Rynkowa korekta płynności finansowej

Płynność finansowa stanowi obszar szczególnego zainteresowania kierownictwa przedsiębiorstw. Firma jest bowiem w stanie funkcjonować bez gotówki do momentu, w którym nie wyczerpie posiadanych zasobów majątku płynnego albo też przestanie być zasilana kapitałowo przez banki. Toteż troską kierownictwa jest generowanie w toku działalności operacyjnej takiej gotówki, która wystarcza na terminowe regulowanie zobowiązań bieżących. Miarą płynności finansowej, jaką posługują się w praktyce menedżerowie, jest wskaźnik bieżącej płynności finansowej. Pokazuje on, w jakim stopniu zasoby majątku obrotowego gwarantują pokrycie bieżących zobowiązań finansowych przedsiębiorstwa. Jednak taki sposób pomiaru płynności finansowej wykazuje szereg niedociągnięć metodycznych. Wśród najistotniejszych z nich wymienia się [L. Bernstem, Financial Statement Analysis, Irwin, Homewood 1978, s. 462.]:

Wskaźnik ten mierzy pokrycie przyszłych zobowiązań przedsiębiorstwa aktywami, którymi rozporządza ono w bieżącym okresie. Realnie kształtującą go wielkością nie jest majątek obrotowy, choćby składał się on z doskonale płynnych elementów, ale przyszły strumień cash flow związany przede wszystkim z poziomem sprzedaży. Dodać należy, że zobowiązania bieżące zawsze są wielkością bardziej sztywną niż majątek obrotowy, który ulega zmianom wraz ze zmianami poziomu sprzedaży.

Do obliczania wskaźnika bieżącego wykorzystuje się aktywa bieżące i pasywa bieżące według stanu z określonego momentu czasu, na który zostało sporządzone zestawienie finansowe. W ten sposób rachunkiem są objęte jedynie wielkości historyczne majątku i zobowiązań. Przyjęcie historycznego kryterium ujęcia elementów obliczeniowych wskaźnika płynności finansowej nie

pozwala na uwzględnienie dwóch istotnych dla badania płynności finansowej aspektów, a mianowicie;

– oddziaływania o charakterze prospektywnym czynnika struktury zobowiązań bieżących, a w szczególności wymagalności wchodzących w ich skład elementów,

– wielkości zapotrzebowania na kapitał obrotowy netto, będący wyznacznikiem rozmiarów środków finansowych, jakie muszą być zaangażowane, aby zachować płynność finansową.

Poziom wskaźnika płynności finansowej może być wynikiem różnych manipulacji, szczególnie gdy służy on do oceny kadry menedżerskiej. Jest on ustalany bowiem na podstawie wielkości zasobowych umieszczonych w sprawozdaniu finansowym na koniec okresu. W celu uzyskania pożądanego poziomu wskaźnika przedsiębiorstwo może zaostrzyć pod koniec tego okresu politykę ściągania należności, zlikwidować nadwyżkę zapasów, wyhamować wypływ gotówki z firmy w ciągu ostatnich dwóch dni okresu obliczeniowego dla uzyskania określonego poziomu gotówki na koniec tego okresu.

Jednym z najpoważniejszych zarzutów stawianych metodyce obliczania wskaźnika bieżącej płynności finansowej jest jednak brak pełnej zgodności między księgową a rynkową wartością majątku obrotowego. Majątek obrotowy jest ujmowany w sprawozdaniach (bilansie, w sprawozdaniu bieżącym F-01) po koszcie historycznym, który prawie zawsze jest różny od jego wartości rynkowej. Ponadto majątek ten zgodnie z zasadą ostrożnej wyceny może być zaniżony w stosunku do rzeczywistej jego wartości. Odnosi się to głównie do papierów wartościowych, przeznaczonych do obrotu, w przypadku których przedsiębiorstwo nie musi ujawniać ich bieżącej wartości, o ile jest ona wyższa od ceny nabycia tych papierów.

Przedstawiona krytyka wskaźnika bieżącej płynności finansowej wskazuje na potrzebę dokonania redefinicji stojących u podstaw jego obliczania wielkości majątku obrotowego i zobowiązań

bieżących. Zasadniczą podstawą weryfikacji tych elementów powinna być posiadana przez nie właściwość oddziaływania na płynność finansową przedsiębiorstwa w określonym momencie w przyszłości Chodzi tu o okres, w ciągu którego przedsiębiorstwo musi dokonać także rekonfiguracji składników majątku obrotowego, aby mogły być zaspokojone wszystkie zobowiązania bieżące o terminie wymagalności przypadającym na ten moment. Przez rekonfigurację należy tu rozumieć krótkookresowe przekształcenie struktury majątku obrotowego w wyniku zamiany mniej płynnych składników tego majątku na bardziej płynne. Pozwala to objąć rachunkiem płynności tylko te elementy majątku i zobowiązań, których stany na określony moment wyznaczą rzeczywistą miarę płynności finansowej. Wynika to z faktu, że w praktyce w przedsiębiorstwie, które nie utraciło zdolności płatniczej, zawsze tylko część zobowiązań, a mianowicie ta wymagalna natychmiast musi być pokryta przez część najbardziej płynnego majątku obrotowego. Ustalanie stosunku całego majątku obrotowego do całych zobowiązań bieżących w sytuacji realnych problemów płatniczych przedsiębiorstwa ma jedynie tę treść informacyjną przy ocenie płynności finansowej, że określa relatywną nadwyżkę majątku obrotowego nad zobowiązaniami krótkoterminowymi. Im wyższa jest ta nadwyżka, tym większe jest prawdopodobieństwo uzyskania wpływów z upłynnienia majątku obrotowego na poziomie koniecznym do pokrycia zobowiązań. Jednakże sytuacja taka może oznaczać utrzymywanie zbędnej nadwyżki płynności nie przyczyniającej się ani do maksymalizacji wpływów ze sprzedaży, ani do optymalnego poziomu płynności finansowej.

Na podstawie powyższych uwag można podzielić zobowiązania krótkoterminowe na dwie grupy:

– Zobowiązania stale wymagalne. Są nimi zobowiązania, które odnawiają się w przedsiębiorstwie z taką częstotliwością, że precyzyjne ustalenie momentu ich płatności jest nieefektywne. Wśród tej grupy pasywów można wymienić przede wszystkim zobowiązania z tytułu dostaw i usług, ponieważ powstają one w

przedsiębiorstwie spontanicznie w wyniku dokonywanych transakcji zakupu.

– Zobowiązania wymagalne okresowo, czyli takie, które są płatne na określony moment czasowy i przedsiębiorstwo z góry zna termin ich wymagalności, a dodatkowo może dokładnie oszacować rozmiar środków obrotowych, jakie będzie musiało zgromadzić, aby je uregulować. Do tej grupy zobowiązań można zaliczyć przykładowo odsetki i raty kredytów, zobowiązania podatkowe wobec ZUS i innych instytucji publicznoprawnych.

Rozróżnienie tych dwóch rodzajów zobowiązań wymaga od przedsiębiorstwa dysponowania permanentnie rozporządzalnym płynnym majątkiem obrotowym na pokrycie zobowiązań stale wymagalnych oraz majątkiem rozporządzalnym tylko w określonym momencie dla likwidacji zobowiązań wymagalnych okresowo.

Rozpatrywanie aktywów bieżących 'od strony ich właściwości do pokrycia zobowiązań krótkoterminowych na określony moment w przyszłości oznacza konieczność uwzględnienia wpływu na tę właściwość trzech istotnych czynników:

Po pierwsze, należy określić, na ile zgromadzony w przedsiębiorstwie majątek obrotowy może być zamieniony na gotówkę na dany moment czasowy. Rzeczywiste pokrycie zobowiązań tym majątkiem jest wyznaczone przez stopień utraty jego wartości przy sprzedaży bądź uzyskania wartości wyższej niż wartość ewidencyjna. Im większe odchylenie, tym większa lub mniejsza wartość danej części majątku obrotowego jako źródła pokrycia zobowiązań. Zasadniczy wpływ ma na to okres, jaki upływa od momentu transferu danej postaci majątku obrotowego na gotówkę do momentu płatności zobowiązania. Na przykład zapasy produkcji w toku w okresie miesiąca przy trzymiesięcznym cyklu produkcyjnym mogą być uznane za całkowicie niepłynne, ale w okresie czterech miesięcy stanowią wystarczające zabezpieczenie płatności, np. rat kwartalnych kredytu.

Po drugie, istotne jest, czy wśród aktywów płynnych są aktywa, którymi przedsiębiorstwo dysponuje w ograniczonym zakresie. Można wymienić trzy podstawowe rodzaje zdarzeń, które wpływają na ograniczenie ich rozporządzalności [G. Welsch, D. Newman, Ch. Zlatkovich, Intermedidte Accounting, Irwin, Homewood 1986, s.l96.]:

– wyłączenie na skutek umów z partnerami ekonomicznymi,

– ulokowanie na rezerwie potrzebnej na realizację określonego zadania gospodarczego,

– obecność w danym składniku majątku elementów zamrożonych na dłużej niż rok obrotowy (np. należności sporne).

Po trzecie, włącza się do majątku obrotowego takie elementy majątku, które na określony moment czasowy będą podlegały udokumentowanej konwersji postaci, a przez to zmienią stan majątku obrotowego. Majątkiem obrotowym mogą na tej podstawie zostać aktywa trwałe oraz niepłynny dzisiaj majątek, którego udokumentowana sprzedaż będzie skutkować w postaci wpływu środków pieniężnych. Przez udokumentowaną konwersję należy tutaj rozumieć operację gospodarczą potwierdzoną, nadającą danemu zdarzeniu charakter zdarzenia pewnego. Mogą to być umowy wstępne na sprzedaż, należności od odbiorców w drodze itp. Możliwość zakwalifikowania przyszłych strumieni finansowych do majątku obrotowego wynika z faktu, że w praktyce jedyną grupą tego majątku o najwyższej płynności są środki pieniężne oraz papiery do obrotu. Konwersja pozostałych składników majątku obrotowego na gotówkę zawsze zależy od czasochłonnych zabiegów i ponoszenia kosztów. Oznacza to, ze prawdopodobieństwo szybkiej i pełnej konwersji majątku obrotowego na gotówkę jest zbliżone do prawdopodobieństwa wpływu gotówki z udokumentowanych operacji gospodarczych. W obu przypadkach zależy to od czasu konwersji i jakości danego aktywu jako źródła pokrycia zobowiązań.

Zastosowanie poczynionych uwag do określenia wielkości majątku

obrotowego można w praktyce sprowadzić do rozpatrzenia tego majątku pod kątem

– jego rynkowej wyceny,

– stopnia rozporządzalności poszczególnymi składnikami majątku,

– określenia rozmiarów potencjalnych wpływów gotówkowych z konwersji tego majątku na gotówkę.

Tak więc ustalenie realnej wielkości majątku obrotowego, zabezpieczającego zobowiązania krótkoterminowe, narzuca konieczność korekty poszczególnych składników tego majątku.

Zapasy surowców koryguje się o ich część niepłynną, czyli zaliczki na poczet dostaw, produkcję w toku (bez półfabrykatów), surowce i materiały zbędne oraz wyroby gotowe i towary nie znajdujące nabywców. Ponadto należy uwzględnić, że wartość wyrobów gotowych oraz towarów, ujęta w sprawozdaniu finansowym, jest zaniżona. Wyroby gotowe ewidencjonuje się według kosztu wytworzenia. Wielkość realnej gotówki, jaka wpłynie z ich sprzedaży będzie wyższa od kosztu wytworzenia o marżę pokrycia (koszty ogólne .zarządu i koszty sprzedaży plus zysk). Z kolei wielkość gotówki, jaka wpłynie ze sprzedaży towarów ewidencjonowanych po cenie nabycia, będzie wyższa o realizowaną marżę handlową, pomniejszoną o koszty handlowe.

Z należności ogółem powinny zostać wyłączone należności nieściągalne i sporne oraz należności wekslowe, jeśli są one związane z należnościami przeterminowanymi. Zgodnie z rozwiązaniami prawnymi dotyczącymi podatku dochodowego na należności nieściągalne (powstałe z ugod bankowych, układów sądowych oraz upadłości przedsiębiorstw), można tworzyć rezerwy w ciężar kosztów uznanych przez fiskusa za koszty uzyskania przychodów. Natomiast ustawa o rachunkowości dopuszcza tworzenie rezerw na należności przeterminowane powyżej pół roku. Jednak jeżeli nie są one uzasadnione

prawnie, nie mogą być uznane za koszty uzyskania przychodów.

Powstaje zatem problem, jaka część należności przeterminowanych, czyli takich, których termin płatności przekroczył wymagany przez przedsiębiorstwo okres ich spływu, powinna być uznana za niepłynną. Dla wyznaczenia poziomu niepłynnych należności przeterminowanych można przyjąć dwa parametry charakteryzujące te należności: jakość i płynność. Jakość należności oznacza prawdopodobieństwo ich wpłynięcia w wyznaczonym terminie i ustalonej wielkości, natomiast płynność należności wyraża ich właściwość do jak najszybszej zamiany na środki pieniężne.

Gotówkę w kasie i na rachunku bankowym należy skorygować o wielkość, która:

– została przeznaczona na nadchodzącą płatność, na przykład na zakup środków trwałych,

– na mocy umów z bankiem lub inną instytucją finansową musi być utrzymywana na rachunku rozliczeniowym; umowy takie obejmować mogą szeroki zakres przypadków, jednakże typowymi przykładami są tu rachunki czekowe oraz blokada środków na import.

Papiery wartościowe mogą być powiększone o wielkość tzw. cichej rezerwy, czyli o różnicę między ich bieżącą ceną rynkową a ceną nabycia.

Rozliczenia między okresowe czynne, jeśli mają niewielki udział w aktywach bieżących, mogą być po prostu z nich wyłączone. W innych przypadkach powinno się zbadać długość okresu zamrożenia nakładów (zwłaszcza nakładów na nową produkcję).

