

**РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СТРУКТУРЫ НА ОСНОВЕ
ВЫБОРА ЦЕНОВОЙ И НАЛОГОВОЙ СТРАТЕГИИ**

Гриневич М.Н., Бородич Т.А.

**Могилевский государственный технический
университет**

В настоящее время основной проблемой, с которой сталкивается любой собственник, будь то человек, государство или другое юридическое лицо, является определение путей увеличения эффективности использования и управления своей собственностью. Ведь именно наличие достаточных средств у собственника и определяет его возможность развивать свою деятельность: увеличивать масштабы производства, завоевывать новые рынки, использовать наукоемкие технологии.

Одной из основных предпосылок эффективной работы предприятия является обоснованное и целенаправленное планирование его деятельности. Исходным моментом в планировании деятельности предприятия является определение цен на изготавливаемую продукцию и услуги. С помощью цены предприниматель пытается найти ответ на вопрос, что, где, как производить и в каком количестве, чтобы достичь поставленной цели. Чаще всего это получение максимальной прибыли, чему в немалой степени способствует проведение продуманной налоговой политики.

В настоящее время существует ряд предприятий, действующих как самостоятельно, так и в рамках более сложных корпоративных структур. Основной особенностью таких формирований является то, что они представляют собой целостный механизм со своими целями, состоящий из отдельных обособленных частей (фирм), интересы которых не всегда совпадают с целями головного предприятия. Вследствие чего, перед корпоративной структурой стоит задача в выработке единой, эффективной ценовой стратегии с учетом пожеланий входящих в ее состав субъектов хозяйствования.

Еще одна их особенность заключается в том, что часть производимой продукции может идти на внутреннее потребление по ценам, отличающимся от рыночных. Определение цены такой продукции имеет большое значение в проведении налоговой политики, поскольку благодаря этому можно финансовый результат распределять на предприятия, имеющие налоговые льготы, что приведет к увеличению прибыли, остающейся в распоряжении рассматриваемой системы.

Для выбора ценовой и налоговой стратегии корпоративной структуры, позволяющей максимизировать прибыль, остающуюся в ее распоряжении, разработана экономико-математическая модель и программный продукт, в которой налоги рассмотрены в явном виде. В качестве основного регулятора объема прибыли, выступающей в модели в качестве инструментальной переменной, используется цена на производимую фирмой продукцию, что позволяет учитывать фактор спроса.

Для решения задачи в первую очередь необходимо определить структуру рассматриваемого формирования, количество организаций, входящих в него, их подчиненность и взаимосвязи. Следует также оценить долю продукции каждого предприятия, идущей на внутрискруктурное потребление, путем установления долей от объема продукции, поставляемой на рынок конкретным субъектом, а также цены на эти товары, в долях от рыночной цены соответствующего продукта. Введение таких зависимостей позволяет сделать политику внутреннего потребления более гибкой к изменению рыночной ситуации.

Объем выпускаемой продукции (в натуральном выражении), объемы материальных затрат (промежуточное потребление) для производства продукции, численность занятых, объем производственных мощностей (в натуральном выражении), спрос на продукцию задаются в виде функций, которые вводятся для каждого предприятия,

входящего в состав структуры, и определяются методом экспертных оценок или на основе проведенных опытов.

Таким образом, целевая функция для оптимизации чистой прибыли примет вид:

$$\Pi = \sum_{i=1}^n \left[((1-a_i) * ((1-s_i) * ((1-v_i) * (\sum_{j=1}^{m_i} p_{ij} * x_{ij} + \sum_{j=1}^{m_i} p_{ij} * x_{ij} * d_{ij} - \sum_{j=1}^{m_i} c_{ij} * y_{ij})) - (1+g_i) * \sum_{j=1}^{m_i} w_{ij} * L_{ij} - \pi * \sum_{j=1}^{m_i} b_{ij} * M_{ij})) * (1-m_i) - e_i * \sum_{j=1}^{m_i} A_{ij} \right] \rightarrow \max,$$

где n - количество предприятий в структуре;

m_i - количество видов продукции, выпускаемых i -м предприятием;

x_{ij} - объем выпускаемой продукции (в натуральном выражении);

y_{ij} - объем материальных затрат в натуральном выражении (сырье и материалы);

L_{ij} - численность занятых; на производство j -го продукта на i -м предприятии;

M_{ij} - объем производственных мощностей (в натуральном выражении);

A_{ij} - база экологического налога (сверх норматива);

π - норма амортизации основных фондов;

p_{ij} - цена производимой продукции;

c_{ij} - цена промежуточного продукта (сырья и материалов);

w_{ij} - средняя заработная плата одного работника;

b_{ij} - средняя цена производственных мощностей;

a_i - ставка налога на прибыль;

v_i - ставка НДС;

g_i - ставка начислений на заработную плату;

s_i - ставка косвенных налогов (кроме НДС);

m_i - ставка местных налогов и сборов;

e_i - ставка экологического налога сверх норматива;

d_{ij} - устанавливаемая доля от цены j -го товара i -го предприятия для определения цены продукции, идущей на внутрискруктурное потребление;

dx_{ij} - устанавливаемая доля от цены j -го товара i -го предприятия для определения объема продукции, идущей на внутрискруктурное потребление.

Помимо этого в модели учитываются верхняя и нижняя границы цены. Нижний предел устанавливается исходя из издержек предприятия или в соответствии с действующим законодательством, верхний - на уровне цены рыночного равновесия либо на основе нормативной документации.

Таким образом, применение разработанного программного продукта позволит оптимизировать цены и налогооблагаемые базы.