СОДЕРЖАНИЕ

Введение…………………………………………………………………………...3

1 Теоретические основы анализа показателей деятельности предприятия………………………………………………………………...……..8

* 1. Понятие, функции и значение финансовой аналитики в коммерческой компании………………………………………………………………………..8
	2. Программные средства для финансового учета и аналитики…………..17

2 Методические основы для оценки результатов коммерческой деятельности компании…………………………………………………………………………23

2.1 Методы оценки финансовых результатов коммерческой деятельности.23

2.2 Методология оценки финансовой и управленческой деятельности компании ………………………………………………………………………28

3 Анализ коммерческой деятельности ООО «Ревизор» ………………………31

3.1 Описание деятельности ООО «Ревизор»…………………………..….…31

3.2 Система учета финансовых результатов ООО «Ревизор»………………35

3.3 Анализ и оценка финансовых показателей предприятия…………………………………………………………………...39

3.4 Предложения по совершенствованию деятельности компании «Ревизор»… …………………………………………………………………...54

Заключение…………………………………………………………….…………62

Список использованной литературы……………………………………………64

# СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

B2B – Business-to-Business.

BPM – Business process management.

CRM – Customer relationship management.

ERP – Enterprise Resource Planning.

IT – Information technology.

ВКР – Выпускная квалификационная работа.

ИП – Индивидуальный Предприниматель.

ООО – Общество с ограниченной ответственностью.

ПО – Программное обеспечение.

ЭДО – Электронный документооборот.

ВВЕДЕНИЕ

Аналитика результатов коммерческой деятельности компании является критически важной для успешного функционирования бизнеса в современном конкурентном рынке. Проведение анализа финансовых данных, оценка эффективности работы персонала, отслеживание тенденций рынка и требований потребителей – все это необходимо для принятия обоснованных бизнес-решений и формирования стратегии развития компании.

Одной из основных задач аналитики результатов коммерческой деятельности является выявление факторов, которые могут повлиять на прибыльность компании. Это могут быть как экономические, так и внешние факторы, такие как изменение потребительских предпочтений, новые требования законодательства и т.д. Только имея актуальную информацию об этих факторах, компания может оперативно реагировать на изменения на рынке и принимать меры для увеличения своей прибыльности.

Кроме того, аналитика результатов коммерческой деятельности позволяет выявлять эффективность конкретных инвестиций, проектов и кампаний, что помогает компании выстраивать свои приоритеты на основе данных. Также, анализ результатов может помочь выявить проблемные зоны в бизнес-процессах компании, что позволит оптимизировать работу, повысить эффективность и снизить издержки.

В свете того, что конкуренция на рынке ведет к усилению требований к эффективности управления и росту прибыльности, аналитика результатов коммерческой деятельности становится необходимым фактором для успешной работы компании.

Объект исследования – финансовая и управленческая деятельность коммерческой организации.

Предмет исследования – методы и инструменты анализа результатов коммерческой деятельности организации.

Цель исследования – анализ финансовой и управленческой деятельности компании ООО «Ревизор» с целью оценки финансового состояния компании, эффективности внутренних бизнес-процессов, а также разработки рекомендаций для совершенствования и оптимизации коммерческой деятельности, позволяющей повысить конкурентоспособность и прибыльность компании~~.~~

Задачи исследования:

* изучить теоретические основы аналитической деятельности;
* исследовать программные средства для финансового учета и аналитики;
* собрать и проанализировать финансовые данные о продажах, прибыли, затратах и других финансовых показателях компании за определенный период времени;
* определить структуру учета финансовых результатов;
* выявить ключевые факторы, влияющие на успех коммерческой деятельности компании: конкурентную среду, цены, каналы сбыта;
* определить, какие продукты или услуги компании приносят наибольшую прибыль, какие – наименьшую.

Методы исследования:

* анализ финансовых показателей;
* анализ внешней среды организации;
* анализ внутренней среды организации.

Информационная базу исследования составили различные финансовые отчеты компании, данные о продажах компании и о региональном рынке аутсорсинговых услуг.