1. **Понятие, цели и содержание управленческого анализа**

Если ранее многие системы внутрипроизводственного учета ориентировались только на одну цель: калькулирование себестоимости для оценки запасов и определения прибыли, то современные системы управления более сбалансированы. Наряду с традиционными задачами они включают для прогнозирования экономических последствий следующие решения:

выпускать продукцию или прервать;

производить ли комплектующие изделия или покупать;

какую установить цену;

покупать ли предложенное оборудование;

менять ли технологию и организацию производства;

продвигать ли по службе этого менеджера;

закрыть ли этот цех или производство?

Наличие самостоятельного управленческого учета и анализа позволяет более четко управлять ресурсами и затратами, ориентируя их на конечные результаты:

объем продукции, прибыль, маржа, финансовые операции.

Управленческий учет и анализ призваны решать вопросы формирования затрат, эффективности использования ресурсов, а также производства и реализации продукции.

Управленческий анализ предваряет создание и обсуждение финансовых результатов. Управленческий уровень отражает внутренние проблемы предприятия: размеры, стоимость и эффективность использования ресурсов производства, измерение затрат, формирование центров производства продукции, ее качество, конкурентоспособность, цену, сферу реализации, т.е. все те моменты, от которых зависят финансовые результаты. Внутренний учет и анализ ориентированы на цели руководства предприятием.

Управленческий анализ сопровождает управленческий учет, базируется на его информации, обеспечивая принятие управленческих решений.

Управленческий анализ, призван обеспечить управленческий аппарат организации, предприятия информацией, необходимой для управления и контроля за деятельностью организации и помогающей управленческому аппарату в выполнении его функций. Большая часть аналитической информации, связанная с анализом ресурсов производства, представляет собой промежуточную информацию, которая в конечном счете отражается в определенных результативных показателях.

Объекты управленческого учета и анализа гораздо шире, чем только учет и анализ затрат. Это позволяет сформулировать систему целей управленческого анализа:

1) оценить место предприятия на рынке данного товара;

1.1) определить организационно-технические возможности предприятия;

1.2) выявить конкурентоспособность продукции, емкость рынка;

2) проанализировать ресурсные возможности увеличения объема производства и продаж за счет лучшего использования: средств труда; предметов труда; трудовых ресурсов;

3) оценить возможные результаты производства и реализации продукции и пути ускорения процессов производства и реализации; 4) принять решения по ассортименту и качеству продукции, запуску в производство новых образцов продукции;

5) выработать стратегию управления затратами на производство по отклонениям, по центрам затрат, ответственности;

6) определить политику ценообразования;

7) проанализировать взаимосвязь объема продаж, затрат и прибыли с целью управления безубыточностью производства.

От правильности и результативности внутреннего управленческого учета и анализа зависит основной результат - прибыль, которая затем становится объектом финансового анализа. В этом единство целей учета и анализа. Процесс управления - это непрерывный, целенаправленный социально-экономический и организационно-технический процесс, осуществляемый с помощью различных методов и технических средств для достижения поставленных задач.

1. **УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**2.1 Анализ производства и реализации продукции (работ, услуг)**

управленческий учет анализ

Выпуск продукции для удовлетворения определенной общественной потребности - основное назначение предприятия. Однако предприятие должно производить только те виды продукции и в таком объеме, которые оно может реально реализовать. Темпы роста объема производства и реализации продукции, повышение ее качества непосредственно влияют на величину издержек, прибыль и рентабельность предприятия. Поэтому анализ выпуска продукции имеет важное значение.

Цель анализа заключается в выявлении наиболее эффективных путей увеличения объема производства и реализации продукции, улучшения ее качества, расширения рынков сбыта.

Основными задачами анализа объема производства и реализации продукции являются:

• оценка динамики и степени выполнения плана производства и реализации продукции;

• определение влияния факторов на изменение объема и ассортимента продукции;

• оценка выполнения договоров по объему, ритмичности поставок, качеству и комплектности продукции;

• выявление внутрипроизводственных резервов увеличения выпуска и реализации продукции, улучшения ее качества.

В объем произведенной промышленной продукции (работ, услуг) включается стоимость готовых изделий и продуктов, выработанных за отчетный период и предназначенных для реализации на сторону, передачи своему капитальному строительству и своим непромышленным подразделениям, зачисленных в состав собственных основных фондов, а также выдачи своим работникам в счет оплаты труда; работ (услуг) промышленного характера, выполненных по заказам со стороны, для своего капитального строительства и своих непромышленных подразделений, а также работ по модернизации и реконструкции собственного оборудования, произведенных за отчетный период работ по изготовлению продукции с длительным производственным циклом, производство которых в отчетном периоде не завершено; полуфабрикатов своей выработки, отпущенных за отчетный период на сторону, своему капстроительству и своим непромышленным подразделениям, независимо от того, выработаны они в отчетном периоде или ранее.

