

## ПРИНЦИПИ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИДІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПРИБУТКУ ЯК ОБ'ЄКТА УПРАВЛІННЯ

Мартінова В.П., гр. БА3-40м

Науковий керівник – Л.М. Смокова

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасні підходи до класифікації прибутку підприємств не передбачають диференційованого підходу до нього як об'єкта управління. Проведення класифікації потребує виконання певних принципових положень:

1) чітке кількісне визначення прибутку. Згідно з цим принципом ми вважаємо за недоцільне визначати в класифікації такі види прибутку торговельних підприємств, як «економічний», «тіньовий», «альтернативний» тощо;

2) визначення розміру прибутку не тільки за чинними бухгалтерськими стандартами, але й розрахування його у системі управлінського обліку. Зокрема, в процесі управління прибутком торговельного підприємства ми пропонуємо виокремлювати «прибуток від реалізації товарів» та «прибуток від реалізації платних торговельних послуг»; «прибуток, не використаний за цільовим призначенням з вини окремих осіб» та ін.;

3) диференціювання прибутку за окремими етапами управління. Із цією метою слід поділяти прибуток за такими етапами (стадіями) управління: а) формування прибутку; б) розподіл прибутку; в) використання прибутку;

4) виокремлення «прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства». Багатьма авторами він ототожнюється зараз із «чистим прибутком підприємства», але, на наш погляд, це не одне й те ж. Так, за рахунок чистого прибутку, за діючим законодавством, сплачуються деякі обов'язкові платежі (певні види штрафних санкцій, зборів тощо). Тому предметом розподілу прибутку в сучасній практиці виступає не «чистий прибуток» торговельного підприємства, а «прибуток, що залишається в його розпорядженні»;

5) відокремлення у класифікації прибутку як об'єкта управління такого його виду, як «маржинальний прибуток». Цей вид прибутку суперечить визначенню сутності прибутку як економічної категорії і як показника оцінки фінансового результату, бо він не «очищує» дохід від всього обсягу витрат (зокрема, від постійних видів витрат обігу). За економічним значенням цьому показникові більш пасує назва «маржинальний дохід».