frlily / February 11, 2025 10:23AM

不知道預算分析有什麼用？盤點6大預算分析應用場景！

1. 1. 01 預算分析基礎
2. 2. 02 科學的預算分析是怎麼做出來的
3. 3. 03 預算分析應用場景
4. 4. 總結

預算分析作為財務工作者的必備技能：做得好的話，能幫助企業預測未來的財務狀況並據此做出戰略決策，做不好的話，就會要麼“入不敷出”要麼“捉襟見肘”。預算分析本身十分複雜和多變，但在實際工作中，很多人甚至有些管理者，卻不清楚預算分析的重要性，面對事業部人員提交上來的預算清單經常敷衍了事。

本文就旨在透過介紹預算分析的基本概念、重要性，並探討其在不同事業場景下的應用，幫助大家深入理解一下預算分析，同時，數據君還會結合實際的案例，幫助朋友們把預算分析應用於實際工作中，提升企業的財務規劃和資源配置效率。

1. 01 預算分析基礎

預算分析是企業財務規劃的核心組成部分，它涉及對企業未來收入、成本和利潤的預測。這項分析對於確保企業資源得到有效配置、實現戰略目標至關重要。

1、預算分析的基本概念

預算分析是一種前瞻性的財務管理工作，它透過比較實際業績與預算目標，幫助企業識別潛在的財務問題，並採取相應的措施。它不僅包括財務資料的分析，還涉及對市場趨勢、行業動態和內部營運效率的考量。

2、預算分析的重要性

在資源有限的情況下，預算分析能夠幫助企業優先分配資源到最能產生價值的領域。透過預算分析，企業能夠預測市場變化，及時調整策略，保持競爭力。此外，預算分析還能夠幫助企業識別成本節約的機會，提高資金使用效率。

3、預算分析在企業資源配置中的作用

企業資源配置是預算分析的主要應用之一。透過預算分析，企業能夠確定哪些專案和部門需要更多的投資，哪些則需要減少開支。例如，如果預算分析顯示某個新產品線的市場需求強勁，企業可能會決定增加對這個產品線的投資，以抓住市場機會。

2. 02 科學的預算分析是怎麼做出來的

下面數據君來演示幾張看板，帶大家看看科學的預算分析一般要準備哪些內容。這些看板都是用FineReport來搭建的，除了銷售場景下的目標設定環節，FineReport還內建了很多場景和環節的模板資源，操作簡單易上手，有相關需求的可以自己點選連結試一試：https://www.fanruan.com/zh-tw/trial

這張市場規模分析看板，提供了多個指導預算分析的關鍵指標和趨勢圖，下面來具體解釋一下：

· 市場格局分析：顯示了當前的市場佔有率為70.58%，同比去年增長了0.67%，但環比上月下降了0.82%。這表明公司在市場上的領先地位，但也需要關注近期的下降趨勢。

· 月度市場佔有率趨勢：圖表展示了本公司與幾個競品（競品A、競品B、競品C）的市場佔有率變化趨勢。這可以幫助預算分析考慮市場競爭狀況，預測未來市場份額的變化，從而調整銷售和行銷策略。

· 月度公司市佔率趨勢：顯示了本公司市場佔有率的月度變化，當前市場佔有率為2.3%，同比去年增長了29.21%，環比上月增長了5.50%。這種增長趨勢對於預算分析中的收入預測和資源分配至關重要。

