

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra statistiky**



**Diplomová práce**

**Analýza činnosti firmy LAUFEN CZ s. r. o. a její  
perspektivy**

**Lucie Dědičová**

© 2015 ČZU v Praze

**ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE**

Katedra statistiky

Provozně ekonomická fakulta

# **ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

Dědičová Lucie

Veřejná správa a regionální rozvoj Sezimovo Ústí - Tábor

Název práce

**Analýza činnosti firmy LAUFEN CZ s. r. o. a její perspektivy**

Anglický název

**Analysis of company Laufen CZ s.r.o. activities and its prospects**

## **Cíle práce**

Cílem práce je analýza vývoje vybraných ukazatelů činnosti firmy LAUFEN CZ s. r. o. Pomocí statistické analýzy vybraných ukazatelů a nástrojů finanční analýzy bude hodnoceno dosavadní hospodaření firmy a hledány příčiny prudkých změn. Součástí řešení budou návrhy a doporučení pro další rozvoj společnosti.

## **Metodika**

Vytvořená databáze bude statisticky vyhodnocena pomocí metod z oblasti časových řad a indexové analýzy.

## **Harmonogram zpracování**

Studium dostupné literatury a odborných textů: 03/2014-09/2014

Předložení literární rešerše: 10/2014

Sběr dat a jejich analýza: 08/2014-01/2015

Předložení konečné podoby textu diplomové práce: 02/2015

### **Rozsah textové části**

60 - 80 stran

### **Klíčová slova**

podnik, prodej, zákazník, obchod, výroba, výrobky, tržby, analýza, časová řada, finanční analýza

### **Doporučené zdroje informací**

HINDLS, Richard, HRONOVÁ, Stanislava, SEGER, Jan. Statistika pro ekonomy. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 80-86419-59-2.  
KISLINGEROVÁ, Eva a kol. Manažerské finance. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-194-9.  
KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane. Marketing management. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.  
MACHKOVÁ, Hana, ČERNOHLÁVKOVÁ, Eva, SATO, Alexej a kolektiv. Mezinárodní obchodní operace. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1590-2.  
ROSOCHATECKÁ, Eva a kol. Ekonomika podniků. Praha: ČZU, 2012. ISBN 978-80-213-2259-2.  
SRPOVÁ, Jitka, ŘEHOŘ, Václav a kolektiv. Základy podnikání. Praha: VŠE, 2010. ISBN 80-7079-892-0.  
SVATOŠOVÁ, Libuše, KÁBA, Bohumil. Statistické metody II. Praha: ČZU PEF, 2008. ISBN 978-80-213-1736-9.  
SYNEK, Miloslav a kol. Ekonomika a řízení podniků. Praha: VŠE, 1994. ISBN 80-7079-196-8.  
SYNEK, Miloslav, KISLINGEROVÁ, Eva a kol. Podniková ekonomika. Praha: C.H.Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-336-3.  
ZADRAŽIL, Pavel. Provoz a hospodaření podniků se základy podnikání. Praha: ČZU PEF, 2007. ISBN 978-80-213-1729-9.

Další literatura bude doporučena v průběhu zpracování diplomového úkolu.

### **Vedoucí práce**

Prášilová Marie, doc. Ing., CSc.

### **Termín odevzdání**

březen 2015

Elektronicky schváleno dne 15.10.2014

**prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 11.11.2014

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan fakulty

### Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Analýza činnosti firmy LAUFEN CZ s. r. o. a její perspektivy" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3.2015

---

### Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala doc. Ing. Marii Prášilové, CSc za odborné rady, konzultace a připomínky, které mi byly poskytnuty při psaní této práce, zaměstnancům firmy LAUFEN CZ a také mojí rodině, která mě po dobu celého studia podporovala.

# **Analýza činnosti firmy LAUFEN CZ s. r. o. a její perspektivy**

---

## **Analysis of company LAUFEN CZ s.r.o. activities and its prospects**

### **Souhrn**

Diplomová práce se zabývá analýzou činnosti firmy LAUFEN CZ s. r. o. a její perspektivy. Teoretická část je zaměřena na vymezení základních pojmů a teoretických východisek dotýkající se problematiky podniku. Praktická část zahrnuje finanční analýzu, kde pomocí poměrových ukazatelů rentability, likvidity, hospodářské aktivity a finanční stability je hodnoceno finanční zdraví firmy v období let 2003 - 2014. Statistickou analýzou časových řad je srovnávána a hodnocena výroba sanitární keramiky, prodej produktového portfolia společnosti, vývoj tržeb a hospodářského výsledku v letech 2003 - 2014. Obsahuje také předpověď budoucího vývoje výroby, prodeje, tržeb a hospodářského výsledku. Z výsledků provedených analýz jsou v závěru navržena doporučení, které mohou zlepšit situaci společnosti LAUFEN CZ s.r.o. Jako podklady byly použity výroční zprávy, rozvahy, výkazy zisku a ztráty a rozborů činnosti společnosti LAUFEN CZ.

### **Summary**

Presented thesis deals with an analysis and prospective of the company of LAUFEN CZ s. r. o. The theoretical part is focused on the setting of a basic ideas and a potential basis covering company dilemma. The practical part consists of the financial analysis where the company condition is being evaluating by a profitability indicator ratio, liquidity, economic activity and financial stability in the 2003 to 2014 period. Statistical analysis of time series where a sanitary ceramics production, company product portfolio selling rate, economical outcome and evolution revenue is being compared between 2003 – 2014 trough. The last analysis part contains prediction of a future production, sale, revenue and economic progress. At the end based on the performed analysis results there are proposed some recommendation for company of LAUFEN CZ Ltd., potential economical increase. As records for this thesis processing the annual reports, balance, profit and loss statement and activity analyses of the introduced company have been used.

**Klíčová slova:** podnik, prodej, zákazník, obchod, výroba, výrobky, tržby, analýza, časová řada, finanční analýza

**Keywords:** company, sales, customer, business, production, products, sales ratio, analysis, time series, financial analysis

## Obsah

1 Úvod.....	9
2 Cíl práce a metodika.....	11
2.1 Cíl práce .....	11
2.2 Metodika .....	11
2.2.1 Finanční analýza.....	11
2.2.2 Analýza časových řad .....	15
3 Literární rešerše.....	18
3.1 Podnikání.....	18
3.1.1 Pojetí podnikání .....	18
3.2 Podnik .....	19
3.2.1 Cíle podniku .....	19
3.2.2 Funkce (činnosti) podniku .....	20
3.2.3 Okolí podniku .....	22
3.2.4 Životní cyklus podniku a taktické financování.....	23
3.2.5 Majetková výstavba podniku .....	24
3.2.6 Kapitálová výstavba podniku.....	25
3.3 Základní právní formy podnikání.....	26
3.4 Marketingová činnost podniku.....	27
3.5 Obchod a obchodní činnost.....	28
3.6 Legislativa .....	29
3.7 Podpora podnikání .....	30
3.7.1 Podpora inovačního průmyslu .....	31
3.7.2 Role ministerstva průmyslu a obchodu.....	32
3.7.3 Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014 – 2020.....	32
4 Charakteristika podniku .....	33
4.1 Základní údaje .....	33
4.2 Historie a současnost firmy .....	33
4.3 Produkty společnosti .....	34
4.4 Hodnoty společnosti.....	34

4.5 Organizační struktura .....	35
4.6 Vnější okolí podniku .....	35
4.7 Udržitelnost .....	36
4.8 Certifikáty .....	37
5 Analýza dosažených výsledků .....	38
5.1 Finanční analýza.....	38
5.1.1 Ukazatele rentability .....	38
5.1.2 Ukazatelé platební schopnosti.....	40
5.1.3 Finanční stabilita .....	43
5.1.4 Ukazatele hospodářské aktivity.....	45
5.2 Statistická analýza .....	46
5.2.1 Analýza výroby sanitární keramiky .....	46
5.2.2 Analýza prodeje .....	50
5.2.3 Analýza tržeb .....	63
5.2.4 Analýza hospodářského výsledku za účetní období .....	65
5.3 Návrhy a doporučení .....	69
6 Závěr .....	70
7 Seznam literatury .....	74
8 Seznam obrázků, tabulek a grafů .....	76
9 Seznam příloh.....	78



# 1 Úvod

Firma LAUFEN CZ s. r. o. působí zejména v jižním regionu Čech, a to v okrese Znojmo a v okrese Tábor. Tyto regiony nejsou tradičně průmyslově zaměřeny, spíše naopak a dlouhodobě zde dominuje především zemědělská výroba. Zkoumaná společnost je od svého založení významným českým a nyní i světovým výrobcem sanitární keramiky. Průmyslové zaměření zkoumané společnosti s sebou nese mimo jiné nároky na vzdělání a odborné dovednosti řadových zaměstnanců, což pozitivně ovlivňuje kvalitu pracovní síly v obou regionech.

Firma LAUFEN CZ je tedy v daném regionu a mikroregionech znojmsko a táborsko významným zaměstnavatelem, což ve svém důsledku příznivě ovlivňuje sociální situaci zejména v přilehlých obcích. Přesto, že je zkoumaný subjekt typickým příkladem globalizované společnosti se všemi negativy, jako např. zavádění přísných výrobních norem, tlaku na výkon za současného snižování mzdových nákladů, personální fluktuací apod., pozitivně ovlivňuje mikrosociální prostředí, zajišťuje určitý sociální standard svým zaměstnancům a svým tlakem na profesionální přístup k práci zvyšuje úroveň kvalifikované práce v regionu. To má v širší souvislosti dopad i na nejbližší podnikatelské okolí, neboť se zejména v mikroregionech stabilizovala kupní síla a tím i spotřebitelské návyky, což pozitivně ovlivňuje výkony maloobchodu. Rovněž tak relativně nízká úroveň nezaměstnanosti snižuje nároky na sociální podporu v regionu a umožňuje místním samosprávám efektivněji investovat do rozvoje obcí. Celkově to má jednoznačně pozitivní vliv na celý region.

Činnost zkoumaného subjektu zvýrazňuje jakýsi nepoměr v počtu zaměstnávaných osob a rozsahu činnosti k velikosti mikroregionů, ve kterých subjekt působí. Počtem zaměstnanců 625 v roce 2011, 681 v roce 2012 a 708 zaměstnanců v roce 2013, což představuje meziroční nárůst o cca 9 %, se zkoumaný subjekt řadí mezi největší zaměstnavatele v regionu, zejména v okrese Tábor. V roce 2012 vykázala skupina ROCA (do které LAUFEN CZ patří) v oblasti prodeje meziroční nárůst o 8,8 %, s celkovou tržbou 1,88 mld. Kč. Důležitá je orientace skupiny ROCA na trhy v Asii a Blízkém východě, což zajistí dostatečný odbyt i v následujícím období a částečně tak eliminuje dopady hospodářské stagnace na českém i evropském trhu. Subjekt také významně investuje do modernizace výroby jak v ČR, tak i v celé skupině,

což rovněž přispívá k udržitelnosti obchodního a finančního růstu. Vzhledem k dlouhodobému nárůstu tržeb a zajištěným exportním trhům lze předpokládat, že subjekt bude i do budoucna poskytovat pracovní příležitosti obyvatelům regionu a tím stabilizovat jak pracovní trh, tak i regionální sociální prostředí.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem diplomové práce je analyzovat činnost společnosti LAUFEN CZ s. r. o. za období 2004 – 2013 a stanovit její perspektivy.

Analýza bude prováděna na základě metod finanční analýzy a statistické analýzy časových řad. U finanční analýzy budou použity poměrové ukazatele. Prostřednictvím časových řad bude sledován a analyzován vývoj výroby sanitární keramiky, prodej produktového portfolia společnosti a vývoj vybraných ekonomických ukazatelů a také stanovena predikce pro rok 2014 a 2015. Na základě provedených analýz budou v závěru práce definovány návrhy a doporučení, které mohou vést k příznivému rozvoji společnosti.

### **2.2 Metodika**

Práce zahrnuje teoretickou a praktickou část. Teoretickou částí je literární rešerše vypracována na základě prostudování odborné literatury související s problematikou podniku a podnikání včetně příslušných zákonů. V praktické části je charakterizován podnik pomocí interních dokumentů a vlastní analýza činnosti firmy. Podkladovými dokumenty budou výroční zprávy, rozvahy, výkazy zisku a ztráty a rozborů činnosti společnosti LAUFEN CZ. Pro potřebné výpočty byly použity programy STATISTICA a Microsoft Excel.

#### **2.2.1 Finanční analýza**

Finanční analýza slouží k ohodnocení ekonomických výsledků podniku v minulosti, současnosti a zároveň dává náhled na dosahování budoucích výsledků. Účelem analýzy je co nejvěrněji vyjádřit finanční situaci podniku, znázornit vývoj hospodaření, nalézt příčiny daného stavu a zvolit nejpříjemnější směr dalšího vývoje činnosti podniku. K základním modelům finanční analýzy patří analýza absolutních ukazatelů, analýza rozdílových a tokových ukazatelů a analýza poměrových ukazatelů.  
[14]

Mezi použité zdroje pro finanční analýzu se zahrnují zejména rozvaha, výkaz zisku a ztráty, přehled o cash flow a přehled o změnách vlastního kapitálu.

### Analýza poměrových ukazatelů

Analýza se provádí na základě odpovídající soustavy ukazatelů mající přijatelnou soustavu ukazatelů s dostatečnou vypovídací schopností o finanční situaci a jejím vývoji. Poměrové ukazatele se spojují do skupin, kde každá skupina je vázaná ke specifickému aspektu finančního stavu podniku. [14]

### **Analýza výnosnosti (rentability)**

Rentabilita měří schopnost podniku dosahovat zisku a zhodnocovat vložený kapitál.

$$\text{Výnosnost celkových zdrojů} = \frac{\text{zisk} + \text{placené úroky}}{\text{zdroje celkem}} * 100$$

Komplexní ukazatel vyjadřující efektivnost hospodaření podniku se všemi používanými prostředky. Respektuje skutečnost, že výnos z prostředků získaných z cizích zdrojů musí pokrýt placené úroky a přinést zisk. [14]

$$\text{Výnosnost vlastních zdrojů} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{vlastní zdroje}} * 100$$

Ukazatel informuje o výnosnosti zdrojů vložených vkladateli. Výnosnost vlastních zdrojů by měla být přinejmenším taková, jaká je běžná úroková míra. [14]

$$\text{Rentabilita tržeb} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{tržby}} * 100$$

Vyjadřuje schopnost podniku transformovat výrobky na hotové peníze. Ukazatel by měl vykazovat rostoucí tendenci, v průměru se jedná o hodnotu 10 %. [14]

$$\text{Rentabilita nákladů} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{náklady celkem}} * 100$$

Ukazatel vyjadřuje efektivnost hospodářské činnosti podniku, kolik procent zisku připadá na 1 Kč vynaložených nákladů. Za optimální hodnotu se považuje výše ukazatele nad 10 %. [14]

### **Platební schopnost (likvidita)**

Jedná se o jednu z důležitých charakteristik finanční situace. Odráží krátkodobou finanční stabilitu podniku. Likvidita představuje schopnost podniku hradit své závazky a získat dostatek prostředků na provedení potřebných plateb. Je ovlivňována likvidností a strukturou majetku podniku, zejména zásob. Likvidnost udává schopnost přeměny konkrétního druhu majetku na peněžní prostředky. [14]

$$\text{Okamžitá likvidita} = \frac{\text{finanční majetek}}{\text{krátkodobé závazky}}$$

Optimální hodnoty ukazatele se nachází v rozmezí 0,2 – 0,6. Vyjadřuje platební schopnost podniku k určitému dni, schopnost podniku krýt svými peněžními prostředky své běžné potřeby. [14]

$$\text{Běžná likvidita} = \frac{\text{finanční majetek} + \text{krátkodobé pohledávky}}{\text{krátkodobé závazky}}$$

Vývoj ukazatele v čase vypovídá o finanční a platební situaci podniku, zda podnik svými pohledávkami a peněžními prostředky kryje své běžné potřeby a krátkodobé dluhy. Přijatelná hodnota ukazatele se nachází v rozmezí 1 – 1,5. Hodnota 1 znamená, že podnik je schopen uhradit své dluhy, aniž by prodal své zásoby. [14]

$$\text{Celková likvidita} = \frac{\text{oběžná aktiva}}{\text{krátkodobé závazky}}$$

Hodnota ukazatele by se měla pohybovat v rozmezí 2,0 – 2,5. Vypovídá o schopnosti podniku pokrýt své krátkodobé závazky oběžnými aktivy. [14]

## **Finanční stabilita**

Vyjadřuje schopnost podniku dlouhodobě uhrazovat své finanční závazky a dlouhodobě dosahovat přiměřené výkonnosti. Hlavním zdrojem informací je rozvaha. V práci jsou použity tyto ukazatele. [14]

$$\text{Koeficient samofinancování} = \frac{\text{vlastní zdroje}}{\text{celková aktiva}} * 100$$

Ukazatel charakterizuje dlouhodobou finanční stabilitu a udává do jaké míry je podnik schopen pokrýt své prostředky vlastními zdroji. Čím vyšší ukazatel, tím lepší upevnování finanční stability. Pokud hodnota ukazatele je vyšší než 30 % finanční situace je příznivá a usuzuju se, že podnik dosahuje dostatečně velký zisk. [14]

$$\text{Ukazatel věřitelského rizika} = \frac{\text{závazky}}{\text{aktiva}} * 100$$

Ukazatel podává informace o podílu cizích zdrojů na krytí celkových aktiv, tedy o výši zadluženosti podniku. Pokud se ukazatel zvyšuje, podnik se stává závislejší na cizích zdrojích a zároveň zranitelnější. Za pozitivní výsledek a vývoj lze požadovat hodnotu do 50 %.

Posouzení finančních důsledků zadluženosti je důležitou součástí finanční stability podniku, protože zadluženost zatěžuje finanční hospodaření podniku. [14]

$$\text{Míra zadluženosti} = \frac{\text{závazky}}{\text{vlastní zdroje}} * 100$$

Pro porovnání ukazatele je rozhodující jeho vývoj v časové řadě. Pokud se banka rozhoduje, zda poskytne úvěr, za pozitivní vývoj se považuje výsledek do 70 %. [14]

## Hospodářská aktivita

Hospodářská aktivita je schopnost podniku využívat vložené prostředky. Je hodnocena vhodnost a velikost aktiv vzhledem k současným a budoucím aktivitám. [13] Pokud je aktiv více, než je účelné, vznikají podniku zbytečné náklady a tím i nízký zisk. Pokud má aktiv málo, přichází o tržby, které by mohl získat. [20]

$$\text{Doba splatnosti pohledávek} = \frac{\text{Krátkodobé pohledávky}}{\text{tržby}}$$

Ukazatel podává informace o průměrné době splatnosti odběratelů. Za optimální hodnotu se považuje 30 dní. [13]

$$\text{Doba obratu zásob} = \frac{\text{zásoby}}{\text{tržby}} * 365$$

Představuje dobu přeměny zásob v peněžní prostředky od okamžiku jejich nákupu. Uspokojivá hodnota tohoto ukazatele je menší než 100. Optimum se považuje v rozmezí 30 – 50 dní. [13]

### 2.2.2 Analýza časových řad

Časová řada představuje posloupnost věcně a prostorově srovnatelných pozorování. Jsou uspořádána z hlediska času ve směru minulost – přítomnost. [3] Časová řada je definována jako množina pozorování kvantitativní charakteristiky (ukazatele), uspořádaná v čase. [15]

#### Elementární charakteristiky časových řad

Slouží ke zkoumání dynamiky vývoje časových řad a umožňují porovnání hodnot členů časové řady. Mezi elementární charakteristiky řadíme difference různého řádu, tempa a průměrná tempa růstu a jiné. [3]

- *první difference*  $\Delta^1 y_t = y_t - y_{t-1} \quad t = 2, 3, \dots, n$

Tyto diference charakterizují absolutní přírůstek nebo úbytek zkoumaného ukazatele v určitém okamžiku proti okamžiku bezprostředně předcházejícímu.

- *druhá diference*  $\Delta^2 y_t = \Delta^1 y_t - \Delta^1 y_{t-1} \quad t = 3, 4, \dots, n$

Druhé absolutní diference charakterizují absolutní zrychlení, respektive zpomalení vývoje ve zkoumané časové řadě, udávají, o kolik byl následující přírůstek větší respektive menší než předcházející.

- *koeficient růstu*  $k_t = \frac{y_t}{y_{t-1}} \quad t = 2, 3, \dots, n,$

Charakterizuje relativní postupnou rychlost změn hodnot v časové řadě. Je-li koeficient růstu vyjádřen v procentech, jedná se o *tempo růstu*.

### Modely časových řad

Analýza časových řad vychází z předpokladu, že časová řada obsahuje tři složky:

- trend  $T_t$
- periodická kolísání  $P_t$
- náhodná kolísání  $\mathcal{E}_t$  [15]

### Klasické modely trendu

U analýzy dynamiky vývoje neperiodických časových řad se vystačí s nevelkým okruhem trendových funkcí. Od nich se vyžaduje, aby byly z matematického hlediska jednoduché. Rozumí se tím minimální počet členů v rovnici, minimální možná mocnina argumentu, linearita v parametrech, spojitost, minimální počet extrémů a inflexních bodů. [15]

Těmto vlastnostem odpovídají zejména tyto vyrovnávací křivky:

- lineární  $T_t = a + bt$
- kvadratická  $T_t = a + bt + ct^2$



- logaritmická  $T_t = a + b \log t$
- exponenciální  $T_t = a t^b$

### Volba vhodného modelu trendu

Při konstrukci matematicko-statistického modelu časové řady je důležitým momentem odhad strukturálních parametrů trendové funkce. Důležité jsou také parametry tzv. stochastické struktury modelu, nazývané také jako míry shody. Tyto parametry charakterizují stupeň souladu modelu se zjištěnými empirickými údaji.

Standardním a často počítaným ukazatelem, který slouží k syntetickému popisu stupně shody modelu s empirickými údaji, se nazývá index determinace  $I^2$ :

$$I^2 = 1 - \frac{\sum_{t=1}^n (y_t - y'_t)^2}{\sum_{t=1}^n (y_t - \bar{y})^2}$$

kde  $\bar{y}$  je aritmetický průměr empirických hodnot časové řady  $y_1, \dots, y_n$ . Pro index determinace platí  $0 \leq I^2 \leq 1$ . Čím se hodnota  $I^2$  blíží k jedné, tím lépe popisuje zkoumaný jev. Pokud se hodnoty  $I^2$  blíží k nule, vyjadřuje to menší nesoulad modelu s časovou řadou.

