

Miejsce analizy finansowej w systemie analiz

Działalność każdego podmiotu gospodarującego wymaga okresowej analizy. Analiza ta powinna pozwolić, z jednej strony na ustalenie, czy dotychczasowa działalność dała zamierzone efekty, z drugiej zaś na określenie kierunków i sposobów doskonalenia dalszej działalności [L. Bednarski: Analiza finansowa w przedsiębiorstwie, PWE, Warszawa 1998, s. 9].

Analiza działalności przedsiębiorstwa w warunkach gospodarki rynkowej powinna obejmować:

- analizę otoczenia przedsiębiorstwa (analiza rynku, analiza konkurencji),
- analizę ekonomiczną (analiza finansowa, analiza techniczno-ekonomiczna).

Analiza otoczenia ma na celu rozpoznanie pozycji przedsiębiorstwa na rynku i uwzględnienie ryzyka związanego z otoczeniem oraz określenie silnych i słabych punktów jego działalności.

Analiza rynku obejmuje badanie popytu na produkty i usługi, sposoby ich dostaw na rynek oraz dystrybucję produktów firmy. Szczególnie ważnym elementem takiej analizy jest ocena segmentacji rynku. W jej zakres wchodzi określenie wymagań rynku, przewidywanych trendów i zmian w rozmiarach popytu rynkowego, dystrybucji. Wyniki i ustalenia badań rynku wykorzystuje się w analizie dochodów ze sprzedaży stanowiących podstawowy element obliczeniowy wyniku finansowego przedsiębiorstwa [Por. W. Grudziński: Biznes plan podstawowy instrument we współczesnym kierowaniu firmą, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw” 1991, nr 9].

Analiza konkurencji ma na celu identyfikację głównych

konkurentów przez badanie u każdego z nich rozmiarów jego sprzedaży, wskaźników wzrostu oraz wyznaczenia silnych i słabych stron każdej firmy konkurencyjnej. Tylko poprzez poznanie konkurencji można zapobiec utracie miejsca na rynku. W krajach zachodnich do tego elementu przywiązuje się dość sporo uwagi. Przedsiębiorstwa nie tylko oceniają swoich konkurentów, ale również starają się przewidzieć jaką strategię przyjmują oni na rynku [E. Budole: So durchleuchten mir die Konkurrenz, „Management Zeitschrift“ 1989, nr 5]. W analizie konkurencji należy ustalić, w jakich grupach klientów konkurent ma lepsze, gorsze lub takie samo powodzenie [Por. H. J. Wornecke: Gesetzmässigkeiten zur Gestaltung, 1989, tom XII, nr 12]. Na tych informacjach można oprzeć politykę cenową i zmodyfikować odpowiednio politykę marketingu.

Przewagę konkurencyjną na rynku odznaczającym się nadmiernymi zdolnościami produkcyjnymi można uzyskać tylko dzięki szybkiemu reagowaniu na zmiany. Podstawą takiej reakcji są *informacje i analizy*.

Zasadniczą częścią analizy działalności przedsiębiorstwa jest analiza ekonomiczna. Obejmuje ona dwa działy: analizę finansową oraz analizę techniczno-ekonomiczną, przy czym w warunkach gospodarki rynkowej, decydujące znaczenie zyskuje analiza finansowa.

Podstawowym celem analizy finansowej jest przedstawienie przeszłego, obecnego i przyszłego obrazu przedsiębiorstwa z określeniem najistotniejszego aspektu jego funkcjonowania, tzn. finansów. Odniesienie bowiem sukcesu finansowego i przeciwdziałanie bankructwu są celami nadrzędnymi firmy. Do zagadnień leżących w sferze zainteresowania analizy finansowej należy przede wszystkim zaliczyć: wstępną i rozwiniętą analizę bilansu, rachunku wyników, źródeł przychodów, analizę wyniku w finansowego i czynników go kształtujących oraz analizę sytuacji finansowej badanej jednostki gospodarczej na podstawie analizy wskaźnikowej.

Istotą oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstwa jest jego zyskowność a także zdolność do wywiązywania się z zobowiązań finansowych zarówno krótkoterminowych jak i długoterminowych, natomiast jej wartość praktyczna zależy od właściwego ustalenia czynników wpływających na kondycję finansową przedsiębiorstwa oraz dokładnego określenia kierunków ich oddziaływania [T. Waśniewski, W. Skoczyła: Analiza finansowa przedsiębiorstwa przy gospodarce rynkowej, „Rachunkowość” 1997, nr 3].

W zależności od tego kto przeprowadza analizę i jakiemu celowi ona służy, można wyróżnić analizę finansową: wewnętrzną i zewnętrzną [M. Sierpińska, T. Jachna: Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych, PWN, Warszawa 1995, s. 11-14].

Wewnętrzną analizę finansową przeprowadza kierownictwo przedsiębiorstwa we własnym zakresie dla potrzeb bieżącego i strategicznego zarządzania.

Analizę zewnętrzną przeprowadzają z reguły banki, inwestorzy, dostawcy, prasa itp. w oparciu o dostępne im materiały, jakimi zazwyczaj są roczny bilans i rachunek wyników.

Przedmiotem wewnętrznej i zewnętrznej analizy finansowej jest:

- struktura aktywów (proporcje między majątkiem trwałym i obrotowym oraz rotacja środków),
- finansowanie (pochodzenie i zmiany kapitału, struktura pasywów, terminy spłaty zobowiązań, bezpieczeństwo finansowe),
- płynność środków (zdolność płatnicza, upłynnienie majątku, pokrycie majątku kapitałem),
- zysk (analiza rentowności).

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.