

Олег Климик

аспірант кафедри фінансів ім. С. І. Юрія,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Науковий керівник: д.е.н., доцент Богдан Малиняк

УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Забезпечення ефективного розподілу прибутку підприємства торгівлі є одним із важливих напрямів управління фінансовими результатами, який на пряму пов'язаний із реалізацією цілей стратегічного розвитку підприємства, а також впливає на такі види фінансової політики суб'єкта господарювання, як дивідендна, інвестиційна, соціальної відповідальності та ін. Методичні підходи до розподілу прибутку торговельного підприємства покладені в основу методу його планування за показником цільової суми прибутку. Показники розподілу прибутку підприємства торгівлі також створюють передумови для контролю ефективності його використання за напрямками розвитку підприємства.

У сучасній науковій літературі з фінансового менеджменту представлені різні підходи до управління розподілом прибутку підприємства, які в окремих випадках, мають антагоністичний характер як у питанні вироблення пріоритетів такого розподілу, так і щодо його послідовності (алгоритму). Вагома частина науковців розглядають проблематику розподілу прибутку виключно в межах теорії дивідендної політики, що виправдано для зарубіжних економік, але недостатньо об'єктивно для вітчизняної, де переважна частина підприємств не мають акціонерної форми функціонування. Таке бачення розподілу прибутку також недостатньо кореспондує із вітчизняним законодавством і специфікою господарської діяльності підприємств торгівлі. Проте, управління прибутком відіграє винятково важливу роль у забезпеченні ефективності господарської діяльності підприємства, а тому розвиток його теоретичних засад має вагоме значення у фінансовому менеджменті.

Важливими невирішеними питаннями управління прибутком як напрямку корпоративного фінансового менеджменту є такі:

- вироблення методичних підходів до систематизації напрямів розподілу прибутку торговельного підприємства відповідно до їх пріоритетності;
- вдосконалення методики розподілу чистого прибутку у розрізі поточного і перспективного споживання, з урахуванням необхідності досягнення стійкого зростання показників діяльності підприємства у довгостроковому періоді;
- обґрунтування оптимального алгоритму управління прибутком для досягнення узгодженості коротко- і довгострокових інтересів підприємства й найефективнішого розподілу фінансового результату його діяльності.

Торкаючись питання вироблення пріоритетів у розподілі прибутку, перш за все необхідно чітко визначитись із тим, який саме прибуток є об'єктом цього розподілу. З цього приводу у наукових джерелах утвердились два підходи: за першим підходом об'єктом розподілу виступає чистий прибуток підприємства,

тобто фінансовий результат уже після вирахування податкових зобов'язань [3]; за іншим підходом, об'єктом розподілу на підприємстві виступає балансовий прибуток [1]. Такий підхід до визначення об'єкту розподілу в управлінні прибутком, на наш погляд, є більш раціональним з наступних причин:

– по-перше, якщо розглядати об'єктом розподілу лише чистий прибуток підприємства, це повністю виключає із цього процесу державу як економічного суб'єкта, який відіграє важливу роль у розподільчих відносинах. Більш того, це суперечить сучасним принципам економічної науки щодо побудови відносин між державою та іншими суб'єктами економіки;

– по-друге, податкові зобов'язання підприємства не є константою, оскільки їхній обсяг залежить не тільки від масштабів діяльності, але й від податкового менеджменту. Якщо розглядати об'єктом розподілу прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, то до механізму розподілу прибутку автоматично долучаються важелі цього напряму фінансового менеджменту, що забезпечує вищий рівень комплексності управління прибутком підприємства.

Іншим важливим питанням є розробка методичних підходів до розподілу чистого прибутку, адже у питанні пріоритетів такого розподілу серед науковців немає єдності поглядів. Найбільш поширеним баченням до формулювання напрямів розподілу чистого прибутку є його спрямування на цілі накопичення і споживання. Та частина чистого прибутку, яка надходить в процесі розподілу на накопичення капіталу, збільшує вартість майна підприємства, інша ж частина, яка споживається, формально, не має корисного ефекту. Її основу складають різні форми матеріального заохочення працівників, фінансування благодійних заходів, а також доходи власників. Проте, спрямування коштів на матеріальне заохочення веде до покращення іміджу підприємства як роботодавця, а втілення благодійних проєктів поліпшує його репутацію у суспільстві. Усе це має також економічний ефект, який виявляється у зростанні вартості гудвілу. Та частина прибутку, яка не спрямовується ні на споживання, ні на накопичення, формує нерозподілений прибуток минулих років та збільшує обсягах власних ресурсів підприємства.

