

УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті визначено методичні підходи до розподілу прибутку підприємства, що залишається у розпорядженні власників, між його поточним та наступним споживанням із врахуванням необхідності забезпечення умов стійкого росту торговельного підприємства у стратегічному періоді; систематизовано основні напрями розподілу прибутку торговельних підприємств за їх пріоритетністю; обґрунтовано послідовність окремих управлінських дій, спрямовану на забезпечення ефективності процесу управління розподілу прибутку торговельного підприємства.

In article methodical approaches to distribution enterprise which remains at the order of owners, between its current and following consumption are determined arrived in view of necessity of maintenance of conditions of proof growth of trade enterprise for the strategic period; the basic directions of distribution of the profit of trade enterprises for their priorities are systematized; it is proved the sequence of separate administrative actions directed on maintenance of efficiency of managerial process of distribution of the profit of trade enterprise.

Ключові слова: прибуток, торговельне підприємство.

Одним із напрямів управління прибутком торговельного підприємства є забезпечення ефективного його розподілу. Цей напрям менеджменту безпосередньо пов'язаний із реалізацією цілей стратегічного розвитку торговельного підприємства і розробкою таких видів його політики, як дивідендна, інвестиційна, формування фінансових ресурсів, соціальна та деяких інших. Методичні принципи розподілу прибутку торговельного підприємства використовуються в процесі застосування одного із прогресивних методів планування його формування на основі визначення цільової суми прибутку. Нарешті, результати розподілу прибутку торговельного підприємства за окремими напрямками становлять основу побудови системи контролю ефективного його використання в процесі розвитку підприємства.

Огляд сучасної літератури з питань управління розподілом прибутку підприємства [1, с. 221; 2, с. 80–81; 3, с. 108–110; 4, с. 112–113] показує, що методичні підходи до цього управління носять дуже протилежний характер як щодо визначення пріоритетних напрямів цього розподілу, так і щодо послідовності окремих управлінських дій. Переважна більшість економістів розглядають цю проблему лише в межах теорії дивідендної політики не пов'язуючи її з реаліями сучасної законодавчої бази та особливостей господарської діяльності торговельних підприємств. Зважаючи на високу роль процесу управління розподілом прибутку в забезпеченні ефективної господарської діяльності торговельних підприємств та суттєві недоліки у його побудові на сучасному етапі, вважаємо, що дослідження з питань вдосконалення цього процесу потребують суттєвого поглиблення.

В процесі дослідження цього напрямку вирішувалися наступні основні задачі:

1. Систематизувати основні напрями розподілу прибутку торговельних підприємств за їх пріоритетністю.
2. Поглибити методичні підходи до розподілу прибутку, що залишається у розпорядженні власників, між його поточним та наступним споживанням із врахуванням необхідності забезпечення умов стійкого росту торговельного підприємства у стратегічному періоді.
3. Обґрунтувати послідовність окремих управлінських дій, спрямовану на забезпечення ефективності процесу управління розподілу прибутку торговельного підприємства.

В процесі систематизації основних напрямів розподілу прибутку торговельних підприємств за їх пріоритетністю в першу чергу необхідно з'ясувати який вид прибутку є об'єктом цього розподілу. Одні економісти вважають, що об'єктом розподілу прибутку підприємства виступає його чистий прибуток. Як приклад такого підходу можна навести наступне визначення Каратуєва О.Г.: “Розподіл прибутку – складовий елемент процесу управління прибутком. На підприємстві розподіляється лише чистий прибуток (валовий прибуток за вирахуванням податків)” [4, с. 111]. Інша група економістів вважає об'єктом такого розподілу загальний прибуток до оподаткування. Так, наприклад, Чуєв І.Н. та Чечевіцина Л.Н. свій підхід формулюють наступним чином: “Об'єктом розподілу на будь-якому підприємстві є балансовий прибуток” [6, с. 276].

Ми підтримуємо точку зору економістів другої групи, мотивуючи такий підхід наступним:

- визначення об'єктом розподілу чистого прибутку підприємств будь-якої форми економічної діяльності (в тому числі торговельної) виключає із розподільного процесу такий важливий економічний суб'єкт як держава, що протирічить основним принципам сучасної економічної теорії з питань побудови економічних взаємовідносин між державою і бізнесом;

- сума податкових платежів, що сплачує підприємство із свого прибутку, не є константою, а варіює в залежності від його податкової політики; визначаючи об'єктом розподілу прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, а не чистий прибуток, в механізм розподілу прибутку автоматично включаються і важелі цього напрямку менеджменту підприємства, що дозволяє більш комплексно формувати процес управління розподілом прибутку.

Найбільш суперечливим в сучасних умовах є визначення основних напрямів розподілу чистого

прибутку підприємства. Склад пріоритетних напрямів цього розподілу варіює у досить широкому діапазоні.

Найбільш розповсюдженим підходом до визначення основних напрямів розподілу чистого прибутку підприємства є його спрямування на цілі накопичення та споживання. Такий підхід можна побачити, наприклад, в учбовому посібнику “Економіка торгівлі”, що підготовлений Івановим Г.Г., який визначає, що чистий прибуток торговельного підприємства “розподіляється на прибуток, що збільшує вартість майна, тобто приймає участь у накопиченні капіталу, та прибуток, що спрямовується на споживання (в основному на заробітну плату). Якщо прибуток не використовується ні на накопичення, ні на споживання, він залишається як нерозподілений прибуток минулих років і збільшує розмір власних коштів підприємства торгівлі” [5, с.108].