Dalším ukazatelem, který se používá, je index korelace.

$$I = \sqrt{I^2}$$

### Prognóza budoucího vývoje

Metoda extrapolace je základem prognózy. Určí se základní trend ve vývoji sledované veličiny v rámci zvoleného časového období a předpověď je pak samotný extrapolovaný trend. Pro tvorbu extrapolací předpovědi je předpoklad stabilních vnějších podmínek. Dosazením příslušného časového údaje do trendové funkce se zjistí budoucí vývoj. [16]

## 3 Literární rešerše

### 3.1 Podnikání

Již od počátku civilizace slouží podnikání jako prostředek k uspokojování lidských potřeb. Člověk pocítuje nedostatek a touží ho odstranit různými formami. Jedna z mnohých je výroba zboží a poskytování služeb. Podnikání v ekonomice je činnost, uspokojující cizí potřeby, při snaze dosáhnout zisku a tak uspokojit i potřebu vlastní. V případě úspěchu, podnikání přináší značné uspokojení, zároveň je to činnost riskantní a ne každý je schopen a ochoten podnikat, být podnikatelem. [18]

Podle Synka a Kislingerové (2010) je podnikání charakterizováno několika důležitými znaky:

- základním stimulem je úsilí o zhodnocení vloženého kapitálu, což znamená ve valné většině situací dosažení zisku jakožto přebytku výnosů nad náklady;
- zisk se dosahuje uspokojováním potřeb zákazníka. Potřeby jsou zaměřeny převážně na zájmy, požadavky, potřeby, preference a tak dále;
- podnikatel zákaznickovy potřeby uspokojuje svými výrobky a službami pomocí trhu, což vede k tomu, že musí čelit riziku. Snížení rizika na dostatečnou úroveň dosáhne podnikatel sledováním strategie a politiky. To, co se v určité situaci považuje za vhodné riziko, záleží na faktických faktorech, předmětu podnikání, dynamice okolního světa i na osobním založení podnikatele. Majoritní skupina podnikatelských subjektů se snaží o minimalizaci rizika;
- na začátku podnikání podnikatel vkládá do svého podniku kapitál, a to vlastní nebo cizí. Velikost kapitálu je odlišná a záleží na předmětu podnikání a na jeho rozsahu. [19]

#### 3.1.1 Pojetí podnikání

Koncepce podnikání pochází již z 18. století. Od té doby prošla rozvojem a změnou a v současné době existují tři základní pojetí podnikání.

- Podnikání jako proces (činnost) – účelem je vytvoření něčeho navíc, nové hodnoty, která může mít finanční anebo nefinanční podobu.

- Podnikání jako přístup (metoda) – má podobu kompetence, tj. způsob nebo dimenze chování člověka. Vyznačuje se zájmem a snahou vytvořit něco navíc (přidaná hodnota), samostatným objevováním příležitostí k uskutečnění cíle, vkládáním a efektivním užíváním vlastních zdrojů, svého času a jména, dobrovolným přebíráním vlastní odpovědnosti, nesením úměrného rizika, sklízením pozitivních výsledků jako poslední v řadě zainteresovaných.
- Podnikání jako hodnotová orientace – zde je typická struktura hodnot a postojů mající společenský a individuální rozměr. Jak si společnost cení podnikatelů, podnikavých lidí, podnikání a projev v jejich vládnutí určuje společenský rozměr. Individuální rozměr je tak zvaný podnikavý životní způsob, kde je kladen důraz na osobitý styl přivlastňování. Na člověka jsou kladeny specifické nároky, jako je odpovědnost, nesení rizika, odolnost proti neurčitostem. Naproti tomu poskytuje některé výhody a vymoženosti v podobě osobní autonomie, možnosti většího výdělku atd. [15]

## **3.2 Podnik**

Podnik představuje základní hospodářský článek národního hospodářství. K tomu aby prosperovala ekonomika, musí prosperovat podnik. Podnik je hospodářskou jednotkou, rozhodující o pohybu finančních zdrojů v procesu jeho tvorby, rozdělování a užití. [14]

Podnik je popisován jako soubor movitých (i osobních) i nemovitých složek podnikání a patří k němu věci, práva a jiné majetkové hodnoty patřící podnikateli a slouží k chodu podniku nebo mají vzhledem ke své povaze tomuto účelu sloužit. [15]

### **3.2.1 Cíle podniku**

Při rozhodování o cílech podnikání je třeba odpovědět na tři základní otázky: Proč? Co? Jak? Každá definice popisující podnikání formuluje cíl této činnosti slovy „za účelem dosažení zisku“. Zisk lze tedy považovat za základní cíl podniku. Přitom půjde o nalezení cest, které k tomu povedou, z nichž některé lze označit jako dílčí cíle (zavedení nového výrobku, inovace výrobního programu a jiné).

Z hlediska dosažení zisku si může podnik zvolit za cíl:

- přežití, pokud se podnik nachází v situaci velmi intenzivní konkurence, v době, kdy se zřetelně mění struktura potřeb a dochází ke změnám v poptávce. Podnik má značnou výrobní kapacitu, která nemůže být využita. Přežití je krátkodobým cílem, zisk méně důležitý a musí být nalezeny nové strategie, cesty k dalšímu rozvoji podniku;
- maximalizace běžného zisku, typy podnikání, kdy změna podnikatelského záměru nečiní potíže, přizpůsobení se situaci na trhu není vázáno na problémy v kapacitě, ve strojním vybavení, v kvalifikaci pracovníků apod. Jedná se o krátkodobý cíl;
- maximalizace tržeb, odhaduje se dlouhodobý vývoj poptávky, na který navazuje výrobní program podniku. Cílem je získávání stále více místa na trhu a tím přispět k maximalizaci zisku;
- maximalizace růstu prodeje, tržby rostou, ale podnik orientuje svoji výrobu tak, aby uspořil na nákladech spojených s oběhem zboží. Výroba se organizuje podle skutečně prodaného zboží. Uplatňuje se logistika, která se současně s maximálním prodejem snaží minimalizovat náklady jak na výrobu, tak na celý proces oběhu. [18]

### **3.2.2 Funkce (činnosti) podniku**

Svou činností podnik uskutečňuje své cíle. Ta se liší dle charakteru podniku, dle odvětví, dle velikosti, dle vlastnictví, dle právní formy a jiné. Podnik představuje určitý systém vstupů a výstupů, jehož základní funkce je přeměna vstupů na výstupy, proto se jedná o funkce podniku.

Výrobní podniky zajišťují prodejní, výrobní, zásobovací, personální, investiční, finanční, vědecko-technickou a správní funkce.

Prodejní funkce, jejíž podstatou je prodat na trhu výrobky nebo služby. Obsahuje činnosti jako výzkum trhu, stanovení nabízeného sortimentu výrobků, stanovení cen, platebních podmínek, slev, volbu odbytových cest, vlastní prodej, propagaci a reklamu, servis, poradenskou činnost a public relations.

Výrobní funkce v nejširším pojetí obsahuje všechny podnikové funkce, tedy zásobování, včetně obstarání personálu, hmotného majetku, kapitálu, odbytu, správa a jiné. V nejužším pojetí výroba zahrnuje pouze zhotovování výrobků. Nevýrobní podniky nazývají tuto funkci jako provozní funkci.

Zásobovací funkce v širším pojetí zásobování znamená pořízení surovin, materiálů, dlouhodobého hmotného majetku, peněžního kapitálu, pracovních sil a služeb. V užším pojetí je to pouze pořízení surovin, materiálů, součástí včetně jejich dopravy, příjmu, skladování a předávání do výroby.

Úlohou personální funkce je zajištění pracovníků. Zahrnuje činnosti jako nábor pracovníků a jejich výběr, zvyšování jejich kvalifikace, vytváření optimálních pracovních podmínek, vytváření účinného systému zainteresovanosti, sociální a kulturní péče o pracovníky a jiné.

Investiční funkce spočívá v zajištění potřebného dlouhodobého majetku, tj. pozemky, budovy, stroje a zařízení, dopravní prostředky, nedlouhodobý hmotný majetek. Vše souvisí s finanční funkcí, která zajišťuje potřebný kapitál. V menší míře investuje do finančního majetku nákupem akcií a jiných cenných papírů.

Finanční funkce zajišťuje finanční prostředky. V širším smyslu financování obstarává i mimořádné financování při založení podniku, zvyšování kapitálu, fúzi, přeměně právní formy, sanaci a likvidaci podniku. Tato funkce zajišťuje finanční rovnováhu podniku včetně optimální kapitálové struktury.

Vědecko-technická funkce se zaměřuje na aplikovaný výzkum, vývoj a realizaci nových nebo inovovaných výrobků a technologií, ale také na běžné zdokonalování výroby. Ve strojírenství jde především o technickou přípravu výroby, zahrnující konstrukční, technologickou a organizační přípravu výroby.

Správa funkce obstarává chod celého podniku. Zahrnuje organizaci, plánování, statistiku, účetnictví, právní oddělení, controlling, vnitřní audit a jiné. [19]

### 3.2.3 Okolí podniku

Podnik není osamocen, je oklopen vnějším světem, okolím. Okolím podniku je v podstatě celý svět. Jeho přírodní zdroje, vědeckotechnický rozvoj, politické, sociální a právní faktory, obyvatelstvo, ekonomika a další. Okolí je hlavním zdrojem nahodilostí, ale také příležitostí, hrozeb a omezení. Okolí má na podnik velký vliv, kdežto vliv podniku na okolí je spíše omezený. [18]

Synek, Kislíngerová (2010) zahrnují do základního okolí přírodní zdroje vyplývající z předmětu podnikání, kde se přihlíží k umístění podniku.

Rozvoj techniky a technologie je hnacím motorem inovací výrobků a služeb. Podniku umožňuje dosáhnout lepších hospodářských výsledků, zvyšovat konkurenční schopnost a humanizovat práci. Evropská unie ukládá výrobcům použít to nejlepší z možné technologie.

Okolí podniku je také tvořeno existencí trhu výrobků a služeb s tlakem na konkurenční schopnost jednotlivých podniků jako rozhodujících činitelů podstatného okolí a legislativními právními normami stanovující, jaké chování podniku je přípustné a jaké nikoliv. Nejvýznamnějšími normami jsou Obchodní a Občanský zákoník. Dále pak zákon o konkurzu a vyrovnání, zákony a nařízení týkající se mezinárodního podnikání, ochrany spotřebitele a drobného akcionáře a další. Legislativa Evropská unie má stále větší význam pro právní postavení našich podniků.

Na každého podnikatele má vliv i životní úroveň a styl obyvatelstva. Faktor, kterým se podniky zabírají stále více, je životní prostředí, jeho tvorba a ochrana. Pokud tak nejednají z vlastní vůle, tlačí je k tomu jak státní instituce, tak aktivní občanská sdružení. Dodržování podmínek je dáno směrnicí EU. Jejich nedodržování je považováno za nekalou soutěž a je sankcionováno.

Finanční okolí podniku je ovlivněno celkovou hospodářskou situací země a její dynamikou. Jedná se zejména o dostupnost a ceny výrobních faktorů, daňová zátěž podniků, hospodářský růst, měnový a devizový vývoj. Odběratelé a dodavatelé podniku a finanční instituce patří také do finančního okolí podniku.

Do okolí podniku spadají také sociální faktory. Každý podnik by měl zkoumat a zvažovat důsledky své činnosti pro společnost. V ideálním případě by činnost měla být užitečná jak pro podnik, tak i společnost. Bohužel v reálném životě je to těžko

proveditelné. Orientace na zisk se vždy staví do popředí zájmů vlastníků kapitálu a manažerů, a tak se mohou dostat do příkrého rozporu se sociálními zájmy okolí.

Proměnlivost či stabilita politické situace je zřejmě významným činitelem, který působí na rozhodování všech podnikatelských aktivit. [19]

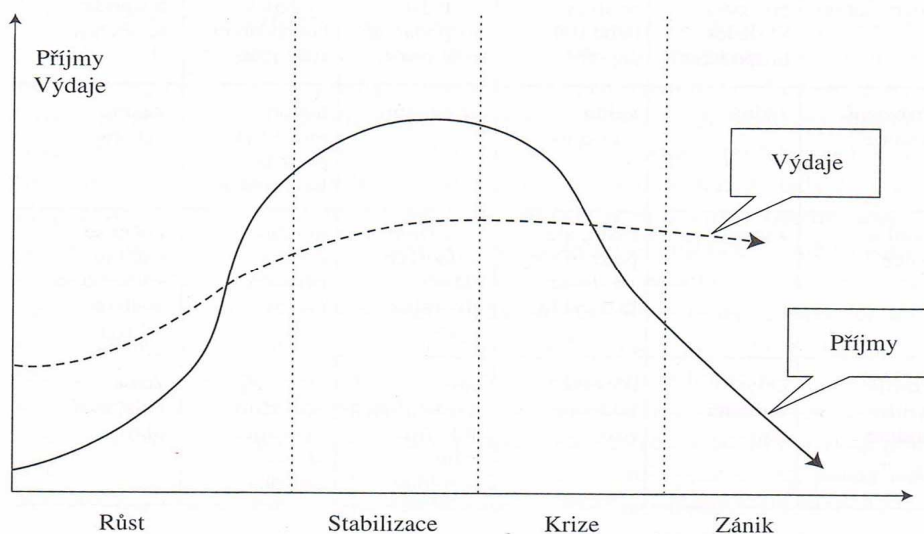
Okolí podniku se dále dělí na okolí přímé, tvořené z konkurentů v daném regionu, zákazníků, dodavatelů, dlužníků a věřitelů. A okolí nepřímé spočívající ve znalosti širších souvislostí na trhu, jeho vývojových tendencí, z předpokládaného vývoje politického, z úvah o sociálním vývoji společnosti, příštích technických prostředcích a technologických postupech a strategii, kterou na základě jemu dostupných či jím dosažených informací, zvolí. [21]

### 3.2.4 Životní cyklus podniku a taktické financování

Podnik během své existence může procházet životním cyklem. Je možné ho rozdělit do čtyř základních fází: růst, stabilizace, krize a zánik. Někdy se uvádí fází pět, a to, když se okamžik založení podniku považuje za samostatnou fázi.

Každá fáze je spojena s určitými specifickými problémy, které musí manažeři podniku řešit. Základním strategickým cílem je udržování firmy co nejdéle ve fázi mimořádného, resp. podstatného růstu, popřípadě ve fázi zralosti. [6]

**Obrázek č. 1 Životní cyklus podniku**



Zdroj: Kislingerová Eva a kol., Manažerské finance, 2010

Obrázek č. 1 ukazuje jednotlivé fáze života podniku. Ty jsou spojeny s různou skladbou peněžních toků i s různou potřebou finančních zdrojů. V zahájení podnikání má zpravidla podnik značné růstové možnosti. K jejich využití potřebuje vytvořit majetkové portfolio, které bude předpokladem pro následné poskytování výrobků a služeb s ohledem na příležitosti trhu. Při založení firmy není snadné přesvědčit investory o jeho přiměřeném zhodnocení. Pojmem „období hladu“ je označován počátek života podniku. Vlivem vydatných investic výdaje zpravidla převyšují příjmy. Podnik vyčerpává peněžní prostředky v očekávání zaplacení investice v budoucnu. Do hry vstupuje faktor nejistoty a času. Pro financování podniku se v počátcích využívá soukromých prostředků podnikatele, popřípadě z úvěru. Podaří-li se podniku „odstartovat“ růst, bude ke svému dalšímu rozvoji potřebovat další (nejenom) peněžní zdroje.

Pokud podnik úspěšně projde počáteční fází, následuje fáze stabilizační, ve které podnik dosáhl optimální velikosti s ohledem na tržní příležitosti. Je zde typická rovnost odpisů a investic. Podnik je schopen krýt své aktivity bez nároku na další zdroje.

Období krize nastává poklesem příjmů bez významného poklesu výdajů. Pokud management nepřesměruje aktivity do nadějných oblastí, dojde k zániku podniku a rozdělení prostředků mezi vlastníky prostřednictvím likvidace. [6]

### **3.2.5 Majetková výstavba podniku**

Aby podnik mohl plnit své ekonomické cíle, potřebuje určité ekonomické zdroje, do nichž patří budovy, stroje, suroviny, peníze, pohledávky a různá práva, kvalifikace zaměstnanců, přírodní a ekonomické podmínky daného regionu a jiné. Tyto zdroje jsou majetkem pouze za předpokladu, že jsou schopny jako majetkové součásti podniku přinést do budoucna ekonomický prospěch a jsou dostatečně spolehlivě ocenitelná v peněžních jednotkách. [22] Majetkem podniku se rozumí souhrn všech věcí, peněz, pohledávek a jiných majetkových hodnot patřících podnikateli a slouží k jeho podnikání. [14]



Majetek podniku tvoří:

- Dlouhodobý majetek – fixní, zařizovací, stálá aktiva
  - dlouhodobý hmotný majetek
  - dlouhodobý nehmotný majetek
  - dlouhodobý finanční majetek
- Oběžný majetek – krátkodobý, provozní, oběžná aktiva
  - zásoby materiálu, výrobků, rozpracované výroby, hotové výrobky, zboží
  - peněžní prostředky
  - pohledávky
  - krátkodobý finanční majetek
- Ostatní aktiva
  - náklady příštích období
  - příjmy příštích období
  - kursově aktivní rozdíly

Majetková struktura podniku je dána odvětvím a typem podniku a finanční politikou podniku. V podnicích investičně intenzivních převažuje dlouhodobý majetek. V podnicích provozně intenzivních převažuje oběžný majetek. [14]

### **3.2.6 Kapitálová výstavba podniku**

Kapitálovou strukturou podniku je taková struktura zdrojů, z nichž majetek podniku vznikl. Vložil-li kapitál do podniku podnikatel nebo skupina podnikatelů, jde o vlastní kapitál. Cizí kapitál představuje kapitál věřitelů. Podnik by měl mít tolik kapitálu, kolik potřebuje. Pokud má kapitálu více, jeho využití není hospodárné. [19]

#### Vlastní kapitál

Vlastní kapitál podniku představují vlastní zdroje financování obchodního majetku podnikatele. Může být vytvořen při založení podniku i v průběhu podnikatelské činnosti. Tento kapitál patří majitelům a je hlavním nositelem podnikatelského rizika. Vlastní kapitál podniku jednotlivce tvoří jeho peněžní a nepeněžní vklady. Vlastní kapitál obchodní společnosti a družstva obsahuje základní kapital, kapitálové fondy, fondy ze zisku (zákonný rezervní fond, nedělitelný fond) a nerozdělený zisk. [14]

### Cizí kapitál

Představuje významnou součást finanční základny podniku, bez které se obejde málokterý podnik. Je dluhem podniku, který musí v určité době splatit. Podle této doby se rozlišuje krátkodobý cizí kapitál poskytovaný do jednoho roku a dlouhodobý cizí kapitál poskytovaný na dobu delší než jeden rok [14] Cizí kapitál není poskytován zadarmo. Nákladem za používání je úrok a ostatní výdaje spojené s jeho získáním (bankovní poplatky, provize). Přesto je cizí kapitál obvykle levnější než kapitál vlastní. [18]

Poměr mezi vlastním a cizím kapitálem je dán řadou okolností, např. na odvětví, ve kterém podnik působí – u výrobních podniků převládá zpravidla vlastní kapitál, u obchodních se poměr blíží 50:50. Peněžní podniky zauímají vyšší podíl cizího kapitálu. Velikost podnikového kapitálu závisí na velikosti podniku, na stupni mechanizace, automatizace, na rychlosti obratu kapitálu, na organizaci odbytu a jiné. [14]

### **3.3 Základní právní formy podnikání**

Základními právními formami podnikání jsou podniky jednotlivce, živnosti nebo obchodní společnosti v klasifikaci na osobní obchodní společnosti a společnosti kapitálové, státní podniky a družstva. Právní forma podnikání představuje z hlediska financí důležitý a dlouhodobě působící činitel. Jak říká Kislingerová (2010) je o právní formě podnikání rozhodováno na základě způsobu a rozsahu ručení, oprávnění k řízení, počtu zakladatelů, nároků na počáteční kapital, administrativní náročnosti založení a provozování podniku, podílu na zisku, ztrátě, finanční možnosti, zejména přístupu k cizím zdrojům, daňového zatížení, zveřejňovací povinnosti. [6]

#### Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je společnost, za jejíž dluhy ručí společníci společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplnili vkladové povinnosti podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku v době, kdy byli věřitelem vyzváni k plnění. Obchodní jméno společnosti musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, „spol. s r. o.“, nebo „s. r. o.“

Podíl společníka ve společnosti s ručením omezeným se určuje podle poměru jeho vkladu na tento podíl připadající k výši základního kapitálu, ledaže společenská smlouva neurčí jinak.

Minimální výše vkladu je 1 Kč, ledaže společenská smlouva určí, že výše vkladu je vyšší. Výše vkladu může být pro jednotlivé podíly stanovena rozdílně.

Statutárním orgánem společnosti je jeden nebo více jednatelů.

Orgány společnosti tvoří valná hromada, jednatel, popřípadě jednatelé a dozorčí rada.

[11]

### 3.4 Marketingová činnost podniku

Marketing zjišťuje a naplňuje lidské a společenské potřeby. Marketing je společenský proces, v němž jedinci a skupiny získávají to, co potřebují a chtějí, a během něhož vytváříme, nabízíme a svobodně směřujeme s jinými výrobky a službami, které mají hodnotu. [7]

Podnik důkladným průzkumem trhu zjišťuje požadavky zákazníků. Aby je mohl uspokojovat, musí mít potřebné nástroje. Tento systém nástrojů se začal vytvářet a využívat v praktickém uplatňování prodejní politiky. Postupně byla využívána celá škála nástrojů a postupem času soustředěna do uceleného systému. Tento systém byl definován jako soubor marketingových nástrojů, jež používají firmy k dosažení svých marketingových cílů. McCarthy dělí tyto nástroje do čtyř širších skupin, které nazýváme „4P“ marketingu.

- Product – výrobek
- Price – cena
- Place – místo
- Promotion – propagace [5, 7]

Product – spotřební i průmyslové výrobky a také služby. Při navrhování výrobku jde především o fyzický vzhled, ale také o úroveň kvality, značku, styl, název, obal a očekávanou délku setrvání výrobku na trhu, dodací lhůty a další podmínky. Převážná rozhodnutí vycházejí z tzv. cyklu tržní životnosti. Základním prvkem rozhodování je přesvědčení o vlastnostech výrobku, které vyhovují po všech stránkách požadavkům zákazníků.

Price – na cenu jsou kladeny různé požadavky. Musí být stanovena tak, aby byla co nejpříjemnější pro zákazníka, ale aby umožňovala podniku realizovat určitý zisk. Cena je nástrojem konkurence.

Place – označováno jako místo prodeje – distribuce. Zahrnuje vše od fyzického dopravení výrobku až k zákazníkovi, přes výběr nejlepšího prodejního místa, až po vystavení a zvýraznění produktu v prodejně.

