Министерство Образования РФ

Хабаровский Государственный Технический Университет

Кафедра: «ФК и БУ»

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

Тема: «Прибыль государственных и муниципальных унитарных предприятий. Планирование и направления использования»

По дисциплине: «Финансы казенных и муниципальных предприятий»

Работа принята на проверку Работу выполнил: студент

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ гр. ФК-91 (п) Джунусов Р.Д.

Оценка:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ № зачетной книжки 988010

Дата:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Работу проверил:

Роспись:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ преподаватель Фролова Е.В.

Хабаровск – 2001 г.

## Рецензия

**Содержание**

# стр

# Введение…………………………………………………………………………... 2

 1.Прибыль – сущность, значение, виды………………………………….. 3

 2.Планирование получения прибыли государственных и муниципальных унитарных предприятий…………………………………………………………. 5

 2.1.Планирование производства товаров, работ, услуг………….. 9

 2.2.Планирование маркетинга……………………………………... 12

 3.Использование прибыли государственных и муниципальных унитарных предприятий……………………………………………………………………… 16

 3.1.Формирование прибыли……………………………………….. 18

 3.2.Отчисления собственнику……………………………………... 20

 3.3.Отчисления на собственное развитие………………………… 22

Заключение………………………………………………………………………. 31

Список использованных источников…………………………………………… 32

## Введение

 В курсовой работе ставится цель рассмотреть теоретические аспекты планирования, формирования и использования прибыли на государственных и муниципальных унитарных предприятиях. На этапе планирования указать планирование производства и сбыта, на этапе использования определить направления распределения денежных средств.

 Актуальность данной темы состоит в сегодняшнем неправильном, на мой взгляд, порядке распределения прибыли на государственных предприятиях после её корректировки и уплаты налогов.

 Задачи курсовой работы:

* Рассмотреть экономическое содержание понятия «прибыль», виды прибыли и их состав;
* Показать порядок планирования получения прибыли, а именно планирование производства товаров, работ, услуг и планирование маркетинга, т.е. составление финансовых планов и сбыт продукции;
* Разобраться в использовании прибыли, т.е. в порядке и размерах отчислений на собственное развитие и собственнику государственного или муниципального унитарного предприятия.

**1. Прибыль – сущность, значение, виды**

В народнохозяйственной практике и экономической литературе денежными накоплениями называют чистый доход общества, реали­зуемый в денежной форме на предприятиях сферы материального производства.

Чистый доход — это категория производства, связанная с процессом деления труда на необходимый и прибавочный.Прибавоч­ный продукт – это продукт, созданный трудом людей на предпри­ятиях, который выступает как чистый доход общества.В любом общественном производстве, подчеркивал К. Маркс, труд всегда делится на две части – необходимый и прибавочный труд, продукт которого всегда служит удовлетворению общих об­щественных потребностей. Прибавочный продукт выступает в двух формах: натурально-вещественной (в виде определенной массы потребительных стоимостей) и стоимости. В условиях товарно-денежных отношений стоимость прибавочного продукта (чистый доход общества) реализуется в денежной форме и обособляется в самостоятельную категорию – денежные накопления. Денежные накопления реализуются в виде прибыли, акцизов, налога на добавленную стоимость, отчислений на социальные и медицинские страхования и прочих. Большая часть денежных накоплений реализуется в форме прибыли.

По экономическому содержанию прибыль есть денежное выражение части стоимости приба­вочного продукта. Как финансовая категория прибыль выполняет функции: воспроизводственную, стимулирующую и контрольную. При осуществлениивоспроизводственной функции она являет­ся одним из основных источников финансирования расширенного воспроизводства, при выполнениистимулирующей функции – источником образования поощрительных фондов и социального развития коллектива предприятия. Черезконтрольную функцию она показывает результативность хозяйственной деятельности пред­приятия. Таким образом, прибыль является важнейшей финансовой категорией, отражающей финансовый результат хозяйственной деятельности.

Виды прибыли и их состав. Принято выделять следующие виды прибыли.

1. Балансовая прибыль состоит из прибыли от реализации, доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

2. Валовая прибыль представляет собой сумму прибыли (убытка) от реализации продукции (работ, услуг), основных фондов, иного имущества предприятия и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

3. Прибыль от реализации состоит из прибыли от реализации товарной продукции (работ, услуг промышленного характера), из прибыли от прочей реализации (работ, услуг непромышленного характера), покупной продукции, материалов.

4. Прибыль от реализации основных фондов и иного имущества предприятия определяется как разница между продажной ценой и первоначальной, или остаточной стоимостью этих видов имущест­ва, увеличенной на индекс инфляции.

 5. Внереализационные доходы и расходы *–* доходы от долевого участия в совместном предприятии, от сдачи имущества в аренду, дивиденды по акциям, облигациям и другим ценным бумагам, при­надлежащим предприятию, другие доходы и расходы от операций, не связанных с производством и реализацией продукции, включая суммы, полученные и уплаченные в виде экономических санкций и возмещения убытка. Реализация части денежных накоплений в форме прибыли связана с хозрасчетным методом ведения хозяйства и обособленностью предприятия. Собственно, происходит обособление части денежных накоплений в виде прибыли предприятия как результата его хозяйственной деятельности, выражающего доходность пред­приятия. В отличие от других форм реализации денежных накоп­лений темпы роста прибыли зависят не только от эффективности затрат живого труда, но и от размера экономии овеществленного труда. Улучшение использования производственных фондов, сы­рья, материалов, топлива, энергии означает увеличение прибыли за счет снижения себестоимости продукции. Прибыль является одним из основных финансовых ресурсов предприятия для осуще­ствления затрат по расширенному воспроизводству и социальному развитию./11/

## 2. Планирование получения прибыли ГМУП

В организационно-правовой структуре предпринимательства видное место принадлежит государственным имуниципальным унитарным предприятиям./11/

В соответствии с ГК РФ унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия./1,2/

## Государственные и муниципальные унитарные предприятия это звенья хозяйственной системы, объ­ективно обусловленные достигнутым уровнем обобществления производства. В структуре административно-командной экономики государственные предприятия занимали место главного и ведущего звена хозяйственной системы; в рыночной же экономике, им предстоит занять место равноправного субъекта в совокупности хозяйствующих образований, действующих на коммерческих принципах. Государственные и муниципальные предприятия - это такие производственные об­разования, которые создаются государством и органами местного самоуправления, наделяются ими необходимыми средствами и на коммерческих принципах действуют в соответствии с теми целями и задачами, которые для них определяют учредители. В унитарной форме могут создаваться только государственные и муниципальные предприятия. Имущество, которым наделяются такие предприятия, находится соответственно в государственной или муници­пальной собственности, и принадлежит предприятиям на праве "хозяйственного ведения" или "оперативного управ­ления". Органом управления унитарного предприятия является руководитель, назначаемый собственником (либо уполномо­ченным собственником органом). Свою деятельность унитарные государственные и муни­ципальные предприятия строят на коммерческих принци­пах, сообразуя доходы с издержками и добиваясь увеличе­ния прибыли, отвечая по своим обязательствам всем принадлежащим им имуществом./11/

