

Леперт Д.В.

магістр,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЛИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

Каждый раз больший интерес у ученых и практиков вызывает контроллинг как средство эффективного управления сложными хозяйственными системами, который базируется на интегрированном подходе к созданию методической и инструментальной базы для поддержки основных функций менеджмента – планирования, учета, контроля, анализа, координации.

Одной из главных задач контроллинга является управления прибылью предприятия. Поэтому можно сказать, что важнейшими объектами контроллинга есть расходы и центры ответственности, в которых информация аккумулируется и анализируется. Важным условием для обеспечения прозрачности в формировании финансового результата деятельности предприятия и объективного оценивания вкладов центров ответственности в общий финансовый результат является использование трансфертного ценообразования.

Представителями сложных хозяйственных систем являются предприятия (объединения) ресторанного хозяйства, в которых синтезированы производственные и торговые функции, а также функция предоставления услуг по организации потребления пищи. Предпосылкой для внедрения трансфертного ценообразования в ресторанном хозяйстве является экономико-организационные процессы, которые происходят в этой области, в частности, специализация и комбинирование производства.

Наиболее распространенной в ресторанном хозяйстве является технологическая специализация, которая представляет собой разделение в пространстве таких стадий производства кулинарной продукции, как первичная обработка сырья, производство полуфабрикатов и приготовления блюд, комплектация наборов продукции и реализация.

На каждой из этих операций специализируются определенные предприятия или их структурные подразделения. При технологической специализации в ресторанном хозяйстве создаются предприятия двух типов: заготовительных, которые заняты первичной обработкой сырья и изготовлением полуфабрикатов и доготовочных, на которых производится готовая еда. К предприятиям первого типа относятся фабрики-заготовительные, фабрики-кухни, специализированные цеха по изготовлению мясной, рыбной, овощной продукции, кондитерских изделий и другие; к предприятиям второго типа относятся рестораны, столовые, кафе, бары и прочие [2].

В ресторанном хозяйстве наиболее распространенным является комбинирование на основе последовательности стадий обработки сырья. Такое комбинирование предусматривает объединение в одном предприятии стадий производства кулинарной продукции, а именно, переработки сырья, производства полуфабрикатов и выпуска готовой продукции. Примером таких предприятий являются комбинаты общественного питания.

В ресторанном хозяйстве финансовый результат от реализации продукции собственного производства зависит от торговой наценки, которая устанавливается к стоимости приобретения продовольственного сырья, и вместе со стоимостью приобретения составляет цену реализации продукции. Аналогичным образом устанавливается цена на закупочные товары. Торговая наценка должна покрывать расходы на производство и реализацию продукции и обеспечивать прибыль.

Для того, чтобы определить часть прибыли (убытка) каждого центра, необходима внутренняя дифференциация торговой наценки по центрам формирования межцентровых (трансфертных) цен.

В мировой практике чаще всего используют трансфертные цены, базирующиеся на рыночных ценах, договорных ценах, расходах. Среди базовых моделей для ресторанного хозяйства близка модель «полные затраты плюс», которую можно интерпретировать как «издержки плюс наценка».

Трансфертная цена будет формироваться в центрах затрат. При рассмотрении трансфертной цены как рекурсивной функции, зависящей от трансфертной цены приобретения и добавленной внутренней наценки, данная модель будет трансформироваться в модель «трансфертная цена плюс наценка» [5].

Передавая (отпуская) продуктовые элементы, полуфабрикаты, готовую продукцию, товары из одного центра в другой, передающий центр должен при установлении наценки учитывать ограничения на трансфертную цену, которое будет задаваться центром-получателем. В цепочке этапов производственно-торгового процесса окончательное ограничение будет установлено центром дохода. Он будет формировать окончательную торговую наценку по каждой реализационной наценке, а, следовательно, и цену для покупателя.

Формирование цены реализации обеспечивается постепенным трансфертным ценообразованием. Ограничения на внутренние наценки, как и на трансфертные цены, будут определяться исходя из плановой (или скорректированной плановой) цены реализации и плановых затрат. Важным будет плановое суммарное значение ограничения, стимулирующее к снижению затрат и большей прибыли.

Входящая (трансфертная) цена центра, который связан с центром-получателем, по каждой реализационной позиции состоит из входящей цены, которая является начальной ценой и центра-передатчика (поставщика), и внутренней торговой наценки. Для центра, который осуществляет заготовку внешне, за пределами системы предприятий ресторанного хозяйства входящей будет цена приобретения. Последней начальной ценой системы будет выступать цена реализации (то есть цена центра дохода) [3].

Реализованной внутренней наценкой центра будет выступать наценка, которая обеспечила принятые цены при экономически обоснованных затратах и заработанной прибыли, как части общей прибыли или вклада в нее.