Promotion – s místem prodeje souvisí výběr prodejních cest. Mohou zahrnovat velkoobchod, maloobchod, různé zprostředkovatele, jejich kvalitu, skladování zásob, dopravu a jiné. [5]

### **3.5 Obchod a obchodní činnost**

Obchod lze chápat jako činnost a jako instituci. Obchod jako činnost zahrnuje nákup a prodej zboží. Ovšem obchodní činností se zabývají i subjekty, které mají hlavní činnost výrobu. Je to většinou funkčně, časově a organizačně odděleno od nákupu a prodeje, které se realizují v jiném zboží. Za obchod se považuje i činnost, při které nedochází k obchodování s fyzickým zbožím, ale s informacemi, s energií, s cennými papíry apod. [19] V širším pojetí je obchod definován jako činnost, kde se uskutečňuje směna – nákup a prodej zboží. Mohou se tím zabývat jak obchodníci, tak výrobci. V užším pojetí jsou podniky charakteristické nakupováním hmotných výrobků za účelem dalšího prodeje. [21]

Vzhledem k tomu, komu je zboží určeno, se obchod rozděluje na obchod se spotřebním zbožím, který se zabývá prodejem konečnému spotřebiteli, a obchod se zbožím pro další podnikání. Dále na obchod vnitřní a zahraniční. Obchodní činnost se rozlišuje na velkoobchodní činnost, tj. nákup a prodej zboží určeného pro další prodej nebo na další zpracování, a na maloobchodní činnost, tj. prodej zboží konečnému spotřebiteli. [14]

Systémem tržní ekonomiky je směna, respektive vzájemné směnné vztahy. Tyto vztahy mají podobu smluv, které musí být dodržovány. Tržní proces je „hrou v rámci pravidel“. Kdyby neexistovala pravidla, nikdo by nesměňoval, nikdo by nevyráběl pro trh. Základní pravidla pro fungování tržního systému jsou tedy dodržování smluv, ochrana soukromého vlastnictví a volný vstup na trh. Tato pravidla musí být součástí

každé země, mající tržní ekonomiku. Nedostatečná vynutitelnost dodržování smluv odrazuje od obchodování. Nedostatečná ochrana soukromého vlastnictví odrazuje od investování. Není-li volný vstup na trhy, konkurence je potlačena. [4]

Zahraníční obchod má podobu velkoobchodní činnosti. Uplatňují se zde prostředníci i instituce zprostředkovatelského obchodu. Je historicky nejstarší rozšířenou formou vnějších hospodářských vztahů a v posledních desetiletích patří vývoj mezinárodního obchodu k nejdynamičtějším prvkům vývoje ekonomiky. V současné době patří k rozhodujícím faktorům ovlivňující ekonomický růst jednotlivých ekonomik a ekonomiky světové. Financování mezinárodního obchodu se odlišuje od financování obchodu v tuzemsku. Rozdíly jsou spatřovány v náročnosti na finanční prostředky, v podobě finančních zdrojů, v používaných metodách i v rizikovosti. Jako příčina se uvádí geografická vzdálenost místa výroby od místa spotřeby, jejíž překonání může být časově náročné. Také časový nesoulad mezi pohybem zboží a placením, rozdílná dimenze rizikovosti mezinárodních ekonomických vztahů oproti vztahům vnitřním, difference v prostředích a jiné faktory. [10]

Obchodní politika každého státu zahrnuje různé nástroje k prosazení záměrů týkající se obchodních vztahů se zahraničím nebo vnitřní ekonomiky. Mezi základní nástroje obchodní politiky patří nástroje na ochranu vnitřního trhu a pro podporu vývozu. Dále pak tarifní nástroje, což jsou cla a netarifní nástroje, mezi které řadíme para-tarifní opatření, opatření ke kontrole cen, finanční opatření, kvóty a jiné. K realizaci vlastní obchodní politiky státy používají autonomní a smluvní nástroje. Autonomní nástroje se používají na omezení dovozu a na podporu vývozu. Smluvní nástroje platí v okamžiku výsledků mezinárodních úmluv a patří mezi ně obchodní smlouvy, obchodní dohody, platební dohody. [9]

### **3.6 Legislativa**

Mezi základní zákony pro podnikatele se řadí zákon o obchodních společnostech a družstev a živnostenský zákon. Podnikatel si musí vybrat, jakou formu podnikání zvolí.

Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstev (zákon o obchodních korporacích) popisuje zákonné úpravy obchodních společností. A to veřejně

obchodní společnosti, komanditní společnosti, společnosti s ručením omezeným, akciové společnosti a družstev. Zákon definuje, jak založit obchodní korporaci, jednočlennou společnost, výši vkladu a základního kapitálu, podíl, orgány obchodní korporace, vyloučení člena statutárního orgánu obchodní korporace z výkonu funkce, podnikatelská seskupení, neplatnost obchodní korporace, zrušení a zánik obchodní korporace a ustanovení o likvidaci. [12]

Zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, je součástí soukromého práva a slouží k úpravě podmínek živnostenského podnikání. Upravuje pojem živnost a podmínky provozování živnosti. Detailně popisuje jednotlivé druhy živností (koncesované a ohlašovací: řemeslné, vázané, volné) a rozsah živnostenského oprávnění a povinnosti podnikatele. Věnuje se také vzniku, změně a zániku živnostenského oprávnění a živnostenskému rejstříku. Upravuje živnostenskou kontrolu a správní delikty. [23]

Dalším zákonem je zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, který definuje pojem fyzická osoba, právnická osoba, spotřebitel a podnikatel. [12]

Důležitými zákony jsou zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, který upravuje, kdo je poplatníkem daně, co se stává předmětem daně, osvobození od daně, základ daně a další [11] a zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, který stanovuje rozsah a způsob vedení účetnictví, požadavky na jeho průkaznost a podmínky předávání účetních záznamů pro potřeby státu. [8]

Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce upravuje právní vztahy vznikající při výkonu závislé práce mezi zaměstnanci a zaměstnavateli. [1]

### **3.7 Podpora podnikání**

Od druhé poloviny 20. století je vedena častá diskuze o úloze státu a jeho ovlivňování při ekonomickém rozvoji. Mezi krajní stanoviska se řadí odmítání jakékoli role státu pod heslem „trh řeší vše“ nebo odmítání trhu pro jeho nedokonalost a zdůrazňování významu plánovitého řízení ekonomiky státem. V bývalých socialistických zemích se projevil extrémní přístup role státu. Bylo to dáno tím, že aplikovaly systém státního řízení ekonomiky. Nízká efektivnost tohoto řízení i snaha reagovat na určitá tržní selhání dnes vedou ve většině zemí světa ke kompromisu

založený na vymezení odpovídající role jak trhu, tak i státu. Zabezpečování hospodářského a sociálního rozvoje společnosti má v určité míře na starosti stát, především vláda. Děje se to prostřednictvím soustavy politik orientovaných na jednotlivé oblasti společenského života, např. politika hospodářská, sociální, kulturní, bezpečnostní, zdravotní, národnostní. Zvláštní místo zaujímá hospodářská politika, která se bezprostředně dotýká každého člena společnosti a ovlivňuje celkový vývoj společnosti ve všech oblastech jejího života. Specifickou politikou hospodářské politiky je politika průmyslová.

Dvořáček (2003) definuje průmyslovou politiku jako souhrn opatření a nástrojů, které vlády používají ke zvýšení výkonnosti a konkurenceschopnosti průmyslových činností, a tím i ke zrychlení a zkvalitnění celkového hospodářského růstu.

Ucelenou koncepci průmyslové politiky schválila vláda ČR v roce 2000. Zvýšení konkurenceschopnosti českého průmyslu a exportní výkonnosti, zvláště pak růstem produktivity práce z přidané hodnoty, zvětšením rentability vlastního kapitálu a také zrychlením inovace výrobního sortimentu řadíme mezi priority průmyslové politiky. Průmyslová politika si klade krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé cíle. Mezi krátkodobé zařazuje například obnovu růstu HDP a stabilizaci podnikatelského prostředí. Střednědobými cíly jsou značný nárůst produktivity práce a vytváření nových pracovních příležitostí a dlouhodobými je vytvoření takového průmyslové potenciálu, který bude srovnatelný s průměrem dosahovaným v EU. V roce 2001 schválila vláda „Strategii posílení národohospodářského růstu“ s hlavními cíly: růst HDP, růst zaměstnanosti, růst výkonnosti a růst kupní síly obyvatel. [2]

### **3.7.1 Podpora inovačního průmyslu**

Podpora inovačního procesu je v dnešní době považována za klíčovou úlohu průmyslové ekonomiky. Vychází z nutnosti udržet, resp. zvyšovat konkurenční schopnost vyráběné produkce a národních ekonomik na světových trzích. Inovace je definována jako změna vyvolaná aktivitou podnikatelů a z obsahového hlediska je dělena na výrobovou, technologickou, přístupů na nové trhy, využití nových zdrojů surovin a materiálů a zavedení nových organizačních struktur.

V tržní ekonomice by měl být aplikovaný výzkum a vývoj financován z více než 50% soukromým sektorem. Základní výzkum pak financován ze státního rozpočtu. [2]

### **3.7.2 Role ministerstva průmyslu a obchodu**

Podle kompetenčního zákona je Ministerstvo garantem průmyslového výzkumu a vývoje. Každý rok formou veřejné soutěže vyhlašuje „Programy průmyslového výzkumu a vývoje“. Programy jsou financovány jak ze státního rozpočtu, tak z jiných zdrojů. Ze státního rozpočtu to jsou podpory na výzkum a vývoj, podpora malých a středních podniků a programy na podporu zaměstnanosti. Podpory z jiných rozpočtů se týkají inovačního podnikání, rizikového kapitálu, jakosti a ekologie. Státní podpora je zpravidla poskytována na neinvestiční účely jako návratná finanční výpomoc a dotace. [2]

### **3.7.3 Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014 – 2020**

Jde o základní programový dokument Ministerstva průmyslu a obchodu pro čerpání finančních prostředků z Evropského fondu pro regionální rozvoj v programovém období kohezní politiky EU 2014-2020. Po schválení Evropské komise se stane klíčovým nástrojem pro podporu českých podnikatelů z fondů Evropské unie v programovacím období 2014-2020.

Cílem programu je dosažení konkurenceschopné a udržitelné ekonomiky založené na znalostech a inovacích. Operační program je zaměřen na intervence cílené na podporu českých firem schopných posunovat či alespoň dosahovat technologickou hranici ve svém oboru, na rozvoj podnikání a inovací malých a středních podniků v oborech s nižší znalostní intenzitou, na posun k energeticky účinnému, nízkouhlíkovému hospodářství, usnadnění rozvoje podnikání, služeb a přístupu ke službám státu prostřednictvím vysokorychlostního přístupu k internetu a širší nabídkou služeb informačních a komunikačních technologií. Pro podporu českých podnikatelů je v tomto operačním programu připraveno 4 316 mil. EUR z Evropského fondu pro regionální rozvoj, což v přepočtu představuje cca 116 mld. Kč. [24]



## 4 Charakteristika podniku

### 4.1 Základní údaje

Firma LAUFEN CZ je společností s ručením omezeným. Do obchodního rejstříku byla zapsána dne 28. dubna 1999, se sídlem V Tůních 3/1637, Praha 2. Hlavním předmětem podnikání je výroba porcelánových a keramických výrobků, koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej a zprostředkovatelská činnost v obchodě. Základní kapitál činí 1 000 000,- Kč, statutárním orgánem je jednatel. Jednatelé jsou dva a zastupují společnost společně. Společníkem je Keramik Holding AG Laufen se sídlem ve Švýcarské konfederaci s vkladem 1 000 000,- Kč a obchodním podílem 100 %.

#### Obrázek č. 2 Loga společnosti



### 4.2 Historie a současnost firmy

Společnost LAUFEN CZ s.r.o. podniká v České republice ve dvou výrobních závodech, a to ve Znojmě a v Bechyni.

Ve Znojmě výroba průmyslové keramiky sahá až do roku 1878, kdy tehdy šlo o nejstarší závod se strojovou výrobou sanitární keramiky na evropském kontinentu. Ve velkém množství se zde vyrábělo zejména vysoce kvalitní nádobí a majolika. Výroba zaměřená na keramická umyvadla, vany a dřezy se datuje po roce 1920. V roce 1995 Keramické závody Znojmo zprivatizovala švýcarská společnost Keramik Holding AG Laufen a přiřlenila je ke své první akvizici z roku 1991, Jihočeské keramice v Bechyni. V Bechyni se koupelnová keramika vyrábí již od roku 1961 a v roce 1991, díky své dobré pověsti, do závodu Jihočeská keramika kapitálově vstoupila společnost Schweizer Keramik Holding AG Laufen.

V roce 1999 španělská společnost Roca převzala Keramik Holding Laufen a také vzniká obchodní společnost LAUFEN CZ s.r.o. se sídlem v Praze. O tři roky později, v roce 2002 došlo k fúzi všech tří společností ve společnost LAUFEN CZ s.r.o. a aktivně zastupuje značky Laufen, Roca a Jika jak na českém a slovenském trhu, tak i v dalších státech střední a východní Evropy.

### **4.3 Produkty společnosti**

Produkty společností Laufen, Roca a Jika poskytují veškeré vybavení do koupelen od sanitární keramiky, van, koupelnového nábytku až po vodovodní baterie a doplňky. Samozřejmostí jsou také výrobky určené pro starší, pohybově omezené občany a pro osoby s tělesným postižením. Také pro děti je zde připravena nápaditá, pestrobarevná a hravá kolekce.

### **4.4 Hodnoty společnosti**

Firma LAUFEN CZ s. r. o. klade velký důraz na kvalitu a je pokládána za význačnou konkurenční výhodu s nejvyšší prioritou. K tomu, aby zákazníci byli spokojeni, společnost byla konkurenceschopná a dosahovala úspěchu, je základním předpokladem zodpovědný přístup ke všem činnostem.

K plnění svých vizí a strategií se společnost orientuje na:

- zákazníka – zejména na zajištění jeho nejvyšší možné spokojenosti s kvalitou produktů;
- zaměstnance – s důrazem na budování důvěry, osobní odpovědnosti a osobního rozvoje;
- stabilitu a prosperitu – ziskovost jako základ pro udržitelný růst a pro dlouhodobý rozvoj. Společnost usiluje o to, aby zajistila stabilní prostředí pro všechny zaměstnance i obchodní partnery;
- kvalitu – systém jejího řízení a zlepšování;
- poctivost a čestnost, etické a morální chování – dodržování norem dobrého chování jak při výkonu zaměstnávání každého z nás není jen správné, ale i

důležité pro zachování a zlepšení dobré pověsti společnosti LAUFEN CZ s.r.o., která je klíčovým prvkem pro dosažení podnikatelských cílů;

- životní prostředí a bezpečnost – použití výrobní technologie šetrné k životnímu prostředí a zvýšenou pozornost věnována i recyklaci odpadů a snižování škodlivých emisí.

## **4.5 Organizační struktura**

Společnost je rozdělena do dvou výrobních závodů (Bechyně a Znojmo) a vedení společnosti je situováno v Praze. Struktura společnosti je následující:

- úsek nákupu;
- úsek řízení kvality a poprodejněho servisu;
- úsek logistiky;
- úsek výroby, techniky a vývoje nových produktů,
- finanční úsek;
- personální úsek;
- úsek informačních technologií;
- úsek zákaznického servisu;
- úsek prodeje a marketingu;
- úsek produktového managementu;
- úsek montáže vodovodních baterií;
- úsek montáže koupelnového nábytku.

V současné době společnost LAUFEN CZ s.r.o. zaměstnává 799 zaměstnanců, z toho v Bechyni 409, ve Znojmě 326 a v Praze 64. Vedoucím pracovníkům a jednatelům Společnosti jsou k dispozici služební vozidla a po splnění předepsaných podmínek také příspěvky na penzijní připojištění a životní pojištění.

## **4.6 Vnější okolí podniku**

### Konkurence

Společnost LAUFEN CZ z pohledu komplexnosti nabídky v České republice nemá konkurenta. Co se ale týče nabídky jednotlivých komodit, má velmi mnoho významných konkurentů. Největšími konkurenty v oblasti sanitární keramiky jsou Ideal

Standard, Keramag, Duravit, u vodovodních baterií Grohe, Novaservis a Hansgrohe. U koupelnového nábytku je výrobců velmi mnoho, nejvýznamnější jsou Intedoor, Dřevojas, Dřevotvar, Eden a Lebon.

#### Odběratelé

Zákazníky firmy LAUFEN CZ jsou velkoobchody, které dále zajišťují distribuci. Mezi největší odběratele patří firma SIKO, zabývající se velkoobchodním a maloobchodním prodejem kompletního vybavení pro koupelny a firma PTÁČEK patřící mezi největší velkoobchody v oblasti topení – plyn – voda – inženýrské sítě – koupelny v České republice.

#### Dodavatelé

Společnost využívá dodavatelů jak z tuzemska, tak ze zahraničí. Vzhledem k tomu, že firma LAUFEN CZ je součástí koncernu ROCA, největším zahraničním dodavatelem je ROCA samotná. Dále společnosti Sanitana, PoolSpa a BLB, které zajišťují dodávky komodit, jako vodovodní baterie, smaltované (ocelové) vany a vaničky, výrobky z akrylátu a litého mramoru, pro které v České republice společnost nemá výrobu.

### **4.7 Udržitelnost**

Společnost významně snižuje spotřebu pitné vody během výrobního procesu. Bechyňský závod snížil od roku 2005 díky zdokonaleným technologiím úpraven vody a změnám výrobních procesů ve výrobní hale spotřebu říční vody o 75 %. Objem vypuštěné vody byl rovněž snížen o 80 %. Do modernizace technologie úpravy vody bylo v letech 2005 – 2009 investováno 6 miliónů Kč. Tyto investice přinesly urychlení procesu čištění vody a díky nim se též zvýšil objem recirkulace odpadní vody ve výrobním procesu. Stovky miliónů korun byly investovány do modernizace výrobních technologií snižujících spotřebu vody a odpadních materiálů díky zdokonalené produkci, pružnosti a produktivitě výrobního procesu. Snížená spotřeba vody vyžaduje při čištění méně chemikálií. Bylo instalováno zařízení na dezinfekci vody pomocí

ultrafialového záření za účelem snížení spotřeby chlóru. Cílem všech těchto aktivit je snížení negativních dopadů závodu na bezprostřední okolí.

V roce 2006 dosahovala průměrná měsíční spotřeba vody 7378,5 m<sup>3</sup>. Do roku 2009 byla snížena o 33,2 % na 4930,1 m<sup>3</sup>.

Závod Znojmo rovněž přispívá k úsporám vody. Průměrná měsíční spotřeba byla snížena o více než třetinu, ze 7378,5 m<sup>3</sup> v roce 2005 na 4930,1 m<sup>3</sup> v roce 2009.

Společnost vyrábí například toaletu TIGO vybavenou úspornou splachovací nádrží 3 a 4,5 litrů. Dvojitý splachovací systém uspoří domácnosti běžné čtyřčlenné rodiny až 40 % vody za rok. Vodovodní baterie Optim Eco a Ecodisk dokáží regulovat průtok vody i její teplotu, což přináší až 50% úsporu. Používají se výhradně keramické kartuše té nejvyšší kvality. Perlátory instalované v bateriích slouží k provzdušnění proudu vody a přispívají tak k nižší spotřebě.

„Jika perla“ je speciální keramický povrch, který představuje mimořádné hygienické vlastnosti a prodlužuje životnost produktu. Speciální povrch napomáhá snadné údržbě a v porovnání s dalšími produkty nevyžaduje používání čisticích prostředků. Nižší spotřeba vody a čisticích prostředků tak pomáhá udržovat zdravé životní prostředí.

## **4.8 Certifikáty**

Společnost LAUFEN CZ je držitelem certifikátu jakosti ČSN EN ISO 9001 : 2009 a certifikátu environmentálního managementu ČSN EN ISO 14001 : 2005. Tyto certifikáty platí pro procesy návrhu, vývoje a výroby zdravotnické keramiky, obchodování se zdravotnickou keramikou, koupě a prodeje výrobků zdravotnické keramiky, doplňků a zařízení koupelen a kompletaci vodovodních baterií.

Značka JIKA zastoupená firmou LAUFEN CZ s. r. o. obdržela certifikát „Osvědčeno pro stavbu“. Tento certifikát se vztahuje výhradně na keramické výrobky s logem JIKA.

## 5 Analýza dosažených výsledků

### 5.1 Finanční analýza

Pomocí finanční analýzy je hodnoceno ekonomické zdraví podniku LAUFEN CZ s. r. o. v letech 2004 – 2013. Pro zhodnocení byla použita analýza poměrových ukazatelů, která zařazuje ukazatele rentability (výnosnosti), platební schopnosti (likvidita), finanční stability a hospodářské aktivity. Rok 2014 není analyzován z důvodu neuzavření účetní závěrky společnosti v době zpracování diplomové práce. Zdrojem podkladů použitých pro výpočet výše uvedených ukazatelů byly údaje z Rozvahy a Výkazu zisku a ztráty za období 2004 – 2013, které jsou uvedeny v příloze č. 3 a č. 4.

#### 5.1.1 Ukazatele rentability

Rentabilita (výnosnost) představuje schopnost podniku dosahovat zisku a současně s tím zhodnocovat vložený kapitál. Účelem ukazatelů rentability je zhodnocení úspěšnosti podniku dosáhnout svých cílů s ohledem na vložené prostředky. Rostoucí hodnoty těchto ukazatelů ukazují na prosperující podnik.

Tabulka č. 1 Ukazatele rentability v letech 2004 – 2013 (v %)

Rok	Rentabilita celkového kapitálu	Rentabilita vlastního kapitálu	Rentabilita tržeb	Rentabilita nákladů
2004	10,96	19,59	8,23	8,65
2005	9,19	15,22	6,90	6,96
2006	8,45	12,21	6,31	6,58
2007	14,58	19,20	10,90	13,06
2008	7,22	9,27	6,21	6,32
2009	1,58	1,83	1,65	1,57
2010	1,18	1,50	1,41	1,36
2011	5,06	6,46	5,79	5,88
2012	3,00	3,69	3,14	3,11
2013	1,43	1,83	1,45	1,42

Zdroj: LAUFEN CZ s. r. o., vlastní zpracování

Tabulka č. 1 popisuje vývoj jednotlivých ukazatelů rentability. Výnosnost celkového kapitálu v roce 2004 byla 10,96 %, roky 2005 a 2006 zaznamenaly klesající tendenci o 1,77 % a 2,51 % oproti roku 2004. V roce 2007 výnosnost celkového kapitálu vzrostla oproti roku 2006 o 6,13 % a zároveň byla nejvyšší naměřenou hodnotou za sledované období a to 14,58 %. Znamená to tedy, že v roce 2007 došlo k maximálnímu zhodnocení celkového kapitálu bez ohledu na jeho financování a z každé jedné koruny zdrojů bylo vytvořeno 14,58 % zisku. V tomto roce tržby vykazovaly nejvyšší hodnotu a zisk činil 246 397 tisíc Kč. Následující rok výnosnost klesla téměř o polovinu a rok 2009 zaznamenal propad oproti předcházejícímu roku o 5,64 %. V roce 2010 došlo k minimálnímu zhodnocení celkového kapitálu. Výnosnost činila pouze 1,18 %, z důvodu snižování placených úroků, ale také zisku na 21 927 tisíc Kč.