Объем продукции (работ, услуг) оценивается в фактических оптовых (отпускных) ценах (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей).

**2.2 Общая характеристика динамики и выполнения плана производства продукции**

Продукция предприятия - это совокупность потребительных стоимостей, являющихся прямым полезным результатом его основной деятельности.

Объем производства промышленной продукции может выражаться в натуральных, условно-натуральных, трудовых и стоимостных измерителях.

Валовая продукция - это стоимость всей произведенной продукции и выполненных работ, включая незавершенное производство.

В качестве сопоставимых цен можно использовать оптовые (отпускные) цены отчетного года.

Нормативные трудозатраты (нормо-часы или нормативная заработная плата) используются также для обобщенной оценки объемов выпуска продукции в подразделениях предприятия в тех случаях, когда в условиях многономенклатурного производства не представляется возможным использовать натуральные или условно- натуральные измерители.

При анализе объема продукции (работ, услуг) необходимо также различать следующие показатели: номенклатура, ассортимент и структура продукции (работ, услуг).

Номенклатура - перечень наименований изделий, выпускаемых предприятием, и работ, производимых им.

Ассортимент - перечень наименований изделий с указанием объема выпуска по каждому виду. Он бывает полный, групповой, внутригрупповой.

Структура - соотношение (удельный вес) выпуска отдельных видов изделий в общем объеме произведенной продукции.

Анализ производства продукции следует начинать с оценки динамики и выполнения плана по общему объему выпущенной продукции. В процессе анализа проверяется выполнение плана по выпуску продукции и дается характеристика изменения объема производства по сравнению с предшествующим отчетным периодом.

**2.3 Анализ ассортимента и качества продукции**

Большое влияние на результаты хозяйственной деятельности оказывают ассортимент (номенклатура) и структура производства и реализации продукции.

При формировании ассортимента и структуры выпуска продукции предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой - наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении. Система формирования ассортимента включает в себя следующие основные моменты:

определение текущих и перспективных потребностей покупателей;

оценку уровня конкурентоспособности выпускаемой или планируемой к выпуску продукции;

изучение жизненного цикла изделий и принятия своевременных мер по внедрению новых, более совершенных видов продукции и изъятие из производственной программы морально устаревших и экономически неэффективных изделий;

оценку экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте продукции.

Оценка выполнения плана по ассортименту продукции обычно производится с помощью одноименного коэффициента, который рассчитывается путем деления общего фактического выпуска продукции, зачтенного в выполнение плана по ассортименту, на общий плановый выпуск продукции (продукция, изготовленная сверх плана или не предусмотренная планом, не засчитывается в выполнение плана по ассортименту).

Увеличение объема производства (реализации) по одним видам и сокращение по другим видам продукции приводит к изменению ее структуры, т.е. соотношения отдельных изделий в общем их выпуске. Выполнить план по структуре - значит сохранить в фактическом выпуске продукции запланированные соотношения отдельных ее видов.

Изменение структуры производства оказывает большое влияние на все экономические показатели: объем выпуска в стоимостной оценке, материалоемкость, себестоимость товарной продукции, прибыль, рентабельность. Для расчета влияния структурного фактора на объем производства продукции в стоимостном выражении можно использовать также способ абсолютных разниц. Сначала необходимо определить, как изменится средний уровень цены 1 т.у.б. (Δ,Цстр) за счет структуры:

Δ,Цстр = L (УДiф – Удiпл.)Цinл / 100

Затем, умножая полученный результат на общий фактический объем производства продукции в условно-натуральном выражении, узнаем изменение объема товарной продукции в стоимостном выражении:

ΔВПстр = ΔЦстр Х Vф.общ.

Расчет влияния структурного фактора на изменение выпуска продукции в стоимостном выражении можно произвести и с помощью средневзвешенных цен (если продукция однородная).

**2.4 Анализ качества и конкурентоспособности продукции**

Качество продукции регламентируется и устанавливается сертификатом качества. Оно влияет на объем выпуска и продаж в стоимостном выражении потому, что дает основания для более высокой цены и увеличения спроса на более качественную продукцию. Различают и анализируют качество работы и качество продукции.