· 1–7月市場格局：透過餅圖展示了不同區域（華東、華北、華中、華南）的市場佔有率分佈。這有助於預算分析中區域市場的資源分配和策略制定。

· 商機趨勢：柱狀圖和折線圖展示了不同區域的商機數量和趨勢。這有助於預算分析中識別潛在的市場機會和需求，為銷售和產品開發提供指導。

· 各區域城市佔比：條形圖展示了不同區域城市在市場中的佔比。這有助於預算分析中細化到城市級別的市場策略和資源分配。

市場規模分析可以從哪些維度指導預算分析

· 市場趨勢識別：透過分析市場佔有率和趨勢，幫助企業預測未來的市場動向，從而在預算中做出相應的調整。

· 競爭分析：瞭解競品的市場表現，幫助企業在預算中考慮競爭策略，如定價、促銷活動等。

· 區域市場策略：不同區域的市場表現差異，幫助企業在預算中進行區域差異化的資源分配和市場策略。

· 商機預測：透過商機趨勢分析，可以幫助企業在預算中預測潛在的銷售機會，合理規劃銷售目標和資源投入。

· 風險評估：市場格局的變化可能帶來風險，預算分析中需要考慮這些風險並制定應對措施。

這張銷售預測準確率考核報表，則詳細列出了不同大區在不同月份的銷售預測與實際訂單的對比資料。我們下面來針對報表內容講一下這裡麵包含了哪些目標設定的小技巧。

報表內容分析

銷售預測與實際訂單對比：

· 報表中列出了北京大區、上海大區、蘇皖大區、華南大區、華北大區和西北大區的銷售預測資料和實際訂單資料。

· 每個大區的預測準確率也被計算出來，顯示了預測與實際訂單之間的匹配程度。

預測準確率：

· 預測準確率是透過比較預測值和實際值來計算的，公式通常是：(實際值 — 預測值) / 實際值 * 100%。

· 報表中顯示了每個大區的預測準確率，這有助於評估銷售預測的可靠性。

月度資料：

· 報表按月份列出資料，這有助於分析銷售趨勢和季節性變化。

對預算分析的幫助

.
評估銷售預測的準確性：透過分析預測準確率，可以評估銷售預測模型的有效性，這對於未來的預算編制至關重要。

· 調整預算計劃：如果預測準確率較低，可能需要重新評估銷售策略和預算分配，確保資源被有效利用。

· 識別銷售趨勢：月度資料可以幫助識別銷售的季節性趨勢，這對於制定季度或年度預算非常有用。

· 區域性策略調整：不同大區的銷售表現差異可能需要區域性的銷售和市場策略調整，預算分析應考慮這些差異。

· 風險管理：預測準確率低可能表明存在銷售風險，預算分析中應考慮這些風險並制定相應的應對措施。

.
資源最佳化：根據銷售預測的準確性和實際銷售資料，可以更有效地分配資源，如行銷預算、庫存管理和人員配置。

績效評估

銷售預測準確率可以作為評估銷售團隊績效的一個指標，幫助確定激勵措施和培訓需求。

上面幾張看板都是銷售場景下的預算分析過程，哪個行業其實都離不開銷售環節，而透過這種方法制定出的預測目標，對於想要良性發展的企業是非常重要的，同時對於一線人員而言，科學的目標也可以指導他們在具體執行環節科學行動：一來，背業績的員工不會再怨聲載道罵主管制定銷售目標的時候異想天開，同時，銷售團隊的績效獎金與這些預算目標的完成情況直接相關。在季度末，管理者透過比較實際銷售額與預算目標，根據差異調整獎金分配。這種方法不僅能夠激勵銷售團隊達成目標，還幫助公司及時調整策略，以應對市場變化。

3. 03 預算分析應用場景

預算分析的應用場景非常廣泛，可能很多財務人員已經做了預算分析卻不自知，以下就是六個主要的應用場景，每個場景數據君都舉了具體的例子來幫助大家理解。

1、新產品開發

在新產品開發階段，預算分析幫助企業評估市場潛力和預期成本。例如，一家科技公司在開發一款新的智慧手機時，會透過預算分析預測研發成本、生產成本和市場推廣費用，以及預期的銷售收入和利潤。

2、市場擴張

當企業計劃進入新市場時，預算分析能夠評估市場擴張的財務影響。以一家計劃在海外開設新門店的服裝品牌為例，預算分析會涉及新門店的啟動成本、預期收入和潛在風險。

3、成本控制

預算分析在成本控制中發揮著重要作用。例如，一家制造企業透過預算分析識別了原材料成本的節約機會，透過談判更優惠的供應商合同，成功降低了成本。

4、投資決策

在考慮新的投資專案時，預算分析幫助企業評估投資回報率。一家能源公司在考慮是否投資一個新的風力發電專案時，會透過預算分析預測專案的現金流和淨現值。

5、風險管理

預算分析有助於企業識別和量化潛在的財務風險。例如，在經濟衰退期間，一家房地產公司透過預算分析預測了銷售下降的風險，並據此調整了行銷策略和價格。

6、財務預測

預算分析是財務預測的基礎，它幫助企業預測未來的財務狀況。一家餐飲連鎖企業透過預算分析預測了下一年的收入和利潤，據此規劃了新店的開設和現有店鋪的升級。

4. 總結

預算分析是企業財務管理的重要組成部分，它不僅涉及財務資料的分析，還包括對市場趨勢、行業動態和內部營運效率的考量。而從新產品開發到市場擴張，從成本控制到投資決策，再到風險管理和財務預測，預算分析一直是企業實現財務目標的關鍵前提，所以希望透過本篇文章，那些對預算分析還在敷衍了事的企業能夠重視起來。