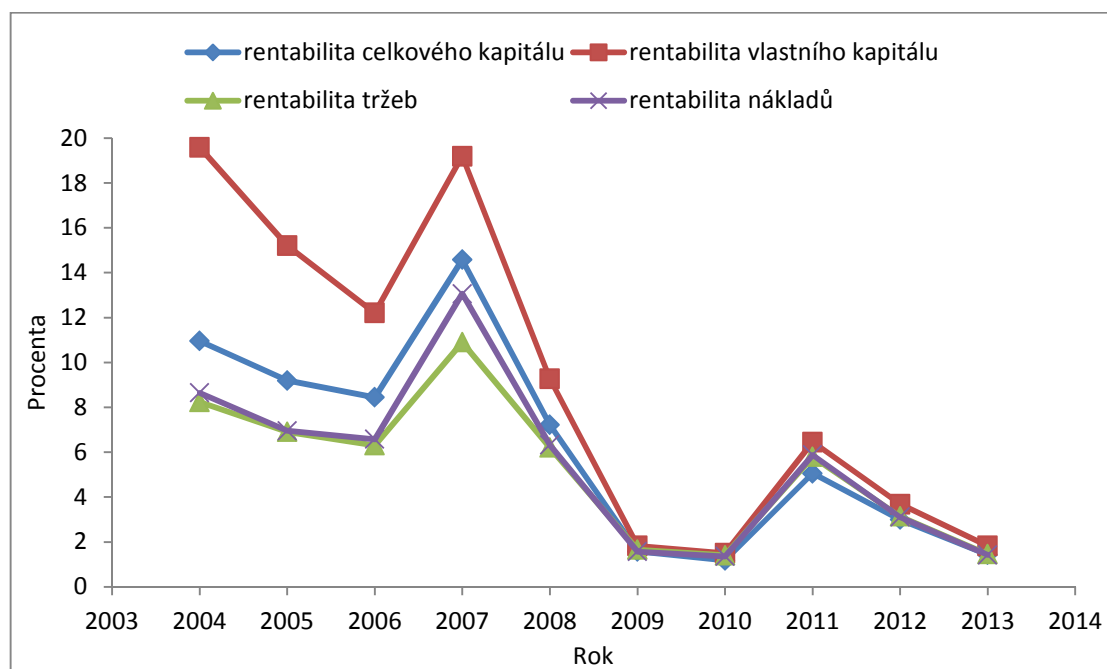
Rentabilita vlastního kapitálu v roce 2004 činila 19,59 %, což byla i nejvyšší za sledované období. Znamená to, že na jednu korunu investovaného kapitálu připadá 19,59 % čistého zisku. Roky 2005 a 2006 zaznamenaly pokles o 4,37 % a 7,38 oproti roku 2004. V roce 2007 se hodnota přiblížila k hodnotě z roku 2004. Následující tři roky byly ve znamení poklesu, kdy rok 2008 zaznamenal pokles téměř o 10 %. V roce 2010 byla rentabilita vlastního kapitálu nejnižší za sledované období a to 1,50 %. V roce 2011 došlo k navýšení, ale roky 2012 a 2013 vykazují pokles rentability vlastního kapitálu. Odlišné hodnoty ukazatele během sledovaného období vycházejí z kolísavé výše zisku.

Rentabilita tržeb znamená schopnost podniku přeměnit své výrobky na hotové peníze. Za optimální hodnotu tohoto ukazatele se považuje v průměru 10 % a to se společnosti podařilo v roce 2007, kdy rentabilita tržeb činila 10,9 %. Čistý zisk činil 246 397 tisíc Kč a tržby 2 259 865 tisíc Kč. K 10% se firma přiblížila také v roce 2004. Roky 2005 a 2006 znamenaly snížení návratnosti tržeb o 1,33 % a 1,92 % oproti roku 2004. Od roku 2008 hodnota ukazatele postupně klesala a rok 2010 byl ve znamení nejnižší návratnosti tržeb s 1,41%. Čistý zisk činil 21 927 tisíc Kč a tržby 1 559 452 tisíc Kč. V roce 2011 došlo k navýšení o 4,38 % oproti předcházejícímu roku a v letech 2012 a 2013 rentabilita tržeb opět klesla o 2,65 % a 4,34 % oproti roku 2011.

Rentabilita nákladů udává kolik procent zisku připadá na 1 Kč vynaložených nákladů. Optimální hodnota tohoto ukazatele by měla být nad 10 %, což podnik dosáhl

v roce 2007 s 13,06%. V roce 2010 vytvořila 1 Kč nákladů minimum a to 1,36 % zisku z důvodu nejnižšího objemu zisku v tomto roce a vysokým nákladům společnosti.

**Graf č. 1 Vývoj ukazatelů rentability v letech 2004 – 2013 (v%)**



Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Graf č. 1 udává přehledný vývoj jednotlivých ukazatelů rentability. Hodnoty ukazatelů mají ve sledovaném období téměř stejný průběh. Nejvýznamnějším rokem pro ziskovost všech ukazatelů byl rok 2007 z důvodu nárůstu čistého zisku a nárůstu tržeb. U rentability vlastního kapitálu byl příznivý také rok 2004, kdy se hodnota tohoto ukazatele pohybovala přibližně na stejné úrovni jako v roce 2007. V roce 2008 došlo k prudkému poklesu, který vyvrcholil v roce 2010, kde všechny ukazatele vykazovali nejnižší hodnotu. Důvodem tohoto poklesu bylo vykázání nejnižšího objemu tržeb a čistého zisku společnosti za sledované období. Poté následoval opět růst a v letech 2012 a 2013 dochází k opětovnému propadu.

### 5.1.2 Ukazatelé platební schopnosti

Za hlavní podmínku úspěšnosti podniku je považována likvidita neboli platební schopnost podniku. Představuje schopnost podniku hradit své závazky a vyjadřuje rychlost podniku přeměnit jednotlivé složky majetku do hotovostní formy.



**Tabulka č. 2 Ukazatele likvidity v letech 2004 - 2013**

Rok	Okamžitá likvidita	Běžná likvidita	Celková likvidita
2004	0,18	0,84	1,71
2005	0,27	0,90	1,84
2006	0,12	0,98	2,02
2007	0,02	0,54	1,50
2008	0,10	0,72	1,68
2009	0,17	1,37	2,56
2010	0,31	0,90	2,49
2011	0,6	1,26	2,78
2012	0,49	1,43	3,36
2013	0,51	2,13	3,12

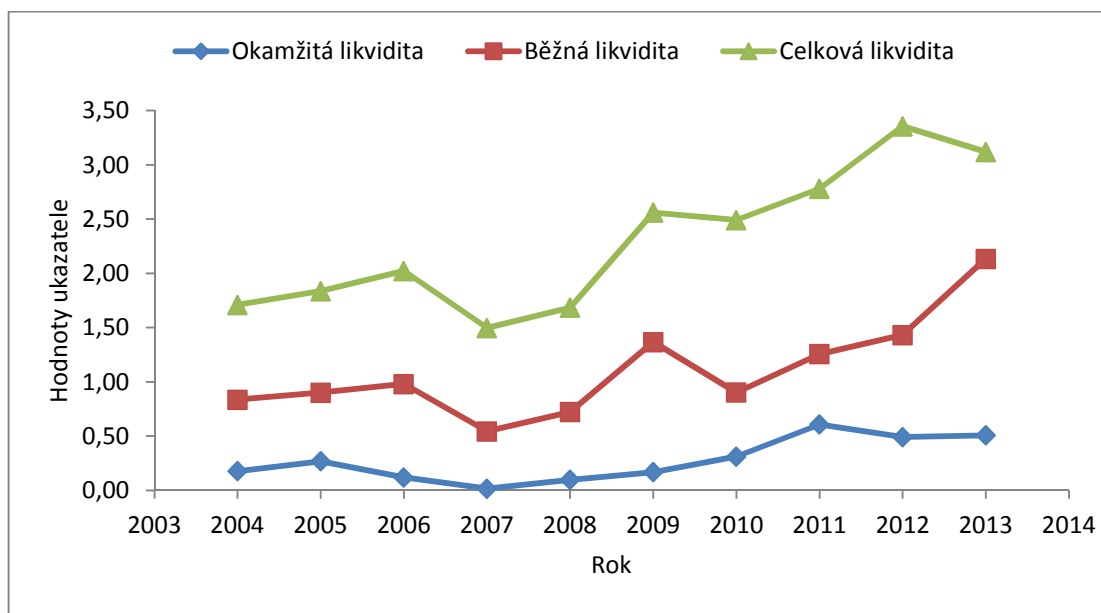
Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Tabulka č. 2 udává hodnoty ukazatelů likvidity za sledované období. Okamžitá likvidita je vyjádřena poměrem mezi finančním majetkem a krátkodobými závazky. Finančním majetkem se rozumí peníze na účtech či v hotovosti. Hodnoty okamžité likvidity se optimálně pohybují v rozmezí 0,2 – 0,6. Těchto hodnot podnik nabyt v letech 2005, 2010, 2011, 2012 a 2013. Nejvyšší hodnota okamžité likvidity byla v roce 2011 a to 0,6. Znamená to, že společnost je schopna finanční hotovostí uhradit 60 % svých krátkodobých závazků. V těchto letech objem finančního majetku společnosti vykazuje rostoucí tendenci. Rok 2004 se s hodnotou 0,18 přibližuje k dolní hranici tohoto rozmezí. Ostatní roky se pohybují pod optimální hranicí. Nejnižší hodnotu vykazoval rok 2007, pouze 0,2, což znamená, že podnik byl schopný uhradit 2 % svých krátkodobých závazků z důvodu malého objemu finančního majetku.

Běžná likvidita slouží ke krytí běžných potřeb podniku a krátkodobých dluhů, prostřednictvím vlastní hotovosti a pohledávek. Přijatelné hodnoty běžné likvidity se pohybují v rozmezí 1 – 1,5. Optimální úroveň bylo dosaženo v roce 2009 s hodnotou 1,37, v roce 2011 s hodnotou 1,26 a v roce 2012 s hodnotou 1,43. K hodnotě 1 se nejvíce přiblížil rok 2005 s hodnotou 0,90, rok 2006 s hodnotou 0,98 a rok 2010 s hodnotou 0,90. Nejmenší hodnoty běžné likvidity bylo dosaženo v roce 2007 a to 0,54. Rok 2013 převýšil doporučenou hodnotu 1,5. Tato skutečnost byla ovlivněna vysokým objemem finančního majetku a krátkodobými pohledávkami.

Celková likvidita udává poměr mezi oběžnými aktivy a krátkodobými závazky. Rozmezí tohoto ukazatele je 2 – 2,5, což podnik splnil v roce 2006 s hodnotou 2,02 a v roce 2010 s hodnotou 2,49. Znamená to tedy, že podnik má na 1 Kč závazků 2,02 Kč respektive 2,49 Kč. Interval byl hodnotou 2,56 lehce překročen v roce 2009. Pod dolní hranici rozmezí se pohybují roky 2004, 2005 a 2007, 2008 z důvodů nárůstu krátkodobých závazků. Roky 2012 a 2013 zaznamenaly velký nárůst celkové likvidity z důvodu vysokého nárůstu oběžných aktiv oproti krátkodobým závazkům.

**Graf č. 2 Vývoj ukazatelů likvidity v letech 2004 – 2013**



Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Graf č. 2 popisuje vývoj jednotlivých ukazatelů likvidity. Okamžitá likvidita v roce 2007 dosáhla nejnižší hodnoty a to 0,02, ale v následujících letech dochází ke zvyšování, které vrcholí v roce 2011 s nejvyšší hodnotou 0,6. Roky 2012 a 2013 si drží přibližně stejnou hodnotu. U běžné likvidity nejdříve dochází k nárůstu, v roce 2007 opět dochází k propadu, kdy ukazatel dosahuje nejnižší hodnoty 0,54, poté dochází k nárůstu až do roku 2009, následující rok opět propad. Od roku 2011 se hodnoty ukazatele zvyšují. V roce 2013 ukazatel dosahuje nejvyšší hodnoty 2,13. Celková likvidita nejnižší hodnoty dosahuje v roce 2007 a to 1,50. Od roku 2008 dochází

k postupnému zvyšování této hodnoty, kdy nejvyšší hodnota ukazatele je 3,36 v roce 2012, poté dochází ke snížení.

### 5.1.3 Finanční stabilita

Finanční struktura má velký vliv na úspěšný vývoj podniku. Ukazatelé finanční stability udávají, jak je podnik schopný uhrazovat své závazky a jak používá cizí zdroje k financování.

**Tabulka č. 3 Ukazatele finanční stability v letech 2004 – 2013 (v %)**

Rok	Koeficient samofinancování	Ukazatel věřitelského rizika	Míra zadluženosti
2004	51,81	48,19	93,03
2005	55,55	44,45	80,01
2006	63,39	36,59	57,72
2007	74,00	26,00	35,14
2008	75,81	24,19	31,92
2009	82,19	17,81	21,67
2010	78,68	21,32	27,09
2011	78,08	21,64	27,71
2012	80,92	18,70	23,11
2013	77,94	21,84	28,02

Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

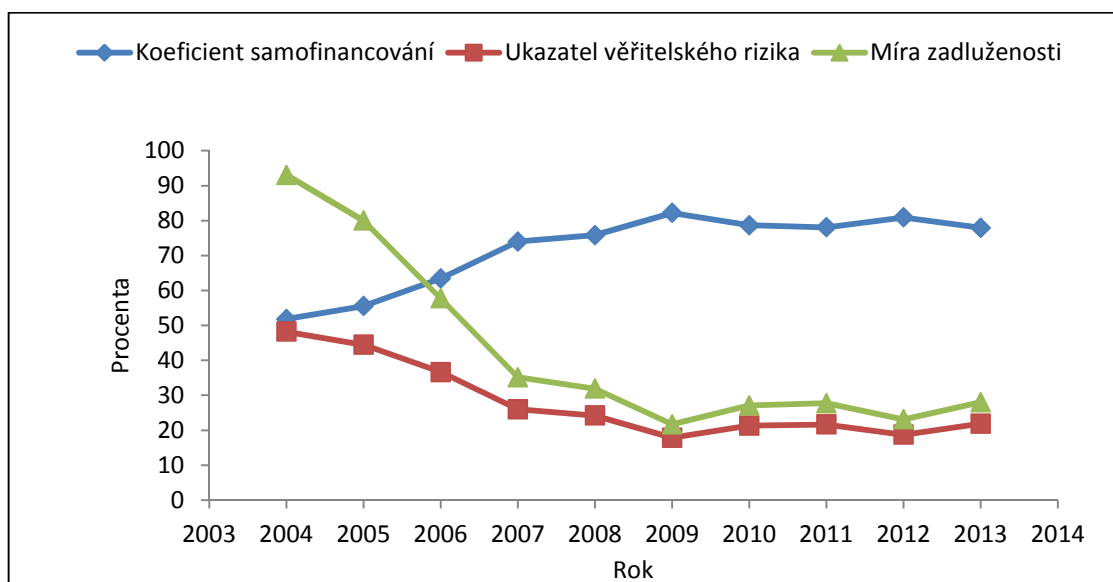
V tabulce č. 3 jsou uvedeny hodnoty finanční stability podniku. Příznivá hodnota koeficientu samofinancování je vyšší jak 30 %. Z tabulky č. 3 je zřejmé, že podnik ve sledovaném období tuto hranici pokaždé překročil. Je tedy dlouhodobě finančně stabilní a je schopen pokrýt své prostředky svými zdroji. Nejmenší hodnotu koeficientu podnik vykázal v roce 2004, kdy byl schopný krýt své prostředky vlastními zdroji z 52 % z důvodu čerpání bankovního úvěru. Nejvyšší hodnoty podnik dosáhl v roce 2009, a to 82,19 %. Je to dáno tím, že firma splatila bankovní úvěr. Čím je ukazatel vyšší, tím podnik lépe upevňuje stabilitu. Příznivé hodnoty jsou zapříčiněné neustálým zvyšováním vlastních zdrojů.

Za pozitivní výsledek a vývoj věřitelského rizika je považována hodnota do 50 % a určuje závislost podniku na cizích zdrojích. Jak udávají hodnoty uvedené v tabulce č. 3 podnik se ve všech sledovaných letech pohyboval pod hranicí 50 %.

Nejvíce byl podnik závislý na cizích zdrojích v roce 2004 s 48% a nejméně v roce 2009 s 18%.

Míra zadluženosti udává poměr cizích zdrojů a vlastních zdrojů. Pro porovnání tohoto ukazatele je rozhodující jeho vývoj v časové řadě. Nejvyšší hodnoty podnik dosáhl v roce 2004, a to 93,3 %. Znamená to tedy, že podnik na jednu korunu vlastního kapitálu využil 93,3 % cizích zdrojů. Podnik v tomto roce čerpal krátkodobý bankovní úvěr, který byl v roce 2008 uhrazen. V roce 2009 byl poměr cizích zdrojů k vlastnímu kapitálu pouze 22%, což bylo nejméně za sledované období.

**Graf č. 3 Vývoj ukazatelů finanční stability v letech 2004 – 2013 (v%)**



Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Z grafu č. 3 je patrné, že koeficient samofinancování od roku 2004 roste až do roku 2009, kdy společnost dosahovala nejvyšší hodnoty 82,18 %. Dá se říci, že od roku 2010 si podnik udržuje stabilitu. Závislost společnosti na cizích zdrojích byla největší v roce 2004 s 48%, poté se snižovala až do roku 2009, kdy na nich byla závislá nejméně, a to z 18 %. V následujících letech dochází opět k mírnému navyšování. Míra zadluženosti byla nejvyšší v roce 2004 s 93%. Poté, až do roku 2009, dochází k velkému poklesu a míra zadluženosti s 22% je nejnižší za sledované období. Následující čtyři roky jsou ve znamení opětovného navyšování zadluženosti.

#### 5.1.4 Ukazatele hospodářské aktivity

Ukazatele hospodářské aktivity informují o efektivním využívání aktiv podniku. Jak dlouho váže společnost své finanční prostředky například v zásobách či výrobcích. Pokud velké množství aktiv váže finanční prostředky, vznikají náklady a tím se společnosti snižuje zisk. Pokud je aktiv nedostatek, přichází o tržby.

**Tabulka č. 4 Ukazatele hospodářské aktivity v letech 2004 – 2013 (ve dnech)**

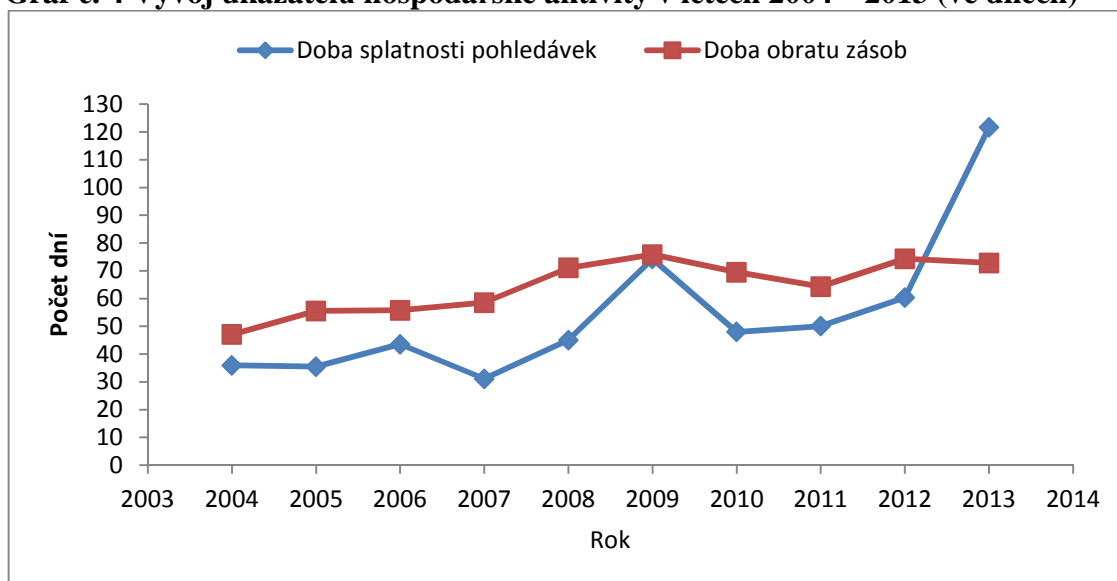
Rok	Doba splatnosti pohledávek	Doba obratu zásob
2004	35,93	47,08
2005	35,51	55,57
2006	43,55	55,80
2007	31,10	58,54
2008	45,06	71,05
2009	74,28	75,81
2010	48,01	69,47
2011	50,06	64,31
2012	60,33	74,35
2013	121,61	72,86

Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Z výše uvedených hodnot v tabulce č. 4 vyplývá, že doba splatnosti pohledávek se zvyšuje. Doba splatnosti pohledávek informuje o délce doby od vystavení faktury po její zaplacení odběratelem. Za optimální délku doby splatnosti se považuje 30 dní. Této optimální hranice firma nedosáhla v žádném roce. K této hranici se nejvíce přiblížila v roce 2007, a to 31 dne. Dále v letech 2004 a 2005 s necelými 36 dny. Nejdélší dobu splatnosti pohledávek udává údaj z roku 2013 a to necelých 122 dní. Kolísavost tohoto ukazatele způsobují rozdílné platební podmínky, které má firma nastavena individuálně s každým odběratelem.

Doba obratu zásob podává informace o době přeměny zásob v peníze. Za optimální rozmezí je považováno 30 – 50 dní. Do tohoto rozmezí se společnost dostala pouze v roce 2004 s 47 dny. Uspokojivá hodnota tohoto ukazatele je menší než 100 dní, což společnost za sledované období splňuje v každém roce. Necelých 76 dní v roce 2009 byla nejdélší dobou přeměny zásob v peníze.

**Graf č. 4 Vývoj ukazatelů hospodářské aktivity v letech 2004 – 2013 (ve dnech)**



Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Z grafu č. 4 je patrné, že doba splatnosti pohledávek za sledované období stoupá. Nejkratší dobu úhrady svých faktur, společnost vykazala v roce 2007, poté až do roku 2009 se doba zvyšuje. Roky 2010, 2011 a 2012 se pohybují na příližné době splatnosti a velký nárůst zaznamenal rok 2013. Doba obratu zásob se postupně zvyšuje až do roku 2009, roky 2010 a 2011 jsou ve znamení poklesu. Roky 2012 a 2013 dosahovaly téměř stejné hodnoty. Společnost by měla u doby splatnosti pohledávek a doby obratu zásob dosahovat klesajícího trendu. Vlivem nestabilního objemu pohledávek, tržeb a zásob klesajícího trendu nedosahuje.

## 5.2 Statistická analýza

Další část analyzuje vývoj výroby sanitární keramiky tvořící hlavní činnost společnosti, prodej celkového produktového portfolia, vývoj tržeb a hospodářského výsledku za účetní období v letech 2004 - 2013. Rok 2014 není analyzován z důvodu neuzavření účetní závěrky společnosti v době zpracování diplomové práce.

### 5.2.1 Analýza výroby sanitární keramiky

Hlavní činností společnosti LAUFEN CZ je výroba sanitární keramiky. Výroba je prováděna ve výrobních závodech Bechyně a Znojmo. V roce 2013 se ve Znojmě k výrobě sanitární keramiky přidala výroba vlastního koupelnového nábytku pod

značkou Jika. Cílem je navýšení podílů na trhu a zvýšení konkurenceschopnosti v daném segmentu.

Výroba sanitární keramiky je vykazována ve velkých kusech. Mezi velké kusy se řadí klozety, bidety, urinály, nádrže, výlevky, umyvadla, dřezy a pedikérní vaničky. Kombi klozety a dvojumyvadla jsou brány jako dva velké kusy.