Качественная продукция, как правило, бывает конкурентоспособной и обеспечивает данному предприятию устойчивый рынок сбыта. Под конкурентоспособностью понимается способность продукции находить сбыт на рынке при наличии изделий-аналогов. Продукция считается конкурентоспособной, если она приносит предприятию устойчивую прибыль на любом отрезке жизненного цикла продукции. Исходя из этого, главным признаком качественности и конкурент способности продукции является рост объема продаж. Покупательный спрос на продукцию предполагает наличие определенных запросов к изделию в момент его приобретения и эксплуатации.

Учитывая это, при определении конкурентоспособности и пользуют следующие параметры:

1) характеризующие назначение продукции, т.е. определяющие область применения и физические свойства изделия;

2) характеризующие изделие с точки зрения его соответствия свойствам человеческого организма (эргономические);

3) для моделирования внешнего восприятия изделия (эстетические);

4) характеризующие свойства изделия (нормативные).

Поскольку отдельные параметры неравнозначны для общей характеристики конкурентоспособности, то каждому параметру присваиваются баллы и удельный вес этого параметра в общей оценке.

Сводная оценка по изделию Кксп будет равна:

*Коэффициент конкурентоспособности изделия (Кксп) = ∑ (балл каждого параметра \* уд.вес этого параметра в общей оценке) / общая* сумма *баллов базовой модели*

Общим показателем роста качества при устоявшихся рыночных отношениях является возможное поднятие цены на данный вид продукции, т.е. увеличение цены должно сопровождаться приростом определенной суммы качества. Признаком качества в процессе эксплуатации является динамика объема рекламаций, санкций за качество и затрат на гарантийный ремонт, дополнительное обслуживание, переделку. Поэтому необходимо проследить динамику этих показателей, а также относительный показатель названных затрат на 1 руб. или 1000 руб. выручки.

Качество готовой продукции во многом определяется качеством производственного процесса. Он предопределяет выходные данные произведенной продукции. В этом смысле показателем качества работы является брак:

а) внутренний, т.е. обнаруженный в процессе производства;

б) внешний, т.е. обнаруженный в процессе эксплуатации.

Если внутренний брак обнаруживается в процессе производства, то внешний - в процессе эксплуатации, и тогда влияние отражается в размере рекламаций, штрафов и претензий. Следует изучить их динамику, выделить узлы и детали, по которым чаще всего идет рекламация, установить, какие меры приняты для ликвидации причин данного вида брака, какие санкции применяются к виновникам и как это отражается на результатах производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

**2.5 Формы представления информации**

По характеру данных можно выделить текстовое и числовое представление информации, по объектам представления - табличное, формульное и графическое, по носителям информации - классические (вербальное представление информации, представление на бумажных, аудио- и видеоносителях) и компьютерные.

Текстовая и числовая формы представления информации

Большая часть информации, используемой человечеством, представлена в текстовой форме. В виде текстов оформлены вводные разделы разного рода аналитических обзоров, докладов, отчетов, а иногда и перечисленные документы целиком. Такая форма представления сведений традиционна не только для систем управления организациями, но и для всех прочих сфер человеческой деятельности

В отличие от текстовой числовая информация в больших объемах уместна лишь в аналитических материалах, предназначенных для подготовленных пользователей. Это касается как входящей, так и исходящей информации; в любом случае рекомендуется представлять ее в табличной или графической форме, поскольку использование числовой информации в письменных аналитических работах также имеет свои особенности, расчет по отчетности компании нескольких коэффициентов финансового левериджа позволяет по-разному акцентировать внимание пользователя на разных аспектах информации о финансовом положении компании при написании и изучении аналитических обзоров большого объема.

Табличная, формульная и графическая формы представления информации

Спецификой управленческого анализа является обилие числовой информации. Аналитический отчет, подготовленный лишь в виде многостраничного повествования, быстро утомляет пользователя и потому нередко им игнорируется. Чтобы не допустить этого, в анализе используют специальное представление данных - в виде таблиц и графиков.

Таблица - это графический объект, представляющий собой систему строк и столбцов, в которых в определенной последовательности и связи излагаются информативные сведения об анализируемых явлениях и объктах. Обычно в таблицах характеризуемый объект (подлежащее таблицы) располагается слева, а справа (в сказуемом) дается его характеристика, как правило, в количественной форме - в виде системы показателей.