Планирование прибыли должно быть нацелено на выявление внутрихозяйственных резервов производства на основе более рационального использования произ­водственных фондов, мощностей, материальных, трудовых, финан­совых ресурсов и природных богатств. Эту работу необходимо строить на глубоком экономическом анализе хозяйственных и фи­нансовых показателей за период, предшествующий планируемому, в целях выявления имеющихся резервов. План прибыли разрабатывается на основе планов производства и реализации продукции, производительности труда, снижения себе­стоимости продукции и повышения ее качества. Поэтому в разработке проекта производственных показателей на планируемый период должны принимать активное участие финан­совые работники предприятия.

Плановая балансовая прибыль предприятия рассчитывается по следующим видам:

1. Прибыль от реализации изделий, работ и услуг промышленного характера (прибыль от реализации товарной продукции).
2. Прибыль от реализации работ и услуг непромышленного ха­рактера (прибыль от прочей реализации).
3. Прибыль от планируемых внереализационных операций.

Прибыль от реализации товарной продукции определяется исходя из выручки от реализации этой продукции (без налога на добав­ленную стоимость и акцизов) и затрат на производство и реализа­цию, включаемых в себестоимость продукции. Превышение выручки от реализации над полной плановой себе­стоимостью реализуемой продукции представляет собой прибыль от реализации товарной продукции. Эта прибыль может быть опреде­лена и методом поассортиментного расчета. Для этого необходимо знать плановый ассортимент продукции, плановую себестоимость единицы изделия и реализационную цену. Этот метод исчисления плановой прибыли носит и другое назва­ние - метод прямого расчета. Он чаще всего применяется при ис­числении прибыли на предприятиях и в отраслях промышленности с небольшим ассортиментом продукции и при условии планирования себестоимости продукции по каждому виду. Прибыль от реализации товарной продукции может быть исчис­лена на планируемый период исходя из базовой рентабельности, сложившейся на предыдущий год. Такой метод расчета называется аналитическим (проверочным). При этом методе полученная при­быль от реализации товарной продукции за истекший год увеличи­вается в планируемом году в соответствии с ростом реализации. К полученной сумме прибавляется экономия от снижения себестои­мости сравнимой продукции. Кроме того, учитывается изменение цен, ассортимента продукции, повышение качества продукции. При расчете плановой прибыли аналитическим методом боль­шое значение имеет правильное определение базовой рентабельно­сти. Для этого в первую очередь необходимо правильно оценить ожидаемую прибыль за текущий год, которая складывается из фак­тической прибыли по последнему бухгалтерскому отчету и плано­вой прибыли за оставшийся до конца года период. Если есть осно­вания считать, что за оставшийся до конца года период предпола­гаемая прибыль будет существенно отклоняться от плановой, то в расчет ожидаемой прибыли за год вносятся соответствующие кор­рективы. Ожидаемая прибыль за оставшийся до конца года период исчис­ляется на основе данных о предполагаемом выполнении производ­ственной программы, плана снижения себестоимости продукции и сведений об изменении остатков нереализованной продукции за оставшийся до конца года период.

На уровень рентабельности и прибыли предприятия, фирмы влияет качество продукции. Улучшение качества продукции, с од­ной стороны, требует дополнительных производственных затрат, что ведет к некоторому повышению себестоимости продукции и снижению уровня рентабельности. С другой стороны, повышение оптовых цен и поощрительные надбавки к ним за улучшение изде­лия не только возмещают эти дополнительные затраты, но и увели­чивают рентабельность производства. При планировании выпуска несравнимой продукции расчет при­были от ее реализации производится отдельно исходя из договор­ных цен на нее и плановой себестоимости. При этом следует иметь в виду, что новые виды продукции, выпуск которых еще недостаточно освоен предприятием, как правило, имеют более низкую рентабель­ность по сравнению со старыми изделиями. Прибыль от реализации работ и услуг непромышленного харак­тера и покупной продукции (прибыль от прочей реализации) плани­руется отдельно по следующим хозяйственным операциям:

• выполнение работ и услуг непромышленного характера, включая работы по капитальному строительству и капитальному ремонту;

• реализация продукции и товаров заготовительных организаций, в том числе операции по заготовке и откорму скота;

• реализация услуг транспортных хозяйств, выделенных на само­стоятельный баланс в составе промышленного предприятия, а также услуг и работ транспортных цехов промышленного пред­приятия;

• операции по лесосплаву и лесоперевалке;

• реализация покупной электроэнергии, воды, пара, газа, а также полученных со стороны полуфабрикатов;

• реализация продукции подсобных сельскохозяйственных пред­приятий. Прибыль (убыток) по хозяйственным операциям, планируемым в составе прочей реализации, рассчитывается в основном в том же порядке, что и по реализации товарной продукции, т.е. исходя из объема реализуемой продукции, работ и услуг, их себестоимости, отпускных цен и тарифов.

Прибыль от планируемых внереализационных операций.В старых условиях хозяйствования внереализационные доходы и расходы, как правило, не планировались. Доходы носили случайный характер, а расходы в большинстве случаев были результатом бесхозяйственности.