**Tabulka č. 5 Výroba sanitární keramiky v letech 2004 – 2013 (v kusech)**

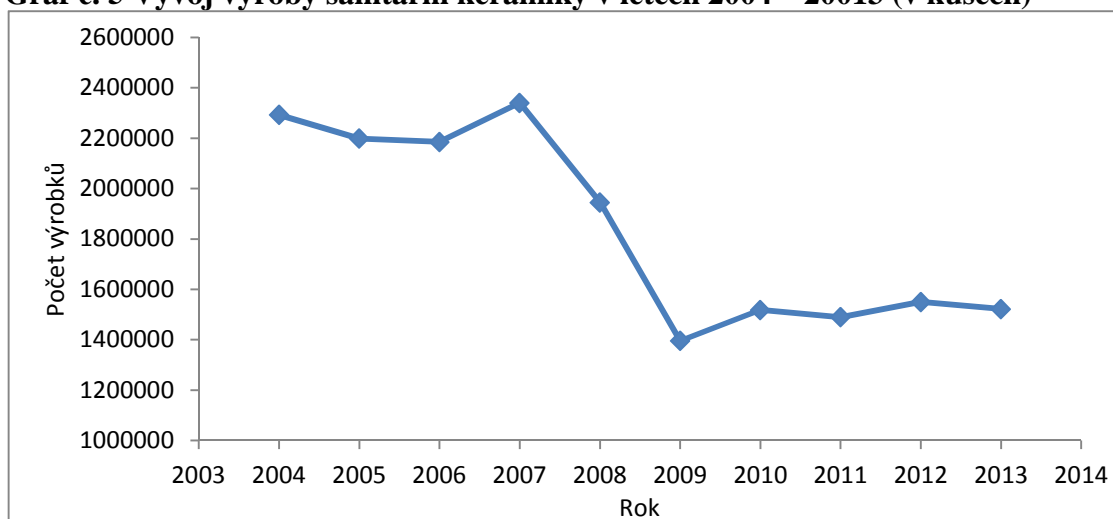
Rok	Výroba	První diference	Druhá diference	Koeficient růstu	Tempo růstu v %
2004	2 293 014	-	-	-	-
2005	2 198 479	-94535	-	0,9587726	-4,12
2006	2 185 047	-13432	81103	0,9938903	-0,61
2007	2 340 185	155138	168570	1,0709998	7,09
2008	1 944 977	-395208	-550346	0,831121	-16,88
2009	1 395 972	-549005	-153797	0,7177319	-28,22
2010	1 518 582	122610	671615	1,0878313	8,78
2011	1 489 628	-28954	-151564	0,9809335	-1,90
2012	1 550 000	60372	89326	1,0405282	4,05
2013	1 522 000	-28000	-88372	0,9819355	-1,80

Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Z tabulky č. 5 je patrný vývoj výroby sanitární keramiky. V roce 2005 se výroba snížila o 94 535 kusů výrobků, což je o 4,12 %. Snížení nastalo v důsledku nízké poptávky na trhu. I rok 2006 představoval pokles o 13 432 výrobků oproti roku 2005. Díky novému systému řízení produktivity BEDAUX se produktivita práce zvýšila o více než 7 %. Nejvýznamějším rokem byl rok 2007, který znamenal i nejvyšší množství výroby sanitární keramiky za sledované období a to 2 340 185 kusů, což je oproti plánu více o 90 185 kusů výrobků a ve srovnání s rokem 2006 se výroba zvýšila o 155 138 kusů výrobků, tedy o 7 %. Roky 2008 a 2009 byly ve znamení snížení výroby. V roce 2008 o 395 208 kusů, to je snížení téměř o 17 % oproti předcházejícímu roku. Do výroby byly uvedeny nové výrobky náročnější a těžší na výrobu. Nízká produkce se negativně zohlednila na počet zaměstnanců ve společnosti, kdy bylo propuštěno celkem 32 výrobních dělníků ve Znojmě i v Bechyni. Nejvýznamější pokles za sledované období byl v roce 2009, kdy se výroba snížila o 549 005 kusů výrobků, představující snížení o 28 % oproti roku 2008. Zároveň to byl rok s nejnižší výrobou sanitární keramiky za sledované období. Toto snížení způsobila nízká poptávka na trhu

v důsledku hospodářské krize a přesunutí výroby koncernu Roca do Rumunska a Ruska. Začalo se zde vyrábět vysoce obrátkové zboží původně vyráběné v České republice. Tento negativní vývoj opět pocítili zaměstnanci firmy, kde zejména ve Znojmě došlo k velkému snížení počtu zaměstnanců. Rok 2010 zaznamenal nárůst výroby o 122 610 kusů oproti roku 2009, ale v následujícím roce 2011 opět dochází ke snížení počtu vyrobených kusů o 28 954 kusů. Firma uvedla do výroby nové výrobky náročnější na výrobu a spotřebu komponent a surovin. Rok 2012 byl ve znamení zvýšení výroby o 60 372 kusů a v roce 2013 dochází k opětovnému poklesu o 28 000 ks výrobků. Za sledované období firma průměrně vyráběla 1 843 788 kusů sanitární keramiky.

**Graf č. 5 Vývoj výroby sanitární keramiky v letech 2004 – 2013 (v kusech)**



Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Graf č. 5 ukazuje přehledný vývoj výroby sanitární keramiky ve sledovaném období. Je zde vidět prudký pokles výroby v roce 2009 oproti roku 2007, kdy pokles činil 45 %. Důvody tohoto poklesu jsou popsány ve výše okomentované tabulce č. 5.

#### Trendová funkce výroby a predikce

Výrobu sanitární keramiky je možné popsat pomocí kvadratické trendové funkce ve tvaru:  $y' = 2\,590\,457 - 182\,750 * t + 6713 * t^2$ .



**Tabulka č. 6 Vhodnost modelu vývoje výroby sanitární keramiky**

Statist.	Statistické shrnutí; ZP: Výroba
	Hodnota
<b>Index korelace</b>	0,8706
<b>Index determinace</b>	0,7579
Upravené R <sup>2</sup>	0,0688
F (2, 7)	10,9614
P	0,0069
Sm. chyba odhadu	213817,81

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 6 shrnuje statistickou analýzu výroby unitární keramiky. Sílu závislosti mezi závislou proměnou výroby a nezávisle proměnou času určuje index korelace. Vypočtený index udává vhodnost daného modelu. U výroby, při takto zvolené funkci, index korelace nabyt hodnot 0,87. Čím blíže se vypočtená hodnota blíží k jedné, tím model lépe popisuje zkoumaný jev. Daná funkce popisuje vývoj ze 75%.

**Tabulka č. 7 Predikované hodnoty výroby sanitární keramiky (v kusech)**

Rok	Bodová předpověď	Intervalová předpověď ( $\alpha = 0,05$ )	
		-95,0%PL	+95,0%PL
<b>2014</b>	1 392 498	797 837	1 987 159
<b>2015</b>	1 364 150	517 893	2 210 408

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 7 udává predikované hodnoty výroby sanitární keramiky na roky 2014 a 2015. Předpovědi na delší období by mohly být nepřesné vzhledem k desetileté časové řadě. Bodová předpověď pro rok 2014 nabývá hodnot 1 392 498 ks a pro rok 2015 hodnot 1 364 150. Intervalová předpověď je uváděna na hladině pravděpodobnosti 95%. Určuje horní a dolní mez, ve které se výroba může nacházet. Pro rok 2014 se pohybuje v rozmezí od 797 837 kusů do 1 987 159 kusů a pro rok 2015 nabývá hodnot od 517 893 kusů do 2 210 408 kusů.

## 5.2.2 Analýza prodeje

Prodej zboží je dělen do několika základních skupin. Jedná se o prodeje sanitární keramiky, van, baterií a koupelnového nábytku. Sanitární keramika je vykazována ve velkých kusech a řadí se sem klozety, bidety, urinály, nádrže, výlevky, umyvadla, dřezy a pedikérní vaničky. Kombi klozety a dvojumyvadla jsou počítány jako dva kusy. Prodej vlastní sanitární keramiky je doplněn prodejem sanitární keramiky dovážené v rámci skupiny, především z Rakouska, ze Švýcarska, z Polska a z Ruska. Do skupiny vany jsou zařazeny kromě van akrylátových a kovových také vaničky sprchové. Baterie jsou dovážené v rámci koncernu ROCA a od roku 2012 společnost začala vyrábět své vodovodní baterie ve Znojmě. Také prodej koupelnového nábytku byl v roce 2013 doplněn o vlastní produkci nábytku vyráběného ve Znojmě. Společnost LAUFEN CZ exportuje své produkty do celé řady zemí. Mezi nimi jsou například Slovensko, Chorvatsko, Německo, Rakousko a další. Celkově vykazované hodnoty jsou rozděleny zvlášť pro tuzemsko a zahraničí. Diference a koeficienty uvedené v tabulkách jsou počítány z celkových počtů.

**Tabulka č. 8 Prodej sanitární keramiky v letech 2004 – 2013 (v kusech)**

Rok	Sanitární keramika			První diference	Druhá diference	Koeficient růstu	Tempo růstu (%)
	Tuzemsko	Export	Celkem kusů				
2004	520 699	1 604 603	2 125 302				
2005	740 123	1 475 813	2 215 936	90634		1,0426	4,26
2006	770 769	1 715 583	2 486 352	270416	179782	1,1220	12,20
2007	922 191	1 766 412	2 688 603	202251	-68165	1,0813	8,13
2008	919 436	1 565 527	2 484 963	-203640	-405891	0,9243	-7,57
2009	746 672	1 192 937	1 939 609	-545354	-341714	0,7805	-21,95
2010	643 935	1 249 991	1 89 3926	-45683	499671	0,9764	-2,36
2011	673 709	1 571 986	2 245 695	351769	397452	1,1857	18,57
2012	576 389	1 657 670	2 234 059	-11636	-363405	0,9948	-0,52
2013	532 111	1 811 990	2 344 101	110042	121678	1,0493	4,93

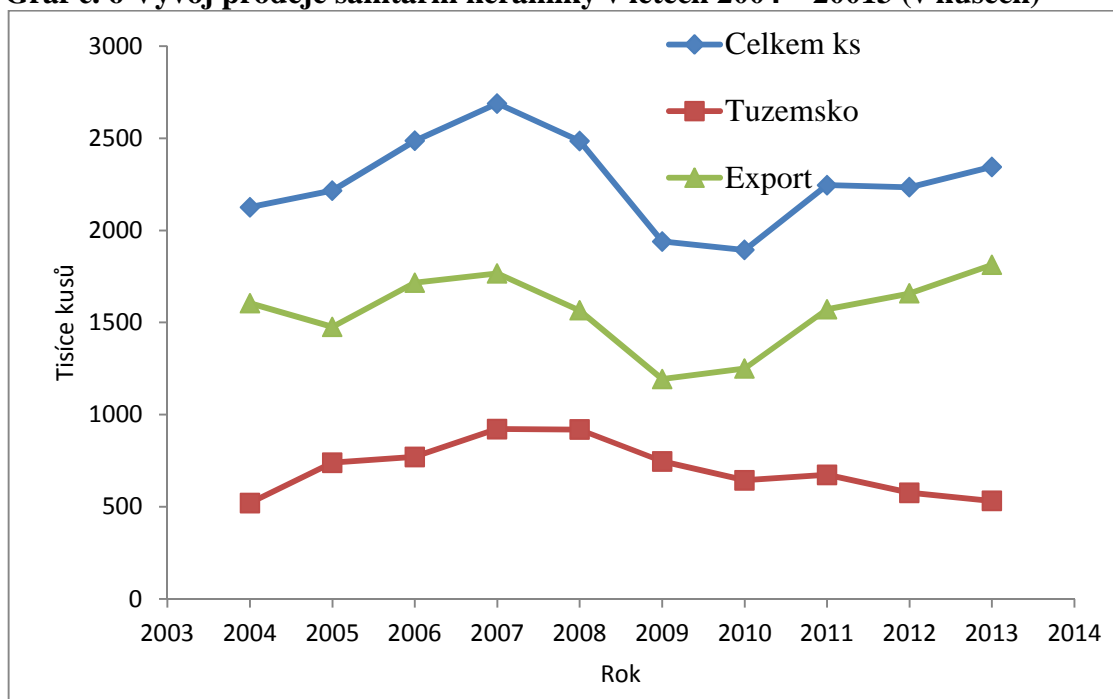
Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Z tabulky č. 8 je patrné, že objem prodeje na domácím trhu roste až do roku 2007, kdy prodej sanitární keramiky vykázal nejvyšší hodnotu prodeje, a to 922 191

kusů a je zároveň rokem s nejvyšším množstvím prodaných kusů. Od roku 2004 k rekordnímu roku 2007 představuje nárůst prodeje o 77 %. Dochází k ukončování stavební činnosti velkého počtu bytů, podpořenými výhodnými podmínkami pro udělování hypoték. V letech 2008 až 2010 dochází k poklesu prodeje z důvodu dosahu hospodářské krize, převládá obava z dalšího ekonomického vývoje, zpřísnily se podmínky pro vydávání hypoték a stavební činnost se snižovala. V roce 2011 došlo k mírnému nárůstu prodeje o 4,5 % oproti roku 2010, ale v letech 2012 a 2013 opět dochází k poklesu. Nejnižší prodej za sledované období je zaznamenán v roce 2004, a to 520 699 kusů. Společnost v průměru za sledované období prodala 704 603 kusů produktů sanitární keramiky.

Export sanitární keramiky neustále stoupá až do roku 2007, kdy bylo do zahraničí prodáno 1 766 412 kusů. Především se zvýšili prodeje v Rusku, na Slovensku, v Maďarsku, Chorvatsku, Slovinsku a Pobaltských státech. Prodeje ve skupině vzrostly zejména u Rakouska, Německa a zemí Beneluxu. Roky 2008 a 2009 jsou ve znamení poklesu. Rok 2009 vykazoval nejnižší objem prodeje, a to 1 192 937 kusů, což je pokles 25,7 % od počátku sledovaného období. Důvodem byla celosvětová krize a tím i snížení prodejů v těchto zemích a také negativní vývoj kurzu eura vůči české koruně a v neposlední řadě přesunutí výroby koncernu Roca do Rumunska a Ruska. Nižší prodej byl také na Ukrajině, která v rámci koncernu Roca, začala nakupovat polské produkty s nižší cenou. Stejně tak Francie a Anglie, kde se poptávka soustřeďuje na střední až nižší cenový segment, vyráběný v koncernu Roca v Číně, Egyptě a Bulharsku. Od roku 2010 dochází k opětovnému nárůstu prodeje a vzrůstající trend trvá až do konce sledovaného období. V roce 2013 byly zahraniční prodeje sanitární keramiky na nejvyšší úrovni, a to 1 811 990 kusů, což od roku 2009, který byl v tomto ohledu nejhorší, představuje zvýšení o 51,9 %. Tomuto nárůstu prodeje bylo dosaženo zejména díky novým trhům v Asii a Pacifiku a výborným výsledkům v Pobaltských republikách. Průměrný objem vyvážené sanitární keramiky za sledované období činí 1 561 251 kusů.

**Graf č. 6 Vývoj prodeje sanitární keramiky v letech 2004 – 2013 (v kusech)**



Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Graf č. 7 ukazuje vývoj prodejů sanitární keramiky v tuzemsku a zahraničí. Celkové prodeje jsou do roku 2007 rostoucí až na celkovou hodnotu 2 688 603 kusů. Na tomto růstu se podílejí rostoucí hodnoty prodejů jak v tuzemsku tak také v zahraničí. V letech 2008 a 2010 dochází ke snížení prodejů sanitární keramiky až k hodnotě 1 893 926 kusů. Od roku 2011 se opět celkové počty prodaných kusů zvyšují, ale na tomto zvyšování se více podílí zahraniční prodej, jelikož prodeje v tuzemsku mají neustále klesající trend.

#### Trendová funkce prodeje sanitární keramiky a predikce

Trendová funkce prodeje sanitární keramiky byla popsána kvadratickou funkcí ve tvaru:

$$y' = 2\,295\,282 + 6\,887 * t - 1\,748 * t^2.$$

**Tabulka č. 9 Vhodnost modelu vývoje celkového prodeje sanitární keramiky**

Statist.	Statistické shrnutí; ZP: Výroba
	Hodnota
Index korelace	0,1606
Index determinace	0,0258
Upravené R <sup>2</sup>	-0,2526
F (2, 7)	0,0927
P	0,9126
Sm. chyba odhadu	276641.831

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 9 shrnuje statistickou analýzu celkového prodeje sanitární keramiky. Index korelace nabývá hodnoty 0,16 a vyjadřuje velmi nízkou závislost mezi proměnnými. Daná funkce vystihuje vývoj ze 2 %.

**Tabulka č. 10 Predikované hodnoty celkového prodeje sanitární keramiky**

(v kusech)

Rok	Bodová předpověď	Intervalová předpověď ( $\alpha = 0,05$ )	
		-95,0%PL	+95,0%PL
<b>2014</b>	2 159 508	1 390 123	2 928 892
<b>2015</b>	2 126 187	1 031 282	3 221 092

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 10 udává predikované hodnoty celkových prodejů sanitární keramiky na roky 2014 a 2015. Předpovědi na delší období by mohly být nepřesné vzhledem k desetileté časové řadě. Bodová předpověď pro rok 2014 nabývá hodnot 2 159 508 kusů a pro rok 2015 hodnot 2 126 187. Intervalová předpověď je uváděna na hladině pravděpodobnosti 95%. Určuje horní a dolní mez, ve které se tržby mohou nacházet. Pro rok 2014 se pohybuje v rozmezí od 1 390 123 kusů do 2 928 892 kusů a pro rok 2015 nabývá hodnot od 1 031 282 kusů do 3 221 092 kusů.

**Tabulka č. 11 Prodej van v letech 2004 – 2013 (v kusech)**

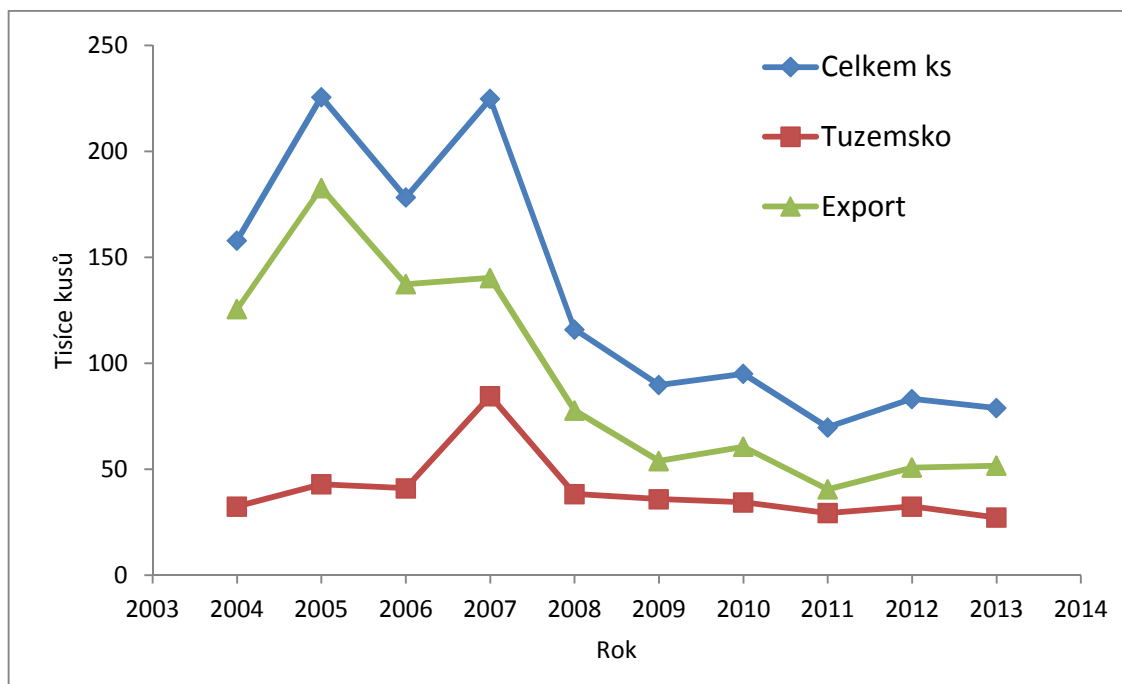
Rok	Vany			První diference	Druhá diference	Koefficient růstu	Tempo růstu (%)
	Tuzemsko	Export	Celkem kusů				
2004	32 381	125 576	157 957				
2005	42 875	182 781	225 656	67699		1,4286	42,86
2006	41 018	137 322	178 340	-47316	-115015	0,7903	-20,97
2007	84 555	140 326	224 881	46541	93857	1,2610	26,10
2008	38 279	77 717	115 996	-108885	-155426	0,5158	-48,42
2009	35 889	53 834	89 723	-26273	82612	0,7735	-22,65
2010	34 399	60 625	95 024	5301	31574	1,0591	5,91
2011	29 300	40 462	69 762	-25262	-30563	0,7342	-26,58
2012	32 448	50 753	83 201	13439	38701	1,1926	19,26
2013	27 210	51 659	78 869	-4332	-17771	0,9479	-5,21

Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Z tabulky č. 11 vyplývá, že prodej van v tuzemsku roste až do roku 2007, kdy také vykazuje nejvyšší objem prodeje za sledované období, a to 84 555 kusů, což od roku 2004 činí nárůst 161 %. Dochází k ukončování stavební činnosti velkého počtu bytů, podpořenými výhodnými podmínkami pro udělování hypoték. Od roku 2008 až do roku 2011 dochází k postupnému snižování objemu prodeje. V porovnání s nejlepším rokem 2007 došlo k propadu prodeje van o 34,6 %, z důvodu dosahu hospodářské krize, obavy z dalšího ekonomického vývoje, zpřísnění podmínek pro vydávání hypoték a snižování stavební činnosti. V roce 2012 dochází opět k nárůstu prodeje, ale v roce 2013 společnost zaznamenala opět pokles na 27 210 kusů, což byl zároveň rok s nejnižším objemem prodeje za sledované období. Průměrně za sledované období společnost v tuzemsku prodala 39 836 kusů van.

Export van byl nejvýznamnější v roce 2005, a to 182 781 kusů. Nejméně kusů bylo vyvezeno v roce 2011, a to 40 462 kusů. Celkově lze v prodeji van do zahraničí sledovat spíše klesající tendenci. Zde se také projevuje celosvětová krize a dalším z důvodů může být rozšíření portfolia svých výrobků u ostatních výrobců sanitární keramiky. Průměrně za sledované období společnost exportovala 92 106 kusů. Prodej van je doplňkovým prodejem společnosti.

**Graf č. 7 Vývoj prodeje van v letech 2004 – 2013 (v kusech)**



Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Z grafu č. 7 jsou patrné trendy prodeje van ve sledovaném období. Nejvýraznějšími lety v počtech kusů byly roky 2005 a 2007, kdy bylo prodáno 225 656, respektive 224 881 kusů. V následujících letech je znatelný značný pokles až do roku 2011, kdy se prodalo nejméně kusů van, konkrétně 69 762. Poté následuje v prodeji stagnace kolem hodnoty 80 000 kusů. Výrazný rozdíl je vidět na poklesu prodejů v zahraničí, kdy po roce 2007 klesají prodeje na méně než třetinové hodnoty z 140 326 až k 40 462 v roce 2011. Naopak v tuzemsku je prodej van poměrně vyrovnaný v rozmezí 27 000 – 42 000 kusů, výjimkou je rok 2007, kde bylo prodáno v tuzemsku nejvíce kusů van a to 84 555.

