

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРИФИРМЕННЫХ РАСЧЕТОВ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Статья посвящена внутрифирменным расчетам, применяемым в интегрированных корпоративных структурах для расчетов между филиалами, дочерними, зависимыми обществами, а также в фирмах при расчетах между структурными подразделениями. Представлена авторская трактовка внутрипроизводственной цены как квазицены. Обоснован новый подход к формированию внутрипроизводственных цен, основанный на теории трудовой стоимости и методе накопления трудовых затрат, и предложен алгоритм формирования внутрипроизводственных цен.

В настоящее время в деятельности многих хозяйствующих субъектов используются внутрифирменные расчеты.

Внутрифирменные расчеты – это экономические отношения, обусловленные внутренней средой хозяйствующего субъекта под воздействием рынка [1].

Данные расчеты можно подразделить на следующие виды:

а) расчеты между фирмой, дочерними и зависимыми обществами;

б) расчеты между фирмой, ее филиалами, представительствами и обособленными рабочими местами, расположенными на отдельных территориях вне основного местоположения фирмы;

в) расчеты между структурными подразделениями фирмы.

Каждый из видов внутрифирменных расчетов имеет свои особенности, принципы, механизм реализации и нормативную базу.

Первый вид расчетов между фирмой, дочерними и зависимыми обществами можно квалифицировать как расчеты группы взаимодействующих предприятий. Под группой взаимодействующих предприятий понимается группа, в состав которой входит несколько юридических лиц. Сама группа не имеет статуса юридического лица. Отличительной характеристикой группы предприятий является их внутренняя экономическая зависимость от основной фирмы. Зависимость устанавливается путем участия в уставном капитале дочерних предприятий, либо инвестиций в другие предприятия, либо заключения договоров с целью влияния на принятие стратегических управленческих решений [2].

Второй вид расчетов – это расчеты по выделенному имуществу, взаимному отпуску материальных ценностей, продаже продукции (работ, услуг), передаче расходов по общеуправленческой деятельности, оплате труда и другим текущим операциям. Фирма составляет общий

баланс, включающий показатели всех структурных подразделений. Обособленные подразделения платят налоги по месту нахождения. К обособленным подразделениям по налоговому законодательству относятся любые территориально обособленные от фирмы подразделения, по месту нахождения которых оборудованы стационарные рабочие места (места, созданные на срок более одного месяца).

Третий вид расчетов между структурными подразделениями фирмы предназначен для стимулирования эффективной работы персонала. Они строятся на внутренних документах, разработанных и утвержденных руководством с учетом действующего законодательства.

Во внутрифирменных расчетах применяются трансфертные (внутрифирменные, внутрипроизводственные) цены.

Трансферт в переводе с английского (transfer) и французского (transfert) – передача, с латинского (transfere) – переносить, переводить.

В литературе встречаются следующие определения трансфертной цены (внутрифирменной цены, внутрипроизводственной цены).

В экономическом словаре под редакцией Азрилияна [3] трансфертная цена определяется как «вид цен, в том числе в международном товарообороте, используемых при обмене товарами в рамках международных и транснациональных корпораций и предприятий, в том числе между их подразделениями, расположенными в разных странах».

Трансфертные цены – это цены, применяемые внутри фирмы при реализации продукции между подразделениями предприятия, фирмы, а также разных фирм, но входящих в одну ассоциацию [4].

Цена трансфертная – внутрифирменная цена, применяемая в сделках, расчетах между отдельными подразделениями, филиалами корпораций [5].

Трансфертная цена – цена, применяемая при обмене товарами, в рамках транснацио-

нальных корпораций, совместных предприятий, между их подразделениями в разных странах; обычно не передается широкой огласке [6].

Цена трансфертная – разновидность оптовой цены предприятия, применяется при совершении коммерческих операций между подразделениями одной и той же фирмы или предприятия [7].

Таким образом, как видно из приведенных определений, трансфертные цены могут использоваться во всех трех видах внутрифирменных расчетов. С одной стороны, для расчетов между фирмой, дочерними, зависимыми обществами, филиалами, представительствами и обособленными рабочими местами; а с другой – внутри предприятия для расчетов между структурными подразделениями.

Причем в первом случае использование трансфертных цен, как правило, считается негативным для государства, так как в этом случае трансфертные цены используются для уменьшения налога на прибыль, оборотных налогов, избежания мер валютного контроля, а также с целью вывода значительных средств за рубеж через дочерние оффшорные компании. Поэтому правительства разных стран используют различные законы для регулирования трансфертных цен.