В настоящее время состав внереализационных доходов про­мышленного предприятия значительно расширился. Ряд видов до­ходов приобрел устойчивый характер. В связи с этим появилась возможность их планирования и учета в общей сумме плановой балансовой (валовой) прибыли. К этим видам доходов в первую очередь относятся:

• доходы от долевого участия в деятельности других предприятий;

• доходы от сдачи имущества в аренду;

• доходы (дивиденды, проценты) по акциям, облигациям и иным ценным бумагам, принадлежащим предприятию. В области планирования прибыли предприятия остается нере­шенным до конца вопрос об отражении в плановой прибыли резуль­татов от товарообменных операций и от реализации основных фон­дов и иного имущества предприятия./11/

**2.1 Планирование производства товаров, работ, услуг**

Отечественные предприятия в своей практической деятельности учитывают опыт зарубежных предприятий по изучению спроса на продукцию в целях формирования производственной программы. Особое внимание уделяется восстановлению ранее сложившихся производственно-хо­зяйственных связей и заключению на этой основе договоров поставки продукции прежде всего производственно-тех­нического назначения. Значительную информацию об уров­не спроса на продукцию предприятия дают специально проводимые выставки. Определенную стабильность в производстве продукции, а также экономические льготы для предприятий обеспечи­вает получение и выполнение государственного заказа на договорной основе. Федеральный Закон Российской Феде­рации "О поставках продукции для федеральных государ­ственных нужд" определяет правовой и экономический механизм формирования, размещения и исполнения на контрактной (договорной) основе заказов на покупку и поставку продукции для федеральных государственных нужд предприятиями, организациями и учреждениями, независи­мо от форм собственности, расположенными на территории Российской Федерации. Федеральные государственные нуж­ды - это потребности Российской Федерации в продукции (товары, работы, услуги), необходимой для решения задач жизнеобеспечения, обороны и безопасности страны, для реализации федеральных целевых программ и межгосудар­ственных целевых программ, в которых участвует Россий­ская Федерация (федеральные целевые программы). Поставки продукции для федеральных государственных нужд осуществляются в целях: создания и поддержки государственных материальных резервов Российской Федерации; поддержания необходимого уровня обороноспособности и безопасности Российской Федерации; обеспечения экспортных поставок продукции для выпол­нения международных экономических, в том числе валютно-кредитных, обязательств Российской Федерации. Федеральные целевые программы финансируются за счет средств федерального бюджета, средств бюджетов субъек­тов Российской Федерации, а также за счет привлечения средств внебюджетных источников. Правительство Российской Федерации для организации работ по выполнению федеральных целевых программ утверждает государственного заказчика. Государственным заказчиком может быть федеральный орган исполнитель­ной власти, федеральное казенное предприятие или государ­ственное учреждение. Государственный заказчик заключает государственный контракт (договор) с предприятиями по­ставщиками. Продукция, поставляемая по государственно­му контракту, должна соответствовать обязательным тре­бованиям государственных стандартов и особым условиям, установленным этим контрактом. В целях экономического стимулирования поставщиков продукции для федеральных государственных нужд им могут предоставляться льготы по налогам на прибыль (доход), целевые дотации и субсидии, кредиты на льготных условиях. Предприятиям-изготовителям важнейших видов материально-технических ресурсов могут устанавливаться квоты по обязательной продаже указанных ресурсов госу­дарственным заказчикам и поставщикам. Предприятия-монополисты не вправе отказаться от государственного контракта, если размещение заказа не влечет убытков. В случае невыполнения в установленный срок государствен­ного контракта по объему продукции поставщик уплачи­вает покупателю неустойку в размере 50% от стоимости недопоставленной продукции. На основе договоров о поставках продукции в натураль­ном выражении, других форм учета спроса рассчитывается объем производства продукции по каждому ее виду (он равен объему поставок данного вида продукции плюс его запасы на складе на конец планируемого периода минус запасы на начало планируемого периода). Номенклатурный план помимо перечня продукции с указанием количества должен содержать и указание кон­кретных сроков выпуска продукции с целью своевременного выполнения поставок продукции потребителям. Для увязки производственной программы с финансовы­ми показателями деятельности предприятия определяется основной стоимостной показатель – стоимость реализуемой продукции (работ, услуг). Другими стоимостными показа­телями объема выпуска продукции являются: товарная, валовая продукция, валовой оборот (ранее широко исполь­зуемые нормативно-чистая продукция и нормативная сто­имость обработки). Каждый из этих показателей характе­ризует объем продукции предприятия на разных стадиях общего цикла "производство - потребление".

В практике планирования в первую очередь рассчитывается товарная продукция. Товарная продукция (ТП) включает стоимость продукции, которая будет выпущена в плановом периоде и подготовлена к реализации. Товарная продукция и реализу­емая продукция по составу однородны. Количественно они отличаются на величину изменения остатков нереализован­ной готовой продукции на начало и конец планового периода. Если остатки не изменяются, то объем товарной продукции равен объему реализуемой продукции в соответ­ствующих принятых ценах. В состав товарной и реализу­емой продукции включаются: предназначенные к реализа­ции все виды комплектной готовой продукции и полуфаб­рикаты собственного изготовления; работы и услуги про­изводственного характера, выполняемые на сторону; про­дукция вспомогательных хозяйств, предназначенная для отпуска на сторону.

Реализуемая продукция предприятия (РП) представляет стоимость продукции (работ, услуг), которая будет постав­лена покупателям (заказчикам) и оплачена ими в плановом периоде.

РП == ТП + Знп - Зкп + Пнп - Пкп,

гдеЗнп, Зкп – запасы продукции на складе в денежном выражении на начало, конец планового периода;

Пнп, Пкп – стоимость продукции, отгруженной, но не оплаченной на начало, конец планового периода.

Валовая продукция (ВП) – это стоимость всей произве­денной продукции предприятия, независимо от степени ее готовности. Валовая продукция включает товарную про­дукцию, изменение остатков незавершенного производства, а также изменение запасов полуфабрикатов, технологичес­кой оснастки и запасных частей для ремонта оборудования собственного производства. Валовой оборот определяется как сумма стоимости валовой продукции, производимой всеми цехами предприятия, независимо от того, используется ли данная продукция внутри предприятия для дальнейшей переработки или будет реализована на сторону. При росте стоимостных показателей применяются свободные (рыночные) цены./13/