Korygując zobowiązania krótkoterminowe w celu ustalenia ich poziomu przypadającego na majątek obrotowy, stanowiący ich zabezpieczenie, należy uwzględnić terminy wymagalności tych zobowiązań oraz włączyć do nich takie zobowiązania, których

pokrycie wymaga uprzedniej rekonfiguracji majątku obrotowego. Rozwiązaniem, które pozwoliłoby związać termin wymagalności skorygowanych zobowiązań bieżących ze skorygowanymi aktywami bieżący mi, doprowadzając je do porównywalności, jest koncepcja cyklu obiegu go tówki. Cykl ten określa długość czasu od momentu odpływu gotówki na zakup surowców i materiałów do momentu jej wpływu z zainkasowanych należności. Jest on sumą cyklu zapasów oraz cyklu należności pomniejszoną o cykl zobowiązań terminowych. Cykl obiegu gotówki daje możliwość ustale nia poziomu pokrycia aktywami bieżącymi pasywów bieżących na określony moment poprzez to, że wyznacza okres niezbędny do konwersji na gotówkę podstawowych składników majątku, jakimi są zapasy i należności. W praktyce do obliczenia skorygowanych zobowiązań krótkoterminowych przyjmuje się zobowiązania natychmiast wymagalne. Na podstawie skorygowanej wielkości aktywów bieżących oraz pasywów bieżących można ustalić skorygowany wskaźnik bieżącej płynności finansowej (WBPFs). Ma on następującą postać:

Minimalny poziom wskaźnika może wynosić jeden, ponieważ w składzie aktywów bieżących znajduje się wyłącznie majątek o najwyższej płynności, a pasywa bieżące obejmują długi o krótkim okresie wymagalności [W. Meighs, R. Meighs, Financial Accounting, Mc Graw-Hill, New York 1987, s. 615.].

W celu uzyskania dodatkowych informacji na temat kształtowania się płynności finansowej w przedsiębiorstwie celowe jest ustalenie stosunku obu Wskaźników, bieżącego i skorygowanego. Wskaźnik ten ma postać:

Na jego podstawie można poczynić następujące obserwacje:

Poziom C = l wskazuje na doskonałą zgodność między księgową a rynkową wartością pokrycia pasywów bieżących aktywami obrotowymi, a równocześnie na pełne odzwierciedlenie przez wskaźnik bieżący płynności finansowej przedsiębiorstwa,

Poziom C>1 informuje, że przedsiębiorstwo dysponuje większym

rozmiarem majątku płynnego, niż wynika to z ewidencji księgowej. Przedsiębiorstwo ma płynność wyższą, wynikającą z potencjalnego strumienia środków pieniężnych, niż płynność zmierzona wskaźnikiem bieżącej płynności finansowej. Nadwyżka płynności oznacza dla niego istnienie realnego marginesu bezpieczeństwa, który powinien być brany pod uwagę przy konstruowaniu polityki kredytowej przedsiębiorstwa,

Poziom C<1 zdążający do 0 oznacza, że realny majątek obrotowy przedsiębiorstwa jest dużo niższy, niż wynika to z zapisów księgowych. Im bliższa zeru jest wartość wskaźnika, tym większa jest różnica między księgową a rynkową wyceną majątku obrotowego. W sytuacji rzeczywistej utraty płynności finansowej kierownictwo może nie zdążyć poprawić sytuacji i przywrócić równowagi finansowej firmy.

Ustalenie skorygowanego wskaźnika płynności finansowej oraz wynikających z niego relacji jest pomocne w sterowaniu płynnością finansową. Jednak warunkiem koniecznym przy obliczaniu tego wskaźnika jest znajomość poza-księgowych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstwa, a w szczególności rynkowej wartości majątku obrotowego.

Reasumując, wyliczenie wskaźników: bieżącego i skorygowanego oraz ich relacji może być pomocne przy określaniu optymalnej wielkości wskaźnika bieżącego, aby w przypadku niedoboru płynności podwyższać jego poziom, a w sytuacji nadwyżki płynności proporcjonalnie obniżać wielkość aktywów bieżących.

Płynność finansowa jest kluczowym aspektem funkcjonowania każdego podmiotu gospodarczego, warunkującym zdolność do terminowego regulowania zobowiązań i utrzymania stabilności operacyjnej. W sytuacji, gdy przedsiębiorstwo napotyka trudności związane z utrzymaniem płynności, niezbędne staje się zastosowanie mechanizmów rynkowej korekty płynności finansowej. Obejmuje ona różnorodne działania dostosowawcze, mające na celu przywrócenie równowagi finansowej oraz poprawę zdolności do zarządzania bieżącymi zobowiązaniami.

Jednym z podstawowych mechanizmów rynkowej korekty płynności jest **optymalizacja struktury kapitałowej**, polegająca na dostosowaniu poziomu zobowiązań krótkoterminowych i długoterminowych do aktualnych możliwości finansowych przedsiębiorstwa. Firmy w trudnej sytuacji płynnościowej często decydują się na negocjacje z wierzycielami w celu restrukturyzacji zadłużenia. Może to obejmować zmianę harmonogramu spłat, wydłużenie okresu kredytowania lub obniżenie kosztów finansowania. Tego rodzaju działania pozwalają uniknąć kryzysu płynnościowego i zapewniają większą elastyczność w zarządzaniu finansami.

Innym istotnym narzędziem rynkowej korekty płynności finansowej jest **zwiększenie efektywności zarządzania kapitałem obrotowym**. Przedsiębiorstwa mogą skrócić cykl konwersji gotówki poprzez poprawę rotacji zapasów, przyspieszenie spływu należności lub wydłużenie okresu regulowania zobowiązań. Przykładem może być wdrożenie polityki bardziej agresywnego monitorowania należności, renegocjowanie warunków płatności z dostawcami lub poprawa zarządzania zapasami w celu redukcji nadmiernych kosztów magazynowania.

Rynkowa korekta płynności obejmuje również **pozyskiwanie dodatkowych źródeł finansowania**, które mogą pochodzić z rynku kapitałowego, kredytowego lub alternatywnych form finansowania. W zależności od sytuacji finansowej przedsiębiorstwa, może to oznaczać emisję obligacji, sprzedaż akcji, skorzystanie z faktoringu lub leasingu operacyjnego. W ostatnich latach coraz większą popularność zyskują również finansowanie crowdfundingowe oraz pożyczki peer-to-peer, które pozwalają firmom na szybkie zdobycie kapitału bez konieczności zaciągania zobowiązań bankowych.

W kontekście korekty płynności finansowej znaczącą rolę odgrywa także **polityka monetarna i regulacje rynku finansowego**. W okresach kryzysu gospodarczego banki centralne często podejmują działania mające na celu poprawę dostępności kapitału poprzez obniżenie stóp procentowych lub wdrażanie

programów wsparcia płynnościowego dla przedsiębiorstw. Dzięki temu firmy mogą uzyskać tańsze finansowanie i łatwiej dostosować się do zmieniających się warunków rynkowych.

Rynkowa korekta płynności finansowej jest procesem dynamicznym i wymaga bieżącej analizy sytuacji ekonomicznej. Przedsiębiorstwa, które na wczesnym etapie identyfikują zagrożenia związane z utratą płynności, mają większe szanse na skuteczne wdrożenie działań naprawczych. Regularne monitorowanie wskaźników płynności, takich jak wskaźnik bieżącej płynności, cykl rotacji należności czy cash flow operacyjny, pozwala na szybką reakcję na potencjalne problemy finansowe.

W kontekście globalnych rynków finansowych rynkowa korekta płynności obejmuje także **mechanizmy interwencyjne instytucji finansowych**, takich jak Międzynarodowy Fundusz Walutowy czy Europejski Bank Centralny. W sytuacjach kryzysowych te podmioty oferują wsparcie finansowe dla państw i sektorów gospodarki borykających się z problemami płynności. Przykładem takiej interwencji była pomoc udzielona Grecji podczas kryzysu zadłużeniowego w strefie euro, polegająca na wdrożeniu programów oszczędnościowych i udostępnieniu linii kredytowych.

Rynkowa korekta płynności finansowej jest więc niezbędnym mechanizmem dostosowawczym, który pozwala firmom, sektorom i całym gospodarkom na zachowanie stabilności finansowej w obliczu zmieniających się warunków rynkowych. Skuteczne zarządzanie płynnością wymaga zarówno umiejętnego wykorzystania dostępnych instrumentów finansowych, jak i elastyczności w dostosowywaniu strategii operacyjnych do bieżącej sytuacji gospodarczej.

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.

Strategie marketingowe wybranych producentów samochodów osobowych

Na czym w istocie zarabiają firmy samochodowe sprzedając różnorodne wersje swoich produktów, jakie odzwierciedlenie w cenie znajdują koncepcje i jakość poszczególnych samochodów. Ten oto problem postanowiłem zbadać za pomocą programu komputerowego STATISTICA [StatSoft, Inc. (1996). STATISTTCA for Windows [Computer program manual]. Tulsa, http://www.statsoft.com]. Na analizę ekonometryczną zdecydowałem się ze względu na od dawna przewidywany wzrost znaczenia metod ekonometrycznych we współczesnym świecie gospodarczym, jako najlepiej opisujących w rzeczowy sposób „chaos" gospodarczy [W. Welfe (red.), Ekonometryczne modele rynku – analiza, prognozy, symulacja, PWE, Warszawa 1977, s. 9-15.].

Program analizuje wpływ poszczególnych, niezależnych od siebie czynników na ceny. Materiał badawczy stanowi zamieszczone poniżej zestawienie zawierające ceny i podstawowe dane techniczne najczęściej sprzedawanych samochodów w Polsce w czasie bezpośrednio poprzedzającym wydanie numeru 3 miesięcznika *„Auto motor i sport" z* marca 2000 roku.

Po wstępnej weryfikacji wszystkich zmiennych, do końcowych obliczeń pozostawiono następujące:

– pojemność silnika w centymetrach sześciennych,

– moc silnika w koniach mechanicznych,

– stosowane paliwo (0-benzyna, l -olej napędowy),

– ilość drzwi,

– typ nadwozia,

– ciężar pojazdu w kilogramach,

– szerokość auta w milimetrach,

– wysokość,

– długość,

– rok wprowadzenia danego modelu na rynek.

Cechy takie jak: zużycie paliwa, przyspieszenie, elastyczność, droga hamowania, średnica zwracania, poziom hałasu są destymulantą, gdyż im mniejsza ich wartość, tym większy dla nas komfort, bezpieczeństwo, funkcjonalność.

Zużycie paliwa – w obecnych warunkach rynkowych, ma dość ważną pozycje, zważywszy na fakt iż ceny te charakteryzują się ciągłą zmianą w zależności od kursu dolara amerykańskiego. Wszystkie z przedstawionych modeli to samochody napędzane przez silniki diesla, co ma też znaczenie, ze względu na niższy koszt oleju napędowego, jednakże może mieć też wpływ na osiągi auta. Samochody z silnikami diesla charakteryzują się troche mniejszą dynamiką w stosunku do porównywalnych samochodów z silnikami benzynowymi. W naszym przypadku wszystkie samochody posiadają silniki diesla o pojemnościach od 1.9 do 2.0 litra. Tak więc, im mniej samochód spali oleju napędowego na 100 kilometrów, tym jego ocena będzie korzystniejsza.

Przyspieszenie samochodu jest adekwatne do wielkości silnika, przy czym proporcjonalnie wzrasta też wielkość spalania. Im bardziej dynamiczniej się poruszamy tym bardziej nasz silnik staje się zachłanny na olej napędowy. Jednak im mniej czasu potrzeba do uzyskania określonej prędkości, tym lepiej. Większość przeprowadzanych testów nowych samochodów jest ukierunkowana na pokazanie po jakim czasie samochód uzyska

daną prędkość – przyspieszenie od 0 do 50 km/h, lub najczęściej od 0 do 100 km/h

Elastyczność – jest związana z dynamiką silnika i uzależniona od jego mocy, momentu obrotowego i odpowiednich przełożeń skrzyni biegów. Jak ważny to element, możemy się przekonać wyprzedzając inne pojazdy na polskich, niestety jeszcze w większości, jednojezdniowych drogach. Im czas rozpędzania będzie krótszy, tym samochód szybciej będzie wyprzedzał innych użytkowników drogi. Krótsze czasy wyprzedzania to mniejsze prawdopodobieństwo czołowego zderzenia z innymi samochodami. Najczęściej przeprowadzane są testy jak auto zachowuje się na III, IV I V biegu, a prędkości wynoszą zazwyczaj od 60 km/h do 120 km/h

Droga hamowania – jest jedną z wielu cech odpowiedzialnych za bezpieczeństwo, i im mniejszy czas i długość na wychamowanie pojazdu, tym dla nas większe poczucie bezpieczeństwa. Wszelkie testy wykonymane przez najróżniejsze pisma związane z motoryzacją przedstawiają drogę hamowania pojazdu z prędkości 100 km/h, przy zimnych i ciepłych hamulcach, ważne jest to, gdy poruszamy się w górzystym terenie i naciskamy często pedał hamulca. Z reguły różnica między tymi testami waha się do kilku metrów.

Średnica zawracania – cecha na którą większość osób nie zwraca uwagi, a jest dość użyteczna, w szczególnie większych miastach, gdzie często musimy manewrować by zaparkować, wtedy przydaje się gdy samochód potrafi w jak najmniejszym stopniu korzystać z biegu wstecznego. Im średnica zawracania mniejsza tym samochód jest łatwiejszy w użytkowaniu.

Poziom hałasu – cecha ta ma wpływ na komfort jazdy, wraz ze wzrostem prędkości wzrasta poziom hałasu wywołanego pracą silnika, oporem powietrza o różne części samochodu, tarciem kół o podłoże jezdni, oraz innymi czynnikami. Cecha ta ma duże znaczenie dla których samochód służy w pracy i podróżowaniu na duże odległości, duży hałas wywołuje migreny i ból głowy.

Cechy takie jak: moc maksymalna, ładowność, pojemność bagażnika, zasięg; są stymulantą, gdyż im większa ich wartość, tym większa dla nas funkcjonalność.

Moc maksymalna – jest cechą dość często uwzględnianą przy zakupie nowego samochodu, charakteryzuje ona przyspieszenie oraz elastyczność, z tego względu im większa jej wartość, tym lepszy komfort, z drugiej strony wraz z jej wzrostem, wzrasta spalanie.

Ładowność – cecha ta mierzona jest w kilogramach, i określa, jaki maksymalny ciężar możemy przewozić, im większa jej wartość, tym większa wartość dla potencjalnego nabywcy, jeśli zamierza wykorzystywać często samochód do przewozu ciężkich przedmiotów, natomiast zwiększenie wagi przewożonych osób, rzeczy, ma wpływ na charakter samochodu – zwiększone spalanie, mniejsze możliwości skrętne, mniejszy komfort.