Розглядаючи такий варіант напрямів розподілу чистого прибутку слід відзначити наступне: виділення у чистому прибутку його частини, що спрямовується на споживання, не може слугувати напрямом його розподілу (а виступає лише як результат такого розподілу). Це обумовлено тим, що в цьому напрямі розподілу прибутку присутні інтереси різних суб’єктів, зокрема власників (які до речі, у Іванова Г.Г. зовсім не згадуються), персоналу підприємства і навіть деяких суб’єктів його зовнішніх відносин (якщо підприємство здійснює благодійницьку або спонсорську діяльність). Кожний з цих інтересів виступає як окремий цільовий напрям розподілу прибутку, базується на різних положеннях законодавчої бази і потребує різних методичних підходів до обґрунтування кількісних значень. Тільки після такого обґрунтування може бути визначений загальний показник фонду споживання як результат розподілу чистого прибутку.

Ми вважаємо, що основою визначення напрямів первинного розподілу чистого прибутку підприємства має бути диференціація підходів до задоволення економічних інтересів окремих суб’єктів його господарської діяльності. З цією метою ми пропонуємо ввести у науковий обіг наступні поняття: “сума чистого прибутку, що забезпечує в процесі його розподілу економічні інтереси партнерів підприємства з господарської діяльності” (сума штрафних санкцій, що має бути сплачена з чистого прибутку); “сума чистого прибутку, що забезпечує в процесі його розподілу економічні інтереси власників” (чистий прибуток, що має бути спрямований на задоволення потреб власників у поточному та перспективному періоді).

Виокремлення таких напрямів первинного розподілу чистого прибутку дозволить диференціювати в розподільчому процесі не лише різні економічні інтереси окремих груп суб’єктів, а й спиратись на диференційовану законодавчу базу і базуватись на різних методичних принципах щодо кількісного визначення окремих його складових. Пріоритети у такому розподілі чистого прибутку можуть бути ранжовані наступним чином: головним пріоритетом має визначатись задоволення потреб зовнішніх суб’єктів; серед внутрішніх суб’єктів підприємства пріоритетними вважаємо інтереси найманих працівників, які конкретно визначені відповідно у договорі трудового колективу та індивідуальних трудових контрактах (тобто захищені відповідно законодавчою базою).

Подальший етап процесу розподілу прибутку торговельних підприємств має конкретизувати напрями його спрямування за визначеними його блоками. У складі чистого прибутку, що забезпечує в процесі його розподілу економічні інтереси найманих працівників, на наш погляд, необхідно виділити наступні два напрями: чистий прибуток, що спрямовується на матеріальне стимулювання персоналу і чистий прибуток, що спрямовується на забезпечення соціальних потреб (соціального розвитку) трудового колективу. У складі чистого прибутку, що забезпечує в процесі його розподілу економічні інтереси власників підприємства, ми вважаємо за необхідне виділити наступні три напрями: прибуток, що спрямовується на благодійні та спонсорські цілі (рішення про таке спрямування прибутку приймають, як правило, власники підприємства, тому ця частина прибутку має формуватись за рахунок прибутку, що залишається в їх розпорядженні); прибуток, що спрямовується на задоволення поточних потреб власників (у вигляді дивідендних виплат, процентів на вкладений капітал тощо) та прибуток, що спрямовується на задоволення перспективних потреб власників (тобто прибуток, що капіталізується ними і забезпечує задоволення їх потреб у наступних періодах). Цей останній напрям (тобто прибуток, що капіталізується) на наступному етапі процесу розподілу чистого прибутку торговельного підприємства вважаємо за доцільне диференціювати по двох його складових: прибуток, що спрямовується на формування резервного капіталу, та прибуток, що спрямовується на формування інвестиційних ресурсів підприємства. Такий розподіл капіталізованої частини чистого прибутку обумовлюється різним цільовим призначенням цих двох його складових у господарському процесі підприємства: перша з них має забезпечувати самострахування його економічних ризиків, а друга – на забезпечення розширеного розвитку підприємства згідно з його стратегією.

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.

Література

1. Гитман Л. Основы инвестирования / Л. Гитман, М. Джонк ; [пер. с англ.] – М. : Дело, 1997. – 897 с.

2. Зайцев Н. Л. Экономика организации / Зайцев Н. Л. – М. : Экзамен, 2000. – 768 с.
3. Исследование операций в экономике / Под ред. Кремера Н.Ш. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 392 с.
4. Ковалев В. В. Введение в финансовый менеджмент / Ковалев В. В. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 768 с.
5. Иванов Г. Г. Экономика торговли : [учебн. пос.] / Иванов Г. Г. – М. : Издательский центр «Академия», 2004. – 144 с.
6. Чуев И. Н. Экономика предприятия : [учеб.] / И. Н. Чуев, Л. Н. Чечевицына. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004. – 416 с.

Надійшла 19.04.2011