**2.2 Планирование маркетинга**

Стратегический план указывает, какое маркетинговые действия предприятие должно осуществить, почему они необходимы, кто отвечает за их реализацию, где они будут предприняты, и как будут завершены. В стратегическом плане должно быть также определено, какими производ­ствами будет заниматься предприятие. Если производство включает несколько ассортиментных групп, несколько то­варов, марок и рынков, то по каждой позиции разрабаты­вается отдельный план: план производства, план выпуска товаров, план вьпуска марочного изделия, план рыночной деятельности. Все эти планы обозначают одним термином - "план маркетинга". Согласно многим исследованиям, возможности предприятия тем шире, чем теснее планирование маркетинга увязывается со стратегичес­ким планированием. Планы маркетинга могут классифицироваться по длительности, масштабу и методу разработки. Они могут быть долгосрочными (от пяти до десяти лет), среднесрочными (от двух до пяти лет), краткосрочными (обычно на один год). Последние два наиболее детализированы и оператив­ны. Например, план, рассчитанный на год, может задавать точные цели маркетинга и стратегии для каждого продукта, предлагаемого предприятием. В долгосрочном плане обычно дается прогноз внешней среды на этот период, и определяются долгосрочные потребности соответствующего сегмента рынка. Маркетинговые планы различаются по охвату: может быть маркетинговый план для каждого из основных про­дуктов, может быть интегрированный, включающий всю продукцию, и, наконец, планы маркетинга могут состав­ляться, как и вообще планы, либо снизу вверх, либо сверху вниз. Планы, разрабатываемые снизу, реалистичны, поскольку основываются на оперативной информации. Но могут возникать трудности при их координации и сведении в единый интегрированный план. Ничего подобного не про­исходит, если план разрабатывается сверху вниз, когда плановая деятельность централизованно управляется и контролируется. Но в этом случае появляется риск непри­ятия и непонимания цели предприятия со стороны руково­дителей подразделений, поэтому лучше, когда оба подхода сочетаются. План маркетинга, как и стратегический, разрабатывает­ся в определенной последовательности: в самом начале плана дается сводка контрольных по­казателей. Она дает возможность не только понять основ­ную направленность плана, но и проконтролировать вы­полнение. В следующем разделе излагается текущая маркетинговая ситуация, - это фактически основной раздел плана, где дается описание характера целевого рынка и положение предприятия на этом рынке, обзор основных товаров, перечисляются конкуренты и указываются каналы распределения продукции. Руководство предприятия должно предусмотреть макси­мально возможное количество опасностей и возможностей, с которыми есть вероятность столкнуться в плановом периоде. Это дает возможность лучше увидеть перспективу и быть готовыми ко всякого рода неожиданностям. Изучив связанные с производством товара опасности и возможности, можно приступить к постановке задач и очертить круг возникающих проблем. После того, как поставлены задачи, излагается широкий маркетинговый подход к их решению. Это означает, что стратегию маркетинга необходимо превратить в конкрет­ные программы действий, дающие ответы на следующие вопросы: "Что будет сделано? Когда это будет сделано? Кто это будет делать? Сколько это будет стоить?". В течение года, по мере возникновения новых проблем, в планы вносят изменения, дополнения. Поскольку маркетинговые действия связаны с определен­ными расходами (убытками для предприятия), а цель де­ятельности - получить некоторую прибыль, то необходимо уметь составлять бюджет. Бюджет предприятия - это распределение его денежных доходов и расходов на конкретный период. Далее нужно определиться, на какой промежуток времени этот бюджет следует составлять (на год с разбивкой по месяцам; на три года, и т.д.). Традиционно прибыль и убытки подсчитыва­ют, обобщая приход и расход за отдельно взятый период. В графе "приход" (поступление) дается прогноз относитель­но числа и средней цены товарных единиц, которые будут проданы. В графе "расходы" указываются издержки произ­водства (затраты на производство продукции), товародви­жения и маркетинга. Их разность и дает сумму ожидаемой прибыли. Этот бюджет рассматривает руководство, кото­рое должно либо утвердить бюджет, либо внести поправки. Утвержденный бюджет является основой для закупки ма­териалов, разработки графиков производства, планирова­ния потребности в рабочей силе и проведения маркетин­говых операций. В последнем разделе плана маркетинга излагается поря­док контроля за ходом его выполнения. Обычно цели и бюджетные ассигнования распределяются по месяцам и кварталам. Это означает, что можно оценивать результаты, достигнутые в рамках каждого отдельного отрезка времени, и выявлять производства, не сумевшие добиться поставлен­ных перед ними целевых показателей. Особенно важное место занимает в маркетинге предприятие. Планирование продукции - это систематичес­кое принятие решений по всем аспектам разработки и управления продукцией предприятия, включая создание торговой марки и упаковки. Хорошо структурированный план позволяет детально разработать соответствующие программы маркетинга, скоординировать совокупность товаров: как можно дольше поддерживать удачные, пере­оценивать и устранять неудачные товары. Любой продукт состоит из множества товарных характеристик. Поэтому следует особо выявлять требования потребителей, кон­трпредложения конкурентов и отличительные характерис­тики продукции. То, что товар означает для потребителя, а не для продавца, есть наиболее широкое определение товара, соответствующее концепции маркетинга. Одновременно с выпуском товара на рынок нужно определить его жизненный цикл: этапы сбыта продук­та, потребность потребителей, потенциал конкурентов и стратегию маркетинга. Почему сегодня проявляется такой интерес к жизненному циклу товара? Во-первых, потому, что "жизнь" товара стала короче. Во-вторых, новая про­дукция требует растущих инвестиций. В-третьих, это позволяет маркетологу предвидеть изменения во вкусах людей, конкуренции; следовательно, помогает проанализировать товарный ассортимент и достичь в производстве сбалансированности новых, развивающихся и "зрелых" товаров. Поскольку каждый товар имеет свой жизненный цикл, то встает задача планирования производства продукта - от пробного выпуска до его ликвидации. Новый продукт подразумевает модификацию существу­ющего или нововведение, которое потребитель считает значимым. Чтобы новый продукт преуспел, он должен обладать желательными для потребителя параметрами, быть уникальным, а потребители - иметь информацию о его новых характеристиках. Товары-новинки могут разрабатываться самим предприятием или приобретаться на стороне (объединение с другими предприятиями, приобретение в собственность нужного предприятия, заключение лицензионного соглашения с изобретателем). При этом следует учитывать время, необ­ходимое для доведения товара от стадии идеи до полного коммерческого использования, но не пропустить и тот момент, когда товар пережил (по времени) свою полезность./13/

1. **Использование прибыли ГМУП**

Все имущество госпредприятия, а также прибыль и иные финансовые ресурсы, полученные от его использования, являются государственной собственностью. Важнейшим источником финансов ГП, как мы ранее отмечали, является прибыль. Распоряжаться прибылью значит распределять ее по финансовым фондам и использовать. Законодательство не устанавливает режим распределения прибыли, поэтому ГП самостоятельно определяет, какие фи­нансовые фонды выделять, в каких размерах отчислять в них прибыль./18/ За счет прибыли финансируются расходы на научно-исследователь­ские работы, модернизацию оборудования, строительство новых объектов, прирост оборотных средств, уплату процентов по дол­госрочным ссудам, погашение долгосрочных кредитов банка, расходы на подготовку кадров, строительство жилья и других объектов производственного назначения. Прибыль направляется на финансирование перечисленных затрат непосредственно или через формирование соответствующих фондов, например фонда производственного и социального развития предприятия. Перечень целевых фондов, создаваемых в торговле, их название, порядок формирования и использования определяются предприятиями са­мостоятельно. Торговые предприятия создают фонд регулирования свободных розничных цен (фонд риска). Средства этого фонда используются в качестве источника покрытия потерь товаров при транспортировке, хранении и реализации, а также для возмещения сумм снижения цен на товары при изменении спроса. Формирование фонда риска производится в размерах, самостоятельно определяемых предприятием с включением в торговую надбавку. В случае необходимости по решению предприятия фонд риска может увеличиваться (уменьшаться) за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия./10/