Само формирование наценки рассматривается как непрерывный процесс многовариантного оценивания возможных изменений показателей с учетом изменений в цене реализации, что отражается в изменении прибыли, и выбора наиболее целесообразного варианта с приоритетом роста ожидаемой прибыли сверх его плановое значение.

Параметризация внутренней наценки будет интерпретироваться в учете как аналитическая структуризация субсчета 285 «Торговая наценка». Аналитические счета внутренней наценки информационно будут связаны с затратами и финансовыми результатами соответствующих центров. Поэтому параллельную структуризацию можно провести для счетов расходов и финансовых результатов. Во внутренних расчетах трансфертная цена будет выступать как условный доход.

Расчеты физических объемов переданных продуктовых элементов, которые будут зачисляться в реализованные, будут осуществляться исходя из норм их использования для изготовления реализованной продукции в соответствии с рецептурой, объемов реализованной продукции с учетом применяемого в центре-получателе метода учета запасов. Такие расчеты необходимо провести по всем взаимосвязанным в цепочке трансфертных передач центрах, вплоть до выхода на готовую продукцию. При этом начальным физическим объемом реализации, который будет использоваться для инициации расчетов, будет объем, заданный последним в цепочке центром реализации готовой продукции. Общая прибыль по всем реализационным позициям должна совпадать с суммой доходов центров [4].

Некоторые центры могут иметь ущерб, как отрицательное значение финансового результата, но его наличие должно быть не случайным, а аналитически обоснованным и разрешенным центром прибыли. Объяснением такой ситуации, в частности, может быть тот факт, что убыточным центром покрывается значительная часть совокупных постоянных затрат и он выступает системно целесообразным.

В общем установления трансфертной цены должно базироваться на сочетании аналитической самооценки центров затрат и дохода касательно возможностей роста прибыли, при активном взаимодействии центров затрат и дохода касательно возможностей роста прибыли, при активном взаимодействии центров между собой, с координацией решений этих центров с центром или прибыли для достижения системных целей.

Таким образом, реализация подхода к организации трансфертного ценообразования на предприятиях ресторанного хозяйства, изложенного в данной статье, обеспечит прозрачность участия центров ответственности в формировании общего финансового результата, будет способствовать оценке эффективности деятельности структурных подразделений и тем самым служить действенным инструментом контроллинга. Результаты проведенного исследования будут способствовать дальнейшей разработке практических

рекомендацій по введенью контролінга на підприємствах ресторанного господарства.

Список использованных источников:

1. Голов С.Ф. Управлінський облік: підручник. / С.Ф. Голов. – К.: Лібра, 2003. - 704 с.
2. Контролінг как инструмент управления предприятием / [под ред. Н.Г. Данилочкиной]. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 279 с.
3. Управленческий учёт / [под ред. В. Паляя и Р. Вандер Вила]. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 480 с.
4. Управленческий учёт: учебное пособие / [под редакцией А. Д. Шеремета]. – М.: ФБК-ПРЕСС, 1999. - 512 с.
5. Drury C. Management and Cost Accounting. – 3-dEd. – Chapman and Hall, 2000.
6. Horngren C.T., Foster G., Datar S. M. Cost Accounting: A Managerial Emphasi. – Tenth Edition, Prentice Hall, 2000.

Поліщук І.Р.

*кандидат економічних наук, доцент,
Житомирський державний технологічний університет*

**РОЗВИТОК МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ
ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Більшість основних засобів і застосовуваних технологій на вітчизняних підприємствах є фізично зношеними та морально застарілими, що свідчить про необхідність збільшення капітальних вкладень у виробництво. Для розширеного відтворення основних засобів та підвищення технічного рівня виробництва підприємству потрібно бути інвестиційно привабливим.

Відсутність системного підходу до оцінки інвестиційної привабливості підприємств не дозволяє інвесторам обрати об'єкт інвестування з потрібним рівнем виробничої потужності, конкурентоспроможності, рентабельності та якості продукції.

Інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність кількісних і якісних характеристик його господарської діяльності, що дають змогу встановити тенденції розвитку та доцільність інвестування грошових коштів.

Оцінка інвестиційної привабливості може здійснюватися як інвестором, так і власниками (акціонерами) підприємства. При цьому власник зацікавлений у виявленні сильних і слабких сторін фінансового стану, а інвестору необхідна інформація про тенденції розвитку підприємства, конкурентоспроможність на ринку та рентабельність, а також потенціал ймовірного об'єкта інвестування. За результатами оцінки інвестиційної привабливості можуть бути прийняті управлінські рішення, зокрема, інвестор розробляє варіанти вкладення інвестицій з метою отримання максимальної майбутньої економічної вигоди. А управлінський персонал підприємства розробляє ряд заходів щодо покращання інвестиційної привабливості, поліпшення основних показників фінансового стану.