Связи показателей не всегда очевидны из числовых данных, поэтому представление результатов анализа должно содержать и алгоритмы расчетов. Самый наглядный способ представления алгоритмических данных- это формулы, т. е. комбинации знаков,

1 Финансовым левериджем называют структуру пассивов компании. В финансовом анализе рассматривают несколько вариантов расчета показателей, характеризующих эту величину: это может быть балансовое соотношение заемных и собственных средств, находящихся в обороте компании, соотношение собственных и заемных средств, доли собственных и заемных средств в итоге баланса

2 Формульное представление информации в управленческом анализе может иметь и самостоятельное значение тогда, когда задачей анализа является собственно выявление тенденций и закономерностей Вместе с тем в большинстве аналитических задач формульное представление информации - лишь инструмент решения этих задач.

3. Самым простым способом графического представления данных является график Он удобен и для самого аналитика, позволяя ему лучше представить исследуемую совокупность значений изучаемых показателей или характер зависимостей между ними. Графики позволяют сразу видеть пределы рассматриваемых показателей, скорость их изменений, соотношения между ними.

Технология представления информации в виде таблиц и графиков существенно упрощается с использованием в аналитической работе компьютерных про грамм или специальных аналитических пакетов.

Аналитическая деятельность в организациях имеет смысл не «вообще, а в отношении каждой конкретной управленческой проблемы.

Показателем называется характеристика, количественная или качественная, изучаемого объекта, в нашем случае - хозяйственных процессов и управленческих задач в организации.

Важнейшими требованиями, предъявляемыми к системе показателей, являются: охват всех существенных сторон исследуемого объекта, содержательная и формальная связь отдельных показателей, их логическая непротиворечивость. Кроме того, система показателей должна отвечать требованиям обозримости и однозначности исчисления.

Принцип обозримости предполагает наличие некоторого набора показателей, оптимального для данной управленческой проблемы.

Показатели системы должны быть однозначно исчисляемы. Ярким проявлением проблемы неоднозначности исчисления показателей является исчисление рентабельности. В самом общем смысле под рентабельностью понимают относительный показатель финансовой результативности использования вложенных ресурсов, а сам показатель рассчитывается как частное от деления финансового результата за период на среднюю за этот период сумму стоимости ресурсов или затрат, использованных для его получения.

Гораздо больший интерес, нежели исчисление показателей финансовой результативности, в управленческом анализе вызывает проблема формирования себестоимости. В управленческом анализе проблема расчета себестоимости выпуска не является единственной (проводится анализ себестоимостей организационных функций, операций, бизнес-процессов, каналов распространения продукции и др.), эти алгоритмы не стандартизированы, как в финансовом учете, что заметно увеличивает вариабельность возможных расчетных результатов.

Система показателей, формируемая в рамках решения конкретной управленческой проблемы, как правило, включает показатели двух типов:

• абсолютные, измеряемые в денежных, натуральных и условных единицах (к таким показателям относятся, например, затраты на оплату труда, количество минут эфирного времени на рекламу товара, нормо-часы выпуска продукции);

• относительные, исчисляемые в долях или процентах от базовых величин (например, внутренняя доходность инвестиций, темпы роста и прироста любых абсолютных показателей); относительные показатели широко используются в статистике.

**2.6 Анализ безубыточности продаж**

Объем получаемой предприятием прибыли зависит от объемов продаж. Поэтому анализ начинают с сопоставления объемов продаж, выручки и прибыли.

По результатам:

1) оценивают, как изменился каждый показатель(динамика);

2) сопоставляют темпы изменений;

3) выделяют критические годы изменений;

4) рассчитывают среднегодовые темпы изменений;

5) оценивают, сопровождался ли прирост объема приростом прибыли.

Анализируя последнее, следует иметь ввиду, что на прибыль кроме объема продаж влияют изменение цен на продукцию, изменение себестоимости и сдвиги в структуре реализованной продукции. Цель анализа - определить точку критического объема продаж, выше которой идет зона прибыльности предприятия, ниже - зона убытков.

Точка критического объема продаж подлежит постоянному контролю для оценки степени прибыльности предприятия. Количество и структура проданной продукции определяется размером прибыли.

1. **Управленческий учет и анализ торговых организаций**

В учете торговых организаций для исчисления финансовых результатов от продаж определяется себестоимость реализованных товаров, которая формируется на базе расходов по обычным видам деятельности. К данным расходам относятся расходы по приобретению товаров, а также расходы, возникающие непосредственно в процессе продажи (перепродажи) товаров.

