

Spis treści

Wprowadzenie	9
Rozdział I	
Ocena zdolności przedsiębiorstwa do kontynuowania działalności – ocena sytuacji finansowej przedsiębiorstwa	11
1. Cele analizy sytuacji finansowej przedsiębiorstwa	12
2. Podstawowe narzędzia badania kondycji finansowej przedsiębiorstwa	13
3. Metody oceny gospodarki finansowej	15
4. Źródła informacji dla analizy finansowej	20
5. Zakres analiz finansowych	22
6. Kluczowe mierniki oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstwa	23
6.1. Zakres mierników oceny	23
6.2. Wskaźnikowa metoda oceny	29
6.2.1. Wskaźniki płynności finansowej	29
6.2.2. Wskaźniki zyskowności	33
6.2.3. Wskaźniki aktywności gospodarczej	36
6.2.4. Wskaźniki zadłużenia i stopnia pokrycia	38
6.2.5. Wskaźniki rynku kapitałowego	40
6.2.6. Analiza zbiorcza – piramida wskaźnikowa	42
6.2.7. EBITDA	44
7. Analiza i monitoring jako narzędzia wczesnego rozpoznania zagrożenia utraty dobrej kondycji finansowej	44

Rozdział II**Podstawowe problemy planowania i budżetowania w przedsiębiorstwie**

54

- | | |
|--|----|
| 1. Budżet handlowy jako budżet wiodący | 57 |
| 2. Cykl życia produktu | 57 |
| 3. Metody ustalania cen i zasady ich kształtowania | 60 |
| 4. Roczny budżet produkcji i budżety cząstkowe dotyczące kosztów wytwarzania | 62 |
| 5. Budżetowanie finansowe | 67 |
| 6. Podstawowe wskaźniki finansowe stosowane w ocenie jednostek gospodarczych | 67 |

Rozdział III**Budżetowanie długoterminowe jako podstawa podejmowania decyzji inwestycyjnych**

72

- | | |
|--|----|
| 1. Projekt inwestycyjny jako podstawa budżetowania długoterminowego | 72 |
| 1.1. Rodzaje projektów inwestycyjnych | 72 |
| 1.2. Ograniczenie ryzyka w budżetowaniu długoterminowych decyzji inwestycyjnych | 74 |
| 1.3. Projekty inwestycyjne – tworzenie i wybór | 76 |
| 1.4. Budżetowanie przepływów pieniężnych | 77 |
| 2. Badania marketingowe przychodów ze sprzedaży jako podstawa budżetowania | 79 |
| 2.1. Badania marketingowe dotyczące wielkości sprzedaży jako podstawa wyjściowa do budżetowania projektów inwestycyjnych | 79 |
| 2.2. Analiza marketingowa rynków zbytu jako podstawa wyjściowa oceny projektów inwestycyjnych | 80 |
| 2.2.1. Ocena struktury rynku docelowego | 80 |
| 2.2.2. Analiza nabywców i segmentacja rynku | 81 |
| 2.2.3. Możliwości wejścia na rynki zagraniczne | 81 |
| 2.2.4. Koszty marketingu i przychody ze sprzedaży | 84 |

Rozdział IV**Projekcja gospodarki finansowej badanych spółek – studium przypadków**

85

A. Studium przypadku spółki akcyjnej Chemia

86

- | | |
|--------------------------------|----|
| 1. Analiza finansowa | 88 |
| 1.1. Ocena wyników bieżących | 88 |
| 1.2. Ocena bilansu majątkowego | 91 |
| 1.2.1. Analiza aktywów bilansu | 91 |
| 1.2.2. Analiza pasywów bilansu | 95 |

1.3. Pozioma analiza bilansu	98
1.4. Analiza wskaźnikowa	100
2. Strategia urentownienia działalności spółki Chemia SA	109
2.1. Aktywizacja przychodów ze sprzedaży	109
2.2. Redukcja kosztów uzyskania przychodów	113
2.2.1. Analiza prognozy rentowności	113
2.2.2. Inne sposoby obniżania kosztów uzyskania przychodów	116
2.3. Identyfikacja czynników kształtujących wynik finansowy w ujęciu strukturalnym	122
B. Studium przypadku spółki akcyjnej ABC	136
1. Analiza finansowa	136
1.1. Ocena wyników bieżących	136
1.1.1. Przykład wyodrębnienia czynników kształtujących wielkość sprzedaży	138
1.2. Ocena bilansu majątkowego	143
1.2.1. Analiza aktywów bilansu	143
1.2.2. Analiza pasywów bilansu	145
1.2.3. Analiza pozioma bilansu	147
1.3. Analiza rachunku przepływów pieniężnych	148
1.4. Analiza wskaźnikowa	150
2. Prognozowanie przyszłego rozwoju spółki akcyjnej ABC	155
2.1. Synteza wyników finansowych spółki	155
2.2. Planowanie finansowe działalności spółki w okresach następnych	157
2.3. Ogólna ocena założeń prognostycznych spółki	164
Załączniki	166
C. Studium przypadku sp. z o.o. Zakłady Przemysłowe	175
1. Analiza wyników finansowych przedsiębiorstwa	177
2. Analiza sytuacji majątkowej i finansowej na podstawie bilansu	179
3. Ocena wskaźnikowa	184
4. Potwierdzenie przejawów zagrożeń	186
5. Wymagane kierunki przedsięwzięć na rzecz urentownienia działalności przedsiębiorstwa	193
Wybrane akty normatywne	205