Во втором случае, когда внутрифирменные цены используются внутри предприятия для расчетов между структурными подразделениями, применение их ведет к повышению эффективности деятельности. Поскольку в этом случае внутрифирменное ценообразование представляет собой основу для измерения, оценки, контроля и стимулирования деятельности подразделений предприятия, дает возможность предприятию определить и избавиться от убыточных участков. Прибыль, которая рассчитывается на основе таких цен, является показателем эффективности управления внутрифирменным подразделением. Отношения купли-продажи проникают во внутрифирменные связи, и внутрипроизводственные цены являются механизмом их осуществления.

Поскольку цена может устанавливаться только на готовую продукцию, полуфабрикаты, реализуемые на сторону, для расчетов внутри предприятия между его структурными подразделениями, когда осуществляется обмен фактически заделами или незавершенным производством, целесообразно ввести условное понятие, так называемой «квазицены», т. е. «близко», «как будто» цены.

Соответственно подразделения обмениваются между собой не товарами и услугами, а объемами работ – квазитоварами, квазиуслугами.

Квазицена – условная цена, по которой подразделения обмениваются между собой квазитоварами, квазиуслугами.

Единого подхода к выбору оптимального метода формирования внутрифирменной цены отечественная наука и практика еще не разработала.

Выбор того или иного метода определяется рядом факторов:

- характером решаемых в результате внутрифирменного ценообразования задач;
- степенью децентрализации организационной структуры предприятия;
- состоянием рынка продуктов и услуг, на которые устанавливаются внутрифирменные цены.

Независимо от выбранного метода при расчете внутрифирменной цены должны соблюдаться следующие принципы:

- внутрифирменная цена должна отражать цели фирмы и способствовать согласованию целей подразделений с целями предприятия;
- внутрифирменная цена должна поддерживать автономность подразделений;
- цена должна быть справедливой для всех сторон;
- внутрифирменная цена должна быть побудительным мотивом к контролю затрат.

Исследователи выделяют три основных метода установления внутрифирменных (внутрипроизводственных) цен:

- на основе рыночных цен (market-based);
- на основе переговоров между подразделениями (negotiated prices);
- на основе затрат (cost-based).

1. Метод расчета внутрифирменной цены на основе рыночных цен.

Рыночная цена определяется как соответствующая внешняя цена (с внешней ценой можно сравнивать только в случае, если условия платежей, качество, условия доставки в точности совпадают) минус внутренняя экономия по затратам за счет использования внутрифирменных каналов (в том числе по затратам на рекламу, расходам по регистрации покупателей, безнадежным долгам, затратам по обслуживанию продаж в кредит и др.).

Рыночная цена на услуги основывается на действующей ставке за работу (например, за настройку оборудования) и/или на ставке по-

часовой оплаты (например, стоимость часа работы наладчика). Рыночные расценки становятся известными из каталогов с ценами, внешних контрактов, опубликованных данных о рыночных операциях.

Недостатком данного метода является то, что для применения рыночных внутрифирменных цен необходимо наличие:

- хорошо развитого рынка полуфабрикатов и комплектующих, аналогичных продукции подразделений;
- устойчивых равновесных цен;
- достаточно высокой степени децентрализации управления, когда подразделение вправе выбирать: покупать и продавать как «у себя», так и на стороне.

Кроме того, очень сложно прогнозировать изменение рыночных цен.

2. Метод расчета внутрифирменной цены на основе переговоров (договорные цены).

Этот метод может дать положительные результаты, если менеджеры предприятия компетентны в данном вопросе и умеют пользоваться финансовой информацией. При возникновении разногласий потребуются вмешательство высшего руководства. При применении договорных цен существуют мотивационные преимущества, ведь менеджеры получают свободу выбора, независимость.

Метод договорных цен имеет также следующие недостатки:

- может привести к возникновению конфликтных ситуаций,
- зависит от умения менеджеров вести переговоры, от их профессионализма,
- требует больших затрат времени при обсуждении большого количества задач.

3. Метод расчета внутрифирменной цены на основе затрат.

Здесь выделяют следующие методы.

а) Метод расчета на основе полных затрат – используется, когда не существует рынка полуфабрикатов, аналогичных производимым подразделениями. Внутрифирменная цена определяется на базе полных издержек плюс определенный норматив прибыли. Данный метод является достаточно простым. К недостаткам метода можно отнести следующее:

- метод не дает надежной основы для оценки деятельности подразделений, поскольку определение норматива прибыли носит субъективный характер, т. е. обычно определяется вышестоящим руководством как показатель

отношения плановой прибыли к общим продажам;

– при расширении объема производства метод является плохим ориентиром, так как включает во внутрифирменную цену и постоянные издержки, не меняющиеся с изменением объема производства.