#### Trendová funkce celkového prodeje van a predikce

Trendová funkce celkového prodeje van byla popsána kvadratickou funkcí ve tvaru:

$$y' = 221\,529,3 - 16\,500 * t + 30,2 * t^2$$

**Tabulka č. 12 Vhodnost modelu vývoje celkového prodeje van**

Statist.	Statistické shrnutí; ZP: Výroba
	Hodnota
Index korelace	0,8120
Index determinace	0,6593
Upravené R <sup>2</sup>	0,5620
F (2, 7)	6,7746
P	0,0230
Sm. chyba odhadu	39895,9

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 12 shrnuje statistickou analýzu celkového prodeje van. Index korelace nabývá hodnoty 0,81 a vyjadřuje vysokou závislost mezi proměnnými. Daná funkce vystihuje vývoj z 66 %.

**Tabulka č. 13 Predikované hodnoty celkového prodeje van (v kusech)**

Rok	Bodová předpověď	Intervalová předpověď ( $\alpha = 0,05$ )	
		-95,0%PL	+95,0%PL
2014	43 682	-67 275	154 639
2015	27 877	-130 025	185 778

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 13 udává predikované hodnoty celkových prodejů van na roky 2014 a 2015. Předpovědi na delší období by mohly být nepřesné vzhledem k desetileté časové řadě. Bodová předpověď pro rok 2014 nabývá hodnot 43 682 kusů a pro rok 2015 hodnot 27 877 kusů. Intervalová předpověď je uváděna na hladině pravděpodobnosti 95%. Určuje horní a dolní mez, ve které se prodeje mohou nacházet. Pro rok 2014 se pohybuje v rozmezí od – 67 275 kusů do 154 639 kusů a pro rok 2015 nabývá hodnot od – 130 025 kusů do 185 778 kusů.



**Tabulka č. 14 Prodej vodovodních baterií v letech 2004 – 2013 (v kusech)**

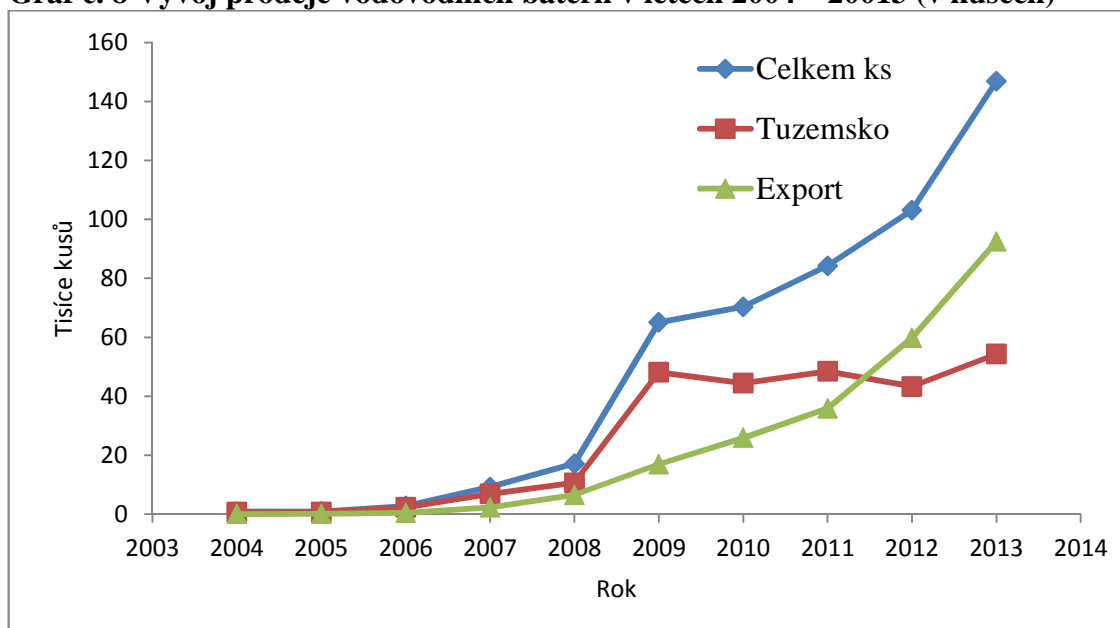
Rok	Baterie			První diference	Druhá diference	Koefficient růstu	Tempo růstu (%)
	Tuzemsko	Export	Celkem kusů				
2004	781	77	858				
2005	797	114	911	53		1,0618	6,18
2006	2 336	429	2 765	1854	1801	3,0351	203,51
2007	6 928	2 309	9 237	6472	4618	3,3407	234,07
2008	10 650	6 527	17 177	7940	1468	1,8596	85,96
2009	48 184	16 929	65 113	47936	39996	3,7907	279,07
2010	44 454	25 884	70 338	5225	-42711	1,0802	8,02
2011	48 458	35 816	84 274	13936	8711	1,1981	19,81
2012	43 307	59 806	103 113	18839	4903	1,2235	22,35
2013	54 334	92 514	146 848	43735	24896	1,4241	42,41

Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Tabulka č. 14 ukazuje rostoucí trend v prodeji vodovodních baterií jak v České republice, tak i v exportu. Nejnižší objem výrobků byl zaznamenán v roce 2004, a to 781 kusů v tuzemsku a 77 kusů určené na export. Nejvyšší objem prodeje společnost vykázala v roce 2013, a to 54 334 kusů v České republice a 92 514 kusů v exportu.

Vodovodní baterie společnost LAUFEN CZ začala prodávat v roce 2002. Jednalo se o španělské baterie značky ROCA. V roce 2008 byl zaznamenán významný nárůst prodeje jak v tuzemsku, tak v zahraničí. Do prodeje byly zařazeny baterie JIKA s dobrým poměrem mezi cenou, kvalitou a designem, což se velmi výrazně projevilo v nárůstu prodeje tohoto sortimentu. Baterie jsou vyráběny v Číně a jsou dováženy v rámci koncernu ROCA. Prodej vodovodních baterií je doplňkovým sortimentem společnosti, ale v posledních letech dosahuje výrazného růstu, spojené se získáváním nových trhů a především vhodným doplnění sortimentu pro dodání kompletního koupelnového vybavení od jednoho výrobce pod stejnou značkou, tedy baterie, sanitární keramika a nábytek. Vlastní baterie, vyráběné ve Znojmě, začala společnost prodávat až od roku 2012.

**Graf č. 8 Vývoj prodeje vodovodních baterií v letech 2004 – 2013 (v kusech)**



Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Vývoj prodejů vodovodních baterií vykresluje graf č. 8. Zde je patný velký nárůst odbytu po roce 2008, kdy se do té doby celkové hodnoty pohybovaly nejprve v hodnotách do tisíce kusů, později do desetitisíc prodaných kusů, ale v roce 2009 jsou hodnoty o 279 % vyšší oproti roku předchozímu. Zatímco po skokovém roce se prodeje v tuzemsku ustály v rozmezí hodnot 43 – 54 000 kusů, zahraniční prodeje neustále rostly z 16 929 kusů v roce 2009 až na 92 514 kusů v roce 2013. Zahraniční obchod tohoto sortimentu se tak výrazně podílí na celkovém růstu v posledních letech.

#### Trendová funkce celkového prodeje vodovodních baterií a predikce

Trendová funkce celkového prodeje vodovodních baterií byla popsána kvadratickou funkcí ve tvaru:

$$y' = -2\,260 - 2\,136,32 * t + 1\,664,24 * t^2.$$

**Tabulka č. 15 Vhodnost modelu vývoje celkového prodeje vodovodních baterií**

Statist.	Statistické shrnutí; ZP: Výroba
	Hodnota
Index korelace	0,9835
Index determinace	0,9673
Upravené R <sup>2</sup>	0,9580
F (2, 7)	103,6941
p	0
Sm. chyba odhadu	10 538,9573

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 15 shrnuje statistickou analýzu celkového prodeje vodovodních baterií. Index korelace nabývá hodnoty 0,98 a vyjadřuje velmi vysokou závislost mezi proměnnými. Daná funkce vystihuje vývoj z 96 %.

**Tabulka č. 16 Predikované hodnoty celkového prodeje vodovodních baterií (v kusech)**

Rok	Bodová předpověď	Intervalová předpověď ( $\alpha = 0,05$ )	
		-95,0%PL	+95,0%PL
2014	175 614	146 303	204 924
2015	211 755	170 043	253 467

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 16 udává predikované hodnoty celkových prodejů vodovodních baterií na roky 2014 a 2015. Předpovědi na delší období by mohly být nepřesné vzhledem k desetileté časové řadě. Bodová předpověď pro rok 2014 nabývá hodnot 175 614 kusů a pro rok 2015 hodnot 211 755 kusů. Intervalová předpověď je uváděna na hladině pravděpodobnosti 95%. Určuje horní a dolní mez, ve které se prodeje mohou nacházet. Pro rok 2014 se pohybuje v rozmezí od 146 303 kusů do 204 924 kusů a pro rok 2015 nabývá hodnot od 170 043 kusů do 253 467 kusů.

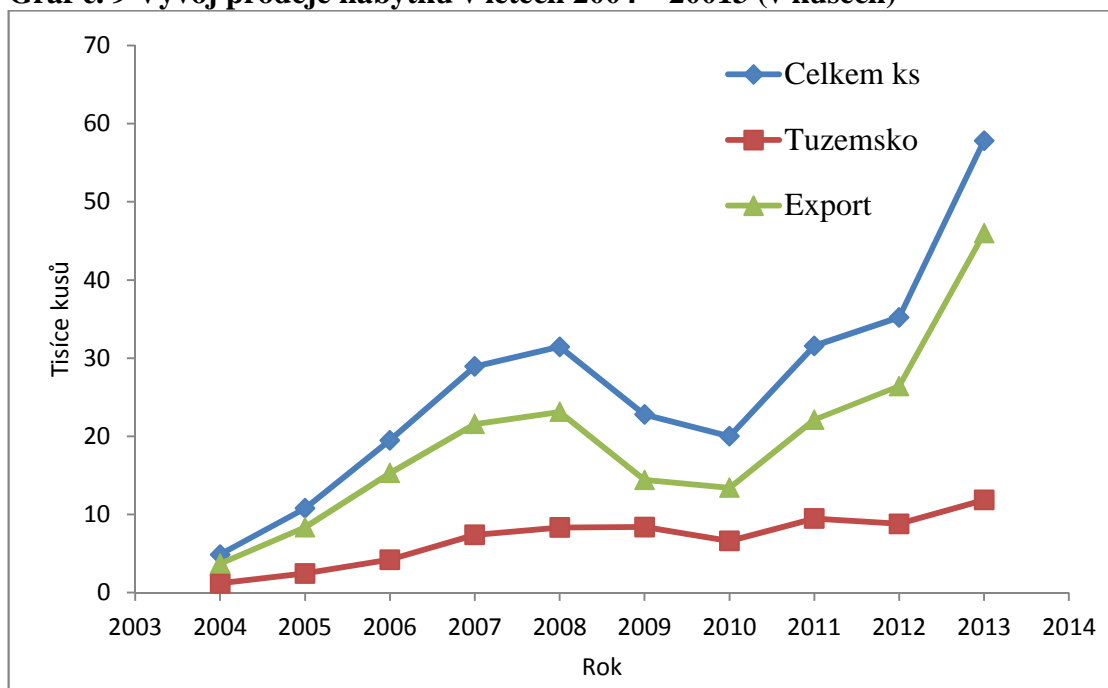
**Tabulka č. 17 Prodej nábytku v letech 2004 – 2013 (v kusech)**

Rok	Nábytek			První diference	Druhá diference	Koefficient růstu	Tempo růstu (%)
	Tuzemsko	Export	Celkem kusů				
<b>2004</b>	<b>1 170</b>	<b>3 704</b>	<b>4 874</b>				
<b>2005</b>	2 449	8 340	10 789	5915		2,2136	121,36
<b>2006</b>	4 204	15 284	19 488	8699	2784	1,8063	80,63
<b>2007</b>	7 375	21 548	28 923	9435	736	1,4841	48,41
<b>2008</b>	8 335	23 117	31 452	2529	-6906	1,0874	8,74
<b>2009</b>	8 387	14 405	22 792	-8660	-11189	0,7247	-27,53
<b>2010</b>	6 601	13 403	20 004	-2788	5872	0,8777	-12,23
<b>2011</b>	9 474	22 105	31 579	11575	14363	1,5786	57,86
<b>2012</b>	8 803	26 409	35 212	3633	-7942	1,1150	11,50
<b>2013</b>	<b>11 855</b>	<b>45 973</b>	<b>57 828</b>	22616	18983	1,6423	64,23

Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Z tabulky č. 17 je patrný vzrůstající trend prodeje nábytku jak v tuzemsku, tak v zahraničí. V České republice výjimku tvoří roky 2010 a 2012, kdy došlo k poklesu 22 %, respektive o 7 % oproti předcházejícímu roku. Nejnižší objem prodeje vykazuje rok 2004, a to 1 170 kusů a nejvyšší rok 2013, s hodnotou 11 855 kusů. Za sledované období se prodeje nábytku zvýšily více než stonásobně a to jak v tuzemsku, tak i v zahraničním obchodě. Objem prodeje v zahraničí se snížil jen v letech 2009 a 2010 o 27,5 % následně o dalších 12,2 %, poté opět rostl. Nejnižších prodejů bylo dosaženo v roce 2004, a to 3 704 kusů a nejvyšších v roce 2013, a to 45 973 kusů. Postupný růst tohoto sortimentu je dán především získáváním nových trhů a také startem vlastní výroby nábytku pod značkou JIKA a LAUFEN, který začala firma prodávat v roce 2013.

**Graf č. 9 Vývoj prodeje nábytku v letech 2004 – 2013 (v kusech)**



Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Trend vývoje prodejů koupelnového nábytku ukazuje graf č. 9, kdy je znatelný postupný růst v podstatě od počátku prodeje tohoto sortimentu až do roku 2008, kdy především v reakci na krizi došlo k poklesu především v zahraničním obchodě, řádově k polovičním hodnotám než bylo dosahováno před krizí. Po odeznění krize zahraniční obchod opět roste a to velmi rychle, na rozdíl od tuzemského trhu, který si udržuje také růst, ale velmi pomalý.

#### Trendová funkce celkového prodeje nábytku a predikce

Trendová funkce celkového prodeje nábytku byla popsána kvadratickou funkcí ve tvaru:

$$y' = 8\,323,767 + 1\,851,689 * t + 202,235 * t^2.$$

**Tabulka č. 18 Vhodnost modelu vývoje celkového prodeje nábytku**

Statist.	Statistické shrnutí; ZP: Výroba
	Hodnota
Index korelace	0,8488
Index determinace	0,7204
Upravené R <sup>2</sup>	0,6406
F (2, 7)	9,0194
p	0,0116
Sm. chyba odhadu	8785,7701

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 18 shrnuje statistickou analýzu celkového prodeje nábytku. Index korelace nabývá hodnoty 0,85 a vyjadřuje vysokou závislost mezi proměnnými. Daná funkce vystihuje vývoj ze 72 %.

**Tabulka č. 19 Predikované hodnoty celkového prodeje nábytku (v kusech)**

Rok	Bodová předpověď	Intervalová předpověď ( $\alpha = 0,05$ )	
		-95,0%PL	+95,0%PL
2014	53 163	28 728	77 597
2015	59 666	24 893	94 439

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 19 udává predikované hodnoty celkových prodejů nábytku na roky 2014 a 2015. Předpovědi na delší období by mohly být nepřesné vzhledem k desetileté časové řadě. Bodová předpověď pro rok 2014 nabývá hodnot 53 163 kusů a pro rok 2015 hodnot 59 666 kusů. Intervalová předpověď je uváděna na hladině pravděpodobnosti 95%. Určuje horní a dolní mez, ve které se tržby mohou nacházet. Pro rok 2014 se pohybuje v rozmezí od 28 728 kusů do 77 597 kusů a pro rok 2015 nabývá hodnot od 24 893 kusů do 94 439 kusů.

### 5.2.3 Analýza tržeb

Tržby jsou zde vykázány za veškeré produktové portfolio, které společnost nabízí k prodeji.

**Tabulka č. 20 Tržby v letech 2004 – 2013 (v tisících Kč)**

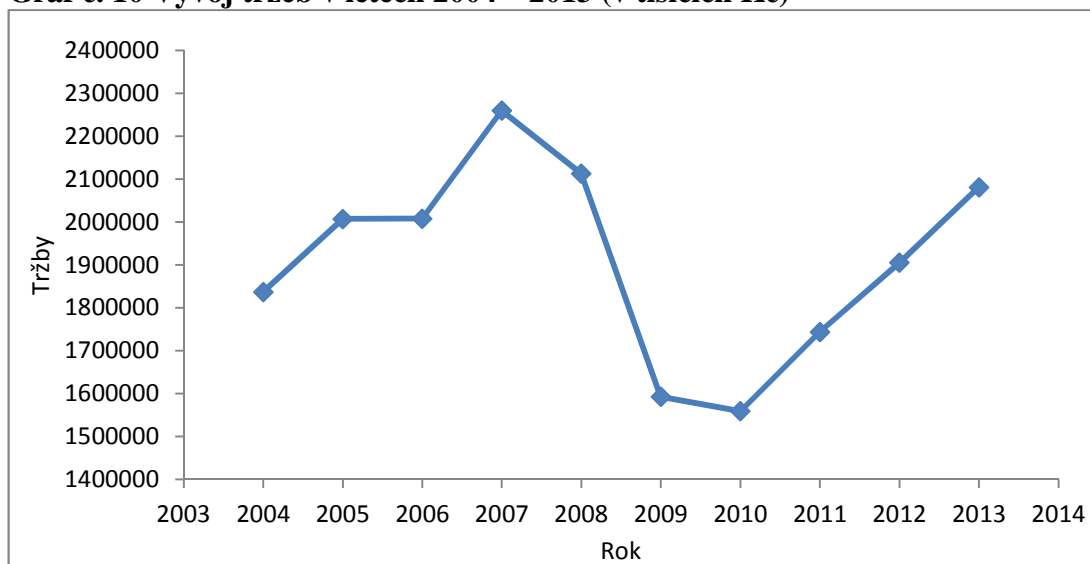
Rok	Tržby	První diference	Druhá diference	Koeficient růstu	Tempo růstu v %
2004	1 837 531	-	-	-	-
2005	2 007 299	169 768	-	1,09239	9,24
2006	2 008 070	771	-168 997	1,00038	0,04
2007	2 259 865	251 795	251 024	1,12539	12,54
2008	2 112 934	-146 931	-398 726	0,93498	-6,50
2009	1 592 927	-520 007	-373 076	0,75389	-24,61
2010	1 559 452	-33 475	486 532	0,97899	-2,10
2011	1 743 944	184 492	217 967	1,11831	11,83
2012	1 905 606	161 662	-22 830	1,09270	9,27
2013	2 081 299	175 693	14 031	1,09220	9,22

Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Z tabulky č. 20 je patrné, že tržby firmy za sledované období vykazovaly různých hodnot. Tržby až do roku 2007 rostly, kdy činily 2 112 934 tisíc korun, od roku 2004 tedy vzrostly téměř o 24 %. Dobrého výsledku bylo dosaženo především zvýšením čistých prodejů, úspory výrobních nákladů a v nárůstu prodeje zboží, vlastních výrobků a služeb a posilování kurzu koruny k ostatním měnám v průběhu roku 2007. Roky 2008, 2009, 2010 znamenaly pro firmu snížení tržeb. Nejvýznamější pokles tržeb společnost pocítila v roce 2009, kdy tržby klesly o 520 007 tisíc korun, tedy téměř o 25 %. Důvodem poklesu byla celosvětová hospodářská krize, která se také projevila ve stavebním průmyslu i v bankovních službách a také negativní vývoj kurzu eura vůči české koruně, díky kterému společnost zaznamenala pokles tržeb o 8 %. V roce 2010 dochází k opětovnému klesání tržeb o další 2 % a s 1 559 452 tisíci koruny zároveň rokem nejnižších tržeb za sledované období, z důvodu posílení české koruny vůči euru skoro o 5 %. Nicméně, tento negativní dopad byl kompenzován nárůstem prodejů ve skupině, kde meziroční nárůst tržeb představuje 36 %. Od roku 2011 tržby až do konce sledovaného období rostly. V roce 2011 o téměř 12 %, v roce 2012 o 22 % a v roce 2013 o 33,5 % oproti nejslabšímu roku 2010. Zvýšení nastalo zejména kvůli vyššímu prodeji na zahraničních trzích, zejména exportu prodeje společností ve skupině.

Vzhledem k tomu, že značná část tržeb je realizována v euru, má na vývoj tržeb negativní vliv i vývoj kurzu eura vůči české koruně. Za sledované období společnost vykazovala průměrné tržby 1 910 893 tisíc korun.

**Graf č. 10 Vývoj tržeb v letech 2004 – 2013 (v tisících Kč)**



Zroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Graf č. 10 zachycuje přehledný vývoj tržeb. Stejně jako u výroby sanitární keramiky i zde je výrazný pokles tržeb společnosti v roce 2009, a to 31 % oproti roku 2007. Následující roky společnost vykazuje rostoucí tržby. Důvody těchto změn popsány ve výše okomentované tabulce č. 20.

#### Trendová funkce tržeb a predikce

Trendová funkce tržeb byla popsána kvadratickou funkcí ve tvaru:

$$y' = 2\,092\,668 - 66\,253,4 * t + 4717,4 * t^2.$$



**Tabulka č. 21 Vhodnost modelu vývoje tržeb**

Statist.	Statistické shrnutí; ZP: Výroba
	Hodnota
Index korelace	0,2474
Index determinace	0,0612
Upravené R <sup>2</sup>	-0,2069
F (2, 7)	0,2282
p	0,8015
Sm. chyba odhadu	251015,63

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 21 statisticky shrnuje vývoj tržeb. Index korelace nabývá hodnoty 0,25 a vyjadřuje velmi nízkou závislost mezi proměnnými. Daná funkce vystihuje vývoj pouze z 6 %.

**Tabulka č. 22 Predikované hodnoty tržeb ( v tisících Kč)**

Rok	Bodová předpověď	Intervalová předpověď ( $\alpha = 0,05$ )	
		-95,0%PL	+95,0%PL
2014	1 934 681	1 236 567	2 632 795
2015	1 976 926	983 446	2 970 407

Tabulka č. 22 udává predikované hodnoty tržeb společnosti na roky 2014 a 2015. Předpovědi na delší období by mohly být nepřesné vzhledem k desetileté časové řadě. Bodová předpověď pro rok 2014 nabývá hodnot 1 934 681 tisíc korun a pro rok 2015 hodnot 1 976 926 tisíc korun. Intervalová předpověď je uváděna na hladině pravděpodobnosti 95%. Určuje horní a dolní mez, ve které se tržby mohou nacházet. Pro rok 2014 se pohybuje v rozmezí od 1 236 567 tisíc korun do 2 632 795 tisíc korun a pro rok 2015 nabývá hodnot od 983 446 tisíc korun do 2 970 407 tisíc korun.