Однако на практике в большинстве организаций оптовой торговли себестоимость продаж состоит практически из одного элемента - стоимости товаров, а все прочие расходы списываются в конце отчетного периода на уменьшение финансового результата, в итоге формируется неполная (сокращенная) себестоимость.

Необходимо отметить, что формирование себестоимости продукции, несомненно, является важным этапом учетных работ, который отвечает принципам финансового учета и служит целям налогообложения прибыли, как финансового результата деятельности предприятия.

В связи с чем представляет особую важность анализ отражения в учете исследуемого предприятия затрат по приобретению товаров, как основной части себестоимости продукции торгового учреждения.

Для целей управления целесообразно вести дополнительные аналитические записи по счету 41 «Товары» в соответствии с товарными группами. При этом необходимо учитывать, что товары изначально поступают на склад и лишь потом передаются в торговый отдел.

Для решения проблем управления затратами в оптовой торговле, как и в производственных организациях, особую актуальность имеют учетные задачи распределения затрат между отдельными наименованиями товаров (товарными группами). В целях управления характер учетных записей по отражению затрат на приобретение и реализацию товаров будет более детализированным.

В связи со спецификой оптовой организации круг ее расходов на продажу намного шире, чем на производственных предприятиях. Для их накопления в управленческом учете можно применять так же, как и в финансовом, счет 44 «Расходы на продажу», но с присвоением ему аналитических кодов.

В процессе разделения затрат одной статьи между операциями основной проблемой является обеспечение достоверности распределения затрат. Наиболее точное разделение достигается, если затраты прямо относятся к операции, то есть не требуют искусственного распределения. В противном случае возникает главная проблема калькулирования по любому методу - проблема выбора адекватной базы распределения. для избегания косвенного распределения сумм статей между операциями необходимо организовать учет затрат таким образом, чтобы затраты были первично локализованы.

В результате детализации косвенных расходов анализируются их поведение, состав, способы снижения, что способствует в целом повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия. Для оптовой торговли существенное уменьшение косвенных расходов достигается благодаря вовлечению в учетную систему организации методик бюджетирования, анализу целевой направленности расходов, осмыслению основных бизнес-процессов.

Информация о сумме коммерческих затрат находит отражение в ежемесячных отчетах о величине затрат на продажу по местам их возникновения. Данные формы внутренней отчетности содержат графы для фактических данных и показателей аналогичного периода предыдущего года. В результате менеджмент может непосредственно видеть отклонения и получать другую дополнительную аналитическую информацию.

При розничной купле-продаже продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, передает покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью (ст. 492 ГК РФ).

В магазинах, павильонах и т.п. розничной сети продажу производят за наличные. Товары учитывают по покупным ценам. Разрешается применять и розничные цены с использованием пассивного счета 42 «Торговая наценка»..

Учет товаров по покупным ценам ведут при узком ассортиментном наборе и изменении цен приобретения не чаще одного раза в месяц.

Товары могут поступать и от подотчетных лиц торговой организации. Они закупают товары на рынке за наличные и оформляют акт закупки с указанием фамилии, имени и отчества и данных паспорта продавца.

Розничный товарооборот определяют по сумме выручки. Ее рассчитывают как разность между показателями суммирующих денежных счетчиков касс на конец и на начало дня по каждой секции или по магазину в целом. Сумма выручки ежедневно учитывается в кассовом отчете и периодически отражается при составлении товарного отчета. При этом стоимость реализованных товаров указывают в расходной части товарного отчета материально-ответственного лица. Анализ розничного товарооборота осуществляется по представленным кассовым и товарным отчетам.

**3.1 Особенности анализа прибыли в торговле**

Методика анализа прибыли торговой организации имеет некоторые особенности, обусловленные спецификой формирования доходов и прибыли от продаж. Прибыль в торговле определяется как разность дохода и расходов нa продажи. Доход от продаж в свою очередь определяется как сумма торговых надбавок за вычетом налога на добавленную стоимость. Доход от продаж может быть рассчитан на основании бухгалтерской отчетности форма №2 «Отчет о прибылях и убытках» как разница между выручкой от продажи товаров и себестоимостью проданных товаров. Доход от продаж - основной прибылеобразующий показатель, поэтому на первом этапе анализа прибыли проводится его факторный анализ.