б) Метод расчета внутрифирменной цены на основе переменных затрат – внутрифирменная цена определяется как сумма удельных переменных затрат продукта и удельного маржинального дохода, равного сумме удельных постоянных затрат и удельной плановой прибыли. Однако и при использовании этого метода возникает, как и при методе расчета на основе полных затрат, проблема оценки эффективности деятельности подразделений. Наценка в рамках внутрифирменной цены должна учитывать в большей степени характеристики конкретного подразделения, чем маржинальный доход предприятия в целом. Норма рентабельности устанавливается в рамках генерального бюджета предприятия и усредняется по частным бюджетам подразделений, хотя должна быть как можно более реалистичной и обоснованной для каждого подразделения.

Таким образом, существуют различные методы внутрифирменного ценообразования, но единого мнения относительно оптимального метода установления внутрипроизводственной цены (квазицены) нет. Каждый метод, несмотря на преимущества, имеет значительные недостатки.

Главным недостатком метода расчета квазицены на основе рыночных цен является то, что метод не позволяет выстроить стройную систему расчета. Ориентируясь на выходные рыночные цены, необходимо брать в расчет входные цены, цены постоянно меняются, а это значит, что систему расчета необходимо постоянно перестраивать, корректировать; обменные пропорции внутри производства будут постоянно меняться. Этот метод применим в основном для расчета цен в интегрированных структурах (ТНК, холдингах и др.).

Метод расчета цен на основе договоров пытались внедрить в период хозяйственного расчета, арендного подряда. Как показывает опыт, договориться между собой очень сложно. Метод заранее несет в себе конфликтную ситуацию для разных подразделений, так как нет той основы, которая позволила бы установить пропорции обмена.

При использовании метода установления квазицены на основе затрат проблема заключается в том, что издержки считаются в целом по предприятию, конкретно на готовую продукцию (либо планируются, либо постфактум считаются). Четко разделить и закрепить какие-то производственные издержки за конкретным участком, цехом практически невозможно.

В настоящее время, учитывая недостатки существующих методов, остро назрела необходимость разработки количественного подхода к определению внутрифирменной цены. Необходимо выработать стройную, четкую систему расчета внутрифирменных цен, чтобы обменные пропорции были внутренне присущи данному производству, данному конкретному квазитовару, который закреплен за определенным структурным подразделением.

Исходя из определения «квазицены», при ее расчете необходимо ориентироваться на накопление выполненных объемов работ.

Вопрос заключается в том, в каких единицах измерять эти объемы работ. Изучение современной литературы и опыта практической деятельности оренбургских предприятий не дает конкретного ответа на этот вопрос, поскольку учет хода производства измеряется в натуральных показателях (заготовках, в заделах), в стоимостной форме или в трудоемкости. Но учет накопленных объемов в натуральных или стоимостных показателях и расчет на этой основе квазицены несет серьезные недостатки, а именно:

- структурное многообразие и разнотипность продукции,
- разнообразие выполняемых операций,
- различные длительности производственных циклов.

Поэтому в ходе исследования нами было высказано предположение, которое в дальнейшем получило экспериментальное подтверждение, что наиболее реальные результаты при расчетах дают показатели объемов выполненных работ, выраженные в трудовых измерителях.

Так, например, это могут быть затраты времени на выполнение отдельных элементов работы (операций). А это есть не что иное, как определение стоимости товара согласно теории трудовой стоимости К. Маркса, которая гласит: стоимость товара есть общественно необходимые затраты труда (времени). Эти затраты труда и определяют пропорции обмена. И поскольку труд проявляется в затратах рабочего времени,