Расходы, не вошедшие в состав затрат по произ­водству и реализации продукции, соответственно не отнесен­ные на себестоимость продукции, должны осуществляться из остающейся прибыли ГП. К ним следует отнести:

• выплаты материальной помощи;

• надбавки к пенсиям;

• единовременные пособия уходящим на пенсию ветеранам труда;

• оплата проезда к месту жительства (к дочерним фирмам);

• оплата путевок (лечение и отдых);

• платежи за превышение предельно допустимых норм выбросов загрязняющих веществ в окружающую при­родную среду;

• расходы, связанные с содержанием учебных заведений;

• плата за воду, забираемую сверх установленных норм;

• отчисления в негосударственные пенсионные фонды, на добровольное медицинское страхование./18/

* 1. **Формирование прибыли**

Формирование прибыли (убытка) в производстве, торговле и сфере услуг наиболее полно и ясно отражено в нижеприведенной схеме.

Производство и сфера услуг Торговля

# Товарооборот

Выручка от реализации продукции

(без косвенных налогов)

— Затраты, включаемые в себестоимость реализованной продукции

— Затраты на покупку реализованных товаров

= Торговая скидка (наценка)

— Косвенные налоги (НДС и специальный налог)

= Доход (валовой)

— Издержки обращения

Прибыль (убыток от реализации)

+ Внереализационные доходы (доходы по ценным бумагам, от долевого участия в деятельности других предприятий, от сдачи в аренду и др.)

— Внереализационные расходы (затраты на производство не давшее продукции, на содержание законсервированных производственных мощностей, убытки от списания долгов и др.)

# = Балансовая прибыль

± Финансовый результат от операций с основными средствами, нематериальными активами и иным имуществом

= Валовая прибыль

* Отчисления в резервный фонд
* Доходы по видам деятельности, освобожденной от налогообложения

= Налогооблагаемая прибыль

— Налог на прибыль, налог с продаж и вмененный налог по ставкам, установленным представительными органами власти субъектов РФ.

= Чистая прибыль

— Налоги и выплаты, финансируемые из чистой прибыли

= Прибыль неиспользованная (непокрытый убыток)

В бюджеты субъектов РФ и в федеральный бюджет зачисляется налог на прибыль предприятий и организаций, в том числе иностранных юридических лиц, по ставкам, устанавливаемым законодательными (представительными) органами власти субъектов РФ, в размере:

* В федеральный бюджет 11%;
* В бюджеты субъектов РФ 27% и 19%;
* В местные бюджеты 5%./18/

С 1 января 2002 года ставка налога на прибыль устанавливается в размере 24%.

* 1. **Государство – собственник ГМУП**

Государственный сектор необходимо рассматривать как своеобразный «локомотив» национальной экономики. Посредством управления раз­витием государственного сектора правительство может оказывать как прямое, так и косвенное воздействие на развитие частного сектора и всей национальной экономики. Важным рычагом управляющего воздействия государства на экономику страны является государственное предпринимательство. Речь идет о рациональном распоряжении государственным имуществом в целях содействия достижению поставленных общеэкономических задач. План развития государственного сектора — составная часть ком­плексного плана (программы) развития национальной экономики, от­ражающая развитие государственных предприятий. Этот документ носит императивный характер, его показатели обязательны для подве­домственных предприятий. Государственный сектор в российских условиях представлен предприятиями следующих организационно-правовых форм:

• государственное унитарное предприятие;

• акционерное общество со 100%-ным закреплением акций за государством;

• акционерное общество с закреплением в собственности государства контрольного пакета акций;

• акционерные общества с пакетом государственных акций, позво­ляющим оказывать существенное влияние на управление./12/

Прибыль хозрасчетных предприятий и организаций образуется в сфере материального производства, которое в нашей стране базиру­ется на различных формах собственности: государственной, коллек­тивной и собственности граждан. Прибыль является одной из экономических форм чистого дохода общества. Чистый доход, созданный в государственном секторе, пол­ностью принадлежит государству, и оно вправе распоряжаться им по собственному усмотрению. При этом возможны различные варианты дальнейшего его использования:

1) централизация всего чистого дохода в государственном бюджете;

1. оставление всего дохода в распоряжении предприятий;
2. централизация части чистого дохода.

Частичная централизация может происходить путем проведения отчислений в бюджет от всей суммы чистого дохода либо путем выделения нескольких форм, которым придается целевое назначение. Метод частичной централизации чистого дохода на основе установле­ния различных его форм (налог на прибыль, отчис­ления на социальное страхование) принят в нашей стране. Выбор методов распределения и использования чистого дохода определяется действующей системой хозяйствования. В условиях са­мофинансирования предприятия и хозяйственные организации долж­ны иметь источники покрытия своих затрат по расширенному воспро­изводству и социальному развитию коллективов. В качестве такого источника выступает часть чистого дохода — прибыль предприятий и организаций. Вторая часть чистого дохода в форме налога с оборо­та централизуется государством, третья — отчисления на социальное страхование—также используется централизованно. Для того чтобы развиваться, любое общество должно потреблять меньше, чем создавать. Для расширенного воспроизводства необходи­мы накопления, источником которых является прибыль. Отсюда вы­текает ее стимулирующая роль, которая реализуется в ходе как фор­мирования, так и распределения прибыли. В процессе формирования прибыли, предприятия и организации объективно заинтересованы в росте накоплений за счет увеличения объемов производства и сни­жения уровня себестоимости продукции. Таким образом, получение при­были стимулирует решение важнейших и первоочередных задач — роста объемов производства в целях всестороннего удовлетворения производственных и личных потребностей и снижения уровня общест­венно необходимых издержек производства и реализации продукции. Обеспечить стимулирующее влияние прибыли на производство призвана система ее распределения. Она должна установить опти­мальные для данного периода развития общества пропорции распре­деления прибыли между бюджетом и предприятиями, внутри пред­приятий (на различные цели). Основополагающими при этом явля­ются пропорции между централизованным и децентрализованным использованием прибыли. Сумма полученной прибыли отражает количественные и качественные итоги работы предприятий и организаций. В связи с этим она может выступать одним из критериев их деятельности, давая обоб­щающую, синтетическую оценку итогов работы./9/