#### 5.2.4 Analýza hospodářského výsledku za účetní období

Tabulka č. 23 ukazuje hodnoty hospodářského výsledku společnosti za sledované období.

**Tabulka č. 23 Hospodářský výsledek v letech 2004 – 2013 (v tisících Kč)**

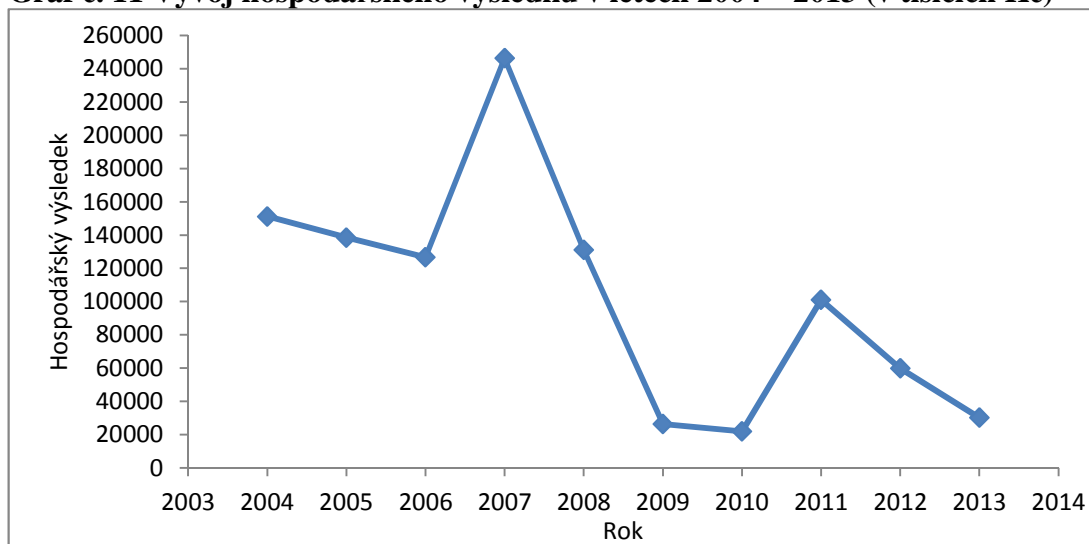
Rok	Hospodářský výsledek	První diference	Druhá diference	Koeficient růstu	Tempo růstu v %
2004	151 228	-	-	-	-
2005	138 565	-12663	-	0,91626551	-8,37
2006	126 687	-11878	785	0,9142785	-8,57
2007	246 397	119710	131588	1,94492726	94,49
2008	131 219	-115178	-234888	0,53255113	-46,74
2009	26 360	-104859	10319	0,20088554	-79,91
2010	21 927	-4433	100426	0,83182853	-16,81
2011	101 041	79114	83547	4,60806312	360,80
2012	59 884	-41157	-120271	0,5926703	-40,73
2013	30 256	-29628	11529	0,50524347	-49,47

Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

V roce 2005 firma vykazovala čistý zisk o 12 663 tisíc korun méně než v roce 2004 a rok 2006 oproti předcházejícímu roku zaznamenal snížení o dalších 8,6 %. Společnost investovala do rozšíření výrobních kapacit, vysoké výdaje do marketingu, do oblasti ekologie a do systému řízení produktivity BEDAUX. Rok 2007 byl pro firmu nejlepším rokem za sledované období. V tomto roce dosáhla nejvyššího zisku, téměř o 95% více než v roce 2006. K tomuto dobrému výsledku přispěla zvýšená výroba vlastních výrobků, která přesáhla plán o 90 185 ks, zvýšené prodeje výrobků, úspora výrobních nákladů a nejvyšší objem tržeb. V roce 2008 se hospodářský výsledek snížil o 115 178 tisíc korun, téměř o 47 % oproti roku 2007. Rok 2009 znamenal snížení hospodářského výsledku o dalších téměř 80 % oproti předcházejícímu roku. Pokles čistého zisku se zastavil v roce 2010, kdy firma vykazovala nejnižší zisk za sledované období a to pouze 21 927 tisíc korun. Důvodem těchto razantních poklesů byla celosvětová krize a negativní vývoje eura vůči koruně. Firma investovala do přidělu emisních povolenek, vývoje nových výrobků, nových technologií, snížení nákladů a úspory energií a informačních technologií. Rok 2011 byl rokem nárůstu zisku o 79 114 tisíc korun, tedy o 360 %. Bylo to zapříčiněné zvýšením tržeb, zejména strmým meziročním nárůstem tržeb ve skupině. Společnost investovala hlavně do nové výroby baterií a rozšíření skladovacích prostor ve Znojmě. V Bechyni bylo investováno do rozšíření kapacity tlakového lití, převážně se jedná o výrobu velkých umyvadel a

umyvadel do nábytku a do nové technologie na výpal loga na výrobky pomocí laseru. Další investice směřovaly do snížení nákladů ve výrobě a úsporu energií a do informačních technologií. V roce 2012 dochází k poklesu zisku o 40 % oproti předcházejícímu roku a v roce 2013 k opětovnému poklesu zisku o 29 628 tisíc korun oproti roku 2012. Každoroční investice jsou směřovány do snížení nákladů ve výrobě a úspory energií, informačních technologií a na vývoj nových modelů. V Bechyni se navíc investovalo do pálící komory na novou povrchovou úpravu umyvadel a klozetů a nové technologie a rekonstrukce výtahů na zlepšení výrobních toků. Za sledované období čistý zisk průměrně činil 103 356 tisíc korun.

**Graf č. 11 Vývoj hospodářského výsledku v letech 2004 – 2013 (v tisících Kč)**



Zdroj: LAUFEN CZ, vlastní zpracování

Z grafu č. 11 je patrné, že nejvyššího hospodářského výsledku společnost dosáhla v roce 2007 a to 246 397 tisíc korun a nejnižší v roce 2010 a to 21 927 tisíc korun. Mezi těmito roky zisk klesl o 91 %. Důvody těchto změn popsány u výše okomentované tabulky č. 23.

#### Trendová funkce výsledku hospodaření a predikce

V případě hospodářského výsledku je možné tendovou funkci popsat pomocí kvadratické funkce ve tvaru:

$$y' = 173\,456 - 8\,046,5 * t - 671,3 * t^2.$$

**Tabulka č. 24** Vhodnost modelu vývoje hospodářského výsledku

Statist.	Statistické shrnutí; ZP: Výroba
	Hodnota
Index korelace	0,6638
Index determinace	0,4407
Upravené R <sup>2</sup>	0,2809
F (2, 7)	2,7579
p	0,1308
Sm. chyba odhadu	60035,412

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 24 statisticky shrnuje vývoj hospodářského výsledku. Index korelace nabývá hodnoty 0,66 a vyjadřuje středně silnou závislost mezi proměnnými. Daná funkce vystihuje vývoj ze 44 %.

**Tabulka č. 25** Predikované hodnoty hospodářského výsledku (v tisících Kč)

Rok	Bodová předpověď	Intervalová předpověď ( $\alpha = 0,05$ )	
		-95,0%PL	+95,0%PL
2014	3 721	-163 246	170 689
2015	-19 704	-257 375	217 847

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 25 udává predikované hodnoty hospodářského výsledku společnosti na roky 2014 a 2015. Předpovědi na delší období by mohly být nepřesné vzhledem k desetileté časové řadě. Bodová předpověď pro rok 2014 nabývá hodnot 3 721 tisíc korun a pro rok 2015 záporných hodnot - 19 704 tisíc korun. Je zde patrný výrazný pokles. Intervalová předpověď je uváděna na hladině pravděpodobnosti 95%. Určuje horní a dolní mez, ve které se výroba může nacházet. Pro rok 2014 se pohybuje v rozmezí od - 163 246 tisíc korun do 170 689 tisíc korun a pro rok 2015 nabývá hodnot od - 257 375 tisíc korun do 217 847 tisíc korun.

### 5.3 Návrhy a doporučení

Zkoumaná společnost za sledované období potýká se poklesem prodeje a to od doby světové finanční krize, která se tak velkou měrou na tomto poklesu podepsala. Po skončení krize sice čísla prodeje mírně vzrostla, ale zdaleka nedosahují hodnot před krizí. Dalším důvodem byly také částečně některé přesuny výroby v rámci skupiny Roca. Z těchto důvodů by měla společnost více investovat do propagace na trzích, kde se prodeje nejvíce propadly a pokusit se tak udržet vysokou úroveň podílu na trhu. Firma by se také měla snažit dále vylepšovat kvalitu výrobků v rámci celého koncernu Roca a zajistit tak dostatečnou konkurenceschopnost. To by se také mělo týkat cen výrobků, k jejímu dosažení by mohlo vést snižování výrobních nákladů a modernizování technologií a také pokles energetických nákladů, čímž by se také dosáhlo zmírnění vlivů na životní prostředí. Konkrétně by to mohlo být například čišťování odpadních vod a jejich zpětného využití ve výrobním procesu a dále možnost využití odpadního tepla. Neméně důležitým aspektem je také sledování provozních nákladů, kde je prostor ke snižování této podstatné položky v rozpočtu, které v případě snížení bude mít příznivý vliv na zvýšení zisku. Pro jeho další podporu, by se společnost mohla více zaměřit na výrobky v tak zvané vyšší cenové kategorii, kde je také možné dosahovat nemalého zisku.

Velmi dobrým krokem ve vývoji společnosti je jistě neustále se rozšiřující sortiment a snaha o zajištění kompletního servisu zákazníkovi, při jeho výběru koupelnového vybavení. Ukázkou této dobré praxe je například doplňkový sortiment v podobě vodovodních baterií. V tomto segmentu je zaznamenáván stálý nárůst. Firma je také velmi dobře orientována na zákazníky s potřebou bezbariérového řešení, pro které má v sortimentu několik možností vybavení. Při rozšiřujícím se sortimentu je také nutné udržovat také zajištění v podobě fungujícího servisu pro zákazníky stávající.

Společnost by se měla pokusit prorazit na trzích, kde zatím nepůsobí vůbec či působí jen omezeně. Tento krok se ukázal jaké velmi dobrý v poslední době při expanzi v Asii a Pacifiku. Nabízí se například trhy na americkém kontinentu, tedy především USA a Kanada, kde by mohl v případě úspěchu být velký potenciál prodeje sanitární keramiky.

## 6 Závěr

Diplomová práce se zabývá činností společnosti LAUFEN CZ, s. r. o.. Cílem práce byla analýza činnosti společnosti za období 2004 – 2013 a stanovení její perspektivy. K naplnění cíle bylo použito analýzy poměrových ukazatelů finanční analýzy a analýzy výroby, prodeje, tržeb a hospodářského výsledku za účetní období. Na základě těchto analýz jsou stanoveny návrhy a doporučení společnosti pro další činnost. Jako podkladové údaje byly použity interní dokumenty společnosti, výroční zprávy a účetní výkazy jako rozvaha a výkaz zisku a ztráty.

Činnost byla analyzována pomocí finanční analýzy a statistické analýzy časových řad. U finanční analýzy bylo použito poměrových ukazatelů výnosnosti (rentability), platební schopnosti (likvidita), finanční stability a hospodářské aktivity. Ukazatelé rentability se dělí na rentabilitu celkového kapitálu, vlastního kapitálu, tržeb a nákladů. Vývoj těchto ukazatelů za sledované období byl přibližně stejný. Nejvyšších hodnot dosahovaly v roce 2007, mimo rentability vlastního kapitálu, ten nejvyšší hodnoty dosáhl v roce 2004. Poté hodnoty těchto ukazatelů postupně klesaly a v roce 2010 dosáhly svého minima. Optimální hodnota rentability tržeb je v průměru 10 % a to se společnosti podařilo dosáhnout v roce 2007 s hodnotou 10,9 %. U rentability nákladů je optimální hodnota ve výši nad 10 %, což společnost vykazovala v roce 2007 s 13,06%.

Ukazatelé platební schopnosti nebo-li likvidity se dělí na okamžitou, běžnou a celkovou likviditu. U okamžité likvidity je stanoveno rozmezí 0,2 – 0,6. V tomto rozmezí se podnik nacházel v letech 2005, 2010, 2011, 2012 a 2013. Nejnižší hodnoty podnik vykázal v roce 2007, kdy vázal nejméně finančního majetku. Běžná likvidita se optimálně pohybuje v rozmezí 1 – 1,5, čehož podnik dosáhal v roce 2009, 2011 a 2012. Nejnižší hodnotu v roce 2007. Ideální rozmezí celkové likvidity je 2 – 2,5 a toho podnik dosahoval v roce 2006 a 2010, naopak v roce 2007 hodnota ukazatele byla nejnižší.

U finanční stability, prostřednictvím koeficientu samofinancování bylo zjištěno, že podnik je dlouhodobě finančně stabilní a je schopen své prostředky krýt svými zdroji. Příznivá hodnota tohoto koeficientu se uvádí vyšší jak 30 %, a to společnost za sledované období splňuje v každém roce. Dobrých výsledků je zajišťováno zvyšováním

vlastních zdrojů. Také u věřitelského rizika společnost vykazuje dobré výsledky. Za optimální je považována hodnota do 50 %, a této úrovně podnik dosahoval ve všech sledovaných letech. Podnik byl nejvíce závislý na cizích zdrojích v roce 2004 s 48% a nejméně v roce 2009 s 18%. Míra zadluženosti má až do roku 2009 klesající tendenci. Znamená to postupnou snižující se závislost na cizím kapitálu. Důvodem bylo čerpání krátkodobého úvěru, který byl v roce 2008 splacen.

Analýzou hospodářské aktivity bylo zjištěno, že doba splatnosti pohledávek se za sledované období zvyšuje. Nejvyšší hodnoty dosáhla v roce 2013 a to 121,61 dne. Důvodem jsou rozdílné platební podmínky pro každého odběratele. Doba obratu zásob se ideálně pohybuje v rozmezí 30 – 50 dní, což společnost dosáhla v roce 2004 s 47 dny. Uspokojivá hodnota je menší než 100 dní, a to společnost dosahuje ve všech letech sledovaného období.

Pro analýzu vývoje výroby sanitární keramiky, prodeje celkového produktového portfolia, vývoje tržeb a hospodářského výsledku za účetní období v letech 2004 – 2013 byla použita statistická analýza, prostřednictvím metod z oblasti časových řad a byla provedena predikce na roky 2014 a 2015.

Nejvíce kusů sanitární keramiky společnost vyrobila v roce 2007 a nejméně v roce 2009. Snížení způsobila nízká poptávka na trhu v důsledku hospodářské krize a přesunutí výroby, původně vyráběné v České republice, v rámci koncernu Roca do Rumunska a Ruska. Pokles výroby mezi těmito roky činil 45 %. Na základě predikce by měla společnost v roce 2014 vyrobit 1 392 498 kusů a v roce 2015 1 364 150 kusů, což je klesající charakter.

Společnost své produkty prodává jak v České republice, tak také v zahraničí. Největší podíl na prodeji produktů společnosti má sanitární keramiky, jejíž výroba je hlavní činností společnosti. Prodej van, vodovodních baterií a nábytku je doplňkovým prodejem společnosti. Nejvyššího objemu prodeje sanitární keramiky v České republice společnost dosáhla v roce 2007, kdy dochází k ukončování stavební činnosti velkého počtu bytů, podpořenými výhodnými podmínkami pro udělování hypoték. V letech 2008 až 2010 je zaznamenán nejstrmější propad prodeje z důvodu dosahu hospodářské krize, převládá obava z dalšího ekonomického vývoje, zpřísnění podmínek pro vydávání hypoték a stavební činnost se snižovala. Export sanitární keramiky byl nejvyšší v roce 2013, kdy společnost začala prodávat své výrobky také v Asii a Pacifiku

a výborné výsledky vykazovaly prodeje v Pobaltských republikách. Na základě predikce celkového prodeje sanitární keramiky by měla společnost v roce 2014 vyrobit 2 159 508 kusů a v roce 2015 2 126 187 kusů sanitární keramiky, což poukazuje na snižující se trend prodeje.

Prodej van je nejvyšší v roce 2007, což stejně jako u sanitární keramiky zapříčinilo ukončování stavební činnosti velkého počtu bytů. K nejvyššímu propadu prodeje dochází v letech 2008 až 2007 až o 34,6 %. Prodej van a sanitární keramiky je úzce spojeno, proto i zde ke snižování dochází ze stejných důvodů, jako tomu bylo u prodeje sanitární keramiky. Nejvýznamnějším rokem pro export van byl rok 2005, kdy bylo prodáno nejvyšší množství kusů. Naopak v roce 2011 bylo vyvezeno kusů nejméně. Projevuje se zde celosvětová krize a rozšíření portfolia svých výrobků u ostatních prodejců sanitární keramiky. Na základě predikce by společnost měla prodat v roce 2014 43 682 kusů a v roce 2015 27 877, a to znamená klesající trend.

Prodej vodovodních baterií za sledované období vykazuje rostoucí trend. Nejvyšších objemů prodejů dosahovala společnost jak v České republice, tak v zahraničí v roce 2013. Nejvýznamnější nárůst společnost vykázala v roce 2008, kdy do prodeje byly zařazeny baterie JIKA s dobrým poměrem mezi cenou, kvalitou a designem. Na růstu se také podílí získávání nových trhů a především vhodným doplněním sortimentu pro dodání kompletního koupelnového vybavení od jednoho výrobce pod stejnou značkou, tedy baterie, sanitární keramika a nábytek. Na základě predikce by společnost měla prodat v roce 2014 175 614 kusů a v roce 2015 211 755 kusů baterií. Predikce vykazuje rostoucí trend prodeje baterií.

Stejně jako u vodovodních baterií i u nábytku dochází k postupnému navyšování objemu prodeje jak v České republice, tak v zahraničí. Růst je dán především získáváním nových trhů. Na základě predikce by společnost měla prodat v roce 2014 53 163 kusů nábytku a v roce 2015 59 666 kusů. Ukazuje to na rostoucí trend v prodeji nábytku.

Nejvyššího objemu tržeb podnik dosahuje v roce 2007 na základě zvýšení čistých prodejů, úspor výrobních nákladů a v nárůstu prodeje zboží, vlastních výrobků a služeb a posilování kurzu koruny. V roce 2010 v důsledku celosvětové hospodářské krize a negativnímu vývoji kurzu eura vůči české koruně společnost vykázala nejnižší



objem tržeb. Predikce na rok 2014 činí 1 934 681 tisíc korun a pro rok 2015 hodnoty 1 976 926 tisíc korun, což představuje nárůst tržeb společnosti.

Hospodářský výsledek za účetní období byl nejvyšší v roce 2007. Důvodem byla zvýšená výroba vlastních výrobků, zvýšené prodeje produktů, úspora výrobních nákladů a nejvyšší objem tržeb. V roce 2010 čistý zisk činil pouze 21 927 tisíc korun. Firma investovala do přidělu emisních povolenek, vývoje nových výrobků, nových technologií, snížení nákladů a úspory energií a informačních technologií. Predikce na rok 2014 vykazuje hodnoty 3 721 tisíc korun a pro rok 2015 záporné hodnoty – 19 704 tisíc korun.

Závěrem lze o společnosti LAUFEN CZ říci, že jde o silnou a stabilní firmu se silnou pozicí na tuzemském trhu. Pro její další růst je ale potřeba najít další možnosti na zahraničních trzích, především tam kde zatím nepůsobí.

## 7 Seznam literatury

- [1] ANDRAŠČÍKOVÁ, Mária, HLOUŠKOVÁ, Pavla, HOFMANNOVÁ, Eva, KNEBL, Pavel, SCHMIED, Zdeněk, TOMANDLOVÁ, Ludmila, TRYLČ, Ladislav. Zákoník práce. 8. aktualizované vydání. Olomouc: Anag, 2014. ISBN 978-80-7263-850-5.
- [2] DVOŘÁČEK, Jiří. Podpora podnikání (Průmyslová politika). Praha: VŠE v Praze, Oeconomica, 2003. ISBN 80-245-0502-9.
- [3] HINDLS, Richard, HRONOVÁ, Stanislava, SEGER, Jan. Statistika pro ekonomy. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 80-864-1959-2.
- [4] HOLMAN, Robert. Ekonomie. Praha: C. H. Beck, 1999. ISBN 80-7179-255-1.
- [5] HUMLOVÁ, Vlasta, POCZATKOVÁ, Blanka, FIALOVÁ, Vendula. Podnik a podnikání II. Ostrava: Union, 2005. ISBN 80-86764-19-2.
- [6] KISLINGEROVÁ, EVA a kol. Manažerské finance. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-194-9
- [7] KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane. Marketing management. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [8] KOVALÍKOVÁ, Hana. Zákon o účetnictví. Olomouc: Anag, 2010. ISBN 978-80-7263-590-0.
- [9] KUBIŠTA, Václav a kol. Mezinárodní ekonomické vztahy. Praha: HZ Editio, 1999. ISBN 808-6009-29-7.
- [10] MACHKOVÁ, Hana, ČERNOHLÁVKOVÁ, Eva, SATO, Alexej a kolektiv. Mezinárodní obchodní operace. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1590-2.
- [11] MARKOVÁ, Hana. Daňové zákony. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2803-2.
- [12] OBČANSKÝ zákoník. 3. vydání. Olomouc: Anag, 2014. ISBN 978-80-7263-855-0.
- [13] ROŠCHATECKÁ, Eva a kol. Cvičení z ekonomiky podniků. Praha: ČZU, 2009. ISBN 978-80-213-1470-2.

- [14] ROSOCHATECKÁ, Eva a kol. *Ekonomika podniků*. Praha: ČZU, 2012. ISBN 978-80-213-2259-2.
- [15] SRPOVÁ, Jitka, ŘEHOŘ, Václav a kolektiv. *Základy podnikání*. Praha: VŠE, 2010. ISBN 80-7079-892-0.
- [16] SVATOŠOVÁ, Libuše, KÁBA, Bohumil. *Statistické metody II*. Praha: ČZU PEF, 2008. ISBN 978-80-213-1736-9.
- [17] SVATOŠOVÁ, Libuše, KÁBA, Bohumil, PRÁŠILOVÁ, Marie. *Zdroje a zpracování sociálních a ekonomických dat*. Praha: ČZU, 2005. ISBN 80-213-1189-4.
- [18] SYNEK, Miloslav a kol. *Ekonomika a řízení podniků*. Praha: VŠE, 1994. ISBN 80-7079-496-8.
- [19] SYNEK, Miloslav, KISLINGEROVÁ, Eva a kol. *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-336-3.
- [20] SYNEK, Miloslav a kol. *Manažerská ekonomika*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-247-9069-6.
- [21] SYNEK, Miloslav a kol. *Nauka o podniku*. Praha: VŠE, 1995. ISBN 80-7079-892-0.
- [22] ZADRAŽIL, Pavel. *Provoz a hospodaření podniků se základy podnikání*. Praha: ČZU PEF, 2007. ISBN 978-80-213-1729.

