация, специализация, диверсификация, реализация совместных проектов приводят к увеличению системного эффекта.

Целевая функция — F , максимизация, например, прибыли. При моделировании планирования деятельности корпорации ее функция цели формируется из критериев оптимизации, обозначенных как F_f , фирм f , которые входят в корпорацию. Все предприятия хотят, чтобы их целевая функция была максимальной. Каким образом это выполнить? Количественные значения F и F_f получаются из расчетов по модели оптимизации планирования деятельности и развития корпорации в целом:

$$F = \sum_f F_f \rightarrow \max$$

при всех возможных ограничениях $AX \leq B$.

Дается оценка максимальных значений функций цели $F_{f, \max}$ для каждой из фирм f . Для этого решается серия локальных задач с максимизацией прибыли. Используется та же модель на базе той же информации:

$$F_{f, \max} \rightarrow \max, f = 1, 2, \dots, f^*,$$

при тех же ограничениях $AX \leq B$.

Складывая все значения $F_{f, \max}$, получаем величину F_{\max} , меньшую, чем F . Различие определяется величиной системного эффекта $F - F_{\max} = \Delta F$. Следовательно, решая локальные задачи, приходим к уменьшению системного эффекта.

Не исправляет ситуацию и решение многокритериальной задачи, когда одновременно находится оптимум (оптимизация по Парето) всех функций F_f :

$$\sigma \rightarrow \min,$$

при условиях

$$F_{f, \max} - F^{*,f} \leq \sigma F_{f, \max}, f = 1, 2, \dots, f^*, AX \leq B.$$

При решении такой задачи $F^{*,f} \leq F_{f, \max}$ уменьшается величина системного эффекта, а фирмы теряют часть прибыли.

Когда максимизируется F в целом для корпорации, значения $F_f < F_{f, \max}$ для отдельных фирм. Экономические интересы фирм нарушаются, что не обеспечивает успешность реализации цели корпорации в целом.

Для устранения указанной проблемы может использоваться решение, основанное на следующем методологическом подходе. Цепочка решений представляется такой. Сначала должна решаться задача оптимизации развития корпорации в целом. На основании этого определяется плановая оцен-

ка прибыли P (до налогообложения) по корпорации в целом и отдельно по фирмам — P_f . Решения локальных задач на максимум прибыли по каждой из фирм определяют новые значения $P_{f, \max}$. Сумма этих значений фиксируется как P_{\max} — общая прибыль по корпорации на ближайший планируемый год. Так как значения $F^{i,j}$ пропорциональны $F_{f, \max}$, решать многокритериальную задачу не имеет смысла. Определяется системный эффект по прибыли: $\Delta P = P - P_{\max}$. Величина ΔP является основой распределения прибыли между фирмами.

Сначала отдельные фирмы, для которых $P_{\max} - P_f > 0$, получают компенсацию потери прибыли в указанном размере. Пропорционально значениям P_{\max} оставшаяся часть системного эффекта по прибыли распределяется между всеми фирмами. Указанные расчеты носят плановый характер. Распределение прибыли (например, на основе договоров о совместной деятельности) проводится на основе фактических итогов года. При реализации рассмотренного методологического подхода не теряется системный эффект для корпорации, а баланс экономических интересов ее фирм не нарушается. Подтвердили правильность предложенной методо-

логии практические расчеты по определению системного эффекта и распределения его между предприятиями корпорации.