Pojemność bagażnika – cecha jest powiązana z ładownością, z tym, że jest wyrażona w litrach objętości, którą można przewieźć w samochodzie. Większość samochodów oferuje dodatkowo możliwość dzielenia tylnych siedzeń, co umożliwia na indywidualne dostosowanie wielkości przestrzeni bagażowej dla potrzeb przyszłego użytkownika.

Pojemność baku – dla mnie jest to cecha mało istotna ponieważ w większości naszego kraju, oraz w prawie całej Europie zachodniej i centralnej ilość stacji benzynowej jest wystarczająca na tyle, by nie myśleć, jak duży mamy zbiornik paliwa i czy wystarczy nam na dojechanie do następnej stacji. Możemy ją brać pod uwagę w specyficznych przypadkach oraz dla niektórych klientów – (rynek wschodniej Europy).

Cechę prędkości maksymalnej uznałem za nominantę, z tego względu iż nie jest zbytnio ważne, czy nasz samochód ma dużo większą przewagę nad konkurentami. Cecha ta nie przynosi określonych, wymiernych korzyści. Optymalną wielkość przyjąłem jako średnią z największej i najmniejszej wartości. Jeśli nasz

ranking przeprowadzony byłby dla klientów, którzy są kierowcami rajdowymi, wówczas cecha ta odgrywałaby znacząco rolę jako stymulanta. Tabela którą znajduje się poniżej jest odzwierciedleniem zastosowanych wzorów na destymulantę, stymulantę, nominantę, dla cech które wyodrębniłem wcześniej.

Analiza porównawcza pięciu modeli samochodów: Toyota Avensis 2.0, Peugeot 406 2.0, VW Golf 1.9, Renault Laguna 1.9 oraz Ford Mondeo 2.0 została przeprowadzona na podstawie szeregu cech, które zostały podzielone na trzy kategorie: dynamika (D), nadzwyczajne osiągi (N) oraz samochodowe cechy użytkowe (S).

Dynamika (D)

W zakresie dynamiki uwzględniono takie cechy jak przyspieszenie 0-50 km/h, przyspieszenie 0-100 km/h, zużycie paliwa, droga hamowania od 100-0 km/h, elastyczność na 4. oraz 5. biegu, hałas przy 100 km/h oraz 130 km/h, jak również średnicę zawracania.

VW Golf osiągnął najlepsze wyniki w przyspieszeniu 0-100 km/h oraz drodze hamowania, co świadczy o jego dynamicznym charakterze. Toyota Avensis wykazała się najniższym zużyciem paliwa oraz bardzo dobrą drogą hamowania, co może przemawiać na jej korzyść dla osób szukających oszczędności paliwowych.

Renault Laguna i Ford Mondeo wykazały się dobrą elastycznością na 5. biegu, co może wpływać na komfort jazdy przy wyższych prędkościach. Peugeot 406 z kolei uzyskał najwyższą ocenę w przyspieszeniu na 4. biegu, co wskazuje na jego zwinność przy średnich prędkościach.

Nadzwyczajne osiągi (N)

W tej kategorii uwzględniono jedynie prędkość maksymalną. Najlepsze wyniki osiągnęły Toyota Avensis oraz Renault Laguna, które oferują najwyższą prędkość maksymalną, co może zainteresować kierowców preferujących szybką jazdę na

autostradach. Ford Mondeo również uzyskał wysoki wynik w tej kategorii, natomiast Peugeot 406 i VW Golf wypadły najsłabiej.

Samochodowe cechy użytkowe (S)

Do tej grupy zaliczono moc maksymalną w KM, ładowność, pojemność bagażnika (normalna oraz po złożeniu siedzeń) oraz zasięg w kilometrach.

VW Golf dominuje pod względem mocy maksymalnej, co przekłada się na lepsze osiągi przy dużych prędkościach. Renault Laguna oferuje największą ładowność, co może być korzystne dla osób potrzebujących przestrzeni do przewozu cięższych przedmiotów. Toyota Avensis zdobyła najwyższe oceny pod względem pojemności bagażnika oraz zasięgu w kilometrach, co czyni ją atrakcyjną propozycją dla osób planujących długie podróże.

Analiza pięciu modeli samochodów ujawnia ich zróżnicowane mocne strony w zależności od kategorii cech. VW Golf wyróżnia się najlepszymi osiągami w zakresie dynamiki, a także oferuje największą moc maksymalną. Toyota Avensis imponuje najniższym zużyciem paliwa, bardzo dobrą drogą hamowania oraz dużą pojemnością bagażnika i zasięgiem. Renault Laguna oferuje największą ładowność oraz wysoką prędkość maksymalną, co czyni ją funkcjonalnym pojazdem do dłuższych tras.

Peugeot 406 osiągnął najlepszy wynik w przyspieszeniu na 4. biegu, co może przemawiać na jego korzyść w przypadku jazdy miejskiej i podmiejskiej. Ford Mondeo uzyskał wysokie wyniki pod względem elastyczności oraz prędkości maksymalnej, co przekłada się na komfort jazdy przy wyższych prędkościach.

Ostateczny wybór zależy od indywidualnych preferencji kierowcy oraz priorytetów dotyczących dynamiki, osiągów czy cech użytkowych. Każdy z analizowanych modeli ma swoje zalety i może spełniać różne oczekiwania potencjalnych nabywców.

Poszczególne liczby są odzwierciedleniem cech, uzyskanych ze wzorów:

1 – najlepszy w swojej klasie

(1 ; 0,75) – dobry

(0,75 ; 0,50) – średni

(0,50 ; 0,25) – słaby

(0,25 ; 0) – zły

0 – najgorszy w swojej klasie

Najwięcej najlepszych ocen uzyskał Volkswagen Golf – sześć razy najwyższa ocena, następny to Toyota Avensis i Peugeot 406 – cztery razy, Renault Laguna – trzy razy i Ford Mondeo – jeden raz.

Najwięcej dobrych ocen (0 ; 0,50) uzyskał także Volkswagen Golf – 8 razy, natomiast na drugim miejscu uplasowały się 2 samochody Renault Laguna i Ford Mondeo z siedmioma cechami, na trzecim samochody marki Toyota i Peugeot z sześcioma cechami.

W tabelce powyżej przedstawione są zsumowane cechy dla każdego pojazdu, suma cech danego samochodu może być brana pod uwagę jako średnia ocena cech danego auta, im mniejsza suma, tym samochód jest lepszy od innego. Jest to jednak ocena czysto teoretyczna i uśredniona przez zastosowane wzory.

Wyniki otrzymane po wstawieniu odpowiednich procentów ważności cech są precyzyjniejszą odpowiedzią jaki samochód wybrać, o ile dane procenty charakteryzują osobę, która będzie miała auto takowe nabyć.

Przeprowadzone obliczenia wykazały, że najściślejszą i najbardziej prawdopodobną (prawdopodobieństwo wynosi 95%) regułę stworzyły: moc silnika, stosowane paliwo, masa samochodu oraz jego długość. Według obliczeń każdy dodatkowy koń mechaniczny pod maską kosztuje średnio nieco ponad 161 złotych, a za możliwość korzystania z silnika dieslowskiego należy zapłacić dodatkowo 5908 złotych. Każdy dodatkowy

kilogram auta wart jest średnio około 38,4 złotego, a za auto dłuższe o centymetr zapłacimy o 29 złotych mniej [Weryfikację statystyczną przeprowadzono na podstawie podręcznika: Edward Nowak, Zarys metod ekonometrii, PWN, Warszawa 1997.].

Jak należy zinterpretować przedstawione powyżej wyniki? Otóż większa moc stosowana jest, by polepszyć osiągi samochodu. Z jednej strony jej zwiększenie jest wynikiem bardziej zaawansowanej konstrukcji silnika, z drugiej zaś strony większa moc to większe obciążenia dla całego auta. Jako, że poszczególne wersje kompaktów produkuje się na wspólnych podstawach, nadwoziach, które przewidują już pewien znaczny zakres obciążeń, różnice polegają na zastosowaniu różnych wersji zawieszeń, układów przeniesienia napędu i kierowniczego. Zwiększenie mocy o 20 koni mechanicznych to średni wydatek 3220 złotych, co jest kwotą porównywania z poszczególnymi przypadkami na rynku. Średni wzrost wydatków o blisko 6000 złotych w momencie zakupu silnika Diesla należy tłumaczyć tym, że zdecydowana większość obecnych na rynku konstrukcji to najnowsze silniki wyposażone w drogie turbosprężarki, wielozaworowe głowice, czy wreszcie instalacje bezpośredniego wtrysku paliwa do cylindrów. Wydatek taki może wydawać się zbyt dużym, jednak korzyści wypływające z posiadania od maską nowoczesnego turbodiesla są znaczące. Silniki tego typu swoimi osiągami nie ustępują wcale porównywalnym pojemnością silnikom benzynowym stosowanym w tej klasie aut jednocześnie zużywając dużo mniej tańszego paliwa. Pozostałe koszty użytkowania takiego silnika również są porównywalne do analogicznych „benzynowców". Wszystko to zebrane razem pozwala przewidywać szybki wzrost poniesionego nakładu i dalszą bardzo tanią eksploatację.

Stosunkowo niską ceną charakteryzuje się masa sprzedawanych w Polsce kompaktów. Średnio tylko nieco ponad 38 złotych za każdy następny kilogram pozwala przypuszczać, że zwiększające masę wyposażenie większości samochodów nie jest kupowane w większych ilościach lub nie jest drogie. Praktyka pokazuje, że

większość sprzedawanych w Polsce kompaktów, to ubogie wersje. Tych naprawdę dobrze wyposażonych w standardzie jest niewiele. Widocznie Polacy częściej korzystają z możliwości dokupienia pojedynczych urządzeń z pakietu opcji, czego nie uwzględniają oficjalne statystyki.

Ciekawie natomiast „sprawuje się" długość samochodów. Mianowicie auta dłuższe o metr winny być średnio tańsze o 2907 złotych. Zjawisko to powodowane jest według mnie dwoma zasadniczymi powodami. Po pierwsze w ofercie sprzedawców znajduje się pewien odsetek samochodów krótkich i relatywnie drogich (np. usportowione wersje), a po drugie – wiele czołowych firm chcąc uatrakcyjnić swoją ofertę np. dla słabiej zarabiających rodzin, zrównują ze sobą ceny aut trzy i pięciodrzwiowych, co z kolei ma skusić nabywców do zakupów aut większych (np. Ford).

Głównym zadaniem powyższego badania było wskazanie najistotniejszych prawidłowości występujących na rynku aut klasy C w naszym kraju. Prawidłowości owe z dużą dozą prawdopodobieństwa można rozciągnąć na cały rynek kompaktów i zastanawiać się nad pośrednimi powodami takiego akurat stanu *rzeczy.* Ważniejsze są wnioski natury rynkowej, jakie można tutaj wysnuć. Otóż najlepszy interes na samochodach robią ci, którzy oferują dłuższe auta (wygodniejsze, pięciodrzwiowe) o stosunkowo niskiej cenie. Jednak w miarę wzrostu możliwości nabywczych poszczególnych klientów sprzedają się coraz lepiej auta mniejsze i lepiej wyposażone czy to od strony czysto technicznej, czy też posiadające więcej różnych innych dodatków ułatwiających użytkowanie samochodu. Ogólna tendencja jest taka, że przy stałym wzroście liczby nowych samochodów w naszym kraju i rosnącym udziale w tej liczbie aut klasy C najwięcej będzie samochodów na średnim poziomie technicznym, gdyż w obecnych warunkach gospodarczych stosunkowo niewielką część nabywców będzie stać na doinwestowanie swoich samochodów w choćby podstawowe ulepszenia (bardziej wydajny silnik, podstawowe dodatki polepszające komfort czy nawet

bezpieczeństwo jazdy). Z tego wynika najważniejszy wniosek na przyszłość : najważniejszym czynnikiem kształtującym nasz rynek samochodowy ciągle jest cena, co dość jednoznacznie ukierunkowuje jego rozwój w najbliższym okresie czasu. Samochodów naprawdę dobrze wyposażonych w standardzie jest niewiele. Widocznie Polacy częściej korzystają z możliwości dokupienia pojedynczych urządzeń z pakietu opcji, czego nie uwzględniają oficjalne statystyki.

Z przeprowadzonej analizy i moich subiektywnych wniosków, uważam, że najlepszym samochodem spośród badanych, jest Volkswagen Golf napędzany silnikiem diesla o pojemności 1.9.

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.

LOT Ground Services Sp. z o.o.

LOT Ground Services Sp. z o.o. od momentu powstania w 1992 roku skutecznie wprowadziło innowacje i standardy w obsłudze naziemnej na warszawskim lotnisku Okęcie. Jako firma specjalizująca się w obsłudze pasażerów, bagaży, samolotów oraz towarów, LGS stało się kluczowym graczem w sektorze usług lotniczych w Polsce. Przewoźnicy lotniczy, którzy korzystali z usług LGS, mogli liczyć na kompleksową obsługę zarówno na płycie lotniska, jak i w terminalu pasażerskim oraz cargo.

Z perspektywy wyników finansowych, spółka odnotowała stabilny rozwój, osiągając w 2000 roku zysk netto na poziomie 2 070 404 zł. Współpraca z największymi przewoźnikami, w tym z PLL LOT S.A. oraz EuroLOT S.A., stanowiła istotny fundament jej

działalności. Fakt, że aż 63,7% obsłużonych rejsów w 2000 roku pochodziło od tych dwóch spółek, a 57,1% pasażerów wylatujących z Warszawy obsługiwano w ramach tych linii lotniczych, podkreśla znaczenie LGS na rynku usług naziemnych.

Spółka nie tylko skupiała się na obsłudze standardowej, ale również nieustannie dążyła do podnoszenia jakości swoich usług, co było odpowiedzią na rosnącą konkurencję na rynku. Dbałość o jakość była kluczowym elementem strategii LGS, pozwalającym nie tylko na utrzymanie, ale i na rozszerzenie bazy klientów. Firma konsekwentnie inwestowała w nowoczesne technologie i systemy zarządzania, co miało na celu zwiększenie efektywności i bezpieczeństwa obsługi pasażerów i towarów.

Dzięki stabilnej współpracy z kluczowymi graczami na rynku oraz systematycznemu podnoszeniu jakości usług, LOT Ground Services zdołało zbudować silną pozycję na rynku obsługi naziemnej w Polsce. Spośród konkurencyjnych firm, LGS wyróżniało się solidnością oraz zdolnością do adaptacji do wymagań rosnącego ruchu pasażerskiego oraz wymagających operacji logistycznych, co było kluczowe w dynamicznie zmieniającej się branży lotniczej.