* 1. **Отчисления на собственное развитие.**

Большую роль в повышении эффективности общественного производства и улучшении благосостояния трудящихся играет система экономического стимулирования. Являясь важнейшим элементом хозрасчета, данная система способствует установ­лению непосредственной зависимости между уровнем эффектив­ности производства и размером денежных средств, заработанных предприятием для расширения производства, материального поощ­рения работников, улучшения их социального положения. Система экономического стимулирования отражает хозяйственную самостоятельность предприятий в рамках единого хозяйственного механизма. Одновременно с этим она используется го­сударством для экономического воздействия на работу предприя­тия и личную материальную заинтересованность его работников. Отсюда вытекает, что система экономического стимулирования выполняет экономические функции двоякого рода. Во-первых, с ее помощью на предприятиях создается внутренний, собственный источник развития производства, за счет которого осуществляется как новое строительство, так и техническое перевооружение и ре­конструкция действующих предприятий. Во-вторых, система экономического стимулирования служит основой, для материального поощрения работников предприятий. Государство с помощью экономических рычагов воздействует на экономический интерес предприятия и личную материальную за­интересованность его работников в выполнении установленных количественных заданий и улучшении качественных показателей работы. Это достигается в процессе совершенствования системы оплаты труда, образования и использования фондов материального поощрения, а также посредством системы распределения прибы­ли, основанной на более полном использовании ее предприятием для расширения производства и удовлетворения социально-куль­турных потребностей коллектива. В современных условиях создается новая система экономического стимулирования, которая поставлена в прямую зависимость от конечных результатов деятельности предприятий. С учетом опыта, накопленного в области стимулирования различных отрас­лей промышленности, разработаны положения образования и рас­ходования фондов экономического стимулирования, направлен­ные на улучшение конечных результатов работы предприятий (объединений), усиление их заинтересованности в выполнении и перевыполнении намеченных плановых заданий. Современная система экономического стимулирования производства предусматривает создание у предприятий трех основных фондов: фонда развития производства, науки и техники, фонда со­циального развития, фонда материального поощрения либо фон­да потребления. Задача состоит в том, чтобы средства фондов использова­лись с высокой отдачей и их размеры на каждом предприятии были поставлены в прямую зависимость от достигнутых резуль­татов в деле повышения интенсификации производства произво­дительности труда, улучшения качества продукции, технического прогресса. Общие принципы формирования фондов экономического сти­мулирования в основном едины для всех отраслей промышленно­сти. При образовании фондов применяется система нормативов, предусматривающая установление частных нормативов на каждом отдельном предприятии по согласованию с советом трудового кол­лектива либо при его участии с учетом поставленных перед пред­приятием задач. Вместе с тем эти общие принципы формирования фондов не исключают различий в самом механизме экономического стиму­лирования. В практике применения этих принципов не должно до­пускаться шаблона, и при необходимости следует учитывать осо­бенности отдельных отраслей. Правила формирования поощри­тельных фондов и фонда развития производства отличаются друг от друга.

Фонд материального поощрения. Материальное поощрение относится к распределительной функ­ции финансов промышленных предприятий и оказывает огромное воздействие на развитие производства, снижение себестоимости, улучшение качества продукции, рост производительности труда, увеличение прибыли. Опыт хозяйствования убедительно подтвер­дил высокую эффективность научно обоснованного и рационально организованного материального поощрения. В последние годы проведены крупные мероприятия по улучшению системы материального поощрения. Основной формой материального стимулирования рабочих и служащих выступает зара­ботная плата; однако большая роль отводится фондуматериаль­ногопоощрения*.* Последовательное осуществление принципа рас­пределения по труду требует оценки трудового вклада не только с позиций индивидуальных результатов, но и учета производственных достижений всего коллектива. Для этого и создается фонд материального поощрения. Его особая экономическая природа за­ключается в том, что он не входит в издержки производства пред­приятия, а образуется из прибыли и поэтому находится в прямой зависимости от результатов хозяйствования коллектива в целом. В планах предприятий фонд материального поощрения обра­зуется по стабильным нормативам от плановойсуммыприбыли*,* остающейся в распоряжении предприятий. Нормативы формиро­вания фонда материального поощрения определяются от прибыли исходя из пропорции ее распределения в базовом году, заданий и расчетов плана как отношение суммы фонда к сумме прибыли, остающейся в распоряжении предприятий. В процессе исчисления норматива в сумму фонда материального поощрения базового года включаются премиальныефонды*,* источником образования которых являются прибыль и себестоимость продукции. Средства для обеспечения выплат всех перечисленных премий должны быть учтены в плановой прибыли по годам. Норматив образования фонда материального поощрения уста­навливается предприятием заблаговременно до начала составле­ния финансового плана. Предусматривается фонд материального поощрения в финансо­вом плане предприятий по кварталам и рассчитывается по утвержденным нормативам от прибыли, остающейся в их распоряжении. Отчисления в фонд проводятся ежеквартально нарастающим итогом по утвержденным нормативам от фактической прибыли, остающейся в распоряжении предприятий. Фонд материального поощрения может изменяться (увеличиваться или уменьшаться) в зависимости от выполнения плана реализации продукции с учетом выполнения обязательств по постав­кам в соответствии с заключенными договорами и принятыми к исполнению заказами-нарядами. При полном выполнении договоров фонд материального поощрения, предусмотренный предприятием на соответствующий квартал, в котором обеспечено выполнение обязательств по поставкам и выполнение недопоставок за предыдущий период, увеличивается на определенный процент. Указанное увеличение фонда материального поощрения сохраняется и в том случае, когда в каком-либо квартале проис­ходит досрочное выполнение плана и в связи с этим не выполняется план поставок в последующем квартале (но при условии выполнения плана поставок нарастающим итогом с начала года). В случае невыполнения предприятиями обязательств по по­ставкам в соответствии с заключенными договорами и приняты­ми к исполнению заказами-нарядами фонд материального поощ­рения, предусмотренный в финансовом плане на соответствующий квартал, уменьшается на определенную сумму за каждый процент недовложения. Высвободившиеся средства перечисляются в финансовый резерв предприятий. Средства фонда материального поощрения расходуются по специальной смете, проект которой вносится на обсуждение тру­дового коллектива предприятия и после его одобрения утверж­дается совместным решением администрации и профсоюзного ко­митета. Коллектив предприятия постоянно информируется адми­нистрацией и профсоюзным комитетом об исполнении указанной сметы. При составлении сметы расходования фонда материально­го поощрения рекомендуется учитывать необходимость поощре­ния работников за успешное решение задач по повышению эффек­тивности производства, технического уровня и качества выпускае­мой продукции, росту объемов производства и т. д.