Итак, в работе представлен новый методологический подход организации внутрикорпоративного рынка на основе формирования внутрифирменных, трансфертных цен, системы распределения эффекта синергии между фирмами корпорации. Формирование трансфертных цен в производственной корпорации основано на распределении прибыли в целом по продукции и по технологическим переходам в фирмах корпорации пропорционально затратам основной заработной платы. Эффективность производства повышается за счет реализации нововведений уже после утверждения цен. Это позволяет направить часть прибыли на экономическое стимулирование структур предприятия, где эта прибыль получена. Подобный механизм расчета цен, экономического стимулирования способствует развитию внутрикорпоративного предпринимательства, повышению мотивации труда, достижению баланса экономических интересов фирм корпорации, обеспечению устойчивого развития компании.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Титов В. В., Анисимов Б. Н., Аверкин П. А., Горюшкин А. А. Разработка концептуальных положений экономических принципов управления санаторием, стимулирующих повышение производительности и эффективности труда // *Инновационная модель бизнеса: мотивация использования инноваций и экономического роста* : сб. науч. тр. Новосибирск, 2012. С. 5–32.
2. Анисимов Б. Н., Титов В. В. Управление реальными экономическими процессами на основе хозяйственного расчета. Новосибирск, 2013. 195 с.
3. Управление современной компанией / под ред. Б. Мильнера и Ф. Лииса. М., 2001. 586 с.
4. Schjelderup G., Sorgard L. Transfer pricing as a strategic device for decentralized multinationals // *International Tax and Public Finance*. 1977. Т. 4 (3). Р. 277–290.
5. Белкин О. А. Трансфертные цены в корпорациях // *Вестник экономической интеграции*. 2008. №4. С. 142–144.
6. Миргородская М. Г. Трансфертные цены как инструмент формирования прибыли в отчетности холдингов // *Экономические науки*. 2013. №104. С. 71–74.
7. Плещинский А. С. Оптимизация межфирменных взаимодействий и внутрифирменных управленческих решений. М., 2004. 252 с.
8. Гончаров В. В. Руководство для высшего управленческого персонала. М., 2002. Т. 1. С. 521–535.
9. Титов В. В. Организация внутризаводского хозяйственного механизма как внутреннего регулируемого рынка // *Управление промышленными предприятиями в условиях рынка* / под ред. Н. Б. Мироносецкого, Л. В. Кириной. Новосибирск, 1993. С. 18–30.
10. Титов В. В. Оптимизация принятия решений в управлении промышленной корпорацией. Вопросы методологии и моделирования. Saarbrücken: Palmarium Academic Pub., 2013. 337 с.

REFERENCES

1. Titov V. V. (2012) *Razrabotka kontseptualnykh polozheniy ekonomicheskikh printsipov upravleniya sanatoriem, stimuliruyushchikh povyshenie proizvoditel'nosti i effektivnosti truda* // *Innovatsionnaya model*

biznesa: motivatsiya ispol'zovaniya innovatsiy i ekonomicheskogo rosta: conference proceedings. Novosibirsk. P. 5–32. (in Russian)

2. Anisimov B. N. (2013) Upravlenie realnymi ekonomicheskimi protsessami na osnove khozyaystvennogo rascheta. Novosibirsk. 195 pp (in Russian)

3. Millner B., Leis F. (2001) Modern Company Management. Moscow. 586 pp. (in Russian)

4. Schjelderup, G. (1977) Transfer pricing as a strategic device for decentralized multinationals // International Tax and Public Finance. V. 4 (3). P. 277–290.

5. Belkin O. A. (2008) Transfertnye tseny v korporatsiyakh // Vestnik ekonomicheskoy integratsii.. № 4. P. 142–144. (in Russian)

6. Mirgorodskaya M. G. (2013) Transfertnye tseny kak instrument formirovaniya pribyli v otchetnosti kholdingov // Economic Sciences. № 104. P. 71–74. (in Russian).

7. Pleshchinskiy A. S. (2004) Optimizatsiya mezhfirmykh vzaimodeystviy i vnutfirmykh upravlencheskikh resheniy. Moscow. 252 pp. (in Russian).

8. Goncharov V. V. (2002) Rukovodstvo dlya vysshego upravlencheskogo personala. Moscow. V.1. P. 521–535. (in Russian)

9. Titov V. V. (1993) Organizatsiya vnufirmykh khozyaystvennogo mekhanizma kak vnufirmykh reguliruemogo rynka // Upravlenie promyshlennymi predpriyatiyami v usloviyakh rynka. Novosibirsk. P. 18–30. (in Russian).

10. Titov V. V. (2013) Optimizatsiya prinyatiya resheniy v upravlenii promyshlennoy korporatsiyey. Voprosy metodologii i modelirovaniya. Saarbrücken: Palmarium Academic Pub. 337 pp. (in Russian).
