

ОПТИМИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИБЫЛИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

А. А. Новик

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Н. А. Алексеенко

Целью деятельности любой коммерческой организации является получение прибыли, так как она отражает уровень финансово-экономического благополучия, результаты текущего, инвестиционного и финансового развития хозяйствующего субъекта.

Значимость прибыли для круга заинтересованных лиц меняется по этапам ее формирования и распределения. Собственник предприятия заинтересован в увеличении чистой прибыли, направляемой на накопление или потребление. Государственные интересы сосредоточены на налогооблагаемой прибыли, являющейся источником налогов и обязательных платежей. В этой связи факторы, влияющие на пропорции распределения прибыли, можно разделить на внешние и внутренние.

К числу внешних факторов относятся:

- ставки налогов на прибыль, процентные отчисления в резервные фонды и др.;
- система налоговых льгот при реинвестировании прибыли;
- рыночная норма прибыли на инвестируемый капитал, рост которой сопровождается тенденцией повышения доли капитализированной части и, наоборот, ее снижение обуславливает увеличение доли потребляемой части;
- стоимость внешних источников формирования инвестиционных ресурсов.

К числу внутренних факторов, оказывающих влияние на пропорции в распределении прибыли, относятся:

- уровень рентабельности предприятия, при низком значении которого и, соответственно, небольшой сумме распределенной прибыли большая ее часть идет на создание обязательных фондов и резервов, на выплату дивидендов по привилегированным акциям и т. д.;
- наличие амортизационного фонда, выручки от реализации основных средств и финансовых активов;
- текущая платежеспособность предприятия, при низком уровне которой необходимо сокращать потребляемую часть прибыли;
- наличие у предприятия высокодоходных инвестиционных проектов, способных обеспечить высокие доходы в перспективе;
- необходимость завершения начатых инвестиционных проектов;
- уровень коэффициента финансового левериджа (соотношение заемного и собственного капитала), который является одним из индикаторов финансового риска, способствующих росту собственного капитала при низкой цене заемных ресурсов [3].

Наличие чистой прибыли является необходимым условием ее распределения, так же как и наличие непокрытого убытка требует его погашения. Постановлением

Совета Министров Республики Беларусь от 29 декабря 2007 г. № 1887 «О вопросах распределения и использования чистой прибыли и расходов на потребление» чистая прибыль исчисляется как прибыль отчетного периода (квартала, года), остающаяся после уплаты налогов, сборов (пошлин), иных обязательных платежей в бюджет и неиспользованных остатков прибыли по состоянию на 1 января текущего года. При распределении чистой прибыли делается акцент на рост благосостояния и улучшение условий жизни работников; на инвестиционную деятельность и инновационное развитие организации. В связи с этим необходимо обеспечивать развитие науки и технологий как базы устойчивого инновационного развития организации; создавать новые производства; расширить производство интеллектуальных продуктов и наукоемких товаров. Экономика Республики Беларусь остается одной из наиболее затратных в Европе, поэтому организациям необходимо распределять достаточно средств в обновление основных фондов, так как наблюдается их значительный износ; снижать себестоимость продукции и увеличивать ее конкурентоспособность. Эти направления предусмотрены Директивой Президента Республики Беларусь № 4 от 31 декабря 2010 г. «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь», Указом Президента Республики Беларусь от 09 ноября 2010 № 575 «Концепция национальной безопасности Республики Беларусь» и «Основными положениями программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы» [1].

Практика хозяйствования рассматривает два способа распределения прибыли организации:

- распределения прибыли с образованием фондов;
- распределение прибыли без образования фондов.

Цели распределения остаются неизменными для обоих методов: выплата дохода собственникам, осуществление накопления, потребления и формирование резервов. Различие в том, что при бесфондовом методе распределение сразу отражается в финансовом плане по указанным направлениям, а при фондовом методе требуется оформление смет расходования средств [4].

Бесфондовый метод чаще всего используют организации, в которых прибыль, остающаяся в их распоряжении, расходуется без предварительного выделения отдельных направлений. Однако отсутствие фондов специального назначения исключает возможность планомерного использования финансовых ресурсов в соответствии с заранее определенными приоритетами на основе бюджетирования и контроля за соблюдением смет расходов. Несмотря на это, можно использовать бесфондовый метод малыми организациями, параллельно внося изменения в учетную политику, где будут применены все достоинства этого метода.