Również w przyszłości, firma planowała dalszy rozwój i utrzymanie wysokiej jakości usług, licząc na dalsze umocnienie swojej pozycji na rynku obsługi naziemnej. Oczekiwano, że w kolejnych latach LGS jeszcze bardziej wzmocni swoją pozycję poprzez zwiększenie liczby obsługiwanych przewoźników oraz rozszerzenie zakresu działalności na nowe lotniska, a także dostosowanie swoich usług do zmieniających się potrzeb rynku transportu lotniczego.

Kontynuując rozwój, LOT Ground Services Sp. z o.o. stale inwestowało w rozwój infrastruktury, technologie oraz szkolenia dla swojego personelu, co pozwalało im utrzymać pozycję lidera w branży. Firma intensywnie rozwijała swoje zdolności operacyjne, wdrażając nowe rozwiązania

technologiczne, takie jak systemy automatycznej odprawy pasażerów czy systemy zarządzania bagażami. Dzięki tym innowacjom udało się zoptymalizować procesy obsługi naziemnej, co w rezultacie przyczyniło się do zwiększenia efektywności oraz skrócenia czasu odprawy.

LGS dążyło również do dalszej ekspansji swoich usług poza Port Lotniczy Warszawa Okęcie. Z myślą o przyszłości firma planowała zwiększenie swojego zasięgu poprzez otwarcie nowych oddziałów i rozszerzenie działalności na inne lotniska w Polsce. Było to kluczowe, biorąc pod uwagę rosnącą liczbę pasażerów oraz dynamiczny rozwój rynku lotniczego. Podobnie jak w Warszawie, LGS dążyło do zapewnienia najwyższych standardów obsługi pasażerów oraz samolotów, a także do dostosowania swojej oferty do specyficznych wymagań różnych przewoźników lotniczych.

Kluczowym celem na przyszłość było także poszerzenie współpracy z międzynarodowymi przewoźnikami, co pozwalałoby na dalszy rozwój i zdobywanie nowych rynków. Dzięki doświadczeniu zdobytemu na warszawskim lotnisku, LGS miało silne podstawy, aby rozszerzyć działalność na inne, bardziej wymagające rynki międzynarodowe, a także rozwijać współpracę z innymi podmiotami w branży lotniczej, jak np. firmy zajmujące się transportem cargo, czy agencje handlingowe.

Warto dodać, że LGS stawiało na rozwój zrównoważony i dbałość o środowisko naturalne. Firma wdrożyła szereg działań proekologicznych, takich jak optymalizacja zużycia energii czy wdrażanie energooszczędnych rozwiązań w zakresie obsługi naziemnej. W obliczu rosnącej świadomości ekologicznej i presji społecznej, LGS traktowało odpowiedzialność za środowisko jako integralną część swojej strategii biznesowej.

Dodatkowo firma skupiała się na rozwoju kompetencji pracowników, oferując im możliwość uczestnictwa w licznych szkoleniach i kursach branżowych. Wyspecjalizowany personel stanowił klucz do zapewnienia jakości usług oraz bezpiecznego

i sprawnego wykonywania operacji lotniczych. LGS inwestowało również w rozwój programów motywacyjnych, które miały na celu nie tylko utrzymanie lojalności pracowników, ale także zwiększenie ich zaangażowania w procesy poprawy jakości usług.

Podsumowując, LOT Ground Services Sp. z o.o. zdołało zbudować silną i stabilną pozycję na rynku obsługi naziemnej, kierując się innowacyjnością, jakością usług oraz dbałością o środowisko. Firmie udało się nie tylko odpowiedzieć na potrzeby rynku, ale także wyprzedzić oczekiwania klientów, co pozwoliło jej na dalszy rozwój i sukcesy na rynku krajowym i międzynarodowym.

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.

Dynamiczny pomiar płynności finansowej

Informacje o przepływach gotówki można wykorzystać do:

– oceny i sterowania płynnością finansową,

– oceny pozycji finansowej przedsiębiorstw.

Przepływ gotówki służy do strumieniowej (dynamicznej) oceny płynności finansowej. Ocena statyczna, oparta na danych bilansowych ma charakter ograniczony. Jest ona ustalona na podstawie wielkości zasobowych (stanu na dany moment bilansowy). Ponadto, oprócz sprawozdawczych danych z przepływów gotówki, firmy sporządzają prognozowane przepływy pieniężne oraz budżet gotówki w układzie miesięcznym i opierając się na tych zestawieniach, w sposób świadomy i

uporządkowany sterują przepływem środków pieniężnych tak, aby zapewnić firmie płynność finansową między dwoma momentami bilansowymi.

Przyrost gotówki z działalności operacyjnej lepiej wyraża „solidność" firmy niż sama kwota zysku. Jest on szczególnie ważny dla partnerów przedsiębiorstwa. Dla dostawców oznacza on zdolność tej firmy do bieżącego regulowania zobowiązań, dla odbiorców natomiast zagrożenie płynności finansowej u dostawcy wiąże się z zaostrzeniem przez niego polityki finansowej, skróceniem terminów kredytu kupieckiego itp.

Przyrost gotówki z działalności operacyjnej ma charakter obiektywny, ponieważ może powstać on wyłącznie jako różnica między faktycznymi wpływami i wydatkami pieniężnymi związanymi z tą działalnością. Wielkość zysku natomiast uzależniona jest od sposobów zarachowania niektórych elementów wynikowych, przede wszystkim; amortyzacji, rat kosztów rozliczanych w czasie oraz rezerw tworzonych pod przyszłe płatności. Zaliczenie tych pozycji do kosztów może być intensyfikowane lub osłabione, stosownie do taktyki wykazywania zysku, przyjętej przez przedsiębiorstwo.

Wszystkie te argumenty sprawiły, że coraz częściej wykorzystuje się przepływy gotówkowe do oceny pozycji finansowej spółek. Używa się w tym celu całej gamy wskaźników, które w sposób syntetyczny obrazują gospodarkę pieniężną przedsiębiorstwa. Najczęściej wskaźniki te ujmuje się w dwóch grupach [M. Gottieb, W. Lewczyński, Cash flow, sprawozdanie z przepływów gotówki, Instytut Przedsiębiorczości, Sopot 1993, s. 60.]:

– wskaźniki wydajności gotówkowej,

– wskaźniki wystarczalności gotówki.

Wskaźniki wydajności gotówkowej obrazują, w jakiej relacji pozostaje gotówka operacyjna do obrotu i zysku, generowanego przez ten obrót, oraz do majątku przedsiębiorstwa. Stosunek

gotówki z działalności operacyjnej do aktywów ogółem bądź tylko aktywów bieżących pokazuje stopień jego sfinan sowania z tej gotówki.

Wykorzystując wskaźniki wydajności gotówkowej do oceny pozycji finan sowej przedsiębiorstwa, trzeba pamiętać, że pożądanym kierunkiem zmian jest wzrost ich poziomu w czasie. Dobrą bazą porównań tych wskaźników są dane średniobranżowe. Porównanie przeciętnych relacji gotówkowych w ujęciu branżowym z analogicznymi relacjami diagnozowanej spółki pokazuje pozycję tej spółki w porównaniu z jej rynkowymi rywalami. Natomiast porównanie w czasie osiągniętych wskaźników pozwala na wyciągnięcie wniosków co do zmian w bieżącym sterowaniu finansami spółek.

Drugą grupę wskaźników opartych na przepływach gotówkowych stanowią wskaźniki wystarczalności gotówki. Informują one o tym, czy generowana w działalności podstawowej gotówka jest odpowiednio duża w relacji do różnych wydatków i zobowiązań przedsiębiorstwa.

Wskaźnik wystarczalności gotówki operacyjnej na spłatę długów ogółem informuje o zdolności przedsiębiorstwa do spłacania jego zobowiązań. Odwrotność tego wskaźnika, czyli stosunek zobowiązań ogółem do wielkości gotówki generowanej w działalności operacyjnej obrazuje, w jakim okresie zobowiązania te mogłyby być uregulowane ze środków pieniężnych, pocho dzących z działalności operacyjnej. W praktyce krajów zachodnich wskaźnik ten wykorzystuje się do przewidywania bankructwa.

Wskaźnik wystarczalności dochodu gotówkowego na spłatę długów dłu goterminowych informuje, czy dostępne, wygospodarowane z działalności podstawowej, fundusze gotówkowe są wystarczające do spłaty zobowiązań w okresie płatności dłuższym niż rok bilansowy.

Wskaźnik ogólnej wystarczalności gotówki operacyjnej mierzy

ogólną zdolność firmy do regulowania rocznych wydatków (na raty kredytów długoterminowych, wypłatę dywidend oraz zakupy środków majątku trwałego) z gotówki uzyskanej z działalności operacyjnej. Obrazuje on zatem bieżącą politykę finansową przedsiębiorstw. Wskaźnik równy bądź wyższy od jedności oznacza, że przedsiębiorstwo nie ma potrzeby sięgania po dodatkowe źródła gotówki z instrumentów finansowych (akcji, obligacji, kredytów długoterminowych bądź gotówki „uwolnionej" ze sprzedaży elementów majątku trwałego, tj. zbędnych środków, patentów, akcji i udziałów w innych firmach, w których ulokowana była gotówka inwestycyjna).

W celu bliższego wyjaśnienia przyczyn kształtowania się tego wskaźnika na określonym poziomie liczy się:

Wymienione wskaźniki informują o skali obciążenia gotówki netto z działalności operacyjnej:

– spłatą kredytów i pożyczek długoterminowych,

– wypłatą dywidend,

– zakupem środków produkcji (środków trwałych i materiałów).

Źródłem finansowania tych wydatków w ostatecznym rozliczeniu (poza dywidendami) jest zysk netto i amortyzacja. Jeśli środki z tych dwóch źródeł wykorzysta się na uzupełnienie kapitału obrotowego, głównie na finansowanie zapasów i kredyty dla odbiorców, to firma musi ubiegać się o finansowanie zewnętrzne. Tą drogą potencjalni inwestorzy są w stanie ocenić realność przyszłych wypłat dywidend i zwrot zaciągniętych pożyczek.

Kolejnym wskaźnikiem, do konstrukcji którego wykorzystuje się operacyjny cash flow jest wskaźnik reinwestycji gotówki operacyjnej. Wskaźnik ten jest użyteczny przy określaniu, w jakiej relacji do aktywów trwałych i kapitału obrotowego pozostają operacyjne wpływy gotówkowe, które zostały zatrzymane w przedsiębiorstwie i zainwestowane w celu

odtworzenia aktywów oraz na rozszerzenie działalności podstawowej. Wskaźnik reinwestycji gotówki operacyjnej na poziomie 8-10% jest uważany za ogólnie satysfakcjonujący [L Bernstein, Analysis of Financial Statement, Irwin, Homewood 1993, s. 137.].

Wskaźnik wystarczalności gotówki operacyjnej na zakupy środków trwałych świadczy o zdolności przedsiębiorstwa do utrzymania środków trwałych ze swego dochodu gotówkowego bez uciekania się do zaciągania pożyczki lub do nowej emisji akcji. Na zakupy środków trwałych wykorzystywane są zysk netto i amortyzacja, a gotówka operacyjna może pochodzić również ze środków uwolnionych z zapasów i należności oraz zaciągniętych dodatkowych kredytów bankowych i kupieckich. Dlatego też w praktyce bada się udział amortyzacji i zysku netto w gotówce operacyjnej.

Wskaźniki zamieszczone w tablicach 1 i 2 oparte są na wielkościach rocznych i służą do bieżących oceny pozycji finansowej przedsiębiorstwa. Do szczególnych wskaźników opartych na wielkościach wieloletnich należą;

– wskaźnik wystarczalności (adekwatności) cash flow [L Bernstein, Analysis of Financial Statement, Irwin, Homewood 1993, s. 137.];

– wskaźnik płynności Lambda.

Celem tego pierwszego wskaźnika jest określenie, w jakim stopniu przedsiębiorstwo jest zdolne do wygenerowania odpowiedniej wielkości gotówki z działalności operacyjnej na pokrycie wydatków kapitałowych, przeznaczonych na inwestycje w środki trwałe, na przyrost zapasów i na wypłatę dywidend gotówkowych. Aby uwolnić wynik od wpływu cyklicznych i przypadkowych wahań, obliczenia są przeprowadzone na danych za okres pięcioletni. Wskaźnik wystarczalności cash flow oblicza się według formuły:

Inwestycje w inne ważne składniki kapitału obrotowego są

pomijane na podstawie teorii, która mówi, że są one głównie finansowane ze zobowiązań krótkoterminowych (np. zobowiązań z tytułu dostaw i usług). Jedynie przyrost zapasów jest uwzględniony w obliczeniu. W okresie, gdy ich stan spada, zmiana wynosi zero.

Wielkość wskaźnika sugeruje, w jakim stopniu przedsiębiorstwo pokrywa swoje zapotrzebowanie na kapitał z własnych źródeł finansowania. Jeśli wskaź nik wynosi poniżej jeden, to oznacza, że wygenerowana z działalności operacyj nej gotówka nie wystarcza na wypłatę dywidend i utrzymanie stopy wzrostu na zakładanym poziomie. Wartość l wskaźnika dowodzi, że przedsiębiorstwo zaspokaja swe potrzeby na już osiągniętym poziomie rozwoju, bez konieczności. uciekania się do źródeł zewnętrznego finansowania. Wskaźnik ten może także odzwierciedlić wpływ inflacji na gotówkowe potrzeby przedsiębiorstwa.

