



softconsulting

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.¹

Analiza finansijskih podataka i strateško odlučivanje

„Teško se odlučuje onaj koji ništa neće.“

- Seneca

Analiza finansijskih podataka od posebnog je značaja za strateško odlučivanje. Najčešće se analiza finansijskih podataka vrši unutar plansko-analitičke, prodajne ili marketing funkcije u preduzeću. Rezultate finansijske analize, za poslovno odlučivanje, koristi strateški menadžment, kao i menadžeri srednjeg odnosno svih nivoa odlučivanja u poslovnoj organizaciji.

Finansijska analiza² predstavlja iscrpno istraživanje, kvantificiranje, deskripciju i ocjenu finansijskog statusa i uspješnosti poslovanja preduzeća. Ciljevi analize finansijskih izvještaja mogu se podijeliti na: opšte i posebne ciljeve. Opšti ciljevi odnose se na sagledavanje zarađivačke sposobnosti (rentabilnosti, profitabilnosti, uspješnosti) kompanije i finansijskog položaja -statusa kompanije, njezinih novčanih tokova i promjena na kapitalu u cilju pružanja informacija korisnicima (naručiocima) analize. S obzirom da su korisnici finansijske analize stejkholderi, tako se i posebni ciljevi analize finansijskih izvještaja odnose na zadovoljavanje informacionih potreba stejkholdera. Kada govorimo o stejkholderima, najznačajniji su investitori u akcije (equity investors) i kreditori (bond investors, banks), odnosno oni korisnici koji obezbjeđuju kapital kompaniji i kao takvi omogućavaju da kompanija bude poslovno sposobna.



Postoje različite vrste analize finansijskih podataka. Za potrebe ovog teksta, posmatraju se osnovne prednosti: statistička analize, racio analize, analize tržišta, analize trenda, strateške portfolio analize, analize konkurencije, benchmarking analize, dubinske analize poslovanja (due diligence) i kreditne analize za strateško odlučivanje.

[Statistička analiza](#) - omogućava pribavljanje numeričkih informacija, njihovu kvalitativnu interpretaciju, donošenje zaključaka i formiranje zakonitosti ponašanja posmatranih pojava. Predstavlja način da se objektivno izradi izvještaj o tome kako se neobični događaji temelje na povijesnim podacima.

[Racio analiza](#) - predstavlja instrument za procjenu finansijske pozicije i potencijala preduzeća. Stavljanjem u odnos logički povezanih cjelina iz finansijskih izvještaja (Bilans stanja i Bilans uspjeha), dolazi se do rezultata uspostavljenih relacija koji za cilj imaju ocjenu stanja i aktivnosti preduzeća.

[Analiza tržišta](#) - obezbjeđuje relevantne informacije povodom određivanja adekvatne strategije nastupa na konkretnom tržištu. Određivanje smjernica politici prodaje i marketingu ponekad iziskuje

1 SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 (BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: lejla.softic@savjetnik.ba

Izvor za slike: <https://efinancemanagement.com/financial-analysis/analysis-of-financial-statements-using-financial-ratios> i <https://www.unine.ch/iaf/es/home.html>

2 Izvor: <http://www.vps.ns.ac.rs/Materijal/mat16385.pdf>



softconsulting

hitne informacije, jer se posluje u vrlo dinamičnom okruženju. Analiza tržišta se može sprovesti posredstvom sledećih pomagala: opšteg razvojnog trenda, cikličnih oscilacija, sezonskih oscilacija i slučajnih oscilacija.

Analiza trenda - je pokušaj da se na osnovu podataka iz prošlosti predvide budući događaji. Analiza trenda bi trebalo da bude osnovna komponenta svakog preduzeća. Sa 100% sigurnošću ne može se znati kada će početi trend ili kada će završiti, ali se može tražiti vjerovatnoća tih događaja. Takođe, nakon što je trend potvrđen, ne postoji nikakva garancija da će se on i nastaviti.

Strateška portfolio analiza - čini grupu povezanih metoda analiziranja različitih poslova na temelju određenih strateških kategorija. Obično je riječ o nekoj kombinaciji uspoređivanja konkurentne pozicije na tržištu i tržišnog rasta, odnosno, tržišne atraktivnosti. Omogućava da se sagleda čitav portfelj tekućih projekata i da se procjeni utjecaj pojedinog projekta na čitav portfelj. Ova analiza pogodna je za razmatranje agregiranog finansijskog rizika.

Analiza konkurencije - da bi efektivno kreirala marketing strategiju, kompanija treba da raspolaže sa najširim mogućim informacijama o konkurentima. U tom smislu, neophodno je da se u kontinuitetu obavlja komparacija proizvoda, cijena, kanala distribucije i promocije konkurenata, da bi se imao uvid u oblasti potencijalne komparativne prednosti.

Benchmarking analiza - predstavlja sistematski i kontinuirani proces mjerenja i upoređivanja poslovnih procesa jedne organizacije u odnosu na poslovne procese lidera, radi dobijanja informacija koje će pomoći organizaciji da preduzme akciju za poboljšanje svojih performansi.

Dubinska analiza poslovanja (Due diligence) - označava detaljno upoznavanje, preispitivanje i vrednovanje svih aspekata poslovanja poduzeća uključujući procjenu koristi, obveza i odgovornosti vezanih za potencijalne investicije u poduzeće ili određivanje smjernica njegovog budućeg razvoja.

Kreditna analiza - kreditni standardi koje preferira preduzeće definišu se kao minimum kriterija koje kupci moraju da zadovolje da bi im se odobrila prodaja na kredit. Kreditni standardi se odnose na kreditnu sposobnost kupaca i može ispitivati na različite načine – tzv. 5K analiza podrazumijeva analizu karakteristika kupaca: karakter, kapacitet, kapital, kolateral i kondicije (tj. uslovi poslovanja).

Analiza finansijskih podataka, bez obzira o kojoj vrsti analize da se radi, treba blagovremeno da ukaže strateškom menadžmentu na pozitivne i negativne aspekte poslovanja preduzeća. Prosudba o poboljšanju ili pogoršanju aspekata poslovanja, nakon izvršene analize, ne zavisi samo od pokazatelja koji su rezultat izvršene analize finansijskih podataka, nego i od analitičara (konsultanta) koji tumači pokazatelje i strateškog menadžmenta koji donosi odluke na osnovu izvršene analize finansijskih podataka. Kvalitetna analiza finansijskih podataka podrazumijeva minimalno 2 scenarija: optimističan i pesimističan odnosno utvrđivanje minimalnih i maksimalnih finansijskih vrijednosti tj. finansijskih pokazatelja bitnih za poslovanje preduzeća.

Analiza finansijskih podataka treba da obezbjedi pravovremene informacije i izvještaje ne samo za strateški menadžment, nego i za sve poslovne funkcije, a osoblje koje vrši analizu finansijskih podataka treba da bude educirano da analizira finansijske podatke iz internih procesa, ali i finansijske podatke sa tržišta odnosno da koristi sekundarne baze podataka iz vanjskih izvora.

Finansijska analiza poslovanja, koja je u cijelosti automatizirana, ne mora za donosioca odluke tj. strateški menadžment biti dovoljno informativna. Analizom finansijskih podataka neophodno je znati protumačiti automatizirane podatke iz izvještaja odnosno pojedine alate finansijske analize potrebno je znati koristiti, kako bi se donijele buduće strateške odluke za uspješno poslovanje preduzeća.