Фонд материального поощрения используется конкретно на выплату премий и вознаграждений, для оплаты работникам оче­редных отпусков в части, соответствующей их доле заработной платы. По согласованию с трудовыми коллективами администрация предприятий может передать часть средств фонда предприятиям-смежникам, строительным, научно-исследовательским и технологи­ческим организациям для стимулирования решения сложных тех­нологических проблем, а также ускоренного выполнения работ по техническому перевооружению основных фондов. Кроме того, часть фонда может быть передана в фонд социального развития с це­лью использования в первоочередном порядке на финансирование строительства объектов социально-культурного назначения. С сог­ласия трудового коллектива средства фонда материального поощ­рения используются на покрытие перерасхода фонда заработной платы. Неиспользованные остатки средств фонда материального поощ­рения изъятию не подлежат и используются в следующем году.

Фонд социального развития образуется но стабильным нормативам от плановой суммы прибыли, оставшейся в распоряжении предприятий. Нормативы определяются как отношение размера фонда к при­были, остающейся в распоряжения предприятий. При разработке нормативов образования фонда учитываются затраты на строи­тельство жилья и других объектов непроизводственного назначе­ния, расходы на покрытие убытков жилищно-коммунального хо­зяйства, содержание детских дошкольных учреждений, мероприя­тия по просвещению и здравоохранению, выплату разницы в це­нах на топливо и покупную теплоэнергию, выплату разницы меж­ду закупочными и розничными ценами на сельскохозяйственную продукцию, отпускаемую подсобными хозяйствами для обществен­ного питания, расходы по хозяйственному содержанию объектов культурно-бытового, оздоровительного назначения и пионерских лагерей. Нормативы образования фонда социального развития устанав­ливаются предприятиям заблаговременно до начала составление финансового плана. В целях развития внутрихозяйственного расчета средства фонда социального развития могут передаваться в рас­поряжение производственных единиц и цехов. Размер таких средств ставится в зависимость от результатов их работы. Фонд социального развития предусматривается в финансовом плане предприятия пропорционально квартальному распределению прибыли, оставшейся в его распоряжении. По согласованию с трудовыми коллективами предприятия часть средств фонда социального развития передают предприятиям – смежникам для стимулирования решения сложных технических проблем и ускорения технического перевооружения основных фон­дов. Отчисления от прибыли в фонд социального развития осуществ­ляются в течение года ежеквартально с начала года нарастающим итогом по утвержденным нормативам. Кроме того, в течение года фонд социального развития может увеличиваться на сумму средств, полученных в счет погашения задолженности по ссудам, выданным на улучшение жилищных условий или обзаведение домашним хозяйством. Средства фонда социального развития расходуются по смете, проект которой выносится на обсуждение трудового коллектива, предприятия и после его одобрения утверждается совместным решением администрации и профсоюзного комитета. Трудовые коллективы самостоятельно определяют конкретные направления по использованию средств фонда, включая финанси­рование расходов по содержанию детских дошкольных учрежде­ний, мероприятий но просвещению и здравоохранению, а также по содержанию объектов социально-культурного и коммунально-бытового назначения. Однако при составлении сметы не менее 50% средств фонда рекомендуется направлять на строительство жилых домов и дру­гих объектов социального назначения. Средства фонда социального развития могут использоваться на строительство, расширение и капитальный ремонт жилых домов, детских дошкольных учреждений, профилакториев, столовых, буфетов, пионерских лагерей, домов отдыха, пансионатов и санаториев, загородных баз отдыха, спортивных сооружений и других объектов культурно-бытового и медицинского назначения, на приобретение специализированных транспортных средств, оборудования и инвентаря для перечисленных объектов. Кроме того, за счет средств фонда приобретаются средства наглядной агитации, медикаменты, путевки в дома отдыха, пансионаты, санатории, туристские базы и для путешествий, производятся культурно-просветительные и физкультурные мероприятия, оформляются колонны демонстрантов, украшаются здания в праздничные дни, создаются музеи предприятий.

Образование фонда развития производства создает предпосылки для успешного входа предприятий в систему рыночной эконо­мики. В настоящее время фонд позволяет создавать экономические условия для проявления инициативы, использовать особенности местных условий, быстрее получать отдачу от достижений научно-технического прогресса, внедрять эффективные мероприятия, не предусмотренные планом. Среди фондов экономического стимулирования фонд развития производства занимает ведущее место. Из данного фонда в промышленности расходуется более 40% от общей суммы фондов образованных в современных условиях. В связи с этим функциональное назначение фонда развития производства значительно расширяется. Он становится основным источником финансирования выделенных в народнохозяйственные планы государственных капитальных вложений не только на техническое перевооружение предприятий, но и на реконструкцию которая проводилась раньше за счет других источников. В целях дальнейшего расширения самостоятельности пред­приятий в ускоренном обновлении основных производственных фондов, повышения экономической эффективности действующего производства и качества продукции за счет внедрения новой тех­ники и прогрессивных технологий в порядок образования и исполь­зования фонда развития производства внесены существенные из­менения. Фонд развития производства, науки и техники на предприятиях образуется за счет амортизационных отчислений, предназначен­ных для полного восстановления основных фондов, отчислений от прибыли, оставляемой в распоряжении предприятий, по нормати­вам, установленным в процентах к ней, и выручки от реализации излишнего имущества, числящегося в составе основных фондов. Нормативы образования фонда устанавливаются предприятия­ми самостоятельно до начала составления финансового плана. Абсолютные размеры фонда определяются в пятилетнем и го­довых планах предприятия расчетно путем умножения величины каждого из предусмотренных в плане размеров фондообразующих показателей на соответствующий норматив. Распределение в годовом плане по кварталам абсолютной суммы фонда осуществляется пропорционально квартальному распределению фондообразующих показателей. Фактические отчисления в фонд развития производства, науки и техники проводятся предприятиями в течение года ежеквартально нарастающим итогом от прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, и амортизационных отчислений на полное восста­новление основных фондов. Кроме того, в фонд развития произ­водства могут направляться средства финансового резерва пред­приятия, часть средств, получаемых предприятием от других предприятий, использующих его научно-технические разработки, часть прибыли, фактически полученной предприятием от реали­зации товаров народного потребления и изделий из отходов про­изводства. Средства фонда используются предприятиями самостоятельно по специальной смете, проект которой обсуждается советом трудо­вого коллектива, а затем утверждается совместным решением ад­министрации и профсоюзного комитета. Средства фонда развития производства, науки и техники могут быть направлены на: финансирование затрат по техническому перевооружению, финансирование затрат по подготовке и освоению новой и мо­дернизированной продукции, изготовлению опытных образцов, внедрению прогрессивных технологических процессов; проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и проектных работ; компенсаций повышенных затрат на производство новой про­дукции в период се освоения; финансирование прироста норматива собственная оборотная средств; финансирование затрат по участию в строительстве, реконст­рукции, ремонту и содержании местных автомобильных дорог; организацию и развитие подсобного сельского хозяйства; создание и расширение мощностей по производству товаров народного потребления и оказанию услуг населению; возмещение затрат, связанных с получением в установленном порядке от других предприятий проектной документации для по­вторного применения и оказанием помощи в ее использовании; погашение предоставленных предприятию долгосрочных и дру­гих кредитов, а также уплату процентов по ним; частичное возмещение затрат по подготовке молодых специалистов; осуществление природоохранных мероприятий и др. Предприятия имеют право по согласованию с трудовыми кол­лективами передавать часть средств фонда развития производст­ва, науки и техники предприятиям-смежникам и научно-исследо­вательским организациям для стимулирования решения сложных технических проблем, а также ускоренного выполнения работ по техническому перевооружению основных фондов, выполняемых.

