

注意，外部市场这个价格很重要。

因为对A部门来说，这就是卖给B部门的机会成本。我们之前讲过，决策时需要考虑机会成本。

如果你是A部门负责人，你愿意接受多少钱的转移定价呢？

你肯定会说，至少要100元，才肯接受。

这个答案很对。

现在咱们来看一下内部交易对B部门的影响。假设B部门卖给C部门的价格是250元，减去其他成本120元，那么B部门能支付给A部门的价格必须小于130元，这样才能保证有利润。

假设A部门要120元，B部门会接受吗？

别忘了，B部门也有选择权，假设外部供货商的价格是110元，那么B部门肯定不会从A部门买了。

所以从公司的立场来说，如果A部门能接受的最低转移价格能同时低于B部门的成本价格，和外部市场价格，也就是说，价格在100-110块之间，内部交易就能实现。

你可能会说，有外部市场价格作为对标，对内部转移定价很有帮助，但不是每个产品或者服务都有外部市场价格啊。

你说得很对，现在我再教你另外一个方法，叫成本加价。

就是在生产成本上加一点利润，转移给其外部门的价格。具体加多少，就看两个部门的议价能力了。

你看，转移定价这种财务创新，可以让每个部门、甚至每个人都变成利润中心。

当每个部门、每个人都成为一张利润表的时候，企业整体的利润就是最大的。

——◆ 课堂小结 ◆——

管理高手是这样运用财务知识来管理企业的：

第一，无论部门的属性、是否直接面向市场，每个部门都是利润中心。

第二，当人人想的是利润最大化的时候，企业的整体利润就是最大化的。


第三，建立企业内部交易市场，通过转移定价的方法，可以让所有部门都成为利润中心。

——◆ 课后思考 ◆——

请你从财务角度想一想，如果每个人都变成利润中心，那么，去中心化这种管理方式会都遇到什么问题和挑战呢？

欢迎你给我留言，我们下节课再见。

贾宁·财务思维课
从此成为一个懂财务的人
版权归得到App所有，未经许可不得转载



留言精选

 写留言

点击加载更多留言