Доход от продаж может быть представлен как произведение товарооборота и уровня дохода от продаж:

Np хУдр ДР=(Νр\*Удр) /100 где

уровень любого показателя в торговле представляет собой отношение соответствующего показателя к розничному (оптовому) товарообороту. Уровни не только измеряют доходность и издержкоемкость товаров, но несут и другую смысловую нагрузку. Так, уровень дохода от продаж дает количественную оценку доли торговой организации в розничной цене. Чем выше уровень дохода от продаж, тем выше доля организации в цене, тем выше разница между ценой покупки и ценой продажи. Уровень дохода является для торговли показателем цены, изменяя который, организация может увеличивать или сокращать объем спроса, выбирая тем самым оптимальные их сочетания, добиваясь наибольшего объема дохода от продаж.

Оба фактора в модели дохода от продаж подчиняются действию закона спроса. Увеличение уровня дохода от продаж при эластичном спросе ведет к снижению объема товарооборота, поэтому с помощью факторного анализа дохода от продаж можно дать оценку проводимой в организации ценовой политики.

С другой стороны, уровень дохода является усредненным показателем доходности отдельных наименований товаров и испытывает влияние структурных сдвигов. Повышение в товарообороте числа товаров с высоким уровнем торговой надбавки увеличивает средний уровень дохода продаж. Однако влияние структурных сдвигов на изменение уровня дохода от продаж требует организации учета доходности по каждой товарной группе.

Следующий этап анализа прибыли - изучение влияния расходов на продажи на прибыль. Традиционный подход к анализу прибыли не предусматривает деления расходов на переменные и постоянные, предполагается, что все расходы в равной мере зависят от товарооборота. При оценке влияния расходов на прибыль для исключения влияния объема продаж используется уровень расходов на продажи.

**3.2 Учет и анализ изделий в розничной сети**

Поступающие в буфеты, магазины кулинарии и мелкорозничную сеть готовые изделия, полуфабрикаты и товары из производства, кладовой или непосредственно от поставщиков передаются под материальную ответственность (в собственность) буфетчика, продавца, заведующего магазином.

Оприходование продукции кухни в буфеты, магазины и другую розничную сеть производится по накладным или дневным заборным листам.

Товары и изделия кухни, находящиеся в буфетах и мелкорозничной сети, учитывают суммарно по цене приобретения с добавлением единого показателя наценок на счете 41 «Товары», субсчет 2 «Товары в розничной торговле». В магазинах кулинарии учет указанных изделий ведется аналогично.

В столовых общеобразовательных учреждений, перешедших в полное хозяйственное ведение, допускается расчет стоимости блюд по стоимости рациона.

1. **АНАЛИЗ ПЛАНА ПЕРЕВОЗОК**

При анализе выполнения плана перевозок определяют уровень выполнения плана по всем видам перевозок (грузовым, автобусным и таксомоторным), степень использования подвижного состава и других основных фондов, влияние отдельных эксплуатационных и организационных факторов на выполнение плана перевозок, экономию живого и овеществленного труда и резервы роста. На основе анализа разрабатывают рекомендации по устранению выявленных потерь и использованию резервов роста объемов перевозок. Анализ выполнения плана перевозок должен проводиться в тесной взаимосвязи с анализом выполнения плана по производительности труда, себестоимости, доходам и прибыли.

Анализ выполнения плана перевозок начинают со сравнения фактически выполненного объема перевозок и транспортной работы с плановыми показателями и отчетными данными за предыдущий период, а также сравнения фактического объема доходов с плановым. В результате определяют увеличение или уменьшение объема выполненных перевозок или объема доходов (по каждому виду) по сравнению с планом и предшествующим периодом.

В пассажирских АТП выполнение плана определяют по количеству перевезенных пассажиров, выполненных пассажиро-километров, автомобиле-часов работы; в таксомоторных - по числу платных километров. Увеличение или уменьшение объема выполненных перевозок показывается в долях или процентах.

В смешанных АТП, кроме указанных расчетов, определяют процент выполнения плана перевозок в целом по предприятию после перевода транспортной работы в условные единицы - приведенные тонно-километры, а также в результате сравнения фактического объема доходов с плановым.

После определения выполнения плана перевозок в целом по предприятию анализируют выполнение плана по грузоотправителям и видам перевозок и по родам грузов. Выполнение плана перевозок по грузоотправителям (в процентах) сравнивают со средним значением. В том случае, если по отдельным грузоотправителям имеется большое отклонение выполнения плана (в сторону снижения) от среднего, устанавливают причины недовыполнения плана перевозок по данному грузоотправителю и определяют его влияние на общий показатель. Такими причинами, как правило, являются неудовлетворительная организация перевозок или невыполнение договорных условий грузоотправителями (отсутствие грузов, предъявление грузов к перевозке с опозданием, плохая работа складов и погрузочных пунктов и др.).