На думку Н. Михайлової, оптимізація розподілу чистого прибутку у розрізі його споживаної і накопичувальної частин має принципове значення. На її думку, «система розподілу прибутку має забезпечити фінансовими ресурсами потреби розширеного відтворення підприємства через досягнення оптимального співвідношення між засобами, що направляються на споживання і накопичення» [4]. Прибуток формує фінансові ресурси, які необхідні підприємству для його розширеного відтворення, забезпечення стійкого розвитку та підвищення рівня конкурентоспроможності. Завдяки прибутку підприємство реалізує свої функції, спрямовуючи кошти на власний розвиток, реалізацію програм матеріального стимулювання, соціальні проєкти та інше.

Окремі науковці у виробленні пріоритетів розподілу чистого прибутку звертають увагу на суб'єктів, які залучені до цього процесу, а саме державу, власників, персонал та ін. Зокрема, О. Данилов визначає три напрями розподілу чистого прибутку: на користь держави; на користь самого підприємства; на користь власників [2]. Оригінальним є підхід до визначення напрямів розподілу чистого

прибутку В. Хачатрян. Вона пропонує покласти в його основу те, яким чином задовольняються економічні інтереси окремих суб'єктів господарської діяльності підприємства. Відповідно, вчена пропонує у складі чистого прибутку «виокремлювати такі частини: прибуток, який забезпечує інтереси партнерів підприємства з господарської діяльності (штрафні санкції, сплачені з чистого прибутку); прибуток, який забезпечує економічні інтереси власників (надходить на задоволення потреб власників у поточному та перспективному періоді); прибуток, який забезпечує інтереси працівників підприємства» [5].

Розглядаючи питання ранжування напрямів розподілу чистого прибутку підприємства відповідно до їхньої важливості, необхідно опиратись на правову базу та ймовірність генерування ризиків для підприємства. Відповідно, найбільш пріоритетним напрямом розподілу чистого прибутку є задоволення інтересів зовнішніх партнерів підприємства, оскільки їхнє ігнорування може призвести до формування негативного іміджу підприємства та економічних збитків. Надалі у розподілі чистого прибутку слід задовольняти інтереси внутрішніх суб'єктів, а саме найманих працівників, зобов'язання перед якими визначені у договорі трудового колективу та індивідуальних трудових контрактах. Тільки після цього власники підприємства можуть спрямувати чистий прибуток на задоволення власних економічних інтересів.

Подальша деталізація напрямів розподілу чистого прибутку підприємства має відбуватись у межах кожного із визначених блоків. Зокрема, у складі чистого прибутку, що надходить на задоволення інтересів працівників, доцільно виділяти такі складові: кошти, які спрямовуються на матеріальне стимулювання; кошти, які надходять на соціальний розвиток персоналу. Чистий прибуток, за рахунок якого задовольняються інтереси власників підприємства, можна деталізувати на такі напрями: кошти, які надходять на благодійні цілі (оскільки рішення про це зазвичай приймають власники підприємства); кошти, які задовольняють поточні потреби власників (споживана частина прибутку у формі дивідендів, виплат на пайовий внесок, процентів на вкладений капітал та ін.); кошти, які покликані забезпечити інтереси власників підприємства у майбутньому (капіталізована частина чистого прибутку). У свою чергу, капіталізований прибуток може також розподілятися за напрямками, а саме на формування резервного капіталу, а також на формування інвестиційної програми підприємства торгівлі. Завершальними напрямками в процесі розподілу прибутку торговельних підприємств можуть виступати конкретні об'єкти інвестиційної діяльності, форми матеріального стимулювання персоналу за рахунок прибутку, окремі напрями соціального розвитку трудового колективу тощо.

Список використаних джерел:

1. Бердар М. М. Фінанси підприємств: навч. посіб. К.: Центр учб. л-ри, 2010. 352 с.
2. Данилов О. Д., Паєнтко Т. В. Фінанси підприємств у запитаннях і відповідях: навч. посіб. К.: КНТ, 2009. 272 с.

3. Кудренко Н., Маслюченко Д. Формування і розподіл прибутку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 20. С. 982-985. URL: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/199.pdf>
4. Михайлова Н. Дискусійні підходи до розподілу прибутку підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2014. № 2 (64). С. 59-63. URL: <http://journal.puet.edu.ua/files/journals/1/articles/789/public/789-1854-1-PB.pdf>
5. Хачатрян В. Удосконалення розподілу прибутку торговельних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 3. Т. 3. С. 62-64. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_3_3/062-064.pdf