Dostrzegając błędy dotychczasowego systemu pomiaru płynności finan sowej, Emerg i Cogger zaproponowali nowy typ wskaźnika pomiaru płynno ści, tzw. wskaźnik płynności Lambda. Eliminuje on takie niedociągnięcia pomiaru płynności, jak: pomijanie w obliczeniach przyszłego strumienia cash flow oraz pozabilansowych źródeł finansowania, takich jak niewykorzystane przez przedsiębiorstwo linie kredytowe. Wskaźnik płynności Lambda ma postać [K- Parkinson, J, Kallberg, Corporate Liquidity. A Guide to Managing Working Capital, Irwin, Homewood 1993, s. 374]:

W liczniku ułamka do początkowych zasobów płynnych dodaje się prognozowany cash flow operacyjny. Na zasoby o najwyższym stopniu płynności składają się środki pieniężne, krótkoterminowe papiery do obrotu oraz gotówka z linii kredytowej możliwa do wykorzystania. Po dodaniu do tych środków prognozowanego cash flow ustalimy potencjalne zasoby cash flow firmy. Zasoby te są dzielone przez odchylenie standardowe prognozowanego cash flow. W ten sposób wskaźnik płynności Lambda określa wielkość potencjalnej rezerwy

płynnych zasobów, przypadającej na odchylenie standardowe, Im większa wartość tego ilorazu, tym wyższą płynnością charakteryzuje się firma. Interpretując odchylenie standardowe w kategorii rozkładu normalnego, możemy określić prawdopodobieństwo wyczerpania się płynnych zasobów firmy. Na przykład wskaźnik Lambda o wartości 2 będzie oznaczać, że prawdopodobieństwo wyczerpania się płynnych zasobów wynosi 2,3%. W literaturze twierdzi się, że wskaźnik ten może być pomocny w prognozowaniu bankructwa [L. Giacomino, Don E And Mieike, E. David, Cash Flow: Another Approach to Ratio Anatysis, „Journal of Accounting" 1993, March, s. 55-58.]. Niektóre firmy wykorzystują natomiast ten wskaźnik do obliczania zapotrzebowania na kredyt.

Z badań amerykańskich przeprowadzonych w latach dziewięćdziesiątych wynika, że zdecydowaną część przedsiębiorstw charakteryzuje niepełna ogólna wystarczalność gotówkowa. Gotówka netto z działalności operacyjnej nie pokrywa całych wydatków poniesionych na spłatę długoterminowych zadłużeń, na wypłatę dywidend i zakup środków produkcji. Zaistniałą lukę wypełniono środkami pieniężnymi z działalności inwestycyjnej i finansowej (poprzez zaciąganie pożyczek, emisję akcji i obligacji).

Badania wystarczalności i wydajności gotówki operacyjnej, obejmujące lata 1993-1994, przeprowadzone dla spółek giełdowych w Polsce wykazały, że ponad połowa spółek miała ujemny przepływ gotówki z działalności operacyjnej [M. Sierpińska, J- Nesterak, How to Use Informtition about Cash Flow, „Wiadomości Gospodarcze. Penetrator" 1994, nr 12.]. Oznacza to, że wygenerowany zysk netto i amortyzacja nie wystarczały na pokrycie przyrostu zapasów i należności. W niektórych spółkach przyrost należności był wyższy niż przyrost sprzedaży. Przyrost ten w wielu przypadkach jest kredytem kupieckim wymuszonym przez odbiorców i wynika z jednej strony z zatorów płatniczych, z drugiej zaś z braku dostatecznego zasilania kapitału obrotowego spółek

krótkoterminowym kredytem bankowym. Równocześnie przyrost majątku obrotowego nie mógł być pokryty zobowiązaniami krótkoterminowymi. W zdecydowanej większości spółek zobowiązania krótkoterminowe spadły, co oznacza, że spółki przeznaczyły znaczną część środków na ich spłatę. W tej sytuacji musiały one ubiegać się o finansowanie zewnętrzne już w sferze operacyjnej.

Płynność finansowa jest kluczowym aspektem funkcjonowania każdego podmiotu gospodarczego, decydującym o jego zdolności do regulowania bieżących zobowiązań i utrzymania stabilności finansowej. W przeciwieństwie do statycznych metod oceny płynności, które bazują na danych z bilansu przedsiębiorstwa w określonym momencie, **dynamiczny pomiar płynności finansowej** opiera się na analizie przepływów pieniężnych oraz procesów finansowych zachodzących w czasie. Metody dynamiczne pozwalają na bardziej precyzyjne śledzenie zmian w płynności i przewidywanie potencjalnych problemów finansowych.

Jednym z najważniejszych narzędzi dynamicznego pomiaru płynności finansowej jest **analiza cash flow**, czyli przepływów pieniężnych. W przeciwieństwie do wskaźników płynności, które bazują na danych bilansowych, cash flow odzwierciedla rzeczywiste przepływy środków finansowych w przedsiębiorstwie. Składa się z trzech głównych części: przepływów z działalności operacyjnej, inwestycyjnej i finansowej. Przepływy operacyjne pokazują, czy firma generuje wystarczające środki na pokrycie bieżących kosztów działalności. Ujemne przepływy operacyjne mogą wskazywać na trudności finansowe, nawet jeśli firma wykazuje dodatni wynik finansowy.

Innym kluczowym wskaźnikiem stosowanym w dynamicznym pomiarze płynności jest **wskaźnik cyklu konwersji gotówki (CCC, Cash Conversion Cycle)**. Obejmuje on trzy elementy: okres rotacji zapasów, okres rotacji należności oraz okres rotacji zobowiązań. CCC mierzy czas, jaki upływa od momentu zakupu surowców, poprzez sprzedaż gotowych produktów, aż do uzyskania płatności od klientów. Im krótszy cykl konwersji gotówki, tym

lepsza płynność finansowa przedsiębiorstwa. Długi cykl oznacza, że firma musi finansować swoją działalność przez dłuższy czas, co może prowadzić do problemów z utrzymaniem płynności.

Dynamiczny pomiar płynności finansowej wykorzystuje również **wskaźniki płynności gotówkowej**, które analizują rzeczywisty poziom dostępnych środków pieniężnych w danym okresie. Przykładem jest **wskaźnik natychmiastowej płynności**, który pokazuje, jaką część zobowiązań krótkoterminowych firma jest w stanie spłacić wyłącznie przy użyciu gotówki i jej ekwiwalentów. Analiza ta jest szczególnie istotna w sytuacjach kryzysowych, gdy konieczne jest szybkie pozyskanie środków finansowych.

Nowoczesne podejście do dynamicznego pomiaru płynności obejmuje **prognozowanie płynności finansowej** przy wykorzystaniu modeli statystycznych i metod ekonometrycznych. Modele predykcyjne bazujące na analizie szeregów czasowych, sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego pozwalają na przewidywanie przyszłych trudności finansowych oraz optymalizację zarządzania środkami pieniężnymi. Coraz częściej stosuje się również **systemy monitorowania płynności w czasie rzeczywistym**, które umożliwiają natychmiastową reakcję na ewentualne zagrożenia finansowe.

Dynamiczny pomiar płynności finansowej jest także istotny dla banków i instytucji finansowych, które wykorzystują zaawansowane wskaźniki, takie jak **Liquidity Coverage Ratio (LCR)** oraz **Net Stable Funding Ratio (NSFR)**. LCR określa zdolność banku do przetrwania okresu napięć finansowych przez 30 dni, natomiast NSFR mierzy stabilność finansowania w dłuższej perspektywie.

Dynamiczne podejście do analizy płynności jest niezbędne dla przedsiębiorstw działających w zmiennym otoczeniu gospodarczym. Dzięki monitorowaniu przepływów pieniężnych, analizie cyklu konwersji gotówki oraz stosowaniu nowoczesnych

metod prognozowania możliwe jest lepsze zarządzanie finansami i minimalizacja ryzyka utraty płynności. Prawidłowa ocena płynności finansowej pozwala na utrzymanie stabilności finansowej, optymalne zarządzanie kapitałem obrotowym oraz skuteczne podejmowanie decyzji strategicznych.

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.

Tendencje rozwoju rynku samochodowym

W analizie otoczenia dalszego branży samochodów ważnym elementem jest struktura ludności kraju, którą rozpatrujemy według różnych kryteriów.

Niezwykle istotną kwestią jest liczba bezrobotnych. Dla tej branży duże znaczenie ma także wskaźnik skłonności do wydatkowania przez społeczeństwo dochodów na dobra trwałe. Przewidywany jest również wzrost stopy życiowej, dzięki wzrostowi PKB na 1 mieszkańca i obniżeniu się stopy inflacji.

Mając na uwadze to, że sfera ekonomiczna i polityczna są splecione ze sobą w różnorodny sposób, żadna analiza strategiczna nie może zrezygnować ze zbadania wpływów polityki na rozwój rynku. Czynniki socjokulturowe, jak wszystkie elementy nauk społecznych, są trudno uchwytne i mają najczęściej niewymierny charakter.

W obecnej sytuacji przemian społeczno-ekonomicznych w Polsce należy prognozować kierunek ich rozwoju.

Konkurencję stanowią wszystkie firmy produkujące i sprzedające

samochody. Największymi producentami na rynku są: Fiat, Daewoo, Opel, Skoda, Renault, Ford. Asortyment proponowany przez te firmy jest szeroki i zróżnicowany, a cena ich jest konkurencyjna, dzięki czemu atrakcyjność naszych produktów wzrasta.

Odbiorcami czyli nabywcami samochodów są w większości przypadków mężczyźni, głownie w wieku 25- 45 lat.

Analiza rynku motoryzacyjnego ujawnia zarówno mocne, jak i słabe strony, a także szanse i zagrożenia, które wpływają na jego rozwój oraz konkurencyjność.

Mocne strony

Jednym z głównych atutów rynku motoryzacyjnego jest duża liczba marek i modeli dostępnych na rynku, co zapewnia konsumentom szeroki wybór i możliwość dostosowania pojazdu do indywidualnych potrzeb. Moda na pojazdy jednośladowe sprzyja wzrostowi ich popularności, a obecność profesjonalnych firm zajmujących się importem i sprzedażą tych pojazdów wpływa na rozwój tego segmentu.

Dodatkowo, odpowiednio wyszkoleni pracownicy w salonach i punktach sprzedaży gwarantują wysoki poziom obsługi klienta, co pozytywnie wpływa na wizerunek marek. Przemysł motoryzacyjny charakteryzuje się również dynamicznym wprowadzaniem nowych modeli, co stymuluje popyt i pozwala na dostosowanie oferty do zmieniających się trendów.

Warto zauważyć, że wysoka jakość oferowanych produktów oraz zróżnicowany asortyment w zakresie pojemności i mocy silników, kolorystyki oraz wyposażenia dodatkowego zwiększają atrakcyjność oferty. Zakrojona na szeroką skalę promocja i reklama ułatwiają dotarcie do klientów, a sprawnie działający serwis podnosi poziom satysfakcji użytkowników. Ważnym czynnikiem wspierającym sprzedaż jest także możliwość zaciągnięcia kredytu, co ułatwia finansowanie zakupu pojazdu.

Słabe strony

Mimo licznych mocnych stron, rynek motoryzacyjny napotyka również na pewne ograniczenia. Mało znacząca pozycja na rynku oraz niewielki udział pojazdów jednośladowych wskazują na niszowy charakter tego segmentu. Brak ugruntowanej opinii wśród klientów oraz mało znana branża mogą wpływać na ograniczone zaufanie konsumentów.

Dodatkowym wyzwaniem jest brak tradycji sportów motorowych w Polsce, co ogranicza rozwój kultury motoryzacyjnej oraz związanych z nią aktywności społecznych. Mało rozwinięta sieć dystrybucji, charakteryzująca się niewielką liczbą salonów sprzedaży, ogranicza dostępność produktów dla potencjalnych klientów.

Ponadto, dobrze rozwinięty rynek samochodowy stanowi silną konkurencję, co wpływa na ograniczoną dynamikę wzrostu segmentu jednośladowych pojazdów. Sezonowość użytkowania tych pojazdów oraz popyt ulegający wahaniom sezonowym również stanowią wyzwania dla stabilności sprzedaży.

Dodatkowo, uzależnienie cen produktów od cen walut, wysokości ceł oraz kosztów produkcji powoduje wahania cenowe, które mogą zniechęcać klientów do zakupu. Wysokie ceny stanowią barierę dla niektórych grup konsumentów, ograniczając tym samym potencjalny popyt.

Szanse

Mimo wyzwań, rynek motoryzacyjny ma przed sobą wiele perspektyw rozwoju. Możliwość pojawienia się nowych grup klientów oraz obsługa serwisowa stałych klientów stwarzają okazje do poszerzenia bazy konsumentów i budowania długoterminowych relacji. Poszerzenie asortymentu oraz dywersyfikacja pozioma, obejmująca wprowadzenie nowych produktów, mogą wpłynąć na zwiększenie przychodów oraz lepsze dostosowanie oferty do potrzeb rynku.

Szansą jest również współpraca z innymi firmami, takimi jak ubezpieczeniowe czy banki, co może przyczynić się do tworzenia kompleksowych pakietów dla klientów. Zdobycie wysokiej renomy dzięki wysokiej jakości produktów pozwala budować przewagę konkurencyjną oraz lojalność konsumentów.

Spodziewana poprawa stopy życiowej społeczeństwa oraz wzrost zainteresowania społeczeństwa pojazdami jednośladowymi stwarzają możliwości dalszego wzrostu rynku. Obniżenie stopy oprocentowania kredytów oraz stawek opodatkowania może pobudzić popyt na nowe pojazdy. Warto również zauważyć, że wprowadzenie nowych form reklamy i promocji może zwiększyć skuteczność działań marketingowych.

Zagrożenia

Jednym z największych zagrożeń jest możliwość pojawienia się nowych konkurentów, co może prowadzić do intensyfikacji rywalizacji na rynku. Wzrost sprzedaży produktów substytucyjnych, takich jak elektryczne hulajnogi czy rowery, może również wpłynąć na zmniejszenie popytu na pojazdy jednośladowe.

Dodatkowo, wzrost oprocentowania kredytów oraz niekorzystne zmiany demograficzne, takie jak starzenie się społeczeństwa, mogą ograniczyć liczbę potencjalnych klientów. Wzrost rywalizacji na rynku zmusza firmy do intensywniejszych działań marketingowych oraz obniżania cen, co może negatywnie wpłynąć na rentowność.

Niepewność związana z zmiennością prawa podatkowego oraz innych regulacji prawnych może również stanowić barierę dla długoterminowego planowania strategicznego.

Analiza SWOT rynku motoryzacyjnego pokazuje złożony obraz branży, w której współistnieją zarówno silne strony, jak i istotne wyzwania. Mocne strony, takie jak szeroki asortyment, profesjonalna obsługa oraz dynamiczne wprowadzanie nowych modeli, pozwalają na konkurowanie na wymagającym rynku. Z

drugiej strony, słabe strony, takie jak mało rozwinięta sieć dystrybucji czy uzależnienie cen od kursów walut, wymagają odpowiednich działań zaradczych.

Szanse związane z rozwojem rynku, współpracą z innymi firmami oraz zmianami społecznymi wskazują na możliwość dalszego wzrostu sektora motoryzacyjnego. Jednak zagrożenia w postaci wzrostu konkurencji, niekorzystnych zmian demograficznych oraz zmienności prawa podatkowego mogą stanowić poważne wyzwanie dla przedsiębiorstw działających w tej branży.