Большое значение имеет анализ ритмичности перевозок по месяцам и в течение каждого месяца. Нарушение ритмичности перевозок приводит к недостаточному использованию производственных мощностей, срыву выполнения планов предприятий и организаций грузовладельцев, к необходимости сверхурочных работ.

Целью анализа ритмичности перевозок в отдельные месяцы, декады и дни. Это позволит повысить производительность труда, снизить себестоимость перевозок и повысить рентабельность работы предприятия.

Следующим этапом анализа выполнения плана перевозок является определение степени влияния каждого эксплуатационного показателя на выполнение плана перевозок

Финансовый план автотранспортного предприятия представляет собой совокупность финансовых расчетов по всем разделам производственной и хозяйственной деятельности. Финансовый план является документом, на основании которого осуществляется финансирование по отдельным разделам деятельности предприятия в соответствии с хозяйственным планом. Предприятие самостоятельно разрабатывают и утверждает финансовые планы, в которых определяют плановые пропорции распределения прибыли и доходов, а также сумму расходов.

В результате финансового планирования выявляются резервы, определяются пути наиболее эффективного использования основных и оборотных средств, трудовых и природных ресурсов, достигается повышение производительности труда и рентабельности предприятия; определяется обеспеченность АТП финансовыми ресурсами, устанавливаются взаимоотношения с государственным бюджетом и коммерческими банками.

1. **АНАЛИЗ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ**

Бухгалтерский учeт операций по капитальному строительству ведется в порядке, установленном Положением по бухгалтерскому учету «Учет договоров (контрактов) на капитальное строительство» (ПБУ 2/94), а также Положением по бухгалтерскому учету долгосрочных инвестиций. В соответствии с действующим законодательством функции инвестора, застройщика и подрядчика могут выполняться одним или несколькими хозяйствующими субъектами. Это может происходить в тех случаях, когда организация осуществляет строительство собственными силами за счет собственных средств, являясь при этом инвестором и застройщиком в одном лице.

При выполнении работ хозяйственным способом строительство нового объекта или реконструкция старого осуществляется собственными силами организации без привлечения подрядных строительно-монтажных организаций.

При подрядном способе производства строительно-монтажные работы выполняются специализированной строительной организацией (подрядчиком), каковыми являются физические и юридические лица, выполняющие работы по договорам подряда (контрактам), заключаемым с заказчиками согласно нормам ГК РФ. Подрядчики обязаны иметь лицензию на осуществление ими соответствующих видов деятельности. Предприятия же, специализирующиеся на организации капитального строительства в этом случае являются застройщиками. Под застройщиками понимаются предприятия, специализирующиеся на выполнении функций, связанных с организацией строительства объектов, контролем за его ходом и ведением бухгалтерского учета производимых при этом затрат. Расходы по содержанию застройщиков производятся за счет средств, предназначенных на финансирование капитального строительства, и включаются в инвентарную стоимость вводимых в эксплуатацию объектов. При выполнении строительных работ подрядным способом застройщик по отношению к подрядной строительной организации выступает в роли заказчика.

Инвестором выступает юридическое или физическое лицо, осуществляющее вложения собственных, заемных и привлеченных средств в производство работ.

Хозяйственный способ

Для выполнения работ хозяйственным способом в структуре организации должно быть создано специальное подразделение, имеющее лицензию на производство строительно-монтажных работ.

Наиболее удобно применение хозяйственного Способа при реконструкции или расширении действующих предприятий, при строительстве небольших объектов вспомогательного назначения на территории существующего предприятия.

Подрядный способ

При выполнении работ подрядным способом застройщик по отношению к подрядной организации выступает заказчиком.

Сторонами договора строительного подряда в этом случае являются три организации: инвестор, обеспечивающий строительство необходимыми финансовыми ресурсами; заказчик, выполняющий функции по организации строительного процесса, по целесообразному и эффективному использованию источников финансирования, по осуществлению расчетов за выполненные строительно-монтажные работы (строительную продукцию); подрядная строительная организация, которая непосредственно выполняет (самостоятельно или посредством привлечения субподрядных организаций) весь объем работ, связанных со строительством объекта.

