

Максим СТЕЦЮК,

аспірант,

Микола МИКИТАШ,

аспірант,

Західноукраїнський національний університет

Олександр КАЛЮЖИНСЬКИЙ,

студент

Західноукраїнський національний університет

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ РОЗРАХУНКІВ ЗА ДИВІДЕНДАМИ

Загальні параметри ідентифікації, розрахунку, обліку і регламентації виплати дивідендів у аграрних підприємствах визначає дивідендна політика підприємства. Як типова дефініція, дивідендна політика – це спектр принципів і способів формування частини прибутку, що виплачується власникам відповідно до їх внесків у загальний фонд капіталу компанії.

Економічний зміст дивідендної політики полягає в оптимізації співвідношення між прибутком, що виплачується власнику у вигляді дивідендів, і реінвестованим прибутком, щоб максимізувати дохід власника. Обрана дивідендна політика впливає на розмір залучених коштів, структуру капіталу, ціну залучення фінансових ресурсів, ринкову процентну ставку власного капіталу компанії, ліквідність тощо.

З фінансово-економічної точки зору «дивіденди – форма індивідуального привласнення доходу, яка характеризується двостороннім взаємозв'язком відносин власності і розподілу, тобто регламентація процесу нарахування й виплати дивідендів створює економічний важіль паралельного впливу як на відносини власності, так і на відносини розподілу» [2, с. 222].

Світова теорія і практика застосування дивідендних виплат передбачає існування багатьох типових варіантів і надзвичайно великої кількості специфічних моделей. Сучасна наука оперує п'ятьма базовими теоріями дивідендної політики: 1) теорія іррелевантності дивідендної політики (фундатори Ф. Модільяні, М. Міллер, Ф. Блек) – дивідендна політика не впливає на ринкову вартість підприємства і добробут власників; 2) теорія пріоритетності дивідендів (фундатори Дж. Літнер, М. Гордон) – сплата дивідендів призводить до росту ринкової оцінки капіталу, перевага надається максимізації дивідендів; 3) теорія податкової диференціації (фундатори Р. Літценбергер, К. Рамасвами) – ефективність дивідендної політики визначається критерієм мінімізації податків за доходами власників; 4) сигнальна теорія дивідендів – оцінка поточної ринкової вартості акцій за наслідками виплати дивідендів визначає зростання реальної вартості компанії; 5) теорія клієнтури – дивідендна політика слідує очікуванням переважної більшості акціонерів.

На думку Бланка І. А. практичне застосування розглянутих теорій дозволило виробити три підходи до формування дивідендної політики – консервативний, поміркований і агресивний. Кожному з них відповідає певний тип дивідендної політики [1, с. 269].

Загородна О. М. і Спільник І. В. доводять, що «основною метою дивідендної політики підприємства є визначення напрямків розподілу прибутку та обґрунтування оптимальних пропорцій, у яких вони здійснюються. Вона зумовлена специфікою завдань, які ставляться перед кожним конкретним підприємством, відмінністю внутрішніх та зовнішніх умов його господарської діяльності. Так чи інакше дивідендна політика орієнтована на вирішення при цьому двох основних завдань: максимізацію сукупного багатства акціонерів та забезпечення достатнього фінансування розвитку діяльності підприємства. Однак, автори наголошують, що піклування про задоволення інтересів власників не повинно стримувати темпів розвитку бізнесу і супроводжуватись обмеженням його фінансових ресурсів. Якщо зростання дивідендних виплат можливе за рахунок зниження реінвестування прибутку, тоді інвестиційні потреби підприємства можуть бути задоволені через додаткове залучення власного капіталу шляхом додаткової емісії акцій або вдаючись до запозичень» [6, с. 84].

Формуванню дивідендної політики сприяє низка факторів, які необхідно вивчити та оцінити. Весь комплекс факторів можна розділити на дві основні категорії: зовнішні фактори, створені зовнішніми умовами підприємницької діяльності, і внутрішні фактори, зумовлені особливостями підприємницької діяльності. До зовнішніх факторів відносяться: законодавчі обмеження, система оподаткування; загальні

економічні умови країни; наявність альтернативних зовнішніх фінансових ресурсів; перспективи привабливих інвестиційних проектів; загроза втрати контролю керівництва підприємства; кон'юнктура ринку продукції підприємства.

Базовими внутрішніми факторами впливу на коефіцієнт розподілу прибутку та формування дивідендної політики, є: тип підприємства, контроль системи управління, склад і структура капіталу, рівень прибутку; рівень ризику; необхідність оновлення матеріальної бази; наявність фінансових ресурсів; стан бізнесу; рівень ліквідності тощо.

Вибір конкретного варіанту дивідендної політики та моделі організації розрахунків за дивідендами в основному визначається поєднанням кількох факторів: стадія життєвого циклу бізнесу (наприклад для стартапу доцільно накопичувати прибуток); прибуткові інвестиційні проєкти для бізнесу або ж їхня відсутність; наявність спектру джерел фінансування; стан врахування інтересів власників; вектори накопичення прибутку; спрямованість управлінської дохідності; рівень процентних ставок ринку капіталу; обсяг виплати дивідендів конкурентами; ділова активність і стратегічні пріоритети конкретного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Бланк И. А. Управление формированием капитала. К.: Ніка-Центр, 2000. 512 с.
2. Бруханський Р.Ф. Оптимізація процесу нарахування і виплати дивідендів у сільськогосподарських підприємствах України. Інноваційна економіка. 2010. Випуск 5 (19). С. 220-224.
3. Спільник І.В., Загородна О.М. Аналітичне підґрунтя формування дивідендної політики. Економічний аналіз. 2014. Том 15. № 2. С. 79-92.
4. Податковий кодекс України : Закон України від 23.12.2010 р. № 2856-VI. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/T10_2755?an=10631