

直销企业的人力资源会计计量

西南财经大学 陈佳 陈兴平

一、直销企业人力资源状况

大部分的直销企业将职业教育放在企业经营的首要位置,认为高投入的教育不仅能产出高素质的人才,还能得到高额的经济回报。2005年9月1日颁布的《直销管理条例》(以下简称《条例》)也对直销员的素质进行了严格规定:直销企业应当对拟招募的直销员进行业务培训和考试,考试合格后由直销企业颁发直销员证。未取得直销员证,任何人都不得从事直销活动。

因此,随着直销的法制化,今后在我国销售市场上,不但参加直销的人员会大幅增加,而且直销员的职业素质也会有很大的提高。

二、直销企业人力资源会计计量

直销员具有以下特点:①具有使直销企业盈利水平提高的能力;②直销员的绩效能用货币计量;③直销员聘用期间的劳动力资源的使用权归属于直销企业。鉴于此,本文将直销员这种人力资源界定为直销企业的一项无形资产。

《条例》规定:直销企业从事直销活动,必须在拟从事直销活动的省、自治区、直辖市设立负责该行政区域内直销业务的分支机构(以下简称“分支机构”)。因此,直销企业可采用人力资源计量方法中的群体价值法,本文主要介绍经济价值法。

1.与聘用直销员有关的投资的计量。《条例》规定:直销企业聘用销售人员进行直销之前必须对其进行业务培训和考试,并且不得收取任何费用。培训能使直销员所掌握的直销知识丰富、直销技能提高,但是这种知识和技能具有一定的时效性,随着时间的流逝,其价值逐渐减小,并且随着聘用合同的终止,直销员离开企业,也就不再为企业带来增加值。对于新录用的直销员,企业或分支机构可以采用机会成本法或内部竞价法对其进行个别计量。直销企业也要增加投资以吸引优秀的直销员。此外,直销企业还要投入一定的资金对直销员进行考核,以确定直销员业绩的发展态势,安排未来一段时间内的培训和聘用计划。

这三种投入的会计确认和计量为:借:无形资产——人力资源A(或A+B);贷:银行存款A(长期应付款——吸收人力资源投资应付款B)。A为培训费用、吸引优秀直销员的投资和考核费用三者之和。B为在企业供职*i*年、平均工资为*W*的直销员价值的贴现值,具体计算公式为: $B = \sum W / (1+r)^i$ 。其中,*i*为聘用合同中约定的工作期限,*r*为考虑通货膨胀之后的贴现率。基于《条例》没有规定直销企业每月需支付给直销员的固定报酬,所以只以佣金、奖金等非固定报酬形式支

付给直销员报酬的企业可以不计算B。A的时效性使其价值在受益期内逐渐减少,故应予以适当摊销(受益期一般指合同中的工作期限)。

2.直销员对企业获利贡献的计量。人力资源的价值也可以在工作过程中得到体现。如果人力资源的主体被动或主动实现了“干中学”,那么人力资源的价值就会像物质资本一样,在特定的时点上可能出现上升的趋势:直销员因特殊的工作形式提高了其演讲能力;分支机构的管理者必须提高其自身能力,全面、细致地安排工作,管理自己的队伍,履行其管理职责;直销员与顾客洽谈时要揣摩顾客的心理,寻找顾客的需求点;直销员建立区域网络,实施走动式管理,业绩上升,金钱、荣誉随之而来。这些都是直销员随着工作经历的增加其个人价值得到提升的体现,直至成为某直销商所说的“演讲家、企业家、心理学家和社会活动家”。这种情况下的会计处理为:借:无形资产——人力资源C;贷:主营业务收入C。C为运用布鲁梅特、弗兰霍尔茨、帕利于1968年提出的经济价值法计算出的分支机构或直销员群体的人力资源价值。该计量公式为:

$$V_n = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+r)^t} \times H$$

其中, V_n 为以未来盈余现值表示的直销员群体人力资本价值;*r*为折现率, R_t 为第*t*期的企业未来净收益,*H*为人力资源投资占总资产投资的比例,*n*为直销员与直销企业签订合同中的工作期限。

考虑到C的产生是因直销员工作经验增加从而使得直销知识丰富和直销技能提高,所以直销员对直销企业获利所做出的贡献C应该体现在相对于聘用直销员之前的获利数额的增加值上,用*h*代替*H*,并将*h*定义为直销员报酬的增加额占销售增加额的比重。同时,增加值的产生不完全是因为直销员直销知识的丰富和直销技能的提高,还因为宏观经济状况的好转和人们消费观念的变化,因此将*h*乘以一个调整系数α,得到新公式为:

$$C_n = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+r)^t} \times \alpha h$$

那么,A的摊销余额与C(或C+B)的和就是直销企业相应年份的人力资源的价值。这个计量方法只是理论上的探讨,在实践中,要密切审视宏观经济中的相应指标,借助于直销企业的反馈部门收集顾客满意度和市场占有率等数据以确定α的值。□