Aby skutecznie konkurować na rynku motoryzacyjnym, firmy powinny skoncentrować się na wykorzystaniu swoich mocnych stron oraz dostępnych szans, jednocześnie opracowując strategie minimalizujące wpływ słabych stron i zagrożeń.

Po przeprowadzeniu analizy SWOT można stwierdzić, że mamy do czynienia z branżą, która ma przewagę słabych stron nad mocnymi, ale sprzyja jej układ warunków zewnętrznych.

Najkorzystniejsze dla branży samochodów jest przekształcenie jej słabych stron w mocne przy jednoczesnym wykorzystaniu nadarzających się szans. Pozwoli to uniknąć sytuacji, gdy przeważają słabe strony i zagrożenia rynkowe, a równocześnie pomoże firmie w dążeniu do przejścia do grupy I, czyli przewagi mocnych stron i szans rynkowych.

W 1989 r. rozpoczęły się w Polsce przemiany gospodarcze. Przejście od systemu nakazowo-rozdzielczego do rynkowego oznaczało początek gruntownych zmian na rynku motoryzacyjnym. Polacy wiązali z nimi duże nadzieje. Od wielu lat wśród sprzedawanych w naszym kraju samochodów dominowały w niemal nie zmienionej od 20 lat postaci. Oprócz tego, że motocykle te były przestarzałe i niskiej jakości, to ich dostępność na rynku była znacznie ograniczona. Dlatego istniał potencjalny popyt na nowoczesne pojazdy zagraniczne. W okresie rozpoczynającej się właśnie na Zachodzie recesji, mogła to być szansa dla europejskich koncernów na poprawę ich sytuacji.

Firmy te dostrzegały jednak na polskim rynku wiele zagrożeń. Były kraj socjalistyczny oznaczał wielką niewiadomą. Niedawne przemiany zwiększały niepewność sytuacji politycznej. 45-letnia izolacja gospodarcza spowodowała, że rynek był bardzo specyficzny, nie przystający do wzorców znanych zachodnim menedżerom. Dodatkowo ryzyko podejmowania działalności gospodarczej zwiększał fakt, że popyt ograniczały skromne możliwości finansowe Polaków, które sprawiały, że decydowali się oni raczej na zakup tańszych, używanych motocykli sprowadzanych z zagranicy. W tej sytuacji wejście na polski rynek oznaczało szansę na duże zyski, jak również znaczne ryzyko. Dlatego poszczególne koncerny wchodziły do Polski w różnym tempie. Niektóre poprzez prywatnych importerów, inne od razu zakładały własne przedstawicielstwa, jeszcze inne przyjęły pozycję wyczekującą, obserwując sytuację. Skala sukcesu uzależniona była od przyjętej strategii. Specyfika polskich warunków pozwala wykazać na ich przykładzie, jak ważnym elementem zarządzania w realiach gospodarki rynkowej jest dopasowanie firmy do otoczenia wyrażone przyjętą strategią.

Sytuacja na rynku motoryzacyjnym kształtowała się w latach 90-tych pod wpływem czynników związanych ze specyfiką gospodarki centralnie administrowanej i z transformacją systemową.

Proces formułowania strategii przebiega w czterech etapach. Pierwszym z nich jest określanie celów strategicznych. Mają one charakter długookresowy, koncentrują się na szerokich, ogólnych problemach. Przy niestabilności polskiego rynku i związanych z nią trudnościach z przewidywaniem przyszłości, horyzont czasowy celów strategicznych znacznie skracano. Często trzeba je było korygować w miarę rozwoju sytuacji. Niektóre firmy określały swoje cele w postaci udziału w rynku, jaki chcą objąć. Inne koncentrowały się na obronie pozycji, następne, na zdobyciu określonego miejsca na liście sprzedaży.

Oprócz ogólnych strategii wyznaczających główne kierunki ekspansji na rynku polskim, koncerny opracowały również szereg

strategii funkcjonalnych. Strategie marketingowe opracowują wszystkie koncerny. Określają w nich jakie zastosują techniki promocyjne (np. obniżki cen, modele specjalne), jak ukształtują ceny, strukturę oferty (jakie modele zaoferują, które będą produkowane, montowane lub importowane) oraz na czym oprą budowę wizerunku firmy.

Dla firm produkujących w Polsce dużą rolę ma strategia produkcyjna. Określa ona co produkować, na jakie elementy zwrócić szczególną uwagę, które podzespoły produkować samemu, a które kupować, jak efektywnie wykorzystać posiadane zasoby.

W warunkach naszego kraju nie mniej istotna jest też strategia dotycząca zasobów ludzkich. Wynika to z siły związków zawodowych, konieczności utrzymywania wysokiego zatrudnienia oraz potrzeby przeszkolenia pracowników, by dobrze pracowali przy nowej organizacji produkcji.

Strategie funkcjonalne mają szczególne znaczenie dla osiągnięcia celów strategicznych. Pozwalają zsynchronizować wszystkie dziedziny działalności i nakierować je na osiąganie założonych efektów.

Przyszłość polskiego motoryzacyjnego sektora zależeć będzie od tego, czy uda się istniejące fabryki utrzymać i czy Polska będzie efektywnie konkurować z innymi krajami o nowe zagraniczne inwestycje. Polska inwestorom oferuje liczną, wykwalifikowaną i ciągle stosunkowo tanią roboczą siłę. Jest także bardzo dobrze postrzegana przez światowe motoryzacyjne koncerny.

W globalnym badaniu 200 przedstawicieli kierowniczej kadry firm motoryzacyjnych, przeprowadzonym przez KPMG w roku 2010, Polska uznana została za drugi po Ukrainie najbardziej perspektywiczny rynek pod względem ji motoryzacyjnych w Europie Środkowej i Wschodniej. Warto jednak pamiętać, ze w ostatnich latach Polsce nie udało się przyciągnąć żadnej nowej inwestycji producentów samochodów, którzy rozważali ulokowanie

produkcji w Europie Środkowej i Wschodniej. W tej sytuacji dalszy rozwój sektora będzie zależeć głównie od inwestycji producentów części i motoryzacyjnych podzespołów, którzy, na szczęście, zapowiadają kolejne inwestycyjne projekty.

Inwestorzy z motoryzacyjnej branży korzystają chętnie z zachęt inwestycyjnych, w tym ulg podatkowych, związanych z ulokowaniem działalności na terenie specjalnych ekonomicznych stref. Raport KPMG ukazuje, że do końca 2009 roku firmy motoryzacyjne zainwestowały w strefach 17,5 mld zł, co stanowi 26 procent łącznych inwestycyjnych nakładów w SSE.

„Pod względem wielkości inwestycji motoryzacyjny sektor ma pozycję lidera w specjalnych ekonomicznych strefach, jednakże kryzys gospodarczy u wielu inwestorów strefowych spowodował trudności w realizacji planów. Istotną potrzebę stanowi więc uelastycznienie zasad działalności w strefach", twierdzi Mirosław Michna, partner w firmie doradczej KPMG.

Na początku 2009 r. Ministerstwo Gospodarki przygotowało projekt nowelizacji Ustawy o specjalnych ekonomicznych strefach, który zakładał między innymi ewentualność zmiany strefowych zezwoleń, poprzez obniżenie wymogów zatrudnienia, ewentualność uzyskiwania zezwoleń na nowy projekt bez wymogu utworzenia nowych miejsc pracy, czy też zliberalizowanie wyśrubowanych kryteriów tworzenia stref na prywatnych gruntach. Najżywiej dyskutowany zapis projektu mówi o dopuszczeniu redukcji zatrudnienia. Warto jednakże pamiętać, iż przejściowe dopuszczenie redukcji zatrudnienia pozwoli na utrzymanie w Polsce inwestycji producentów motoryzacyjnych oraz ponowny wzrost liczby pracowników po powrocie dobrej koniunktury. Do obecnej chwili projekt nie został skierowany pod obrady Sejmu.

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.

LOT Catering Sp. z o.o.

LOT Catering Sp. z o.o. powstała w 1992 roku i początkowo koncentrowała się na produkcji posiłków lotniczych, których dostarczaniem zajmuje się na pokłady samolotów. Najważniejszym klientem firmy była PLL LOT, jednak z czasem spółka rozszerzyła swoją działalność, oferując usługi cateringowe nie tylko dla lotnictwa, ale także na rynku lokalnym. Firma prowadziła własne placówki handlowe, bufety w biurowcach Warszawy, a także organizowała bankiety i konferencje. Wśród jej kluczowych klientów znajdowały się takie firmy jak Bank Pekao S.A., TVP, Polkomtel S.A., TP Internet, Agencja Ruchu Lotniczego oraz AIG/Lincoln.

Wszystkie udziały w spółce LOT Catering posiadała PLL LOT S.A. Dzięki tej strukturze kapitałowej, firma miała stabilną sytuację finansową. Zysk netto w 2000 roku wyniósł ponad 5 milionów złotych, przy przychodach na poziomie 104,8 miliona złotych. Od momentu powstania spółka wykazywała wzrost w swoich wynikach finansowych, a rentowność i ROE stale rosły. W 1998 roku rentowność wyniosła 1,2%, w 1999 roku już 1,6%, a w 2000 roku osiągnęła 3,5%, co wskazuje na solidny rozwój firmy.

Plany na przyszłość obejmowały dalsze umocnienie pozycji na rynku cateringu lotniczego, w tym ekspansję na lotniska w Katowicach, Poznaniu i Gdańsku. Dodatkowo, spółka planowała dalszy rozwój swoich usług cateringowych na rynku nielotniczym, co miało przyczynić się do pozyskiwania nowych placówek i punktów sprzedaży. W 2000 roku firma była już znaczącym graczem na rynku cateringowym, zarówno w branży lotniczej, jak i lokalnej, a jej rozwój wskazywał na solidne fundamenty do dalszej ekspansji.

W miarę jak LOT Catering Sp. z o.o. rozwijał swoją

działalność, zauważalny był także wpływ rosnącej konkurencji na rynku cateringowym. Jednak dzięki dbałości o jakość swoich usług oraz elastycznemu podejściu do potrzeb różnych klientów, firma utrzymała stabilną pozycję na rynku. Oferta cateringowa spółki nie ograniczała się jedynie do serwowania posiłków na pokładach samolotów, ale obejmowała również szereg usług skierowanych do rynku lokalnego, takich jak dostarczanie cateringu na eventy, organizację spotkań biznesowych, bankietów, czy catering do biur.

Szczególnym osiągnięciem firmy była także współpraca z PLL LOT, która stanowiła główny filar jej działalności. Dzięki temu LOT Catering zyskał reputację solidnego dostawcy usług dla lotnictwa cywilnego, co pozytywnie wpłynęło na rozwój i profesjonalizm firmy. Pomimo trudnych warunków rynkowych, firma wykazała się wysoką rentownością, co wynikało z efektywnego zarządzania kosztami oraz stałego monitorowania jakości usług.

Kolejnym krokiem w rozwoju spółki było wzmocnienie oferty cateringowej na rynku międzynarodowym. Dzięki poszerzeniu współpracy z zagranicznymi liniami lotniczymi oraz oferowaniu wysokiej jakości posiłków, spółka mogła pochwalić się nie tylko sukcesami na rynku krajowym, ale także międzynarodowym. Dalszy rozwój firmy wiązał się z modernizacją zaplecza produkcyjnego, inwestowaniem w nowoczesne technologie oraz rozszerzaniem zakresu usług, które miały na celu zaspokojenie rosnących wymagań klientów.

W latach następnych, firma dążyła do dalszego umocnienia swojej pozycji na rynku cateringowym, nie tylko lotniczym, ale także poza nim. Plany rozwoju obejmowały nie tylko rozbudowę bazy klientów, ale również wdrożenie innowacyjnych rozwiązań, które pozwalały na bardziej efektywne zarządzanie produkcją i dystrybucją posiłków. W tym okresie, w ramach strategii rozwoju, LOT Catering zainwestował w unowocześnienie swojego systemu logistycznego, co umożliwiło szybszą i sprawniejszą dostawę posiłków oraz lepszą organizację całego procesu.

Dalsza obecność na rynku cateringu lotniczego oraz pozalotniczego była również wynikiem działań związanych z dywersyfikacją oferty. Spółka stawiała na dostosowanie się do różnorodnych potrzeb klientów, oferując im elastyczne rozwiązania cateringowe, co przyciągało kolejnych zleceniodawców. Dzięki tym działaniom, LOT Catering utrzymał silną pozycję na rynku i w dalszym ciągu stanowił istotny element działalności PLL LOT, a także wypełniał lukę na rynku usług cateringowych w Warszawie i innych większych miastach Polski.

Reasumując, sukces LOT Catering Sp. z o.o. w latach 1990-2000 był wynikiem sprawnego zarządzania, elastyczności w dostosowywaniu oferty do zmieniających się potrzeb rynku oraz współpracy z czołowymi firmami lotniczymi i lokalnymi. Plany rozwoju spółki na przyszłość dawały podstawy do dalszego wzrostu, co było realizowane przez intensyfikację działań na rynku krajowym oraz rozważanie możliwości rozszerzenia działalności na rynki międzynarodowe.

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.

Statystyczny pomiar płynności finansowej

Do badania płynności finansowej w układzie statycznym służą stany zasoby środków obrotowych i zobowiązań.