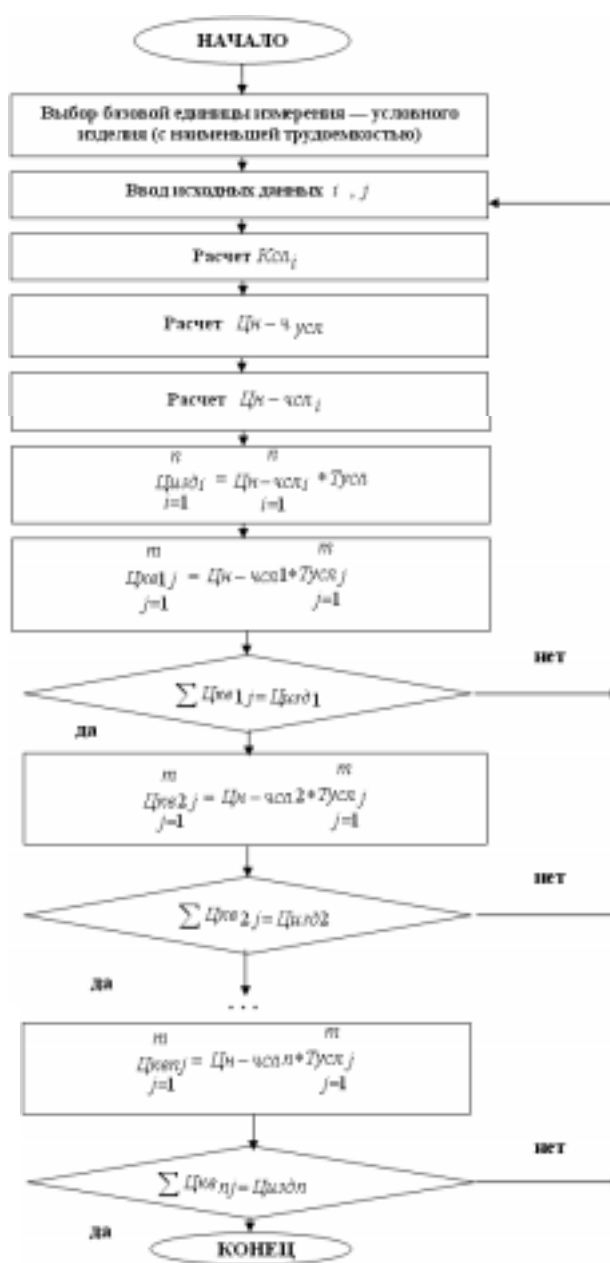


Рисунок 1. Алгоритм расчета квазицены

а рабочее время есть совокупность норм и нормативов, суммируемых в трудоемкости, мы берем за основу объемы производства, выполненные и измеренные в трудоемкости.

Внутри предприятия при обмене подразделениями объемами работ действует стоимость, так как она заложена в теории трудовой стоимости, а потребительная стоимость определяется не конечной потребностью товара, а плановым заданием. Поскольку если, например, подразделение выполнит объем работ больший, чем заложено в плане, то потребительная стоимость произведенных им квазитоваров (квазиуслуг) падает, т. к. они не будут востребова-

Таблица 1. Методика расчета квазицены

Наименование изделий (i) i = {1, n}	Подразделения (j), j = {1, m}				Цена изделий, (Цизд _i)
	1	2	m	
1	$Ц_{кв11} = Ц_n - ч_{сл1} * Т_{усл1}$	$Ц_{кв12} = Ц_n - ч_{сл1} * Т_{усл2}$	$Ц_{кв1m} = Ц_n - ч_{сл1} * Т_{услm}$	$Цизд_1 = \sum Ц_{кв1j}$
2	$Ц_{кв21} = Ц_n - ч_{сл2} * Т_{усл1}$	$Ц_{кв22} = Ц_n - ч_{сл2} * Т_{усл2}$	$Ц_{кв2m} = Ц_n - ч_{сл2} * Т_{услm}$	$Цизд_2 = \sum Ц_{кв2j}$
	$Т_{усл1}$	$Т_{усл2}$		$Т_{услm}$	$Т_{усл}$
.....
.....
n	$Ц_{квн1} = Ц_n - ч_{слn} * Т_{усл1}$	$Ц_{квн2} = Ц_n - ч_{слn} * Т_{усл2}$		$Ц_{квnm} = Ц_n - ч_{слn} * Т_{услm}$	$Цизд_n = \sum Ц_{квnj}$

ны другими подразделениями (по крайней мере, в срок).

Поэтому метод расчета цен на основе трудозатрат позволяет не только установить меновые пропорции в соответствии с выполненными объемами работ, но также определить, есть ли у продукции подразделения потребительная стоимость.

Система расчета цен на основе трудозатрат, норм времени на выполнение операции, явля-

ется стабильной, четкой, так как основана на нормативах, действующих на период от 3 до 5 лет. В отличие от системы расчета, основанной на рыночных ценах, которые могут меняться еженедельно.

В ходе проведенного исследования был разработан алгоритм расчета квазицены, представленный на рисунке 1.

Методика расчета приведена в таблице 1 (условное изделие №2).

Список использованной литературы:

1. Экономика предприятия (фирмы): Учебник / Под ред. О.И. Волкова. – М.: ИНФРА-М, 2002. С. 380.
2. Экономика предприятия (фирмы): Учебник / Под ред. О.И. Волкова. – М.: ИНФРА-М, 2002. С. 381.
3. Большой экономический словарь / Под общ. ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Фонд «Правовая культура», 1994., С. 466.
4. Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под общ. ред. В.Е. Есипова. – СПб.: Питер, 2000., С. 214.
5. Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. – М.: ЭКМОС, 1997., С. 218.
6. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1999., С. 352.
7. Финансово-кредитный энциклопедический словарь. / Под общ. ред. А.Г. Грязновой. – М.: Финансы и статистика, 2002., С. 1073.