В условиях действующего производства. При недостаточности средств фонда развития производства, науки и техники предприятия могут использовать кредиты банка на плановые затраты, связанные с проведением мероприятий по техническому перевооружению, реконструкции и расширению действующих предприятий, а также проведение высокоэффективных мероприятий по техническому перевооружению сверх лимита го­сударственных капитальных вложений при условии окупаемости затрат в срок до пяти лет. Средства фонда изъятию у предприятий не подлежат и могут накапливаться для осуществления необходимых мероприятий в дальнейшем.

Фонд производственного и социального развития образуется за счет дохода (прибыли), остающегося в распоряжении пред­приятий, по стабильным нормативам, а также амортизационных отчислений, предназначенные для полного восстановления основ­ных фондов. Предприятия, впервые образующие этот фонд для расчета норматива образования, должны определить общий его размер как сумму фонда развития производства, науки и техники и фонда социального развития. При этом для расчета фонда раз­вития производства, науки и техники определяется объем капи­тальных вложений, подлежащих финансированию за счет средств этого фонда. Данный объем представляет разность между общим лимитом капитальных вложений на строительство объектов про­изводственного назначения и объемом капитальных вложений, осуществляемых за счет государственных централизованных ка­питальных вложений. Затем рассчитываются другие затраты. Для расчета фонда социального развития используется методика, из­ложенная ранее. После расчета общего размера фонда производственного и со­циального развития определяются источники его образования – доход (прибыль), амортизационные отчисления, выручка от реа­лизации неиспользованного имущества и другие источники. Размеры нормативов образования фонда производственного и социального развития рассчитываются путем деления частей фон­да, образуемых за счет отчислений от прибыли (дохода) и амор­тизационных отчислений, соответственно на сумму прибыли (до­хода), остающейся в распоряжении предприятий, и на сумму амор­тизационных отчислений, предназначенных для полного восстанов­ления основных фондов. Для обеспечения стабильности условий работы предприятий нормативы отчислений в фонд производст­венного и социального развития от прибыли (дохода), остающей­ся в распоряжении предприятий, усредняются по годам пятилетки. Стабильные нормативы образования фонда утверждаются мини­стерством по согласованию с комитетом профсоюза. Абсолютные размеры фонда производственного и социального развития определяются предприятиями в плане и фактически путем умножения нормативов на величины соответствующих фондообразующих показателей, исчисленных нарастающим итогом с на­чала года. Средства фонда, как и других фондов, расходуются по смете, проект которой обсуждается трудовым коллективом и утвержда­ется совместным решением администрации, совета трудового кол­лектива и профсоюзного комитета./7/

**Заключение**

Данная курсовая работа является теоретическим обоснованием отношений между государством как собственником и предприятиями, которые были им созданы, поэтому здесь всё просто и ясно. На практике же зачастую возникает целый ряд проблем в этих отношениях именно из-за распределения прибыли, это связано с нестабильной политической обстановкой, сложной экономикой, бедным бюджетом. Государство стремится взять как можно больше, иногда не заботясь о будущей ликвидности, платежеспособности унитарного предприятия, руководители унитарных предприятий находятся между двух огней с одной стороны подчинение, с другой стремление к техническому и интеллектуальному развитию компании. Эти отношения в дальнейшем изменятся в лучшую сторону, так как развитие страны неизбежно, а пока государство усиливает своё присутствие на предпринимательской арене российской экономики. Связано это со слабостью частного сектора в переходный период, зарубежный опыт свидетельствует, что присутствие государственных гарантий в управлении заинтересовывает частные организации.

**Список использованных источников**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1. – М., 1995.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 2. – М., 1996.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 1. – М., 1998.
4. Закон РФ «О налоге на прибыль предприятий и организаций» от

 27 декабря 1991 г. № 2116-1.

1. Федеральный закон РФ «О федеральных государственных унитарных предприятиях» от 06 декабря 1999 г. № 1348.
2. Бабич А.М., Павлова Л.Н. Государственные и муниципальные финансы.

 М – 2000 г.

1. Добров В.Н. Финансирование и кредитование в промышленности.

 М – 1991 г.

1. Дойников И.В. Государственное предпринимательство. М – 2000 г.
2. Государственные финансы. Под ред. Федосова В.М., Киев – 1991 г.
3. Моляков Д.С. Финансы предприятий отраслей народного хозяйства.

 М – 1999 г.

1. Моляков Д.С., Шохин А.С. Теория финансов предприятий. М – 2000г.
2. Орешин В.П. Государственное регулирование национальной экономики.

 М – 1999 г.

13.Современная экономика. Общедоступный курс. Ростов-на-Дону – 1996 г.

14.Управление государственной собственностью. Под ред. Кошкина В.Д.

 М – 1997 г.

15.Справочник директора предприятия. Под ред. Лапусты М.Г. М – 2000 г.

16.Справочник финансиста государственного предприятия. Под ред. Романовского М.В., Лазарева И.Н. М – 1990 г.

17.Справочник финансиста предприятия. Под ред. Уткина З.А. М – 1998 г.

18.Мандрица А.П., Руковинников Р.М. Финансовое право.

 Ростов-на-Дону – 1999 г.