

Opis

**By ocenić kontrahenta nie wystarczy własna intuicja!
Skorzystaj z podpowiedzi eksperta i zrób to profesjonalnie!**

W jaki sposób ocenić firmę, z którą chcielibyśmy nawiązać bliższą współpracę? Na jakie elementy zwrócić uwagę, aby uniknąć błędów?

Prezentacja najbardziej przydatnych narzędzi, którymi można posłużyć się do oceny kontrahenta.

W pierwszej części autor omawia finansowy cel działania i podstawowe elementy kształtujące finansowy obraz przedsiębiorstwa kontrahenta. Celem tej części jest pokazanie głównych elementów pozwalających zrozumieć, dlaczego nasz kontrahent może się zachowywać w określony sposób i jak takie zachowanie kontrahenta interpretować oraz jakie znajdzie to odzwierciedlenie w informacjach, które od niego otrzymamy.

Druga część stanowi omówienie sprawozdań finansowych kontrahenta i podstawowych wniosków, jakie można próbować z nich uzyskać.

Trzecia część poświęcona jest analizie wskaźnikowej z uwzględnieniem tych wskaźników, które najczęściej mogą pomóc dokonać oceny kontrahenta. Ponieważ sama ocena wskaźnikowa to za mało, aby wnioskować, w **czwartej i piątej części** omówione są dwa przypadki kontrahentów (listę tę oczywiście można by rozszerzyć): odbiorców i dostawców.

Na końcu zamieszczony został dodatek w postaci podstaw matematyki finansowej wykorzystywanej w trakcie rozważań zawartych w poradniku. Są to przede wszystkim podstawowe wzory przydatne przy analizie wartości pieniądza w czasie oraz tablice finansowe.

Spis treści

Wprowadzenie

1. Finansowy cel działania i podstawowe elementy kształtujące finansowy obraz przedsiębiorstwa kontrahenta
2. Sprawozdania finansowe kontrahenta
3. Analiza wskaźnikowa
4. Ocena kontrahenta – odbiorcy korzystającego z odroczenia płatności
5. Ocena kontrahenta – dostawcy

Dodatek

Zmienna wartość pieniądza w czasie

Literatura