В практической деятельности могут возникать следующие ситуации:

- инвестор, заказчик и подрядчик являются отдельными юридическими лицами, независимыми между собой;

- инвестор и заказчик представляют одно юридическое лицо;

- инвестор является отдельной организацией, а функции заказчика и подрядчика выполняются одним юридическим лицом;

- инвестор, заказчик и подрядчик представляют одно юридическое лицо.

2. Оформление подрядной организацией расчетных документов на оплату выполненных строительно-монтажных работ и оплата их заказчиком. Порядок и сроки оформления таких документов определяются договором строительного подряда. Инвестор в этих расчетах не участвует.

3. Завершение работ по договору строительного подряда и передача законченного строительством объекта инвестору. В бухгалтерском учете подрядной строительной организации данная операция оформляется аналогично сдаче этапов выполненных работ.

Если организация осуществляет функции заказчика не только за счет своих средств, на и для других организаций (если строительства ведется на условиях долевого участия), по завершении строительства на счет 01 списывается только та часть инвентарной стоимости объекта, которая остается в распоряжении организации, являющейся заказчикам. Соответственно, и к налоговому вычету предъявляется не вся сумма НДС, а талька та ее часть, которая соответствует использованным средствам. В этом случае следует считать распределение НДС, подлежащего предъявлению к вычету или зачету, пропорционально сметной стоимости строительства.

С одной стороны, предложенная детальная аналитика позволяет накапливать статистический материал для анализа по каждому принципиальному виду расходов, что необходимо для принятия правильных управленческих решений. С другой стороны, есть возможность группировать счета «низшей детализацию» в более крупные группы расходов для целей финансового или налогового учета.

Такая гибкая организация структуры счетов позволяет вести весь учет на едином информационном поле проводок и избегать ошибок, возникающих из-за двойного учета информации.

1. **Анализ экономического состояния коммерческого банка**

Анализ финансового состояния банка строится на отчетных (чаще балансовых) данных банка. При этом важно иметь в виду, что анализ финансового состояния банка, в основе которого лежат различные показатели, важен, но этого недостаточно.

Для того чтобы дать обоснованную оценку финансового состояния коммерческого банка, необходимо располагать достаточной информацией о его деятельности. Такая информация содержится в годовых отчетах коммерческих банков, а для ее детализации используют данные бухгалтерского (аналитического) учета.

По результатам своей работы российские коммерческие банки отчитываются перед государственными органами, представляя следующие Основные формы Отчетности.

Годовой отчет банка представляется в ЦБ РФ. Основное содержание Годового Отчета банка составляют: Годовой баланс банка отчет о финансовых результатах деятельности банка, структур; доходов и расходов, порядок распределения прибыли, Основные Показатели ликвидности, размер собственного капитала банка, данные о кредитной, ресурсной Политике банка, внешнеэкономической деятельности, операциях с ценными бумагами, крупнейших инвестициях.

Общая финансовая отчетность также представляется в ЦБ РФ.

Финансовая отчетность включает:

предварительный и окончательный балансовый отчет;

отчет о прибылях и убытках;

анализ отдельных счетов, анализ кредитного портфеля;

информацию о резервах на возможные потери по ссудам, наращенных процентах;

анализ активов и пассивов по срокам востребования и погашения;

данные об основных средствах и нематериальных активах, движении собственных средств;

анализ валютной позиции;

сведения о работниках банка.

• Экономические нормативы деятельности банка рассчитываются и представляются ежемесячно в Банк России.

• Данные, характеризующие кредитный портфель банка, представляются ежеквартально в ЦБ РФ.

• Отчет о результатах расходования предприятиями, учреждениями, организациями средств на потребление ежеквартально направляется в Управление денежного обращения ЦБ РФ.

• Отчет о кассовых оборотах составляется ежемесячно и каждые 5 дней и представляется в РКЦ ЦБ РФ. Он содержит статьи прихода и расхода средств из касс банка, балансовую строку и контрольный арифметический итог.

Основной документ для анализа финансового состояния коммерческого банка - это баланс коммерческого банка. Публикуемые балансы коммерческих банков составляются по унифицированной в каждой стране системе. Балансы коммерческих банков строятся по принципу группировки операций с понижением ликвидности статей по активу и степени востребования средств по пассиву. В нашей стране, как уже отмечалось выше, основным синтезирующим источником информации, отражающим работу банка, является бухгалтерский баланс.

Для анализа баланса необходимо предоставление различных частей актива и пассива, доходов по различным видам активов и расходов на разные группы пассивов. Целесообразно проводить анализ банковского баланса в динамике, в сравнении с другими коммерческими банками.