#### Internetové zdroje

- [23] Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. 2015 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z WWW: <<http://download.mpo.cz/get/34825/59276/618949/priloha002.pdf>>.
- [24] Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. 2014 [cit. 2014-09-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument151263.html>>.

## 8 Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázek č. 1 Životní cyklus podniku.....	23
Obrázek č. 2 Loga společnosti.....	33
Tabulka č. 1 Ukazatele rentability v letech 2004 – 2013.....	38
Tabulka č. 2 Ukazatele likvidity v letech 2004 – 2013.....	41
Tabulka č. 3 Ukazatele finanční stability v letech 2004 – 2013.....	43
Tabulka č. 4 Ukazatele hospodářské aktivity v letech 2004 – 2013.....	45
Tabulka č. 5 Výroba sanitární keramiky v letech 2004 – 2013.....	47
Tabulka č. 6 Vhodnost modelu vývoje výroby.....	49
Tabulka č. 7 Predikované hodnoty výroby sanitární keramiky.....	49
Tabulka č. 8 Prodej sanitární keramiky v letech 2004 – 2013.....	50
Tabulka č. 9 Vhodnost modelu vývoje celkového prodeje sanitární keramiky.....	53
Tabulka č. 10 Predikované hodnoty celkového prodeje sanitární keramiky.....	53
Tabulka č. 11 Prodej van v letech 2004 – 2013.....	54
Tabulka č. 12 Vhodnost modelu vývoje celkového prodeje van.....	56
Tabulka č. 13 Predikované hodnoty celkového prodeje van.....	56
Tabulka č. 14 Prodej vodovodních baterií v letech 2004 – 2013.....	57
Tabulka č. 15 Vhodnost modelu vývoje celkového prodeje baterií.....	59
Tabulka č. 16 Predikované hodnoty celkového prodeje baterií.....	59
Tabulka č. 17 Prodej nábytku v letech 2004 – 2013.....	60
Tabulka č. 18 Vhodnost modelu vývoje celkového prodeje nábytku.....	62
Tabulka č. 19 Predikované hodnoty celkového prodeje nábytku.....	62
Tabulka č. 20 Tržby v letech 2004 – 2013.....	63
Tabulka č. 21 Vhodnost modelu vývoje tržeb.....	65
Tabulka č. 22 Predikované hodnoty tržeb.....	65
Tabulka č. 23 Hospodářský výsledek v letech 2004 – 2013.....	66
Tabulka č. 24 Vhodnost modelu vývoje hospodářského výsledku.....	68
Tabulka č. 25 Predikované hodnoty hospodářského výsledku.....	68

Graf č. 1: Vývoj ukazatelů rentability v letech 2004 – 2013.....	40
Graf č. 2: Vývoj ukazatelů likvidity v letech 2004 – 2013.....	42
Graf č. 3: Vývoj ukazatelů finanční stability v letech 2004 – 2013.....	44
Graf č. 4: Vývoj ukazatelů hospodářské aktivity v letech 2004 – 2013.....	46
Graf č. 5. Vývoje výroby sanitární keramiky v letech 2004 – 2013.....	48
Graf č. 6 Vývoj prodeje sanitární keramiky v letech 2004 – 2013 .....	52
Graf č. 7 Vývoj prodeje van v letech 2004 – 2013 .....	55
Graf č. 8 Vývoj prodeje vodovodních baterií v letech 2004 – 2013 .....	58
Graf č. 9 Vývoj prodeje nábytku v letech 2004 – 2013 .....	61
Graf č. 10 Vývoj tržeb v letech 2004 – 2013 .....	64
Graf č. 11 Vývoj hospodářského výsledku v letech 2004 – 2013.....	67

## **9 Seznam příloh**

Příloha č. 1: Certifikát jakosti ISO 9001 : 2008

Příloha č. 2: Certifikát environmentálního managementu ČSN ISO 14001 : 2005

Příloha č. 3a: Rozvaha společnosti LAUFEN CZ, s. r. o. za období 2004 – 2013 - aktiva

Příloha č. 3b: Rozvaha společnosti LAUFEN CZ, s. r. o. za období 2004 – 2013 - pasiva

Příloha č. 4: Výkaz zisku a ztráty společnosti LAUFEN CZ, s. r. o. za období 2004 – 2013



THE INTERNATIONAL CERTIFICATION NETWORK

# CERTIFICATE

IQNet and CQS  
hereby certify that the organization

**LAUFEN CZ, s.r.o.**

V Tůních 3/1637, 120 00 Praha 2, Czech Republic  
Premises: Bechyně a Znojmo

for the following processes

- **Design, development and production of sanitary ceramics**
  - **Sanitary ceramics trading**
- **Purchase and sale of sanitary ceramics, additional goods and equipment for bathrooms**
  - **Assembly of faucets**

has implemented and maintains a

**Quality Management System**

which fulfills the requirements of the following standard

**ISO 9001 : 2008**

Issued on: 2012 – 11 - 21

Validity date: 2015 – 11 - 21

Registration Number: **CZ – 2285/2012**



Michael Drechsel  
President of IQNet

Vladimir Piliac  
President of CQS



IQNet Partners:

AENOR Spain AFNOR Certification France AIB Virginia International Bologna AFCD Mexico APCOR Hong Kong BSI Cyprus  
CISQ Italy CQC China COM China CQS Czech Republic Cro Cert Croatia DQS Holding GmbH Germany DS Denmark  
EACZ Greece ECAR Brazil FONDONORMA Venezuela IFCNOR Colombia IMC Mexico INORP Tunisia  
Instituto Certification Finland IRAM Argentina IQA Japan KFQ Korea MSZT Hungary Nemko AS Norway NSAI Ireland  
PCCO Poland Quality Austria Austria RR Russia SI Israel SIO Slovenia SIRIM QAS International Malaysia SGS Switzerland  
SRAC Romania TSCM St Petersburg Russia TSE Turkey YDQS Serbia

IQNet is represented in the USA by: AENOR USA Division, CISQ, DQS Holding GmbH and NSAI Inc.

\* The list of IQNet partners is valid to the time of issue of this certificate. Updated information is available under [www.iqnet.org/links/00100000](http://www.iqnet.org/links/00100000)



# CERTIFICATE

IQNet and CQS  
hereby certify that the organization

**LAUFEN CZ, s.r.o.**

V Túních 3/1637, 120 00 Praha 2, Czech Republic

Premises: Bechyně a Znojmo

for the following processes

- Design, development and production of sanitary ceramics
- Sanitary ceramics trading
- Purchase and sale of sanitary ceramics, additional goods and equipment for bathrooms
- Assembly of faucets

has implemented and maintains a

**Environmental Management System**

which fulfills the requirements of the following standard

**ISO 14001 : 2004**

Issued on: 2012 – 11 - 21

Validity date: 2015 – 11 - 21

Registration Number: **CZ - 234/2012**



Michael Drechsel  
President of IQNet

Vladimir Piliak  
President of CQS



**IQNet Partners:**

AKBOK Bep - AKBOR Co., Jordan; France: AIB Virginia International; Belgium: AFCD Mexico: AIBOK Portugal; CQC Cyprus  
CISQ Italy; CQC China; CQM China; CQS Czech Republic; Cqs Cert Croatia; CQS Holding GmbH Germany; DS Denmark  
ELDT Greece; KQAY Fossil; FONDICORMA Venezuela; ILLUMINO Colombia; IMNC Mexico; IRNDSPH Tunisia  
Inspira One Textile; Fluidair; IRAM Argentina; IQA Japan; IQY Korea; MSZT Hungary; Namha AS Norway; NSAI Ireland  
OCBO Poland; Quality Austria; Norma KK Russia; SJJ Israel; SIQ Slovenia; STRIM QAS International; Malaysia; SQS Switzerland  
SRAC Romania; TOST St Petersburg Russia; TSB Dubai; YJOS Serbia

IQNet is registered in the USA by: AIBOK Distribution, CISO, CQS Holding GmbH and NSAI, Inc.

The list of IQNet partners is valid at the time of issue of this certificate. Updated information is available under [www.iqnet-certification.com](http://www.iqnet-certification.com)



Příloha č. 3a: Rozvaha společnosti LAUFEN CZ, s. r. o. za období 2004 – 2013 - aktiva

ROZVAHA v plném rozsahu ke dni 31.12. v tis. Kč		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	<b>AKTIVA CELKEM</b>	1490000	1638913	1636168	1734589	1866319	1753442	1859452	2003100	2006923	2122344
<b>A</b>	<b>Pohledávky za upsány základní kapitál</b>										
<b>B</b>	<b>Dlouhodobý majetek</b>	1020807	1071441	1071807	1185444	1164737	1060202	994519	977994	884424	792437
B.I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	49735	46810	48257	49334	52267	50904	71928	85922	76614	68300
B.I.1.	Zřizovací výdaje										
2.	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje										
3.	Software	9476	5071	3664	3900	3852	5445	4451	3443	2184	2475
4.	Ocenitelná práva	40259	26648	26703	40787	43987	37028	41088	72092	59212	57741
5.	Goodwill										
6.	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek			436	1	1724	2770	50	5548	7654	4574
7.	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek		15091	17454	4646	2704	5661	26339	4839	7564	3510
8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek										
B.II	Dlouhodobý hmotný majetek	965402	1019918	1019275	1131828	1108916	1005678	918971	888448	804184	720511
B.II.1.	Pozemky	30519	30420	31320	31320	31320	31325	31325	31219	31219	31219
2.	Stavby	477648	497922	510461	535856	530209	520388	507018	491993	526675	502077
3.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	344539	430900	407850	463041	484252	436468	369315	308425	244193	179880
4.	Pěstitelské celky trvalých porostů										
5.	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	335	320	226	226	226	157	157	157	157	157
6.	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	106495	58866	69418	100941	62671	17340	11156	56654	1940	7178
7.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	5866	1490		444	238					
B.III.	Dlouhodobý finanční majetek	5670	4713	4275	4282	3554	3620	3620	3624	3626	3626
B.III.1.	Podíly - ovládaná osoba	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
2.	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem										
3.	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly										
4.	Půjčky a úvěry - ovládaná nebo ovládající osoba, podstatný vliv										
5.	Jiný dlouhodobý finanční majetek	5512	4555	4117	4124	3396	3462	3462	3466	3468	3468
6.	Požizovací dlouhodobý finanční majetek										
7.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek										
<b>C.</b>	<b>Oběžná aktiva</b>	468960	567354	562203	547084	701337	692394	864602	1024161	1121855	1329499
C.I.	Zásoby	236998	281711	284487	343968	396816	318450	296794	307265	388186	415457
C.I.1.	Materiál	56076	62168	79420	87245	86747	65546	58295	59043	89325	142891
2.	Nedokončená výroba a polotovary	46503	40347	48870	53077	40716	38847	40166	40878	37508	36334
3.	Výrobky	97755	122374	97534	153245	172352	103620	93877	99410	130150	124859
4.	Mladá a ostatní zvířata a jejich skupiny										
5.	Zboží	36664	56822	58663	50401	97001	110437	103744	108646	131205	111373
6.	Poskytnuté zálohy na zásoby										
C.II.	Dlouhodobé pohledávky	2465	7483	5107	4459	3457	104157	254496	254025	254675	4075
C.II.1.	Pohledávky z obchodních vztahů										
2.	Pohledávky - ovládaná nebo ovládající osoba						100000	250000	250000	250000	
3.	Pohledávky - podstatný vliv										
4.	Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení										
5.	Dlouhodobé poskytnuté zálohy	2240	4339	2119	1486	1833	2934	2896	2689	2718	2718
6.	Dohadné účty aktivní										
7.	Jiné pohledávky	225	3144	2988	2973	1624	1223	1600	1336	1957	1357
C.III.	Krátkodobé pohledávky	180893	195306	239603	192533	260859	224176	205135	239184	314962	693459
C.III.1.	Pohledávky z obchodních vztahů	150338	177960	207986	170943	218622	179206	187291	217761	285670	410325
2.	Pohledávky - ovládaná nebo ovládající osoba										250000
3.	Pohledávky - podstatný vliv										
4.	Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení										
5.	Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění										
6.	Stát - daňové pohledávky	11828	10013	22136	8015	35980	35972	7469	10425	17438	27058
7.	Krátkodobé poskytnuté zálohy	8264	2416	2369	7671	2127	637	452	662	1388	1628
8.	Dohadné účty aktivní	5500	2112	3841	5160	3644	7743	9191	9373	10448	4120
9.	Jiné pohledávky	4963	2805	3271	744	486	618	732	963	128	18
C.IV.	Krátkodobý finanční majetek	48604	82854	33006	6124	40205	45611	108177	223687	164032	216508
C.IV.1.	Peníze	434	398	363	348	401	379	278	339	247	262
2.	Účty v bankách	48170	82456	27049	5776	39804	45232	107899	223348	163765	216246
3.	Krátkodobé cenné papíry a podíly			5594							
<b>D.I.</b>	<b>Časové rozlišení</b>	233	118	2158	2061	245	846	331	945	644	408
D.I.1.	Náklady příštích období	233	118	2158	2061	245	773	325	884	644	389
2.	Komplexní náklady příštích období										
3.	Příjmy příštích období						73	6	61		19

Příloha č. 3b: Rozvaha společnosti LAUFEN CZ, s. r. o. za období 2004 – 2013 - pasiva

ROZVAHA v plném rozsahu ke dni 31.12. v tis. Kč		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	<b>PASIVA CELKEM</b>	1490000	1638913	1636168	1734589	1866319	1753442	1859452	2003100	2006923	2122344
<b>A.</b>	<b>Vlastní kapitál</b>	771903	910468	1037155	1283552	1414771	1441131	1463058	1564099	1623983	1654239
A.I.	Základní kapitál	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
A.I.1.	Základní kapitál	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
2.	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly										
3.	Změny základního kapitálu										
A.II.	Kapitálové fondy	454621	454621	454621	454621	454621	454621	454621	454621	454621	454621
A.II.1.	Emisní ážio										
2.	Ostatní kapitálové fondy	454621	454621	454621	454621	454621	454621	454621	454621	454621	454621
A.III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku	803	803	803	803	803	803	803	803	803	803
A.III.1.	Zákonný rezervní fond/Nedělitelný fond	803	803	803	803	803	803	803	803	803	803
2.	Statutární a ostatní fondy										
A.IV.	Výsledek hospodaření minulých let	164251	315479	454044	580731	827128	958347	984707	1006634	1107675	1167559
A.IV.1.	Nerozdělený zisk minulých let	164251	315479	454044	580731	827128	958347	984707	1006634	1107675	1167559
2.	Neuhrazená ztráta minulých let										
3.	Jiný výsledek hospodaření minulých let										
A.V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	151228	138565	126687	246397	131219	26360	21927	101041	59864	30256
<b>B.</b>	<b>Cizí zdroje</b>	718097	728445	598669	451036	451548	312311	396394	433453	375287	463531
B.I.	Rezervy	38697	9404	1992	41434	1525	780	7018	22641	4816	5800
B.I.1.	Rezervy podle zvláštních právních předpisů										
2.	Rezerva na důchody a podobné závazky										
3.	rezerva na daň z příjmů	37597	8140		32468			5128	21161	3616	
4.	Ostatní rezervy	1100	1264	1992	8966	1525	780	1890	1480	1200	5600
B.II.	Dlouhodobé závazky	5974	16916	23649	23784	33687	41147	42368	42506	36157	31470
B.II.1.	Závazky z obchodních vztahů										
2.	Závazky - ovládaná nebo ovládající osoba										
3.	Závazky - podstatný vliv										
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení										
5.	Dlouhodobé přijaté zálohy										
6.	Vydané dluhopisy										
7.	Dlouhodobé směnky k úhradě										
8.	Dohadné účty pasivní										
9.	Jiné závazky										
10.	Odložený daňový závazek	5974	16916	23649	23784	33687	41147	42368	42506	36157	31470
B.III.	Krátkodobé závazky	274285	308911	278028	365316	416336	270384	347008	368306	334314	426261
B.III.1.	Závazky z obchodních vztahů	147587	227311	215289	267129	317262	177471	220252	258080	265199	340380
2.	Závazky - ovládaná nebo ovládající osoba										
3.	Závazky - podstatný vliv										
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení										
5.	Závazky k zaměstnancům	15073	14983	1797	2167	2828	2541	14453	14678	16401	16231
6.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	8233	7871	8004	7770	8186	6452	7753	7639	8691	8922
7.	Stát - daňové závazky a dotace	2601	4125	3450	2682	4746	2351	2667	2080	2631	3390
8.	Krátkodobé přijaté zálohy		522	685	715	701	650	22744	9612	13703	30409
9.	Vydané dluhopisy										
10.	Dohadné účty pasivní	82400	35797	48803	84853	82613	80919	79139	76217	27669	26944
11.	Jiné závazky	18391	18302								-15
B.IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	399141	393214	295000	20502						
B.IV.1.	Bankovní úvěry dlouhodobé										
2.	Krátkodobé bankovní úvěry	399141	393213	295000	20502						
3.	Krátkodobé finanční výpomoci										
<b>C.I.</b>	<b>Časové rozlišení</b>			344	1				5548	7653	4574
C.I.1.	Výdaje příštích období										
2.	Výnosy příštích období			344	1				5548	7653	4574

Zdroj: LAUFEN CZ

Příloha č. 4: Výkaz zisku a ztráty společnosti LAUFEN CZ, s. r. o. za období 2004 – 2013

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY K 31.12. v tis. Kč		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
I.	Tržby za prodej zboží	485573	694533	769929	858765	880463	721088	647649	759659	887332	1007539
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	372944	460096	449732	500804	464819	390056	438258	509106	583182	705527
<b>+</b>	<b>Obchodní marže</b>	<b>112629</b>	<b>234437</b>	<b>320197</b>	<b>357961</b>	<b>415644</b>	<b>331032</b>	<b>209391</b>	<b>250553</b>	<b>304150</b>	<b>302012</b>
II.	Výkony	1349300	1308271	1234777	1392080	1205141	854423	889388	963026	1024872	1058379
II.1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	1303799	1305948	1260498	1380252	1213843	918676	891717	967058	992877	1060542
II.2.	Změna stavu zásob vlastní činnosti	41370	-548	-30989	8612	-13305	-70268	-10412	-4721	27382	-7193
II.3.	Aktivace	4131	2871	5268	3216	4603	6013	8083	689	4613	5030
B.	Výkonnová spotřeba	830946	903490	940698	978339	1023333	738521	693199	713352	808720	906668
B.1.	Spotřeba materiálu a energie	479451	551492	569245	576211	560071	379162	390915	381065	442827	473454
B.2.	Služby	351495	351998	371453	402128	463 262	359359	302284	332287	365893	435214
<b>+</b>	<b>Přidaná hodnota</b>	<b>630983</b>	<b>639218</b>	<b>614276</b>	<b>771702</b>	<b>597452</b>	<b>446934</b>	<b>405580</b>	<b>500227</b>	<b>520302</b>	<b>451723</b>
C.	Osobní náklady	343735	331616	334174	339660	341719	310140	290388	306798	340589	339133
C.1.	Mzdové náklady	249360	240672	242885	246716	248740	232305	213189	225773	251132	248966
C.2.	Odměny členům orgánů společnosti a družstva										
C.3.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	83825	80917	80348	83061	83704	69813	69888	73687	82195	82687
C.4.	Sociální náklady	10550	10027	10941	9883	9275	8022	7311	7338	7262	7480
D.	Daně a poplatky	1507	1466	1367	1380	1301	1703	2319	2947	4071	3943
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	128114	144185	154607	141198	150047	136918	132929	124731	128904	115554
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	2658	4495	3364	9020	24830	17416	22415	14259	13402	15381
III.1.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	611	2606	570	3149	13316	3747	9107	1209	86	10
III.2.	Tržby z prodeje materiálu	2047	1889	2794	5871	11514	13669	13308	13050	13316	15371
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	1021	2901	2907	3371	15740	9493	15367	14109	7798	8153
F.1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku		392		2063	12865	2795	7432	5726	24	
F.2.	Prodaný materiál	1021	2509	2907	1308	2875	6698	7935	8383	7774	8153
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	-29181	-22771	571	3680	-16798	-3050	1394	-3820	10577	-4599
IV.	Ostatní provozní výnosy	51432	45598	74349	60020	71312	62637	67893	59341	43573	35421
H.	Ostatní provozní náklady	35199	35190	12562	15854	25508	23747	19696	19239	16385	33564
V.	Převod provozních výnosů										
I.	Převod provozních nákladů										
<b>*</b>	<b>Provozní výsledek hospodaření</b>	<b>204678</b>	<b>196724</b>	<b>185801</b>	<b>335599</b>	<b>176077</b>	<b>48036</b>	<b>33795</b>	<b>109823</b>	<b>68953</b>	<b>6777</b>
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů					2500			7000		
J.	Prodané cenné papíry a podíly					1409			4657		
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku										
VII.1.	Výnosy z podílů v ovládaných osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem										
VII.2.	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů										
VII.3.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku										
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku										
K.	Náklady z finančního majetku										
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	11414									
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	5175									
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti										
X.	Výnosové úroky	404	370	483	1426	958	404	4017	7595	7217	5329
N.	Nákladové úroky	12065	12116	11470	6586	3586	1346	4			
XI.	Ostatní finanční výnosy	56013	55259	11541	25667	65717	53682	15078	36183	20834	47158
O.	Ostatní finanční náklady	46980	49303	17782	36574	65811	66464	23395	27731	26534	19624
XII.	Převod finančních výnosů										
P.	Převod finančních nákladů										
<b>*</b>	<b>Finanční výsledek hospodaření</b>	<b>3611</b>	<b>-5790</b>	<b>-17228</b>	<b>-16067</b>	<b>-1631</b>	<b>-13724</b>	<b>-4304</b>	<b>18390</b>	<b>1517</b>	<b>32863</b>
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	57061	52369	41886	73135	43227	7952	7564	27172	10586	9384
Q.1.	splatná	48084	41427	35153	73000	33324	492	6343	27034	16935	14071
Q.2.	odložená	8977	10942	6733	135	9903	7460	1221	138	-6349	-4687
<b>**</b>	<b>Výsledek hospodaření za běžnou činnost</b>	<b>151228</b>	<b>138565</b>	<b>126687</b>	<b>246397</b>	<b>131219</b>	<b>26360</b>	<b>21927</b>	<b>101041</b>	<b>59884</b>	<b>30256</b>
XIII.	Mimořádné výnosy										
R.	Mimořádné náklady										
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti										
S.1.	splatná										
S.2.	odložená										
<b>*</b>	<b>Mimořádný výsledek hospodaření</b>										
<b>***</b>	<b>Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)</b>	<b>151228</b>	<b>138565</b>	<b>126687</b>	<b>246397</b>	<b>131219</b>	<b>26360</b>	<b>21927</b>	<b>101041</b>	<b>59884</b>	<b>30256</b>
<b>****</b>	<b>Výsledek hospodaření před zdaněním</b>	<b>208289</b>	<b>190934</b>	<b>168573</b>	<b>319532</b>	<b>174446</b>	<b>34312</b>	<b>29491</b>	<b>128213</b>	<b>70470</b>	<b>39640</b>

Zdroj: LAUFEN CZ