Фондовый метод распределения чистой прибыли характерен для крупных и средних организаций с большими оборотами и значительными экономическими и социальными программами, требующими инвестиций.

В обобщенном виде прибыль, остающаяся в распоряжении организации после налогообложения, распределяется на следующие основные фонды:

- фонд накопления (предназначен для производственного развития организации и иных аналогичных целей, сопровождающихся созданием нового имущества);
- фонд потребления (предназначен для осуществления мероприятий по социальному развитию (кроме вложений во внеоборотные активы) и материальномуощрению коллектива организаций и иных аналогичных мероприятий и работ, не приводящих к образованию нового имущества);
- фонд руководителя организации;

– фонд риска (создается торговыми организациями для списания потерь товаров в связи с «забывчивостью» покупателей по оплате покупок);

– уставный фонд (имеется в виду увеличение уже имеющегося уставного фонда, изначально сформированного из средств учредителей и числящегося на счете 80);

– резервные фонды (отражаются на счете 82), которые обычно формируются в заранее заданных размерах. Направление средств на их формирование (увеличение) производится путем или регулярных отчислений или несколькими суммами (иногда разовой суммой). В организации могут быть образованы следующие резервные фонды: для обеспечения выплаты работникам заработной платы, а также предусмотренных законодательством, коллективным и трудовым договорами гарантийных и компенсационных обязательств; для обеспечения выплат дивидендов учредителям по привилегированным акциям; для погашения стоимости корпоративных облигаций и начисленных по ним процентов;

– прочие фонды, предусмотренные законодательством, учредительными документами организации или коллективными договорами [2].

Несмотря на то что распределение прибыли предусмотрено учетной политикой организации, возможно увеличивать отчисления в фонды, не только посредством оптимизации распределения, но и путем максимизации самой прибыли. Действенным инструментом совместной реализации двух подходов является применение возможностей бизнес-моделирования, которое основывается на разработке сбалансированной системы показателей (ССП), впервые предложенной Робертом Капланом и Дэвидом Нортон. При формулировании стратегии на основе ССП деятельность компании рассматривается в рамках четырех перспектив:

- финансы;
- клиенты;
- внутренние бизнес-процессы;
- обучение и развитие.

Бизнес-модели учитывают тот факт, что динамика прибыли выступает одним из индикаторов реализации стратегии системной взаимосвязи частных целей развития организации. В упрощенной версии можно говорить об известном правиле эффективного функционирования субъектов хозяйствования, т. е. цепочке опережения темпов роста следующих показателей: среднегодовая стоимость активов \leq выручка от реализации \leq прибыль от реализации. Для того чтобы определить финансовые цели, необходимо выбрать, на что следует сделать упор: либо на увеличение доходности и завоевание рынка, либо на генерирование потока наличности. Но что особенно важно с точки зрения потребителей – на каком сегменте рынка предприятие намеревается вести конкурентную борьбу за клиента. Затем компания разрабатывает цели для внутренних бизнес-процессов, включая направления распределения прибыли. Традиционные системы оценки деятельности фокусируют внимание на снижении стоимости, улучшении качества и сокращении временного цикла всех существующих процессов. Что же касается обучения и развития, то, несомненно, серьезные инвестиции в переподготовку, информационные технологии и системы, а также в усовершенствование организационных процедур жизненно необходимы [5].

Л и т е р а т у р а

1. Дубровская, О. Е. Гражданско-правовые и экономические аспекты распределения и использования прибыли (покрытия убытков) : проблемы и их решения / О. Е. Дубровская // Бухгалтер. учет и анализ. – 2009. – № 1. – С. 26–30.

2. Дубровская, О. Е. Методические аспекты формирования моделей распределения и использования прибыли организации / О. Е. Дубровская // Бухгалтер. учет и анализ. – 2009. – № 5. – С. 11–13.
3. Заров, К. Г. Обобщенный анализ возможностей повышения прибыли коммерческого предприятия / К. Г. Заров // Финансовый менеджмент. – 2008. – № 1. – С. 3–8.
4. Сотникова, А. В. Методики прогнозного анализа распределения и использования прибыли с использованием эконометрического программного обеспечения / А. В. Сотникова // Бухгалтер. учет и анализ. – 2008. – № 5. – С. 30–36.
5. Сотникова, А. В. Методологические аспекты формирования и распределения финансовых результатов деятельности / А. В. Сотникова // Бухгалтер. учет и анализ. – 2010. – № 10. – С. 28–32.