Do oceny płynności finansowej przedsiębiorstwa służy szereg tradycyjnych wskaźników o większym bądź mniejszym zakresie zastosowania w praktyce. Najistotniejsze z nich to:

– wskaźnik bieżącej płynności finansowej,

– wskaźnik płynności przyspieszonej (tzw. wskaźnik szybki),

– wskaźnik środków pieniężnych,

– wskaźnik zobowiązań natychmiast wymagalnych treasury ratio

Wskaźnik bieżącej płynności finansowej informuje, ile razy bieżące aktywa pokrywają bieżące pasywa (zobowiązania). Stanowią je zobowiązania wobec dostawców, pracowników, budżetów, instytucji publicznoprawnych ujęte w bilansie w pozycji zobowiązania, kredyty krótkoterminowe oraz rata kredytu długoterminowego przypadająca do zapłacenia w danym roku. Oblicza się go w następujący sposób:

Obliczony dla danego przedsiębiorstwa wskaźnik porównuje się z danymi okresu poprzedniego, wskaźnikami innych przedsiębiorstw oraz tzw. standar□dami (wartościami normatywnymi) przyjmowanymi w praktyce krajów wyso□ko rozwiniętych. Trzeba jednak dodać, że nie ma zgodności w literaturze co do wysokości tych normatywów. Według J. Ostaszewskiego [J. Ostaszewski, Ocena efektywności przedsiębiorstwa wedlug standardów EWG, CIM, Warszawa 1991, s. 54-55.] wartość wskaźnika powinna mieścić się w przedziale 1,6-1,9. Wyższa wartość wskaźnika świadczy o nadmiernym zamrożeniu w majątku obrotowym środków, które mogłyby być zainwestowane w alternatywne przedsięwzięcia. L. Bednarski [L. Bednarski, Analiza finansowa w przedsiębiorstwie, PWE, Warszawa 1994, s. 66 i dalsze.] przyjmuje, że optymalny poziom wskaźników płynności mieści się w granicach 1,5 do 2,0, zaś wskaźnik wyższy od 2,0 świadczy o realnym zabezpieczeniu zobowiązań bieżących. Do tego typu normatywów krytycznie odnosi się D. Davies [D. Davies, Sztuka zarządzania finansami, PWN – McGraw-HilL. Warszawa – Londyn 1993,s.42-50.]. Zdecydowanie negatywnie ocenia on górną normę 2,0, stanowiącą granicę bezpieczeństwa finansowego firmy, czyli granicę, która zapewnia zachowanie równowagi finansowej firmy. Twierdzi on,

że w poszczególnych branżach, firmy mają różny poziom środków obrotowych i zapotrzebowanie na te środki zmienia się pod wpływem m.in. specyfiki branży.

Wydaje się, że przyjęcie jako jednej z baz porównań standardów płynności pozwala firmie ocenić swoją pozycję na tle ogólnie przyjętych w gospodarce reguł. Natomiast odchylenia od tych reguł mogą mieć różne przyczyny. Tkwią one m.in. w specyfice branży, w zmieniających się warunkach otoczenia, w przyjętej przez firmę strategii finansowej itp. Standardy te nie są jedyną bazą odniesienia, oprócz nich przyjmuje się do oceny wskaźniki płynności z okresów poprzednich oraz wskaźniki innych firm branży. Toteż wykorzystanie ich w ocenie płynności finansowej nie prowadzi do błędnych wniosków i uchybień.

Nadmiernie wysoka lub nadmiernie niska wartość wskaźnika bieżącego powinna skłaniać kierownictwo przedsiębiorstwa do zbadania przyczyn takiego kształtowania się omawianej relacji. Niski wskaźnik oznacza bowiem, że firma działa z dnia na dzień i nie posiada wystarczających zasobów gotówkowych dla uregulowania bieżących zobowiązań. Natomiast im większy jest wskaźnik płynności bieżącej, tym mniejszy jest udział zobowiązań bieżących w finansowaniu cyklu eksploatacyjnego. Nadmiernie wysoki wskaźnik płynności świadczy o tzw. nadpłynności finansowej, która ma uzasadnienie tylko wtedy, gdy wynika z dużego poziomu gotówki okresowo ulokowanej w krótkoterminowych papierach wartościowych przynoszących określone dochody.

Przyjęcie do oceny płynności finansowej przedsiębiorstwa łącznych jego aktywów bieżących zaciemnia obraz zdolności tego przedsiębiorstwa do wywiązywania się z zobowiązań krótkoterminowych. Aktywa te charakteryzują się bowiem różnym stopniem płynności finansowej, czyli szybkości zamiany ich na gotówkę. Powstaje więc potrzeba wyłączenia z tych aktywów zapasów, które nie mogą być odpowiednio szybko upłynnione, a ponadto część tych zapasów może być przestarzała i trudna do sprzedaży. Celowi temu służy wskaźnik przyspieszonej płynności

finansowej (wskaźnik szybki; mocny test) ustalony według wzoru:

Wskaźnik ten pokazuje stopień pokrycia zobowiązań krótkoterminowych aktywami o dużym stopniu płynności. Wskaźnik szybki, wynoszący 1,0 uważany jest za satysfakcjonujący i pokazuje, iż przedsiębiorstwo może szybko sprostać bieżącym zobowiązaniom. Podobnie jak dla wskaźnika bieżącego występują znaczne różnice w jego interpretacji [B. Włoszczowski, Problemy analizy finansowej w nieustabilizowanych. warunkach, „Rachunkowość" 1994, nr 10.]. Według J. Ostaszewskiego wartość wskaźnika należącego do przedziału 0,9-1,0 jest najwłaściwsza. Natomiast zdaniem innych autorów, dopiero wskaźnik nie niższy niż 1,0 zapewnia, że firma jest w stanie bieżąco regulować swe zobowiązania krótkoterminowe. Natomiast D. Davies twierdzi, że nie istnieje idealny wskaźnik, który mógłby stanowić bazę odniesienia. To co dla jednej firmy jest dobre, dla innej jest niedorzeczne.

Na pozytywną ocenę sytuacji finansowej zasługuje przedsiębiorstwo, w którym różnica między wskaźnikiem bieżącym i wskaźnikiem szybkim nie jest zbyt duża. Jeśli szybki wskaźnik jest niski, a wskaźnik bieżący wysoki, to oznacza, że firma utrzymuje zbyt wysoki poziom zapasów, w których zamrożony jest fundusz obrotowy. Jednak utrzymywanie wysokiego stanu zapasów przedsiębiorstwo może niekiedy traktować jako barierę przeciwko inflacji. Wysoki wskaźnik szybki oznacza natomiast nieproduktywne gromadzenie środków pieniężnych na rachunkach bankowych oraz występowanie wysokiego stanu należności.

Oceniając sytuację finansową firmy należy sprawdzić, jakie są tendencje zmian powyższych wskaźników w czasie. Niskie wskaźniki płynności są sygnałem o zagrożeniu zdolności płatniczej przedsiębiorstwa, zaś płynność większa niż potrzeby firmy może mieć niekorzystny wpływ na jej rentowność.

W warunkach polskich utrzymywanie wysokich zapasów może

stanowić pewną ochronę firmy przed inflacją, zwłaszcza gdy ceny dóbr zaopatrzeniowych rosną szybciej niż stopa kredytów bankowych zaciąganych na finansowanie zapasów. Ten wysoki poziom może być przyczyną dużej rozbieżności między wskaźnikiem bieżącej płynności finansowej a wskaźnikiem płynności przyspieszonej. W analizach płynności finansowej wykorzystuje się oprócz wymienionych wskaźników również tzw. wskaźnik środków pieniężnych (wskaźnik gotówki).

W liczniku omawianej relacji uwzględnia się tylko te aktywa, których zdolność do regulowania zobowiązań jest natychmiastowa. Określa ona zatem, jaka część zobowiązań może być uregulowana bez zwłoki, gdyby stały się one nagle wymagalne. Brak środków pieniężnych na koncie nie oznacza jednak utraty płynności finansowej przez przedsiębiorstwo, zwłaszcza gdy ma ono zagwarantowany dopływ środków pieniężnych z regularnie inkasowanych należności. Zupełny brak środków pieniężnych w firmie może prowadzić do strat wynikających z braku możliwości zawierania szybkich korzystnych transakcji czy skorzystania z nadarzających się na rynku „okazji". Natomiast nadmiar gotówki powoduje powstawanie kosztów utraconych możliwości, zwłaszcza gdyby środki te mogły być zainwestowane i mogły się stać źródłem przychodów pieniężnych. Obliczanie wskaźnika środków pieniężnych wskazane jest zwłaszcza w warunkach zatorów płatniczych, charakterystycznych dla gospodarki polskiej. Przedsiębiorstwo zgodnie ze wskaźnikiem płynności przyspieszonej może wykazywać wysoki stopień płynności finansowej, ale środki służące do regulowania zobowiązań mogą być ulokowane w należnościach, które mogą być przeterminowane, nieściągalne bądź sporne, możliwe do uzyskania po korzystnym wyroku sądowym.

W literaturze proponuje się również bardziej rygorystyczne obliczanie wskaźnika środków pieniężnych. Jest to tzw. treasury ratio (wskaźnik natychmiastowej wypłacalności), stanowiący stosunek środków pieniężnych do płatności

natychmiast wymagalnych, czyli takich, których okres wymagalności przypada na najbliższe 3 miesiące.

W praktyce nie ma wypracowanego standardu odnoszącego się do poziomu tego wskaźnika. Przedsiębiorstwo musi zatem porównywać go w czasie.

Reasumując, trzeba podkreślić, że pomiar płynności finansowej na podstawie wielkości zasobowych, statycznych na dany moment ma szereg niedoskonałości, dlatego dla celów sterowania płynnością finansową muszą być wykorzystywane również inne metody pomiaru płynności.

Statystyczny pomiar płynności finansowej

Płynność finansowa jest jednym z kluczowych aspektów zarządzania finansami w przedsiębiorstwach, instytucjach finansowych i gospodarstwach domowych. Oznacza zdolność podmiotu do terminowego regulowania bieżących zobowiązań oraz utrzymania równowagi między wpływami i wydatkami. Statystyczny pomiar płynności finansowej opiera się na analizie wskaźników finansowych, badaniu tendencji w czasie oraz wykorzystaniu metod ilościowych do oceny stabilności finansowej podmiotów gospodarczych.

Jednym z podstawowych wskaźników stosowanych w pomiarze płynności finansowej jest **wskaźnik bieżącej płynności** (current ratio), który określa stosunek aktywów obrotowych do zobowiązań krótkoterminowych. Jest to jedna z najczęściej stosowanych miar oceny zdolności przedsiębiorstwa do spłaty krótkoterminowych zobowiązań za pomocą środków znajdujących się w aktywach obrotowych, takich jak gotówka, należności czy zapasy. Wartość tego wskaźnika powinna oscylować w granicach od 1,2 do 2,0, co oznacza, że przedsiębiorstwo posiada wystarczające aktywa do pokrycia swoich zobowiązań.

Drugim istotnym wskaźnikiem jest **wskaźnik szybkiej płynności** (quick ratio), który wyłącza z aktywów obrotowych najmniej płynne składniki, takie jak zapasy, i uwzględnia jedynie

gotówkę, należności oraz inne szybkie do spieniężenia aktywa. Wskaźnik ten dostarcza dokładniejszych informacji o zdolności przedsiębiorstwa do spłaty zobowiązań w sytuacjach kryzysowych, kiedy szybkie pozyskanie środków finansowych jest konieczne. Optymalna wartość tego wskaźnika powinna przekraczać 1,0, co oznacza, że firma jest w stanie regulować swoje bieżące zobowiązania bez konieczności sprzedaży zapasów.

Jeszcze bardziej rygorystycznym wskaźnikiem jest **wskaźnik natychmiastowej płynności** (cash ratio), który uwzględnia jedynie środki pieniężne i ich ekwiwalenty w stosunku do zobowiązań krótkoterminowych. Ten wskaźnik pozwala ocenić, czy firma ma wystarczającą ilość gotówki na pokrycie wszystkich zobowiązań natychmiastowo, bez konieczności sprzedaży innych aktywów. Jego wartość powinna wynosić co najmniej 0,2–0,5, ponieważ zbyt wysokie wartości mogą świadczyć o nieefektywnym zarządzaniu kapitałem obrotowym.

Statystyczny pomiar płynności finansowej obejmuje również analizę przepływów pieniężnych, czyli **cash flow**, który jest bardziej dynamicznym sposobem oceny płynności w porównaniu do wskaźników statycznych. Przepływy pieniężne dzielą się na operacyjne, inwestycyjne i finansowe. Kluczowe znaczenie mają przepływy operacyjne, ponieważ odzwierciedlają zdolność przedsiębiorstwa do generowania gotówki z podstawowej działalności. Ujemne przepływy operacyjne mogą oznaczać trudności finansowe i konieczność finansowania działalności z zewnętrznych źródeł.

Innym narzędziem wykorzystywanym w analizie statystycznej płynności finansowej jest **wskaźnik cyklu konwersji gotówki** (cash conversion cycle, CCC), który mierzy czas potrzebny na zamianę wydatków na surowce i towary na wpływy ze sprzedaży. Składa się on z trzech elementów: okresu rotacji zapasów, okresu rotacji należności oraz okresu rotacji zobowiązań. Skrócenie cyklu konwersji gotówki oznacza, że przedsiębiorstwo szybciej odzyskuje środki i może lepiej zarządzać płynnością finansową.

Analizując płynność finansową, często stosuje się metody statystyczne, takie jak analiza regresji, analiza szeregów czasowych oraz modele ekonometryczne. Pozwalają one na prognozowanie przyszłej płynności finansowej i identyfikację czynników wpływających na jej zmienność. Modele statystyczne, takie jak analiza dyskryminacyjna Altmana czy modele scoringowe, są wykorzystywane do przewidywania ryzyka niewypłacalności na podstawie wskaźników płynności oraz innych zmiennych finansowych.

Pomiar płynności finansowej nie ogranicza się wyłącznie do przedsiębiorstw. W sektorze bankowym stosuje się wskaźniki płynności, takie jak **wskaźnik pokrycia płynności (LCR, Liquidity Coverage Ratio)** oraz **wskaźnik stabilnego finansowania netto (NSFR, Net Stable Funding Ratio)**, które określają zdolność banku do wywiązywania się z krótkoterminowych i długoterminowych zobowiązań. Instytucje finansowe monitorują również płynność finansową państw poprzez analizę zadłużenia publicznego, deficytu budżetowego oraz zdolności do spłaty zobowiązań międzynarodowych.

Współczesne podejście do pomiaru płynności finansowej obejmuje także wykorzystanie sztucznej inteligencji i big data. Zaawansowane algorytmy analizują miliony transakcji finansowych i pozwalają na bardziej precyzyjne przewidywanie problemów płynnościowych. Machine learning jest coraz częściej stosowany w bankach i dużych przedsiębiorstwach do automatycznej oceny zdolności płatniczej klientów i przewidywania potencjalnych trudności finansowych.

Statystyczny pomiar płynności finansowej jest niezbędnym narzędziem w analizie kondycji finansowej przedsiębiorstw, instytucji finansowych oraz całych gospodarek. Wykorzystanie wskaźników płynności, analiza cash flow, modele statystyczne oraz nowoczesne technologie pozwalają na skuteczne monitorowanie płynności i minimalizowanie ryzyka niewypłacalności. Prawidłowa ocena płynności finansowej ma kluczowe znaczenie dla stabilności systemu finansowego,

zarządzania ryzykiem i podejmowania trafnych decyzji ekonomicznych.

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.

Zachowania konsumenckie na rynku samochodów

podrozdział pracy magisterskiej

Zachowanie się konsumenta – *consumer behaviour* – to kompleks działań i czynności mających na celu zaspokojenie potrzeb konsumenta (jednostki lub grupy) poprzez zdobywanie dóbr i usług według odczuwanego systemu preferencji oraz sposobów obchodzenia się z nabytymi dobrami. Integralną częścią zachowań są również procesy decyzyjne, które poprzedzają i determinują te działania. Zachowanie konsumenta czy nabywcy, który może kupować dobra w celu zaspokojenia potrzeb innych ludzi jest bardzo złożonym procesem dotyczącym zachowania się człowieka na rynku. Zachowanie to oznacza zazwyczaj każdą reakcję (lub ogół reakcji) organizmu na bodźce środowiska i ustosunkowanie się do tego środowiska. Pojęcie to, jak dotąd, nie zostało precyzyjnie zdefiniowane. Toteż pojęcie zachowania się konsumpcyjnego jest różnie rozumiane [J. Penc, Leksykon Biznesu, Placet, Warszawa 1999, s. 556.].

Punktem wyjścia wszelkich działań marketingowych jest kon□sument. Wiedza o konsumencie oraz jego postępowaniu na rynku jest niezbędna do opracowania jakiegokolwiek programu marketingowego czy też skutecznego zastosowania któregokolwiek

z instrumentów marketingowych. Wzrastające znaczenie wiedzy w tym zakresie sprawia, że w ostatnich kilkunastu latach badanie zachowania konsumentów staje się coraz wyraźniej wyodrębniającą się dyscypliną wiedzy [L. Garbarski, I. Rutkowski, W. Wrzosek, Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy, PWE, Warszawa 2001, s. 119].

W praktyce szczególnie ważne jest badanie zachowania konsumentów dla celów marketingowych oraz wyjaśnienie dlaczego tak zachowuje a nie inaczej. Na decyzję zakupu wpływa wiele czynników pozaekonomicznych: demograficzne, kulturowe i technologiczne [K. Mazurek-Łopacińska, Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe, PWE, Warszawa 2003, s. 16.].

Pamiętajmy także i o tym, że decyzje konsumenta zależą także od czynników wewnętrznych, psychologicznych. Osobowość konsumenta determinuje postawę wobec oferowanego produktu. Stąd jednego interesuje kupno książki, drugi konsument natomiast preferuje kupno alkoholu. Swój fundusz swobodnej decyzji wydajemy bardzo różnie, często pod wpływem czynników pozaekonomicznych, a więc np. pod wpływem impulsu, kiedy to koleżanka ma coś, co i ja też sobie muszę kupić; albo np. po sprzeczce domowej po to, by sobie poprawić humor, pani domu kupuje kosmetyk, nie zważając na to, że w ten sposób rujnuje napięty budżet domowy.

Można powiedzieć, że przecież nic ani nikt nie zmusza konsumenta do zakupu. Prawda jest jednak taka, że suwerenność konsumenta jest w rzeczywistości ograniczona. Stale mamy kontakt z reklamą, która wmawia odbiorcy, że może być kimś innym, gdy nabędzie jakieś dobro, zakupy też często odbywają się pod presją sprzedawców i innych organizacji. W wysoko rozwiniętych państwach konsument często nabywa luksusowe dobra, takie jak: kosztowne samochody, piękne meble ogrodowe, futra czy też nawet zmienia dom przenosząc się do nowej posiadłości w bardziej luksusowej dzielnicy, gdyż wtedy jest bardziej dostrzegany – o nim się mówi. Wiąże się z tym także awans zawodowy: awansowałem, więc muszę być widoczny. Te

zagadnienia też są ważnym elementem kreującym popyt.

Użyteczność danego produktu wraz ze zwiększaniem się jego zakupów zazwyczaj się zmniejsza. Przed paroma laty na widok anteny satelitarnej przechodnie podnosili głowy, dzisiaj gdy rynek na ten produkt spowszedniał, nikt już taką anteną nikomu nie zaimponuje, no ale gdyby pojawił się w Szczecinie samochód marki Rolls – Royce zapewne byłby przedmiotem zachwytu i zazdrości sąsiadów. A to, że lubimy imponować i wyróżniać się w stosunku do innych, to stale zachowujemy się nieco śmiesznie i nic się nie zmieniło w stosunku do lat minionych, kiedy to imponowało się niosąc radio „Szarotka", potem podobną funkcję spełniała puszka piwa kupiona w Peweksie, której właściciel popijał po łyku na rogu ulicy, dzisiaj do dobrego tonu w pewnych sferach należy maszerowanie z telefonem komórkowym na widoku. Konsekwencją spadku krańcowej użyteczności jest podnoszenie się użyteczności innych konkurencyjnych dóbr czy też usług. Coraz częściej spotykam się z sytuacjami, gdy konsument zniechęcony nieuprzejmą obsługą w sklepie, chętnie nadkłada drogi i traci dodatkowy czas, aby dotrzeć do odległej placówki handlowej, gdzie wie, że będzie grzecznie i lepiej obsłużony.

Każdy z nas nabywa produkty, aby zaspokoić swoje potrzeby. Potrzeba według socjologów jest to „stan odczucia braku pewnego rodzaju usatysfakcjonowania wynikającego z warunków życia". Zatem potrzeby wyrażają pożądanie różnych wartości użytkowych. Skala intensywności potrzeb jest zróżnicowana u poszczególnych ludzi. Intensywność jej ujawnienia się zależy od dotychczasowego zaspokojenia. Spotykam się, niestety, jeszcze dosyć często z twierdzeniem, że w sytuacji dosyć ograniczonego rozwoju rynku, a także niskiej stopy życiowej ludności, działania marketingowe nie pobudzają potrzeb konsumenckich. Zgadza się, że ciągle jeszcze czynnikiem decydującym o dokonaniu zakupu jest cena, ale marketing ma właśnie rozwijać i wywoływać intencję zakupu. Nawet w okresie tworzącej się dopiero gospodarki rynkowej trzeba postępować

tak, aby wywoływać intencję zakupu.

Głównym problemem dla marketingowców staje się pytanie – jakiego rodzaju satysfakcję uzyskuje klient nabywający przykładowo samochód? Pojazd, który kupuje klient jest dla niego pewnym środkiem do rozwiązania problemu. Jakość pojazdu będącego przedmiotem marzeń klienta salonu powinna pozwolić nie tylko na zaspokojenie użyteczności w odniesieniu do celu jakiemu pojazd służy, ale dać także maksimum satysfakcji właścicielowi i to takiej satysfakcji jakiej się nie spodziewał. Dealerzy renomowanych firm samochodowych powinni w związku z tym pamiętać, że większość osób nie kupuje samochodów jako takich, ale nabywa to co one wnoszą do ich życia, a więc wygodę, bezpieczeństwo, prestiż właściciela itp. i na te właśnie czynniki trzeba kłaść nacisk przy prezentacji samochodu, który powinien stać się owocem marzeń klienta.

Zachowania konsumenckie na rynku samochodów są wynikiem złożonych procesów decyzyjnych, które obejmują zarówno racjonalne analizy, jak i emocjonalne impulsy. Współczesny rynek motoryzacyjny jest silnie zróżnicowany – obejmuje samochody osobowe, dostawcze, hybrydowe, elektryczne, nowe i używane – a konsumenci podejmują decyzje zakupowe na podstawie wielu zmiennych, takich jak cena, marka, jakość, koszty eksploatacji, design, dostępność serwisu, technologie pokładowe czy kwestie ekologiczne. Ostateczny wybór pojazdu nie jest jednak wyłącznie kwestią parametrów technicznych, lecz wiąże się również z osobistymi przekonaniami, statusem społecznym, wartościami oraz aspiracjami nabywcy.

Jednym z najważniejszych czynników determinujących decyzję o zakupie samochodu jest cena – zarówno cena zakupu, jak i koszty późniejszego utrzymania pojazdu. Wielu konsumentów analizuje nie tylko koszt początkowy, lecz również zużycie paliwa, wysokość składki ubezpieczeniowej, dostępność części zamiennych oraz przewidywaną wartość rezydualną pojazdu po kilku latach użytkowania. W tym kontekście coraz większą rolę odgrywają samochody elektryczne i hybrydowe, które choć

droższe w zakupie, mogą przynieść znaczne oszczędności w eksploatacji. Mimo to nadal znaczący odsetek klientów decyduje się na pojazdy używane, które oferują lepszy stosunek ceny do jakości w porównaniu z samochodami nowymi.

Marka i reputacja producenta to kolejny istotny element wpływający na decyzje zakupowe konsumentów. Dla wielu nabywców samochód jest nie tylko środkiem transportu, ale także symbolem statusu i osobistych preferencji. Marki luksusowe, takie jak BMW, Audi, Mercedes-Benz czy Lexus, są często wybierane przez osoby chcące podkreślić swoją pozycję społeczną. Z kolei konsumenci kierujący się pragmatyzmem częściej wybierają marki znane z niezawodności i niskich kosztów utrzymania, takie jak Toyota, Honda czy Skoda. Należy również zauważyć, że lojalność wobec marki może być kształtowana przez wcześniejsze pozytywne doświadczenia z daną firmą, opinie znajomych, rankingi konsumenckie czy działania marketingowe.

W ostatnich latach rośnie znaczenie aspektów ekologicznych w podejmowaniu decyzji zakupowych. Coraz większa liczba konsumentów zwraca uwagę na emisję CO_2, technologie wspomagające ekologiczne prowadzenie pojazdu, a także udział materiałów odnawialnych i recyklingowanych w produkcji samochodu. W krajach rozwiniętych obserwuje się rosnący popyt na pojazdy elektryczne oraz hybrydowe, wspierany zarówno przez zmieniające się normy prawne, jak i systemy dopłat rządowych. Takie postawy szczególnie silne są wśród młodszych konsumentów, którzy często postrzegają zakup auta przyjaznego środowisku jako wyraz świadomego stylu życia.

Nie można pominąć również wpływu nowych technologii na zachowania konsumentów na rynku motoryzacyjnym. Klienci coraz częściej oczekują od samochodów rozbudowanych systemów multimedialnych, integracji ze smartfonami, autonomicznych systemów bezpieczeństwa oraz udogodnień poprawiających komfort jazdy, takich jak adaptacyjny tempomat, kamery 360 stopni czy automatyczne parkowanie. Często to właśnie wyposażenie

technologiczne staje się czynnikiem decydującym o wyborze danego modelu, nawet jeśli jego cena jest nieco wyższa niż pojazdów konkurencyjnych. Dodatkowo konsumenci w coraz większym stopniu korzystają z internetu, aby porównywać oferty, czytać recenzje i oglądać testy wideo przed podjęciem decyzji.

Zachowania konsumenckie na rynku samochodów są również silnie uwarunkowane społecznie i kulturowo. W niektórych krajach samochód nadal pełni funkcję prestiżową i jest postrzegany jako atrybut sukcesu, natomiast w innych coraz bardziej liczy się jego użyteczność i aspekt ekonomiczny. Zmieniające się trendy miejskie, rozwój współdzielenia pojazdów (car sharing), rosnąca popularność wynajmu długoterminowego czy subskrypcji motoryzacyjnych sprawiają, że tradycyjny model posiadania samochodu może stopniowo tracić na znaczeniu. Młodsze pokolenia, szczególnie w dużych miastach, coraz częściej decydują się na alternatywne formy mobilności, a zakup auta odkładany jest na dalszy plan lub zastępowany korzystaniem z transportu publicznego i aplikacji mobilnych.

Decyzje konsumentów na rynku samochodowym są wynikiem współdziałania wielu czynników: ekonomicznych, technologicznych, społecznych i kulturowych. Rynek ten dynamicznie się zmienia, a producenci i sprzedawcy muszą stale dostosowywać swoje strategie marketingowe do zmieniających się oczekiwań klientów. Rosnąca świadomość ekologiczna, postęp technologiczny oraz nowe modele korzystania z pojazdów sprawiają, że przyszłość rynku samochodowego będzie wymagała od firm nie tylko innowacyjnych produktów, ale również głębokiego zrozumienia potrzeb konsumentów.

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.

EuroLOT S.A.

Spółka EuroLOT S.A. powstała w 1996 roku, a jej działalność rozpoczęła się w 1997 roku. Dzięki uzyskanej koncesji i świadectwu przewoźnika lotniczego, EuroLOT miał prawo do wykonywania regularnych i nieregularnych przewozów lotniczych na trasach krajowych i zagranicznych. Działalność spółki miała na celu rekonstrukcję krajowej siatki połączeń lotniczych oraz redukcję kosztów operacyjnych, co miało umożliwić stworzenie konkurencyjnej oferty przewozów regionalnych.

EuroLOT, posiadając kapitał akcyjny wynoszący początkowo 33 mln zł, stał się w pełni zależną spółką PLL LOT S.A., który był jej wyłącznym udziałowcem. Już w 2001 roku planowano podwyższenie kapitału akcyjnego do 159,4 mln zł. Spółka została doceniona za swój wkład w rozwój krajowych połączeń lotniczych, otrzymując prestiżową nagrodę "Najlepszy debiut w biznesie 1998" od Kapituły Polskiego Klubu Biznesu.

Wraz z przystąpieniem EuroLOT-u do European Regions Airlines Association (ERA) w 1998 roku, spółka stała się częścią międzynarodowej sieci przewoźników regionalnych, co pozwoliło jej rozwijać swoją działalność i wprowadzać nowe standardy jakości w regionie. Z kolei w 2000 roku EuroLOT stał się operatorem świadczącym usługi przewozowe na rzecz PLL LOT, a jego flota powiększyła się o samoloty ATR-72, co znacznie zwiększyło jej możliwości operacyjne.

Wyniki finansowe EuroLOT-u w latach 1998-2000 wykazywały trudności finansowe, z wysokimi stratami netto, co wskazywało na początkowe trudności w rozwoju i budowaniu rentowności spółki. Jednak mimo tych problemów, firma kontynuowała rozwój, a w 2001 roku przewidywano osiągnięcie dodatniego wyniku finansowego, co miało stanowić punkt zwrotny w działalności

spółki. Spółka EuroLOT odgrywała istotną rolę w krajowym rynku lotniczym, wnosząc wkład w modernizację infrastruktury przewozów krajowych oraz w procesy restrukturyzacji PLL LOT S.A.

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.